



Repräsentativ in der Empfangshalle des NH-Hotels in Frankfurt – der myline-Info-Stand“



Rege Unterhaltung mit dem myline-Geschäftsführer Axel Dillmann vor der Eingangshalle des NH-Hotels in einer kleinen Pause



V.l.n.r.: Axel Dillmann, Sheila Strahl-Walters und Alexander Strahl

## myline Update-Kongress 2006: „Wer besser treffen will, muss genauer zielen!“

Von Christina Drawing

58% der deutschen Frauen und sogar 62% der Männer leiden unter massiven Gewichtsproblemen. Nach wie vor nutzen diese Zielgruppen überwiegend das Angebot der Ernährungsberatungen, wie z.B. „Weight Watchers“. Diese Programme bieten jedoch keine professionelle Betreuung im Bewegungsbereich, dem eigentlich entscheidenden Schlüssel zum erfolgreichen Abnehmen. Dafür bietet unsere Fitnessbranche den richtigen Ansatz zum wichtigen Thema Ernährung. Erfolgreiche Studiobetreiber haben diese Lücke erkannt und setzen schon heute auf ganzheitliche Ernährungskonzepte.

Eines dieser Konzepte ist das myline-Ernährungskonzept von Alexander Dillmann. Die myline Deutschland GmbH veranstaltete am 25. und 26. November 2006 in Frankfurt den alle 2 Jahre stattfindenden myline Update-Kongress für die lizenzierten myline Studios. Unter dem Motto „Wer besser treffen will, muss genauer zielen“ bringt myline mit seinem Ernährungs- und Marketingkonzept die Sache auf den Punkt. „Nur durch Spezialisierung kann eine erfolgreiche Differenzierung auf dem hart umkämpften Markt erzielt werden“, darüber waren sich die über 300 myline-Partner aus 250 lizenzierten Studios im bis auf den letzten Platz gefüllten Kongresssaal des NH Hotels in Frankfurt einig. Inhalte namhafter Referenten waren z.B.: Welche Veränderungen wurden in die neue Konzept-Version 07.9 eingebunden? Wie sieht die neue myline Marketingstrategie 2007 aus? Wie sichere ich mir mit meinem Fitnessclub die Pole-Position als Abnehmspezialist im Fitnessmarkt von morgen? Und vor allem, was steckt hinter dem neuen Ganzjahres-Betreuungskonzept, dem myline-Club?

Top-Referenten brachten die Zuhörer oft zum Staunen, aber auch zum Schmunzeln. Eine grosse Premiere in der Fitnessbranche war der Vortrag des Top-Trainers Klaus Fink. Mit viel Emotion und Aha-Effekten präsentierte Klaus

Fink sein Spezialthema: Empfehlungsmarketing - der Königsweg der Neukundengewinnung. Die Reaktionen aus dem Publikum waren sehr stark. Jedem Kongressteilnehmer ist hier bewusst geworden, welches ungeahnte Potenzial sich hinter dem ‚aktiven Empfehlungsmarketing‘ versteckt und wie wichtig es für jeden Verkäufer ist, sich in diesem neuen Segment weiterzubilden. Klaus Fink ist auf seinem Gebiet sozusagen die Nummer 1 in Deutschland. Exklusiv für myline bietet er erstmalig ein speziell auf die Bedürfnisse der myline-Kunden zugeschnittenes Sonderseminar an, an dem er die myline-Partner zu Experten im Empfehlungsmarketing ausbildet.

Dr. med Ullrich Kau und Thorsten Amann, Experten im Bereich Sporternährung, präsentierten die neuesten Erkenntnisse im Ernährungssektor. Rolf Schmiel, Dipl. Psychologe und gefragter Magic Motivations Profi, sorgte für hohe Aufmerksamkeit bei dem Thema Ziele unter dem Motto „Wenn du dein Ziel nicht kennst, ist kein Weg der richtige“. Mit einigen verblüffenden Zaubertricks motivierte er die Zuschauer, sich nicht nur beruflich, sondern auch privat, Ziele zu setzen.

Erstmals haben sich über 20 Studios für die Wahl zum internationalen myline-Partner des Jahres beworben. Nach langer und intensiver Auswertung aller Bewerbungsunterlagen standen die 10 Sieger fest. Mit 728 myline-Teilnehmern und einem Umsatzplus durch myline von 334'000 € in nur einem Jahr, wurde zum zweiten Mal das INJOY Schweinfurt, geführt von Alexander Strahl und Sheila Strahl-Walters, myline-Partner des Jahres 2006. Neben einer Urkunde gab es 1000.- € für die Teamkasse und einen Crosstrainer im Wert von ca. 7000.- €, gesponsert von HiPower. Newcomer des Jahres 2006 war das VITAL SPA in Göttingen, mit einem Gesamt-Jahresumsatz von 139'000 €. Diese Umsatzzahlen zeigen, wie erfolgreich ein myline Lizenzpartner seinen Umsatz in nur einem Jahr steigern kann.



Der ‚Inko-Stand‘ auf dem myline Update-Kongress 06. Von links: René Stoss, der Geschäftsführer der Inko Schweiz und Andrea Peters, vom Marketing der Inko Gemany

#### Die 10 besten myline-Clubs 2006 auf einen Blick:

INJOY Schweinfurt – INJOY München-Laim – Galaxy Sport-u.Gesundheitsstudio GmbH, Neubrandenburg – Motion Fitness für die Frau, Dresden – Fitness World, Zerbst – Fitness Five, Offenbach – Fitness Park Olymp, Bad Neustadt – Fit In, Heldenbergen Nidderau – Fitnesspark Offenburg – Move Fitness, Michelbach.

#### **Das Kongress-Highlight – der neue „myline-Club“**

Wie man mit seinem Fitnessclub „ohne grossen Aufwand“ weitere 25'000 € und mehr pro Jahr realisieren kann, soll mit dem neuen myline-Club-Konzept möglich gemacht werden. Denn es geht darum, Erstmitglieder langfristig zu behalten und ausgewogen weiter zu betreuen. Hierbei haben sich inzwischen 5 Kernwünsche der bisherigen Anfangs-Teilnehmer herauskristallisiert:

- › Ich möchte weiter gewogen werden
- › Ich möchte gerne noch weiter abnehmen
- › Ich brauche sanften Druck, um mein Gewicht zu halten
- › Ich möchte mich weiterhin mit anderen austauschen
- › Ich brauche noch mehr alltagstaugliche Kochrezepte

Welche besonderen Leistungen beinhaltet das neue Club-Konzept?

- Teilnahme am einstündigen myline-Club-Treffen
- 12 Clubtreffen im Jahr
- Clubleitung durch einen erfahrenen myline-Kursleiter
- Jeden Monat 4 neue Rezepte aus der leckeren und schnellen myline-Küche
- 48 neue Rezepte im Jahr
- Jeden Monat eine persönliche Erfolgskarte
- 12 Erfolgskarten im Jahr
- Regelmässige Clubnews zur Motivation und Information

Auf Grund des grossen Netzwerkes der 250 myline-Partner ist geplant, viele weitere attraktive Vorteile für myline-Clubmitglieder international aufzubauen. Durch die myline-Partnergemeinschaft und mit einem geringen zusätzlichen Monatsbeitrag werden die grössten Wünsche der myline-Kursteilnehmer erfüllt. Fazit: Ein zufriedener Kunde kündigt nicht! ➤

### Das Marketingmotto von myline in 2007:

2007 ist das Jubiläumsjahr. myline feiert 20-jähriges Bestehen seines wissenschaftlich fundierten Konzeptes. 1987 fiel der Startschuss, der zur Entwicklung des heutigen myline-Programms führte. Dieses historische Datum bietet dem Studioinhaber jetzt die Chance, die nunmehr 20-jährige myline-Erfolgsgeschichte in den Vordergrund sämtlicher Marketingaktionen zu stellen. Die dazu geplante „Gute Vorsätze-Kampagne“ verhindert Bindungsgängste vieler Verbraucher und schenkt Vertrauen durch langjährige Erfahrung. Zudem wird den Kunden mit der myline-Jubiläumskampagne sogar ein greifbarer Geldwert angeboten. Statt eines Gutscheines, bietet myline für Freunde und Bekannte potenzieller Mitglieder eine „Fitness- und Wellness-10er Karte“ im Wert von 120 € an. Ziel dieser Kampagne ist es, dem Thema Fitness, Wellness und Abnehmen den verdienten Wert zu verleihen – unter dem Motto: „Gesund essen – richtig trainieren – positiv denken.“



### myline - mehr als nur ein Ernährungskonzept...

myline steht für „aktiv schlank“ und „wie man seine Kunden zu dauerhaftem Erfolg führt“. myline ist keine Diät, sondern die Tür zu einer neuen Lebensweise. Wussten Sie, dass 90% aller Deutschen und Schweizer „sauer“ sind?



Rege und zahlreiche Teilnahme am myline Update-Kongress 2006 in Frankfurt vom 25. bis 26.11.06



Die neuen myline-‘Powerprodukte’, die in bewährter Zusammenarbeit mit der Firma Inko entstanden

Überwiegend resultierend von Stress, zu wenig Bewegung, Alkoholkonsum, Rauchen und schlechter Ernährung. Das Problem ist: Säuren kann der Körper bilden, Basen nicht. Man muss dem Körper unbedingt basische Stoffe, wie Magnesium, Kalium, Calcium und Natrium zuführen – und in der richtigen Dosierung. myline hat in Zusammenarbeit mit der Firma Inko die neue myline-Produktlinie „myline Powermix“ entwickelt. Diese Serie besteht aus zwei neuen Produkten: Das 500 ml Power-Mix Getränk mit Kirschgeschmack für das Training (sofort erhältlich) und die erste Trink-Ampullen-Packung To Go mit sechs je 20ml Trinkampullen (erhältlich ab März 2007).

Bereits vor 2 Jahren entwickelten Inko und myline in gemeinsamer Arbeit spezielle Nischenprodukte für die Zielgruppe figurbewusste Fitnessclubbesucher. „Der durchschlagende Verkaufserfolg der ersten Produktlinie „Naschen erlaubt“, bestehend aus myline Riegeln und dem hochwertigen myline Eiweiss, schuf die Basis für eine Weiterentwicklung in diesem Spezialsegment“, so Ale-

xander Dillmann, Geschäftsführer von myline. Schon in den ersten Wochen nach dem Kongress wird in vielen deutschen und Schweizer Fitnessclubs das neue myline Power-Mix Getränk angeboten. Erstmals vereint ein Sportgetränk die Komponenten L-Carnitin mit allen basischen Mineralstoffen. Es ist bekannt, dass L-Carnitin das Fettstoffwechsel-Training unterstützt und die Mineralien Magnesium, Calcium, Kalium, Natrium und Phosphor nach einem intensiven Training den Säure-Basenhaushalt wieder ins Gleichgewicht bringen können. Das müsste viele Studiomitglieder interessieren, denn eine Übersäuerung kann bekanntermassen zur Ansammlung von Schlacken führen und Cellulite begünstigen. Zudem gibt es seit 2006 das neue myline-Himbeereis mit L-Carnitin, das sich, wie schon die 2 anderen myline-Eiweissorten, besonders gut zum fettarmen Backen eignet. Viele Backrezept-Ideen findet man in einem umfangreichen Rezeptheft unter dem Deckel jeder Eiweiss-Dose.

Weitere Infos: [www.go-myline.de](http://www.go-myline.de)