



Boutique-Studios

Was zeichnet sie aus?

Aktuell gibt es mehr als 2 700 Microstudios in Deutschland. Was sie auszeichnet und was für eine erfolgreiche Studiogründung und -führung wichtig ist, beschreibt Stephan Müller.



STEPHAN MÜLLER

Der Vorstand des BPT e.V. arbeitet als PT mit zahlreichen Weltmeistern und Olympiasiegern. Der Inhaber des GluckerKollegs ist regelmäßig als Experte bei ARD und SWR im Einsatz und mehrfacher Buchautor.

www.gluckerkolleg.de

Ein Boutique-Studio, ein Microstudio oder eine PT Lounge ist nicht, wie der Name vermuten lassen könnte, eine Art „kleines Fitnessstudio“ – vielmehr unterscheidet sich ein Boutique-Studio von einem Fitnessstudio u. a. aufgrund seiner Art der Betreuung, seiner Aufmachung und seines speziellen Angebots. Es handelt sich meistens um eine Einrichtung, die sich auf eine oder einige wenige Trainingsformen spezialisiert hat, wie z. B. EMS, Personal Fitness Training, Functional Training, Vibration oder Kraft-Ausdauer-Zirkel.

Der Erfolg dieser Einrichtungen beruht häufig nicht auf der Trainingsform an sich, sondern vielmehr auf der intensiven Betreuung durch qualifizierte Trainer und auf der Regelmäßigkeit der Durchführung der Trainingseinheiten, die der Kunde im Rahmen fester Terminvereinbarungen wahrnimmt. Die Qualität des Trainings hängt besonders von der

Kompetenz und den pädagogischen Fähigkeiten des Trainers ab. Je höher seine Kompetenz, desto effektiver das Training und desto besser das erzielte Ergebnis – unabhängig von der Art des Trainings.

EXPERTENRAT SUCHEN

Im Vorfeld muss der zukünftige Microstudioinhaber entscheiden, welche Trainingsform er anbieten möchte. Sinnvoll ist, sich an erfolgreichen Systemen zu orientieren. So gibt es z. B. im Bereich EMS verschiedene Franchise- und Lizenzmodelle (z. B. Körperformen, Fitbox, EMS Lounge, 25 Minutes und Personal Speed Box), die schon mit Hunderten Microstudios auf dem Markt vertreten sind. Diejenigen, die sich keinem System anschließen wollen, sollten auf jeden Fall den Rat eines Experten einholen, der sich auf dem Gebiet der Gründung von Microstudios perfekt auskennt und über großes Fachwissen verfügt, um auf mög-

liche Gefahren im Vorfeld hinzuweisen und gute Tipps zu geben.

VORGEHENSWEISE BEI DER GRÜNDUNG

Am Anfang steht natürlich die Geschäftsidee. Mittels eines ausführlichen und professionellen Businessplans wird sie potenziellen Geldgebern (Investoren oder Bank) vorgestellt. Wenn der Businessplan mit den wichtigsten Überlegungen steht, sollte ein Kapitalbedarfsplan, eine Rentabilitäts- und eine Liquiditätsberechnung erstellt werden. Die Rentabilitätsberechnung und die Liquiditätsplanung sollten auf mindestens drei bis fünf Jahre ausgelegt sein, um auch eine langfristige Sicht auf die Entwicklung des Unternehmens zu ermöglichen. Sinnvollerweise sollten abschließend all diese Unterlagen von einem unabhängigen Berater geprüft werden.

In den Businessplan aufgenommen werden müssen natürlich auch die Kosten für die Miete oder den Kauf einer Immobilie, die Fixkosten und die variablen Kosten. Meine Empfehlung: lieber etwas kleiner mit einem eher niedrigen Fixkostenanteil beginnen. Neben dem Aufbau eines funktionierenden Kooperationsnetzwerks (siehe unten) sind auch Werbe- und Imagemedien wie Flyer, Visitenkarten und Außenwerbung zu berücksichtigen, um sich optimal vor Ort zu präsentieren. Natürlich gehört auch eine ansprechende Website dazu, die professionell gestaltet sein sollte; eine App kann eine durchaus sinnvolle Ergänzung darstellen. Auch die Präsenz in sozialen Netzwerken ist heutzutage unumgänglich und sollte intensiv gepflegt werden.

KOOPERATIONEN AUFBAUEN

Ein gut umgesetztes und funktionierendes Empfehlungsmarketing stellt für ein Microstudio eines der wichtigsten Tools dar, um neue Kunden zu gewinnen. Hierfür kann der Aufbau von Kooperationen z. B. mit Firmen, Sportfachgeschäften, Seniorenheimen, Golfanlagen, Schwimmbädern, Schulen, Restaurants, Beautysalons, Friseuren usw. sehr sinnvoll und vielversprechend sein. Für eine gewinnbringende Kooperation reicht es jedoch nicht aus, nur ein paar Flyer von dem jeweiligen Partner bei sich auszulegen – sie muss aktiv gepflegt und mit Leben gefüllt werden.

Erstelle eine Kooperationsmappe, in der du alle interessanten (potenziellen) Partner auflistest (maximal 6 Partner am Anfang). Sobald ein Kunde eine größere Anzahl an Trainingseinheiten (10er- oder 20er-Karte beim PT oder ein Jahresabo für EMS-Training) gebucht hat, bekommt er einen Gutschein bei einem deiner Partner im

VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE ERFOLGREICHE GRÜNDUNG:

- Ehrgeiz, Einsatzbereitschaft und Risikobereitschaft
- Motivierte und selbstständige Arbeitsweise
- Entscheidungsfreude und die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen
- Berufs- und Führungserfahrung im Fitnessbereich
- Solide Branchenkenntnisse
- Fundierte fachliche Ausbildung
- Kaufmännisches Know-how
- Gute Selbsteinschätzung
- Offenheit gegenüber Expertenhilfe
- Kein Problem mit wiederkehrenden Arbeitsabläufen
- Identifikation mit dem Angebot

Wert von 25 bis 50 Euro geschenkt. Im Vorfeld besprichst du mit deinem Kunden, bei welchem deiner Kooperationspartner er diesen einlösen möchte. Durch diese Aktion bekommt dein Kooperationspartner einen Neukunden; natürlich sollte auch er bei seinen Kunden so verfahren, um eine Win-win-Situation zu erzielen. Durch die Ausgabe der Gutscheine bekommst du einen sehr guten Eindruck davon, welche Kooperation sich für dich lohnt und welcher Partner eher nicht für eine Kooperation geeignet ist. Lohnende Partnerschaften sollten ausgebaut und wenig lohnende Partnerschaften beendet werden. Über ein gut aufgebautes Kooperationspartnernetzwerk kannst du im Idealfall zahlreiche Neukunden gewinnen, was gerade auch für ein Microstudio von großer Wichtigkeit ist.

FAZIT

Oftmals ist es nicht eine ganz spezielle Trainingsart, wie z. B. EMS, PT, Vibration oder Functional Training, sondern die permanente und hochwertige Trainingsbetreuung und der starke Verbindlichkeitscharakter von fest vereinbarten Terminen (ähnlich wie bei der Physiotherapie), die deinen Kunden eine schnellere Zielerreichung ermöglichen.

All diejenigen, die ein solches Studio betreiben wollen, sollten sich jedoch im Vorfeld genau überlegen, welches System oder Konzept für sie infrage kommt. Manche bevorzugen die feste Struktur eines Franchisesystems, während andere lieber frei in ihren Entscheidungen sein wollen, um auch eigene Ideen und Vorstellungen in das Konzept einzubringen. Egal, wie deine Entscheidung ausfällt, wichtig ist eine solide betriebswirtschaftliche Planung, ein professionelles Vorgehen und die volle Identifikation mit der angebotenen Dienstleistung. Viel Spaß bei der Umsetzung! ■