

Heft 3/11 • Sept./Okt.

Spa business

M A G A Z I N E

Mentale Wellness

Programme für Geist und Seele

Hardware-Highlight

Das Dampfbad

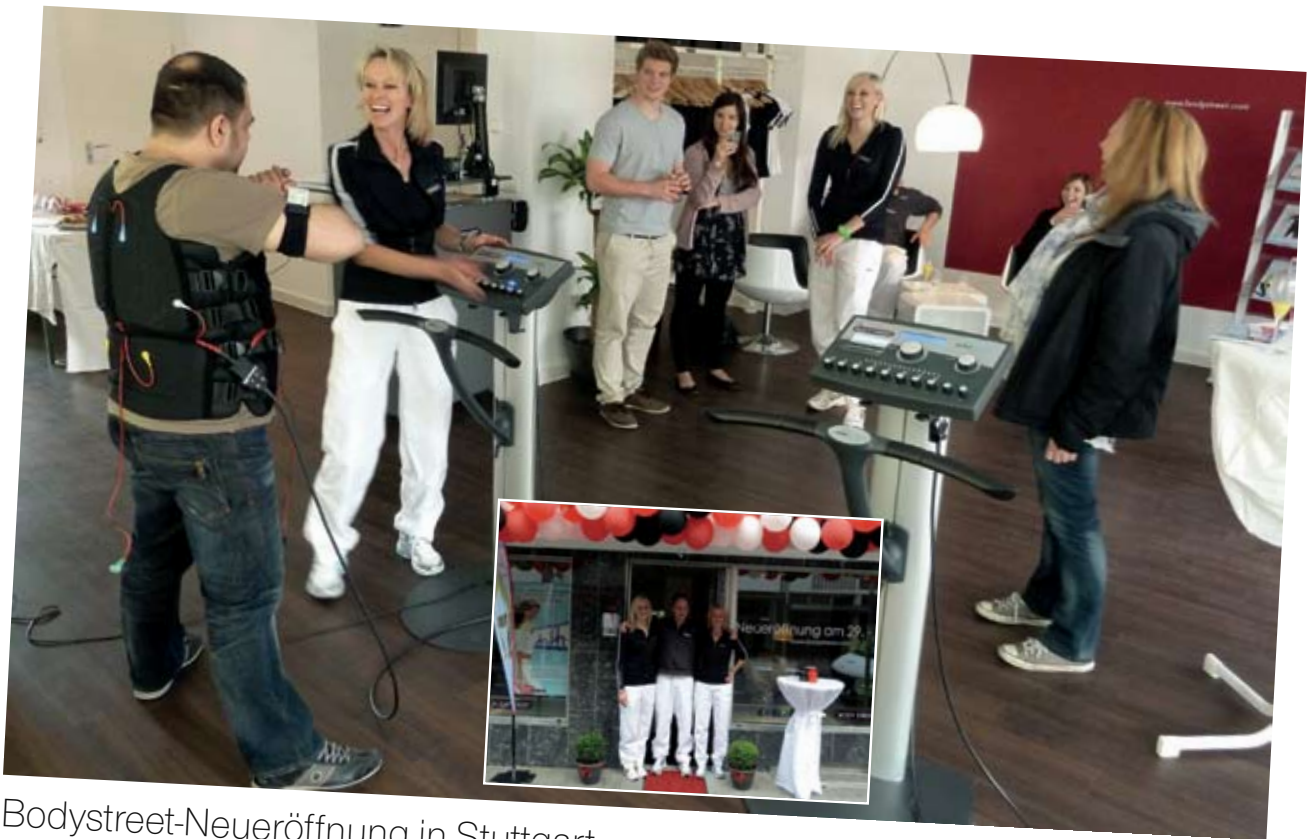
Heute schon gemeckert?

Beschwerden souverän managen

Push it! Waren besser präsentieren

Das **smarte** Mikrostudio für
Ihre eigene **Erfolgstory!**

BODY STREET[®]



Bodystreet-Neueröffnung in Stuttgart **Fitness** leicht gemacht

*Dieses Konzept hat im Raum Stuttgart bislang seinesgleichen gesucht:
Nun endlich gibt es auch in der Landeshauptstadt die Möglichkeit, effektiv
und mit wenig Zeitaufwand Trainings- und Therapieziele umzusetzen.*

Als Silvia Broese, ursprünglich medizinische Fachangestellte, 2010 das Bodystreet-Konzept kennenlernte, war sie begeistert. Schon immer an Sport interessiert, sprang der Funke sofort über – und ein gutes halbes Jahr später folgte die Eröffnung einer Bodystreet-Anlage in Stuttgart. Zunächst nahm Silvia Broese an mehreren Schulungen teil. Auf dem Stundenplan standen dabei unter anderem Anatomie, Physiologie, BWL, Business-Konzept und Geräteeinweisungen. Am Ende der Schulung legte sie eine Prüfung ab und wendete dann das frisch erworbene Wissen bei Hospitationen in der Praxis an.

Planen, Kalkulieren – und los geht's

Nun galt es, einen geeigneten Standort zu finden. Die Entscheidung fiel auf die Olgastraße in der Stuttgarter Innenstadt.

Hier mietete die frischgebackene Geschäftsfrau passende Räumlichkeiten: 80 Quadratmeter, verkehrsgünstig gelegen, nur zwei Minuten von der Stadtbahnhaltestelle entfernt und mit Pkw-Stellmöglichkeiten. Neben dem reinen Training können Kunden in der Lounge einen Espresso trinken oder Nahrungsergänzungsmittel bzw. Trainingskleidung erwerben. Das Konzept spricht vor allem Menschen an, die in kurzer Zeit möglichst effektiv etwas für ihren Körper tun wollen. Unterstützt wird Silvia Broese momentan von ihrem Mann, ihrer Tochter, die in Stuttgart Wirtschaftswissenschaften studiert, und von ihrem Neffen. Um eine Bodystreet-Anlage erfolgreich zu betreiben, sind neben der Begeisterung für das Konzept unternehmerische Grundfähigkeiten sowie Freude im Umgang mit Menschen ent-

scheidend. Doch natürlich müssen auch Kalkulationen stattfinden: Geht man von 200-250 verkauften Trainingseinheiten zu je einer halben Stunde und von Einnahmen von ca. 100 Euro im Monat pro Kunde aus, erreicht man den Return-of-Investment in ca. 1-1,5 Jahren. Eine Vollausslastung kann dann in 4-12 Wochen bewerkstelligt werden.

Gezielte Werbung ist die halbe Miete

Im Vorfeld der Eröffnung fand im Radio ein Gewinnspiel statt, bei dem der Preis ein Schnuppertraining war. Zudem wurde die Eröffnung im Internet kommuniziert, es wurden Flyer verteilt und im Stadtmagazin »Prinz« mit Anzeigen geworben. Überdies liegt der Prospekt bei Friseuren, in Cafés und in der Sportarena aus. Ein in der Nähe angesiedelter Arzt für sportmedizinische Check-ups konnte als Kooperationspartner gewonnen werden. Gestartet wird nun mit Probetrainings. Einige Kunden haben bereits zugesagt und auch über das Internet kamen zahlreiche Anfragen. Sowohl das Konzept als auch das Studio überzeugen. Denn selbst der Architekt, welcher die Räumlichkeiten zum Bodystreet-Studio umgebaut hat, hat bereits Interesse an einem Training bekundet. ■