

Unseriöse Preispolitik im Fitnessmarkt?

Nicht erst seit den fragwürdigen Werbeclips eines großen Elektromarktes ist in Deutschland eine so genannte „Geiz ist geil“ – Mentalität zu erkennen. Je billiger etwas zu bekommen ist, desto besser scheint es für viele Käufer zu sein. Große Rabattschilder überfluten unsere Innenstädte und sollen zeigen, dass es immer noch ein bisschen billiger geht. Auch im Fitnessbereich wird in letzter Zeit vermehrt „über den Preis“ ge- und verkauft. **Qualität gerät leider mehr und mehr in den Hintergrund.**



Um dieses Thema auf zugreifen, hat MedicalSportsNetwork Herrn Stefan Kauschinger, Vertriebsmitarbeiter der WOODWAY GmbH gesprochen.

Immer wieder wird die unseriöse Preispolitik im Fitnessbereich bemängelt, wie ist Ihre Einschätzung der aktuellen Situation oder welche Erfahrungen haben Sie selbst in den letzten Jahren sammeln können?

Wir als Hersteller von qualitativ hochwertigem Equipment erfahren die Probleme natürlich am eigenen Leib. Da aktuell mehr und mehr Fitness-Ketten den Markt regieren und dies leider auch über minimale Mitgliedsbeiträge passiert, sinken die Mitgliederzahlen der kleinen Studios drastisch. Wir selbst haben bisher eher die kleinen Studios (in welchen zumeist gesundheitsbewusst und mitgliederfreundlich agiert wurde) als unsere Zielgruppe im Fitnessbereich betrachtet. Da aufgrund der sinkenden Mitgliederzahlen also auch die Einnahmen sinken, bleibt weniger Geld für die Erneuerung des vorhandenen Equipments übrig, was wiederum bedeutet, dass viele der Studios mittlerweile mit veralteten

Trainingsgeräten ausgestattet sind und auf Dauer dadurch keineswegs konkurrenzfähig bleiben können.

In wie fern beeinflusst dies Ihrer Meinung nach die Preispolitik der Hersteller?

Das ist ganz einfach zu erklären. Dadurch, dass das Budget der Studioinhaber niedriger ist, müssen auch die Hersteller ihre Preise senken um zu verhindern, dass Studios nur noch mit Billig-, oder veraltetem Equipment arbeiten und somit Aufträge verloren gehen. Wenn ein Hersteller seine Preise aufgrund niedriger Produktionskosten senken kann, kommt ihm das natürlich entgegen und er bleibt konkurrenzfähig. Es zeigt allerdings auch, dass beim offerieren eines Rabattes in Höhe von beispielsweise 50% das Gerät bisher zu einem gnadenlos unseriösen Preis vertrieben wurde. Ich als Kunde denke mir natürlich, „okay...ich bekomme 50% Rabatt, ich

müsste ja blöd sein, wenn ich da nicht zugreife“, in Wirklichkeit wird mir jedoch genau in diesem Moment „Schrott“ angeboten, wie sonst bestünde die Möglichkeit eines solchen Preisnachlasses? Das ist genau das, was viele Einkäufer nicht sehen, da sie sich schlicht und einfach von Rabatten blenden lassen.

Sie wollen damit also sagen, dass bspw. ein Laufband für € 6.000 abzüglich eines Rabattes in Höhe von 50% nicht mehr wert ist, als ein Laufband beim Discounter, welches zu einem Listenpreis von bspw. € 2.990 offeriert wird?

Ganz genau! Und ich würde mir wünschen, dass dies auch von den Käufern begriffen wird, um die Preispolitik zu optimieren und somit offensichtliche Täuschungsversuche dem Endkunden zu Liebe aus dem Weg räumen zu können.

Warum machen Sie selbst nicht einfach das gleiche und senken Ihren Preis?

Wir achten auf hochwertige Qualität in Verbindung mit perfektem Service. Bei einer Rabattgewährung von 50% läge unser Profit bereits im Negativbereich, da wir aufgrund der hohen Produktionskosten (welche die hohe Qualität am besten bezeugen) keine Chance haben mit Rabatten um uns zu werfen. Wir verkaufen nach wie vor über Qualität und nicht über den Preis!

Was sollte man sich also als Studiobesitzer und Kunde wünschen? Dass die Geräte möglichst billig sind, selbst wenn höhere Folgekosten entstehen und die Qualität zu wünschen übrig lässt? Das kann nicht der Weg sein. Teuer ist immer relativ, und Qualität hat seinen Preis. In diesem Sinne sollte ein Umdenken stattfinden, damit man von diesem Weg wieder abkommt.

