

## Übereinstimmung ist des Fortschritts Tod

**Wer Entwicklung möchte, muss bereit sein, sich auf Streit einzulassen. Das ist der Grund, warum ich auf meinen Trainerschulungen durchaus auch mal Streit suche. Und den kann ich auch schnell kriegen, wenn ich zum Beispiel sage:**

*„Das Erklären der Trainingsgeräte und -übungen ist nicht Aufgabe des Trainers. Die Übungen können sich die Mitglieder, wenn nötig, auch gegenseitig selbst erklären.“*

Diese Aussage empfinden Trainer oft zuerst einmal als Provokation – und als Provokation ist sie auch gedacht. Die „Provokation“ ist, ebenso wie das „Spiegeln“, eine spezielle Methode, die zum Beispiel in der Psychologie, aber auch in der Ausbildung angewendet wird, um die Aufmerksamkeit auf überkommene, allgemein akzeptierte Wahrheiten zu lenken, die auf ihren tatsächlichen Wahrheitsgehalt hin jedoch dringend einmal hinterfragt werden sollten. Durch „Spiegeln“ und „Provokation“ legt man den Finger in die Wunde – und das ist mitunter schmerzhaft.

Alte Wahrheiten auf ihren tatsächlichen Wahrheitsgehalt hin zu hinterfragen, ist im Zeitalter der Digitalisierung und im Wettbewerb zu den Diskountern

dringend geboten, weil man sich alte Fehler im Wettbewerb mit den Herausforderungen unserer Zeit einfach nicht mehr leisten kann.

Mehr denn je liegt der Erfolg des Unternehmens in den Händen des Trainers. Er ist nicht nur verantwortlich für den Trainingserfolg seiner Kunden, sondern auch für den Zulauf und den Dropout an Mitgliedern und damit auch für den Umsatz, sowohl den „Umsatz pro Kunde“ als auch den „Umsatz pro Mitarbeiter“.

### **Alles hängt vom Trainer ab**

Gemessen an dieser Verantwortung würde ich, wäre ich Fitnessclubbetreiber, nicht wollen, dass sich meine wichtigsten Mitarbeiter mit der Einweisung der Neumitglieder aufhalten. Und wenn doch, dann sollte das so effizient wie möglich geschehen.

Werfen wir ein paar Schlaglichter auf die dringlichsten Engpässe im direkten Einflussbereich des Trainers:

### **Mangelnder Zulauf**

Ich spreche bewusst nicht von „Problemen der Mitgliederengewinnung“, denn dass die Notwendigkeit einer hochprofessionellen, kostenaufwändigen Mitgliederengewinnung überhaupt besteht, ist das Problem.

Stellen Sie sich vor, eine Klinik wollte den mangelnden Zulauf an Patienten durch „aktive Patientengewinnung“ kompensieren, statt sich zu fragen, warum der Zulauf nicht stimmt. Die Klinik stellt also die verantwortlichen Fehler nicht ab und potenziert durch die aktive „Patientengewinnung“ noch deren verheerende Wirkung.

Macht einen solchen Fehler eine Klinik, empfindet man das als geradezu makaber. Die Patienten sterben wie die Fliegen, während die Klinik versucht, immer neue zu bekommen.

Wenn den grossen Zulauf trotz unseres aufwändigen Marketings inzwischen die Diskonter haben, dann machen wir einen Fehler, wenn wir uns weiterhin vorrangig um unser Marketing kümmern. Wir haben dann nicht nur ein Problem mit der Effizienz unserer Arbeit, sondern bereits mit deren Effektivität. Das heisst, wir machen nicht die richtigen Dinge, aber falsch, sondern wir beschäftigen uns vorrangig mit den falschen Dingen.

Für den Unternehmer heisst, sich mit den richtigen Dingen zu beschäftigen, dafür zu sorgen, dass ihre hochqualifizierten Trainer die richtigen Dinge und die richtigen Dinge richtig tun.

Wäre ich mit der Leitung einer Klinik betraut, würde ich nicht Ärzte, die am offenen Herzen operieren sollten, mit der Blutabnahme betrauen, und ich würde als Inhaber einer Autowerkstatt nicht zuschauen, wenn meine qualifiziertesten



### **Andreas Bredenkamp**

Jahrgang 1959

Studierte Germanistik und Sport  
Deutscher Meister im Bodybuilding  
Autor des Buches "Erfolgreich trainieren"  
und des "Fitnessführerscheins"