



VORTRAG · MANNHEIM

Value Engine



Wie generiere ich gemeinsam mit meinem Team Value für meine Box oder mein Gym?



Wer bin ich?

Jakob Herold

- CrossFit Box Owner seit 2013 in Potsdam
- Geschäftsführer von 2 GmbHs
- Functional Consulting seit 3 Jahren in der Betreuung von Boxen in unterschiedlichen Projekten und Größen

Die CrossFit Box

- 550 Member mit zusätzlich 160 Kids
- 1.100 qm Fläche — bald 1.800 qm

Functional Consulting

- Seit 3 Jahren Betreuung vieler Boxen
- Ausrichtung von Events



Drei Realitäten der deutschen Boxlandschaft

1

Erste Generation geht

Die erste Generation der Owner verabschiedet sich vom Markt.

Lösung: ein wachsendes, skalierbares Unternehmen exiten.

2

Harte Eintrittshürden

Die neue Generation hat harte Eintrittshürden für den Markteintritt.

Lösung: ein wachsendes, skalierbares Unternehmen planen.

3

Bestehende Boxen kämpfen

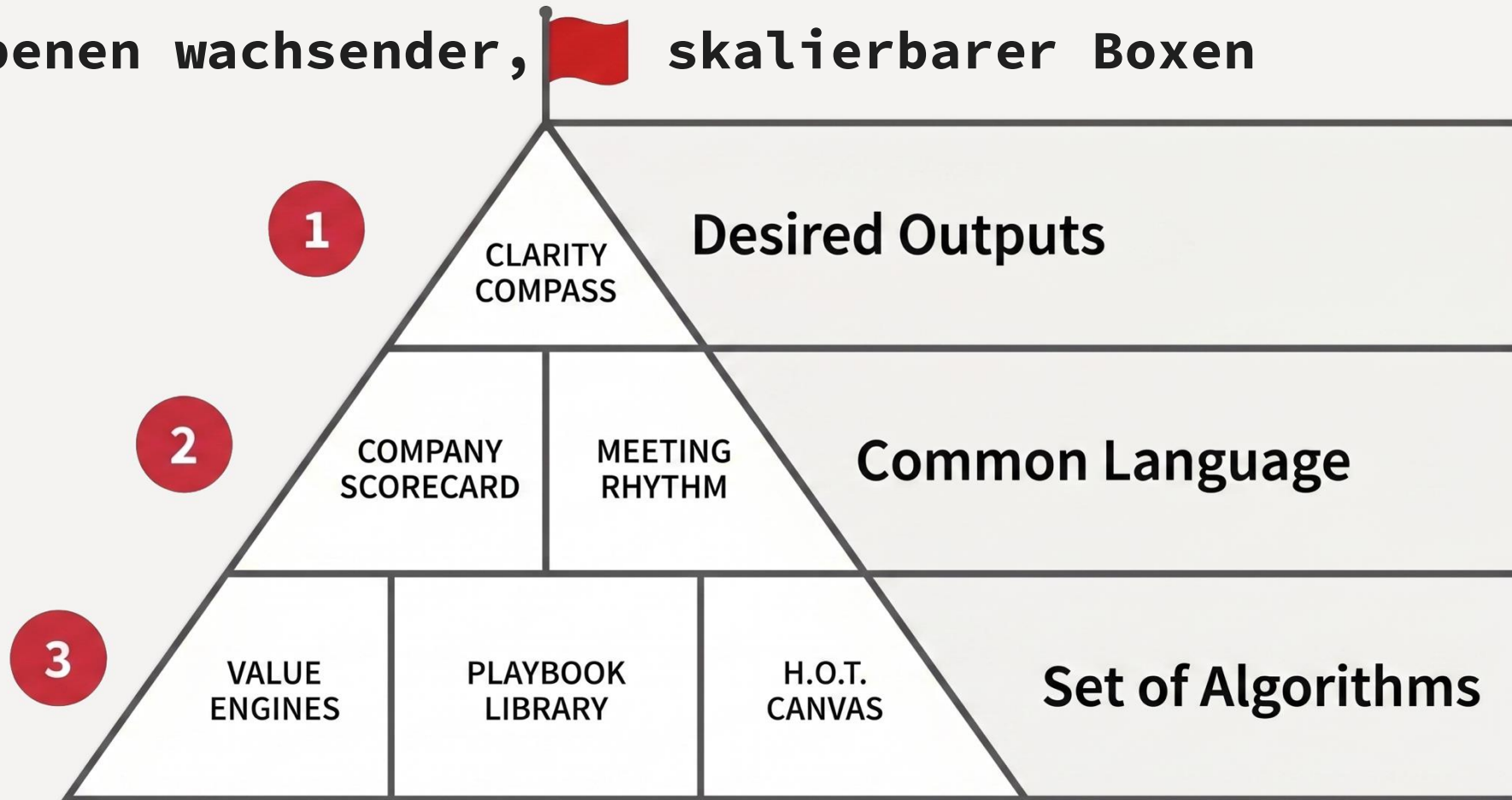
Inflation, Marktsättigung und Image-Probleme der Marke CrossFit setzen zu.

Lösung: ein wachsendes, skalierbares Unternehmen schaffen.

„Was sehe ich als Boxowner und Berater in der deutschen Boxlandschaft?“



Drei Ebenen wachsender, skalierbarer Boxen



Quelle: Ryan Deiss



Set of Algorithm

**Rules to
the game.**

- Checklisten
- Standards
- SOP
- Policies
- Tribal govern



Common Language

**Eine gemeinsame
Realität.**

- Kommunikation im Team
- Kommunikation nach außen
- Gemeinsame Realität erzeugen



Desired Output

**Ziele, die man
anfassen kann.**

- Ziele schriftlich formulieren und kommunizieren
- Zahlen, Message, Mission
- Konkret, schriftlich, real, öffentlich



Was wir bei Box Ownern in Gesprächen sehen

- „Gefühlte Überarbeitung“
- Alles auf dem Tisch haben wollen
- Konstanter Nachrichtenstrom
- Hustle-Mentalität
- Not on the business work — only in the business



ZUM MERKEN

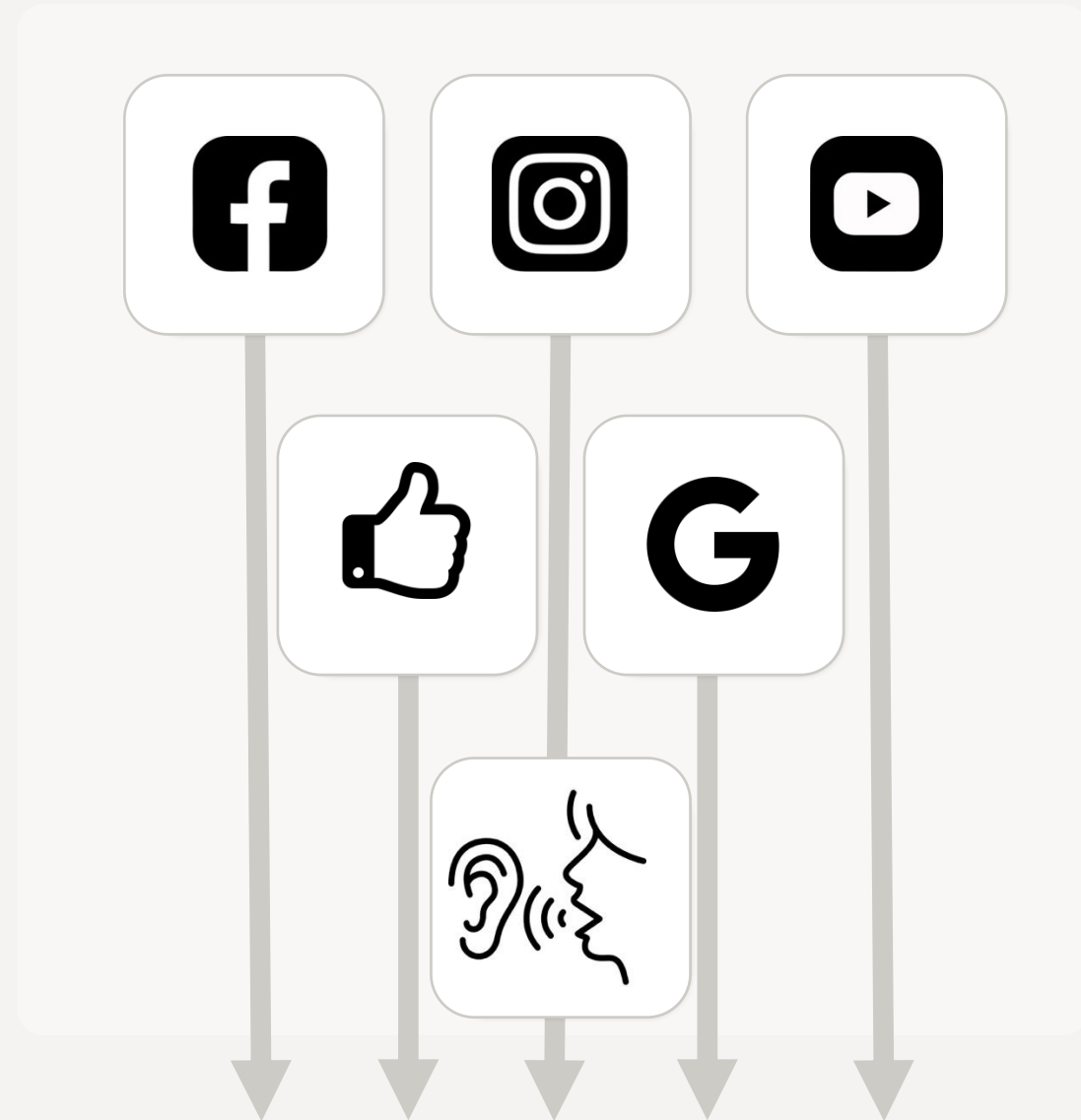
**The more valuable you are to the business,
the less valuable your business is.**

Deshalb: baut eine Value Engine, die läuft, ohne dass ihr selbst der Flaschenhals seid.



Value Engine Customer

**Woher kommen
eure Member?**



3

FALLBEISPIEL CROSSFIT POTSDAM



Value Engine Customer

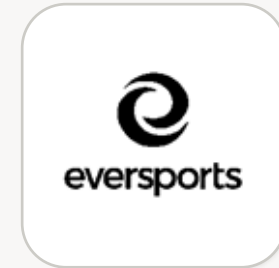
Wo werden sie
gesammelt?



XLSX



CRM



GYM

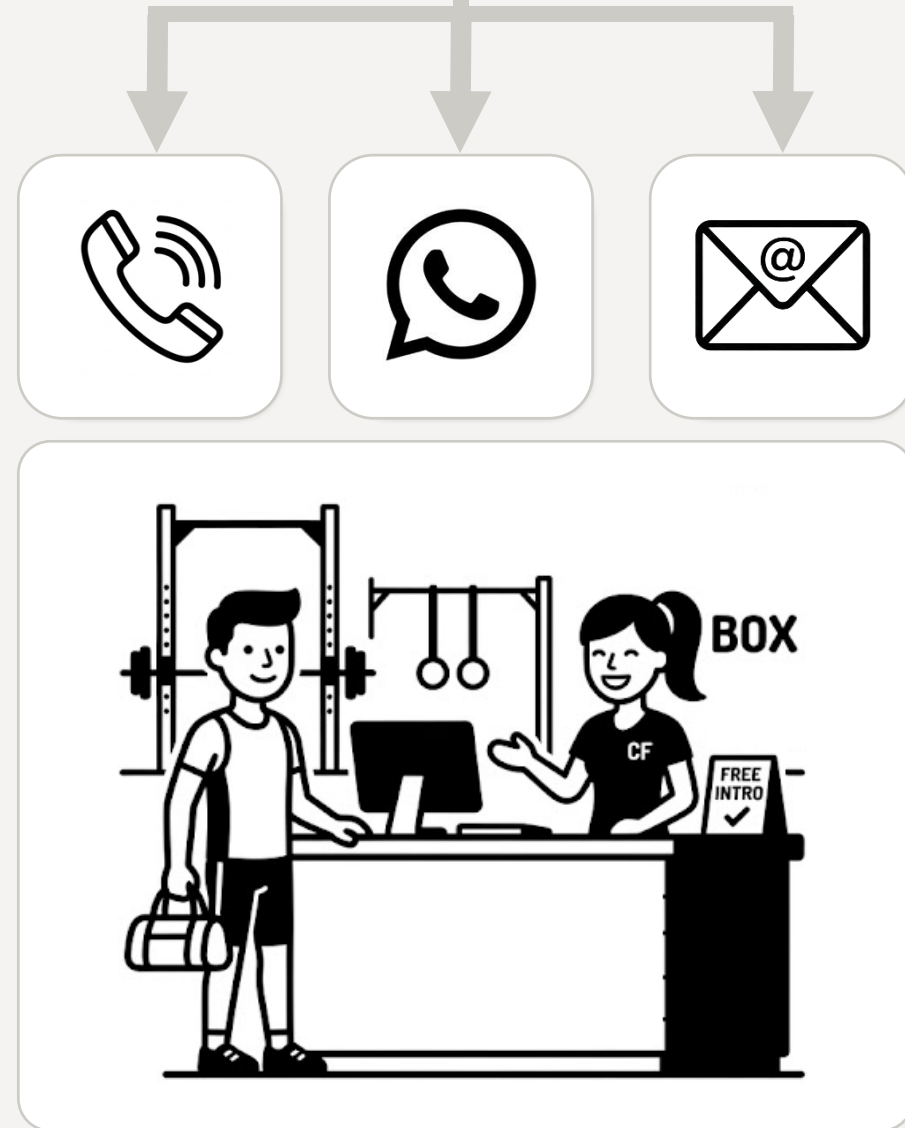


MAILER



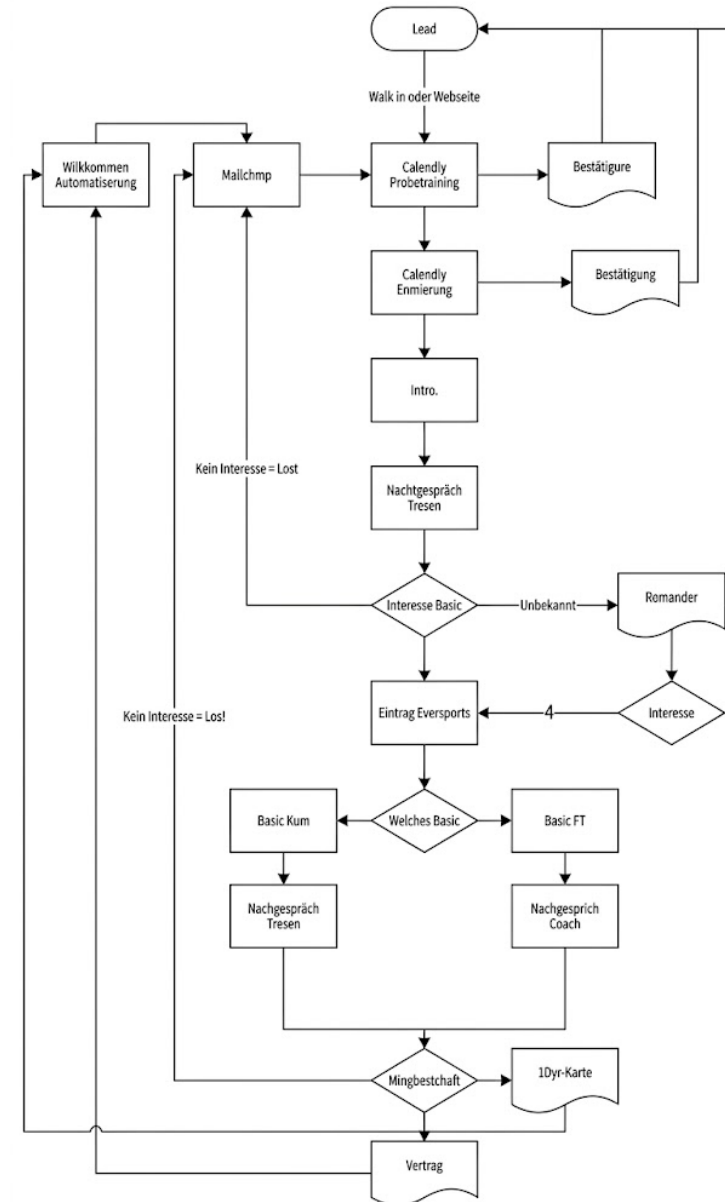
Value Engine Customer

**Wie antwortet
ihr ihnen?**



Value Engine Customer

**Wie ist ihr
Erlebnis am
Beginn ihrer
Mitgliedschaft?**





Critical Points finden und ausarbeiten

Das Intro als Schlüssel

- Erster Kontakt & erster Eindruck
- Ängste der Interessenten beheben
- Einen klaren Einstieg schaffen

Basic-/Fundamental-Kurs

- Start der Member Journey
- Erste gemeinsame Erfahrung im Training
- Fundament für Standards & Sprache

⇒ **Standard Operating Procedure für die Critical Points**



DEFINITION

Die Value Engine ist die visuelle Darstellung, wie die Box neue Mitglieder/Sportler akquiriert, bestehende Mitglieder hält und neue Produkte in den Markt bringt.

Sie zeigt in einem Bild, wie neue Mitglieder gewonnen, gehalten und neue Angebote eingeführt werden.



Drei unterschiedliche Arten von Value Engines

1

Growth Engines

Wie bekommt man neue Member und Sportler?

Fokus: Akquise neuer Mitglieder.

2

Fulfillment Engines

Was bekommen die Sportler auf täglicher Basis an Service?

Fokus: Bindung bestehender Mitglieder.

3

Innovation Engines

Wie bringe ich neue Services in den Markt bzw. zu meinen Sportlern?

Fokus: neue Produkte & Angebote.

„Jede Box braucht alle drei Engines — im Zusammenspiel, nicht isoliert.“



4 Steps für deine Value Map

1

Team & Whiteboard

Team an einem Ort versammeln — großes Whiteboard mit Stiften & Notes — Value Engine wählen (zuerst: New Member)

2

Start- & Endpunkt definieren

Oft: Werbung als Start, Vertrag als Endpunkt

3

Aktivitäten ergänzen

Mit dem Team alle Aktivitäten & Events dazwischen ergänzen

4

Stakeholder Review

Who, where, when? — gemeinsam gegenprüfen

★

Publish your Value Engine

Sichtbar machen und im Team fest verankern



Action Steps zum Mitnehmen und Nachmachen

- 01** Termin mit dem Team machen
- 02** Mindestens eine Growth-Engine Value Map bauen
- 03** Mindestens eine Fulfillment-Engine Value Map bauen
- 04** 2–3 Critical Points in den jeweiligen Value Engines identifizieren



SALES-PITCH



Functional Academy

Was ist die Functional Academy?

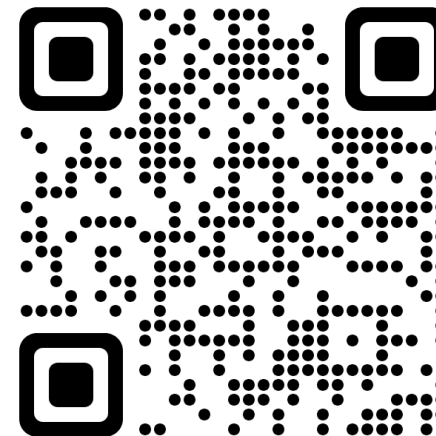
Wöchentliche interaktive Online-Seminare in kleinen Gruppen mit Gleichgesinnten

Wie nehme ich teil?

Wie mit einer 10er-Karte in einer Class und ganz einfach über Eversports.

Wann geht es los?

Wir starten Anfang Oktober 2026 mit zwei Tracks



249,00€ / 10 Calls
ohne Mindestlaufzeit (netto)



Affiliate Summit Special

Mit dem Code
CFDACH26 spart ihr
25% im ersten Block.

Downloads, Kontakt und Infos:
functionalconsulting.de/cfdach

In Kooperation mit

