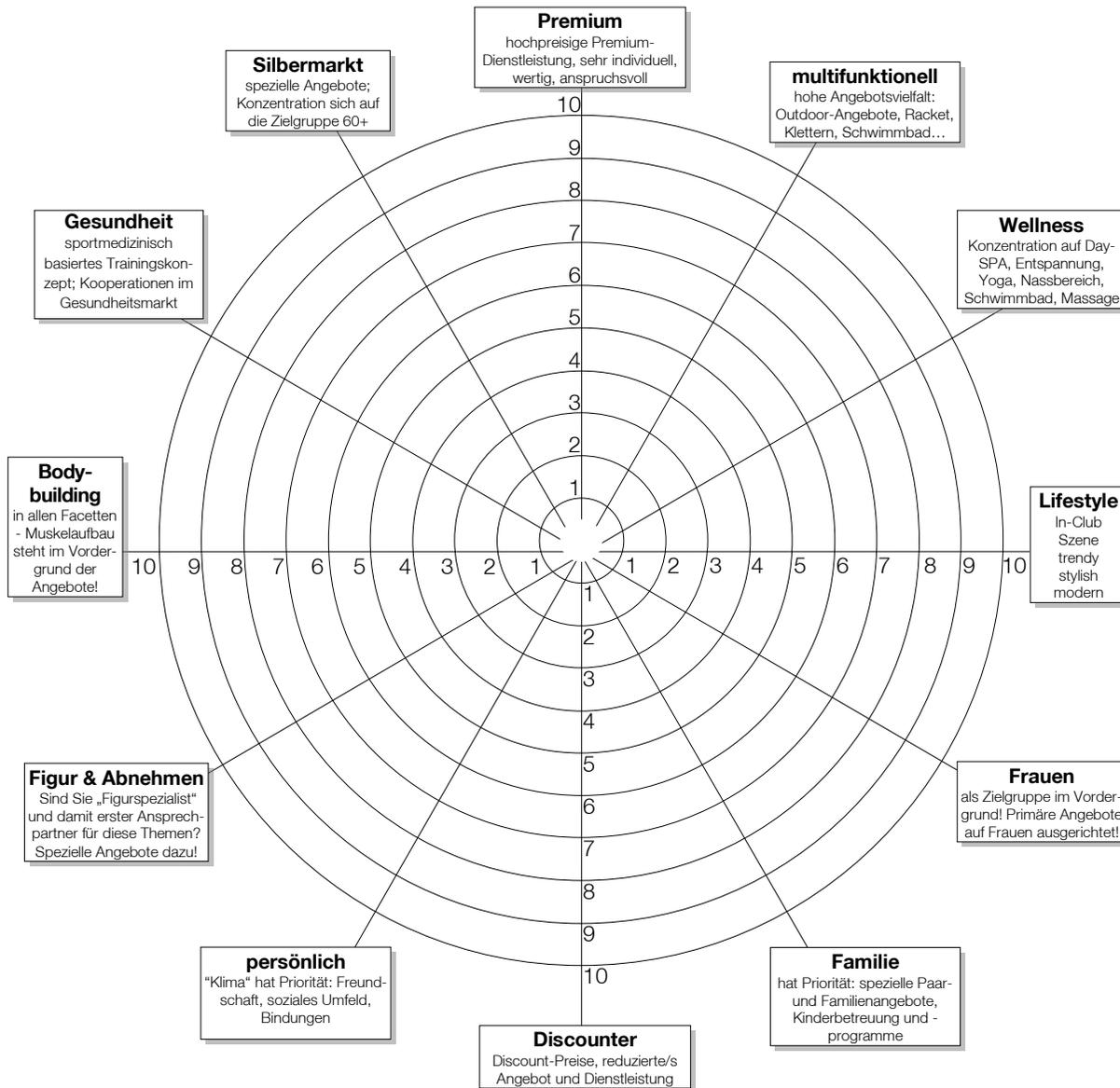


# 6. Schritt: Positionierung

- Schritt:** Weisen Sie jedem Bereich eine Position zu von 0 (trifft nicht zu) bis 10 (trifft zu 100 % zu).
- Schritt:** Danach verbinden Sie die einzelnen Punkte, so dass sich daraus ein Zwölfeck bildet.
- Schritt:** Definieren Sie die Positionen auch für jeden Mitbewerber (andersfarbigen Stift verwenden)



▶ Mit welchen Zielgruppen (Mitgliedern) kommen Sie als Inhaber/Betreiber am besten zurecht?

Alter? .....

Beschreibung: .....

▶ Was ist Ihr persönliches Steckepferd im gesamten Angebot Ihres Fitness-Clubs?

▶ Wie alt sind Ihre Trainer?

der/die jüngste: ..... der/die älteste: .....

▶ Wie alt sind Ihre Thekenmitarbeiter?

der/die jüngste: ..... der/die älteste: .....

▶ Altersschnitt Ihrer Mitglieder? ..... Jahre

▶ Frauenanteil ..... %

▶ Durchschnitt Kursteilnehmer .....

▶ Definieren Sie Ihre gewünschte Zielgruppe in einem kurzen Satz:

▶ Weicht Ihre aktuelle Zielgruppe von der gewünschten/angepeilten Zielgruppe ab?

## Hinweis

Bei der Bewertung der einzelnen Punkte sollten Sie strenge Kriterien anwenden. Zwei Beispiele:

- Eine „10“ im Bereich Wellness würde bedeuten, dass Sie neben verschiedenen Saunen z.B. Schwimmbad oder Wellness-Anwendungen (Massagen) anbieten.
- Eine „10“ im Figur-Bereich gibt es nur für Clubs mit speziellen Figurkonzepten wie z.B. Slim Belly®, Ernährungs-Konzepten...

## Bewertung der aktuellen Positionierung

aus Sicht des Beraters

|                       |   |   |   |   |                                |
|-----------------------|---|---|---|---|--------------------------------|
| sehr gut positioniert |   |   |   |   | keine Positionierung erkennbar |
| 1                     | 2 | 3 | 4 | 5 | 6                              |

aus Sicht des Inhaber/Betreibers

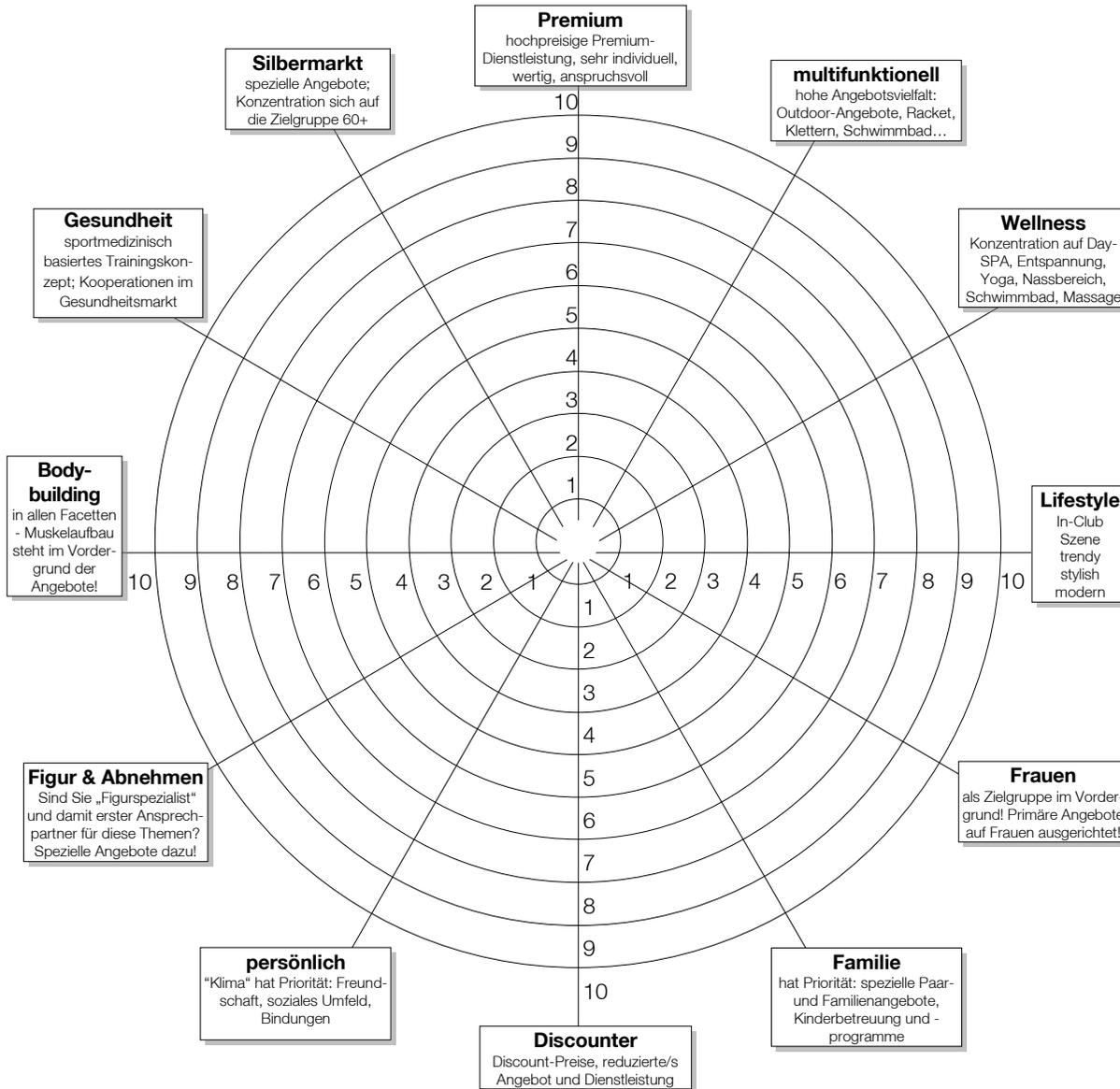
|                       |   |   |   |   |                                |
|-----------------------|---|---|---|---|--------------------------------|
| sehr gut positioniert |   |   |   |   | keine Positionierung erkennbar |
| 1                     | 2 | 3 | 4 | 5 | 6                              |

## Weiterführende Maßnahmen

- Detaillierte Analyse der Wettbewerber (mit Testbesuch)
- Detaillierte Markt- und Konkurrenzanalyse
- Bekanntheits- und Image-Check durch Passanten-Befragung
- Projekttag „Unternehmens-Positionierung im regionalen Markt“

# Positionierung (Kopiervorlage – für Ihre Mitarbeiter)

- Schritt:** Weisen Sie jedem Bereich eine Position zu von 0 (trifft nicht zu) bis 10 (trifft zu 100 % zu).
- Schritt:** Danach verbinden Sie die einzelnen Punkte, so dass sich daraus ein Zwölfeck bildet.



► Welche Funktion haben Sie im Club?

► Wie alt sind Sie?

► Was ist ihr persönliches Steckepferd im gesamten Angebot des Clubs?

► Wo sehen Sie Entwicklungspotential? Was würden Sie verändern?

## Hinweise

Kopieren Sie diese Seite und lassen Sie die Fragen unabhängig von jedem Mitarbeiter separat beantworten.

Bei der Bewertung der einzelnen Punkte sollten Sie strenge Kriterien anwenden. Zwei Beispiele:

- Eine „10“ im Bereich Wellness würde bedeuten, dass Sie neben verschiedenen Saunen z.B. Schwimmbad oder Wellness-Anwendungen (Massagen) anbieten.
- Eine „10“ im Figur-Bereich gibt es nur für Clubs mit speziellen Figurkonzepten wie z.B. Slim Belly®, Ernährungs-Konzepten...