Personal Training erfolgreich ins Fitness-Studio integrieren

Text Stephan Müller

Viele Einrichtungen spielen mit dem Gedanken, Personal-Fitness-Training bei sich zu integrieren. Wie das erfolgreich funktioniert und welche Vorteile es bietet, stellt uns Stephan Müller als Vorstand des Bundesverbandes PT e. V. in seinem Artikel vor.

Bei zahlreichen Gesprächen mit Inhabern von Fitness-Studios kommen immer wieder zwei Herausforderungen auf den Tisch: die hohen Personalkosten und die Fluktuation von Mitgliedern. Um letztere zu verringern, ist von einer Reduzierung der Betreuung abzuraten, da dies meistens bei den Kunden auch so empfunden wird und sich dann der Kunde weniger gut betreut fühlt. Die Konsequenz: höhere Kündigungsraten. Eine sinnvolle Kombination von einer hochwertigen Fitness-Training-Betreuung mit der Integration eines erfolgreichen Personal-Training-Systems ist hier die Ideallösung für die Zukunft. Das haben schon zahlreiche Unternehmen erfolgreich vorgemacht. Aber nicht nur das: Es gibt viele weitere Gründe, warum es sich als Einrichtung lohnt, über eine professionelle und erfolgreiche Integration von Personal-Fitness-Training Gedanken zu machen. Das sind u. a.:

- Zusatzeinnahmen durch das Personal-Fitness-Training für das Fitness-Studio. Dies funktioniert bei gut laufenden Systemen bereits so gut, dass durch diese Einnahmen ca. 50–75 % der Standardkosten von Mitarbeitergehältern abgedeckt werden können.
- Aufbau eines hochkompetenten Spezialisten-Teams (durch ein sinnvoll aufgebautes und spezialisiertes PT-Team kann dem Kunden ein deutlicher Mehrwert vermittelt werden, denn er bekommt für seine Bedürfnisse und Ziele einen absoluten Experten an die Hand).
- Angebot für den Kunden, um jedes Training unter qualifizierter Betreuung zu buchen.
- Abgrenzung vom Wettbewerb durch individuellere Betreuung.
- Training auch außerhalb des Clubs möglich (z. B. Outdoor, in der Firma oder zu Hause beim Kunden usw.) um z. B. die Kündigungsquote über die Sommermonate zu reduzieren.
- Training von Personen mit Einschränkungen (Krankheit, Behinderung usw.).
- Training von Personen mit einem besonderen Status (Promis oder wichtige Personen des öffentlichen Lebens usw.).

Wie sollte das Angebot Personal-Fitness-Training im Studio am besten vermarktet werden?
Das Angebot des Personal-Fitness-Training sollte dem Kunden direkt beim Abschluss oder der Verlängerung der Mitgliedschaft als Upgrade angeboten werden. Da es sich beim PT um ein gefühltes Produkt handelt, sollte der Kunde die Möglichkeit bekommen, das Produkt erst einmal selbst kennenzulernen. Zum Beispiel bekommt jeder Neukunde bei Vertragsabschluss oder jeder Bestandskunde bei einer Vertragsverlängerung ein 20-minütiges Personal-Fitness-Training dazu. Zusätzlich können Schwerpunktabende durchgeführt werden (zum Beispiel Zurück zur Wunschfigur nach Schwangerschaft), bei denen mit verschiedenen Vorträgen von Experten das Thema aufgearbeitet wird (Arzt, Hebammen und Personal-Fitness-Trainer mit diesem Schwerpunkt). Eine weitere Idee könnte sein, alle Mitglieder, die kündigen wollen, mit einer Einheit PT neu zu motivieren, um die Kündigung zu vermeiden. Wie die Abrechnung dieses Mehraufwandes gegenüber dem durchführenden PT erfolgt, kann über verschiedene Möglichkeiten umgesetzt werden.

Verkauf von PT – Wie erkennt der Kunde den Mehrwert und wie versteht er ihn?
Erklären Sie einem Menschen, wie sich das Schwimmen anfühlt, wenn er noch nie im Wasser war. Aus diesem Grund ist die einzige Möglichkeit, erfolgreiches PT an Kunden zu verkaufen, es sie spüren zu lassen. Hier muss es ein guter Personal-Fitness-Trainer verstehen, auch in kurzer Zeit (20–30 Minuten) den Kunden so von seinem Training zu überzeugen, dass dieser bereit ist, weitere Einheiten zu buchen. Der Kunde muss mit einem klaren Mehrwert aus dem Personal-Fitness-Training rausgehen. Nur wenn der Kunde bereit ist, dafür extra Geld zu bezahlen, hat es Erfolg.

Wie kann eine Preisgestaltung für diesen Bereich aussehen?
Ein Personal-Fitness-Training von 60 Minuten liegt bei ca. 80–120 € (je nach Region). Für Mitglieder, die bereits im Studio trainieren, kann ein Rabatt von 10–20 % eingebaut werden. Das PT kann entweder als Einzelkarte, 10er-Karte, Monatskarte oder als Halbjahres-/Jahresabo verkauft werden. Auch die Zeiteinheiten können sich, vor allem im Fitness-Studio, zwischen 15 und 90 Minuten befinden. Warum immer nur eine Stunde für 100 € verkaufen, wenn es auch 4 X 15 Minuten zu buchen gibt? Dadurch kann das PT auch über einen Monat in die Länge gezogen werden. Für viele Mitglieder ist der zusätzliche Betrag von 100 € (zum Mitgliedsbeitrag) immer noch im möglichen finanziellen Rahmen. Voraussetzung auch hier, dass die 15 Minuten einen deutlichen Mehrwert für den Kunden bringen (sonst bucht er es nicht weiter).

Wie sollte das PT Team aussehen?
Oftmals kommt die Frage auf: Sollen für das PT-Konzept eigene Trainer oder externe Trainer eingesetzt werden? Beides ist sinnvoll, hat aber auch gewisse Vor- und Nachteile. Der Einsatz eigener Trainer ist wichtig, da diese den Kontakt zu den Kunden bereits haben. Die eigenen Trainer setzten schon das Probetraining und die Trainingsplangestaltung mit den Kunden um. Das Trainerteam ist auch auf der Fläche unterwegs und hat eine gute Beziehung zu den Mitgliedern. Oftmals fehlt es dem eigenen Trainerteam aber daran, eine Unterscheidung zwischen einem professionellen Fitness-Training zu einem professionellen Personal-Fitness-Trai-

Wer Personal Training erfolgreich verkaufen möchte, sollte es den Kunden erstmal spüren lassen, damit dieser weiß, dass es etwas Besonderes ist

ning zu machen, ohne dabei einen der beiden Bereiche abwerten oder aufwerten zu müssen. Experten wissen, wie sie diese beiden Bereich so voneinander unterscheiden können, dass sie als ideale Ergänzung zueinander stehen. Fragen Sie sich als Personal Trainer nach jedem PT, ob Sie selbst bereit gewesen wären, für dieses Training 80–120 € pro Stunde zu bezahlen. Wenn Sie dies mit Ja beantworten können, sind Sie schon auf dem richtigen Weg, und wenn Sie einem anderen Trainer dafür 80–120 € bezahlen, hat dieser Trainer den Kniff raus und Ihnen genau den Mehrwert vermittelt, der Sie dazu gebracht hat, extra Geld für eine Trainingseinheit ohne Einschränkung aufzuwenden.

Vorüberlegung bei der Umsetzung des Personal-Fitness-Training im Club

Zwei spannende Fragen, die mir regelmäßig von Betreibern gestellt werden:

1. Wie viele PT-Kunden benötige ich, damit sich das Angebot lohnt?

Je nach Konzept reicht es schon aus, wenn Sie bereits einen Kunden haben, der bei Ihnen PT bucht. Warum? Ganz einfach. Der PT bekommt ja den Kunden durch Ihr Studio. D. h. er wird nicht den vollen Betrag für die Stunde bekommen. Selbst bei einem Rechenbeispiel von 30 % für Sie als Studio und 70 % für den Personal Trainer erhalten Sie bei einem Stundenbetrag von 100 € bei jedem PT 30 €. Wenn der Trainer 2 x die Woche mit dem Kunden trainiert, sind das am Ende des Monats ca. 270 €, ohne dass Sie was dafür machen müssen. Hier ist es wichtig, ein optimales Abrechnungsmodul zu finden, das es auch allen Beteiligten ermöglicht, eine Übersicht über die abgehaltenen Termine zu bekommen, um Problemen bei der Abrechnung entgegenzuwirken.

2. Ist das PT bei mir überhaupt umsetzbar (ländlicher Bereich, Randzonen usw.)?

Das Personal-Fitness-Training ist überall umsetzbar (egal ob auf dem Land oder in der Großstadt). Die Herausforderung ist immer nur, den deutlichen Mehrwert für den Kunden zu vermitteln. Ein Mehrwert muss in der Großstadt als auch auf dem Land vermittelt werden. Zugegeben, durch die größere Bekanntheit des PT in der Großstadt ist es dort etwas einfacher umzusetzen. Leider besteht dort aber auch eine höhere Konkurrenz durch andere Personal Fitness Trainer.

Welche Voraussetzung muss das Studio, der Verein, die Trainingstherapie erfüllen, um Personal-Fitness-Training umsetzen zu können?

Professionelles Personal-Fitness-Training benötigt keine speziellen Voraussetzungen. Oftmals kann mit den vorhandenen Geräten im Studio optimal gearbeitet werden. Ein Umbau der Räumlichkeiten oder eine Neuanschaffung von Geräten ist hierfür nicht notwendig. Wenn trotzdem Geräte angeschafft werden sollten, ist die Auswahl im Vorfeld genau zu überdenken. Mehr hilft oftmals nicht mehr, da viele Trainer bei einer zu großen Auswahl an Geräten meistens viele deswegen nicht optimal im Training einsetzen. Auch eine große Mitgliederzahl ist nicht notwendig. Selbst bei einer geringen Mitgliederzahl von 300–400 Personen kann das Personal-Fitness-Training funktionieren. Je mehr Mitglieder vorhanden sind, desto größer ist natürlich die Möglichkeit der Kundenakquise. Bei einem erfolgreichen System sind etwa 10 % der Mitglieder bereit, Personal-Fitness-Training zu buchen, oder kommen dafür infrage. Das sind bei 500 Mitgliedern etwa 50 Personen, für die dann schon zwei Personal-Fitness-Trainer benötigt werden, um den Bedarf optimal zu decken. Wenn 50 Personen 1 – 2 x die Woche trainieren wollen, sind das ca. 60–70 Stunden die Woche. Eine normale Arbeitszeit eines Mitarbeiters liegt bei ca. 35 – 40 Stunden. Von der notwendigen Vor- oder Nachbereitung ganz abzusehen.

Folgende Fragen sollte ein gut funktionierendes PT-System einem Club-

Das Angebot des Personal-Fitness-Training sollte dem Kunden direkt beim Abschluss oder der Verlängerung der Mitgliedschaft als eine Art Upgrade angeboten werden

Professionelles Personal-Fitness-Training benötigt keine speziellen Voraussetzungen. Oftmals kann mit den vorhandenen Geräten im Studio optimal gearbeitet werden

betreiber beantworten können (bevor man PT integriert bzw. wenn man es intergiert hat):

- Wie bekomme ich sofort mehr Kunden aus dem vorhandenen Kundenstamm des Fitness-Studios?
- Wie mache ich aus einem Studiomitglied einen Personal-Training-Kunden, der mich regelmäßig extra bezahlt, bzw. wie baue ich mein Training so auf, dass das Mitglied bereit ist, zusätzlich zum Mitgliedsbeitrag weitere 80 € bis 120 € pro Stunde für ein PT zu bezahlen?
- Wie muss ich mein Training gestalten, damit die Mitglieder bereit sind, mich als Personal-Fitness-Trainer zu buchen?
- Welche Möglichkeiten gibt es, neue (PT) Kunden auch von außerhalb des Fitness-Studios für das PT zu gewinnen?
- Was unterscheidet ein gutes qualifiziertes Fitness-Training von einem gut qualifizierten Personal-Fitness-Training, ohne dass ich mein Fitness Training abwerten muss?
- Wie ist die Definition von Personal Training und die Definition von Fitness-Training als optimale Ergänzung und als Kommunikation gegenüber Kunden?
- Was ist das Anforderungsprofil als Personal-Fitness-Trainer und wie kommuniziere ich es an die Kunden, dass Sie mich buchen?
- Welche Möglichkeit gibt es als Trainer, Bachelor, Master, Therapeut, mein über lange Jahre angeeignetes Wissen im Fitness-Studio optimal zu entfalten und daraus für das Studio als auch für mich einen größeren Mehrwert zu erhalten?
- Was sind erfolgreiche Akquise-Tools gegenüber potenziellen Interessenten im Fitness-Studio?
- Wie baue ich ein sinnvolles Kooperationsmodell mit Firmen im Umkreis für das Personal-Fitness-Training auf?

Zusätzlich besteht auch die Möglichkeit, qualifizierte Trainer (z. B. nach der Ausbildung oder dem Studium) langfristig an das eigene Unternehmen zu binden, ohne Mehrausgaben für Gehälter. Steigen Sie jetzt in das PT ein!

Zum Autor
Stephan Müller ist Inhaber eigener PT Studios. In den letzten Jahren hat er über 100 Mikrostudios und über 300 Studioprojekte im Bereich Personal Training erfolgreich in Deutschland, der Schweiz und Österreich umgesetzt (u. a. für Elements, Fitness First, Vitaclub Salzburg, Robinson, BMW Deutschland, Haus der Gesundheit). Als Personal Coach und Ernährungsberater zahlreicher aktueller Weltmeister, Olympiasieger und Topsportler sowie für Schauspieler, Moderatoren und Regisseure ist er weltweit im Einsatz. Zusätzlich ist er gefragter Fitness Coach für Funk und Fernsehen (u. a. für ARD und SWR). Der mehrfache Buchautor ist Vorstand des Bundesverbands Personal Training e. V. und Inhaber der GluckerKolleg GbR.