

# Gym80 – beste Qualität made in Germany

## Sonja Stromberg und Aat van Winkelhof haben klare Ziele vor Augen

*Gym80 steht in der Fitnessbranche für Gerätequalität made in Germany. Bodymedia besuchte das Gelsenkirchener Unternehmen, das in diesem Jahr sein 25-jähriges Bestehen feiert.*

"Du hast'n Pulsschlag aus Stahl", lautet eine Zeile in der Revierhymne "Bochum", mit der Herbert Grönemeyer Einblicke in den Ruhrpottalltag gibt. Der Inhalt trifft aber genauso auf Schalke zu, denn in Gelsenkirchens berühmtesten Stadtteil ist einer der traditionsreichsten deutschen Gerätehersteller zuhause: Gym80. In Werkshallen mit einer Gesamtgröße von über 20.000 qm sind 86 Mitarbeiter beschäf-

tigt und verarbeiten täglich Tonnen von Stahl. Die Auftragsbücher sind voll – Aufträge bis 2006 –, trotzdem wird nicht das gesamte Potential ausgenutzt: "Wir fahren zurzeit nur 30% unserer Kapazität und schreiben schwarze Zahlen", erklärt Managing Director Aat van Winkelhof und schwärmt von seiner neuen beruflichen Heimat. Der Holländer stand schon zu den Zeiten, als er noch beim Mitbewerber Life Fit-

Blick in den riesigen Showroom von Gym80.



ness arbeitete, in gutem Kontakt zu Gym80. Wie er von Chicago nach Gelsenkirchen kam, erläuterte er uns in dem nachfolgenden Interview, dass Bodymedia mit ihm und Geschäftsführerin Sonja Stromberg führte.

**Bodymedia:** Erzählen Sie uns etwas über die Historie des Unternehmens.

**Sonja Stromberg:** Gym80 ist 1980 als GmbH von Walter Herden in Essen gegründet worden. Zu den Mitbegründern gehören außerdem Peter Förster, Ralf Möller und Klaus Linke. Mein Vater Wolfgang Tillman hat die Firma 1992 gekauft. Er kommt ursprünglich aus dem Stahlbau und hat die Firma so aufgestellt, wie sie sich heute darstellt. Den Bereich Marketing habe ich 1997 übernommen.

**Bodymedia:** Sie haben mit der Produktion von Kraftgeräten begonnen und sind dabei bis heute geblieben. Gab es nie das Bestreben, als Komplettanbieter, also auch mit Cardiogeräten, aufzutreten?

**Sonja Stromberg:** Nein, wir haben uns spezialisiert im Kraft-Fitness-Bereich und produzieren Fitnessgeräte, das können wir. Im Sygnum-Bereich haben wir ein Design entwickelt, das sich einfach überall sehen lassen kann, weil es nicht nur optisch schön ist, sondern auch von Seiten der Biomechanik her den heutigen Ansprüchen in verschiedenen Marktsegmenten voll entspricht.

**Bodymedia:** Seit zwei Jahren ist die Sygnum-Linie auf dem Markt. Wird der Vorgänger, die Edition-Linie, auch noch produziert?

**Aat van Winkelhof:** Eigentlich nur noch für zwei, drei Kunden. Und auch dort wird sie bald von der neuen Linie abgelöst.

**Bodymedia:** War die Entwicklung der Sygnum-Linie eine Reaktion auf den Mitbewerber Techno-Gym, der mit dem Ovalrohr zuerst auf den Markt kam? Sehen Sie sich jetzt nicht in der Position eines Kopierers?

**Aat van Winkelhof:** Sicher hat Technogym neue Impulse gesetzt, jedoch hat Universal schon vor 25 Jahren Rundrohre produziert. Ich glaube, dass es uns gelungen ist, noch einen persönlichen Touch in die Entwicklung hinein zu bringen. Und das kann man wiederum sehr gut sehen, wenn man die Geräte nebeneinander stellt.

**Bodymedia:** Herr van Winkelhof, Sie haben 14 Jahre bei Life Fitness zahlreiche Führungspositionen in den USA und in Europa bekleidet. Was reizt Sie jetzt daran, für eine deutsche Firma zu arbeiten?

**Aat van Winkelhof:** Aufgrund der Konzernstruktur von Life Fitness ergeben sich Vorgänge, die man bei einem Familienunternehmen nicht vorfindet. Bei meiner Entscheidung zu wechseln spielten folgende Gründe eine Rolle: Flexibilität und Entscheidungsfreiheit zu spontanem Handeln, der Markenname und die zukünftige Arbeit, nicht nur in Deutschland, sondern weltweit. Gym80 ist für mich kein unbekanntes Unternehmen. Ich kenne Wolfgang Tillmann seit über 13 Jahren und habe auch schon mit ihm zusammen gearbeitet. Durch ihn wurden die Kontakte hergestellt. Und schließlich lässt sich mit dieser Firma noch viel bewegen. Das sehe ich als spannend an.

**Bodymedia:** Im europäischen Fitnessmarkt spielen Technogym und Gym80 die Führungsrolle unter den Kraftgerätheherstellern. Wo würden Sie die wesentlichen Unterschiede zwischen den beiden Firmen sehen und wie sind sie im europäischen und internationalen Bereich aufgestellt?

**Aat van Winkelhof:** Ganz klar, durch das Fehlen einer eigenen Cardioterminologie sind wir schon automatisch bei dem einen oder anderen Kunden disqualifiziert. Deswegen haben wir auch ganz klar die Entscheidung getroffen, uns auf den Krafttrainingsbereich zu spezialisieren, um dort individuell arbeiten zu können. Auf Kundenwünsche schneller zu reagieren, dabei hochwertige Qualität anzubieten, das sind unsere Trümpfe, mit denen wir auch einen Vergleich mit Technogym nicht scheuen müssen. Wir setzen dabei modernste Technologie ein, ob im CAD-Design, mit Lasern oder mit Drei-D-Robotern, wir haben alles vor Ort. Unsere Schwachpunkte liegen zurzeit noch im Vertriebsnetzwerk, vor allem im Ausland, wobei das fehlende Cardioangebot ein gewichtiger Grund ist. Deswegen gehen wir in diesem Bereich auch andere Wege und werden auch außerhalb der Fitnessbranche versuchen, Lösungen zu finden, die uns einen anderen Zugang zu weiteren Marktsegmenten ermöglichen.

**Bodymedia:** Für gesundheitsorientierte Fitnessclubs entsteht, basierend auf der Entwicklung der Gesundheitsbranche, ein lukrativer Markt. Ist das ein Marktsegment, das für Gym80 interessant werden könnte?

**Aat van Winkelhof:** Absolut, auch wir sehen in diesem Bereich einen Wachstumsmarkt. Deshalb haben wir unser Personal in der Entwicklungsabteilung und im Vertrieb auch dahingehend aufgestockt. Die Ergebnisse sieht man bereits in der Medical Line und in der neu konzipierten Rückenstraße

**Bodymedia:** Gym80 steht im positiven Sinne für eine "Massenproduktion", d.h. Sie können große Stückzahlen herstellen. Aber steht Gym80 auch für Innovationen?

**Aat van Winkelhof:** Ja absolut. Bei uns fängt alles immer mit einer guten Idee an, dann entsteht der erste Prototyp, der dann im Fitnessclub, in der Reha oder extern getestet wird. Unterstüt-



## Interview

Bei Gym80 beherrscht man die hohe Kunst der Metallverarbeitung.

zung holen wir uns natürlich auch von Außen, z.B. in Zusammenarbeit mit Sportuniversitäten. Wir haben eine kleine Entwicklungsabteilung mit ein paar Leuten, entsprechend unserer Firmengröße. Das bedeutet aber nicht, dass hier keine neuen Ideen entstehen. Auch die größeren Firmen in der Branche kochen nur mit Wasser und holen sich Input von draußen.

**Bodymedia:** Ihr Firmensitz liegt gegenüber dem Vereinsgelände des FC Schalke 04. Profitieren Sie von der Nachbarschaft?

**Aat van Winkelhof:** Ja, wir arbeiten mit der Physiotherapie-Abteilung von Schalke zusammen und haben zusammen mit der Firma Mechatronic schon spezielle Trainingsgeräte für den Fußball entwickelt und gebaut.

**Bodymedia:** Frau Stromberg, welche Ziele verfolgt Gym80 mit einem so er-

fahrenen Brancheninsider wie Aat van Winkelhof?

**Sonja Stromberg:** Wir wollen von seinem professionellen Know-how, seinen Marktkenntnissen und vor allem von seinen internationalen Verbindungen profitieren. Dadurch werden wir international an Gewicht gewinnen, aber mit langsamen Schritten, in unserem Tempo und vielleicht nicht ganz so brutal und drastisch wie unsere großen Mitbewerber.

**Aat van Winkelhof:** Ich habe neun Jahre in Deutschland gearbeitet. Aus dieser Zeit stammen die meisten meiner Kontakte. Außerdem arbeite ich gerne in dieser Branche und glaube, dass ich diese nicht nur im Ausland, sondern auch hier in Deutschland und bei Gym80 mit Ideen beleben kann.

**Bodymedia:** Wie kam es zur Zusammenarbeit mit Precor?

**Aat van Winkelhof:** Wir wollen zukünftig auch die Leute bedienen, die alles gerne aus einer Hand kaufen, da sie der Meinung sind, dass sie dadurch bessere Konditionen erzielen. Mit dem Unternehmen Precor, das zweifellos zu den führenden Anbietern von Cardiogeräten zählt, als Partner, haben wir für dieses Problem eine gute Lösung gefunden. Aber letztendlich glaube ich auch daran, dass das Angebot in einem Studio einfach spannend bleiben muss – so wie es auch in den Vereinigten Staaten schon seit Jahren praktiziert wird. Das heißt, es gibt nicht mehr die feste Beziehung zwischen Fitnessclub und einem einzigen Gerätehersteller. Wenn ein Club sich mit anderen Marken ausgestattet hat, können wir vielleicht die passenden Geräte liefern, um ein Angebot abzurunden. Dadurch können die Clubs zum Beispiel neue Konzepte anbieten und dadurch auch neue Mitgliedschaften verkaufen.

**Bodymedia:** Ist die Zusammenarbeit mit Precor weltweit angelegt?

**Aat van Winkelhof:** Momentan ist sie auf Deutschland, England und Österreich begrenzt. Aber wir stehen in Gesprächen, uns noch weiter auszudehnen.

**Bodymedia:** Welche europäischen Märkte außerhalb Deutschlands sind für Sie besonders interessant?

**Aat van Winkelhof:** Ich glaube das zur Zeit der holländische Markt ein starkes Wachstum erlebt. Er ist schon stark entwickelt, aber die Tendenz ist immer noch steigend. Dann wird natürlich auch in Osteuropa noch einiges passieren, aber nicht von heute auf morgen. Der klassische Markt ist natürlich in Spanien, Italien usw., wo Fitness bereits ein großes Produktangebot hat, wobei wir in Italien natürlich ganz klar auf einen Markt stoßen, der ziemlich beherrscht wird. Österreich ist auch ein guter Markt für uns, in Skandinavien beliefern wir über unsere Händler die die Clubkette Elixia. In England konnten wir unsere Position durch unseren



Kooperationspartner Precor verbessern. Insgesamt verzeichnen wir einen Aufwärtstrend mit unserem Unternehmen. Interessante Märkte sind außerdem die USA, Asien oder auch Südamerika. Und das muss nicht unbedingt nur über einen Händler sein.

**Bodymedia:** Wenn man mit Herstellern auf der FIBO über Mitbewerber spricht, dann heißt es ja immer – egal welchen Stand man betrifft – der dort gegenüber gibt 50 oder sogar 60 % Rabatt. Spricht man den dann den Genannten aber an, dann äußert sich dieser umgekehrt. Letzten Endes ist der Markt momentan sehr umkämpft, es existiert ein Verdrängungswettbewerb. Vieles geht dabei über den Preis. Wie verhält sich Gym80?

**Aat van Winkelhof:** Ich glaube, es ist nicht nur das Wollen, es ist auch das Können. Dieser ganze Preiskampf schadet der Branche nur, auch der Preiskampf im Clubbereich. Trotzdem denke ich, dass Billig-Konzepte als auch Fullservice-Konzepte ihre Berechtigung haben. Ich bin der Meinung, wir müssen den Markt soweit wie möglich frequentieren und aufschlie-

ßen. Wenn jemand für 19,50 Euro trainieren möchte, ohne Betreuung, dann glaube ich, lässt sich dagegen nichts sagen. Andererseits muss ich, wenn ich mehr Service in Anspruch nehmen möchte, mir auch im Klaren sein, dass ich vielleicht 60,- oder 70,- Euro dafür zahlen muss, weil diese Dienstleistung einfach so viel Wert ist. Ich glaube, da macht sich die Branche auch selbst kaputt, wenn alle auf dem gleichen Ball tanzen wollen. Wir sollten Ruhe bewahren und uns segmentieren. Dadurch machen wir diesen Kuchen gemeinsam größer und bewegen mehr Leute zum trainieren. Das ist die Ausgangsposition. Für uns steht fest, dass wir nicht jeden Preiskampf mitmachen werden. Es bringt uns nichts, wenn wir nur Geld tauschen.

**Bodymedia:** Empfinden Sie den Standort Deutschland für die Fertigung nicht auch – gerade im Bezug auf die Rabatte – als Nachteil? Mancher ausländische Mitbewerber, vor allem der fernöstliche, kann ja deutlich billiger fertigen und hat damit auch einen größeren Spielraum, um Rabatte zu geben.

**Aat van Winkelhof:** Zunächst muss man sich fragen, welchen Preis man festlegt. Ich meine, wenn man 60 oder 70 % Rabatt geben kann, ist zu überlegen, ob der Listenpreis auch realistisch ist. Bei Gym80 hat Wolfgang Tillmann durch seine Erfahrung von Anfang an einen optimalen Workflow eingeführt, der die Produktion mit hochwertigen Materialien in Kombination mit qualifizierten Leuten beinhaltet, die schon seit vielen Jahren hier schweißen, schlossern, usw. Wir haben Facharbeiter, modernste Technologie wie z.B. dreidimensionale Roboter oder auch Laser. Wenn man alle Bereiche auflistet, kann auch in Gelsenkirchen wettbewerbsfähig produziert werden. Dass man in China immer noch billigere Arbeitslöhne hat, ist ganz klar. Aber auf dem Weg von China nach Europa kommt auch noch der Transportpreis hinzu. Und wenn man das dann sieht, ist Europa einfach immer noch der stärkste Markt.

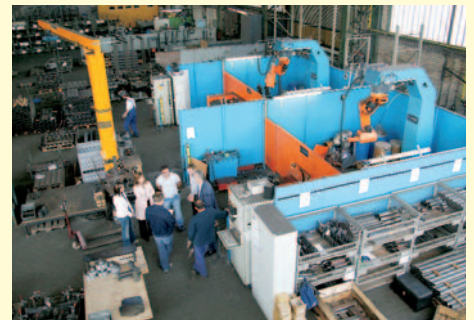
**Bodymedia:** Anlässlich der Neuwahlen zum deutschen Bundestag wurde eine neue Brancheninitiative ins Leben gerufen, die der Fitnessindustrie mehr Gehör in der Politik verschaffen soll. Sie sind bekanntermaßen schon Mitglied



Große Ziele verbinden  
Sonja Stromberg und  
Aat van Winkelhof.



"Revierversport" eines Facharbeiters



Robuste Schweißroboter erhöhen die Produk-



Zwischenlagerung der Gerätebauteile



Handarbeit: Polieren der Schweißnähte



Ein Modell für den Schweißroboter

## Interview

im DIFW. Haben Sie die Hoffnung, dass Verbände oder auch solche Initiativen etwas für die Fitnessbranche bewegen können?

**Aat van Winkelhof:** Ja, ich glaube schon. Grundsätzlich muss man immer wieder versuchen, professionelle Fitness stärker in den Focus der Öffentlichkeit zu rücken, um deutlich zu machen, dass wir als Industrie Nutzen bringen können. In der Vergangenheit hat es einige Versuche gegeben, bei denen die Branche versucht hat, auf sich aufmerksam zu machen. Das sollte immer unser Ziel sein. Wir als Einzelunternehmen werden in dem Bereich auch sicherlich das machen, was wir können. Unser Wunsch ist aber auch, dass wir von individuellen Belangen wegkommen und miteinander für das übergeordnete Ziel kämpfen können, um mehr Menschen für unser Business zu gewinnen.

**Bodymedia:** Gym80 beliefert in erster Linie den Fitnessmarkt. Welche Rolle spielen Vereine, Hotels oder physiotherapeutische Einrichtungen und Kliniken? Kann man das in Prozenten angeben?

**Aat van Winkelhof:** 90% unseres Umsatzes machen wir im Moment im Fitnessbereich. Dahinter folgen Reha-Bereich sowie Hotel- und Clubsport, auch professionelle Sportvereine. Wir haben uns für die Zukunft vorgenommen, uns in diesen noch nicht für uns entwickelten Märkten mehr zu präsentieren.

**Bodymedia:** Wir haben schwierige Zeiten hinter uns. Das Geld ist knapp,

spendierfreudiger werden, damit auch das Produkt Fitness wieder leichter finanzierbar wird. Wie sehen Sie die mittel- und langfristige Entwicklung auf dem Fitnessmarkt?

**Aat van Winkelhof:** Ich sehe da immer noch viel Potential und viele Perspektiven. Wir müssen erreichen, dass die Menschen Fitness nicht mehr als Luxusartikel sondern als Teil ihres Lebens sehen. Wenn man die Wichtigkeit des eigenen Körpers und dessen Pflege – nicht nur um schön auszusehen, sondern um mobil zu bleiben – mit den anderen Ausgaben, die getätigt werden, vergleicht, glaube ich, dass unser Markt noch sehr viel Potential hat. Wir müssen ihn offen angehen und akzeptieren, dass es immer mehrere Anbieter geben wird. Ob das jetzt Vereine sind oder Studios: Wettbewerb belebt das Geschäft! Man sollte vernünftig und professionell arbeiten, dann, glaube ich, hat jeder eine Chance. In finanzieller Hinsicht bin ich aber auch überzeugt, dass Gesundheit in Kombination mit Fitness ein Zukunftsprodukt ist und viel Entwicklungspotential hat. Wir werden uns die Bedürfnisse des Marktes ansehen und möchten unvergleichbar bleiben.



Beeindruckend: Die modernen Werkhallen von Gym80 haben eine Gesamtfläche von über 20.000 Quadratmeter.

durch die Wahlen entsteht die Hoffnung, dass der Markt sich wieder belebt und die Verbraucher ein wenig

**Schicken Sie Ihren CD-Player in Rente!**

**Denn jetzt bringt das Alcatech musicabo Ihre Wunschmusik direkt ins Haus.**

Wählen Sie einfach aus 2000 Titeln und verschiedenen Genres

- umfangreicher, legaler Musikbestand für Ihren PC
- von Musikprofis redaktionell zusammengestellt
- immer aktuell, monatlich neue Songs auf DVD bequem per Post

**Jetzt gewinnen**  
das musicabo Jahrespaket  
**im Wert von 3500,- Euro**  
diesen Coupon einschieken oder teilnehmen unter

[www.musicabo.de/gewinnspiel](http://www.musicabo.de/gewinnspiel)

*only the best music*

ALCATECH MUSIC & SERVICES · HAYDNSTRASSE 22 · 01309 DRESDEN · TEL: +49 (0) 351/44 03 28 15 · WWW.MUSICABO.DE · MUSICABO@ALCATECH.DE