

thorsten trifft...

Tino Heidötting



Tino Heidötting ist geschäftsführender Gesellschafter und Gründer von medo.check. Im Interview mit Thorsten Rebek spricht er u. a. über seine Motivation beim Sport, die eingeschränkten Sportmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche und seinen Umgang mit der Digitalisierung.

Thorsten Rebek: Tino, du bist ein sehr sportlicher Mensch. Wie motivierst du dich zum Training?

Tino Heidötting: Bei mir ist es eine gute Mischung aus Leidenschaft und Leistungsdruck. Bewegung war immer schon ein wichtiger Bestandteil meines Lebens – als Kind und Jugendliche habe ich Leistungssport betrieben, meine Frau ist Sportwissenschaftlerin und auch meine Kinder teilen unsere Leidenschaft für den Sport. (...) Seit 2013 begleitet mich das Thema „Rheuma“. Dieser Leistungsdruck war eine wichtige Triebfeder, einiges in meinem Leben zu verändern. Es führte zu einer noch bewussteren Einstellung zum Thema „Ernährung, Bewegung“ und zum achtsameren Umgang mit mir selbst. (...)

Thorsten Rebek: Als BVB-Fan verfolgst du natürlich die Entwicklungen im Leistungssport. Warum sollten aber insbesondere auch Kinder und Jugendliche schnellstmöglich wieder in den Spielbetrieb gehen?

Tino Heidötting: Dass unsere Kinder eingesperrt werden und ihnen verwehrt wird, an Bewegungsangeboten teilzunehmen, ist aus sozialen und physio-

logischen Gesichtspunkten eine Katastrophe. Das ist mit ein Grund, warum sich mein geliebter Fußball von mir entfremdet hat. Ich finde es gesellschaftlich überhaupt nicht vertretbar, dass der Fußballzirkus weiterlaufen darf, aber Wettkämpfe auf anderen Ebenen – speziell im Kinder- und Jugendbereich – nicht stattfinden dürfen. Wir wissen, wie wichtig die Bewegung insbesondere an der frischen Luft für unser Immunsystem ist.

Thorsten Rebek: Die Digitalisierung wird durch Corona beschleunigt. Was habt ihr für Erfahrungen gemacht?

Tino Heidötting: In den ersten Monaten haben wir primär Krisenmanagement für unsere Bestandskunden betrieben, damit diese schnell auf die neue Situation reagieren konnten. Das war tatsächlich eine große Herausforderung, weil die Woche von jetzt auf gleich sieben Tage hatte. Die größte Nachfrage hatten unsere medo.coach-App und unser Online-Buchungstool. Mit Hilfe der App konnte die Kundenbetreuung trotz Lockdown aufrechterhalten werden und über unser Online-Buchungstool erfolgte z. B. die Anmeldung und Abwicklung von On-

line-Angeboten. Später wurden über dieses Tool auch Zutrittslimitierungen gesteuert. Über unsere App konnten die Mitglieder mit Trainingsplänen für zu Hause versorgt und das Training gesteuert werden. Noch wichtiger: Die Kommunikation zum Mitglied wurde aufrechterhalten.

In den folgenden Monaten hatten wir aber auch ein gut laufendes Neukundengeschäft; viele haben die Zeit des „Stillstandes“ genutzt, um nachzurüsten oder neue Softwaresysteme einzuführen. Auch bei anderen Zielgruppen wie Personal Training und dem Zweiten Gesundheitsmarkt haben wir ebenfalls eine starke Nachfrage. Das hält tatsächlich bis heute an, nimmt sogar aktuell durch die Überbrückungshilfe III und die Digitalisierungsförderung wieder stark zu. Viele nutzen die Chance, dass medo.check förderungsfähig ist. Bei Umsatzeinbußen bekommt der Betreiber die medo.check-Software und/oder die medo.coach-App bezahlt.

Das vollständige Interview können Sie unter www.bodylife.com lesen.