



# Herzlich willkommen!

# Was wird **WIRKLICH** der Unterschied der **ZUKUNFT** im Unternehmen sein?

Die  
**QUALITÄT!**

Die  
**MITARBEITER!**

Die  
**KONZEPTE!**

**Die gelebte QUALITÄT!**

**Die begeisterten MITARBEITER!**

**Die erfolgreich umgesetzten  
KONZEPTE!**

# Qualität!

Was ist  
**Qualität!**

Qualität ist der ANSPRUCH den man an  
sich und sein Unternehmen stellt!

„Qualität ist der Anspruch den  
man an sich und sein  
Unternehmen stellt!“



## Total Quality Management (TQM)

### Definition nach DIN ISO 8402

„Auf der Mitwirkung aller ihrer Mitglieder basierende Führungsmethode einer Organisation, die Qualität in den Mittelpunkt stellt und durch Zufriedenheit der Kunden auf langfristigen Geschäftserfolg der Organisation und für die Gesellschaft zielt“

### Firmenweisheit:

## „Täglich Qualität machen!“

Konosuke Matsushita (1894-1989)

Gründer des Matsushita-Konzernes (heute Panasonic), führte schon 1929 innovative Management-Methoden ein. Anlässlich eines Empfangs westlicher Industrieller sagte er:

*„Wir werden gewinnen, und der industrielle Westen wird verlieren. Dagegen könnt ihr nicht viel tun, weil der Grund des Versagens in euch selbst liegt. Nicht nur eure Firmen sind nach dem Taylorschen Modell gebaut, auch eure Köpfe. Eure Bosse besorgen das Denken, und Ihre Mitarbeiter schwingen die Werkzeuge. Im tiefsten Innern seid ihr noch überzeugt, dies sei der einzige richtige Weg, ein Unternehmen zu betreiben. Für euch bestehet Management darin, die Ideen aus den Köpfen der Manager in die Köpfe der Mitarbeiter zu bringen.“*

**DU  
entscheidest  
WER DU bist !**

# Arbeitsprozesse!









coffee

# Wodurch unterscheidet sich der Fitnessclub der Zukunft

## Arbeitsprozesse

**Verkauf**

**Theke**

**Telefon**

**Kursbereich**



# Habe ich konsequente Arbeitsprozesse?

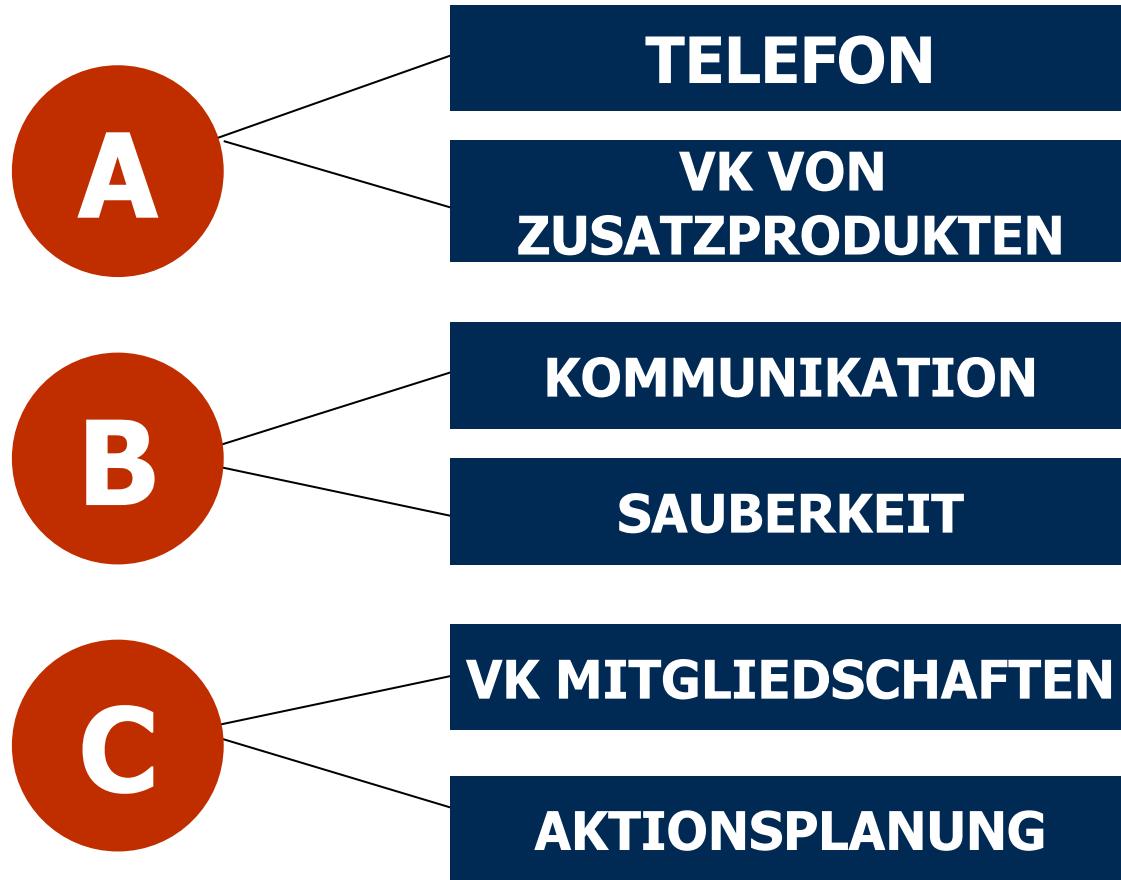


# Was muss alles in ein QM – Handbuch?

## Und wie geht man vor?

Das Inhaltsverzeichnis!  
Das Organigramm!  
Das Anforderungsprofil!  
Die Prioritäten!  
Die Stellenbeschreibung!  
Leitbild / Philosophie!

# THEKE



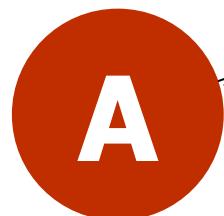
# TRAINER



# KURSBEREICH

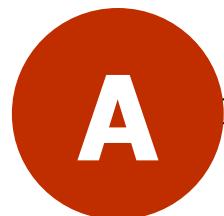


# Verkaufsabteilung



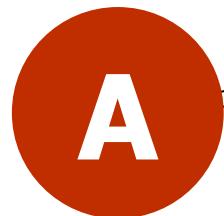
Verkauf von Mitgliedschaften

Mitarbeiter coachen



Kooperationspartner

Promotion



Marketingplanung

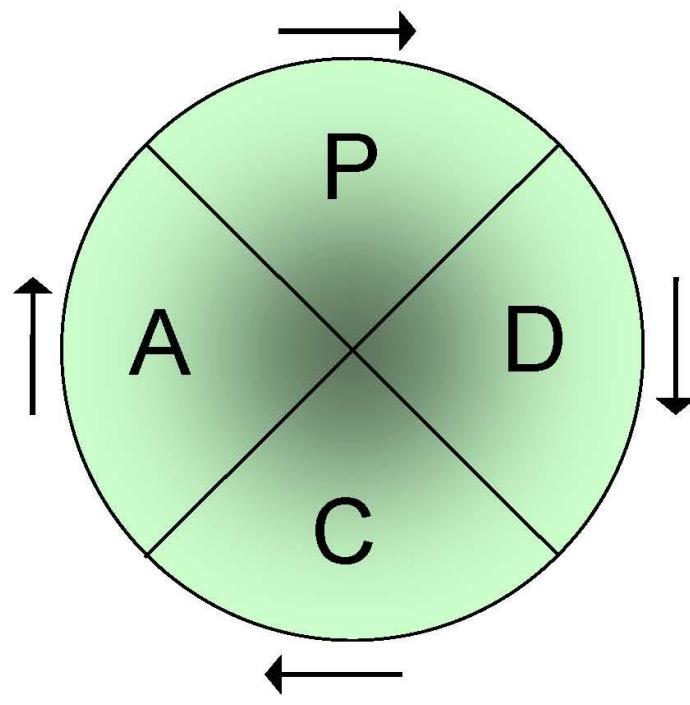
Controlling / Statistiken



# Die Stellenbeschreibung!

# P-D-C-A Circle

Nie endende kontinuierliche Verbesserung



P = plan (planen)

D = do (ausführen)

C = Check (überprüfen)

A = act (Verbessern)

# Motivierung der Mitarbeiter

**...denn die größte ungenutzte Energiequelle  
im Unternehmen sind die Mitarbeiter!**

**Der Grundstein zu einem  
erfolgreiche „QM“ ist der  
ehrliche „IST – ZUSTAND“!!**

# Die SWOT - ANALYSE:

**S** = Strengths ( Stärken )

**W** = Weaknesses ( Schwächen )

**O** = Opportunities ( Chancen )

**T** = Threats ( Risiken )

# Motivierung der Mitarbeiter

Geheime Mitarbeiterbefragung!  
SWOT Analyse!

Stärken „untermauern“!  
Schwächen „abbauen“!

# PLUS / MINUS!

Manchmal ist alles ganz einfach!

Die Ergebnisse der SWOT Analyse oder auch als „BEREICHSÜBERPRÜFUNG“ ist dieses System sehr einfach und optimal!

Schreibt doch mal bei „PLUS“ auf was alles SUPER ist!  
Und schreibt bei „MINUS“ auf

Diese Aufgabe fällt „nach“ der SWOT – Analyse an!

Es sollte aber immer parallel  
zur Mitarbeiterbefragung  
auch eine aktuelle  
**„MITGLIEDERBEFRAGUNG“**  
gemacht werden! !

# Die wichtigsten zwei Worte:

## „schreib auf!“

# Handbuch?!

# Inhalt?!

## Qualitätsmanagement

**Maik Ebener**  
Seminare | Beratung | Werbung

**6. Verkauf/Mitgliedschaftsvereinbarung**

- Stellenbeschreibung
- Vorverkauf
- Kontaktphase
- Bedarfsanalyse
- Bedarfsfestigung
- Probefahrt und Übergang
- Abschlussgespräch
- Ausfüllen Mitgliedschaften
- Laufzeit/Beiträge/Wellnessabo
- Kündigung
- Vertragsgegenstand
- Zahlungstermin
- Ruhestand
- Zahlungsart
- Minderjähriges
- Partner- und Familientarif
- Firmenfitness
- Gruppentarif
- Studenten- und Schülertarif
- Mitglieder werben Mitglieder
- Verwöhngutscheine/2 Tage Gratis
- Training mit Minderjährigen

**7. Telefonmarketing/Call Center**

- Telefonleitfäden passiv
- Mustertelefonat D.K. Anrufe
- Mustertelefonat „Wo bist du“ Anrufe
- Mustertelefonat Kundigungsbearbeitung

**8. Studioleitung**

- Stellenbeschreibung

**9. Kooperation/Firmenfitness/Gruppentarife**

- Aktuelle Aktionen
- Jahreswerbeplanung

**10. Promotion**

- Marketing/Werbeaktionen

**11. Marketing/Werbeaktionen**

**12. Notfallmanagement**

- Lage Notausgänge
- Lage Verbandskästen
- Verhalten Feuerwehr
- Verhalten Brandball
- Verhalten Unfall/Ersthelfer

**13. Konzepte**

**14. Team**

**15. Sonstiges**



## Inhalt

<b>Allgemeines</b>	<b>1</b>
<b>Rezeption / Theke</b>	<b>2</b>
<b>Fitness / Trainingsbereich</b>	<b>3</b>
<b>Kusbereich / Aerobic</b>	<b>4</b>
<b>Wellness / Sauna / Kosmetik / Solarium</b>	<b>5</b>
<b>Verkauf / Mitgliedschaftsvereinbarung</b>	<b>6</b>
<b>Telefonmarketing / Call Center</b>	<b>7</b>
<b>Studioleitung</b>	<b>8</b>
<b>Kooperation / Firmenfitness / Gruppentarife</b>	<b>9</b>
<b>Promotion</b>	<b>10</b>
<b>Marketing / Werbeaktionen</b>	<b>11</b>
<b>Notfallmanagement</b>	<b>12</b>
<b>Konzepte</b>	<b>13</b>
<b>Team</b>	<b>14</b>
<b>Sonstiges</b>	<b>15</b>



**Maik Ebener**  
 Seminare | Beratung | Werbung



## Handbuch

<b>1. Allgemeines</b>	<b>6. Verkauf/Mitgliedschaftsvereinbarung</b>
Bitte durchlesen! Spielregeln Mitarbeiterkonditionen Arbeitszeitpläne Out-/Indooraktivitäten Provisionen Zahlen/Daten/Fakten Anlagen Öffnungszeiten Prämienzahlung Urlaub	Stellenbeschreibung Verkauf Kontaktpause Bedarfsanalyse Bedarfsermittlung Probefahrt und Übergang Verkaufsgespräch Abschluss Ausfüllen Mitgliedschaften Mitgliedschaftsbeginn Laufzeit/Beiträge/Wellnessabo Kündigungen Vertragsgegenstand Zahlungstermin Ruhezeiten Zahlungsart Minderjährige Partner- und Familientarif Firmenfitness Gruppentarif Studenten- und Schülertarif Mitglieder werben Mitglieder Verwöhnutschein/7 Tage Gratis Training mit Minderjährigen
<b>2. Rezeption/Theke</b>	<b>7. Telefonmarketing/Call Center</b>
Stellenbeschreibung Bekleidung Telefon Terminierung Interessent im Studio Änderungsmeldung Informationsfluss Aufgaben Gutscheine Bestände Getränke/Nahrungsergänzung	Telefonleitfaden passiv Mustertelefonat O.K. Anrufe Mustertelefonat „Wo bist du“ Anrufe Mustertelefonat Kündigungsbearbeitung
<b>3. Fitness/Trainingsbereich</b>	<b>8. Studioleitung</b>
Stellenbeschreibung Bekleidung Probtrennung Erster Trainingsplan Nachbetreuung/Personaltraining Fitness-Check Folgetrainingsplan Betreuung Interessentenbearbeitung Glückobox	Stellenbeschreibung Bekleidung Allgemeines Neu einsteiger/Interessenten Aerobic/Cyclingraum Stundenbeginn/-ende Vertretung
<b>4. Kusbereich/Aerobic</b>	<b>9. Kooperation/Firmenfitness/Gruppentarife</b>
Stellenbeschreibung Allgemeines Neu einsteiger/Interessenten Aerobic/Cyclingraum Stundenbeginn/-ende Vertretung	Aktuelle Aktionen Jahreswerbeplanung
<b>5. Wellness/Sauna/Kosmetik/Solarium</b>	<b>10. Promotion</b>
Stellenbeschreibung Bekleidung Telefon Bestände (Ware/Getränke/Nahrungsergänzung) Kunden Wellness	Marketing / Werbeaktionen
<b>11. Marketing/Werbeaktionen</b>	<b>12. Notfallmanagement</b>
	Lage Notausgänge Lage Verbandskästen Lage Feuerlöscher Verhalten Brandfall Verhalten Unfall/Ersthelfer Verbandbuch
<b>13. Konzepte</b>	<b>14. Team</b>
<b>15. Sonstiges</b>	<b>15. Sonstiges</b>



# Handbuch

## 1. Allgemeines

3D Lageplan  
Leitbild  
Organigramm  
Spielregeln  
Öffnungszeiten  
Jahresplanung  
Jahresweiterbildungsplan  
Meetings- und Inhouseschulungsplan  
Arbeitszeitpläne  
Imageflyer  
Grundlagen Vorstellungsgespräch  
Bewerbungsgesprächsbögen  
Auswertung Vorstellungsgespräch

## 2. Rezeption / Theke

Anforderungsprofil Service  
Stellenbeschreibung  
ABC Prioritäten  
Arbeitsprozess Telefon  
Telefonleitfaden  
Leitfaden Interessentenempfang Walk In  
Leitfaden Interessenten mit Termin  
Kopiervorlagen:  
\*Änderungsmitteilung  
\*Ruheantrag  
\*Rückgabe TGS und Schlüssel  
\*Mitteilungsbogen / Beschwerde  
\*Gesprächsnotizvorlage  
Öffnung Sportpark  
Abschlussrundgang  
Gutscheine  
Thekenprodukte  
Beschwerdemanagement:  
\*Was ist eine Beschwerde  
\*Leitfaden optimaler Ablauf  
\*Lösungsblatt Beschwerde  
\*Beschwerdekatalog  
\*Mitteilungsbogen  
Provisionen  
Ballsport:  
\*Preisliste  
\*ABO-Vertrag  
\*Allgemeine Geschäftsbedingungen  
\*Smile Programm Beschreibung  
Thekenführerschein

## 3. Fitness / Trainingsbereich

Anforderungsprofil Trainer  
Stellenbeschreibung  
ABC Prioritäten  
Standart Trainingspläne  
Leitfaden „Zeit für Dich“  
Muster System 72 Plan  
Leitfaden Trainingsbetreuung  
Gesundheitschecks  
\*Cardioscan  
\*Blutdruckmessung  
\*Körperperfettanalyse  
\*Ausdauerstest  
\*Backcheck  
\*Flexcheck

Kundendatenblatt  
Aufgaben Kommutrainer  
Checkliste Kommutrainer  
Checkliste Trainer

## 4. Rehabilitationsport

Allgemeine Information zum Rehasport  
Imageflyer Reha  
System 50 Plan Reha  
Leitfaden Trainingsbetreuung Reha

## 5. Kursbereich

Anforderungsprofil Kurstrainer  
Stellenbeschreibung  
ABC Prioritäten  
Kursbeschreibungen  
Leitfaden Kursbereich  
Leitfaden Ablauf eines Kurses  
Vorschläge für den neuen Kursplan  
Kursplan  
Kursplan Gesundheit  
Kurscheckliste Hospitation Vorlage  
Kurscheckliste Vorlage  
Kursbeschreibungen

## 6. Wellness / Sauna

Saunaanschaltung/-ausschaltung  
Bedienung Licht & Lüftung  
Hygieneabläufe

# Handbuch

## 1. Allgemeines

- 1.1 3D Lageplan
- 1.2 Leitsatz und Leitbild
- 1.3 Organigramm
- 1.4 Spielregeln
- 1.5 Öffnungszeiten
- 1.6 Jahresplanung
- 1.7 Jahresweiterbildungsplan
- 1.8 Meetings- und Inhouseschulungsplan
- 1.9 Arbeitszeitpläne
- 1.10 Meetingstruktur
- 1.11 Imageflyer
- 1.12 Grundlagen Vorstellungsgespräch
- 1.13 Bewerbungsgesprächsbögen
- 1.14 Auswertung Vorstellungsgespräch
- 1.15 Datenschutz Audit

## 2. Rezeption / Theke

- 2.1 Anforderungsprofil Service
- 2.2 Stellenbeschreibung
- 2.3 ABC Prioritäten
- 2.4 Arbeitsprozess Telefon
- 2.5 Telefonleitfaden
- 2.6 Leitfaden Interessentenempfang Walk In
- 2.7 Leitfaden Interessenten mit Termin
- 2.8 Kopiervorlagen:
  - 2.8.1 Änderungsmitsellung
  - 2.8.2 Ruheantrag
  - 2.8.3 Rückgabe Mitgliedskarte und TGS
  - 2.8.4 Mitteilungsbogen / Beschwerde
  - 2.8.5 Gesprächsnotizvorlage
- 2.9 Öffnung Sportpark
- 2.10 Abschlussrundgang
- 2.11 Gutscheine
- 2.12 Thekenprodukte
- 2.13 Beschwerdemanagement:
  - 2.13.1 Was ist eine Beschwerde
  - 2.13.2 Aktives Zuhören
  - 2.13.3 Leitfaden Ablauf von Beschwerden
  - 2.13.4 Beschwerde - optimaler Ablauf
  - 2.13.5 Lösungsblatt Beschwerde
  - 2.13.6 Beschwerdekatolog
  - 2.13.7 Mitteilungsbogen
  - 2.13.8 Feedbacksystem (Lob&Tadel)
- 2.14 Provisionen

## 2. Rezeption / Theke

- 2.15 Ballsport:
  - 2.15.1 Preisliste
  - 2.15.2 ABO-Vertrag
  - 2.15.3 Muster ABO-Vertrag
  - 2.15.4 Allgemeine Geschäftsbedingungen
  - 2.15.5 Leitfaden "SMILE" Programm ABO
  - 2.15.6 Leitfaden "SMILE" Programm Normal

## 3. Fitness / Trainingsbereich

- 3.1 Anforderungsprofil Trainer
- 3.2 Stellenbeschreibung
- 3.3 ABC Prioritäten
- 3.4 Unsere Spezialisten
- 3.5 Standart Trainingspläne
- 3.6 Leitfaden "Zeit für Dich"
- 3.7 Muster System 72 Plan
- 3.8 Zeit für Belohnung
- 3.9 Leitfaden Trainingsbetreuung
- 3.10 Gesundheitschecks
  - 3.10.1 Cardioscan
  - 3.10.2 Blutdruckmessung
  - 3.10.3 Körperfettanalyse
  - 3.10.4 Ausdauertest
  - 3.10.5 Backcheck
  - 3.10.6 Flexcheck
- 3.11 Kundendatenblatt "Zeit für deine Ges."
- 3.12 Leitfaden Trainer "Wo bist Du"
- 3.13 Checkliste "Wo bist Du"
- 3.14 Musterbrief "Wo bist Du"
- 3.15 Aufgaben Kommutrainer
- 3.16 Checkliste Kommutrainer
- 3.17 Checkliste Trainer

## 4. Rehabilitationssport

- 4.1 Anforderungsprofil Reha
- 4.2 Allgemeine Information zum Rehasport
- 4.3 Imageflyer Reha
- 4.4 Reha Mitgliedschaft
- 4.5 Musterverordnung Reha
- 4.6 System 50 Plan Reha
- 4.7 Leitfaden Trainingsbetreuung Reha
- 4.8 Reha Trainingsplan

## 5. Kursbereich

- 5.1 Anforderungsprofil Kurstrainer
- 5.2 Stellenbeschreibung
- 5.3 ABC Prioritäten
- 5.4 Kursbeschreibungen
- 5.5 Leitfaden Kursbereich
- 5.6 Leitfaden Ablauf eines Kurses
- 5.7 Vorschläge für den neuen Kursplan
- 5.8 Kursplan
- 5.9 Kursplan Gesundheit
- 5.10 Kurscheckliste Hospitation Vorlage
- 5.11 Kurscheckliste Vorlage
- 5.12 Checkliste Kursräume

## 6. Kinderbetreuung

- 6.1 Anforderungsprofil Kinderbetreuung
- 6.2 Stellenbeschreibung
- 6.3 ABC Prioritäten
- 6.4 Regeln für unser Zwergeiland
- 6.5 Bewerbungsgesprächsbogen
- 6.6 Hinweis für die Kinderbetreuung

## 7. Wellness / Sauna / Solarium

- 7.1 Saunaanschaltung/-ausschaltung
- 7.2 Bedienung Licht & Lüftung
- 7.3 Hygieneabläufe
- 7.4 Hygierundgang
- 7.5 Solarium (Bedienungshinweis/Kosten)

## 8. Verkauf / Mitgliedschaften

- 8.1 Anforderungsprofil Verkauf
- 8.2 Stellenbeschreibung
- 8.3 ABC Prioritäten
- 8.4 Leitfaden Beratungsgespräch
- 8.5 Laufzeit/Beiträge
- 8.6 Muster Mitgliedschaft
- 8.7 Liste mit Abbuchungsterminen
- 8.8 Mitgliedschaft Minderjährige
- 8.9 Zumba Kontaktbogen
- 8.10 Zumba Mitgliedschaftsvereinbarung
- 8.11 Five Mitgliedschaftsvereinbarung (8Wo.)
- 8.12 Firmenfitness – Konditionen
- 8.13 Mitglieder werben Mitglieder

## 9. Reinigung

- 9.1 Anforderungsprofil Reinigung
- 9.2 Stellenbeschreibung
- 9.3 ABC Prioritäten
- 9.4 Reinigungspläne

## 10. Hausmeister

- 10.1 Anforderungsprofil Hausmeister
- 10.2 Stellenbeschreibung
- 10.3 ABC Prioritäten

## 11. Telefonmarketing

- 11.1 Arbeitsprozess Telefon
- 11.2 Mustertelefonat Wo bist du Anrufe
- 11.3 Checkliste „Wo bist Du“
- 11.4 Leitfaden Nicht gekommene Termine
- 11.5 Leitfaden Kündigungen
- 11.6 Leitfaden Geburtstagsgrüße
- 11.7 Leitfaden Terminbestätigung

## 12. Studioleitung

- 12.1 Anforderungsprofil Clubleitung
- 12.2 Definition Bereichsleiter:
  - 12.2.1 Verkauf
  - 12.2.2 Verwaltung
  - 12.2.3 Reha
  - 12.2.4 Ballsport
  - 12.2.5 Kurse
  - 12.2.6 Trainingsfläche
  - 12.2.7 Theke
  - 12.2.8 Personal
  - 12.2.9 Marketing
  - 12.2.10 Kinderbetreuung
  - 12.2.11 Hausmeister
  - 12.2.12 Reinigung

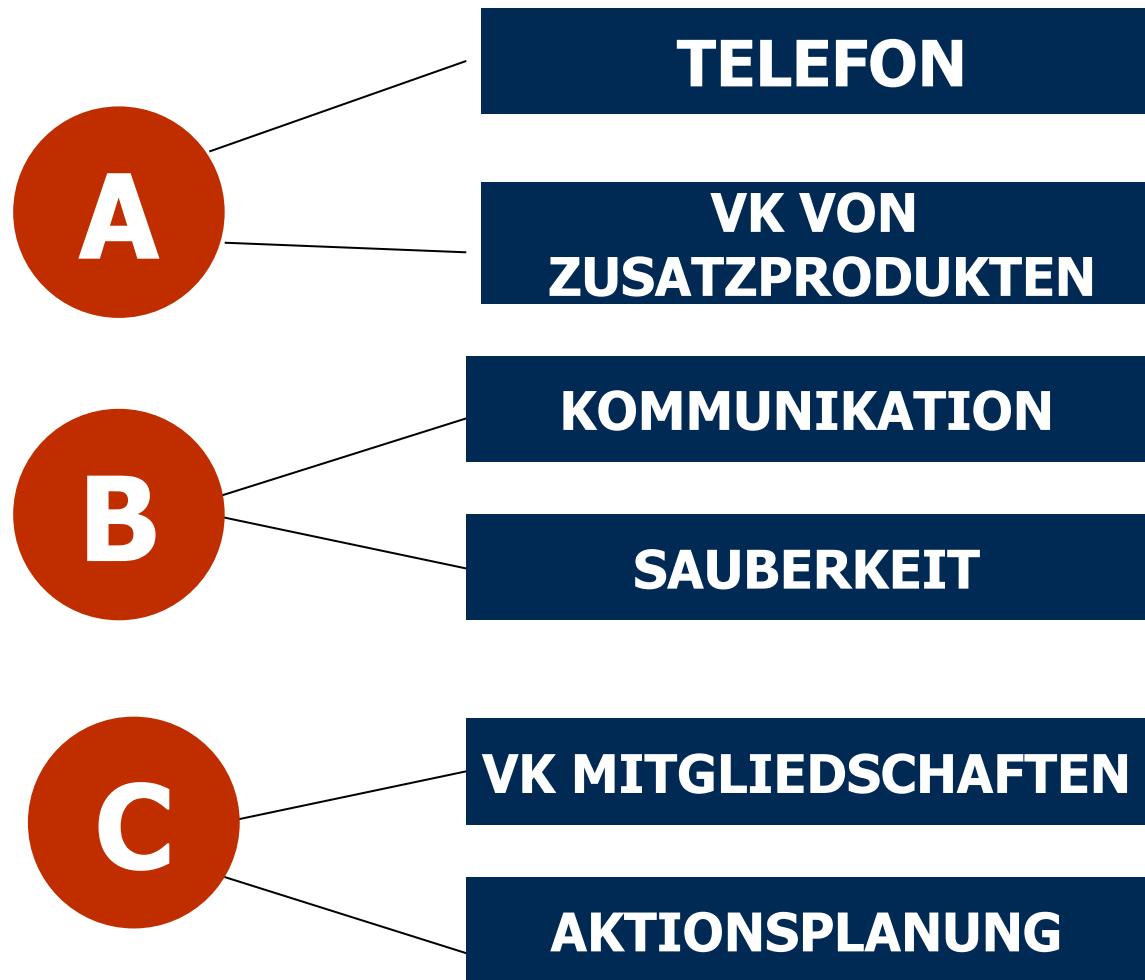
## 13. Kooperation / Firmenfitness

- 13.1 Aufstellung Werbepartner
- 13.2 Aufstellung Kooperationspartner
- 13.3 Muster Werbebandenvertrag

## 14. Promotion

- 14.1 Ausstattung & Der Promoter
- 14.2 Leitfaden Promotion & Gutscheine
- 14.3 Musterbrief "Gewinnspiel – Promotion"
- 14.4 Definition von Promotion
- 14.5 Planung und Promotionkalender 2012
- 14.6 Promotionsteam
- 14.7 Verdienstmöglichkeiten
- 14.8 Mustertelefonat Promotion

# Prioritäten setzen!



# Auszug einer Stellenbeschreibung!

# Stellenbeschreibung Rezeption

**Florian Mews**



„Der Rezeptionist ist verantwortlich für den erfolgreichen Verkauf von Zusatzprodukten, die optimale Betreuung unserer Gäste und das professionelle Führen von Telefonaten“

© Copyright Wartenberger Club GmbH





## Unser Ziele



# City Fitness

# Philosophie & Credo



## Philosophie (1)

Das City Fitness und Gesundheitszentrum ist ein Ort der Begegnung, wo man Freunde trifft und etwas Positives für sich tut.

Fitness, Erholung und Spaß bilden in unserer Anlage eine Symbiose, von der alle Mitglieder profitieren.

Die Einzigartigkeit unserer Anlage liegt in ihrer Vielfalt.

Aus einem breiten Kursangebot können unsere Mitglieder individuell oder in der Gruppe Aktivität und Entspannung persönlich gestalten und erleben.



## Philosophie (2)

Darüber hinaus bieten wir unseren Mitgliedern innovative Trainingsmöglichkeiten und vielfältige gesundheitsorientierte Programme wie zum Beispiel Theorieseminare sowie ein ausgewogenes, wissenschaftlich evaluiertes Ernährungskonzept an, um ihr Training so individuell und ganzheitlich wie möglich zu gestalten.

Wir sehen es als tägliche Aufgabe, uns um das Wohlbefinden und die Gesundheit unserer Mitglieder zu kümmern.



## Philosophie (3)

Unser Ziel ist es, unseren Mitgliedern Spaß an der Bewegung zu vermitteln, ihr Gesundheitsbewusstsein zu stärken sowie ihnen ein besseres Köpergefühl und ein gesundes, ganzheitliches Lebensgefühl zu ermöglichen.

Dazu gehört auch, ihnen die Möglichkeit zu bieten, in unserer Anlage Stress abzubauen und Erholung zu finden.

Wir begnügen uns nicht damit, unsere Mitglieder zufrieden zu stellen, wir wollen sie begeistern!



## Philosophie (4)

Wir wollen die Erwartungen unserer Mitglieder nicht nur erfüllen, sondern sie übertreffen und so den individuellen Wünschen und Bedürfnissen unserer Mitglieder in unserem Einflussbereich gerecht werden.

Unsere freundlichen, hochqualifizierten Mitarbeiter stellen unsere Mitglieder absolut in den Mittelpunkt und helfen ihnen dabei, ihr individuelles Trainingsziel zu erreichen.



## Philosophie (5)

Ein freundliches, harmonisches Miteinander und ein schönes Ambiente gewährleisten ein angenehmes Klima, damit unsere Mitglieder ihre Zeit für sich so wertvoll wie möglich gestalten können.

Nur wenn unsere Mitglieder begeistert sind, haben wir unser Ziel erreicht. Dabei sind Qualität, Kontinuität und Nachhaltigkeit der Weg zum Ziel.

Um dieses Ziel zu erreichen, bietet das City Fitness und Gesundheitszentrum allen Beteiligten einen hohen Nutzen, gleichmäßig für Mitglied, Mitarbeiter und das Unternehmen.



# Credo

## Wir wollen:

- dir den Rücken stärken
- dich immer wieder neu fordern
- dir Ablenkung bieten
- dir Rückhalt geben
- Gesundheit vermitteln

# Leitbild

# Position

# stark



**Wir sind ein seit 1997 in Leonberg marktführendes Unternehmen im Bereich Fitness und Gesundheit. Die Wünsche und Ziele unserer Mitglieder stehen im Mittelpunkt unserer Arbeit. Für Qualität und Professionalität stehen wir mit unserem guten Namen.**

**...Erfahrung und Kompetenz sind für uns die Grundvoraussetzung, um unsere Mitglieder bei ihrem Training zu unterstützen und ihnen den Weg zu zeigen wie sie ihre Ziele für ein Plus an Gesundheit und Wohlbefinden erreichen können. Qualität ist dabei unser oberstes Gebot. Wir wissen um unsere Stärken und stellen uns gerne dem Wettbewerb - wir erkennen ihn als Leistungsmaßstab an.**

Ziele

gesund



**Die Gesundheit und Vitalität unserer Mitglieder steht für uns an erster Stelle. Dafür setzen wir unser ganzes Wissen, unsere Erfahrung und die modernsten Geräte ein.**

**...Wir sehen es als unsere zentrale Aufgabe an, jedes Mitglied bei der Erreichung seiner persönlichen und gesundheitlichen Ziele zu unterstützen und diese gemeinsam zu erreichen.**

## Mitglieder



### individuell

**Die individuelle Betreuung und die ganzheitliche Wahrnehmung eines jeden Mitgliedes ist für uns die Basis unserer Arbeit. Jedes Mitglied wird mit seinen Problemen und Wünschen von uns als Persönlichkeit wahrgenommen und respektiert, wir betreuen alle Mitglieder individuell und zuverlässig und sind stolz auf ihre Erfolge.**

**Jedes einzelne Mitglied wird das Gefühl haben, gut aufgehoben zu sein. Das Pro Vitess ist gleichermaßen für Jung und Alt attraktiv. Eine entspannte, familiäre und zwanglose Atmosphäre trägt zu einem ausgeglichenen Miteinander aller Altersgruppen bei.**

Stärken

professionell



**Unsere Stärke ist die fachliche Kompetenz auf den Gebieten Fitness, Wellness und Ernährung. Ein umfangreiches und spezielles Fachwissen unserer Mitarbeiter sowie die modernste Ausstattung garantieren den persönlichen Erfolg unserer Mitglieder.**

**... Der verlässliche Qualitätsstandard im Pro Vitess gibt die Sicherheit, richtig und mit Spaß zu trainieren.**



**Wir - die Mitarbeiter- sehen uns als Team und handeln umsichtig und fair. Wir gehen offen und respektvoll miteinander um und unterstützen uns gegenseitig. Wir machen uns im Team für unsere Mitglieder stark und arbeiten ständig daran, uns weiter zu verbessern.**

**... Die Mitarbeiter sind sich bewußt, dass sie im Pro Vitess mit den modernsten Geräten arbeiten. Regelmäßige Fortbildungen garantieren eine stetige und optimale Qualifikation und damit die bestmögliche Betreuung der Mitglieder. Engagement, selbständiges Handeln, Kreativität und Sensibilität sind Leitmotive innerhalb des gesamten Teams.**

**Wir - die Mitarbeiter des Pro Vitess - zeigen Einsatzbereitschaft, übernehmen Verantwortung und haben Mut zu eigenen Entscheidungen.**

## Partner



## Kooperativ

**Wir gestalten eine enge und intensive Kooperation mit dem Rehazentrum Leonberg und der H2-Beautylounge, um all unseren Mitgliedern ein umfassendes Dienstleistungsspektrum an Fitness, Gesundheit und Wellness anbieten zu können. Weiterhin stehen wir zu unseren lokalen Kooperationspartnern und arbeiten intensiv an gemeinsamen Zielen.**

**... In allen Bereichen, ob Fitness, Reha oder Kosmetik/Wellness bieten wir höchste Qualität an. Zur Erreichung gemeinsamer Ziele pflegen wir mit allen Geschäftspartnern und Kooperationspartnern eine offene, konstruktive und nachhaltige Zusammenarbeit.**

## Führung



### Verantwortungsvoll

**Wir leben einen unkomplizierten Umgang und schaffen ein konstruktives und motiviertes Klima zur Erreichung unserer gemeinsamen Ziele.**

**... Führung und Mitarbeiter des Pro Vitess gehen freundschaftlich und respektvoll miteinander um. Dabei ist eine rege und offene Kommunikation elementar für eine produktive Zusammenarbeit und stete Optimierung aller Arbeitsprozesse - zum Wohle des Mitgliedes.**

**Die Geschäftsführung fördert den Dialog mit den Mitarbeitern und motiviert zu eigenverantwortlichen und selbständigen Arbeiten. Das Delegieren von Aufgaben gehört ebenso dazu wie das Übertragen von Verantwortung.**

# Philosophie



## unschlagbar

Im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns stehen unsere Mitglieder als Menschen mit ihren Bedürfnissen und Zielen. Wir bieten jedem Mitglied die individuelle Lösung für seine persönlichen Ziele und das auf höchstem Niveau, in exclusivem Ambiente und mit innovativen Trainingsmethoden und -geräten.

... Jedes Mitglied spürt, dass wir unsere Arbeit lieben und uns mit vollem Einsatz der Erreichung seiner Ziele widmen.

Pro Vitess ist ein Gesamtkonzept aus Fitness, Wellness und Ernährung.

Pro Vitess ist mehr als ein modernes Fitnessstudio - Pro Vitess ist Ihr ganz persönlicher Weg zu mehr Lebensqualität - Tag für Tag.

„Vitalität und Fitness gehören zu mir wie meine Familie und Freunde“

# Was ist ein Leitbild?

## Leitbild der Freizeitanlage Move



### Vorwort

Die Erfolgsgeschichte der Freizeitanlage Move ist im Wesentlichen die Geschichte des engagierten Einsatzes von uns allen, der Geschäftsleitung den Kolleginnen und Kollegen. Das Unternehmensleitbild der Freizeitanlage Move beschreibt unsere Ziele und unser Selbstverständnis. Die Werte und Stärken unseres Unternehmens, die uns zur Nummer 1 der Branche in unserer Region gemacht haben, werden auch in Zukunft die Leitlinien unseres Handelns sein.

### Philosophie

Die Freizeitanlage Move begeistert jeden Gast mit ihrer familiären Atmosphäre und ihrem vielseitigen Angebot. Unser freundliches Fitnessteam steht mit Kompetenz und Spaß an der Seite unserer Mitglieder und hilft die individuellen Ziele jedes einzelnen zu erreichen. Als Abnehm-, Rücken- und Herzkreislaufspezialist sind wir der perfekte Trainingspartner und die Wohlfühl-oase in der man gemeinsam mit Freunden viele positive Augenblicke erlebt. Dabei greifen die einzelnen Bereiche und Mitarbeiter fließend ineinander und schaffen durch ideale Betreuung, einheitliche Sprache und optimalen Service ein entspanntes Ambiente für Körper, Geist und Seele.

Wir sorgen mit viel Lebensfreude und Vitalität für die Motivation die Du brauchst!

### Leitbild-Motto

Move: Wir bewegen Dich

## Leitbild der Freizeitanlage Move



### Leitbildsätze

#### Erscheinungsbild:

Spaß bei der Arbeit damit jeder Tag mit einem Lächeln beginnt.

#### Unser Geschäftsziel:

- begeisterter gut betreute Mitglieder und dadurch eine geringe Fluktuation.
- Qualitätssteigerung in allen Bereichen.
- gesundes Wachstum in allen Bereichen.

#### Unsere Erfolgsbasis: DAS TEAM

- Die Realisierung unserer Geschäftsziele betrachten wir als eine persönliche, unternehmerische Aufgabe jedes einzelnen Mitarbeiters und des gesamten Teams.

#### Unsere Grundhaltung: MITGLIEDERORIENTIERUNG

- Die Mitglieder sind unsere wichtigsten Partner.
- begeisterter Mitglieder sind unsere beste Referenz.
- Freundlichkeit, Aufmerksamkeit und Wertschätzung gegenüber den Mitgliedern steht über allem.
- Alle unsere Mitglieder werden mit der gleichen Aufmerksamkeit, Wertschätzung und Präsenz bedacht.
- Beschwerden der Mitglieder nutzen wir als Chance etwas zu verbessern.

#### Unsere Passion: BEGEISTERUNG UNSERER MITGLIEDER

- Wir leben und lieben unsere Arbeit und begeistern unsere Mitglieder dadurch jeden Tag aufs Neue.
- Wir sind in Sachen Gesundheit und Fitness das führende Unternehmen in der Region und werden dies durch Qualität, Weiterentwicklung und gute Dienstleistungen auch bleiben.

#### Unsere Positionierung:

- Abnehm-/Rückenspezialisten
- Herz-/Kreislauf Spezialisten
- bestes und größtes Kursprogramm in der Region
- kompetente Betreuung durch unser Top ausgebildetes Team.

#### Organisation:

- kommunikativer Führungsstil
- positives Zusammenspiel der einzelnen Bereiche
- Einheitliche Kommunikation im Team
- Einheitliche Kommunikation gegenüber den Mitgliedern

#### Konsequenz: TOP IMAGE

Dieses erreichen wir durch das Leben der Leitsätze und die konsequente Umsetzung im Alltag!!!

**Leitbild der Freizeitanlage Move**  

## Mitarbeiterversprechen

Wir sind erfolgreich weil uns als „Mitunternehmer“ gemeinsame Werte und Ziele verbinden. Wir alle verkörpern die Freizeitanlage Move, unser gemeinsamer Erfolg entsteht durch:

- gegenseitige Wertschätzung, Loyalität, Vertrauen und Respekt.
- glaubwürdige und nachvollziehbare Kommunikation und Handlung nach innen und nach außen.
- Verantwortung für gemeinsames Handeln, freundliches Miteinander, gegenseitige Hilfsbereitschaft und Teamarbeit.
- Entwicklung und Förderung der Mitarbeiter, Chancen und Potentiale nutzen.
- Offenheit für Veränderung

„Keiner kann alles, doch jeder kann etwas und gemeinsam sind wir stark!!!“

## Mitgliederversprechen

Wir begeistern unsere Mitglieder weil wir:

- jedes Mitglied freundlich, respektvoll und mit Namen begrüßen
- ihnen zeigen, dass Sie jederzeit wichtig und willkommen sind.
- unseren Mitgliedern bei Ihrer Zielerreichung kompetent und unterstützend zur Seite stehen
- unseren Mitgliedern jederzeit unsere volle Aufmerksamkeit schenken.
- auf alle Wünsche und Probleme unserer Mitglieder eingehen.

„Das Mitglied ist unser wertvollstes Gut“

**„Der Konsument ist unser Boss, Qualität ist unser Job, und Geld verdienen unser Ziel!**

Der eine wartet ab, ob die Zeit sich wandelt!

Der andere packt es an und handelt!

Wir handeln!

## Philosophie

Es war einmal ein Sportplatz, auf dem im Jahre 1998 eine Multifunktionsanlage mit 8 Tennisfeldern, 8 Badmintonplätzen und 8 Squashcourts entstand. Der Ursprung für die Multifunktionsanlage Sportpark Johannesplatz lag somit im Ballsport. Da das sportliche Interesse sich fortschreitend in Richtung Fitnessstraining entwickelte, wurde im November 1999 ein Fitnessbereich in die Anlage integriert. Seit diesem Zeitpunkt entwickelten wir uns stetig weiter zu Erfurts größten und innovativsten Fitness- und Gesundheitszentrum.

Wir sehen unsere Aufgabe darin, zeitgemäß und kundenorientiert in den Bereichen Rückenstabilisierung, Figuroptimierung, Cardiotraining und Rehabilitationsport jedem, egal ob Jung oder Junggeblieben, eine individuelle Problemlösung zu bieten.

Unter dem Motto „Zeit für Dich“ erleben Sie Freude, Spaß an Bewegung und Entspannung. Darüber hinaus werden Sie bei uns Ihre Lebensqualität verbessern und können zusätzlich vielfältige soziale Kontakte knüpfen. Schon beim Betreten der Anlage werden sie unser lebendiges Flair spüren und Gasfreundlichkeit erleben.

Unser Ziel ist es aus jedem Gast einen begeisterten Fan zu machen. Aus Gästen werden Mitglieder und Mitglieder werden zu Freunden. Die Sprache unter Freunden ist das „Du“ und deswegen gilt für unser Haus dies als Selbstverständlichkeit, bei gleichzeitiger Wahrung des persönlichen Respekts.

Sei unser Gast und erlebe unsere Philosophie.

## Credo

Unser Credo ist Zeit für Dich

Ziel orientiert  
Emotionen erleben  
Individuelle Betreuung  
T-empower erfahren

Figuroptimiert trainieren  
Überraschend abwechslungsreich  
Rücken stärken

Ein Erfolg ist unser Ziel  
Denn wirklichkeits Cardiotraining  
Harmonie spüren  
Bewegen - Entspannen - Genießen

## Unser Leitbild

### Qualität

Qualität ist für uns die wichtigste Basis, den Weg zur stetigen Verbesserung zu gehen. Wir arbeiten täglich an uns und unserer Dienstleistung in allen Bereichen.

Das Beste ist uns nie gut genug.

Wir wollen unsere Mitglieder und Partner begeistern. Diesen Weg der stetigen Verbesserung gehen wir nun schon seit vielen Jahren. Die Dienstleistung im Sportpark Johannesplatz steht für eine Dienstleistung auf höchstem Qualitätsniveau.

Wir legen den höchsten Anspruch in die Sauberkeit der Anlage, die Technologie der Trainingsgeräte, in top qualifiziertes Personal, einen umfangreichen Gesundheitscheck und Spezifikationen in den verschiedenen Bereichen.

Jeder Tag ist eine neue Herausforderung, um für Dich unsere Qualitätsversprechen zu erfüllen.

Nur durch Meinungen und Erfahrungen, durch Lob und Kritik können wir unser Angebot und unsere Dienstleistung optimieren.

Qualität ist für uns ständige Bewegung und Entwicklung. Der Weg ist für uns das Ziel.

Wir wollen uns durch eine hohe Dienstleistungsqualität auf dem Fitnessmarkt deutlich abheben. Wir wissen, dass unser Anspruch nicht durch einen geringen Mitgliedsbeitrag realisierbar ist, für uns aber steht Qualität im Vordergrund.

Nur durch aktive und umfangreiche Mitgliederbetreuung können wir diesen Anspruch erfüllen.

Wir haben das Niveau in Erfurt und Umgebung in Sachen Fitness, Gesundheit und Wellness auf eine neue Stufe gehoben. Und damit den Sportpark Johannesplatz zukunftsorientiert und visionär abgehoben.

## Mitgliederversprechen

Unser Versprechen „Zeit für Dich“ soll für jeden auch „Bewegen - Entspannen - Genießen“ bedeuten, wobei immer der Spaß im Vordergrund steht.

Das Wichtigste in unserem Tun und Handeln bist Du, von allen Mitarbeitern respektvoll und mit Vertrauen behandelt, denn wir lieben was wir tun.

Bei uns findet du nicht nur Zeit für Dich, sondern auch Zeit für Freundschaften und Kommunikation. Wir möchten eine Atmosphäre schaffen, in der du Menschen begegnest die zu Freunden werden. Deine persönliche Zielerreichung ist unsere oberste Priorität. Durch unsere fachliche Kompetenz und individuelle Trainingsbetreuung sind wir Dein Problemlöser Nummer 1.

Wir wollen Lebensfreude vermitteln, Dir jeden Tag ein Lächeln ins Gesicht zaubern, eine Flucht aus dem Alltagsstress ermöglichen und damit Deine Lebensqualität steigern. Wir leben und pflegen eine offene Kommunikationskultur untereinander. Jede Meinung ist uns wichtig.

Wir sehen Kritik als konstruktive Idee, welche uns nach vorne bringt. Wir nehmen jeden Vorschlag und Hinweis ernst, denn nur so können wir uns stetig weiterentwickeln.

## Teamversprechen

Für uns bedeutet Team nicht „toll ein anderer macht’s“, sondern wir sehen uns als eine temperamentvolle, einzigartige, außergewöhnliche Mannschaft, die selbstbewusst und mit großem Ehrgeiz alle Höhen und Tiefen gemeinsam meistert.

Täglich strahlen wir Harmonie aus und gehen mit unserer positiven Ausstrahlung in eine Vorbildfunktion. Wir respektieren uns gegenseitig und schätzen die Arbeit eines jeden Mitarbeiters.

Jeder Mitarbeiter ist bei uns wie ein kleiner Stein der den anderen im Team qualifiziert, vorbildlich und respektvoll unterstützt, so dass ein großer Fels in der Brandung entsteht, der jedem Sturm standhält.

Unsere Fähigkeiten:  
Vielseitig in Bezug auf Lebenserfahrung, Ausbildung und Charaktere  
Teamfähig: alle unterstützen sich gegenseitig und sind für einander  
Spaß und Kommunikationsfähig

Kreativ  
Respektvoll  
Ehrlich  
Kritikfähig und Zuverlässig

Wir identifizieren uns mit unseren täglichen Arbeitsinhalten zu 100%. Wir nehmen Kritik nicht persönlich, sondern sehen konstruktive Hinweise als Chance zur permanenten Weiterentwicklung.

Wir haben Verständnis für den anderen, seinen Charakter und Individualität. Um Harmonie im Team zu garantieren, ist es unsere Stärke, dass jeder einzelne sich auf den Standpunkt des anderen einstellt und diesen respektieren kann. Probleme werden miteinander gelöst.

## Kooperationspartnerversprechen

Wir arbeiten nach dem Motto: „Handeln, bevor es ein Mitbewerber tut.“

Gemeinsam mit unseren Kooperationsärzten und -partnern sind wir stark und schaffen Synergieeffekte, um uns unter idealen Rahmenbedingungen nach vorne zu bringen und unsere gemeinsamen Ziele zu verwirklichen.

Mit unserer Qualität, Technologie, Prestige, Produktvielfalt und Bekanntheitsgrad schaffen wir es, mit unseren Kooperationspartnern Marktführer zu sein, egal ob Zulieferer oder Werbepartner.

Wir bieten unseren Partnern eine hohe Werbewirksamkeit.

Bei der Auswahl der Partner orientieren wir uns stets an der Zielerreichung unserer Mitglieder. Voraussetzungen sind: Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit, Qualitätssicherung und Loyalität.

Wir erwarten, gemäß unserer Premium Anlage, von unseren Kooperationspartnern höchste Qualität, damit wir unseren Mitgliedern eine hervorragende Dienstleistung erbringen können.

## Philosophie

Es war einmal ein Sportplatz, auf dem vor Jahren 1928 eine Multifunktionsanlage mit 4 Tennisplätzen, 4 Basketballplätzen und 4 Kapuzinerwürfen entstand. Bei Umzug der Kapuziner nach Göttingen wurde die Anlage als Sportplatz weiter genutzt. Da das Sportliche Interesse nach Fortschreitung der Bewegung Erkenntnis erhielt, wurde im Neubau 1986 ein Fitnessraum in die Anlage integriert. Seit diesem Zeitpunkt entwickelten wir uns stetig weiter zu Erneuerung und kontinuierlichem Fortschritt und Gesundheitszusammenhang.

Wir setzen unsere Aufgabe darin, verringert zu kommunizieren und kontinuierlich in den Bereich Hochleistungsförderung, Präzisionsförderung, Conditionierung und Rehabilitationsport zu richten.

Unter dem Motto „Drei für Dich“ entstehen die Freunde, Spaß an Bewegung und Kompetenz. Manche Freunde werden Sie hier von Ihrer Leistungsfähigkeit überzeugt und können zusätzlich vielseitige soziale Kontakte knüpfen. Sie können bestreben, die Anlage weiter zu unser Interesses Flair erweitern und kontinuierlich zu erweitern.

Unser Ziel ist es jedem Guest einen Segen/Anlass zum Feiern zu machen. Aus Gründen der Sicherheit und Rechtsgültigkeit werden wir die Sprache unser Freunden nicht ändern, und keiner darf mit uns unser Heim als Selbstverständlichkeit.

Bei einem Guest und weiteren Freunden Philosophie

## Teamversprechen

Ein sehr beständiges Team ist nicht „stetig wie einst“; sondern mit einem unschätzbarer Kompetenzentwicklung, einer tragenden Erfahrungswelt und kontinuierlicher Entwicklung wird mit großem Erfolg alle Höhen und Tiefen gemeinsam meistert.

Tägliche Aktivitäten wie Rehearsals eur und gehen mit unserer positiven Ausprägung in eine Verstärkung ein, wie inszenierter uns gegenseitig und schätzen die Arbeit eines anderen Meisters.

Unser Willestand ist bei uns wie einst: „Hilf dem, der dir Jünger ist“; Teamgruppen, kontinuierliche und kooperativer Entwicklung, die aus einer großen Freude an der Ausbildung entsteht, der jedem Raum beweist.

Unsere Erfolgsfaktoren:  
Kunst und Bewegung auf Leistungsförderung, Ausbildung und Charaktereinführung, eine unerschöpfliche Praxis, die präzise und kontinuierlich ist, die Ausbildung und Kompetenzförderung.

Erneuerung und Fortschritt  
Kritik und Zensurfreiheit

Wir überzeugen uns mit unserer logischen Argumentation, in 2015, den Kulturbereich nicht gewestlich, sondern letzten Ausbildungsbereich am Chancen zur präzisen Wissensverarbeitung.

WIC führt Vierjahresplan für eine erlaubte, nationale Oberbauer und individuell. Das Maximum von Tieren vor gezeichnet, da es unsere Werte, dass jedes einzelne und zum Überwinden des eigenen individuellen und sozialen eingeschlossenen kann, unseres werden müssen, die geistige.

## Credo

Unser Credo ist Zwei für Dich

- 1. Mit Interesse
- 2. Erleben können
- 3. Fähigkeiten Schärfen
- 4. Erfolgsorientierte Arbeit
- 5. Gemeinsam zusammen
- 6. Gemeinsam gewinnbringend
- 7. Lachen können

8. Ein Erfolg ist unser Ziel

9. Gemeinsam Lernen

10. Erfolgsorientiert

11. Gemeinsam – Vorsicht

## Unser Leithild

## Qualität

Qualität für uns die wichtigste Basis, ohne die keine Fortentwicklung zu geben.

Wir schätzen täglich ein sehr gutes und zufriedene Dienstleistung in allen Bereichen.

Das Thema ist uns sehr wichtig.

Unsere Qualität ist die wichtigste Voraussetzung, die wir haben, um unser Leben.

Die Dienstleistung ist die wichtigste Voraussetzung, die wir haben, um unser Leben.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

Wir haben eine wichtige Arbeit, die es uns ermöglicht, die Ausbildung und Entwicklung der Kinder zu unterstützen.

## Mitgliederversprechen

Wir versprechen, „Drei für Dich“ und für viele andere

mitglieder, den Wohlstand im Menschen und in der

Leistungsförderung zu unterstützen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

WIC weiterverbreiten und verstehen.

Wir möchten, dass Sie und Ihre Freunde die Werte unserer

„Täglich Qualität überprüfen“

# Auszug aus einem Thekenführerschein

## Thekenführerschein



1. Wie groß ist unser Studio?

\_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>

1

2. Zähle die unterschiedlichen Bereiche/Abteilungen/ Angebote auf?

8

3. Wie viele Kursstunden bieten wir an?

\_\_\_\_\_ Std. / Woche ohne KK

1

4. Welche Krankenkassenkurse bieten wir an?

7

5. Wie viele Kolleginnen und Kollegen hast du im Club?

1

6. Wie lautet unsere Philosophie?

3

7. Was ist der Unterschied zwischen Indoor Cycling und Sensitiv Cycling?

3

8. Was ist der schnellste Weg um abzunehmen bzw. Fett zu verlieren?

3

27

9. Wie viel Eiweiß braucht ein a) Mann b) Frau pro Kilogramm Körpergewicht täglich?

a)

b)

2

10. Wofür benötigen wir Eiweiß?

2

11. Wie viel Kcal hat 1KG Fett?

1

12. Wie viel Grad Celsius muss a) die Finnische Sauna – b) die Biosauna - haben?

a)

b)

2

13. Wo findest du die wichtigsten Telefonnummern für alle Fälle?

2

14. Wo hängen überall Feuerlöscher?

3

15. Wo befindet sich der Verbandskasten?

2

16. Wer ist zuständig für den Einkauf? Wie bekommt diese Person ihre Information?

2

17. Wo sind die neusten Infos zu finden?

1

18. Wie wird ein Kaffee in der Sauna serviert?

2

18



# Maik Ebener

Seminare | Beratung | Werbung

## Die vier Säulen von Qualität

**Überlegen Sie sich bitte:  
Was bedeutet für Sie Qualität?**

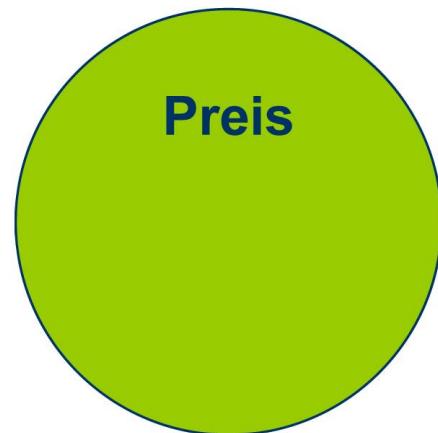
Jetzt!  
Spontan!

# Qualität konkretisieren in zwei Schritten:

- 1. Kriterien für Kauf und Zufriedenheit**
- 2. Die 4 Säulen von Qualität**

# 1. Kriterien für Kauf und Zufriedenheit

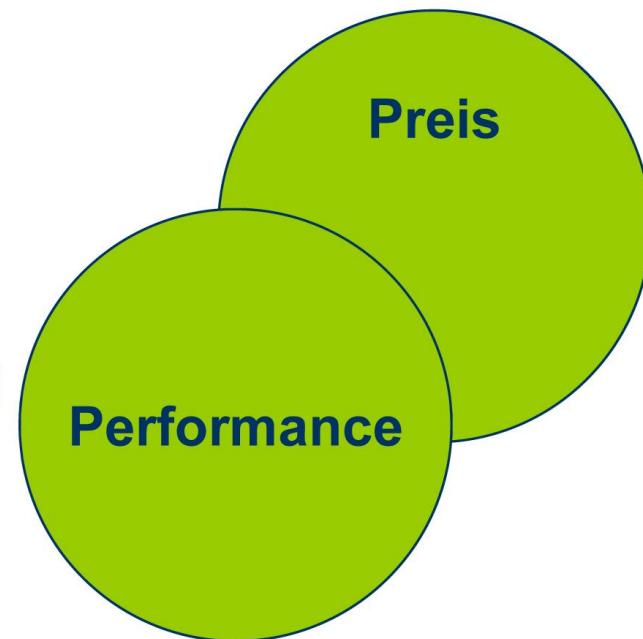
**Wenn uns nichts  
faszinieren kann,  
fasziniert der Preis!**



# 1. Kriterien für Kauf und Zufriedenheit

Wenn uns nichts  
faszinieren kann,  
fasziniert der Preis!

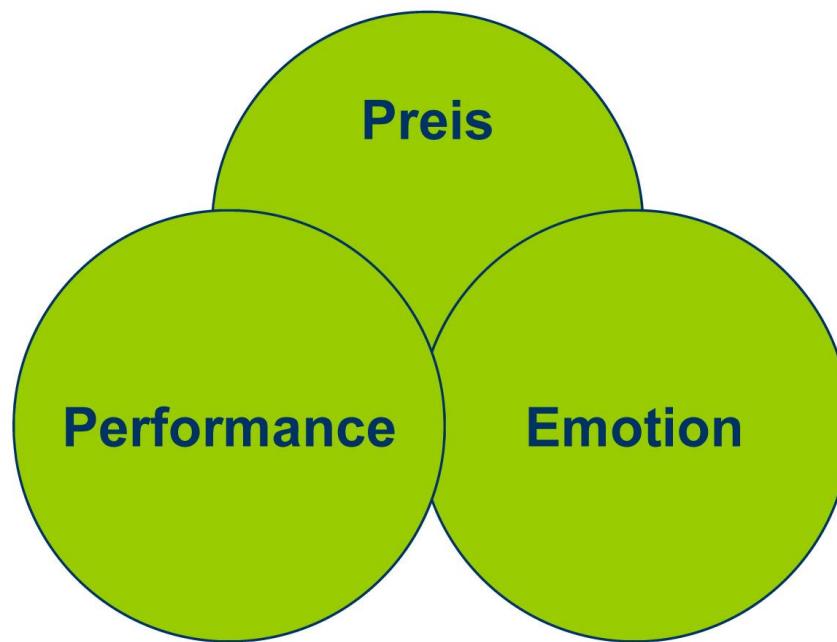
Leistung  
Ablauf  
Service



# 1. Kriterien für Kauf und Zufriedenheit

Wenn uns nichts  
faszinieren kann,  
fasziniert der Preis!

Leistung  
Ablauf  
Service



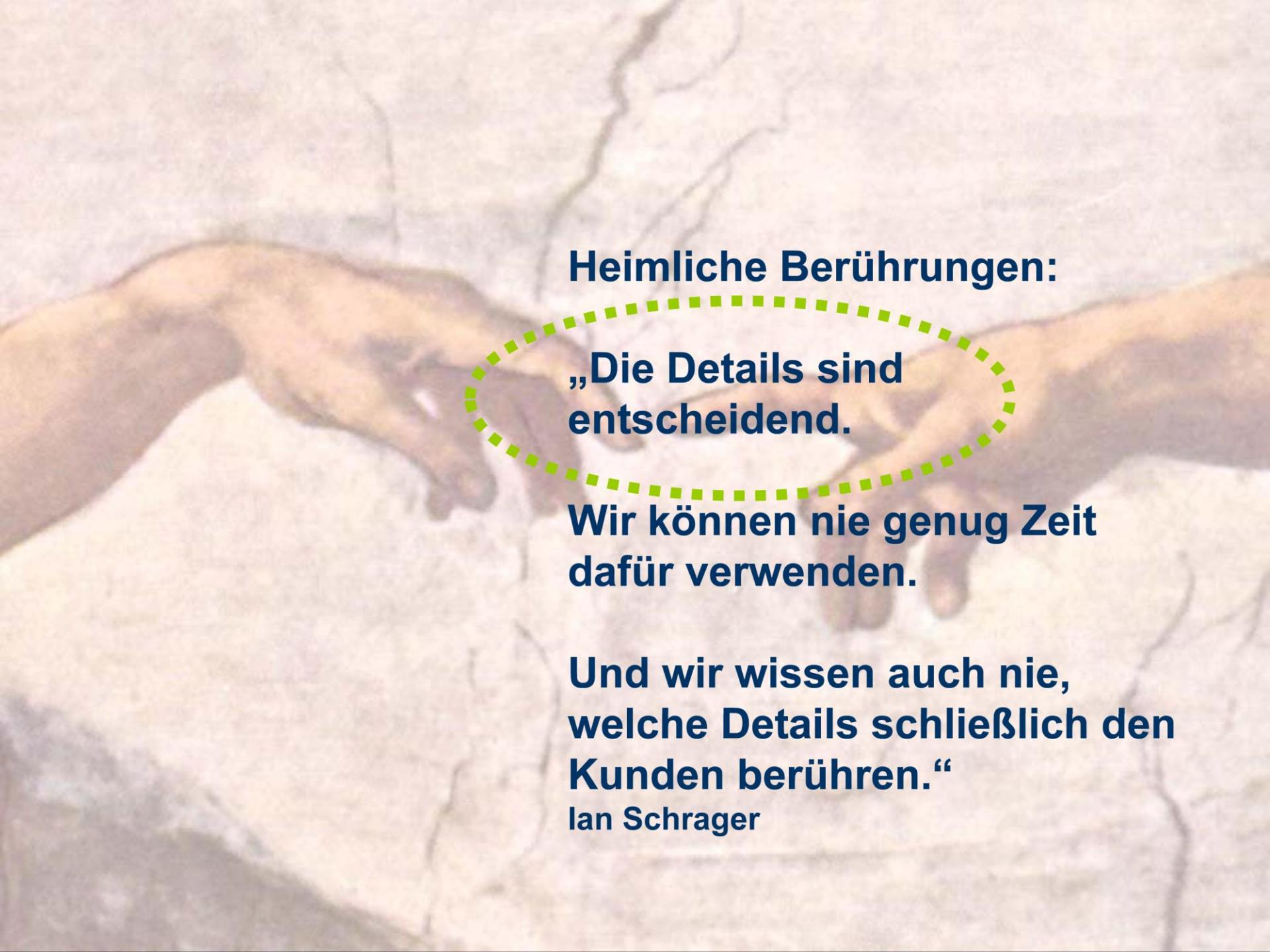
„Starke Reize  
von Außen“

oder...

„Heimliche  
Berührungen“



„Heimliche Berührungen“



## **Heimliche Berührungen:**

**„Die Details sind entscheidend.“**

**Wir können nie genug Zeit dafür verwenden.**

**Und wir wissen auch nie, welche Details schließlich den Kunden berühren.“**  
**Ian Schrager**

# Studie „Der emotionale Konsument“

der Deutschen Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ)

„Obschon mit ihrem Hersteller/Anbieter/Lieferanten sehr zufrieden, bekannten über ein Drittel (34 Prozent) der befragten Konsumenten, sich an das jeweilige Unternehmen selbst dennoch nur sehr gering emotional gebunden zu fühlen.“

## Untersuchungen belegen

**„58 Prozent von 2.000 befragten Verbrauchern sind auch bei angespannter Wirtschaftslage bereit, für ein besseres Kundenerlebnis mehr zu zahlen.“**

### Fazit:

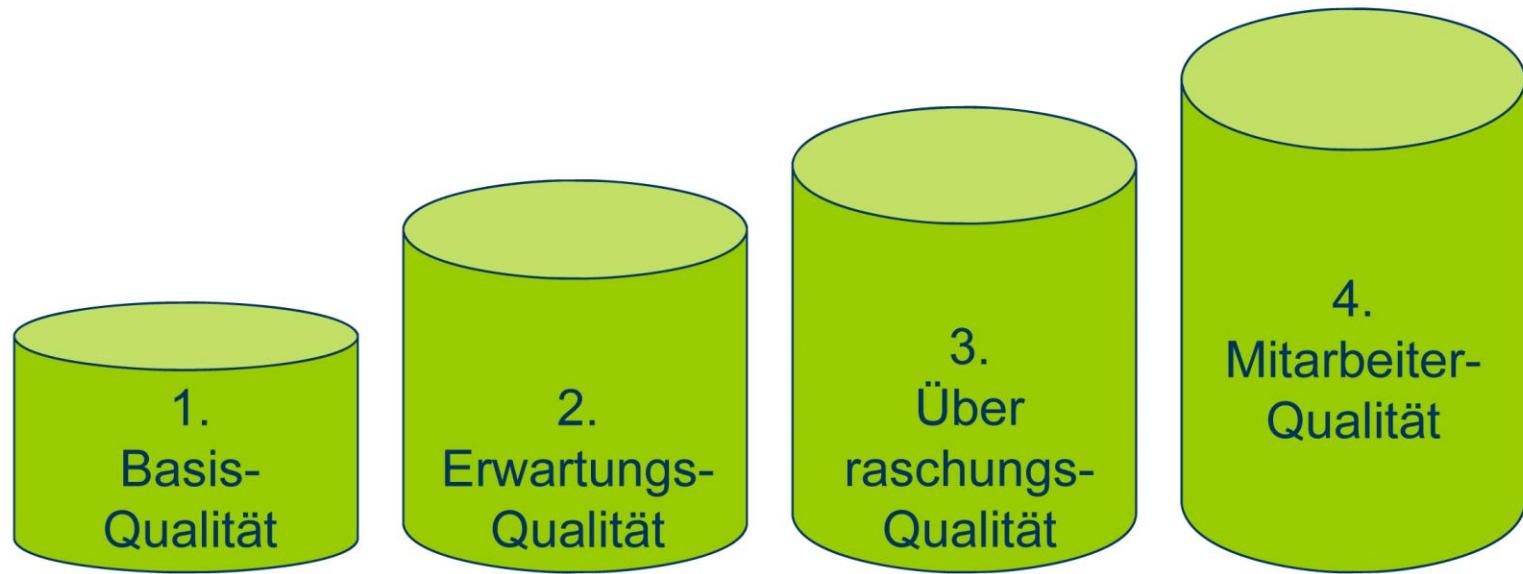
**Bieten Sie Mehrwert durch Kundenerlebnis!**

**Da fehlt überall das Wort QUALITÄT!**

## 2. Die vier Säulen von Qualität



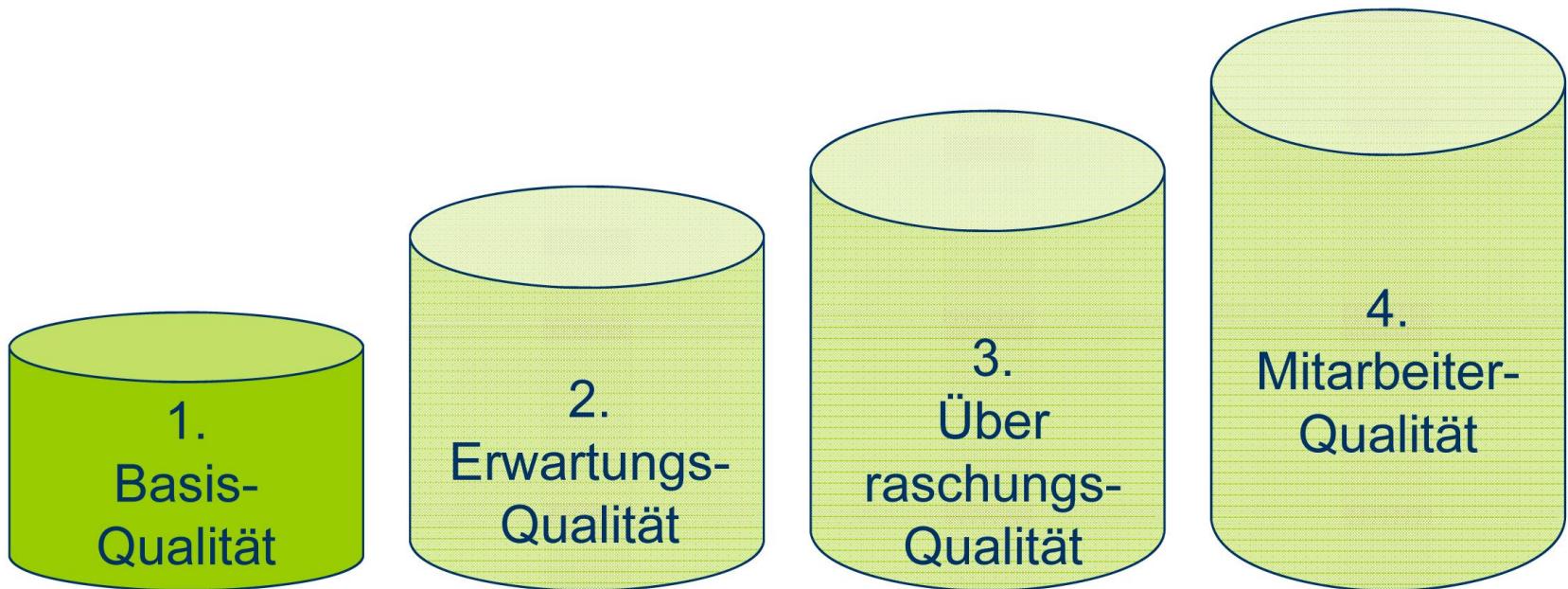
## Die vier Säulen von Qualität



„Heimliche Berührungen“



### 3. Beispiele



Alles, was  
Kunden  
voraussetzen

### 3. Beispiele



Alles, was  
Kunden  
voraussetzen



Geprägt  
durch Preis  
und Image

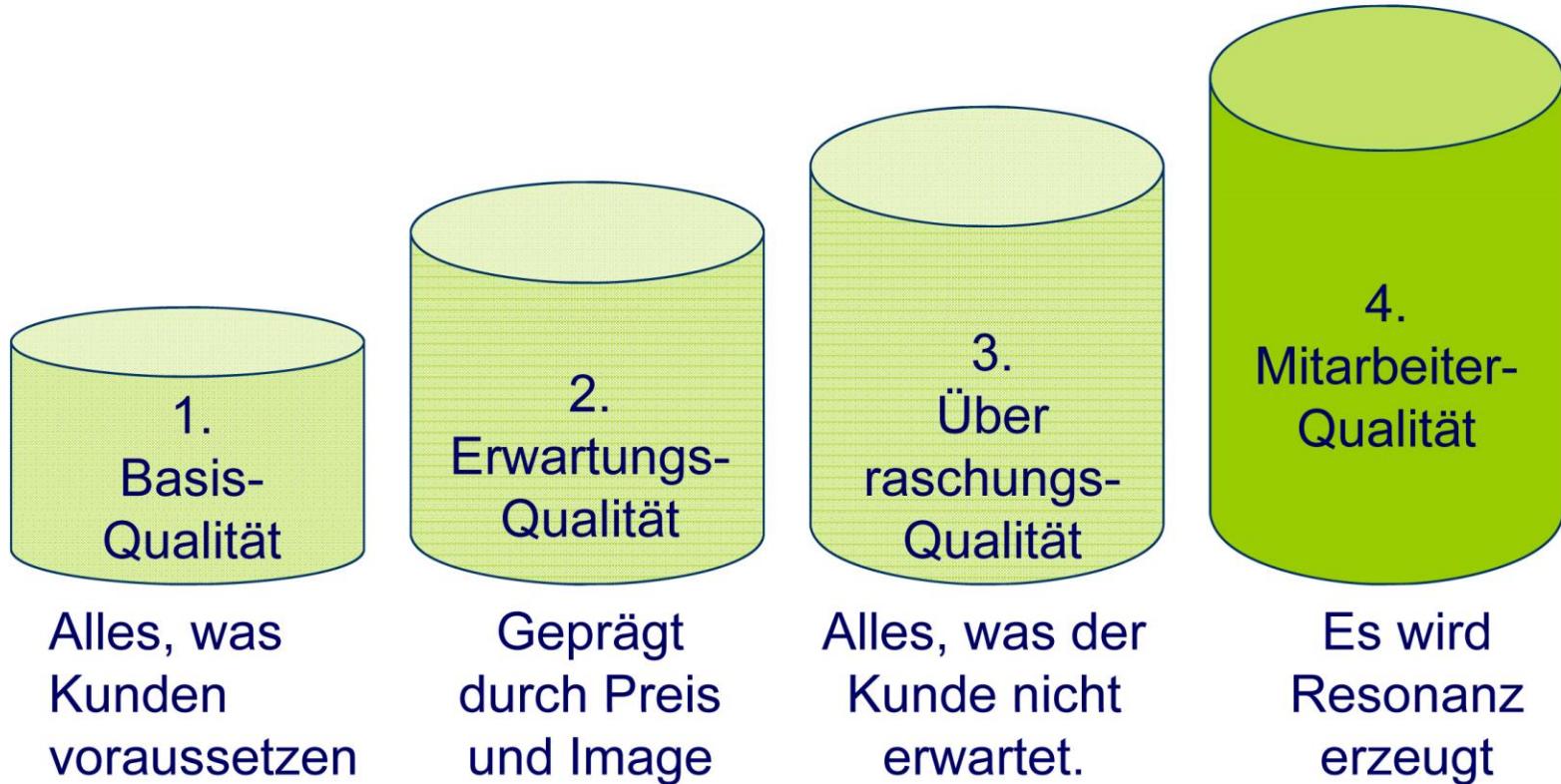


### 3. Beispiele



**„Heimliche Berührungen“**

### 3. Beispiele



**„Heimliche Berührungen“**

## Mitarbeiter-Qualität: Resonanz erzeugen



# Mitarbeiter-Qualität: Resonanz erzeugen



Wie soll ein Mitarbeiter beim Kunden lächeln, wenn ihm im Unternehmen das Lachen gefriert?

# Das brauchen Mitarbeiter, damit sie lächeln:

**Gute Chefs ...**

**... sorgen für saubere Strukturen und Arbeitsabläufe**

**... geben alle notwendigen Informationen zum Projekt und Kunden**

**... führen vertrauliche Mitarbeitergespräche**

**... zeigen: Du bist hier wichtig!**

# Das brauchen Mitarbeiter, damit sie lächeln:

**Gute Mitarbeiter...**

**... werden verstärkt qualifiziert.**

**... haben eine Aufgabe im Unternehmen.**

**... haben eine positive Einstellung zum Job.**

**... führen eine offene Kommunikation:**

**Geben Sie Rückmeldung und bringen Sie sich ein.**

**Das brauchen Mitarbeiter, damit sie lächeln:**

**Erfolge feiern!**



# Mitarbeiter-Qualität: Resonanz erzeugen

- Begeisterung fürs Unternehmen
- Herzlichkeit
- Aufmerksamkeit
- Verstehen, was der Kunde will
- Hilfsbereitschaft
- Rücksicht
- Gespräch



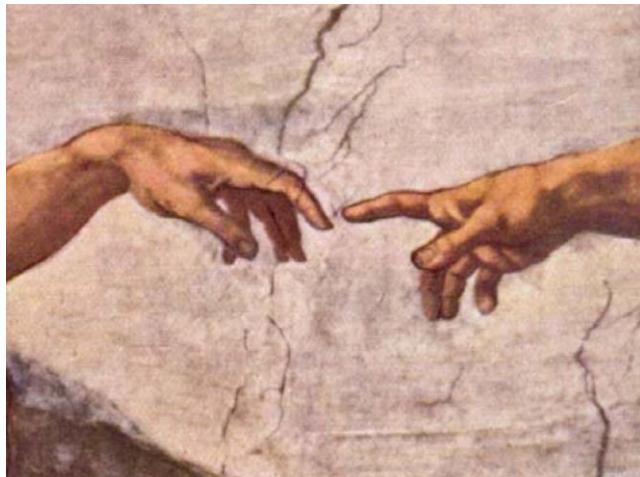
**Das können Sie nicht verordnen, das muss gelebt werden!**

# Die 4 Säulen von Qualität als Wettbewerbsvorteil



- **Die einzelnen Elemente werden nicht viel verändern.**
- **Die Summe der Elemente wird Sie jedoch deutlich vom Wettbewerb unterscheiden!**

- Preis, Performance und Emotion ins Gleichgewicht bringen
- Basis-Qualität und Erwartungs-Qualität sicherstellen
- Überraschungs-Qualität aufbauen
- Resonanz erzeugen

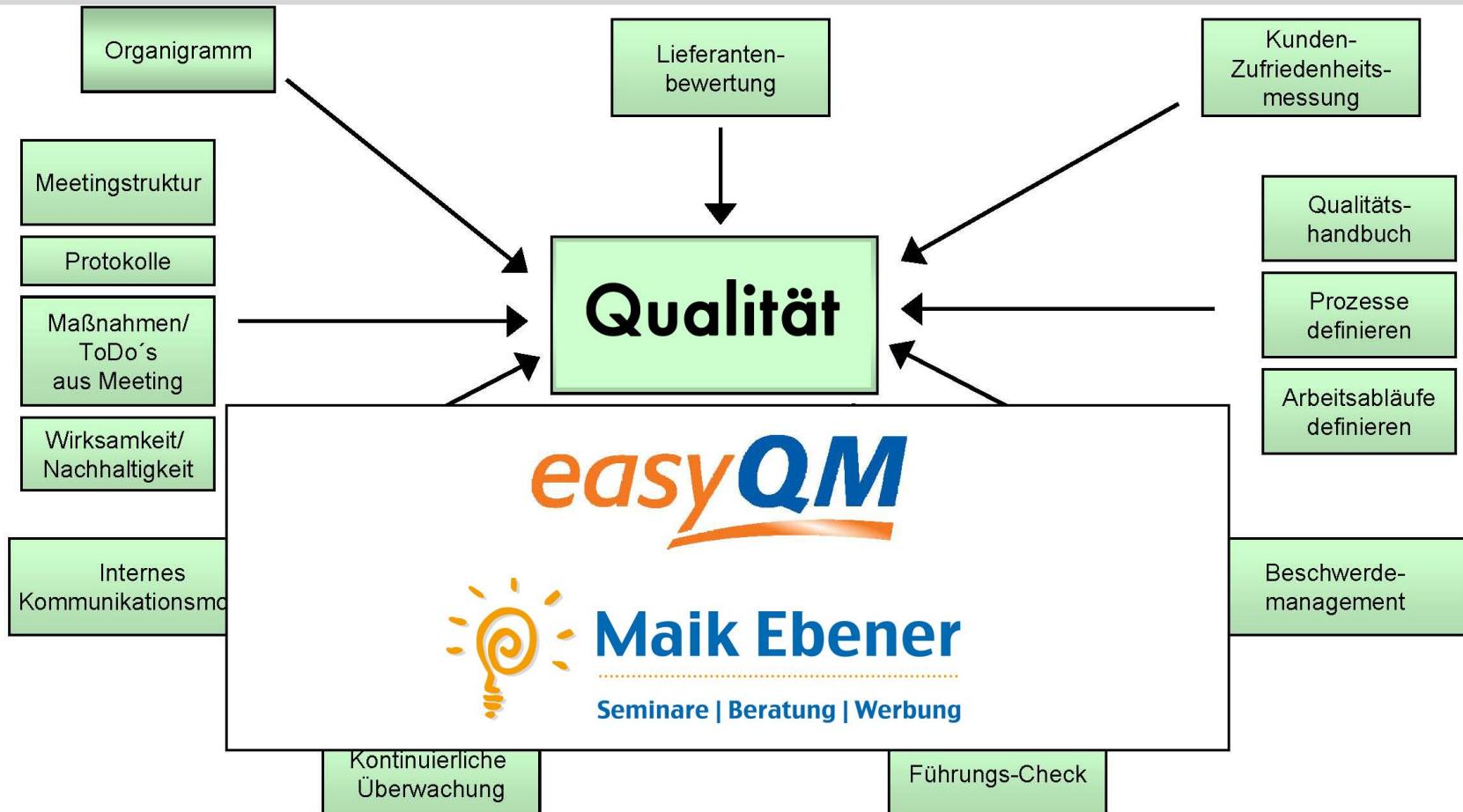


**Die Details sind entscheidend!**  
**„Heimliche Berührungen“ ermöglichen.**

# Zertifizierung nach Din EN ISO 9001:2008

**Was ist zur erfolgreichen  
Zertifizierung erforderlich?**

# Inhalte eines Qualitätsmanagementsystems



# Gütesiegel / Qualitätsmanagement

**Gütesiegel**



**DIN EN ISO**  
**9001: 2008**



ISO 9001:2000



# Zertifizierung: Gütesiegel

- Vordefinierte Kriterien müssen erfüllt sein.
- Ein Mindest-Standard wird definiert.
- Da der Mindest-Standard in der Regel unverändert bleibt, besteht keine Notwendigkeit der Verbesserung für das Unternehmen.
- Unternehmen, die den Mindest-Standard nicht erfüllen, erhalten keine Zertifizierung!
- Grundgedanke: einen Standard! Der Weg der Erfüllung hierzu spielt keine Rolle.

# Zertifizierung: Qualitätsmanagement

- Qualitätskriterien werden selber erstellt.
- Im Mittelpunkt steht der Begriff der steten Verbesserung.
- Qualitätsmanagement bietet verschiedene Hilfsmittel die einzusetzen sind. Werden diese Hilfsmittel nicht genutzt, so wird dieses Unternehmen nicht zertifiziert, egal wie hochwertig die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens sind.
- Ein Unternehmen, was auf Dauer sich nicht verbessert, wird Schwierigkeiten bekommen bei der Re-Zertifizierung.
- Grundgedanke: Prozessorientierung. Der Weg der steten Verbesserung der Qualität ist entscheidend und nicht der momente Stand der Qualität.

# Zertifizierung nach Din EN ISO 9001:2008

**Die wesentliche Grundlage  
eines Qualitätsmanagements  
*muss* vorhanden sein:**

**Qualitätsphilosophie /  
Qualitätsziele**

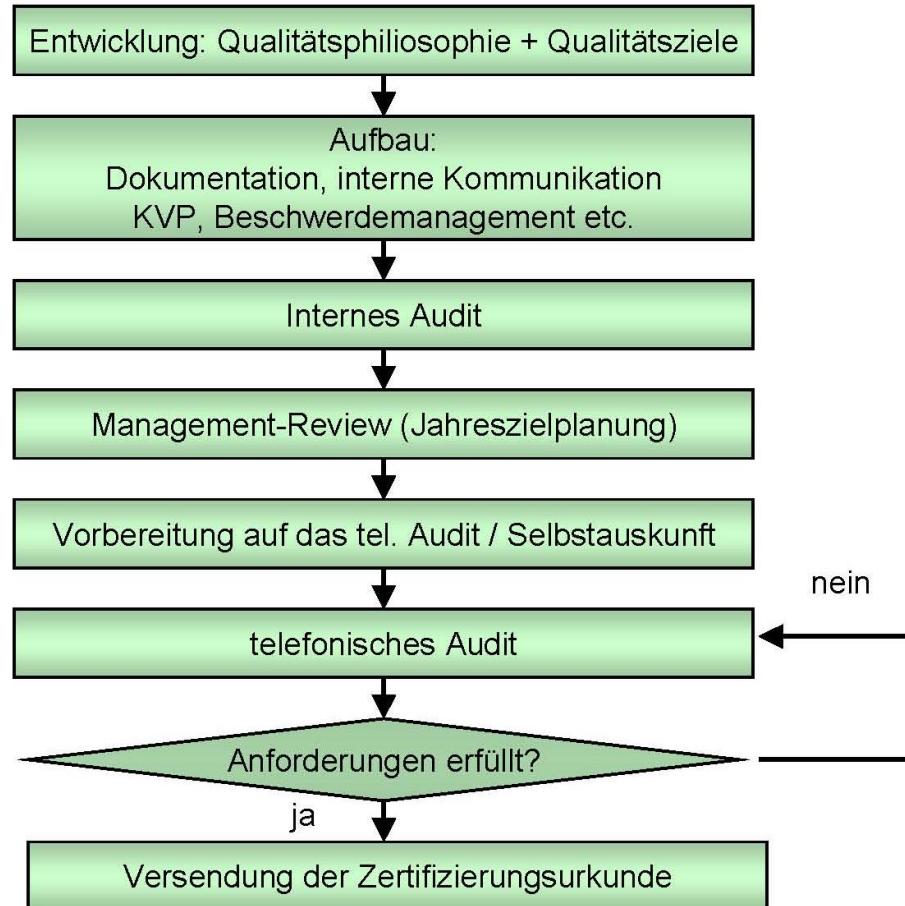
# Zertifizierung nach Din EN ISO 9001:2008

## Was ist zur erfolgreichen Zertifizierung erforderlich? (Auszug der wichtigsten Punkte)

- 1.) Eine eigene Unternehmensphilosophie und Qualitätsziele sind definiert und den Mitarbeitern bekannt
- 2.) alle Mitarbeiter des Unternehmens sind informiert über die ISO 9001 Zertifizierung
- 3.) alle Mitarbeiter haben Zugang zum QM-System bzw. zu easyNet (zentrale Kommunikation)
- 4.) ein aktuelles Organigramm ist vorhanden einschließlich der benannten Personen (z.B. QB)
- 5.) interne Kommunikation ist geregelt (einschließlich Meetingplan)
- 6.) QM-Dokumentation ist vorhanden: QM-Handbuch, Prozesse, Arbeitsanweisungen, Qualitätsdokumente
- 7.) Eine Mitglieder- und Mitarbeiterzufriedenheitsbefragung wurde durchgeführt
- 8.) Beschwerdemanagement und KVP wird aktiv gelebt
- 9.) Mitarbeiterjahreszielgespräche wurden durchgeführt
- 10.) internes Audit wurde durchgeführt
- 11.) Management-Review bzw. Jahreszielplanung wurde durchgeführt

# Der Zertifizierungsprozess

## Einführungsphase QM



## Zertifizierungsphase

# Vielen Dank!