



# Fit im Forderungs- management 2018

Eine Studie für die Fitnesswirtschaft

Inkasso Becker Wuppertal – Part of Lowell Group

In Zusammenarbeit mit dem Markt-Forschungs-Institut Würtenberger (FIW)

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Vorwort</b>	3
	Auf einen Blick: <b>Die Ausgangslage</b>	4
<b>1</b>	<b>Wer schreibt, bleibt! Der Vertrag</b>	6
	1.1 Drum prüfe, wer sich ewig bindet: <b>Der Datencheck vorab</b>	7
	1.2 Stick to the rules: <b>Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen</b>	10
	1.3 Exkurs: Schluss machen für Fortgeschrittene – <b>(Sonder-)Kündigungsrechte</b>	12
<b>2</b>	<b>Gut gemahnt ist halb gezahlt? Das Mahnwesen</b>	14
	2.1 Schwarze Schafe gibt es in jeder Herde: <b>Nichtzahler und Rückläufer</b>	15
	2.2 Steter Tropfen höhlt den Stein? <b>Das Mahnverfahren</b>	20
	2.3 Diese Linie endet hier: <b>Die Inkassoquote</b>	26
	2.4 Lass uns Freunde bleiben: <b>Zielsetzung bei Inkassoverfahren</b>	28
	2.5 Problem erkannt, Problem gebannt? <b>Zusammenarbeit mit Inkassodienstleistern</b>	31
	2.6 Kundenreport: <b>Viele gute Gründe für Outsourcing</b>	36
<b>3</b>	<b>Knallhart im Einsatz: Software zur Mitgliederverwaltung</b>	38
	3.1 Dein Freund und Helfer: <b>Mitgliedersoftware</b>	39
	3.2 Exkurs: Sicher ist sicher – <b>Datenschutz, alt und neu</b>	42
<b>4</b>	<b>Datenhandling als Schlüssel zum Erfolg: Ein Fazit</b>	46
<b>5</b>	<b>Und was da sonst noch so war: Methoden, Macher, Meinungen</b>	48
	5.1 Alles nur eine Frage des Ansatzes: <b>Zur Methodik dieser Studie</b>	49
	5.2 Inkasso Becker Wuppertal – <b>Part of Lowell Group</b>	50
	5.3 Meinung: <b>Marc Schillinger</b>	51
	<b>Impressum</b>	52
	<b>Disclaimer</b>	54



## Liebe Leserinnen und Leser,

zwei Jahre ist es jetzt her, dass wir in Zusammenarbeit mit dem Markt-Forschungs-Institut Würtenberger unseren Kunden aus der Fitnessbranche zum ersten Mal so richtig „auf den Zahn gefühlt“ haben, was das Thema Forderungsmanagement angeht. Die Ergebnisse dieser ersten Umfrage entsprachen oftmals den Erwartungen, haben uns allerdings auch überrascht. Deutlich wurde damals: Es gibt in vielen Bereichen Handlungs- und Informationsbedarf und durchaus Steigerungspotenzial, was die Effizienz und Effektivität des Forderungsprozesses angeht.

Darüber hinaus haben uns Ihre Reaktionen auf die erste Studie gezeigt: Das Interesse an diesem Thema ist riesig!

Zwei Jahre später fragen wir also wieder nach und sind dieses Mal in der glücklichen Lage, die neuen Ergebnisse mit den alten vergleichen zu können: Was hat sich verändert, wo haben inzwischen Entwicklungen stattgefunden? Und welche Prozesse, Denk- und Herangehensweisen sind geblieben?

Diese aktuelle Studie will aber viel mehr als nur vergleichen: Mit den Exkurs-Themen „(Sonder-)Kündigungsrechte“ und „Datenschutz“ setzen

wir gleich zwei neue Schwerpunkte, die mit dem Forderungsmanagement in enger Beziehung stehen. Auch in diesen Bereichen stellen wir wichtige Fragen, informieren und lassen renommierte Experten zu Wort kommen.

So verbleibt also nur noch, uns bei allen an der Umfrage teilnehmenden Studios herzlich für die erneut hervorragende Zusammenarbeit zu bedanken und Ihnen wieder eine erkenntnisreiche und spannende Lektüre zu wünschen. Hoffentlich liefert Ihnen diese Studie hilfreiche Einsichten, Tipps und Handlungsempfehlungen für Ihr Unternehmen.

Sandra Trotzowsky, Geschäftsführerin  
Inkasso Becker Wuppertal GmbH & Co. KG

# Auf einen Blick: Die Ausgangslage

82,6 Millionen Einwohner hatte die BRD im Jahr 2016. 10,1 Millionen davon waren im selben Jahr Mitglied in einem Fitnessstudio, also jede achte Person in Deutschland – Tendenz steigend. Deutschland ist somit der stärkste Fitnessmarkt in Europa, noch vor Großbritannien und Frankreich.

Und es ist sogar noch mehr drin: Schaut man auf die Penetrationsquote, also den relativen Anteil der trainierenden Bevölkerung, und vergleicht diese mit unseren (skandinavischen) Nachbarn, wird deutlich, dass der Scheitelpunkt der Wachstumskurve vermutlich noch längst nicht erreicht ist: Sind in Deutschland rund 12,3 % der Bevölkerung im Fitnessstudio anzutreffen, sind es in Großbritannien bereits 14,1 %, in Norwegen 19,2 % und in Schweden sogar 21,1 %.

Höhere Mitgliederquoten bedeuten in der Regel aber auch einen Anstieg der nicht gezahlten Mitgliederbeiträge. Ein Kurzüberblick:



**1.180\***

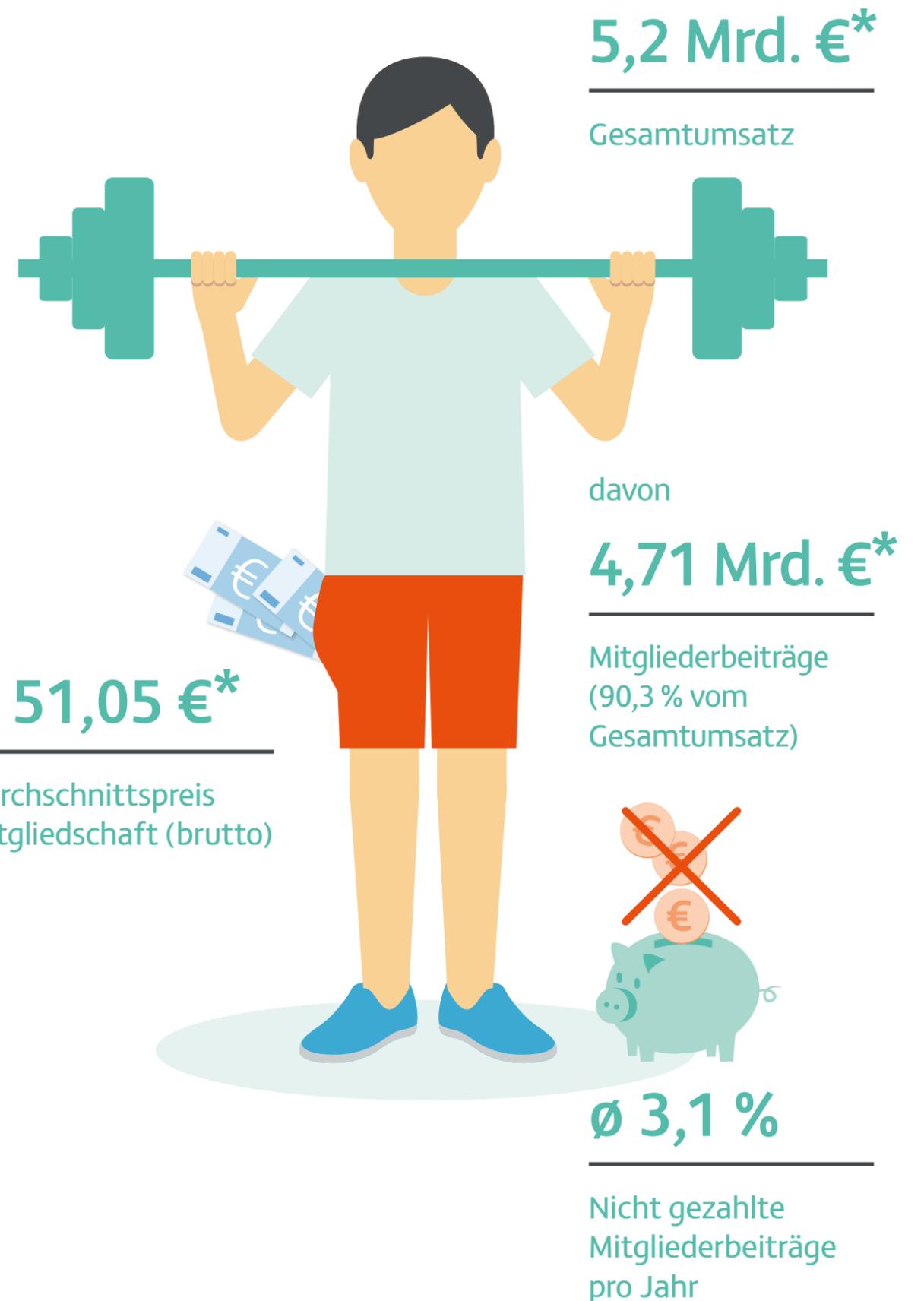
Durchschnittliche  
Mitgliederanzahl  
pro Fitnessanlage

**8.988\***

Anzahl der  
Fitnessanlagen  
im Jahr 2017  
in Deutschland



\*Quelle: DSSV, Eckdaten der Deutschen Fitness-Wirtschaft 2018





# Wer schreibt, bleibt! Der Vertrag

**Der Vertrag stellt die Grundlage einer jeden Geschäftsbeziehung dar: Er legt die Rechte und Pflichten der beteiligten Parteien fest und zeichnet die Bahnen vor, in denen sich das künftige gemeinsame Miteinander bewegt. Auch die Bedingungen für das Ende der Partnerschaft sind dort festgelegt.**

Der Vertragsabschluss kann in mündlicher Form, per Handschlag oder aber, um nachweislich rechtsicher zu sein, schriftlich erfolgen. Da er bei eventuellen Streitigkeiten ebenfalls die Grundlage für eine Entscheidungsfindung zugunsten einer der Parteien ist, empfiehlt es sich, schon vor dem Abschluss sowohl

die Inhalte als auch den zukünftigen Vertragspartner genau unter die Lupe zu nehmen.

Selbstverständlich – sollte man meinen. Aber entspricht das tatsächlich der gelebten Realität in deutschen Fitnessstudios?

## 1.1 Drum prüfe, wer sich ewig bindet: Der Datencheck vorab

Gegenstand des Vertrags zwischen dem Betreiber eines Fitnessstudios und seinem zukünftigen Kunden ist die Lieferung einer Leistung – Bereitstellung von Trainingsfläche, Geräten, Kursen etc. –, für die dieser im Gegenzug ein regelmäßiges Entgelt erhält.

Kaum ein Kunde wird einen solchen Vertrag unterschreiben, ohne sich zuvor die Räumlichkeiten und den Kursplan des Studios angesehen zu haben. Er weiß also genau, worauf er sich einlässt.

Doch was ist mit den Studiobetreibern?





### Führen Sie im Vorfeld eine Bonitätsprüfung durch?

Ja	0,0 %
Ja, teilweise	1,6 %
Eher nein	2,8 %
Nein	95,6 %



Grafik 1 | Quelle: FIW

Ein bemerkenswertes Ergebnis: Kein Einziges der befragten Unternehmen führt im Vorfeld regelmäßige Bonitätsbefragungen durch. Lediglich acht Clubs gaben an, im Einzelfall (z. B. bei Jugendlichen) eine entsprechende Untersuchung vorzunehmen.

Dabei ließe sich bei weniger optimalen Prüfungsergebnissen bereits im Vorfeld durch bestimmte

Vertragsanpassungen (z. B. bei den Zahlungsmodalitäten oder beim Kündigungsrecht) vielen späteren Problemen vorbeugen.

Doch wie sieht es bei den personenbezogenen Basisdaten aus? Auch hier kommt eine Umfrage unter Studiobetreibern zu einem überraschenden Ergebnis.

#### BONITÄT

**i** Der Begriff „Bonität“ umfasst verschiedene Kriterien, die Rückschlüsse auf die persönliche Zuverlässigkeit und Zahlungswilligkeit eines Unternehmens oder einer Person zulassen. Dazu gehören bei natürlichen Personen u. a. fachliche/berufliche Qualifikationen, Einkommensverhältnisse und Kreditvergangenheit. Diese Daten können über sogenannte Auskunftsteien eingeholt werden.

### Werden Ihre Mitgliederadressen auf Aktualität und Richtigkeit überprüft?

Ja	22,4 %
Ja, teilweise	7,0 %
Eher nein	4,4 %
Nein	66,2 %



Grafik 2 | Quelle: FIW

### Wird von Ihnen bei Vertragsabschluss einer Mitgliedschaft der Personalausweis hinzugezogen?

Ja	29,8 %
Ja, teilweise	16,0 %
Eher nein	1,4 %
Nein	52,8 %



Grafik 3 | Quelle: FIW

Die Zahlen zeigen es klar: Auch im Bereich der Überprüfung der angegebenen Mitgliedsdaten ist noch deutlicher Handlungsbedarf erkennbar. Bei nur knapp 30 % aller Vertragsneuabschlüsse werden die

Identität und/oder Adressdaten des Neukunden routinemäßig überprüft. Hingegen verneinten etwas über 70 % der Befragten, solche Maßnahmen als Standard im Unternehmen etabliert zu haben.

\*Die Mittelwertangabe setzt sich aus dem Schulnotensystem zusammen (ja = 1, nein = 4)



# 1.2 Stick to the rules: Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Damit nicht für jeden Vertrag das komplette Regelwerk neu aufgesetzt werden muss, gibt es die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) – vorformulierte, standardisierte Klauseln, die den Vertragsabschluss vereinfachen und beschleunigen sollen. Im Hinblick auf das Schuldrecht ist es hier erlaubt, im Gesetz

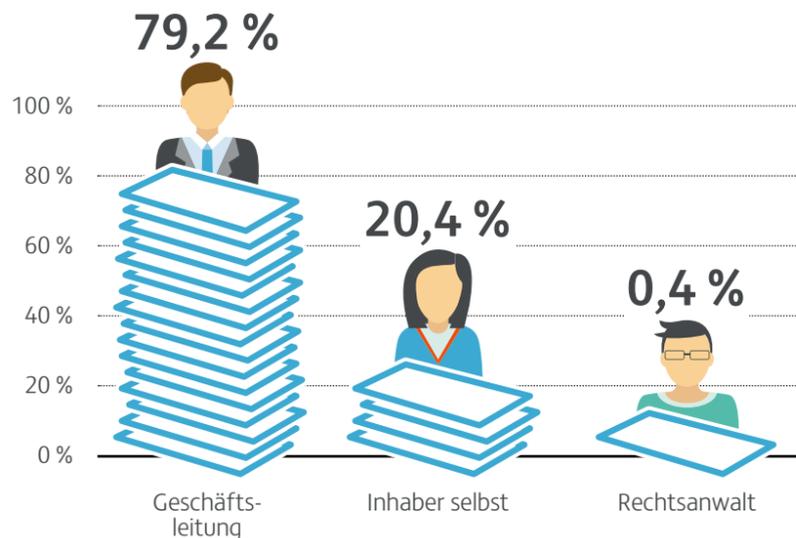
nicht vorgesehene Vertragstypen einzuführen und Regeln – z. B. was Risikoverteilung und Haftungsfälle angeht – (häufig zugunsten des Verwenders) anzupassen. Die AGB stellen also einen wichtigen Vertragsbestandteil dar und sollten, im Idealfall, beiden Parteien zugänglich sein.

## Sind in Ihren Verträgen die AGB-Regeln hinterlegt?

Ja	88,2 %
Nein	11,8 %

Grafik 4 | Quelle: FIW

## Wer beschäftigt sich mit den AGB-Regeln in Ihrem Unternehmen?



In der weit überwiegenden Mehrheit der Anlagen sind die AGB-Regeln in den Verträgen hinterlegt.

Ein Großteil der befragten Studios kümmert sich dabei, entweder auf Ebene der Geschäftsleitung oder durch den Inhaber, selbst um diese Rechtsfragen. Nur 0,4 % ziehen hier fachliche Unterstützung durch einen Rechtsanwalt hinzu.

Grafik 5 | Quelle: FIW



## Welche Kündigungen akzeptieren Sie?

Gründe	Anteil in %
Schwere Krankheit	73,8 %
Umzug	45,8 %
Individuelle Regelung	19,0 %
Schwangerschaft	12,2 %
Umzug ab 20 km	9,4 %
Finanzielle Gründe	7,8 %
Arbeitsplatzverlust	2,2 %
Umzug ab 25 km	1,8 %
Berufliche Gründe	1,8 %
Umzug ab 30 km	1,6 %
Umzug ab 15 km	1,0 %
Umzug ab 10 km	0,8 %
Tod	0,4 %
Bundeswehr	0,4 %
Umzug ab 50 km	0,2 %
Umzug ab 40 km	0,2 %

Ein weiterer wichtiger Aspekt eines jeden Vertrags, für beide Seiten: das Kündigungsrecht. Von Interesse sind dabei neben der Fristenregelung für reguläre Kündigungen die Sonderfälle, die eine Beendigung des Vertragsverhältnisses außerhalb dieses Rahmens erlauben.

Deutlich wird hier, dass es zwei Hauptaspekte gibt: gesundheitliche Gründe und Wohnortwechsel. Diese werden jedoch zum Teil recht unterschiedlich ausgelegt.

Erfreulich aus Kundensicht: Bei immerhin 19 % der Studiobetreiber gibt es Spielraum für individuelle Regelungen.

Grafik 6 | Quelle: FIW

## 1.3 Exkurs: Schluss machen für Fortgeschrittene – (Sonder-)Kündigungsrechte

### Jetzt erst einmal ordentlich kündigen!

Wenn schon Schluss gemacht wird, dann doch bitte so: mit einer „ordentlichen“ Kündigung. Das bedeutet, dass das Mitglied das Vertragsverhältnis form- und fristgerecht zum Ablauf der Mindestzeit beendet. Die Kündigungsfrist beträgt in der Regel einen Monat bis maximal drei Monate. Eine längere Kündigungsfrist ist laut § 309 Nr. 9 c BGB (Bürgerliches Gesetzbuch) nicht zulässig.

### Schriftlich oder mündlich?

Für die Art und Weise einer jeden Kündigung gilt: Sie ist empfangsbedürftig, d. h., sie muss dem Vertragspartner zugegangen sein, was die andere Seite gegebenenfalls auch nachweisen können muss. Erfolgt die Kündigung schriftlich per Einschreiben, sind beide auf der sicheren Seite. Aber auch mündliche Kündigungen können unter bestimmten Voraussetzungen Rechtsgültigkeit haben, wenn sie einerseits vor Zeugen

ausgesprochen wurden, die den „Empfang“ bestätigen können, und sich andererseits beide Parteien an den Vorgang erinnern. Anders liegt der Fall, wenn in den AGB für Kündigungen ausdrücklich die Textform vorgeschrieben wird. Mündliche Kündigungen sind dann nicht mehr wirksam.

Apropos „schriftliche Kündigung“ – gehört da nicht auch eine E-Mail dazu? Mittlerweile ja! Denn seit



dem 01.10.2016 (§ 309 Nr. 13 BGB) darf bei Vertragsneuabschlüssen in den AGB nur noch die Kündigung in „Textform“ und nicht mehr, wie zuvor, in „Schriftform“ vorgeschrieben sein. Damit entfällt die Notwendigkeit der handschriftlichen Unterschrift, eine Kündigung per Fax oder E-Mail hat ebenfalls Gültigkeit.

### Ich bin dann mal weg! Ist Umzug ein Grund für eine außerordentliche Kündigung?

Soweit in den AGB keine eigene Regelung getroffen wurde, ist der Umzug in eine andere Stadt laut Urteil des Bundesgerichtshofs (Az. XII ZR 62/15 vom 04.05.2016) KEIN Grund für eine außerordentliche Kündigung vor Ablauf des regulären Vertragsverhältnisses. Ob ein Umzug als Sonderkündigungsgrund akzeptiert wird oder nicht und ab welcher Distanz zum vormaligen Wohnort, liegt also im Ermessen des Studiobesitzers.

### Zu krank für Sport – Sonderkündigungsrecht bei Krankheit

Die Erkrankung eines Mitglieds kann unter Umständen eine außerordentliche Kündigung rechtfertigen: Voraussetzung dafür ist, dass eine dauerhafte Sportunfähigkeit vorliegt, die verhindert, dass das Mitglied die weit überwiegenden Angebote des Studios nutzen kann. Das ärztliche Attest dient hierbei nur zur Begründung und unterliegt laut BGH (Urteil vom 08.02.2012 Az. XII ZR 42/10) nur geringen Anforderungen. Erst in einem Rechtsstreit muss das Mitglied die dauerhafte Sportunfähigkeit konkret darlegen und beweisen.

### Ich trainiere jetzt für zwei – Sonderkündigungsrecht bei Schwangerschaft

Schwangere genießen laut Beschluss des Bundesverfassungsgerichts vom 24.05.2005 (BvR 906/04) einen besonderen Schutz.

Hier hat der Bundesgerichtshof in einem Urteil festgestellt, dass eine Schwangerschaft Grund für die fristlose Kündigung eines bestehenden Vertrags sein kann, ohne allerdings näher darauf einzugehen, unter welchen Umständen dies der Fall ist (BGH-Urteil vom 08.02.2012, Az. XII ZR 42/10). Weitere Land- und Amtsgerichte haben in anderen Verfahren ähnliche Urteile gefällt. Betroffene Studios können zwar die Pausierung der Vertragslaufzeit anbieten, das Mitglied ist jedoch nicht verpflichtet, dieses Angebot anzunehmen.



# Gut gemahnt ist halb gezahlt? Das Mahnwesen

## 2.1 Schwarze Schafe gibt es in jeder Herde: Nichtzahler und Rückläufer

Ohne sie kann kein Fitnessstudio existieren: die regelmäßig pünktlich gezahlten Mitgliederbeiträge. Gibt es hier Probleme, ist ein geregelter

Betrieb auf Dauer nicht möglich. Doch für die meisten Studios gehören Nichtzahler leider zum Arbeitsalltag.

**Wie hoch schätzen die Studio-  
betreiber selbst dabei ihre monat-  
liche Nichtzahlerquote ein?**

**Auf wie viel Prozent Ihrer gesamten  
Beitragsumsätze belaufen sich Ihre  
Nichtzahlungen im Monat?**

Rücklastschriften in %	Anteil in %
0 %	0,0 %
< 1,0 %	17,0 %
1,0 % bis < 2,0 %	20,0 %
2,0 % bis < 3,0 %	15,0 %
3,0 % bis < 4,0 %	13,4 %
4,0 % bis < 5,0 %	17,8 %
5,0 % bis < 6,0 %	9,6 %
6,0 % bis 10,0 %	3,2 %
11,0 % bis 16,0 %	4,0 %

Grafik 7 | Quelle: FIW

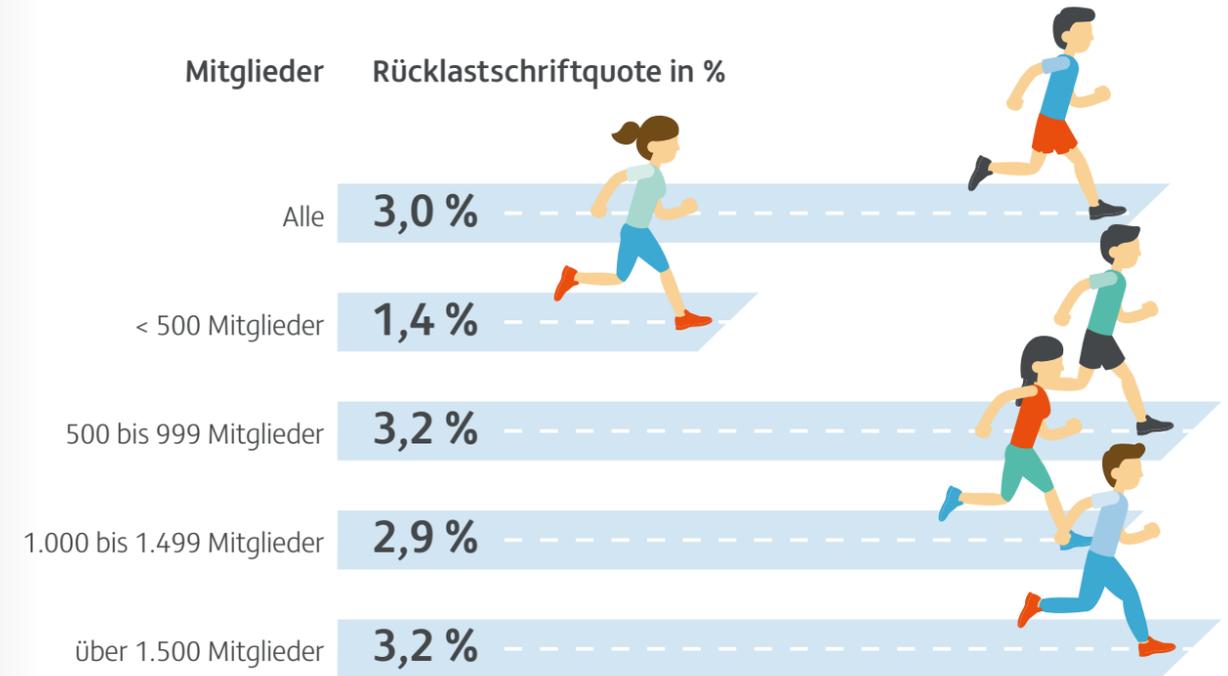
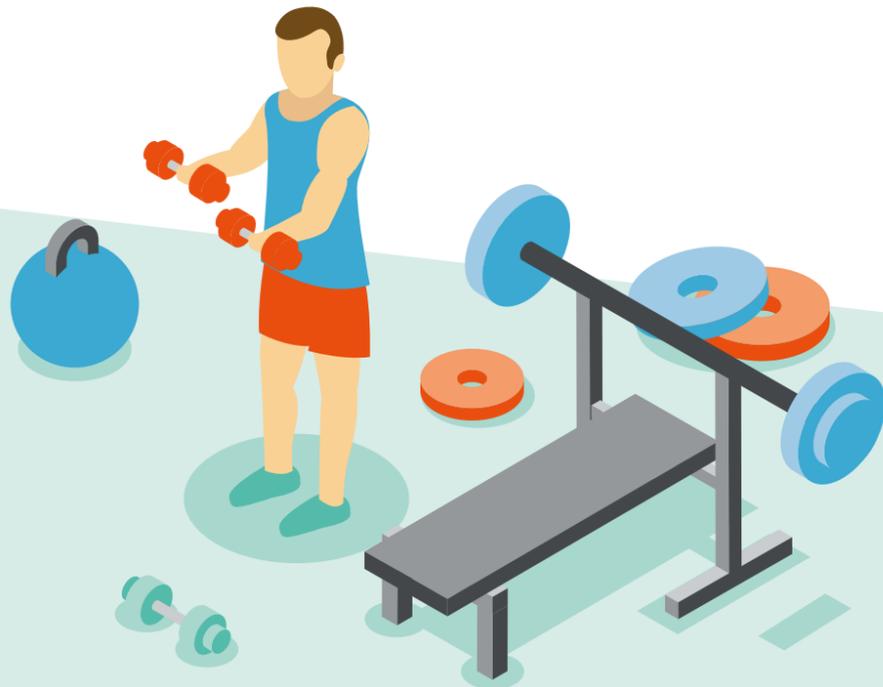
Laut Eigenauskunft beläuft sich die durchschnittliche Quote der Rücklastschriften auf **3,0% im Monat** – ein Umfragewert, der gegenüber dem Ergebnis der letzten Umfrage konstant bleibt (2015 = 2,9%).

Nur rund ein Drittel der Befragten (37,0%) bezifferte die Quote der Rücklastschriften auf unter zwei Prozentpunkte. Bei immerhin 36 Unternehmen (7,2%) beträgt der Anteil der Nichtzahler sogar zwischen 6% und 16%. In der Detailauswertung zeigt sich, dass diese Quote

durch die flächenmäßig kleineren und mitgliederschwächeren Unternehmen etwas geschönt wird: Anlagen unter 500 m<sup>2</sup>/unter 500 Mitgliedern bzw. aus dem Premiumsegment weisen im Vergleich zu großen Discount-Studios signifikant bessere Werte auf.

Größe	Rücklastschriftquote in %
Alle	3,0 %
unter 500 m <sup>2</sup>	2,2 %
500 bis 999 m <sup>2</sup>	3,2 %
1.000 bis 1.499 m <sup>2</sup>	2,8 %
1.500 bis 1.999 m <sup>2</sup>	3,6 %
über 2.000 m <sup>2</sup>	3,0 %

Grafik 8 | Quelle: FIW



Grafik 9 | Quelle: FIW



**ZUSATZKOSTEN DURCH RÜCKLASTSCHRIFTEN**



Eine der geläufigsten Bezahlarten in der Fitnessbranche ist der Gebühreneinzug per Lastschriftverfahren. Dabei beauftragt der Empfänger die Bank, den fälligen Betrag vom Konto des Zahlungspflichtigen abzubuchen. Ist die Kontoverbindung falsch, das Konto nicht existent oder nicht gedeckt, erfolgt eine Rücklastschrift (oder auch Lastschriftrückgabe). Für diesen Vorgang erhebt die Bank zumeist eine Gebühr, die dann dem Gläubiger in Rechnung gestellt wird.

Werden die Mitgliederbeiträge vom Studio über eine Einzugs-ermächtigung eingeholt (was in der überwiegenden Mehrheit der Fall ist), bedeutet jeder nicht gezahlte Beitrag gleichzeitig auch

eine Rücklastschrift, die wiederum mit Kosten für den Studiobetreiber verbunden ist.

Neben den fehlenden Beiträgen entstehen so weitere Verluste.

**Doch wie hoch sind diese Zusatzkosten pro nicht gezahltem Monatsbeitrag bzw. pro Rücklastschrift anzusetzen?**

## Wie hoch ist die Bearbeitungsgebühr Ihrer Bank für die Durchführung/Abwicklung der Rücklastschriften?

Bearbeitungsgebühr	Anteil in %
bis 2,50 Euro	16,4 %
> 2,50 bis 5,00 Euro	<b>60,2 %</b>
> 5,00 bis 7,50 Euro	18,8 %
> 7,50 bis 10,00 Euro	4,6 %
über 10,00 Euro	0,0 %

Grafik 10 | Quelle: FIW



Bei etwas mehr als drei Viertel aller Unternehmen (76,6 %) beläuft sie sich auf maximal 5 Euro, 23,4 % zahlen sogar noch mehr. Ein Vergleich mit den Zahlen der letzten Umfrage zeigt: Mit einer durchschnittlichen **Bearbeitungsgebühr von 4,19 Euro im Vergleich zu einem Wert von 4,70 Euro im Jahr 2015** fällt die finanzielle Belastung pro Rücklastschrift derzeit etwas geringer als in der Vergangenheit aus.



## Zahlungsmodus rechtzeitig anpassen!

Damit die Gebühren für Rücklastschriften kein zusätzliches Loch in die Studiokasse reißen, empfiehlt es sich, frühzeitig zu reagieren: Werden die Beiträge im Monatsrhythmus abgebucht, sollte nach der zweiten stornierten Lastschrift das Mitglied auf Barzahler umgestellt werden, bei wöchentlicher Abbuchung spätestens nach dem vierten Storno.

Darüber hinaus können Sie die Terminierung der Zahlung an die Gehaltsauszahlung des Mitglieds anpassen (z. B. zum 1. oder 15. eines Monats), um sicherzugehen, dass das Konto gedeckt ist bzw. dass Barmittel vorhanden sind.

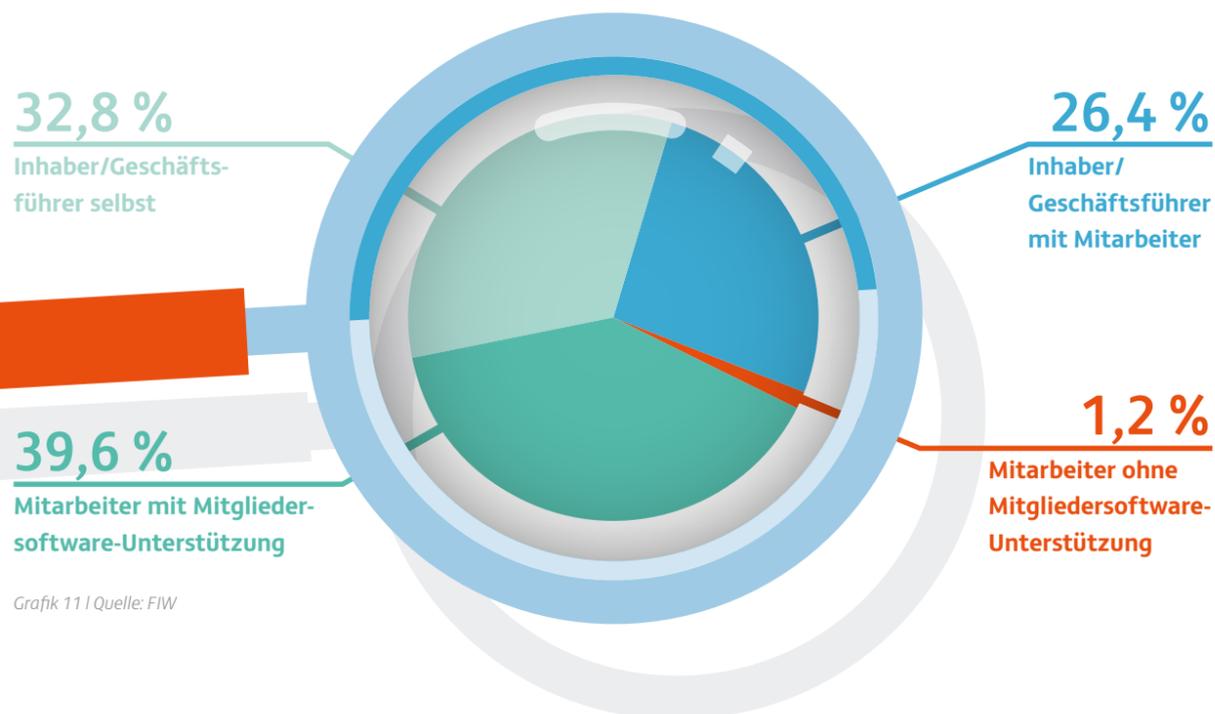


## 2.2 Steter Tropfen höhlt den Stein? Das Mahnverfahren

Ist der „Ernstfall“ eingetreten und ein Mitglied hat einen oder sogar mehrere Monatsbeiträge nicht bezahlt, beginnt das eigentliche Mahnverfahren. Personelle und materielle Ressourcen werden dadurch gebunden, weitere Kosten entstehen.

**Doch auf welcher personellen Ebene findet dieser Vorgang statt? Mahnverfahren = Chefsache?**

### Wer befasst sich in Ihrem Unternehmen mit dem Beitragswesen?



Das Ergebnis zeigt: Für rund ein Drittel der Unternehmen wird das Thema Nichtzahler ab diesem Zeitpunkt zur Chefsache, d.h. Aufgabe des Inhabers bzw. der Geschäftsführung. In jedem vierten Sport- bzw. Gesundheitsstudio wird dies durch den Inhaber/Geschäftsführer gemeinsam mit mindestens einem Mitarbeiter erledigt.

In knapp 40 % der befragten Anlagen ist in die Bearbeitung der Aufgaben rund um das Beitragswesen (Veranlassung von Lastschriften, Verbuchen von Rücklastschriften, Mahnwesen etc.) mindestens ein Mitarbeiter eingebunden, der durch eine entsprechende Software unterstützt wird.

Interessant ist dabei sicherlich auch die Frage nach der Häufigkeit der Mahnungen pro Nichtzahler.

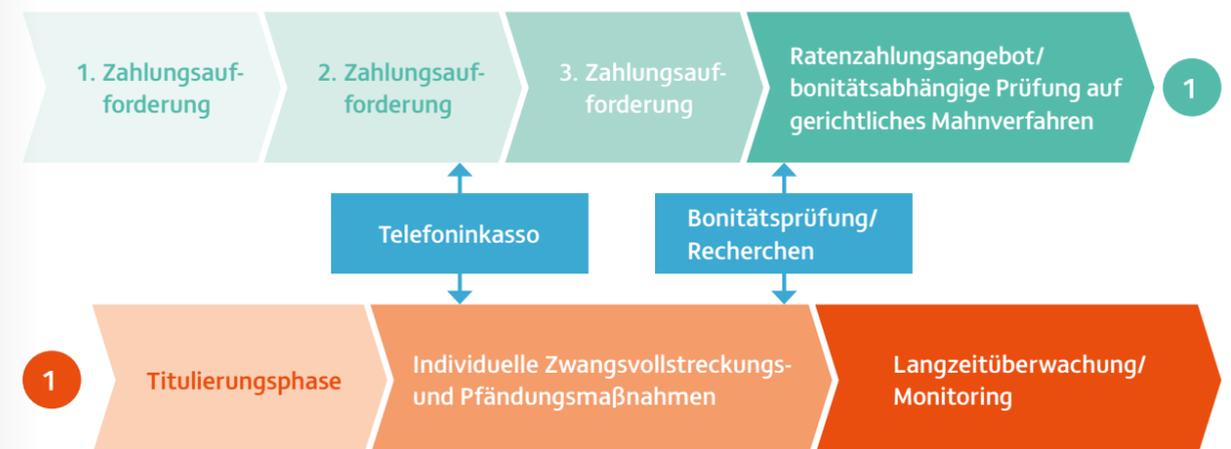
### Wie oft mahnen Sie?

Dabei zeigt sich: Im Schnitt werden von den Unternehmen pro Nichtzahler je **2,5 Mahnungen** (2015 = 2,5) versandt. Im Detail zeigt sich dabei folgendes Bild:

Mahnungen	Anteil in %
1 Brief	0,8 %
2 Briefe	50,8 %
3 Briefe	45,6 %
> 3 Briefe	2,8 %

Grafik 12 | Quelle: FIW

### Beispielhafter Mahnverlauf



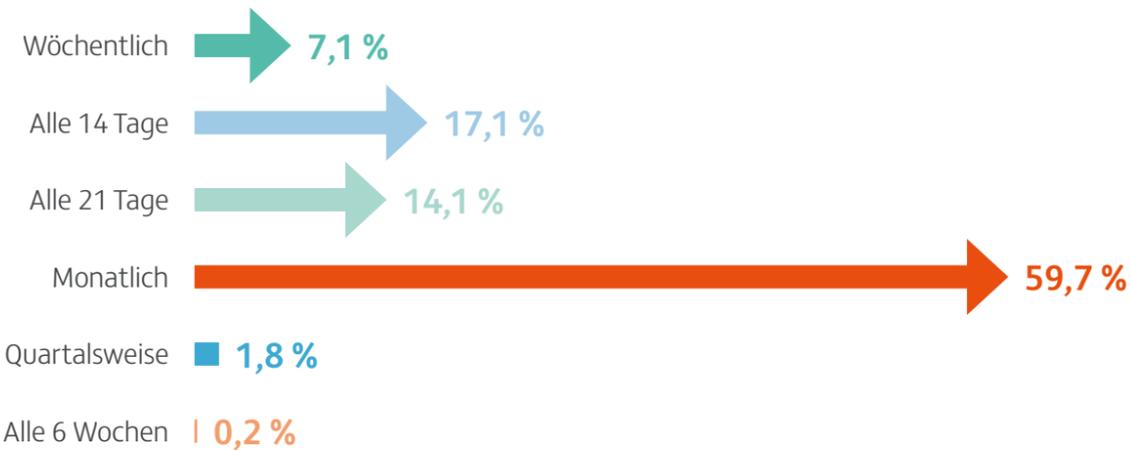
Grafik 13 | Quelle: FIW

Entscheidend für die weitere Unkostenentwicklung sind dabei aber nicht nur die Häufigkeit der Mahnungen, sondern auch die Abstände dazwischen: Einerseits sollte dem Mitglied die Gelegenheit gegeben werden, in einem angemessenen Zeitraum zu reagieren. Sind andererseits die Mahnabstände zu groß, erhöht sich die Gefahr, dass sich die anfallenden Bearbeitungsgebühren und Verluste durch fehlende Beiträge weiter potenzieren.

Für welchen Mahnabstand entscheiden sich also die befragten Unternehmen?

In welchen Abständen mahnen Sie?

### In welchen Abständen mahnen Sie?



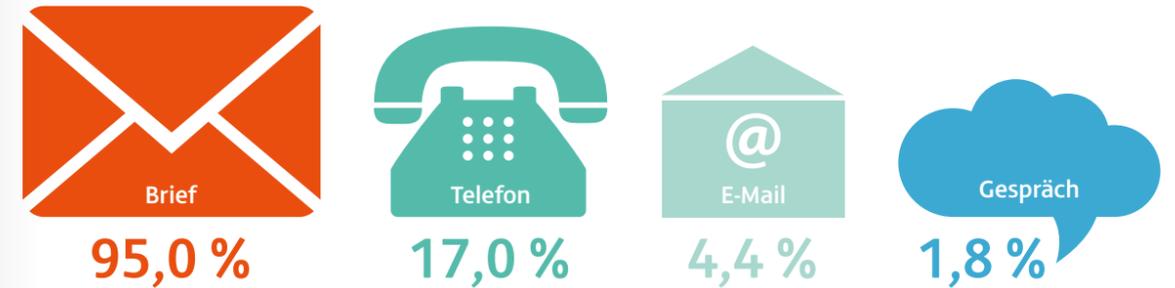
Grafik 14 | Quelle: FIW

In Bezug auf den Mahnrhythmus zeigt sich bei den befragten Unternehmen ein durchaus unterschiedliches Bild. Mehr als die Hälfte von ihnen hat sich auf einen monatlichen Zeitraum festgelegt, 17,1 % mahnen 14-täglich und 14,1 % alle drei Wochen.

Das favorisierte Medium ist und bleibt dabei die Briefform, wie die vorliegenden Angaben deutlich zeigen. Briefe werden teilweise durch ein Telefonat, in seltenen Fällen auch von einer E-Mail begleitet. Neu ist die

Angabe, zur Lösung des Problems das persönliche Gespräch zu suchen. Diesen Weg wählen im Moment 1,8 % der befragten Studiobesitzer.

### Wie mahnen Sie?



Grafik 15 | Quelle: FIW

Zahlungseingänge abgleichen, Mahnungen schreiben und verschicken, Telefonate oder persönliche Gespräche führen: Neben dem regulären Beitragswesen erzeugen ungezahlte Beiträge durch das daraus resultierende Mahnverfahren zusätzlichen Zeit- und Personalaufwand.

### Wie hoch schätzen die Betreiber von Fitnessanlagen diesen Zeitaufwand pro Monat ein?



### Wie viel Zeit benötigen Sie im Monat insgesamt für das Management Ihres kompletten Mahn- und Beitragswesens?

Stunden im Monat	Anteil in %
1 bis 5	14,5 %
6 bis 10	25,2 %
11 bis 15	12,4 %
16 bis 20	12,2 %
21 bis 30	10,1 %
31 bis 40	7,3 %
41 bis 50	10,5 %
51 bis 75	3,8 %
76 bis 100	3,6 %
über 100	0,4 %

Grafik 16 | Quelle: FIW

Insgesamt wenden die Unternehmen im Schnitt rund 22,9 Arbeitsstunden im Monat für ihr komplettes Mahn- und Beitragswesen auf. Auch hier zeigt sich erwartungsgemäß eine breite Spanne von einer und mehr als 100 Stunden zwischen den einzelnen Anlagen, abhängig von deren Größe und Mitgliederanzahl.

Zum Vergleich: Bei unserer Befragung zum Gesamtzeitaufwand für

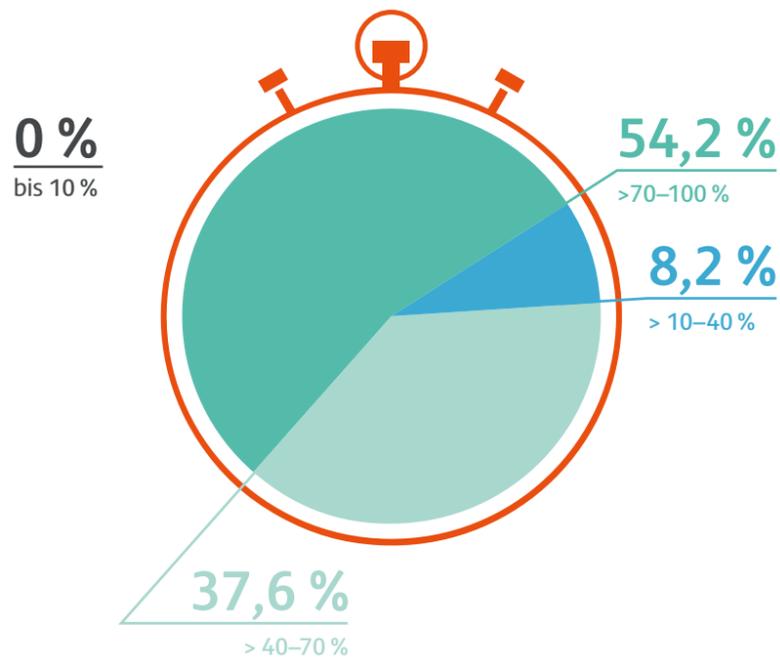
die Mitgliederverwaltung hatte sich im Jahr 2015 ein Durchschnittswert von 108 Stunden ergeben. Geht man davon aus, dass diese Zahl in den letzten zwei Jahren stabil geblieben ist, würde das bedeuten: Rund 24,7 % – also knapp ein Viertel – der Zeit, die die Studios mit Verwaltungsaufgaben verbringen, werden für die Abwicklung des Mahnverfahrens gebraucht. Hier zeigt sich deutlich, welches Einsparpotenzial

in der Optimierung der Bezahl- und Mahnabläufe liegt.

Das Mahnverfahren kostet die Studiobesitzer also zusätzlich zu den nicht erhaltenen Mitgliederbeiträgen viel Zeit und Geld.

**Doch mit welchem Ergebnis? Sind diese Bemühungen tatsächlich von Erfolg gekrönt?**

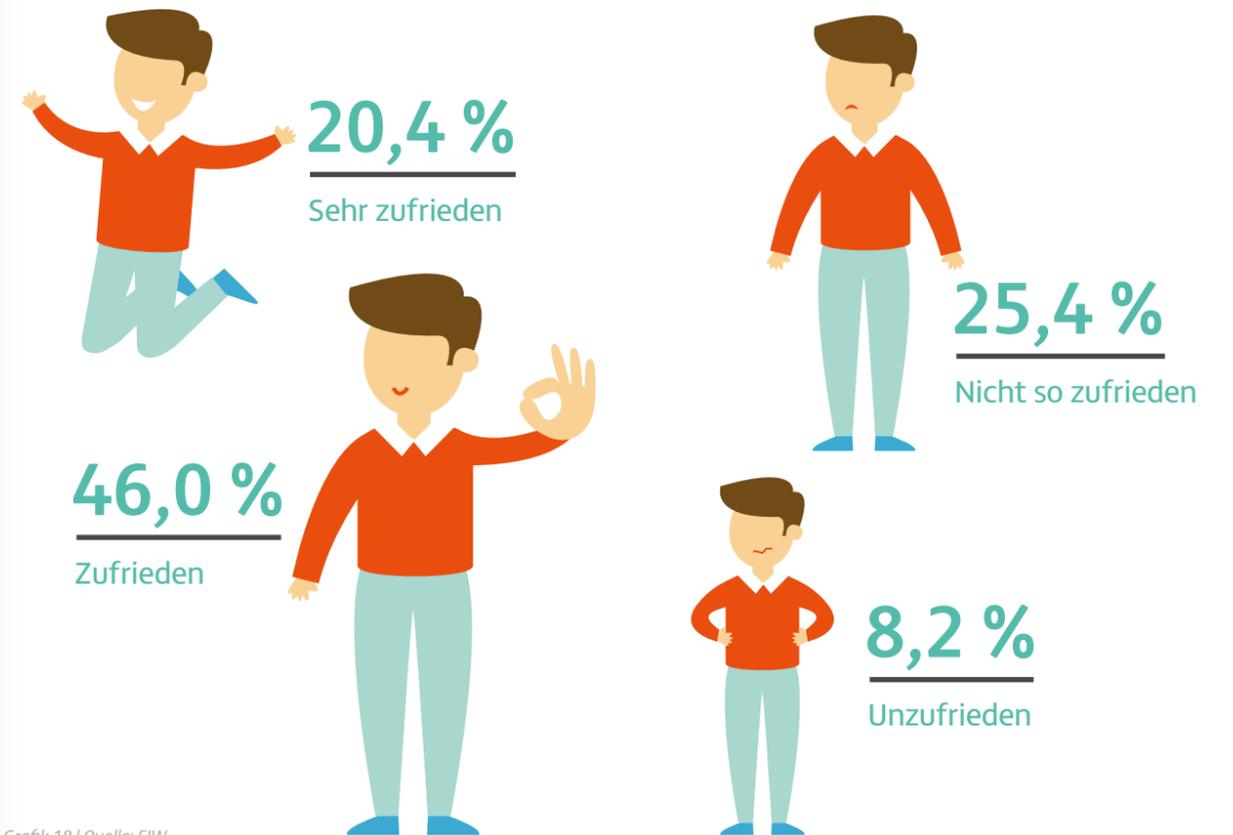
### Wie hoch schätzen Sie den Prozentanteil der Personen, die auf Ihre Mahnungen reagieren und die Zahlungen nachträglich leisten?



Grafik 17 | Quelle: FIW

Der obere Wert ist hierbei der Prozentanteil der Antworten, der untere Wert gibt den Prozentanteil der nachträglich geleisteten Zahlungen an.

### Wie zufrieden sind Sie mit diesem Ergebnis insgesamt?



Grafik 18 | Quelle: FIW

Mit 66,4 % bewerten rund zwei Drittel der Befragten dieses Ergebnis als gut bis sehr gut. Bei einem Drittel (33,6 %) sieht es jedoch anders aus, hier wird der Erfolg des Mahnverfahrens eher als negativ empfunden.

**1/3**  
der Studiobetreiber sind unzufrieden mit der Reaktion auf ihre Mahnungen



## 2.3 Diese Linie endet hier: Die Inkassoquote

Trotz mehrfacher Aufforderung:  
Das Mitglied reagiert nicht, die  
Zahlungen bleiben weiterhin aus.  
Nichts geht mehr! Jetzt gibt es  
für den Studiobetreiber mehrere  
Möglichkeiten, zu reagieren.

**Doch für welche Optionen ent-  
scheiden sich Studiobetreiber hier?**



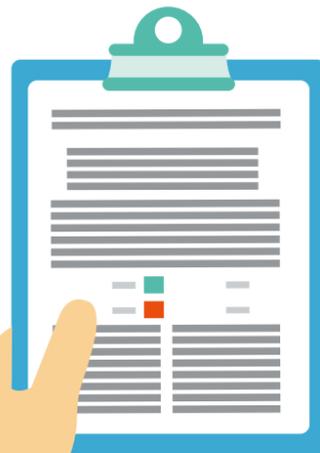
**Wie gehen Sie mit Ihren Inkassofällen im Unternehmen vor?**

**43,2 %**

Übergabe  
an Inkassoun-  
ternehmen

**37,8 %**

Übergabe an  
Rechtsanwalt



**19,0 %**

Wird intern  
geregelt



Grafik 19 | Quelle: FIW

Viele der Befragten vertrauen sich im  
Inkassofalle einem Experten an: Mit  
43,2 % der Nennungen ist die Beauf-  
tragung eines Inkassounternehmens  
die meistgenannte Handlungsoption,  
gefolgt von rechtlichem Beistand  
durch einen Rechtsanwalt.

Immerhin 19,0 % der Unterneh-  
men gaben an, in diesen Fällen eine  
interne Regelung zu treffen. Die  
Bandbreite reicht hier von individuell  
getroffenen Absprachen bis hin zum  
Forderungsverzicht.

Bei der Angabe zur Höhe der  
eigentlichen Inkassoquote zeigen  
die befragten Unternehmen dabei  
Zurückhaltung:

### Wie hoch ist die Inkassoquote nach Abschluss Ihres kaufmännischen Mahnverfahrens, bevor Sie die Forderung einem Dienstleister übergeben?

Zu dieser Frage konnten oder wollten  
sich von 500 befragten Personen  
nur 299 Personen äußern. Letzt-  
lich spricht dies dafür, dass diese  
wichtige Kennzahl einer Mehrzahl  
der Unternehmer überhaupt nicht  
bekannt ist.

Dem Mittelwert der vorliegenden  
Angaben zufolge beläuft sich dem-  
nach die **Inkassoquote** auf einen  
**Wert von 1,24 %**.

#### INKASSO

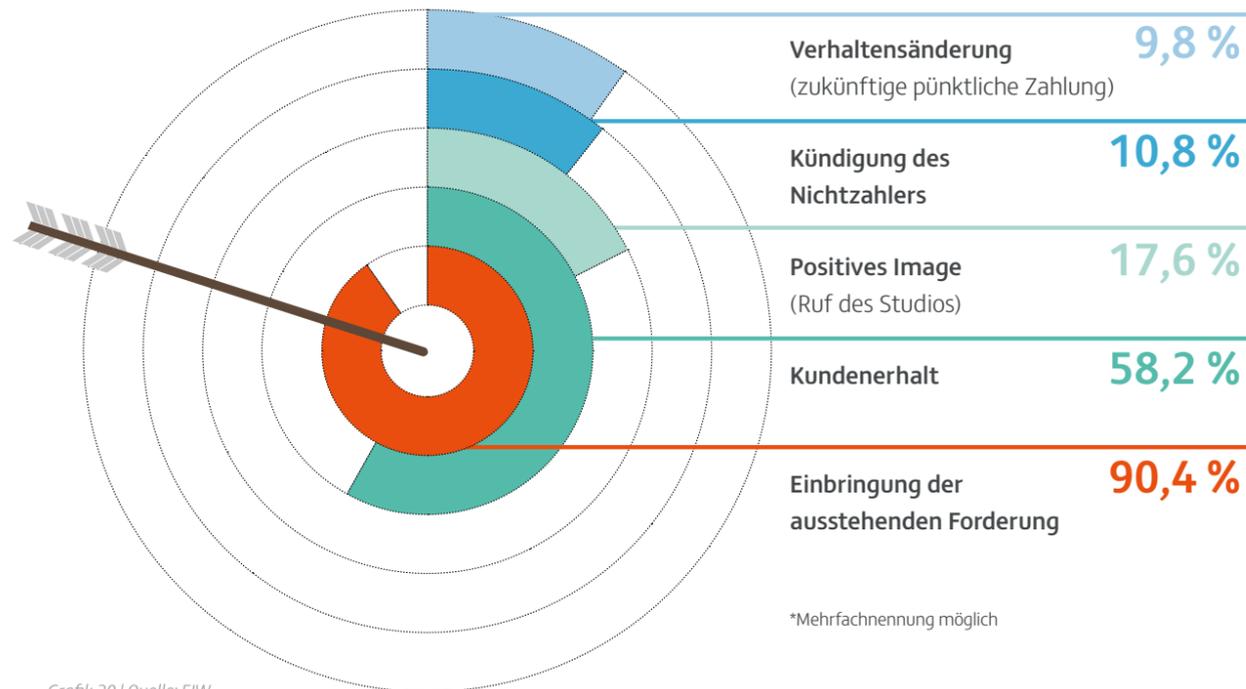
**i** Zum Inkassofall wird eine Forderung,  
wenn sie vom eigentlichen Gläubiger,  
der sich erfolglos um die Begleichung  
bemüht hat, an einen professionel-  
len Dienstleister übergeben wird. Die  
Inkassoquote bezeichnet demnach  
die Höhe dieser Forderungen im  
Vergleich zum Forderungsgesamt-  
volumen.

## 2.4 Lass uns Freunde bleiben: Zielsetzung bei Inkassoverfahren

Egal, ob ein Studiobetreiber sich im Inkassofall professionelle Hilfe ins Haus holt oder den Fall in Eigenregie abwickelt: Spätestens jetzt muss

eine Entscheidung fallen, wie und mit welchen Zielen weitere Maßnahmen ergriffen werden.

### Welches Ziel verfolgen Sie beim Umgang mit den Nichtzahlern?

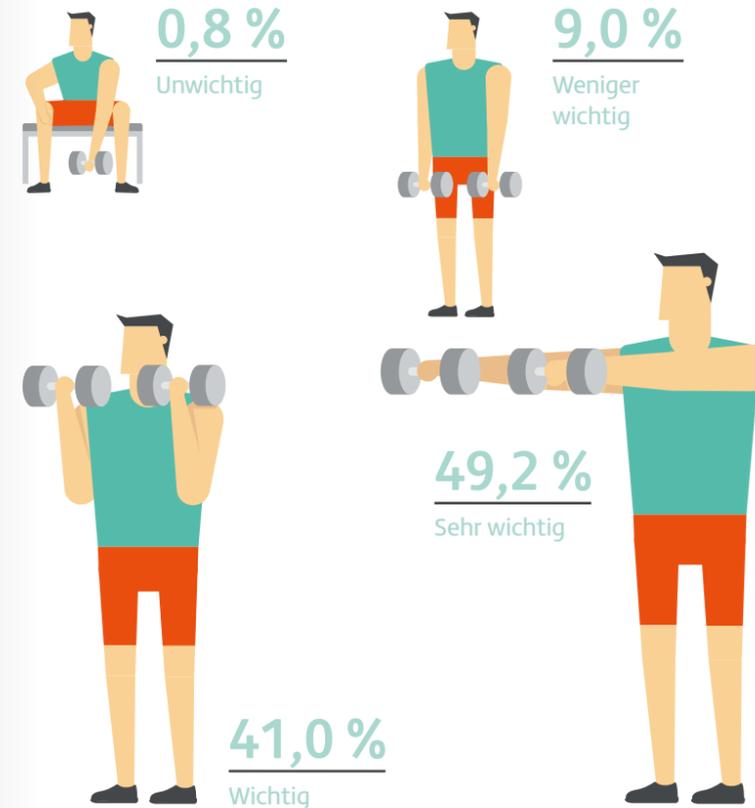


Die Ergebnisse haben sich gegenüber 2015 kaum verändert. Nach wie vor erhofft sich die weit überwiegende Mehrheit der Befragten, die ausstehenden Zahlungen einholen

zu können. Mit fast 60 % ist aber deutlich mehr als der Hälfte von ihnen (auch) die weitere Mitgliedschaft des Kunden wichtig. Allerdings ist dabei der Kundenerhalt meist mit

zusätzlichen Bedingungen, wie z. B. sofortiger Zahlung oder Änderung der Zahlungsmodalitäten und einer zukünftigen Verhaltensänderung, verbunden.

### Wie wichtig ist Ihnen der Schwerpunkt „Kundenerhalt/Reaktivierung“ bei der Beauftragung eines Inkassodienstleisters?



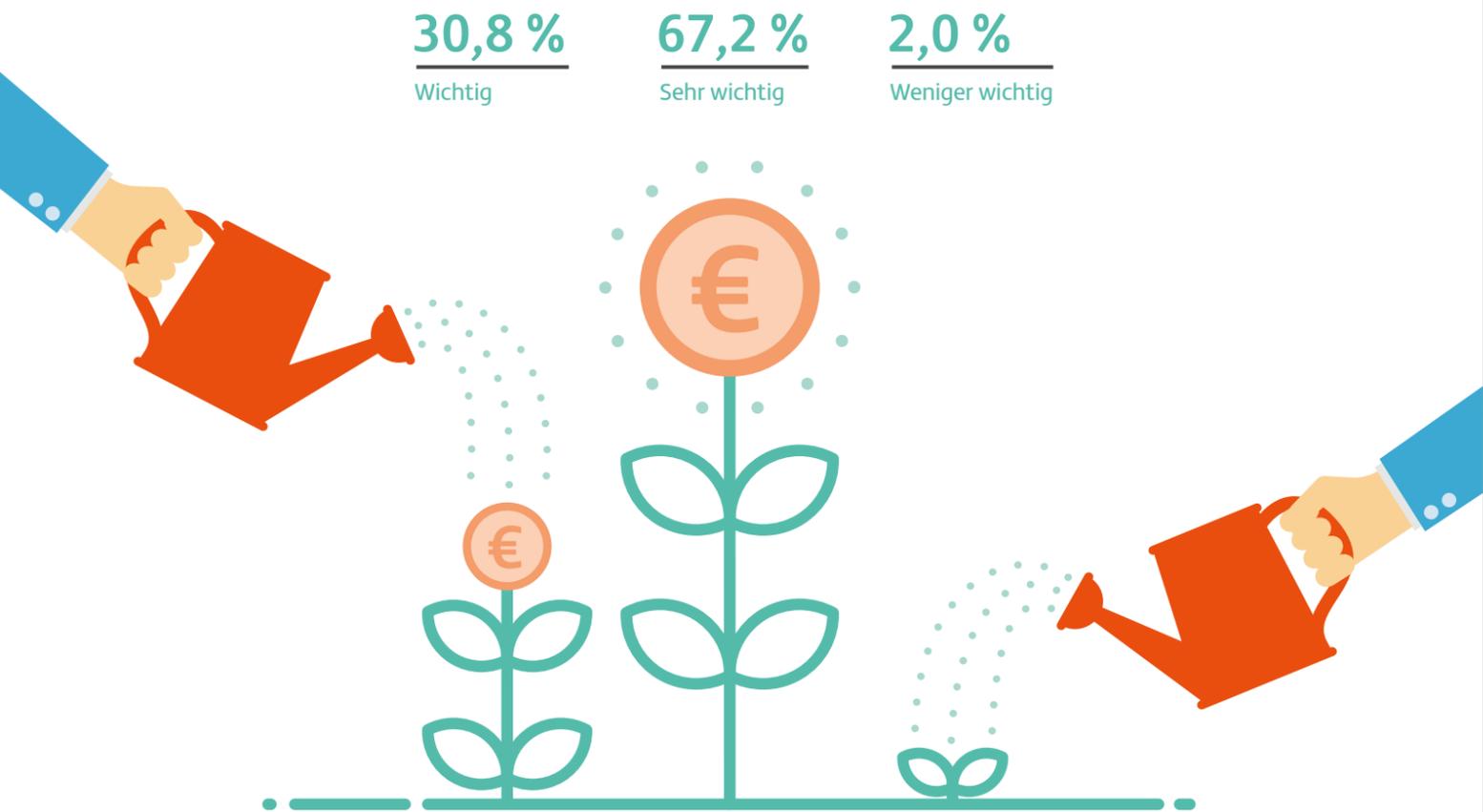
### Je früher, je lieber

Der frühe Vogel fängt den Wurm – diese Weisheit gilt auch für Inkassofälle: Übergeben Sie diese möglichst zeitnah an Ihren Dienstleister. Denn so verringert sich das Risiko, dass die Forderung durch Umzug o. Ä. unzustellbar wird, und die Erfolgchancen steigen. Auch im Hinblick auf die Verjährungsfrist, die für nicht titulierte Forderungen drei Jahre beträgt (§ 195 BGB), ist zügiges Handeln ratsam. Denn drei Jahre ziehen manchmal schneller ins Land, als man denkt ...

Beim Thema „Einbringen der Forderungen“ herrscht Einigkeit, die Antworten entsprechen ganz klar den üblichen Erwartungen: Mit 98 % bewerten fast alle Unternehmer diese Zielsetzung als wichtig oder sogar

sehr wichtig, hängt von der Liquidität des Studios doch im Endeffekt dessen dauerhafter Bestand ab. Nur 2 % bezeichnen diesen Aspekt als „weniger wichtig“. 2015 lag dieser Wert bei 1,44 %.

### Wie wichtig ist Ihnen der Schwerpunkt „Einbringung der Geldforderung“ bei der Beauftragung eines Inkassodienstleisters?



Grafik 22 | Quelle: FIW

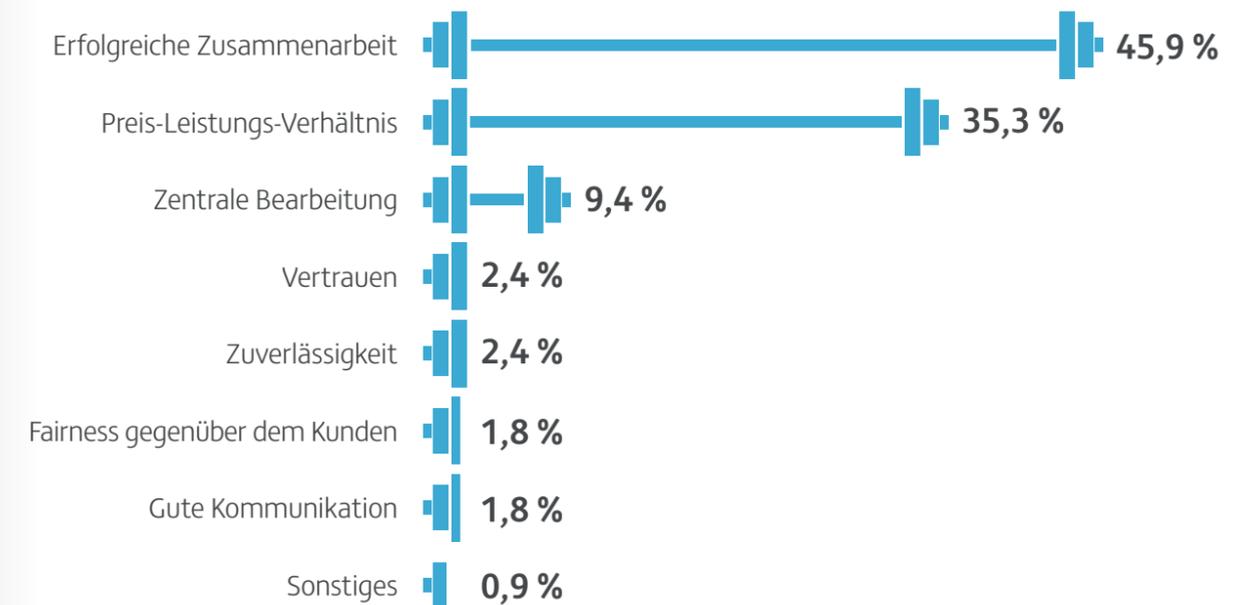
## 2.5 Problem erkannt, Problem gebannt? Zusammenarbeit mit Inkassodienstleistern

Studio und Inkassodienstleister – ein Dreamteam? Damit dies kein Traum bleibt, sondern Realität wird, müssen zwei Hauptfaktoren erfüllt sein:

einerseits die „erfolgreiche Zusammenarbeit“, was man im Hinblick auf die Zielsetzung auch als Einbringung der ausstehenden Forderung interpretieren kann.

Andererseits ist aber auch ein angemessenes Verhältnis von erbrachter Leistung und dem dafür zu zahlenden Preis wichtig.

### Wie bzw. durch welche Leistungen könnte Sie ein Inkassodienstleister optimal unterstützen?



Grafik 23 | Quelle: FIW

Bei der Art der Zusammenarbeit haben die Verantwortlichen der Studios die Wahl zwischen zwei Modellen: dem Forderungsverkauf und dem Treuhandinkasso. Beide Optionen haben ihre Vorteile. So bietet der For-

derungsverkauf sofortige Liquidität ohne jegliches Kostenrisiko. Beim Treuhandinkasso wird der eigentliche Vorgang des Forderungsmanagements ausgelagert, das Inkassounternehmen erbringt eine Dienstleistung im

Auftrag des Studiobesitzers, der noch Besitzer der Forderung ist, aber eben auch das Risiko des kompletten Verdienstaustausfalls bei erfolgloser Beitreibung – plus die Kosten des Inkassounternehmens – trägt.

## Welches Inkassomodell könnten Sie sich vorstellen?\*

\*Mehrfachnennung möglich

2017

**25,4 %**

Treuhandinkasso

**38,6 %**

Forderungsverkauf

**12,2 %**

Egal, beides gleich gut vorstellbar

**23,8 %**

Keines

2015

**43,4 %**

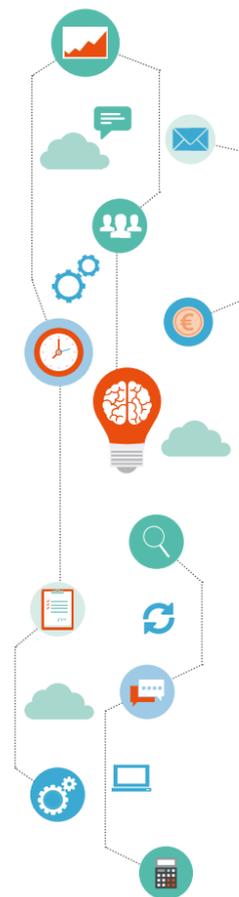
Treuhandinkasso

**22,0 %**

Forderungsverkauf

**41,8 %**

Keines



Grafik 24 | Quelle: FIW

Interessanterweise hat hier im Laufe der letzten zwei Jahre eine kleine Trendwende stattgefunden: Wurde im Jahr 2015 noch das Treuhandinkasso von 43,3 % der Befragten als favorisiertes Beitreibungsmodell angegeben, liegt jetzt der Forderungsverkauf mit 38,6 % vorn, für den sich 2015 nur 22,0 % aussprachen.

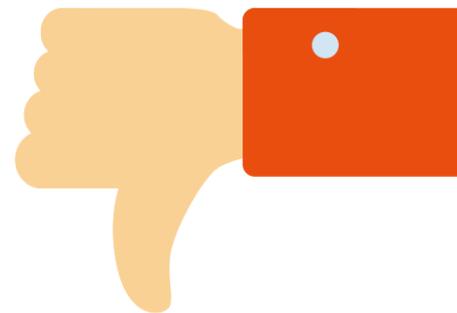
Auch die Zahl derjenigen, die eine Zusammenarbeit mit einem Inkassodienstleister komplett ausschließen, hat sich signifikant verändert: Gaben 2015 noch 41,8 % der Befragten an, sich keines der beiden genannten Modelle vorstellen zu können, hat sich diese Zahl in den letzten zwei Jahren fast um die Hälfte verringert:

Nur noch 23,8 % gaben an, dass weder das eine noch das andere Modell für sie in Frage käme. Fragt man hier noch einmal genauer nach, lautet die Begründung bei der überwiegenden Mehrheit: „Kein Bedarf“ (95,8 %). Der Kostenfaktor fällt mit nur 2,5 % weit ab.

## Wenn keines, warum?

Kein Bedarf	<b>95,8 %</b>
Kostenfaktor	2,5 %
Rücklastschriften höchstens einmal in 6 Monaten	0,8 %
Möchte das Finanzwesen unter eigener Regie gestalten	0,8 %

Grafik 25 | Quelle: FIW



### NACHHALTIGES INKASSOMANAGEMENT BEUGT NEUEN INKASSOFÄLLEN VOR

**i** Wer die Frage nach der Zusammenarbeit mit Inkassodienstleistern verneint, gibt zumeist als Grund den fehlenden Bedarf an – und nimmt den finanziellen Verlust somit in Kauf. Doch hier ist Vorsicht geboten, denn abgesehen von den monetären Einbußen kann hier auch schnell der gute Ruf eines Studios leiden: Schnell verbreitet sich eine solch „tolerante“ Einstellung über Social Media und in einschlägigen Foren. Konsequente Inkassoarbeit kann hier präventiv wirken und neuen Inkassofällen vorbeugen.

Es wird deutlich: Die generelle Bereitschaft, den Forderungsprozess im Inkassofall in die Hände von Profis zu geben, ist bei mehr als Dreiviertel aller Studiobesitzer da.

Doch viele Dienstleister bieten Services an, die weit darüber hinausgehen, bis zur Übernahme der kompletten Mitgliederverwaltung. Für den Studiobesitzer eine Möglichkeit, Zeit und Personal im Verwaltungsapparat zu sparen und diese in die Kundenpflege zu investieren?

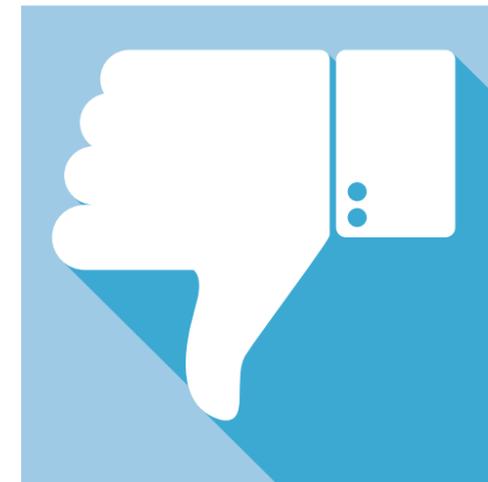
Immerhin: 16,8 % der Befragten könnten sich dieses Modell eines kompletten Outsourcings ihres Beitragswesens vorstellen, ein leichter Anstieg um 2,2 % gegenüber den Zahlen von 2015.

## Wäre für Sie ein komplettes Outsourcing Ihres Beitragswesens denkbar?

**Ja:**  
**16,8 %**

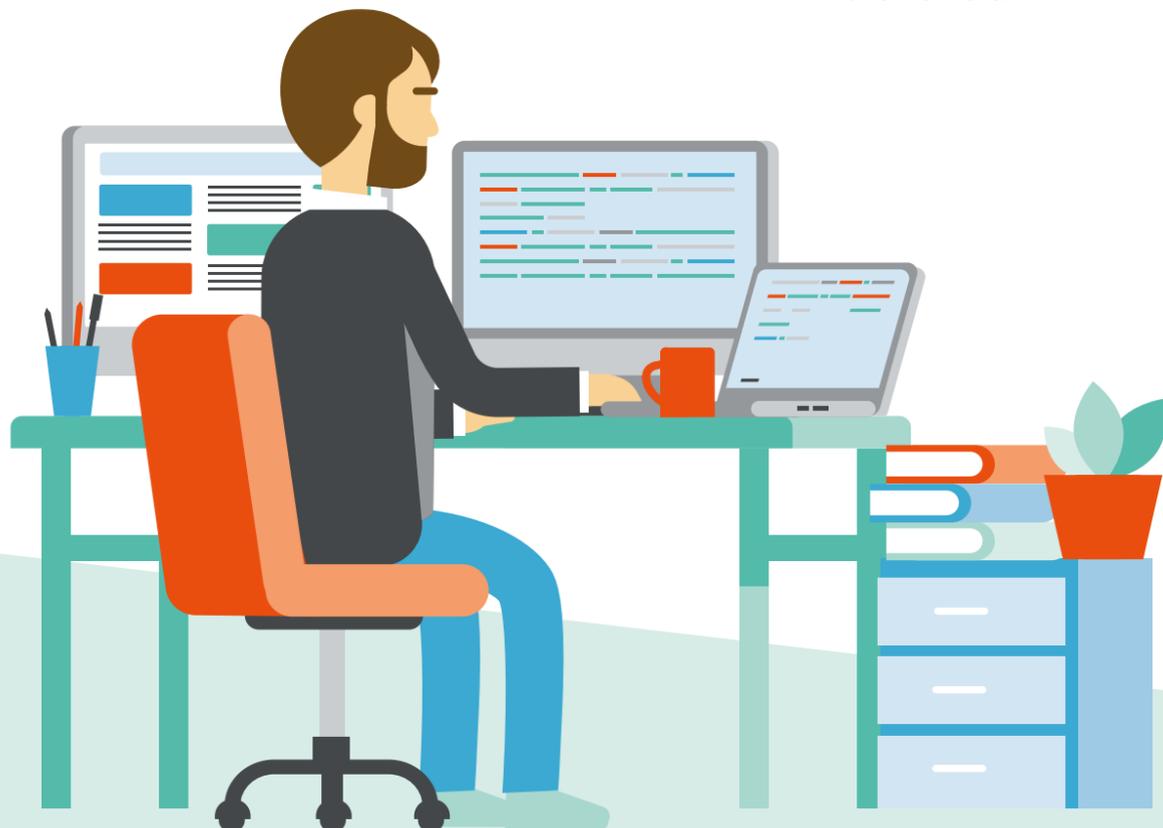


**Nein:**  
**83,2 %**



Grafik 26 | Quelle: FIW

Die Detailauswertung zeigt dabei, dass die Bereitschaft zum Outsourcing bei den flächenmäßig mittleren und den sehr mitgliederstarken Unternehmen deutlich stärker ausgeprägt ist.



## 2.6 Kundenreport: Viele gute Gründe für Outsourcing



**Stephan Schulan, geschäftsführender Gesellschafter/CEO jumpers fitness**

*„Die Entscheidung für ein Outsourcing unseres Forderungsmanagements war für uns ein sehr wichtiger Schritt.“*

„Als stark wachsendes Unternehmen mit über 300 Mitarbeitern hat uns die Vergangenheit gelehrt, dass es für einige Themen sinnvoll und wirtschaftlich effizienter ist, diese an einen spezialisierten Partner abzugeben. Im Rahmen einer Offensive zur Effizienzsteigerung unserer internen Abläufe haben wir auch das Thema „überfällige Forderungen“ detailliert analysiert. Am Ende des Prozesses war klar, dass wir unser Forderungsmanagement zukünftig nicht weiter intern behandeln möchten. Die Verwaltung von überfälligen Forderungen ist nicht unsere Kernkompetenz und mit über 70.000 Mitgliedern ist es für uns enorm wichtig, uns auf diese fokussieren zu können.“

Eine Reduktion des administrativen Aufwands war für uns der ausschlaggebende Punkt für die Entscheidung der Forderungsauslagerung. Themen wie Rücklasten und offene Forderungen gehören seit der Auslagerung der Vergangenheit an, und das hat sich sehr positiv auf die Stimmung in den Studios vor Ort ausgewirkt. Wir haben nun wieder mehr Zeit, mit unseren Mitgliedern in den Dialog zu kommen und aktive Kundenbindung zu betreiben. Auf dem Weg zu einem professionell und effizient agierenden Unternehmen war die Entscheidung für das Outsourcing unseres Forderungsmanagements ein sehr wichtiger Schritt, den wir heute jederzeit wieder gehen würden.“

*„Mein Team und ich können nun sämtliche zur Verfügung stehenden Ressourcen und Energien auf das Kerngeschäft konzentrieren.“*

„Das Outsourcen des Forderungsmanagements bedeutet für unsere Studios vor allem Entlastung im Tagesgeschäft. Das Auslagern verbannt unangenehme, aber dringend notwendige Prozesse vom Schreibtisch und schafft Freiraum für das Wesentliche: die Konzentration auf unser Kerngeschäft. Durch die Auslagerung konnten außerdem Liquiditätsrisiken und Forderungsausfälle nachhaltig minimiert werden. Unser Partner Inkasso Becker Wuppertal

agiert hier als Moderator und Blitzableiter; so gelingt es uns, faire Zahlungslösungen zu finden und für eine gestörte Geschäftsbeziehung eine neue solide Grundlage zu bilden. Dies trägt enorm zu der Stimmung innerhalb der Studios und dem guten Verhältnis zu unseren Kunden bei. Und es profitieren letztlich alle: das Team, die Kunden und ich.“



**Philipp Büchs, Geschäftsführer TRENDYone Fitness UG**





# 3

## Knallhart im Einsatz: Software zur Mitglieder- verwaltung

### 3.1 Dein Freund und Helfer: Mitgliedersoftware

Die Digitalisierung macht vor dem Thema Fitness nicht halt: Apps zur Dokumentation des Trainingsverlaufs sind für private Nutzer längst etabliert. Immer mehr Studios stellen auf digitale Trainingsgeräte um, die sich automatisch auf den individuellen Trainingsstand des Mitglieds einstellen.

Auch in der Mitgliederverwaltung haben digitale Hilfsmittel längst Einzug gehalten: Verschiedene Anbieter sind hier mit unterschiedlichen Programmen am Markt, die eine ganze Bandbreite an digitalen Services bieten, von der Trainingsplanung bis zur Terminverwaltung. Diese Tools bieten die Möglichkeit, wertvolle Daten für die Weiterentwicklung und Optimierung des eigenen Leistungsangebots zu sammeln.



## Mit welcher Mitgliedersoftware arbeiten Sie in Ihrem Unternehmen?

Mit mehr als einem Viertel der abgegebenen Antworten dominiert Magic Line den Fitnessmarkt deutlich. Darüber hinaus gibt es zwei weitere Anbieter, die mehr

als 10 % Marktanteil verzeichnen: MAC/Centercom und Easy Train. Insgesamt verfügen diese drei meistgenannten Unternehmen über einen Marktanteil von 55,3 %.

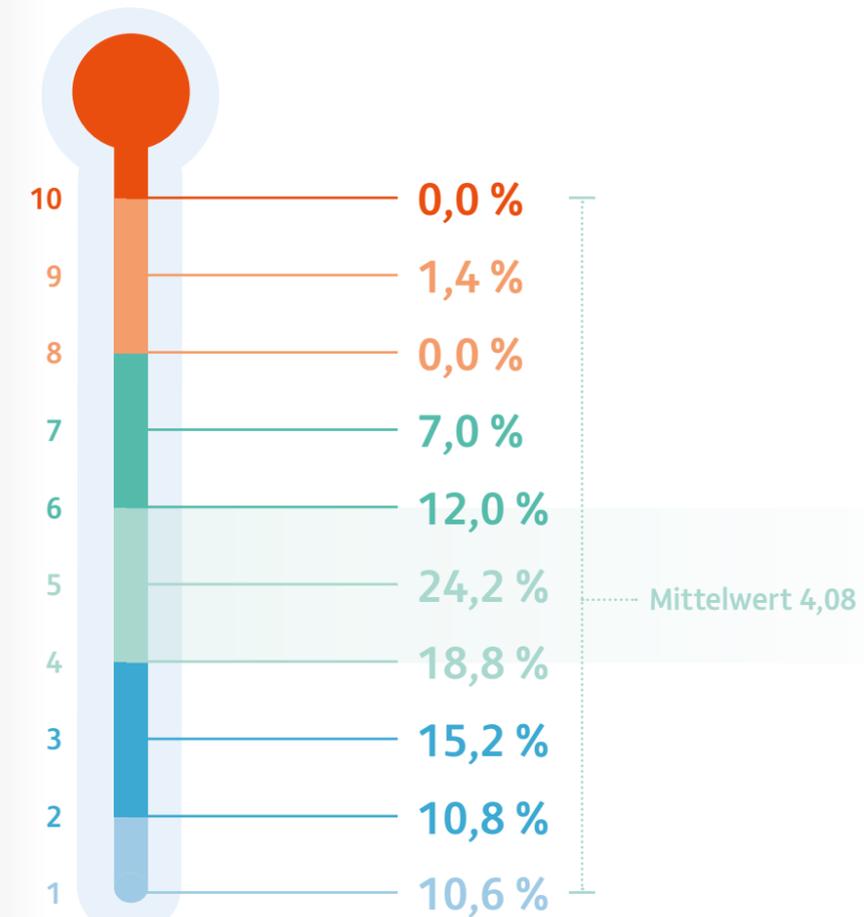
Name	Anteil in %
Magic Line	26,7 %
MAC/Centercom	15,0 %
Easy Train/Easy Solution	13,6 %
Konsequent	7,9 %
intratech	7,5 %
Athletics Pro	5,3 %
Terra Soft	4,5 %
Banksoftware	4,0 %
System	3,4 %
Theorg	2,8 %
Thomas Langhammer	2,8 %
Aidoo	2,6 %
Perfect Interbrain	1,4 %
Hector	1,2 %
Sonstige	1,4 %

Grafik 27 | Quelle: FIW

## Wie wichtig wäre Ihnen eine bestehende Schnittstelle zwischen Ihrer Software und der IKD\*-manuellen/automatischen Datenübertragung?

\*IKD = Inkasso Dienstleister

Äußerst wichtig



Völlig unwichtig

Grafik 28 | Quelle: FIW



## 3.2 Exkurs: Sicher ist sicher – Datenschutz, alt und neu



**Rechtsanwalt Dr. Robert Kazemi** arbeitet seit Jahren auf den Gebieten des Marken-, Wettbewerbs-, Datenschutz- und Medizinrechts.

Er war beratend und als Prozessvertreter an zahlreichen populären Prozessen beteiligt. Zudem publiziert er regelmäßig in namhaften Fachzeitschriften und ist gefragter Redner im In- und Ausland.

### Sind Sie bereit? Die neue EU-weite Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

In diesem Jahr stehen die EU-Mitgliedsstaaten vor einer neuen Herausforderung im Datenschutz: die Umsetzung der am 25. Mai 2016 verabschiedeten EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Im Mai 2018 wird die DSGVO europaweit wirksam und löst damit das in Deutschland bislang geltende BDSG 2009 ab. Aber was bedeutet das nun konkret aus Sicht eines deutschen Unternehmens? Worauf muss man sich in Zukunft verstärkt einstellen? Wir haben uns mit den häufigsten Fragen unserer Kunden in Bezug auf die EU-DSGVO auseinandergesetzt und diese von unserem Legal Counsel der Lowell Group, Herrn Dr. Robert Kazemi, beantworten lassen.

gesetz und diese von unserem Legal Counsel der Lowell Group, Herrn Dr. Robert Kazemi, beantworten lassen.

### Unverwechselbar ich: Personenbezogene Daten – was ist das eigentlich?

Grundsätzlich sind personenbezogene Daten alle Daten, die sich einer bestimmten oder bestimmbar natürlichen Person zuordnen lassen. Eine natürliche Person ist ein Mensch in seiner Funktion als Rechtssubjekt, also jemand, der Rechte und Pflichten innehat. Dabei macht es keinen Unterschied, ob diese Person in der Sozialsphäre (beruflich) oder in der Privatsphäre agiert. Auch der Service-Techniker, Max Mustermann,

ist und bleibt im Rahmen seiner Berufsausübung damit eine natürliche Person.

Die DSGVO erweitert diese Definition noch ein wenig: Hierbei sind personenbezogene Daten Angaben, die bei Zuordnung zu einer natürlichen Person Einblicke in deren physische, physiologische, genetische, psychische, wirtschaftliche, kulturelle oder soziale Identität ermöglichen.

Fitnessstudios dürfen nur solche personenbezogenen Daten erheben, die für die Mitgliederverwaltung erforderlich sind. Bei Vertragsabschluss ist zu unterscheiden, ob es sich um freiwillige oder Pflichtangaben handelt. Bei freiwilligen Angaben

muss der Hinweis erteilt werden, zu welchem Zweck diese Daten dienen.

Beispiele für personenbezogene Daten sind klassische Mitgliederdaten eines Fitnessstudios wie Personaldaten, Kennnummern, Bankdaten, Onlinedaten oder physische Merkmale. Zu bedenken ist auch, dass Fitnessstudios oft auch sogenannte besondere Kategorien von personenbezogenen Daten (regelmäßig Gesundheitsdaten, wie Daten beispielsweise über die Ausdauerfähigkeit eines Mitglieds oder etwaige Vorerkrankungen, die im Rahmen des Trainingsplans zu berücksichtigen sind) erheben, an deren Verarbeitung die DSGVO besonders strenge Anforderungen stellt.

### Alte Bekannte und neue Gesichter: Die Grundsätze des Datenschutzrechts

Die neue Datenschutzverordnung beruht – wie zum Teil auch schon die alte Regelung – auf einigen wichtigen Grundannahmen, die jeder Studiobetreiber in ihren Grundzügen kennen sollte, da sie direkten Einfluss auf den unternehmensinternen Umgang mit Mitgliederdaten haben.

### Was sind die größten Veränderungen, die mit der neuen Verordnung einhergehen?

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung ist mit ihren insgesamt 99 Artikeln sehr detailliert und umfangreich. Zu den größten Veränderungen

### Beispiele für personenbezogene Daten



zählen eine neu geschaffene Informationspflicht und Änderungen in Bezug auf Auskunfts-, Berichtigungs- und ganz neu Datenübertragungsrechte des Betroffenen. Als Studiobetreiber sind Sie zukünftig verpflichtet, Neukunden umfassend u. a. über die mit der Datenerhebung verfolgten Ziele Ihres Unternehmens zu informieren. Ebenso sind Sie verpflichtet, darüber aufzuklären, welche Daten Sie regelmäßig erheben und warum Sie sich hierzu als berechtigt ansehen. Schauen Sie hierzu in Art. 13 DSGVO und lassen Sie sich zu den Anforderungen im Einzelnen beraten, denn ein Verstoß gegen diese ohne große Schwierigkeiten zu beachtende Norm kann weitreichende und kostspielige Folgen für Ihr Studio haben. Soweit Sie Daten zum Leistungsstand Ihrer Mitglieder erheben, können Sie künftig verpflichtet sein, dem Mitglied die erhobenen Daten bei einem Studio-

wechsel in einem strukturierten Datenformat zu übergeben. Ist Ihre Studiosoftware hierauf vorbereitet? Falsche, veraltete, widerrechtlich gespeicherte oder weitergegebene personenbezogene Daten müssen von den Datensammlern gesperrt, berichtigt oder gelöscht werden. Die Betroffenen haben das Recht darauf, diese Vorgänge einzufordern, wenn ein Verstoß gegen den Datenschutz diesbezüglich festzustellen ist.

#### Welches Ziel wird mit diesen Änderungen verfolgt?

Viele Personen gehen auch heute noch oftmals sehr leichtfertig mit der Herausgabe personenbezogener Daten um – häufig aus dem Unwissen heraus. Weltweit agieren Datenkraken und sammeln die Daten über die Aktivitäten der Nutzer aus dem World Wide Web. Solche Stammdaten werden meist für die Schaltung

individualisierter Werbung für den jeweiligen User genutzt, personenbezogene Daten sind also bares Geld wert. Der Missbrauch dieser sensiblen Angaben kann auch strafrechtliche Relevanz haben: Mit Personal- oder Ausweisnummern können falsche Dokumente erstellt und verkauft werden. Deshalb bedarf es beim Umgang mit personenbezogenen Daten, ob im Unternehmen oder einer Behörde, einer erhöhten Sorgsamkeit.

#### Welche Folgen könnten Verstöße haben?

Die Höchststrafe für Unternehmen und Organisationen bei Nichteinhaltung der Datenschutz-Grundverordnung kann nach Art. 83 (5) DSGVO bis zu 20 Mio. Euro oder 4 % des jährlichen weltweiten Umsatzes betragen, je nachdem, welcher Wert größer ist.



## DATENSCHUTZ IM FORDERUNGSMANAGEMENT

### Dürfen Fitnessstudios (auch zukünftig) zur Forderungsbeitreibung auf die Dienste eines Inkassodienstleisters zurückgreifen?

Gute Nachricht, denn die kurze und knappe Antwort auf diese Frage lautet: Ja!

Die etwas längere Antwort formuliert der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit des Landes Baden-Württemberg so:

*„Zum Zwecke des Geltendmachens von Forderungen können Gläubiger Inkassounternehmen und Rechtsanwälte einschalten. Aufgrund von § 28 Abs. 1 Satz 1 Nrn. 1 und 2 des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) dürfen an diese die erforderlichen personenbezogenen Daten übermittelt werden.“\**

\*Quelle: LfDI BW, Datenschutzrechtliche Hinweise zu Inkassounternehmen und Auskunfteien, Stand: 01.02.2017, S. 3

Inkassounternehmen müssen als Verantwortliche im Sinne der DSGVO die Grundprinzipien einhalten und dies mit Blick auf die Datenverarbeitung auch nachweisen können. Die Grundprinzipien lauten gemäß Art. 5 Abs. 1:

- Prinzip der Rechtmäßigkeit, Verarbeitung nach Treu und Glauben, Transparenz (Art. 5 Abs. 1 Buchstabe a)
- Prinzip der Zweckbindung (Art. 5 Abs. 1 Buchstabe b)
- Prinzip der Datenminimierung (Art. 5 Abs. 1 Buchstabe c)
- Prinzip der Richtigkeit (Art. 5 Abs. 1 Buchstabe d)
- Prinzip der Speicherbegrenzung (Art. 5 Abs. 1 Buchstabe e)
- Prinzip der Integrität und Vertraulichkeit (Art. 5 Abs. 1 Buchstabe f)

#### Fazit – die DSGVO betrifft uns alle

Wir als Lowell sind hierauf eingestellt und haben die hohen Datenschutzstandards in allen unseren Inkassoprozessen umgesetzt. Wie sieht es bei Ihnen und in Ihrem Studio aus? Noch ist genug Zeit zu handeln. Nutzen Sie die Möglichkeiten der Beratung und stellen Sie sich rechtzeitig auf die Veränderungen ein, damit Ihr Unternehmen auch weiterhin erfolgreich am Markt agiert. Denjenigen von Ihnen, die im Rahmen der Begründung einer Mitgliedschaft Gesundheitsdaten erheben oder die Erhebung derartiger Daten auch für Bestandsmitglieder zur Steigerung der Trainingseffektivität anbieten, sei ein Blick in Art. 9 DSGVO und

die Beachtung der dort normierten besonderen Anforderungen an die Datenverarbeitung empfohlen. Ebenso bedeutend kann ein Blick auf Ihre Sicherheitstechnik sein. Entspricht diese nicht dem „Stand der Technik“, drohen auch hier Datenschutzverstöße (Art. 25, 32 DSGVO). Prüfen Sie also, ob Sie beispielsweise sichere Firewall-Lösungen nutzen, wie Sie Daten in Ihrem Studio regelmäßig sichern (Backups) und ob diese Sicherungen auch tatsächlich funktionieren (sogenannte Rücksicherungstests). Auch Zugangs- und Zutrittssysteme bergen Gefahren, je nachdem, welche Auswertungsmöglichkeiten diese Ihnen bieten und ob und wie selbige von Ihnen genutzt werden. Insgesamt kann es sinnvoll sein, sich hier über ein Audit durch einen Datenschutz- und Datensicherheitsexperten Klarheit zu verschaffen, um ruhig und gelassen auf das Wirksamwerden der DSGVO blicken zu können.

#### Vielen Dank für das Interview!



# Datenhandling als Schlüssel zum Erfolg: Ein Fazit

## **Knapp ein Drittel aller Studio- betreiber ist eher unzufrieden mit dem Ergebnis des eigenen Forderungsmanagements.**

Das ist eine der bemerkenswerten Erkenntnisse dieser Studie, die sich durchaus als das zwangsläufige Ergebnis bestimmter Versäumnisse im Forderungsmanagementprozess interpretieren lässt. Denn besonders die Antworten zum Thema Datenerfassung haben gezeigt: Hier klaffen teilweise große Lücken, die später einen entscheidenden (negativen) Einfluss auf Erfolg oder Misserfolg der Einforderungsbemühungen haben können. Wenn beispielsweise mehr als die Hälfte der Unternehmen bei Vertragsabschluss nicht nach dem Personalausweis fragt und nur ein Drittel die gemachten Adressangaben routinemäßig auf ihre Richtigkeit überprüft, sind spätere Schwierigkeiten bei Problemfällen fast schon vorprogrammiert.

Studiobetreiber können an dieser Stelle selbst durch wenige, gezielte Maßnahmen schon vor bzw. bei Vertragsabschluss für Verbesserung sorgen. Oder sich eben professionelle Unterstützung von außen holen. Der Vergleich mit den Ergebnissen von 2015 zeigt: Hier hat in der Einstellung der befragten Studiobesitzer ein merklicher Wandel stattgefunden, an dem sich ein gesteigertes Bewusstsein für die Thematik festmachen lässt. Waren es 2015 noch 41,8 % der Studiobetreiber, die für sich jedwedes Inkassomodell kategorisch ausschlossen, ist diese Zahl in den letzten zwei Jahren um 18 % auf nur noch 23,8 % geschrumpft. Oder andersherum ausgedrückt: Für mehr als drei Viertel aller Studiobetreiber besitzt erfolgreiches Forderungsmanagement einen solchen Stellenwert, dass sie sich die Zusammenarbeit mit einem professionellen Dienstleister vorstellen können. Das Problembewusstsein für Ertragsverluste und deren Umfang durch

permanent ausbleibende Zahlungen scheint also durchaus gestiegen zu sein, die (Selbst-)Wahrnehmung der Tatsachen im eigenen Unternehmen scheint wesentlich näher an der Realität als noch vor zwei Jahren.

Was gerade aber auch der Exkurs zum Thema Datenschutz deutlich macht, ist die Tatsache, dass in diesem Bereich durch die veränderte Gesetzeslage ab sofort mit besonderer Sorgfalt gehandelt werden muss, um rechtlich auf der sicheren Seite zu sein. Hier wiederum sind die Studiobetreiber in der Pflicht: Sie können sich entweder über geeignete Maßnahmen und deren Umsetzung informieren oder diesen Aspekt des Kundenmanagements einem professionellen Anbieter anvertrauen. Für welche Variante sich Studiobetreiber hier auch entscheiden: Wir vermuten, dass der Datenschutz gerade im Hinblick auf die fortschreitende Digitalisierung der Branche auch zukünftig ein heißes Thema sein wird.



# 5

Und was da sonst  
noch so war:  
**Methoden, Macher,  
Meinungen**

## 5.1 Alles nur eine Frage des Ansatzes: Zur Methodik dieser Studie

Das ist sie also, die nächste „Studie für die Fitnesswirtschaft“: Nach der Premiere vor zwei Jahren durften wir uns über viel Interesse an den Ergebnissen freuen, sowohl hausintern als auch bei unseren Kunden. Nun also haben wir zum zweiten Mal genauer nachgefragt, was die Branche bewegt – zum Teil mit neuen Schwerpunkten, zum Teil aber auch ganz bewusst wieder zu den Kernthemen, die nach wie vor im Zentrum des Interesses stehen. Das erlaubt daher dieses Mal den direkten Vergleich mit den alten Zahlen.

Partner bei der Erstellung dieser Untersuchung war wieder das FIW-Forschungs-Institut Würtenberger. Grundlage für die Befragung war ein Fragebogen, der in enger Absprache mit Inkasso Becker Wuppertal entstanden ist. Für die eigentliche Durchführung sowie die Auswertung der Antworten zeichnete das FIW verantwortlich.

Die Ergebnisse beruhen auf den Antworten der Befragung von 500 repräsentativ ausgewählten Fitnessanlagen in Deutschland im

Zeitraum Mai/Juni 2017. Diese waren zuvor nach Berücksichtigung der Verteilung anhand von Postleitzahlen per Zufallsverfahren (at random) ausgewählt worden.

Die Befragung wurde computergestützt durchgeführt (CATI – Computer Assisted Telephone Interview). Dabei wurde in der Hauptsache die Abgabe von freien Antworten ermöglicht (ungestützte Fragestellung). Darüber hinaus wurden geschlossene Fragen mit Hilfe von Rating-Skalen (Ziffer „1“ für sehr gut, „2“ für gut usw.) gestellt.

Sollten Sie weitere Informationen zur Methodik benötigen, wenden Sie sich bitte an:

**Juliette Maiworm**  
**Assistenz der Geschäftsführung**  
**Telefon: +49 202 493 71 447**  
**E-Mail: [juliette.maiworm@lowellgroup.de](mailto:juliette.maiworm@lowellgroup.de)**

## 5.2 Inkasso Becker Wuppertal – Part of Lowell Group

Lowell ist eines der führenden Unternehmen im europäischen Forderungsmanagement. Ende 2015 fusionierte die GFKL-Gruppe mit dem britischen Forderungsspezialisten Lowell und im April 2017 wurde aus dem neuen Gruppenverbund die Lowell Group. Durch die Fusion mit weiteren Gesellschaften aus Nord-europa entsteht einer der größten Anbieter im Bereich Forderungsmanagement mit über 4.400 Mitarbeitern und einem Forderungsvolumen von rund 47 Milliarden Euro in Europa.

Der Zusammenschluss brachte auch einen neuen Markenauftritt mit sich. Was sich jedoch nicht geändert hat,

sind die Werte und der eigene hohe Anspruch der Unternehmensgruppe und seiner Tochtergesellschaften. Der neue Markenauftritt beruht auf einem zentralen Leitgedanken: „Gemeinsam vorangehen“. Die Zusammenarbeit mit Kunden und Konsumenten ist dabei immer darauf ausgerichtet, eine erfolgreiche Lösung zu finden und gemeinsam einen positiven Schritt voranzugehen.

Die langjährige Expertise der Gruppe umfasst ein breites Dienstleistungsportfolio: klassischer Forderungseinzug, Bearbeitung großvolumiger Kredit- bzw. Forderungsportfolios, Forderungskauf, intelligentes Datenmanagement und eine einzigartige Erfolgsbilanz

im sogenannten „Business Process Outsourcing (BPO)“. BPO zeichnet sich dadurch aus, dass die Vertragspartner ihre Rechnungslegung bzw. ihr Forderungsmanagement in Teilen oder komplett an Lowell auslagern.

Die Vision der Lowell Group zielt darauf ab, das beste Unternehmen der Branche zu sein. Um dies zu erreichen, vereint Lowell eine werteorientierte Vorgehensweise mit internationaler Erfahrung, umfangreicher Expertise bei der Datenanalyse und einer besonderen operativen Effizienz. Die Lowell Group bietet Services entlang der Wertschöpfungskette des Kreditmanagements. Für Unternehmen. Für Konsumenten. Europaweit.

[www.lowellgroup.de](http://www.lowellgroup.de)



## 5.3 Meinung: Marc Schillinger

Chief Sales Officer Lowell Group



„Die Lowell Group zählt zu den Marktführern im Bereich Forderungsmanagement. Die langjährige Erfahrung am Markt und die Nähe zu unseren Kunden sind unsere Erfolgsgaranten. So sind wir frühzeitig in der Lage, Trends zu identifizieren, Bedarfe zu erkennen und maßgeschneiderte Lösungen für die Fitnessbranche zu entwickeln. Dabei profitieren unsere Kunden von unserem Data Warehouse, in dem wir Daten zu über 30 Millionen Kunden verarbeiten. Big Data ist die Zukunft, für unsere Kunden und für Lowell.“

Unsere Partner profitieren also gleich doppelt: Wir entwickeln für sie individuelle Prognosemodelle für eine kosteneffiziente Forderungsbeitreibung und schaffen gleichzeitig Freiräume für die Konzentration auf ihr Kerngeschäft.

Nach dem großen Erfolg unserer ersten Marktstudie freuen wir uns nun, mit der zweiten Ausgabe weitere interessante Themenfelder zu analysieren und hilfreiche Handlungsempfehlungen für ein erfolgreiches Studio-management geben zu können.“

# Impressum

## Herausgeber

Inkasso Becker Wuppertal GmbH & Co. KG  
Part of Lowell Group  
Friedrich-Engels-Allee 32  
42103 Wuppertal

## Datenerhebung und Auswertung

Markt-Forschungs-Institut Würtenberger (FIW)  
Lowell Group

## Redaktion

Linda Gorkowski  
Tim Kaiser  
Juliette Maiworm  
Sandra Trotzowsky

## Gestaltung, Konzeption und Text

GMF | Gathmann Michaelis und Freunde, Essen  
[www.gmf-design.de](http://www.gmf-design.de)

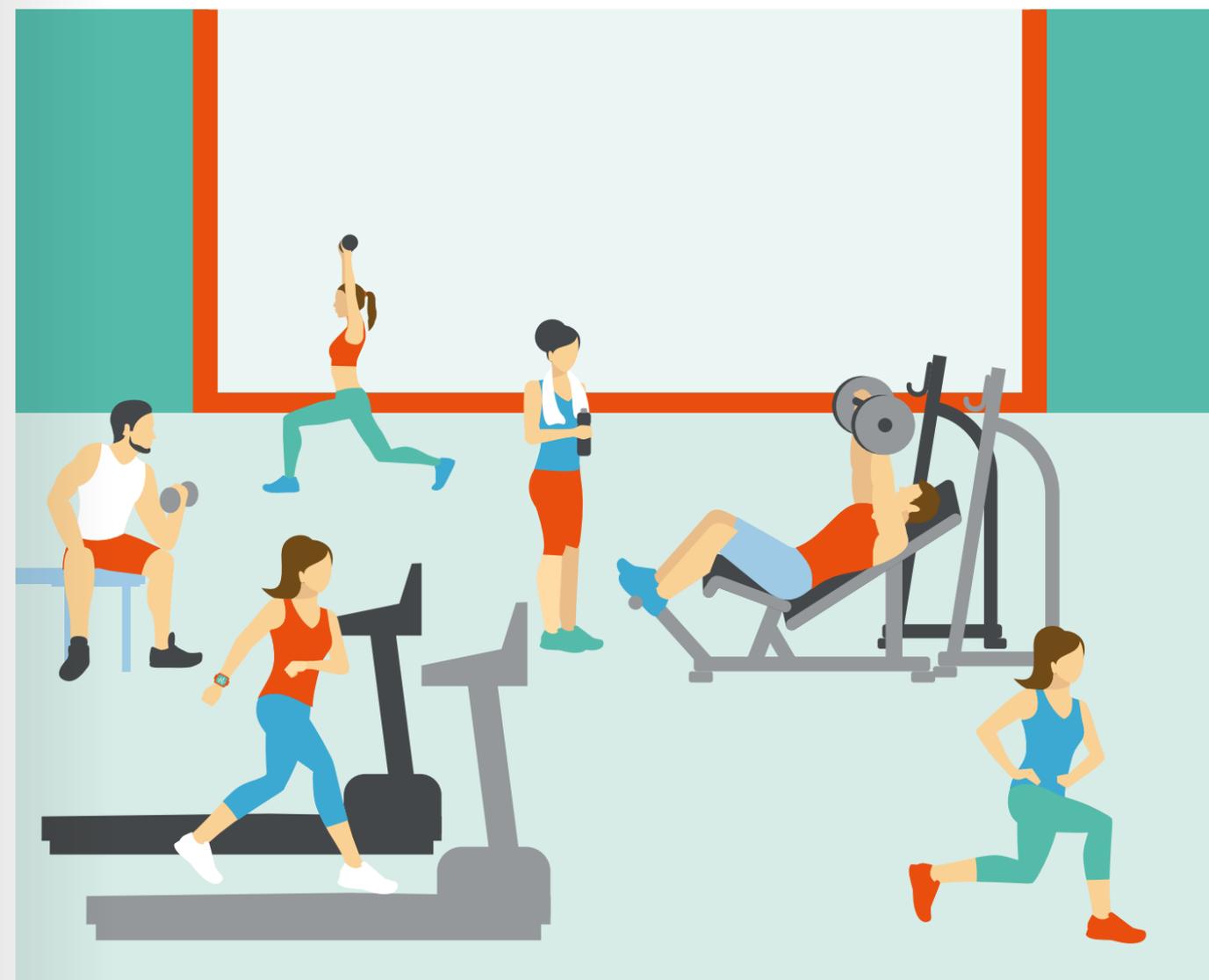
## Druck

Wagner Druck und Werbe GmbH, Essen

## Bildnachweis

[gmf-design.de](http://gmf-design.de)  
©Macrovector | shutterstock.com

Nachdruck und Vervielfältigung nur mit Genehmigung des Herausgebers.  
Stand: April 2018



# Disclaimer

Die vorliegende Studie „Fit im Forderungsmanagement“ gibt eine allgemeine Zustandsbeschreibung der deutschen Fitnesswirtschaft für das Jahr 2017 wieder. Daher enthält sie ausschließlich aus der Befragung der Studios gewonnene allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls eines Unternehmens Rechnung zu tragen.

Sie wurde auf der Grundlage der bei der Befragung der Betreiber von Fitnessanlagen erlangten Angaben erstellt. Die Richtigkeit dieser hierbei erlangten Daten wurde unterstellt und konnte nicht in den Einzelfällen überprüft werden.

Alle Angaben wurden auf Basis der gegebenen Antworten und des aktuellen Kenntnisstandes neutral ausgewertet und bewertet. Prognostizierte Entwicklungen können daher von den tatsächlichen künftigen Gegebenheiten abweichen, insbesondere dann, wenn die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen unvorhersehbare Änderungen erfahren.

Diese Studie stellt keine alleinige Basis für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen dar und soll insbesondere keine Beratungsleistung oder wirtschaftliche Auskunft ersetzen. Sollten Entscheidungen – gleich welcher Art – auf diese Studie oder Teile davon gestützt werden, so geschieht dies ausschließlich auf eigenes Risiko. Eine Garantie oder Gewährleistung kann in keiner Weise übernommen werden.

Aufgrund der generalisierenden Datenbasis wird grundsätzlich immer empfohlen, vor betrieblichen Entscheidungen eine persönliche Beratung einzuholen.

#### Haftungshinweis

Der Inhalt dieser Studie wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Trotzdem wird dafür keine Haftung übernommen. Druckfehler, Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Der Inhalt ist urheberrechtlich geschützt.

