

Trainingserfolge sichtbar machen

body LIFE-Unternehmensreport: BODYGEE AG

Das Schweizer Start-up BODYGEE nimmt die Digitalisierung zum Anlass, um die 3D-Körperanalyse zu etablieren, die unter anderem im Personal Training zu mehr Erfolg führen soll. Das Unternehmen blickt auf eine interessante Gründung zurück und hat ein ambitioniertes Ziel vor Augen.



Die FIBO 2017 war für BODYGEE ein nervenaufreibender Versuchsballon: Drei Wochen vor Beginn der Messe wollten die Verantwortlichen ihren Auftritt in Köln noch absagen, weil sie unter enormem Zeitdruck standen und befürchteten, mit den Vorbereitungen nicht fertig zu werden. Am Ende der Messe konnte das junge Unternehmen einen großen Erfolg verzeichnen und hatte den 2. Platz beim FIBO Innovation & Trend Jury Award be-

legt. Ganz normaler Wahnsinn eines Digital-Fitness-Start-ups, dessen Idee eher beiläufig entstanden war.

Idee auf Umwegen

Eigentlich hatten Marcel Frikart und Oliver Fuchs 2013 ein Ultraschallgerät zum Abnehmen entwickelt. Ziel war es, im Medizin- und Fitnessmarkt Fuß zu fassen, was anfangs auch gelang. „Ohne viel Marketingausgaben haben wir große Kunden in Asien hinzugewonnen“, er-

zählt Marcel Frikart. Doch mit der Zeit und der immer stärker aufkommenden billig produzierenden Konkurrenz sprangen die großen Kunden ab. Die Gründer standen vor der Frage, wie sie sich neben dem Ultraschallgerät von den Mitbewerbern abheben könnten. Die Idee: den Vorher-Nachher-Vergleich des Abnehmensprozesses zu visualisieren. „Dieser Einfall hat sich über Nacht entwickelt“, berichtet Marcel Frikart. Er sollte sich schnell als attraktiver im Vergleich zum

Infos zur BODYGEE AG

- **Standort:**
Bern
- **Gründungsjahr:**
2015
- **Geschäftsführer:**
Marcel Frikart, Jens Stimpel
- **Mitarbeiterzahl:**
3 in Vollzeit, 4 in Teilzeit
- **Spezialisiert auf:**
3D-Körperanalyse
- **Website:**
www.bodygee.com



Jens Stimpel, CCO, Marcel Frikart, Co-Founder und CEO sowie Philippe Frikart, Co-Founder und CTO (v.l.)

Kerngeschäft herausstellen und bedeutete zugleich den Startschuss für BODYGEE Mitte des Jahres 2015 durch die Gründer Oliver Fuchs, Marcel Frikart, Jan Alther und Philippe Frikart.

Die Philosophie

BODYGEE, das von Investoren aus dem privaten Umfeld der Firmengründer sowie von zwei Berner Unternehmer alimentiert wird, will die Körpermessung zur Norm etablieren, mit den digitalen Daten Gesundheitsdienstleister unterstützen sowie der Nachfrage nach persönlicher Beratung und Betreuung gerecht werden. Diesbezüglich wurde ein Körperanalyse- und Beratungstool konzipiert, das „3D Body Tracking“, das im Herbst 2016 dem Markt präsentiert wurde. Mit der 3D-Visualisierung erhalten die Nutzer eine neue Ansicht ihres Körpers. „Wenn sich Trainierende jeden Tag anschauen, sind die Trainingsfortschritte kaum sichtbar. Mit der 3D-Körperveränderung wird die Art und Weise, wie der Fortschritt getrackt wird, modifiziert“, sagt Marcel Frikart. So sollen bei den Endkunden die Körperveränderungen und im B2B-Markt die Trainingserfolge sichtbar gemacht werden.

Als potenzielle Kunden hat BODYGEE hauptsächlich Microstudios und Boutique Studios sowie Premiumanlagen auserkoren, also solche Studios, die entsprechend ihrer Philosophie großen Wert auf individuelle Beratung und per-

sönliche Betreuung legen. Die Finanzierung des Tools erfolgt über ein Abo-Modell, bei dem je nach Nutzung ein Fixbetrag entrichtet wird, der bei 59 Euro im Monat beginnt.

„Wir sehen die Schweiz als Heimat- und Testmarkt und haben einen großen Fokus auf Deutschland“, sagt Marcel Frikart. Hierzu hat das Unternehmen im vergangenen Sommer eine Dependence in Essen errichtet. Acht größere Kunden besitzt BODYGEE bisher in Deutschland, beispielsweise mit dem Sportpark Heppenheim und dem allegro.sports in Baiersbronn im Schwarzwald. Darüber hinaus ist BODYGEE Teil der 90-Tage-Challenge von koerperverwandlung.de und kooperiert mit Perform Sports und Frank Thömmes, die Marcel Frikart als die „deutschen Zugpferde“ bezeichnet.

Ambitioniertes Ziel

BODYGEE hat sich ein ambitioniertes Ziel gesetzt: Die Schweizer möchten Technologieführer im Bereich der 3D-Körperanalyse werden. Damit der Fortschritt indes erhalten bleibt, soll in weitere Innovationen investiert sowie in verschiedenen Segmenten ein zusätzlicher Service angeboten werden. So soll zukünftig nicht nur eine 3D-Abbildung des Körpers erstellt werden, sondern in jeden Scan wird ein Körperskelett integriert, wodurch genauere Analysen und bessere Nachbearbeitungen ermöglicht werden. Darüber hinaus sollen – Stich-

punkt Gamification – bestimmte Challenges kreiert werden. In den Studios ist zudem geplant, ein Komplettpaket anzubieten, unter anderem mit Schulungen, um nicht nur eine Hardware, sondern eine Dienstleistung zu veräußern.

Kooperationen auf der FIBO

BODYGEE hat es sich zur Aufgabe gemacht, mittelfristig im D-A-CH-Raum Fuß zu fassen. „Wir wollen nicht zu früh zu breit gehen, sondern uns erst einmal im deutschsprachigen Raum einen größeren Kundenstamm aufbauen. Wenn das gelingt, sind viele Optionen offen“, blickt Marcel Frikart optimistisch in die Zukunft. Aufgrund des boomenden Boutique-/EMS-Marktes soll auch in diesem Segment die Zusammenarbeit intensiviert werden. Kurzfristig sollen Kooperationen bereits auf der diesjährigen FIBO in Köln verkündet werden, die dann nicht mehr als Versuchsballon, sondern zur weiteren Etablierung der Marke BODYGEE dienen soll.

Max Fischer

