



Wie könnten Fitnessstudios in zehn Jahren aussehen und warum wird Datenschutz dann eine der größten Herausforderungen sein? Im folgenden Artikel gibt Achim Barth, Experte für Datenschutz und seit 2007 selbstständig in der Fitnessbranche, einen Ausblick darauf, wie die fortschreitende Digitalisierung und die damit einhergehenden höheren Ansprüche das Management von Fitnessstudios verändern werden.

Zukunftsszenario

Fokus auf Digitalisierung und Datenschutz: Das Informations-

Mit Fug und Recht können Betreiber von Fitnessclubs inzwischen behaupten, sie seien Krisenmanager. Zusammen mit der Gastronomie war die Fitnessbranche am längsten vom zweiten Lockdown betroffen. Ich gratuliere Ihnen, wenn Sie diese schwierige Situation überstanden haben. Vielleicht gehen Sie sogar gestärkt in die nächsten Monate, weil Sie während der Zwangsschließung wichtige Entscheidungen getroffen und sich für die nächsten ein bis zwei Jahre gut positioniert haben. Ich kann Ihnen aber auch sagen, dass schon neue Herausforderungen auf Sie warten. Das Gute dabei: Hier haben Sie das Heft des Handelns komplett selbst in der Hand. Es liegt an

Ihnen und Ihren Unternehmerfähigkeiten, ob Sie Ihr Fitnessstudio auf die Herausforderungen der fortschreitenden Digitalisierung ausrichten oder ob Sie Gefahr laufen, zukünftig Ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verlieren und Ihren Betrieb überflüssig zu machen.

Mit der Zeit gehen

Überlegen Sie kurz, wie Sie vor zehn Jahren Ihren Club geführt haben. Überlegen Sie, ob Sie ohne Veränderungen heute so noch wettbewerbsfähig wären. Vermutlich nicht. Ich sage Ihnen voraus, dass die Entwicklung der nächsten zehn Jahre ganz andere Dimensionen annehmen wird. Das Informationszeitalter hat gerade erst begonnen. Wir befinden uns

in einem exponentiellen Wachstum bezüglich Datenverarbeitung. Alle Daten, die wir im gesamten Jahr 2003 weltweit produziert haben, produzieren wir 2021 innerhalb von wenigen Sekunden. Heute sind wir noch nicht in der Lage, diese Datenmassen auszuwerten. In fünf Jahren wird das aber anders aussehen. Dann wird künstliche Intelligenz aus jedem noch so unbedeutenden Datenschnipsel Rückschlüsse auf unsere Persönlichkeitsstruktur oder unseren Gesundheitszustand ermöglichen. Das Fitnessstudio der Zukunft wird dabei einen großen Beitrag leisten und wichtige sowie sensible Daten über seine Mitglieder produzieren. Welche das sind, zeige ich Ihnen in diesem Artikel auf.

Foto: thodonal - stock.adobe.com

für Studiobetreiber

zeitalter hat gerade erst begonnen

Schon während des ersten Lockdowns 2020 haben Betreiber erlebt, dass Dienstleistungen aus dem Studio in kurzer Zeit ins heimische Wohnzimmer verlagert wurden: der Fitnesskurs, live gestreamt via Youtube und Co. direkt zum Mitglied. Das waren kurzfristige Ad-hoc-Aktionen; sie waren zu diesem Zeitpunkt von März bis Mai 2020 auch richtig, um Mitglieder zu binden und zu zeigen, dass es auch in schwierigen Zeiten weitergeht. Mit dem Fitnessstudio der Zukunft hat das aber nichts zu tun.

Aus dem Kursraum gestreamte Online-Kurse sind ein Lockdown-Phänomen, für das ich keine Zukunft in den Clubs sehe. Diese digitalen Fitnessangebote, Online-Kurse und virtuellen Perso-

nal Trainer werden durch spezialisierte Anbieter im Internet vermarktet. Diese digitalen Trainingsprodukte werden die lokalen Studios auf lange Sicht Mitglieder kosten. Sie müssen diesen Angeboten eigene Konzepte mit Mehrwert dagegenhalten. Ihr größter Vorteil ist dabei der soziale Austausch: das Training mit echten Menschen an wirklichen Orten, wirkliches Feedback und wirklicher sportlicher Wettkampf.

Vernetztes Training

Ihr Studio wird in zehn Jahren ein Sammelsurium verschiedenster IOT-Gerätschaften (IOT = Internet der Dinge) sein. Diese Geräte unterstützen Mitglieder beim Training und liefern permanent

Daten. Das machen die IOT-Geräte nicht allein, sondern im Verbund mit Wearables, also Hardware, die am Körper getragen wird, wie die Apple-Watch, digitale Pflaster und innovative Apps für die Trainingsplanung, -steuerung und Ernährung. Ich empfehle Ihnen, diese Entwicklung zu akzeptieren und schon heute Ihren eigenen Betrieb auf die zukünftige Situation auszurichten. Wenn Sie damit erst in fünf Jahren anfangen, wenn die „Einschläge“ nicht nur näherkommen, sondern schon da sind, ist es zu spät.

Als Betreiber einer Sportanlage haben Sie einen entscheidenden Vorteil gegenüber der neuen Online-Konkurrenz: Der Mensch ist ein soziales Wesen – er möchte unter anderen Menschen

sein. Egal, wie ausgereift und innovativ digitale Produkte zukünftig auch sein werden, egal, wie raffiniert Apps und Social-Media-Plattformen zukünftig unser Belohnungssystem triggern, um uns online zu halten: Menschen möchten sich mit anderen Menschen austauschen, von Angesicht zu Angesicht kommunizieren, diskutieren und Spaß haben. Das geht online nicht, sondern nur persönlich. Fördern Sie dies also auch in Ihrem Fitnessclub der Zukunft. Behalten Sie unbedingt ein familiäres Clubumfeld und – wenn Sie dies noch nicht haben – überlegen Sie sich, wie Sie Mitglieder über das reine Training hinaus im Club halten können.

Der Status quo im Jahr 2030

Nun stellen Sie sich folgende Frage: Was muss ich ändern, damit ich auch in zehn Jahren die Erwartungen meiner Mitglieder erfülle? Damit kommen wir zum Knackpunkt. Sie werden Ihren Club digitalisieren müssen. Aus meiner Sicht auf zwei Ebenen: Zum einen werden Mitglieder hybrid trainieren, das heißt, klassisch im Studio und mit einem digitalen Personal Trainer, den Studiobetreiber als App zur Verfügung stellen. Dieser digitale Coach unterstützt die Mitglieder bei Training und Ernährung, zu Hause und unterwegs.

Die zweite Ebene ist das veränderte Training im Club selbst. Dieses wird in den nächsten Jahren in einer Art und Weise digitalisiert werden, wie Sie es sich heute noch nicht vorstellen können. Durch das Internet der Dinge werden alle Bereiche Ihres Clubs vernetzt sein: Die Mitglieder sind durch Wearables verbunden, Ihre Kraft- und Ausdauergeräte – ebenfalls im Netz – liefern die Trainingsdaten genauso wie die anderen IOT-Geräte und Apps an eine zentrale Datenbank. Dort werden die gesammelten Informationen nicht nur statistisch ausgewertet, sondern es werden mithilfe von Algorithmen und künstlicher Intelligenz auch passgenaue Prognosen zur Trainingsentwicklung, zum Gesundheitszustand oder zur mentalen Verfassung Ihrer Kunden erstellt.

Trainings- und Ernährungspläne lassen sich so auf ganz anderem Niveau und mit einem ganz anderen Individualisierungsgrad erstellen, als wir es heute kennen. Studios wissen dann viel mehr über den Gesundheitszustand und die

körperliche Verfassung ihrer Mitglieder als heute. Selbst Prognosen über den körperlichen Zustand in der Zukunft können die Algorithmen mit hoher Wahrscheinlichkeit voraussagen – alles Daten, die Fitnessclubbetreiber vertraulich behandeln müssen. Es sind aber auch Daten dabei, die andere Anspruchsgruppen brennend interessieren: Der Arzt des Mitglieds wird diese Daten im Sinne des Betroffenen verarbeiten, eine Krankenkasse wird genauso wie Versicherungen oder sonstige kommerzielle Dienstleister und Händler mit solchen Informationen eigene Zwecke bzw. Interessen verfolgen.

Datenschutz wird komplexer

Der Fitnessclub der Zukunft ist hybrid. Er vereint digitale Technik und mobiles Training mit den klassischen Sessions vor Ort und dem sozialen Austausch zwischen den Mitgliedern – vor, während und nach dem Training. Clubs der Zukunft sind Datenverarbeiter in einem Ausmaß, wie es heute technisch noch gar nicht möglich ist. Der Schutz der sensiblen Gesundheitsdaten wird eine der zentralen Aufgaben des Clubs der Zukunft sein. Aufgrund der Technologie, die 2031 angewandt werden wird, kann man allein durch das vernetzte Training inklusive Körpermessung durch Wearables Datenauswertungen zur Ernährung, zu Schlafprotokollen und ggf. sogar zu Medikamenteneinnahmen durchführen und Aussagen über den Gesundheitszustand der Mitglieder machen, die heute nur durch umfangreiche ärztliche Untersuchungen getroffen werden können.

Für die Sicherheit dieser Daten sind Clubbetreiber verantwortlich. Sie müssen durch technische Maßnahmen sicherstellen, dass Daten nicht gestohlen, veröffentlicht oder durch Dritte zweckentfremdet werden können. Inhaber und Betreiber werden sich in Zukunft also ganz neu in Themen der IT-Infrastruktur und IT-Sicherheit aufstellen müssen. Unabhängig von der Anzahl der Mitarbeiter werden Betreiber jemanden benötigen, der sie in Datenschutz und IT-Sicherheit berät und unterstützt.

Geräteverleih als Alternative?

Der ein oder andere spielt vielleicht mit dem Gedanken, sich diese große Verantwortung nicht antun zu wollen. Dann bleibt nur noch die Alternative, sich als

Gerätevermieter auf dem Markt zu positionieren. Wenn das Ihr Geschäftsmodell der Zukunft ist, stellen Sie auch hier die richtigen Weichen – nur eben in eine andere Richtung. Aber selbst dann müssen Sie sich absichern; am besten, indem Sie Ihren Mitgliedern überhaupt keine digitalen Trainingsprodukte zur Verfügung stellen; die sollen sie einfach selbst mitbringen. Dann ist auch jeder Gerätemieter selbst für seine Daten verantwortlich. Hier ist die spannende Frage: Wie entwickelt sich dieser Markt in den nächsten Jahren? Ich bleibe bei meiner These: Der Mensch ist ein soziales Wesen und will unter Menschen sein. Ob das ein anonymes Fitnessstudio, das rund um die Uhr Geräte verleiht, jedoch bieten kann? Ich glaube nicht.

Fazit

Die Welt hat aufgrund der Coronapandemie bereits ein Jahr den Atem angehalten. Jetzt geht es langsam weiter. Das Informationszeitalter wird in den kommenden zehn Jahren die gesamte Gesellschaft massiv verändern. Den meisten ist dieser Wandel heute noch nicht bewusst. Auch die Fitnessstudios treiben auf dieser exponentiellen Veränderungswelle hin zur datengetriebenen Informationsgesellschaft. Dabei müssen Sie als Clubbetreiber schon heute die Weichen stellen. Was wollen Sie zukünftig sein: Geräteverleiher in einer anonymen Trainingsumgebung oder Premium-Gesundheitsdienstleister im digitalisierten Fitnessclub? Wenn Sie in zehn Jahren noch „Premium“ sein wollen, gehört der Schutz der Daten Ihrer Mitglieder zu einer Ihrer wichtigsten Aufgaben.

Achim Barth



Achim Barth ist mehrfach zertifizierter Datenschutzbeauftragter für Privatleute und Unternehmen. Er ist Gründer von „Barth Datenschutz“ und referiert in zahlreichen Workshops, Seminaren und Vorträgen über praktikable Lösungen beim Datenschutz. www.barth-datenschutz.de/ www.barth-sport.de