

# Spa business

M A G A Z I N E

**Für wen möchten  
Sie arbeiten?**

Top Arbeitgeber  
der Spa-Branche

**Thailand in der Schweiz**

Portrait Seerose  
Resort & Spa

**Fitnesskonzepte für Spas**  
individuell,  
persönlich,  
effektiv

**Spa-Software**  
und was diese  
leisten muss

**Hardware-Innovationen 2014**

Der Trend geht zu »Wellness kompakt«

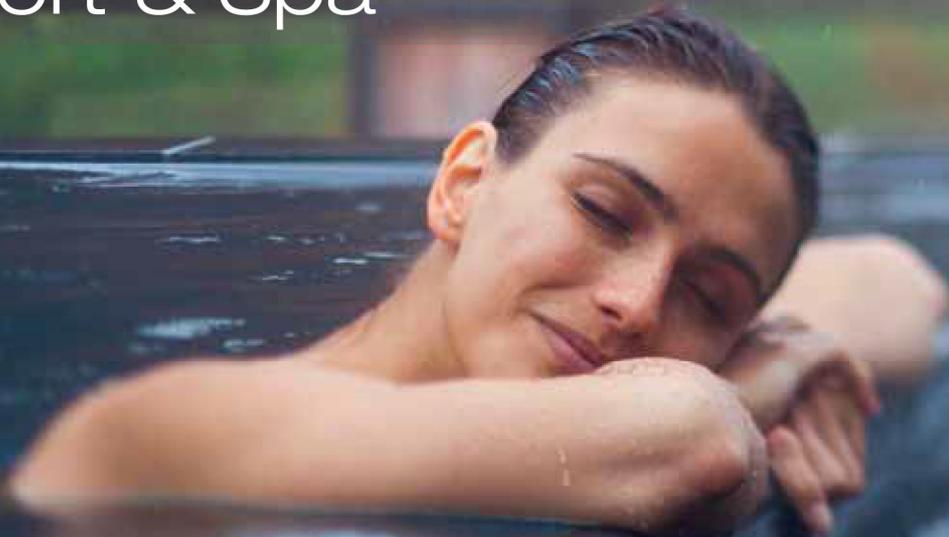




Foto: wellcomepark.de

## Personal Training-Konzepte und **Microstudios im Spa**

*Personal Training und Microstudios sind im Fitnessmarkt der neue Trend – doch welche Konzepte sind aktuell tragfähig und führen zu wirtschaftlichem Erfolg? Experte Michael Höner zeigt, welche Möglichkeiten bestehen und wie sich diese Angebote ins Spa integrieren lassen.*

Personal Training hat sich in den vergangenen Jahren auf dem deutschen Markt fest etabliert. Es wird in zwei Varianten angeboten: Von Trainern, die einem Studio angeschlossen sind und solchen, die auf dem freien Markt ihr Geschäftsfeld etablieren. Letztere können ihre Kunden sowohl zu Hause betreuen, als auch ein eigenes Studio mit entsprechenden Geräten betreiben. Solche Microstudios zeichnen sich besonders durch ihren geringen Flächenbedarf aus, der bei lediglich 80 bis 200 m<sup>2</sup> liegt. Sie reichen für ein vollständiges Angebot aber vollkommen aus. Die bei

den meisten Konzepten äußerst geringe zeitliche Dimension von lediglich 10 bis 30 Minuten pro Anwendung ist ein entscheidender Faktor: Laut einer Umfrage des Deutschen Sportstudio Verbands ist der hauptsächliche Kündigungsgrund im Fitnessstudio nämlich Zeitmangel z. B.

Grundsätzlich lassen sich bei den Microstudios folgende Konzepte unterscheiden. Apparativ gestütztes Training mit herkömmlichen Geräten in Zirkelform, wie beispielsweise Mrs Sporty, oder aber auch High-Tech-Varianten wie »Power Plate« als Vibrationstraining oder »Miha Bodytec«

durch Reizstromapplikation. Letztere bieten ihre Angebote auch als Stand Alone-Konzepte in Form von Franchise an.

### **Mögliche Zielgruppen**

Die Konzepte unterscheiden aus Sicht der angesprochenen Klientel nicht zwischen Frauen und Männern. Hauptsächlich richten sich diese Angebote jedoch an Besserverdiener. Das große Medienecho, das die neuen Trainingsvarianten genießen, weckt bei diesen die Lust auf das Neue. Auch die einfache Handhabung bei großem Erfolg und geringem Zeiteinsatz

sind ein Anreiz. Hierbei spielt auch die durch den Personal Trainer sichergestellte Motivation eine entscheidende Rolle. Darüber hinaus werden gerade bei den Microstudios Kunden angesprochen, die nicht in ein herkömmliches Fitnessstudio gehen würden. Dies liegt an der sehr angenehmen und privaten Atmosphäre, die diese Räumlichkeiten bieten.

Für Vermarktung und Kommunikation ist die Zielgruppenansprache sicherlich das wichtigste Tool. Bei den Microstudio-Konzepten ist dies bereits durch das Produkt selbst sichergestellt: Beispielsweise »Der 10 Minuten Erfolg« als Slogan von Power Plate oder »Activate Your Body« bei Miha Bodytec. Auch hier stellen die Medien sicher, dass die Methode für Interessenten und damit mögliche Kunden bereits ein Begriff ist. Darüber hinaus stellen die meisten Anbieter umfangreiche Marketing-Materialien zur Verfügung, auf die Vertriebspartner zurückgreifen können.

Hotel-Spas sollten die Exklusivität des Angebots besonders hervorheben. Dazu können Flyer der Personal Trainer auf den Zimmern, Angebote von Schnupperstunden oder Roll up-Banner im Eingangsbereich dienen. Das Bewerben des Personal Trainings auf der Homepage und Vorträge zur Wirkung von Training auf Körper und Geist sind zusätzliche Möglichkeiten.

Bei der Muskelaktivierung durch Reizstrom liegt die herausragende Eigenschaft für die Trainierenden in dem damit verbundenen Gefühl des Kraftaufbaus. Gerade Menschen, die ihre Muskulatur nicht willentlich stark anspannen können, erleben hier eine neue Art des Körpergefühls und der Leistungsfähigkeit. Die Vibrationstechnik überzeugt hingegen eher Frauen. Ihr Hauptvorteil ist ihre Vielseitigkeit, denn durch Massage- und Regenerationsprogramme dient sie auch zur Entspannung.

### Einsatzmöglichkeiten von Personal Trainern

Der Personal Trainer ist Mentor, Motivator und dazu in der Lage, den Kunden einzuschätzen – und zwar genau in dem Moment, in dem dieser den Raum betritt. Darin liegt das Alleinstellungsmerkmal des Personal Trainings. Denn beispielsweise in einem Seminarhotel haben die Gäste in der Regel wenig Zeit – und

wenn, dann in den frühen Morgenstunden, während der Mittagspause oder nach Seminarenden. Hier will sich niemand lange mit speziellen Trainingsgeräten auseinandersetzen. Mit einem Personal Trainer ist genau dies kein Problem. Er kennt die Gegebenheiten und die Möglichkeiten und erstellt ein Programm für die zur Verfügung stehende Zeit. Das kann am Morgen eine Warm up Session sein, zur Mittagszeit eine Einheit zum Energietanken und am Abend eine Entspannungseinheit, genau so, wie es für den Gast am besten ist.

Bei der Umsetzung von Personal Training-Konzepten stellt sich für den Hotelbetreiber zuallererst die Frage, ob eigenes Personal oder externe Dienstleister als Personal Trainer agieren sollen. Einige Hotels und Ketten bieten ihren Gästen komplett ausgestattete Workout Studios an, die unter anderem auch Personal Training-Betreuung durchführen. Hier ist der Einsatz von Microstudios ohne große Veränderungen möglich, da von personeller Seite schon alle Voraussetzungen geschaffen sind.

Eine gute Qualifikation des Personals ist allerdings entschei-

#### 1. Apparativ gestütztes Training

Hier kommen herkömmliche Geräte zum Einsatz, die konzentrisch und exzentrisch auf die Muskulatur wirken. Die Durchführung erfolgt entweder als Einsatz- oder Mehrsitztraining.

#### 2. Vibrationstraining

Die multidimensionalen Beschleunigungen und die Auf- und Abbewegungen der Vibrationsplatte reizen die Muskelspindel und erreichen einen höheren Anteil der beteiligten Muskelfasern und damit einen besseren Wirkungsgrad.

#### 3. EMS-Training

Die EMS-Methode aktiviert die Muskulatur mittels Aufschalten eines niederfrequenten Reizstroms. Durch die elektrischen Impulse auf den Nerv spannt sich die Muskulatur ohne willentliches Auslösen an.





**Persönlich, individuell, effektiv –  
neue Fitnesskonzepte für Spa-Hotels**

dend: Dazu veranstalten die Anbieter interne Schulungen, die das Personal in die Lage versetzen, ein qualitativ hochwertiges und sicheres Training anzubieten.

**Kosten senken durch Kooperationen**

Eine kostengünstigere Variante ist die Kooperation mit einem externen Trainer. Für die Gäste besteht dabei die Möglichkeit, einen Trainer aus dem »Premium Personal Trainer Club« zu buchen. Diese Organisation gibt Privatkunden wie Unternehmen Orientierung und stellt ein Qualitätslabel zu dar, das professionelle Personal Trainer auszeichnet. Das Hotel stellt eine Räumlichkeit zur Verfügung, die es dem Trainer erlaubt, mit dem Gast inner-

halb des Hotels zu trainieren. Die Qualität des angebotenen Trainings ist hier durch den »Premium Club« und dessen Qualitätsansprüche sichergestellt.

Personal Training wird flächendeckend auch von den großen Fitnessanbietern als Betreuungsangebot durchgeführt. Somit sind die Möglichkeiten einer Kooperation auch hier sehr vielfältig. Ein Beispiel: Die Personal Trainer sind bei einem Fitness-Franchise-Nehmer unter Vertrag und können ihre Leistungen verschiedentlich anbieten. Der Personal Trainer kann dem Hotel fixe Stunden zur Verfügung stellen, in denen er seine Leistungen im Hotel exklusiv umsetzt. Voraussetzung von Seiten des Hotels ist, dass das Haus Räumlichkeiten in Form eines Microstudios bereitstellt.

Die Vorteile für beide Seiten liegen auf der Hand: Dem Personal Trainer bietet es die Möglichkeit, eine zusätzliche Einnahmequelle zu generieren. Für das Hotel besteht die Möglichkeit, ein zusätzliches Angebot mit festen Zeiten anbieten zu können und somit den Gästen einen zusätzlichen, qualitativ hochwertigen Service bereitzustellen. In den weniger frequentierten Zeiten könnte der Personal Trainer eigene Kunden im Hotel trainieren, die wiederum auf die Leistungen und das An-

gebot des Hotels aufmerksam gemacht würden. Zusätzliche Einnahmequellen für beide Seiten entstehen durch Teilung der Einnahmen oder Untervermietung der Räumlichkeiten.

Wer sein Fitnessangebot durch ein Microstudio erweitert, gewinnt für den Hotelbetrieb viele Vorteile. Denn die ehemals dunklen Räume, in denen Schweiß vergossen wird, verwandeln sich in eine am Zeitgeist orientierte High-Tech-Umgebung. Ein exklusives Angebot lässt sich mit geringem Platzbedarf leicht und schnell realisieren und erzielt mit geringem Zeitaufwand tolle Ergebnisse. In Kombination mit einem Personal Training-Konzept ist eine hohe Qualität sichergestellt, die das Angebot des Hauses aufwertet. Die recht hohen Anschaffungskosten lassen sich gezielt durch Kooperationen oder auch durch Untervermietung der Trainingsräume senken. ■



Michael Höner ist Unternehmensberater und Coach für Führungsfitness und Konzeptentwicklung.  
Info: [michaelhoener-consulting.com](http://michaelhoener-consulting.com)

