

Das Insider-Magazin

Eckdaten 2011

DSSV und Deloitte mit
gemeinsamer Studie

Synchro-Zirkel

Innovatives Geräte-
konzept von Schnell

Konzept EMS

Funktioniert das
System Bodystreet?

FIBO 2011

Nachbericht



Konzept EMS

Nachgefragt: Wie gut funktioniert das Konzept „Bodystreet“?

Das Franchisekonzept „Bodystreet“ ist seit knapp zwei Jahren auf dem Markt. Bodystreet setzt ausschließlich auf EMS-Training mit Geräten von miha-bodytec. Franchisenehmer betreiben Mikrostudios, in denen Kunden in 20 Minuten pro Monat ein Ganzkörper-Work-out absolvieren können – intensiv betreut, im Stile von Personal Training. Klingt schon fast zu gut. Funktioniert das Konzept wirklich? Sind die Franchisenehmer zufrieden? Wir haben bei Betreibern von Bodystreet-Studios nachgefragt.

Die Gründer der Fitness-Studiomarkte Bodystreet, Emma und Matthias Lehner, präsentierten im Juli 2009 ihr neues Franchise-Konzept: Kleine Studios mit ausschließlich persönlicher Kundenbetreuung und EMS-Training (Elektromyo-

graphische Muskelstimulation) als einzigem Trainingsangebot. Im Frühjahr 2011 gehören 60 Franchisenehmer an 49 Standorten zu Bodystreet. Über 200 Mitarbeiter betreuen gut 5.100 Mitglieder bei derzeit rund 20.000 Probetrainings pro Monat. Das sind beeindruckende Zahlen.

Klares Konzept – beeindruckende Zahlen

Herzstück des Trainingssystems von Bodystreet ist das Ganzkörpertraining mit EMS. In Bodystreet-Studios werden ausschließlich Geräte von miha bodytec verwendet. Der zweite zentrale

Baustein des Konzepts ist das Mikrostudio mit einer Größe von 80 bis 120 m². „Unser Konzept ist aufgrund geringer Startinvestitionen ideal für Existenzgründer,“ sagt Markengründer Lehner. Franchisepartner erhalten umfangreiche Unterstützung. Die Systemzentrale hilft bei der

Standortauswahl, Mietvertragsverhandlungen, Personalrekrutierung und -qualifizierung, Finanzierung und auch der Studioeinrichtung. Auch das hört sich sehr gut an.

Wir wollen Ihnen aber kein Konzept präsentieren, ohne hinter die Kulissen zu schauen. Deshalb

haben wir nachgefragt. Nachgefragt bei Franchisnehmern von Bodystreet, über ganz Deutschland verteilt: Wie sind ihre Erfahrungen mit dem Konzept, mit der Firma und mit der Resonanz bei den Kunden. ●



Nachgefragt bei Dennis Horn, Betreiber eines Bodystreet-Studios in Dortmund.

F&G: Wie sind Sie auf Bodystreet gekommen?

Dennis Horn: Ein Freund, Benjamin Steinhilber, der für miha bodytec arbeitet, hat mir 2010 auf der FIBO das Konzept gezeigt.

F&G: Warum bzw. wann haben Sie sich entschlossen, es mit einem Mikrostudio zu versuchen?

Dennis Horn: Da ich als Premium Personal Trainer schon seit längerem EMS Training in meinem Portfolio habe, war es nur eine Frage der Zeit. Auf Grund der Erfolge meiner Klienten mit EMS gestütztem Training, sowie der steigenden Nachfrage, habe ich mich dann nach dem FIBO-Besuch zu diesem Schritt entschlossen. Das Konzept von Bodystreet hat mich überzeugt.

F&G: Wo lagen dabei für Sie die größten Bedenken und wie haben Sie diese ausgeräumt?

Dennis Horn: Die größten Bedenken hatte ich bei der Wahl des Konzepts. Ich habe lange überlegt, ob ich ein eigenes Personal Training-Mikrostudio unter meinem Name eröffne oder ob ich mich dem Franchise-Konzept anschließe.

Alles hatte seine Pros und Kontras. Bei einem eigenen Studio hätte ich freie Hand in allem gehabt. Von der Ausstattung und dem Marketing über das Trainingsangebot bis hin zum Preiskonzept. Letztendlich habe ich mich für das Bodystreet-Konzept entschieden, da dieses schon markterprobt war und ich auf bestehendes Know-how zurückgreifen konnte. Der wichtigste Punkt hierbei ist die große Gemeinschaft und der jährliche Erfahrungsaustausch mit anderen Inhabern.

F&G: Worauf sollten Betreiber, die sich für das Modell Bodystreet interessieren, besonders achten?

Dennis Horn: Der Standort ist das A und O. Ich habe sehr lange für die passende Lage suchen müssen. Die Größe ist nicht unbedingt entscheidend. Es gibt große und auch kleine gemütliche Studios. Optimal ist eine kleine Einkaufsmeile mit ausreichend Parkplätzen in der nahen Umgebung.

F&G: Sind Sie mit den Leistungen des Franchisegebers Bodystreet zufrieden?

Dennis Horn: Im Großen und Ganzen bin ich mit den Leistungen zufrieden. In der einen oder anderen Angelegenheit hätte die Unterstützung ein wenig besser ausfallen können. Aber bereut habe ich den Schritt auf keinen Fall.

F&G: Bei welcher Kundenzahl pro Tag liegt der Break-even-Point?

Dennis Horn: Das ist von Studiogröße und weiteren Kostenfaktoren abhängig und somit von Studio zu Studio unterschiedlich. Ein Freund von mir betreibt ein relativ kleines Studio und hat beispielweise nur ein Drittel meiner Mietkosten. Im Allgemeinen dürfte der Break-Even aber so zwischen 30 und 50 Mitgliedern im Monat liegen.

F&G: Wie schwer ist es tatsächlich, diesen Punkt zu erreichen?

Dennis Horn: Es kommt ganz auf die gewählte Marketingstrategie und Jahreszeit an. Bei einer Studioeröffnung im Frühjahr dürfte es einfacher sein, diesen Punkt zu erreichen als im Herbst.

Was aber auf jeden Fall hilft ist eine persönliche Einladung zur Eröffnung an die Betreiber der ansässigen Geschäfte. Das virale Marketing in der Nachbarschaft ist nicht zu unterschätzen.

F&G: Wie wird sich das Modell Bodystreet Ihrer Meinung nach entwickeln?

Dennis Horn: Das Modell an sich funktioniert und dürfte sich in den nächsten Jahren prächtig entwickeln. Wenn sich das Modell im Laufe der Zeit auch an die Veränderungen im Markt anpasst, dürfte eine langjährige Marktführerrolle sicher sein.



Foto: Roland Gorywoda

Nachgefragt bei Rainer Sudau, Betreiber des Bodystreet-Studios in Erfurt.

F&G: Wie sind Sie auf Bodystreet gekommen?

Rainer Sudau: Bodystreet wurde mir von meinem Freund, Dr. Lothar Tzschoppe, empfohlen. Er ist im Vertrieb der Firma miha bodytec tätig. Bereits 2007 hat er mir diese Geräte vorgestellt. Seitdem behaupte ich, dass diese Trainingsform eine ähnliche Entwicklung nehmen wird, wie die Jogging-Bewegung.

F&G: Warum bzw. wann haben Sie sich entschlossen, es mit einem Mikrostudio zu versuchen?

Rainer Sudau: Im August 2009 habe ich in München vorgesprochen und im Januar 2010 meine Filiale in Erfurt eröffnet.

F&G: Wo lagen dabei für Sie die größten Bedenken und wie haben Sie diese ausgeräumt?

Rainer Sudau: Die größten Bedenken lagen darin, ob ich fähig bin, ein Unternehmen erfolgreich zu führen. Dabei hat mir vor allen Dingen Dr. Lothar Tzschoppe geholfen. Aber ohne die Unterstützung meiner Lebensgefährtin und meiner Familie wäre das alles unmöglich gewesen.

F&G: Worauf sollten Betreiber, die sich für das Modell Bodystreet interessieren, besonders achten?

Rainer Sudau: Es handelt sich bei diesem Franchisesystem um Personaltraining. Von entscheidender Bedeutung ist daher die Personalfrage. Die Trainer müssen von der Trainingsmethode überzeugt sein, da sie das Training auf ihre persönliche Art und Weise durchführen müssen. Das klappt nur, wenn sie bereit sind, sich mit der Idee vollständig zu identifizieren. Die Trainer müssen in der Lage sein, sich mit jedem einzelnen Kunden individuell auseinanderzusetzen.

F&G: Sind Sie mit den Leistungen des Franchisegebers Bodystreet zufrieden?

Rainer Sudau: Ja.

F&G: Bei welcher Kundenzahl pro Tag liegt der Break-even-point?

Rainer Sudau: Der Break-even kann nicht mit einer Kundenzahl pro Tag belegt werden.

F&G: Wie schwer ist es tatsächlich, diesen Punkt zu erreichen?

Rainer Sudau: Nicht sehr schwer. Die Herausforderung liegt darin, am Anfang in die richtigen Netzwerke vorzudringen. Danach läuft dann alles auf Empfehlungsbasis.

Werbung in Printmedien brachte bei mir bisher kaum nennenswerte Erfolge. Wir verkaufen kein Auto, dass ich mit „höher, schneller, weiter“ bewerben kann. **Wir verkaufen ein Erlebnis**, für das es bislang keinen Maßstab gibt. EMS – wer kennt das schon? Wie soll ich es also jemanden erklären, geschweige denn dafür werben?

F&G: Wie wird sich das Modell Bodystreet Ihrer Meinung nach entwickeln?

Rainer Sudau: Das Modell Bodystreet wird sich erfolgreich etablieren, weil es durch seine klare Struktur leicht zu vervielfältigen ist.

F&G: Hand auf's Herz: Wie haben Sie über EMS-Training gedacht, bevor Sie Betreiber eines Mikrostudios mit EMS-Training wurden?

Rainer Sudau: EMS ist für mich als ehemaliger Leistungssportler die intensivste und wegen des geringen Zeitaufwandes effektivste Form von Krafttraining. Bereits zu DDR-Zeiten bin ich mit EMS-Training in Berührung gekommen. Darüber hinaus war mir EMS aus der Physiotherapie bekannt. Ich kannte daher die grundsätzlichen Zusammenhänge und musste mich daher nicht bekehren oder eines Besseren belehren lassen.



Nachgefragt bei Josef Oks, seit August 2010 Betreiber des Bodystreet-Studios in Ravensburg.

F&G: Wie sind Sie auf Bodystreet gekommen?

Josef Oks: Entdeckt habe ich Bodystreet auf der Beauty Forum im Herbst 2009 in München, einer Fachmesse für Kosmetik, die ich gemeinsam mit meiner Frau besucht hatte. Dort hatte Matthias Lehner, der Gründer von Bodystreet, sein Mikrostudio vorgestellt.

F&G: Warum bzw. wann haben Sie sich entschlossen, es mit einem Mikrostudio zu versuchen?

Josef Oks: Ich komme zwar aus einem technischen Beruf, habe mich jedoch als Unternehmer schon seit längerer Zeit mit Franchising beschäftigt und hatte schon mehrere Konzepte angeschaut, z.B. aus den Bereichen Fastfood und Immobilien.

Ich fand es sehr interessant, dass man ein bereits erprobtes Konzept, auch als Quereinsteiger, erfolgreich nutzen kann. Zukunftsweisende EMS-Technologie, ein einfaches Trainingskonzept, das genau den Nerv der heutigen Zeit trifft und ein neuer, noch nicht erschlossener Markt waren meine ausschlaggebenden Gründe, mich pro Bodystreet zu entscheiden.

Und zum anderen wollte ich dieses revolutionäre Training unbedingt nach Ravensburg holen, deshalb war das Mikrostudio-Konzept von Bodystreet eine interessante und gute Lösung.

F&G: Wo lagen dabei für Sie die größten Bedenken und wie haben Sie diese ausgeräumt?

Josef Oks: Die anfänglichen Bedenken lagen darin, ob das damals noch recht junge System Bodystreet, das überwiegend in Großstädten wie München, Frankfurt oder Nürnberg auf Begeisterung stieß, auch den Kleinstadtmenschen mitten im Schwabenländle überzeugen kann. Doch meine eigene Überzeugung vom Konzept hat mich einfach vorangetrieben und mein Bauchgefühl sagte mir, ich sollte es einfach wagen. Und ich tat es und es war gut so.

F&G: Worauf sollten Betreiber, die sich für das Modell Bodystreet interessieren, besonders achten?

Josef Oks: Der Betreiber sollte vor allem ein teamfähiger Spieler sein. Denn eine gute, siegfähige Mannschaft erkennt man daran, wenn alle Spieler mit einheitlichen Trikots auf den Platz auflaufen und gemeinsam eine siegreiche Strategie verfolgen, die ihr erfahrener Trainer ihnen zuvor vorgegeben hatte. Und Bodystreet ist eben solch eine Mannschaft, die gerade aufgrund der starken Geschlossenheit zwischen den Franchisenehmern und -geber so einen Erfolg genießt.

F&G: Sind Sie mit den Leistungen des Franchisegebers Bodystreet zufrieden?

Josef Oks: Ja, sehr. Von der Planung bis zur Neueröffnung und natürlich im laufenden Betrieb – die Unterstützung ist stets hoch professionell und zukunftsweisend. Es ist einfach ein tolles Gefühl, wenn man jemanden hat, der einem den Rücken frei hält. Nur mit solch einer Unterstützung ist es für einen Unternehmer möglich, sich gezielt auf unternehmerische Tätigkeiten zu konzentrieren und für Wachstum zu sorgen.

F&G: Bei welcher Kundenzahl pro Tag liegt der Break-even-point?

Josef Oks: Diese Zahlen sollten über die Zentrale erfragt werden.

F&G: Wie schwer ist es tatsächlich, diesen Punkt zu erreichen?

Josef Oks: Der Punkt ist gut erreichbar. Für einen Betrieb, der ein neues Gebiet erschließt, kann es unter Umständen schwerer werden, als z.B. in einem Gebiet, wo EMS bereits bekannt ist. Aber im Grunde genommen ist es nicht so relevant, ob man ein oder zwei Monate später den Break-even-Point erreicht, als kalkulatorisch vorgesehen. Viel wichtiger für mich als Unternehmer ist ein nachhaltiger Erfolg, den dieses Konzept auf jeden Fall bietet.

F&G: Wie wird sich das Modell Bodystreet Ihrer Meinung nach entwickeln?

Josef Oks: Die gute Entwicklung bzw. das Wachstum von Bodystreet, egal ob in der Großstadt oder in der Provinz, wird sich in den nächsten Jahren fortsetzen. EMS-Training wird von Tag zu Tag populärer, und davon wird Bodystreet eindeutig profitieren. Aber auch davon, dass der Kunde hier ein klares System erkennt.

F&G: Hand auf's Herz: Wie haben Sie über EMS-Training gedacht, bevor Sie Betreiber eines Mikrostudios mit EMS-Training wurden?

Josef Oks: Als man mir EMS auf der Messe erklärte, hatte ich dafür zunächst nur ein Schmunzeln übrig. Vor allem in der Beauty Branche findet man viele Geräteanbieter, die Großes versprechen. Das Blatt wendete sich jedoch sehr schnell, als ich mein erstes EMS-Training erlebt hatte. Das war ein großartiges Gefühl, das mich heute noch unglaublich fasziniert.

