



Volle Pulle für 99 Cent

Wenn Clubbesitzer ihren Kunden das Mitbringen eigener Getränke verbieten, sorgt das oft für Ärger. Da hilft ein preiswertes "Getränke-Abo", das die Schnorrer davon abhalten soll, ihre Getränke mitzubringen und zudem für Mehrumsatz an der Theke sorgt.

Allerdings muss ein gut durchdachtes Konzept zugrunde liegen. Das Handling mit Mineraldrinks und Tafelwasser soll vereinfacht und dadurch dem Theken- und Bistro-Personal mehr Zeit für seine eigentliche Aufgabe gegeben werden: die Kommunikation mit dem Mitglied.

Ein einfaches und gut funktionierendes Getränke-Abo-Konzept ist das All-Inclusive-Produkt "99 for You" der Aquarino Tafelwassersysteme GmbH, das unter dem Motto "Fairness Pur" auf den Markt gebracht wurde. Dass es gut funktioniert, zeigt sich daran, dass es seit Anfang Januar bereits als Pilotprojekt im Impuls Fitnessclub in Oldenburg vom Start weg ganz hervorragend arbeitet.

All you can drink für 99 Cent

Beim "99 for You" All-Inclusive-Abo kann das Mitglied für 99 Cent pro Woche soviel Mineraldrinks und Marken-Tafelwasser – still ungekühlt, gekühlt, sprudelnd und auf Wunsch auch Sauerstoffwasser – während jedes Clubbesuchs trinken wie es möchte. Ein von Aquarino eigens für "99 for You" entwickeltes Logo wird dazu in allen frequentierten Studiobereichen plat-

ziert und unterstützt damit die Service-Positionierung des Clubs.

Erfolgreich ist dieses Konzept, weil ihm eine eingehende, von Aquarino Geschäftsführer Karl-Heinz Rütter durchgeführte Analyse des Trinkverhaltens von Clubmitgliedern während ihres normalen Clubbesuches vorausging. Danach konsumieren 20 bis 25% der Mitglieder rund 80% des gesamten Getränkeumsatzes ("immer dieselben") und weit über 50% bringen ihr Getränk mit oder sie verzichten während ihres Trainings aufs Trinken. Den meisten Mitgliedern ist jedoch klar, dass man während seines Trainings bis zu zwei Liter trinken muss und sie besorgen sich ihr "Muss-Getränk" da, wo es günstig ist – entweder im Club oder im Supermarkt. Kurz: Die Getränke müssen am günstigsten im Club sein, damit sie dort gekauft und konsumiert werden. Bei den übrigen – den "Kann-Getränken" ist das Mitglied dagegen bereit, sich für seine Mühen zu belohnen und das Trinken wird mehr zum – weniger preisorientierten – Genießen an der Bar.

Das richtige Angebot für das "Muss-Getränk" während der Trainingsphase

scheint tatsächlich das All-Inclusive-Getränke-Abo für 99 Cent pro Woche mit unbegrenzter Trinkmenge zu sein. Das rechnet sich für den Betreiber – je nach Größe der Fitness-Anlage – ab einer Akzeptanz von 40 bis 50%.

Durch eine vorherige schriftliche Befragung der Mitglieder, mit einem Appell an den Gemeinschaftssinn und durch den extrem niedrigen Preis von 99 Cent pro Woche wird – wie man beim ersten Pilotprojekt im Impuls-Fitnessclub (1.700 Mitglieder) mit einer Akzeptanzquote von über 70% sieht – diese Gewinnschwelle deutlich überschritten.

Da der bisherige Getränkeumsatz nicht als Konkurrenz zum "99 for You" zu sehen ist, sondern "nur" das Potenzial widerspiegelt, das der Kunde während seines Clubbesuchs auszugeben bereit ist, ergibt sich durch die Umstellung eine zusätzliche Einnahmequelle. Auch deshalb, weil eine stärker besuchte Bar zu mehr Kommunikation und Zusatzumsatz – zumindest nach einiger Zeit – führt.

Die Aktion "99 for You" wurde durch ein persönliches Anschreiben an die Mit-

glieder, mit Postern und Thekenaufklebern sowie Aufstellern an den Fönablagen in den Umkleiden beworben.

Fast alle Neumitglieder machen mit!

Der Abo-Beitrag wird monatlich im 14-tägigen Abstand zum Mitgliedsbeitrag gesondert abgebucht, damit der günstige Abo-Preis für sich steht und nicht als "Beitragserhöhung" empfunden werden kann. Die Laufzeit des Abos wird an die Vertragslaufzeit angepasst. Bei Neumitgliedern gilt das Abo automatisch, außer sie lehnen es ausdrücklich ab. 95% aller Neumitglieder waren laut Impuls-Geschäftsführer Michael Dierßen seit Anfang Januar mit dem Getränke-Abo einverstanden. Sogar ehemalige Mitglieder konnten mit dem Angebot des preisgünstigen Abos in den Club zurückgeholt werden.

Eigene Flasche mit Namensschild

Zum "99 for You"-Abo gehört auch eine eigene 0,75 l Trinkflasche, die das Mitglied zum Einstandspreis von 2,- Euro erhält und die auf einem eigens dafür vorgesehenen Feld mit seinem Namen

versehen und mit nach Hause genommen werden kann. Dierßen und Giesen sind begeistert über den Zuspruch, den dieses Abo-Konzept unter ihren Mitgliedern gefunden hat, denn über die 95%ige Beteiligung der Neumitglieder wird auch die bisherige gute 70%ige Gesamtquote weiter gesteigert.

Der anteilige Aufwand für die eigene Personalschulung, Werbung und Logistik hat sich schon nach knapp zwei Monaten amortisiert und damit auch die Umstellung auf die "Aquarino Waterbase", ohne die das Konzept nicht realisierbar wäre.

Fazit

Das All-Inclusive-Angebot kann sich für den Club vom Start weg als zusätzliche Einnahmequelle erweisen, weil es ein ganzes Bündel an Vorteilen bringt: Indirekte Kontrolle des Trinkverhaltens (wer zahlt, trinkt auch), kein Mitbringen eigener Getränke, keine "Schrank"-Trinker mehr, kein Liegenlassen leerer Flaschen, einfaches Handling (Hygienekontrolle/Reinigung durch Kunden)

und vor allem: Garantierter Theken- bzw./Bistro-Umsatz, mehr Mitgliederkontakte, mehr Kundenbindung und Zusatzumsätze.

Heinz Berthold

Zur Rechtslage

Zum Thema "Getränke-Verbot" in Fitness-Studios liegt ein Urteil des OLG Brandenburg vor. Darin hat dieses für die Argumentation einen breiten Spielraum gelassen. (...) Aus den Urteilsgründen geht hervor, dass das Gericht es für zulässig erachtet, ein Getränkeverbot auszusprechen, sofern die Möglichkeit eines Erwerbs von Getränken zu angemessenen Preisen sichergestellt ist. Bezüglich der Preisgestaltung wies es darauf hin, dass es mit angemessenen Preisen nicht Einzelhandelspreise, sondern in der Gastronomie übliche Preise meint. (...) Festzuhalten bleibt daher, dass das OLG ein Getränkeverbot unter bestimmten Voraussetzungen für zulässig erachtet.

*Hans. A. Geisler,
Rechtsexperte für des VDF*

Anzeige 1/2 quer