

fitness[®]

MANAGEMENT

I N T E R N A T I O N A L

 milon[®]  five

IT'S ALL ABOUT
YOU

DANKE FÜR 1,4 MILLIONEN MAGISCHE MILONIZER MOMENTE.
MACHT EUCH BEREIT FÜR EINE NEUE DIMENSION.



www.milon.com/you

Studios sind Teil der Lösung

Die nachhaltige Positionierung als Gesundheitsdienstleister

Viel mehr als Gesundheit und Training

Das Fitnessstudio als soziales Zentrum verbindet Generationen und Kulturen

Der Schweizer Fitnessmarkt 2021

Status Quo und Restart: aktuelle Daten von DhfPG und IG Fitness Schweiz

www.fitnessmanagement.de



Was rechtlich zu beachten ist

Marketingmaßnahmen zur Wiedereröffnung

Text: Andrea Elbl, Refit Kamberovic und Niklas Kornemann

Aufgrund der Wiedereröffnung verstärken viele Studios die Werbung um Neumitglieder und ehemalige Mitglieder. Im Rahmen von Werbekampagnen sollen potenzielle Interessenten durch unterschiedlichste Aktionen angesprochen werden. Welche rechtlichen Aspekte Sie dabei beachten müssen, erläutern die DSSV-Experten um Juristin Andrea Elbl.

Neben dem stationären Trainingsbetrieb muss auch die Neukundenakquise nach dem zweiten Lockdown wieder schnell reorganisiert werden. Die Studios stehen vor der Herausforderung, durch gezielte

Marketingmaßnahmen die Stärken und positiven Effekte des Fitnessstrainings hervorzuheben, Unsicherheiten abzubauen und durch spezielle Aktionen Neumitglieder wieder zeitnah in die Anlagen zu locken.



DSSV

Arbeitgeberverband deutscher
Fitness- und Gesundheits-Anlagen



Probemonate

Durch Probemonate sollen Kunden einen Eindruck von der Atmosphäre und vom Trainingsgefühl in der Anlage erhalten. Dieser Probezeitraum ist für die Interessenten unverbindlich – sie können also nachträglich entscheiden, ob sie in dem Studio Mitglied werden möchten. Es gilt entsprechend, das potenzielle Mitglied in diesem Zeitraum besonders von den eigenen Leistungen zu überzeugen. Doch was ist dabei rechtlich zu beachten?

Wichtig ist es, genau zu regeln, ob der Probemonat der eigentlichen Laufzeit vorgeschaltet wird bzw. Teil der Laufzeit ist oder ob er quasi als einzelner fixer Monat vereinbart wird. Das Studio kann also beispielsweise mit einer einmonatigen Probemitgliedschaft werben, die allein durch Zeitablauf am Ende des Monats beendet wird, ohne dass es einer Kündigung bedarf. Oder der erste Monat einer mehrmonatigen Laufzeit wird als „Probemonat“ bezeichnet und es bedarf einer Kündigung des Mitglieds, um die Laufzeit nach dem einen Monat zu beenden. In diesem Fall müssen sowohl die Form der Kündigungserklärung (üblicherweise Textform) als auch die Kündigungsfrist vereinbart werden. >>



DIE FITNESS- SACHVERSTÄNDIGEN



**Werner
Kündgen**

Steuerberater und von der IHK Koblenz öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Wirtschaftlichkeitsberechnung für Fitness- und Freizeit-Anlagen.

Joseph-von-Fraunhofer-Str. 1
53501 Grafschaft (Ringen)
Telefon: 02641 - 800 40
www.kuendgen.de



**Günter
Noll**

Von der IHK Bonn/Rhein-Sieg öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für die Bewertung von Fitness- und Freizeit-Anlagen.

Auf dem Freibogen 3
53127 Bonn
Telefon: 0228 - 298 701
www.fitnesssachverstaendige.de



**Sabrina
Fütterer**

Von der IHK Koblenz öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige für Wirtschaftlichkeitsanalysen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), insbesondere Sport-, Fitness- und Gesundheits-Anlagen.

Dahlenkehre 3i
21077 Hamburg
Telefon: 040 - 648 343 57
www.fitnesssachverstaendige.de

Rücktrittsgarantie

Ob jemand im Hinblick auf die Pandemie noch Bedenken bezüglich der Sicherheit im Studio hat oder sich erst einmal selbst ein Bild vom Training machen möchte – potenzielle Neumitglieder werden von verschiedenen Faktoren und Interessen beeinflusst und wollen sich oft nicht direkt binden. Doch wie ist eine Rücktrittsgarantie rechtssicher umzusetzen? Und ist die Bezeichnung „Rücktrittsgarantie“ überhaupt zu empfehlen?

Aus juristischer Sicht ist es nicht anzuraten, von einer Rücktrittsgarantie zu sprechen, da ein Rücktritt im rechtlichen Sinne dazu führt, dass die Vertragsparteien alle gewährten Leistungen rückabwickeln müssen. Das kann dazu führen, dass beispielsweise ein „Starterpaket“, das für die Anamnese, Trainingsplanerstellung, Einweisung an den Geräten etc. berechnet wird, erstattet werden muss. Daher raten wir dazu, von einem außerordentlichen Kündigungsrecht bzw. Sonderkündigungsrecht zu sprechen, da eine Kündigung immer nur für die Zukunft wirkt und nicht zu Erstattungen führt.

Kostenfreie Monate

Eine oft praktizierte Aktion sind sogenannte kostenfreie Monate, welche den Mitgliedern vor oder mit Vertragsbeginn gewährt werden. Doch inwiefern müssen die Mitgliedsverträge in diesem Fall angepasst werden?

Kostenfreie Monate – meist zu Beginn einer Mitgliedschaft – sind unbestritten ein gutes Marketingmittel. Allerdings ist dabei ein Punkt zwingend zu beachten: Auch die kostenfreien Monate zählen bei der Länge der Laufzeit mit. Und da der Gesetzgeber in § 309 NR. 9 BGB geregelt hat, dass Verträge mit Verbrauchern nie eine längere Erstlaufzeit als 24 Monate haben dürfen, ist dieser Punkt besonders zu beachten. Denn die rechtliche Bindung beginnt immer bereits am Tag der Unterschrift. Wenn also ab Unterschrift zunächst zwei kostenfreie Monate und anschließend eine Beitragspflicht für 24 Monate vereinbart werden, führt dies dazu, dass die Laufzeitvereinbarung unwirksam ist und der Vertrag in einen Vertrag auf unbestimmte Zeit umgedeutet wird, der mit kürzester Frist ohne Grund gekündigt werden kann.

Partnerverträge

Mit einem Partner etwas für die Gesundheit zu tun, ist seit jeher eine oft gewählte Option vieler Sporttreibenden. Dazu passen könnte eine entsprechende Aktion, die beim Abschließen von mehr als einem Mitgliedsvertrag für beide Partner einen entsprechenden Bonus vorsieht. Wie kann dieser aussehen?

Bei sogenannten Partnerverträgen, also Verträgen, die gleichzeitig beispielsweise von zwei Ehepartnern, Lebensgefährten oder auch Freunden abgeschlossen werden, gibt es oftmals einen vergünstigten Preis. Dabei ist aber darauf zu achten, dass zwei separate Vertragsdokumente mit je einem SEPALastschriftmandat und je einer Unterschrift des jeweiligen Mitglieds verwendet werden. Denn es ist nicht selten, dass das Schicksal oder die Umstände die beiden Vertragspartner voneinander trennen und nur noch ein Vertrag weiterläuft. Für diesen Fall ist auch zwingend vorher zu vereinbaren, ob und wie sich die Beendigung des einen Vertragsverhältnisses auf den anderen Vertrag auswirkt; z. B. ob der andere Vertrag dann teurer wird.

Fazit

Wie Sie sehen, ist es auch bei speziellen Marketingangeboten unerlässlich, gewisse Besonderheiten zu beachten, damit die Verträge auch in Zukunft standhalten. Ein wesentlicher Punkt ist außerdem die Preisangabe in der Werbung: Es muss immer der Gesamtpreis des Angebots ersichtlich sein, d. h. auch anteilige Pauschalen zusätzlich zum Monatspreis müssen ausgewiesen werden. Falls beispielsweise mit günstigeren Verträgen für Neueinsteiger geworben wird, muss genau definiert werden, ob der Interessent bereits in der Vergangenheit bzw. eben gerade nicht in den letzten zwei Jahren Mitglied gewesen sein darf. Und schließlich sind bei der Werbung immer die Vorgaben des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb zu beachten. Vorsicht ist bei speziellen Versprechen geboten wie „In 4 Wochen 2 Kleidergrößen schlanker!“ Derartige Gesundheitswerbung wird in der Regel von den Gerichten beanstandet. ■



Andrea Elbl,
DSSV-Juristin



Refit Kamberovic,
Geschäftsführer DSSV



Niklas Kornemann,
DSSV-Mitgliederbetreuung

Zu allen rechtlichen Fragen rund um den Studioalltag bietet die Rechtsabteilung des DSSV im Rahmen einer bestehenden Mitgliedschaft die Möglichkeit, eine kostenlose rechtliche Erstberatung mit Einschätzung der Rechtslage zu erhalten, beispielsweise nach Erhalt einer Attestkündigung, zur Überprüfung von Vertragsklauseln oder zu arbeitsrechtlichen Themen.

Tel.: 040 - 766 24 00, E-Mail: jurist@dssv.de