



# Boutique Studios

## Was macht die Kleinen so groß?

In Deutschland gibt es über 2 500 Boutique Studios. Tendenz: steigend. Was ist das Geheimnis ihres Erfolgs? Was sollten Sie beachten, wenn Sie selbst ein Microstudio eröffnen wollen?

**D**eloitte hat in seiner Eckdatenstudie im Jahr 2010 erstmals Microstudios in die Auswertung miteinbezogen. Seither hat sich vieles in diesem Bereich getan. Laut der aktuellen Erhebung aus dem Jahr 2018 trainieren insgesamt 11,09 Millionen Menschen in Deutschland in 9 343 Fitness-

studios – davon sind 2516 Fitnessstudios dem Bereich der Microstudios zuzuordnen. Das heißt, dass heute fast ein Drittel aller Studios in Deutschland als Boutique Studio gelistet ist. Diese Art von Fitnessclubs tragen mit einem Umsatz von ca. einer halben Milliarde Euro rund 10 Prozent zum Gesamtumsatz von 5,33

Foto: phatolgy/1971 – stock.adobe.com



Milliarden Euro der Fitnessstudio-Branche bei. Dies zeigt deutlich den Stellenwert, den die Microstudios in den vergangenen Jahren eingenommen haben. Dieser Trend hat die Fitnessszene in den letzten Jahre bereits stark verändert und beeinflusst; Microstudios haben die besten Zuwachsraten im deutschen Fitnessstudio-Markt.

### Was sind Microstudios?

Diese Art von Fitnessstudios heißen Microstudios, weil ihre Trainingsflächen wesentlich kleiner sind als die in klassischen Fitnessstudios. Darüber hinaus sind die meisten bewusst beschränkt auf

eine einzige Trainingsform. Die Klientel hierfür ist eher ein Lifestyle-Publikum. Bei Microstudios handelt es sich um Einrichtungen mit einer Gesamtgröße von ca. 50–300 m<sup>2</sup>. Das Training findet zum größten Teil mit dauerhafter Betreuung statt (je nach Trainingsart, -konzeption und -schwerpunkt). Die Trainingseinheiten sind häufig kurz und intensiv bei ca. 20–60 Minuten pro Einheit. Aussagen wie beispielsweise „Der 10-Minuten-Erfolg“, „20 Minuten Training pro Woche“ oder „Kurzes Training – maximale Erfolge“ sind eine gute Kommunikationsgrundlage und der Schlüssel zur schnellen Zielerreichung.

Die Microstudios locken die Kunden vor allem mit dem Faktor Zeitersparnis und mit gut qualifiziertem Personal bzw. Personal Trainern, die ihnen nicht von der Seite weichen. Immer mehr Menschen legen Wert auf Betreuung und sind daher bereit, auch mehr Geld als in herkömmlichen Studios auszugeben.

Viele Menschen möchten gerne etwas für ihre Fitness und Gesundheit tun, ohne dabei zu viel Zeit zu investieren. Auch die durchgängige und dauerhafte Betreuung wird von den Kunden sehr positiv bewertet; hierfür sind sie bereit, mehr Geld für das Training zu bezahlen. Die Mitgliedsbeiträge pro Monat liegen

etwa bei 50 Euro, können aber auch bis zu 500 Euro (oder noch mehr – je nach Angebot beispielsweise beim Personal-Fitness- Training) betragen. Die Spezialisierung der Microstudios wird von vielen Kunden sehr positiv bewertet – ganz nach dem Motto: „Spezialisten werden angerufen, Globalisten müssen Kunden suchen.“

## Der Status quo

In Deutschland gibt es über 2 500 Microstudios. Sie sind als EMS-, Functional-Training-, Pilates- bzw. Yoga-, Ausdauer-, CrossFit-, Faszien-, Bootcamp-, Entspannungs-, Kurs-, Vibrations-, Zirkel-, Cycling-, Kampfsport- oder Personal-Training-Studio zu finden. Auch eine Mischung verschiedener Angebote gibt es immer wieder; hier werden dann verschiedene Schwerpunkte angeboten, beispielsweise Functional Training und EMS, Kampfsport und Bootcamp oder Cycling und CrossFit-Boxen.

## Aktueller Trend

Microstudios tauchen in den letzten Jahren immer öfter in vielen deutschen Städten auf, egal ob Groß- oder Kleinstadt. Allein die vier führenden Anbieter verfügen bereits über mehr als 700 Stu-



In Deutschland gibt es über 2 500 Microstudios, u. a. auch als EMS-Studio

dios. Die neue Generation der Microstudios macht inzwischen den klassischen Studios Konkurrenz. Microstudios sind deutlich im Kommen, das ist der aktuelle Trend. Diesen Trend versuchen Betreiber von großen Fitnessstudios aufzugreifen, indem sie in einem Bereich ihres Studios sogenannte Inhouse-Lösungen – ähnlich einem Microstudio – zu integrieren, um ihre Mitglieder besser an sich zu binden. Auch hier ist es wichtig, die Vorteile der Microstudios in den Vordergrund zu stellen (z. B. das Training immer mit einem Trainer und einem Trainingsschwerpunkt). Der anhaltende Trend wird immer mehr zu einem festen Bestandteil der Fitnessstudio-Welt.

## Zukunftsaussichten

Die Zukunftsaussichten der Microstudios sind momentan sehr positiv. Ihr Vorteil ist, dass mit wenig Fläche und einem meist einzigen, hochwertigen Schwerpunkt der Markt angegangen werden kann. Auch bei einer Einrichtung, die mehrere Varianten im Portfolio hat (z. B. bei einer PT-Lounge), sollte ebenfalls ein Schwerpunkt besonders hervorgehoben werden (z. B. Functional Training, EMS, Biokinematik oder Faszien). Ein gut durchdachter Businessplan und eine optimale Unterstützung in den Bereichen Konzeption, Marketing und Verkauf sind immer hilfreich, um ideal in diesem Bereich zu starten.

Vor Beginn einer Eröffnung bzw. bei der Planung eines Microstudios sollten Sie sich intensiv mit der Materie „Boutique Studio“ befassen. Informieren Sie sich, welche Arten von Boutique Studios es bereits an Ihrem Standort gibt und welches Konzept besonders erfolgreich am Markt existiert.

## Fazit

Das Angebot der Microstudios wird in den nächsten Jahren weiter stark ansteigen. All diejenigen, die eventuell ein solches Studio betreiben wollen, sollten genau überlegen, welches System oder Konzept infrage kommt. Wird eher eine feste Struktur wie die eines Franchise-Systems bevorzugt oder eine etwas freiere Form wie bei einem Lizenz- oder Konzeptsystem, um eigene Ideen und Vorstellungen mit einzubringen?

Egal, wie die Entscheidung ausfällt, wichtig sind eine solide betriebswirtschaftliche Planung und eine positive Einstellung zu der durchführenden Trainingsform. Außerdem ist es natürlich für jeden Verantwortlichen erforderlich, zu 100 Prozent hinter diesem System zu stehen – nur dann lässt sich damit erfolgreich arbeiten.

Stephan Müller

### Diese Fragen sollten Sie sich vor der Eröffnung eines Boutique Studios stellen

- Welche Art von Boutique Studio passt am besten zu mir?
- Welche finanziellen Möglichkeiten bzw. Existenzgründungsmöglichkeiten habe ich?
- Wie sieht mein Business- und Marketingplan für mein Vorhaben aus?
- Wie wichtig sind spezielle Qualifikationen und welche sollte ich mitbringen?
- Gibt es für meinen Schwerpunkt schon erfolgreiche Konzepte?
- Welche Zielgruppen sollen mit dem Angebot angesprochen werden?
- Wie können diese Zielgruppen erreicht werden?
- Wie formuliere ich mein Angebot gegenüber Interessenten?
- Wie werden aus Interessenten langfristig Kunden für mein Angebot?
- Wie gelingt es, mich von Mitbewerbern bzw. anderen Microstudios abzugrenzen?
- Welche Kooperationspartner sind sinnvoll?
- Wie kann ein gut funktionierendes Kooperationsnetzwerk aufgebaut werden?



Stephan Müller ist Inhaber eigener PT-Lounges und hat in den letzten Jahren über 100 Microstudio-Projekte in Deutschland, Österreich und der Schweiz erfolgreich umgesetzt. Zusätzlich arbeitet er mit zahlreichen Lizenz- und Franchise-Konzepten zusammen und hat dadurch eine vielschichtige Einsicht in den Microstudio-Markt. Als Personal Coach und Ernährungsberater zahlreicher aktueller Weltmeister, Top-Sportler aus der Bundesliga sowie Schauspielern, Moderatoren und Regisseuren ist er weltweit im Einsatz. Zusätzlich ist er ein gefragter Fitness Coach für Funk und Fernsehen (ARD, SWR). Der mehrfache Buchautor ist Vorstand des Bundesverbandes Personal Training e.V. und Inhaber des GluckerKolleg GbR und der PT Lounge GmbH.