

HOGYAN KÖTÖTTE MEG DEMJÁN SÁNDOR ÉLETE ÜZLETÉT?

2015 • SZEPTEMBER

Forbes

A PROFESSION.HU
MILLIÁRDOS ALAPÍTÓJA

VÁRI GERGŐ
BETÁMADJA AZ AMERIKAI
ÁLLASHIRDETÉSI PIACOT.

PORTRÉK

GORDON
RAMSAY
JACKIE CHAN
KATY
PERRY

AMERIKA, MOST
MEGMUTATOM!

TIZENÉVESEN CSÚFOLTÁK AMERIKAI OSZTÁLYTÁRSAI.
MOST VISSZATÉR, HOGY BIZONYÍTSON.

ISSN 2064-2954

890 FT

15009 >

9 772064 295005

AYCM SportPass

Az All You Can Move SportPass tulajdonosai egy bérlet árért több száz mozgási lehetőség közül választhatnak. Miért éri ez meg bárkinek?

ÍRTA: NAGY ZSOLT



Mihalik Zsuzsa simán bevitte volna a cégvagyonát a Questorba, de Schneider Balázs nem akarta. Jó döntés volt.

Pár éve még a zumbáért örültek meg, ma már a saját testsúlyos edzések kerültek a reflektorfénybe. Mit csináljon az, aki nem tud dönteni, mert mindegyiket űzné, de a pénztárcája nem bírná a többféle bérletet? Schneider Balázs és felesége megtalálták a megoldást, egy kis kártya formájában.

A szocializmus befuccsolása után a vállalati tulajdonban lévő sportlétesítmények magánkézbe kerültek, a tömegsport szinte megszűnt létezni. Azok, akik megtehették, elkezdtek

fitnesz- vagy konditerembe járni, de a dolgozó emberek nagy része nem volt abban a helyzetben, hogy bérletet váltson egy terembe.

Ezt a piaci rést célozta meg az All You Can Move (AYCM) családi vállalkozás. A 16 éves múltú visszatekintő cég megalapításához kellett egy laptop meg egy tucat mozogni vágyó kolléga a frissen induló RTL Klub stábjából. Schneider Balázs, a cég alapítója az ELTE testnevelés-rekreáció szakán töltött évek alatt került a csatornához, és az ő ötlete volt, hogy egy belépőkártyás rendszer

segítségével a cég alkalmazottjai bejuthassanak a környékbeli edzőtermekbe anélkül, hogy túl sokat kéne fizetniük a bérletért. Így született meg a Klub Rekreáció Bt., ami ma már kft.

Ez az erősnek nem mondható rajt egy – 16 évvel később – évi 1,5 milliárdos forgalmat lebonyolító, 28 alkalmazottal, 25 ezer klubtaggal és több mint ötszáz partnerintézménnyel rendelkező cégcsoport első lépése volt. A két tulajdonos, Schneider Balázs és felesége, Mihalik Zsuzsa a saját bevallásuk szerint is tűz és víz – de jól kiegészítik egymást.

„Balázs inkább megfontoltabb, óvatosabb, kedveli a stabilitást és a kiszámíthatóságot, én meg nagyon könnyen elunom magam” – mondja Zsuzsa. Nem kétséges, hogy így van. Történelem szakos bölcsészként végzett, majd tanult filozófiát, de a biztonság kedvéért elvégezte a jogot is. Volt a Turizmus Zrt. vezérigazgató-helyettese is, most az AYCM marketinges és kommunikációs ügyeit vezeti. Elmúlt ötven, de nem különösebben zavarja, ha a Balatont kell átúszni, vagy maratoni váltófutásban kell részt venni. „Ebből persze azért akad konfliktus, de megtanultuk az előnyünkre fordítani ezeket a tulajdonságokat. Én szeretem az újdonságokat, és mindig belevágnék valami újba, de jó, hogy Balázs itt van. Legutóbb például simán bevitem volna a cégvagyonát a Questorba, de Balázs nem akarta. Jó döntés volt.”

Az All You Can Move üzleti modellje nagyon kis haszonra épül, ezért kellett majdnem két évtized, hogy rendesen pörögjön. A cég olyan bérletet árul, amellyel naponta egy alkalommal bármelyik partnerintézményben lehet mozogni. A kártya csak munkavállalóknak érhető el. Nincs diákberlet, nyugdíjaskedvezmény, a rendszer a bejelentett munkavállalókra lett kitalálva. „Ők azok, akik igazából semmilyen kedvezményt nem kapnak sehol.”

Tehát a kártya tulajdonosa (a kártya típusától függően) bármelyik szerződött félhez beugorhat, hogy sportoljon. Lehet jógázni, bokszolni, ketrecfocizni, aerobikozni, szóval bármit, ami a partner kínálatában szerepel. A kártyát a cég igényelheti

A VÁLSÁG ÉRDEKES MÓDON MEGINDÍTOTTA A BIZNISZT.

munkavállalóinak (akár úgy, hogy teljes költségét magára vállalja, akár úgy, hogy az egészséget levonja a munkavállaló béréből, és van köztes megoldás is), és minden kártyára hűségidőt vállal az adott tárgyévben.

Az AYCM minden edzőteremmel megállapodik egy fix fejenkénti belépőárban. Ott kiépíti a saját belépőtő rendszerét (NFC-kártyaolvasó, laptop), ami mindig jelez, ha klubtag érkezik. Minden belépést regisztrálnak, az edzőterem a hó végén összesít, és elküldi a számlát az AYCM-nek. A bérletek ára hétezer forinttól tizenhétezerig terjed, az árak függvényében változik a látogatható létesítmények száma. A csomagok ára összefüggésben van az elérhető termék áraival, tehát a legolcsóbb csomag olyan termeket tartalmaz, amelyek maguk is kisebb látogatási díjat számolnak fel, míg a drágább csomagokban a drágább óradíjú helyek vannak. A legnépszerűbb helyeknek az uszodák számítanak, a sportok közül a CrossFit hódít.

NÉGYEZER FANATIKUSUNK VAN

Erre logikus azt kérdezni, hogy mi benne az üzlet, hiszen lehet, hogy valaki minden nap lemegy, és simán eldurantja egy hét alatt azt a pénzt, amibe a kártya került, és a konditerem olyan vaskos számlát küld a cégnek, hogy ihaj. „Nagyjából négyezer ilyen fanatikusunk van – mondja Zsuzsa. – Vannak, akik december

24-én még elszaladnak mozogni, sőt olyan is van, aki szilveszter éjjel megy el gyúrni.” A dolog akkor kezd megtérülni, amikor az emberek nem használják a kártyát, viszont a hűségidő miatt mégis fizetik.

Ugyanakkor ez az állapot sem tartható fenn, hiszen ha valaki tartósan nem használja ki, az kevés eséllyel fogja megújítani a szerződését a következő évben. Az ideális kártyafelhasználó heti két-három alkalommal jár el mozogni. „Azok, akik mindennap használják a kártyát, ugyan anyagilag veszteségesnek tesznek minket, viszont valószínűleg elégedettek a szolgáltatással, viszik tovább a híret, és ez a legjobb marketing.” A nyár viszonylag holtidő, a meleg miatt kevesebben járnak mozogni, az uszodákat preferálják, a csúcs rendszerint április környékén van.

A leszerződött létesítmények elégedettek. „Nagyon szoros az együttműködésünk, és jó a viszonyunk velük, nagyon gyors a rendszerük. A legnépszerűbb szolgáltatás, amit a klubtagok igénybe vesznek nálunk, az aerobik, a fitnesz és az akvafitnesz” – mondta Szénási Zita, a MOM Wellness munkatársa. Egy másik, név nélkül nyilatkozó fitneszhálózat szerint ma már nem lehet figyelmen kívül hagyni ezeket a kártyákat, kölcsönös érdek az elfogadásuk.

Régebben próbáltak állami támogatást szerezni, de a sportért felelős akkori államtitkár azzal az indokkal hátrított, hogy nincs statisztikailag kimutatható érvük a kártya létjogosultsága mellett, és adatok híján nem tud segíteni. Az állam egyébként szép lassan csökkentette azokat a szolgáltatásokat, amelyekkel a kártyáért fizetni lehetett. Kezdetben az egészségpénztárakon keresztül, majd Üdülési Csekkel lehetett kifizetni a bérletet, amikor ezek megszűntek, akkor jött a Szép kártya, de ezt is kihúzták, mert a törvény szerint az nem jogosult az elfogadására, aki csak közvetítő szolgáltatást

Az AYCM-csoporthoz tartozó három legfontosabb cég üzleti eredményei

KLUB Rekreáció Kft.

ÁRBEVÉTEL (2014)

939 MILLIÓ FORINT

ADÓZOTT EREDMÉNY

21,8 MILLIÓ FORINT

ALKALMAZOTTAK SZÁMA

16 FŐ

AYCM Magyarország Kft.

ÁRBEVÉTEL (2014)

750 MILLIÓ FORINT

ADÓZOTT EREDMÉNY (2014)

10,7 MILLIÓ FORINT

AYCM SportPass Europe Kft.

ÁRBEVÉTEL (2014)

219 MILLIÓ FORINT

ADÓZOTT EREDMÉNY (2014)

10,3 MILLIÓ FORINT

Forrás: Bimnode

végez, de nincs saját edzőterme.

„Azért lobbizunk, hogy az állam is felismerje, hogy szolgáltatásunk ösztársadalmi érdekeket szolgál. Az indulás óta százezer embernek biztosítottunk megfizethető áron mozgási lehetőséget. A célunk az, hogy lehessen cafeteriaként, Szép kártyával fizetni a csomagokért – mondja Zsuzsa –, különösen azért, mert az AYCM SportPasst több minisztérium és hatóság, például a miniszterelnökség és a NAV, jelenleg is aktívan, többbeztagsággal használja.”

Balázsék a cég első nyolc évében még másodállásnak tartották ezt a munkát, ráadásul két veszteséges évet is elkönnyelhettek. „Az egyik egy terem miatt volt, felvettük, elég magas volt az óradíjuk, de úgy voltunk vele, hogy biztosan nem lesz olyan népszerű, és nem látogatják majd olyan sokan. Ehhez képest már márciusban kiderült, hogy gondok lesznek, mert

egyre többen mentek oda. Nem hátrálhattunk ki, azt az évet végignyomtuk, de buktunk rajta. A másik ilyen év az volt, amikor az áfa húszról huszonöt százalékra ugrott, ez el is vitte a hasznot, sőt teljesen hazavágta a költségvetést, mínuszba mentünk le.”

A válság azonban érdekes módon megindította a bizniszt, 2008 után emelkedni kezdett a kártyabirtokosok száma. „Valószínűleg azért, mert még jobban kellett szorítani a nad-

AZ IDEÁLIS KÁRTYAFELHASZNÁLÓ HETI KÉT-HÁROM ALKALOMMAL JÁR EL MOZOGNI.

rágszíjon, ezért az emberek jobban megnézték, mire adnak ki pénzt” – magyarázza Zsuzsa.

Az edzőtermek kiválasztásakor elsősorban az játszott szerepet, hogy hol vannak. Induláskor az RTL Klub környéki termeket keresték meg, majd jött az Ernst & Young, akkor az ő környékükön vették fel a kapcsolatot a fitness-stúdiókkal, aztán ahogy bővült az ügyfélkör, úgy kellett bővíteni a partnerintézményeket is, mára már ajánlásokat kapnak, hogy kiket kéne még leszerződtetniük.

A SportPass mellett számtalan „kiágazása” van a cégnek, amelyek mind a mozgáshoz köthetők, blog, online edzőtársskereső stb., ezek az AYCM-cégcsoport tulajdonai, így ezeket is mindig van hová fejleszteni.

„Nem célunk multit létrehozni, legalábbis Magyarországon nem. Családi vállalkozás vagyunk, családi hangulattal, és ebből fakadóan komoly küldetéstudattal és felelősségérzettel. Nyilván, ha külföldre terjeszkedünk, ez ott nem lesz tartható, de itthon igyekszünk megőrizni ezt a légkört, és ezt is kommunikáljuk, mert büszkék vagyunk rá. Úgy szoktuk mondani, hogy van az All You Can Move kis családja, a közvetlen munkatársak, és van a nagy család, a 25 ezer aktív klubtag, a 670 munkáltatópartner, és az ötszáz partnerlétesítmény.” **F**



(A közölt tartalom a Forbes Magazinban megjelölt cikk kivonatát tartalmazza, amely teljes egészében megtekinthető és olvasható a Forbes 2015 szeptemberi számában!)