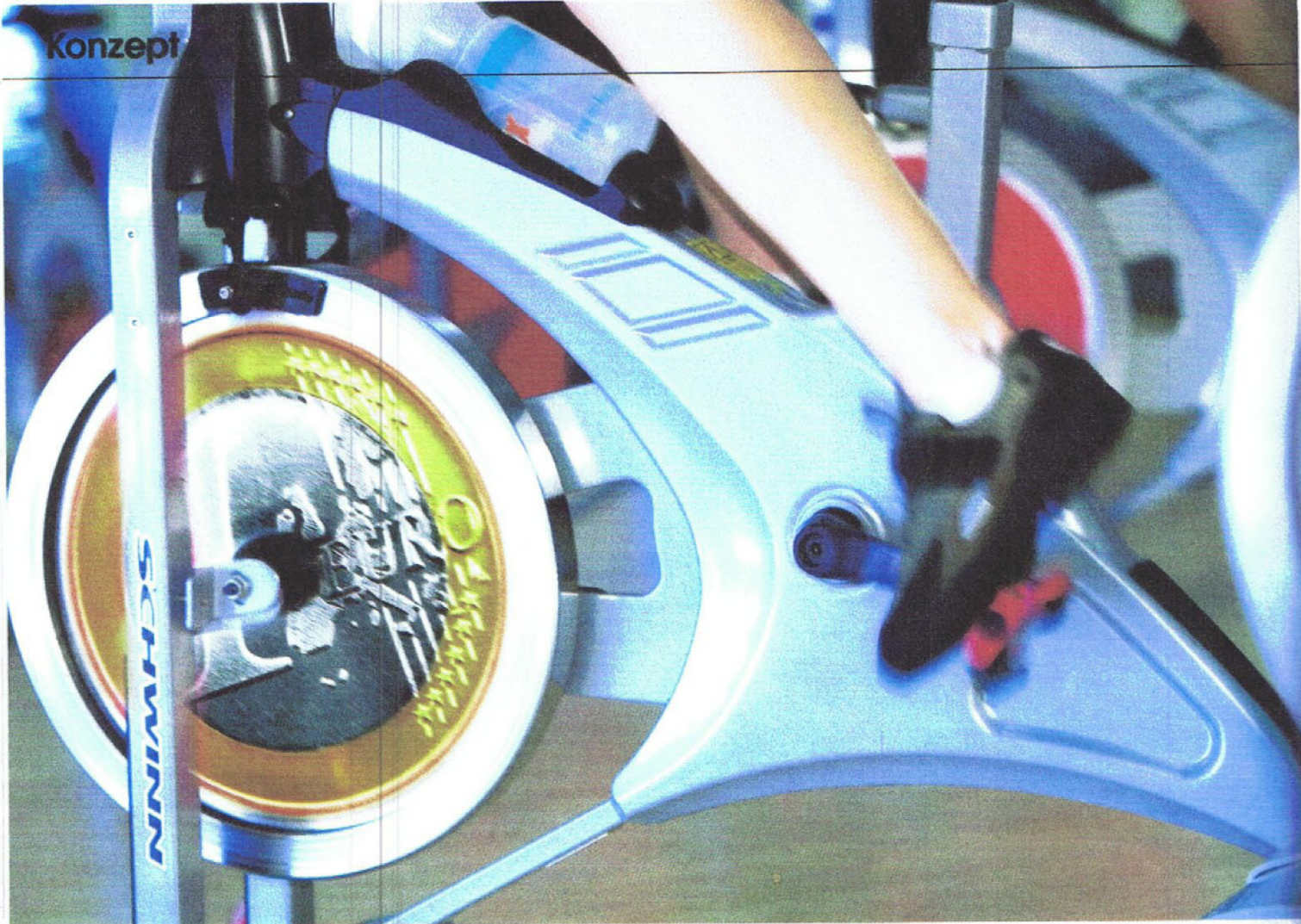




Goldesel oder Euro-Grab?

Wie man mit Indoor-Cycling eine gewinnbringende Einnahmequelle erschließt

Wie kann man als Fitnessclub Indoor-Cycling im Studioalltag effektiver einbeziehen und die Betreuungsleistungen auch gegenüber den Kunden weiter verbessern, um das Indoor-Cycling wirtschaftlicher im Unternehmen einzusetzen, das erläutert Ramona Krüger, IC-Ausbilderin der SAFS&BETA Bildungs-Akademie.

Zahlreiche sportwissenschaftliche Studien haben die positiven Auswirkungen eines guten Cardioprogrammes herausgestellt. Kein Wunder also, dass immer mehr Studiomitglieder Cardiotraining in den Trainingsalltag integrieren möchten, um ganz gezielt die gesundheitsfördernden Effekte nutzen zu können.

Indoor-Cycling findet man seit Mitte der 90-er Jahre in vielen Fitnessclubs. Aber viele Studiobetreiber sehen dieses Kursprogramm lediglich als Mitläufer an, der angeboten werden muss. Die Wirtschaftlichkeit dieses Kurses wird in den meisten Fällen unterschätzt oder gar verneint.

Woran liegt das? An den zu hohen Anschaffungskosten und den nur bedingt teilnehmenden Kunden? Am Konzept des Studios, unkompetenten Trainern oder gar an den Kunden selbst? Im nachfolgenden Artikel sollen diese Fragen beantwortet werden.

Vorteile des Indoor-Cyclings

Im Gegensatz zu anderen angebotenen Kursen in einem Fitnessclub hat Indoor-Cycling den Vorteil, dass es einfach und schnell erlernbar ist, da komplizierte Bewegungsabläufe nicht Bestandteil dieses Kurses darstellen. Sie können nahezu jedes Fitnesslevel der Mitglieder in diesem Kurs unterbringen und so eine große Zielgruppe anspre-

chen. Es können bereits Neueinsteiger schnell Erfolge beim Indoor-Cycling verzeichnen, gut trainierte Mitglieder können ihr Trainingslevel halten oder weiter verbessern. Ob alt oder jung – alle Mitglieder können diese Vorteile nutzen. Neben den positiven Auswirkungen auf die Ausdauerleistungsfähigkeit bietet Indoor-Cycling einen wesentlichen Vorteil gegenüber dem Cardiotraining an Ergometern: Das Erlebnis in der Gruppe ohne Wettbewerbscharakter und Leistungsvergleiche.

Der Kostenaspekt

Die Ausgaben sind relativ zu sehen. Natürlich haben gute Bikes ihren Preis, doch im Verhältnis zu anderen Ausdauergeräten liegen die reinen Anschaffungskosten mit 1.000 bis 1.500 Euro deutlich niedriger. Die Nutzungsdauer eines Bikes hängt ganz entscheidend von der Wartung und Pflege desselbigen ab. Um dem Bike eine lange Lebensdauer zu ermöglichen, ist es wichtig, es stetig auf Verschleiß und Schäden zu überprüfen, frühzeitig Mängel zu beheben und die Bikes sauber zu halten, damit möglicher Rost (verursacht durch Schweiß) keine Chance hat. Die Zuteilung eines Mitarbeiters, der sich mit der Pflege und Wartung der Bikes auskennt, ist eine Variante. Die Hersteller bieten auf Nachfrage oft die Möglichkeit einer Einweisung in die Pflege und Wartung der Bikes.

Wenn die Bikes häufig aufgrund von Mängeln nicht genutzt werden können (obwohl dies bei der Anschaffung kalkuliert wurde) sind neben wirtschaftlichen Aspekten auch unzufriedene Kunden die Folge, wodurch wiederum auf Dauer die Auslastung der Kurse leiden wird. Ein wichtiger Punkt also, der vor der Einführung von Indoor-Cycling geregelt sein sollte.

Kundenzufriedenheit

Typische Gründe, die zum Misserfolg beim Indoor-Cycling führen können, sind:

- Die Bikes sind ständig defekt
- Die Luft im Raum ist nicht gut
- Es ist zu kalt/warm
- Die Musik ist zu laut/zu leise
- Der Instruktor motiviert die Teilnehmer nicht

- Der Instruktor ist ein Pausenclown
- Zu hohes Trainingslevel – man kommt nicht mit
- Zu niedriges Trainingslevel – man fühlt sich nicht ausgelastet
- Der Kurs passt von der Uhrzeit nicht
- Es gibt zu wenig Alternativen

Um erfolgreich zu sein und zu bleiben, muss man das Vertrauen der Kunden gewinnen und eine gute Kommunikation pflegen. Es empfiehlt sich, in bestimmten zeitlichen Abständen Kundenbefragungen durchzuführen. Auch im Indoor-Cycling Bereich ein wichtiges Thema, denn wer kein Feedback/Kritik bekommt, kann sich nicht verbessern, und vor allem reagieren bevor es zu spät ist. Es gibt mehrere Möglichkeiten die Stimmungen unter den Mitgliedern zu eruieren. Meckerkästen, Fragebögen oder Kundenbefragungen liefern hier wichtige Informationen.

Beratung von Anfang an

Die meisten Menschen, die heute einen Fitnessclub aufsuchen, haben den Wunsch, ihre Figur und auch ihre Kondition zu verbessern. Indoor-Cycling als Verkaufsargument zu nutzen, liegt da quasi auf der Hand. Leider wissen die Verkäufer oder die Trainer auf der Trainingsfläche oftmals nur wenig über die einzelnen Kurse und können diese dem Kunden nicht vermitteln. Aussagen wie „das ist Radfahren zu lauter Musik“ schreckt eher ab, als dass ein Neuling einen Indoor-Cycling Kurs unmittelbar nach Unterzeichnung des Vertrages besucht.

Schulen Sie ihr Personal entsprechend, lassen Sie Ihre Mitarbeiter an einem Indoor-Cycling Kurs teilnehmen, damit sie ein besseren Einblick dafür bekommen und sie den Kunden die Vorteile viel besser näher bringen können. Das gleiche gilt natürlich auch für die Führungsebene wie Bereichsleiter oder auch den Inhaber.

Auch der Einbau in den Trainingsplan der Mitglieder ermöglicht, mehr Teilnehmer in einen Indoor-Cycling Kurs zu integrieren. Bedenken Sie, dass der Instruktor, der die Kursstunde hält, sein Honorar ohnehin erhält. In den meisten Fällen beendet der Kunde sogar nach einer Kurseinheit bereits sein Training. Er ist zufrieden etwas getan zu haben. Und auch der Instruktor ist zufriedener, da er mehr Teilnehmer hatte und die Gruppenmotivation dadurch enorm angestiegen ist.

fit for facts
controlling & consulting
www.fitforfacts.de



Einflussfaktoren

Der Kursraum

Bereits bei der Planung eines Fitnessclubs wird dem Indoor-Cycling erfahrungsgemäß in ca. 70 % der Fälle der kleinste und dunkelste Raum zur Verfügung gestellt. In wenigen Ausnahmefällen gibt es nicht einmal einen eigenen Raum, sondern die Kursstunde muss im Aerobicraum absolviert werden, in dem die Räder am Rand stehen und vor jeder Stunde aufgestellt werden müssen.

Viele Mitglieder beklagen die schlechte Belüftung des Indoor-Cycling Raumes, meist gibt es nicht einmal eine eigene Belüftungsanlage, nur kleine Fenster (manche davon darf man nicht einmal öffnen, wenn sich z.B. das Studio in einem Wohngebiet befindet, da es in den Abendstunden als Ruhestörung empfunden wird, wenn die Musik ertönt). Eine gute Luftzirkulation ist wichtig.

Musik/Lautstärke

Die Musik spielt beim IC eine noch größere Rolle als in anderen Kursen, da die Teilnehmer dadurch motiviert werden. Eine vernünftige Anlage und ein Headset für den Instruktor sind ein absolutes Muss, damit die Rahmenbedingungen für die Stunde stimmen. Dauerlautstärken über 95 bis 110 Dezibel (je nach Akustik des Raumes + Qualität der Musikanlage) schaden den Ohren der Teilnehmer und die Ansagen über das Mikrophone des Headsets haben wenig Chancen, den Lärm zu übertönen.

Achten Sie daher darauf, dass die Instrukturen die Lautstärke nicht zu sehr hochschrauben. Eine Sicherung auf dem Mischpult der Musikanlage wäre eine Option, dieses Thema von Haus aus auszuschließen. Sollten Sie mit einer normalen HiFi-Anlage ohne Mischpult arbeiten, halten Sie Ihre Instrukturen an, diese nur bis zu einem von Ihnen gewählten Level der Lautstärke zu nutzen.

Lichtquellen

Zu grelles Licht stört die Teilnehmer und sie fühlen sich unwohl. Auch die Zeit der Diskobeleuchtung ist ebenfalls schon länger nicht mehr angesagt. Suchen Sie deshalb den Mittelweg. Dazu wählen Sie eine dimmbare Lichtquelle oder mehrere Lichtquellen, die bei Bedarf individuell gesteuert werden können.

Die Indoor-Cycling Instrukturen

Für die IC-Kursleiter gilt das gleiche wie für alle anderen Bereiche des Clubs, d.h. alle sollten die gleiche Philosophie haben. Eine gute Ausbildung vorausgesetzt sollte sich das Ranking beim Honorieren nach der Leistung des Instruktors richten. Mit anderen Worten: Derjenige, der seine Kurse „voll“ bekommt, sollte das auch finanziell zu spüren bekommen. Auf der anderen Seite sollten nicht rentable Stunden schnell aus dem Programm genommen werden, denn sonst laufen dem Club in diesem Bereich die Kosten davon. Wie die Bikes zu pflegen sind, sollte jeder Studiobesitzer für sich entscheiden. Dass die Bikes während der Stunde aber pfleglich behandelt werden müssen, ist auf

jeden Fall die Aufgabe der Instrukturen. Das Desinfizieren voll geschwitzter Elemente nach der Stunde sollte auf jeden Fall vom Kursleiter gefördert und kontrolliert werden – und zwar ohne zusätzliche Entlohnung!

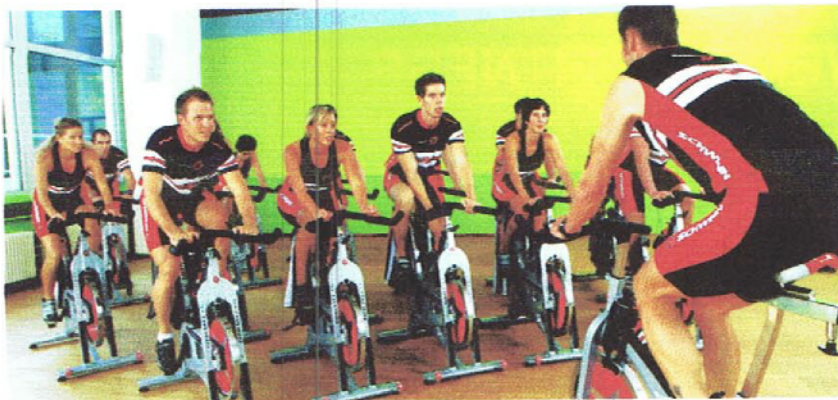
Fördern und fordern

Überlegen Sie, ob Sie ein Bonusprogramm einführen, so dass die Trainer gewillt sind, sich stetig fortzubilden, oder aber überprüfen Sie vor der Einstellung, welche Qualifikationen der Instruktor besitzt. In anderen Branchen ist es üblich, Ausbildungen nachzuweisen. Bei Kurstrainern erlebt man leider selten, dass sie ihre Zertifikate vorlegen müssen um ihre Qualifikation nachzuweisen.

Sollten Sie in Ihrem Fitnessclub Räumlichkeiten zum Durchführen von Fortbildungen für einzelne Ausbildungsinstitute anbieten, gewähren diese meist mindestens einen Freiplatz pro Ausbildung. Nutzen Sie diese Möglichkeit guten Instrukturen auch einmal eine Zusatzausbildung zu gewähren. Der Instruktor freut sich über diese Geste, Sie gewährleisten für sich gut qualifizierte Mitarbeiter und Ihre Kunden werden von dem angewachsenen Wissen des Instruktors ebenfalls einen Nutzen ziehen können. So gewährleisten Sie zum Beispiel auch, dass freiberufliche Mitarbeiter Ihnen länger treu bleiben. Ein ständiger Wechsel des Personals führt oft auch bei Kunden zur allgemeinen Unzufriedenheit und kann sich negativ auswirken.

Abwechslung

Um den Mitgliedern Abwechslung zu bieten, empfiehlt es sich Indoor-Cycling Specials zu bestimmten Themen oder unter bestimmten Mottos zu initiieren. Man kann diese z.B. an Feiertagen anbieten oder zu bestimmten Anlässen wie etwa dem Tag der offenen Tür. Die Ausrichtung von kleinen Events ist zwar oft mit viel Arbeit und Zeit verbunden, doch der Effekt für die Mund-zu-Mund-Propaganda ist nicht zu unterschätzen. Mittlerweile bieten mehrere externe Eventplattformen kostenfreie Werbemöglichkeiten für Events (auch kleine Studioevents) an. Viele Internetforen florieren und erreichen viele hunderte begeisterte Cykler aus ganz Deutschland, die Sie so ebenfalls erreichen können.



Allgemeine Vereine

Viele Sportvereine haben in den Spielpausen oft keine guten Möglichkeiten der Trainingsvorbereitung aufgrund mangelnder Räumlichkeiten oder wegen schlechten Witterungsverhältnissen in den Wintermonaten. Indoor-Cycling als Training für die Grundlagenausdauer würde sich da als Alternative anbieten. Die Teilnehmer hätten eine Menge Spaß, denn solche Specials fördern bekanntlich das „Wir-Gefühl“ innerhalb eines Teams. Auch die Abwechslung zu ihrem sonstigen Trainingsalltag werden sicherlich viele Sportler begrüßen. Eine gesonderte Gebühr plus Mehrrumsätze durch Verzehr wären garantiert. Und vielleicht bleibt der eine oder andere als „Neuzugang“ im Club hängen.

Radsportvereine

Im Winter kann diese Zielgruppe nicht so wie gewohnt ihrem Sport nachgehen. Nasse oder glatte Straßen und die früh einsetzende Dunkelheit stehen einem regeltem Trainingsbetrieb im Wege. Und je ambitionierter die Radler bei der Sache sind, umso mehr freuen sie sich über adäquaten Ersatz. Auch hier kann man spezielle Konditionen vereinbaren ohne den anderen Mitgliedern auf die Füße zu treten ob der Bevorzugung. Eines sollte aber jedem klar sein: Viele der Radler werden keine ständige Mitgliedschaft anstreben. Diese ist meist saisonbedingt und im Frühjahr/Sommer werden sie wieder von Dämmen ziehen, denn das gute Wetter lockt wieder. Doch wenn Sie es geschafft haben, die Teilzeitkunden von Ihrem Club zu begeistern, können Sie sicher sein, auch in der nächsten Winterperiode wieder volle Kurse zu haben. Und vielleicht hat ja der eine oder andere Radler auch eine dicke Schwester, einen Opa, der sich mit altersbedingten Gebrechen herum-

schlägt oder einen anderen Verwandten oder Menschen im Freundeskreis, dem er von den positiven Erlebnissen in Ihrem Club vorschwärmt.

Übrigens: Bei zusätzlichen Indoor-Cycling Kursen für Radprofis sollten Sie allerdings nur einen sehr gut ausgebildeten Instruktor mit viel Fachwissen und möglichst guten Erfahrungswerten auf der Straße einsetzen, denn Radfahrer sind bekanntlich ein eher kritisches Völkchen, die oft nachfragen und bei unkompetenten Antworten des Instructors sehr schnell verärgert sein können.

Firmenfitness

Viele Firmen machen mobil. Sie möchten ihre Mitarbeiter motivieren und investieren in deren Gesundheit. Auch hier könnten Sie einen Verkaufsansatz finden. Locken Sie Firmen mit Sonderverträgen die Indoor-Cycling Kurse zu nutzen. Die Kunden werden so langsam und mit Spaß (der oft gemeinsam mit Kollegen betrieben wird) an die Vorteile des Indoor-Cyclings und Ihres Studios herangeführt.

Kooperation mit Krankenkassen

Immer mehr Krankenkassen kooperieren auf der Basis von § 20 mit Fitnessclubs. Erkundigen Sie sich doch bei den örtlich ansässigen Krankenkassen über die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit.

Absatzmöglichkeiten

Beim Ausdauertraining haben Trainierende nur die Möglichkeit der Trainingskontrolle durch den Einsatz von Herzfrequenzmessgeräten. Leider trainieren unsere Mitglieder nur selten mit einer Pulsuhr und steuern bewusst ihr Training. Dies führt dazu, dass sich unsere Mitglieder oft überanstrengen und gar mit Krankheit oder Unwohlsein

reagieren. Das liegt nicht etwa an schlechten Modellen der Hersteller, sondern eher an der fehlenden Auseinandersetzung mit der Pulsuhr selbst oder mangelnder Beratung zur Kaufentscheidung. Der Kunde erkennt oft den Nutzen nicht, und orientiert sich an anderen Trainierenden, denen es ähnlich geht.

Haben Sie bereits Pulsuhren, die Sie zum Verkauf anbieten? Wenn ja, könnte der Verkauf der Pulsuhren stetig ansteigen, wenn diese auch in den Indoor-Cycling Kursen eine Rolle spielen. Wenn Trainer bewusst mit Pulsuhren arbeiten, (in einigen Studios ist es bereits Pflicht eine Pulsuhr zu tragen) werden die Mitglieder schnell bereit sein, diese Investition zu tätigen. Hierbei ist es jedoch wichtig, dass das Verkaufspersonal den Kunden optimal beraten kann. Denn auch hier gilt: Ein Kunde investiert erst dann, wenn er von den Verkaufsargumenten überzeugt wurde.

Das „Gelbe Trikot“

Sollten Sie in Ihrem Fitnessclub Sportbekleidung anbieten, wäre es eine Überlegung, das Angebot auf Radfahrerbekleidung auszudehnen. Hierzu zählen etwa Radfahrhosen, -Trikots oder -Schuhe. Sollten Ihre Mitglieder gefallen an Indoor-Cycling gefunden haben, werden sie schnell die Vorteile zum Beispiel einer Radfahrhose erkennen und käuflich erwerben wollen. Findet der Kunde bereits in Ihrem Studio was er haben möchte, wird er diese Investition mit großer Wahrscheinlichkeit auch in Ihrem Club tätigen.

Ein Clou wäre ein fürs Studio designtes Trikot in den Farben des Studios und großem Logo Ihres Fitnessclubs, das die Mitglieder bei Ihnen exklusiv erwerben können. Hierzu gibt es mittlerweile eine Vielzahl an guten und günstigen Angeboten für ein Design im Internet. Dass Ihre Mitglieder in der Freizeit für Ihren Club unentgeltliche Werbung machen würden, sei hier nur der Vollständigkeit halber erwähnt..

Mineraldrinks

Ein MUSS in jeder Indoor-Cycling Stunde sind Getränke. In einer Indoor-Cycling Stunde verliert der Körper durchschnittlich einen Liter Flüssigkeit, der ausgeglichen werden sollte. Kein Teil-

nehmer sollte ohne Getränk an einem Indoor-Cycling Kurs teilnehmen. Die Mitnahme eigener Getränke einzelner Teilnehmer sollte nicht das wirtschaftliche Bestreben sein. Versuchen Sie – mit eventuellen Sonderaktionen – den Mitgliedern die Mineralgetränke näher zu bringen. Auch Trinkflaschen (mindestens 800 ml) können so den Absatz fördern, denn Glasflaschen/Gläser sollten im Kursraum generell tabu sein.

Handtücher

So banal es klingen mag, jeder Teilnehmer benötigt für den Besuch in einem Indoor-Cycling Kurs ein Handtuch. Durch das Ansteigen der Körperkern-temperatur schwitzen unsere Teilnehmer mehr (durch den fehlenden Fahrtwind im Raum). Bieten Sie doch einfach Handtücher mit Ihrem Logo für einen kleinen Preis oder zum Verleih an. Die Mitglieder identifizieren sich gern mit dem Fitnessclub, in dem sie ihre Freizeit verbringen. Wer es exklusiv haben möchte, kann durch die Handtuchfarbe oder auch durch Aufdrucke noch unterscheiden, wer ein Indoor-Cycler ist. Es ist erstaunlich, wie positiv Kunden auf solch kleine „Give aways“ reagieren.

Fazit

Indoor-Cycling kann ein absolutes Profitcenter sein, wenn man sich schon vor dem Kauf der Bikes mit den vielfältigen Möglichkeiten, aber auch möglichen Problemen auseinandersetzt. Schicke Bikes alleine sind noch keine Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung dieses Kursprogramms. Durch die Wahl der richtigen Instruktorin und der kompetenten Beratung durch Verkaufspersonal und Trainer außerhalb des Kursraums kann Indoor-Cycling dauerhaft in Ihrem Fitnessclub bestehen und wirtschaftlichen Nutzen bringen.

Ramona Krüger

Zur Autorin

Ramona Krüger ist internationale Presenterin sowie SAFS&BETA Ausbilderin für Indoor-Cycling. Sie wurde 2005 für ihre guten Leistungen mit dem 2. Platz zum „Indoor-Cycling Presenter des Jahres“ ausgezeichnet, ist angehende Fitnessfachwirtin, ausgebildete Personal Trainerin sowie Group Fitness Trainerin.



Beispiel für ein Kurskonzept

- **1. Einsteigerkurse/Intro** (Dauer ca. 30-45 Minuten): Hier werden den Teilnehmern die Bike-Einstellungen erläutert, zusammen geübt und in der Praxis ausprobiert. Weiter werden die Teilnehmer mit den Sicherheitsvorkehrungen (Benutzung Handbremse, der Lehlauflauf des Bikes, Schlaufen ect.) vertraut gemacht, sie erlernen die Handpositionen und die richtige Haltung auf dem Bike. Ein Mitglied, das zum ersten Mal einen Indoor-Cycling Kurs besucht, sollte zu allererst diesen Grundkurs absolvieren, um in den anderen Kursstunden gut mithalten, gesundheitsbewusst zu trainieren und sich wohl zu fühlen. Im Nachgang der Einweisung werden die Grundtechniken Flachfahrt, Bergfahrt im Sitzen und eine kurze Bergfahrt im Stehen demonstriert, und auch gefahren, so dass die Teilnehmer einen ersten Einblick bekommen.
- **2. ReKom** (Dauer ca. 45 Minuten): Regeneratives Training, ist empfohlen nach hohen Belastungen und Verletzungen/ Krankheit, als auch kompensatives Training zur Festigung eines Leistungszustandes zwischen 50% - 65% der maximalen Herzfrequenz. Fahrtechnik ist hier ausschließlich: Flachfahrt mit leichtem Widerstand.
- **3. Fatburner/Mittelstufe** (Dauer ca. 60 Minuten): Das Fahrprofil wird in niedrigen Herzfrequenzbereichen zwischen 60% - 75% der max. Herzfrequenz gesteuert. Es werden viele Flachfahrten und leichte Bergeinheiten in die Kursstunde integriert. Einsteiger, die das Intro (1) absolviert haben, finden hier einen guten Einstieg. Aber auch Mitglieder, die ein Fettstoffwechseltraining anstreben, werden in dieser Stunde ihr Trainingsziel gut erreichen. Die Fahrtechnischulung (Fachfahrten/Bergfahrten) kann ebenfalls sehr gut in diese Einheit eingebaut werden.

- **4. Fortgeschrittenenkurse** (Dauer ca. 1-1,5 Stunden): In diesen Kurseinheiten wird die Grundlagenausdauer intensiver trainiert. Die Herzfrequenzbereiche liegen zwischen 75% - 85 % der max HF. Die Techniken Sprinten, Jumpen oder Einfrieren werden demonstriert, ausprobiert und weiter vertieft. Es werden längere Bergeinheiten gefahren, der Trainingsreiz wird neu definiert. Anfänger sollten diesen Kurs jedoch nicht aufsuchen, da sie sich durch die Gruppenmotivation oft überschätzen und dazu neigen zu hart zu trainieren.
- **5. Optional: Indoor-Cycling ab 50** (Dauer ca. 45-60 Minuten): Unsere Teilnehmer erreichen heute ein deutlich höheres Durchschnittsalter. Sie sind oft sehr enthusiastisch, haben viel Motivation und achten mehr denn je auf ihre Gesundheit. Für das Herz-Kreislauf System ergeben sich entscheidende Veränderungen wie etwa die Abnahme der maximalen Sauerstoffaufnahme VO_2^{max} oder das Ansteigen des Körperfettanteils (die abnehmende Muskelmasse wird durch Fett ersetzt). Sicherlich wollen ältere Teilnehmer gegenüber jüngeren Mitstreitern mithalten. Die Schwerpunkte des Instructors sollten aber bei dieser Zielgruppe anders gesetzt werden. Tempo, Rhythmus und Musik sind deutlich ruhiger und der Zielgruppe angepasst. Die Belastungsintensität ist speziell auf diese Generation angepasst und liegt bei Herzfrequenzbereichen zwischen 65% - 80%. Auf Intervallmethoden wird hier ganzheitlich verzichtet. Das Warm Up und Cool Down sollten etwas länger ausgedehnt werden.

Machen Sie einen Aushang der Kursprofile im Studio oder integrieren Sie die Kursinhalte in Ihren Kursplan, nehmen Sie den Mitgliedern die Angst, dass Indoor-Cycling Kurse nur Partystunden sind, denn das sollten sie definitiv nicht sein.