

Neben Trainingskonzept bringt KaBB auch ein Abnehmprodukt nach Amerika

Linzer machen USA bald fitter

Bis zwei, drei Uhr früh dauerten seine Arbeitstage zuletzt. „Das war eine intensive Zeit“, sagt Philipp Kaufmann über die Wochen, in denen er den US-Start der Fitness-Kette M.A.N.D.U. vorantrieb. Längst nicht das einzige Projekt des 45-Jährigen.



Wirtschaft Oberösterreich

Breitwiesergutstraße 10 in Linz: Hier laufen die Fäden der KaBB zusammen, einer Gesellschaft, die Philipp Kaufmann mit seiner Mutter gegründet hat. Rund 100 Mitarbeiter beschäftigt der 45-Jährige mittlerweile, zählt zu seinem Netzwerk das Café Hofbauer in Linz, ist Verleger und treibt die Expansion der Fitnessstudiodiokette M.A.N.D.U. voran.

Einmal pro Woche macht er selbst das Training, das auf elektronische Muskelstimulation setzt und als Franchise-Konzept aufgebaut ist. Derzeit gibt's 52 Studios in Deutschland, Österreich und Frankreich, allein in Österreich soll die Zahl auf



Foto: Ines Thomssen



Foto: Markus Wenzel

52 M.A.N.D.U.-Studios gibt's derzeit. Die Zahl der Standorte soll allein in Österreich stark wachsen.

☹ „Visionen ohne Umsetzung bleiben geträumt“, ist die Devise von Philipp Kaufmann.

„Wir sind eigentlich ein Diskonter für Personal-Training. Wir fühlen uns da als Aldi der Fitnessbranche.“

Philipp Kaufmann über M.A.N.D.U.

80 bis 90 wachsen, spielt Kaufmann den Ball zu Geschäftsführer Mario Heurix.

Auch in den USA werden die M.A.N.D.U.-Pläne nun Realität. Im März 2018 unterschrieb der Franchise-Nehmer den Vertrag. Mehr als 300 Standorte sind in

Nordamerika geplant, „sechs bis sieben derzeit offen“, so Kaufmann. Für weitere 25 wurden zuletzt die Geräte ausgeliefert.

„Normal kommen Konzepte von Amerika nach Europa, dass uns das von Linz aus gelingt, ist schön“,

so Kaufmann, der in den USA 2020 auch ein Abnehmprodukt auf den Markt bringt. Die Firma wurde schon gegründet. Den Slim-Cube, dank dem Fettmasse abgenommen werden soll, wird's in fünf Geschmacksrichtungen geben. Kneid.-

BUSINESS AKTUELL

➤ Brausilvester

Im Zeichen des Biers steht der Oktober bei den Kultiwirten. Die 70 Lokale feiern das Brausilvester.

➤ Aus besiegelt

Bittere Pille für die Mitarbeiter von Laticrete in Ebensee: Der Standort des Fliesenmörtel- und Fugenmasse-Spezialisten wird heuer geschlossen.

Runtastic-Fans sind mit neuem Adidas-Auftritt unzufrieden

Ärger befeuert Wechsel-Lust

Emojis mit hochrotem Kopf oder jene mit Tränen in den Augen sind die Reaktionen, die verstärkt die jüngsten Beiträge von Runtastic auf Facebook zieren. Mehr als 4,3 Millionen Fans hat der Software-Spezialist, der vor vier Jahren an Adidas verkauft wurde. Dass der

deutsche Sportartikelhersteller nun die Marke der Paschinger mehr oder weniger verschwinden ließ, den farblichen Auftritt, das Logo und die Produkte auf Adidas trimmte, dazu die Webplattform einstellte, wurmt viele Nutzer. Viele drohen damit, sich Alternativen zu suchen

oder sind bereits umgestiegen. „Wir legen den Fokus auf Apps und Features, die am beliebtesten sind und wo wir auch die meisten Menschen unterstützen können – damit waren auch einige schwierige Entscheidungen verbunden“, so Mitgründer Christian Kahr. B.K.