



# Potenzial für die Zukunft

## EMS-Microstudios: Was Existenzgründer wissen sollten

Der EMS-Markt hat in den vergangenen Jahren (seit 2007) eine beachtliche Entwicklung genommen. Für Existenzgründer ist vor allem das Businessmodell „Microstudio“ interessant, doch auch hier gibt es Gefahren und Risiken, die Sie kennen sollten.

**D**eutschlandweit gibt es zurzeit ca. 1.500 EMS-Anbieter. Insgesamt kommt man auf ca. 200.000 EMS trainierende Kunden in Deutschland. Während in den Anfangsjahren EMS-Training überwiegend mobil von Personal Trainern angeboten wurden, ist in

den letzten Jahren die Anzahl der Microstudioanbieter deutlich gewachsen.

### Marktpotenzial für EMS-Microstudios

Microstudios erfreuen sich – aufgrund eines hohen Dienstleistungsgrades, pri-

mär gegeben durch eine 1:1- oder 1:2-Trainingsbetreuung – einer enormen Beliebtheit. Zahlreiche Franchise- und Lizenzgeber haben sich zwischenzeitlich am Markt etabliert und machen ca. 50% der EMS-Studios aus. Die Franchisekonzepte, hier ist zuallererst die Firma Bodystreet zu nennen, haben in der Anfangszeit des EMS-Trainings durch sehr hohe Marketingausgaben zum Bekanntwerden von EMS beigetragen. Die heute ca. 50% inhabergeführten EMS-Microstudios konnten und können hiervon noch profitieren.

Wenn man sich Zahl der EMS-Trainierenden ansieht und diese im Vergleich zu den laut Deloitte-Studie Ende 2015 benannten 9,5 Millionen Fitnessstudiomitglieder setzt, erkennt man sehr schnell, welches Potenzial noch bei der „jungen“ Trainingsform EMS und den Microstudios vorhanden ist. Eine Zielgruppenerfragung ergab, dass ca. 40% der Befragten in naher Zukunft EMS-Training ausprobieren möchten. Zudem sind ganze Teilregionen in der Schweiz, in Deutschland und Österreich bisher noch nicht vom EMS-Markt erschlossen.

### Finanzierung und Standortbestimmung

Um ein Microstudio erfolgreich am Markt und an einem bestimmten Standort zu etablieren, gibt es für den sich selbstständig machenden Einzelunternehmer (oftmals Personal Trainer, Physiotherapeuten, Fitnesstrainer oder Quereinsteiger, der hier eine neue Chance sieht) viele Punkte zu beachten.

Der wichtigste Punkt ist, dass der Unternehmer oder Franchisenehmer voll und ganz hinter dem EMS-Training steht und sich bewusst ist, dass er eine Topdienstleistung anbietet und verkaufen muss bzw. kann. Nur so ist gewährleistet, dass er die später im Text erläuterten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen zur Marktetablierung erreicht.

EMS-Microstudios haben sicherlich schon allein dadurch einen enormen Zuwachs, dass sich die Investitionskosten im überschaubaren Rahmen halten. Zudem haben die meisten (Haus-)Banken erkannt, dass sich die Finanzierung von EMS-Microstudios für sie als Fremdkapitalgeber lohnt und die gewährten Darlehen sicher bedient werden können.

EMS-Studios können schon mit den geringen Investitionskosten ab 60.000 Euro geplant und eröffnet werden. Die Erfahrungen zeigen, dass Banken inzwischen sogar einer 100%igen Fremdfinanzierung zustimmen. Dies kann bei dem zurzeit niedrigen Zinsniveau durchaus sinnvoll und rechenbar sein.

Bevor das Kapital verplant wird, sollte der zukünftige EMS-Microstudiobetreiber einen geeigneten Standort gefunden haben. Hier bietet sich eine 1-B-Lage auf Parterreebene an. Wichtig sind Parkplätze sowie eine gute Sichtbarkeit vom Auto- und Fußgängerverkehr. Ob die Schaufenster sehr groß und die Trainingsfläche einsehbar ist oder sein sollte, hängt meiner Erfahrung nach stark von der Gemeindegröße und der Stadt ab, in der das EMS-Microstudio eröffnet werden soll.

Natürlich sollte auch die EMS-Marktsituation vor Ort überprüft werden. Wie viele EMS-Anbieter sind schon vor Ort? Wie stark treten sie am Markt auf? Ich empfehle, hier aber nicht zu defensiv zu verfahren. Aufgrund des zuvor beschriebenen Wachstumspotenzials für EMS-Microstudios gilt der Grundsatz: Konkurrenz belebt das Geschäft. Es ist im-

mer noch so, dass nur ein geringer Anteil von an Fitness und Gesundheit Interessierten das EMS-Training wahrgenommen und ausprobiert hat. Je mehr EMS-Trainingsanbieter es gibt, desto mehr Werbung, mehr Wahrnehmung, mehr Wachstum gibt es für den EMS-Markt!

### Fördergelder für EMS-Existenzgründer

Bei einer Fremdfinanzierung sollte der zukünftige EMS-Studiobetreiber gut auf das bevorstehende Darlehensgespräch und die Vertragsverhandlungen mit der Bank – empfehlenswert ist, zunächst die Hausbank anzusprechen – vorbereitet sein. Hier bietet sich eine Zusammenarbeit mit einem Steuerberater oder einem auf EMS-Studios spezialisierten Unternehmensberater an. Im Vorfeld und auf jeden Fall vor der Unternehmensgründung empfiehlt sich die Kontaktaufnahme zu einer zwischengeschalteten Stelle (ZGS), wie z.B. die IHK oder Landesgewerbeförderungsstelle, um Fördergelder für die Beratungsleistungen beantragen zu können. In der Schweiz wie auch in Deutschland können Existenzgründer zudem vergünstigt-



Beim EMS-Training sollte zuallererst die Sicherheit des Kunden im Vordergrund stehen



### Checkliste für Existenzgründer

Diese Unterlagen sollten zum Bankgespräch, aber auch für die eigene Planung vorliegen:

- Informationen zu möglichen Räumlichkeiten/Standort
- Mietzins
- Nebenkosten
- Angebotene Vertragslaufzeit
- Renovierungsbedarf und -kosten
- Vorhandene Parkplätze
- Investitionsplan
- Anzahl der Geräte inkl. Zubehör
- Umbaukosten
- Inventar
- Aussenwerbung
- Personalkosten
- Zu überbrückende Anlaufkosten
- Marketingausgaben
- Umsatz- und Rentabilitätsplanung über mind. 24, besser 36 Monate
- Kundenkapazitätsplanung
- Personalschlüssel
- Mögliche selbst zu erbringende Arbeitsleistung
- Öffnungszeiten
- Kostenstruktur inkl. Zins und Tilgung über mind. 24, besser 36 Monate

te Darlehen jeweils von der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) beantragen. Dies geschieht über die für die Darlehen angesprochene (Haus-)Bank. Zum Bankgespräch, aber auch für die eigene Planung des EMS-Microstudios sollten alle wichtigen Unterlagen vorhanden sein (siehe Kasten oben).

### Richtige Preispolitik und Auslastung

Wenn die Darlehens- und Mietverträge unterschrieben sind, ist es empfehlenswert, sofort mit den Marketingaktivitäten zu beginnen. Dies sollte schon vor der Eröffnung über die sozialen Medien, die eigene Studiohomepage, Einladungen im Umfeld oder auch über mögliche Kooperationspartner und auch mit Flyern geschehen.

Ziel sollte es für den Unternehmer sein, spätestens nach sechs Monaten den Break-even-Point erreicht zu haben. Je nach Kostenstruktur reichen hierfür 60–70 Abonnementkunden aus. Dies ist

aber nur möglich, wenn der EMS-Microstudiobetreiber eine realistische 1:1- oder 1:2-gerechte Preispolitik betreibt. Abonnementpreise, welche den Einzeltrainingspreis von 20 Euro weit unterschreiten, bieten sich nicht an und gewährleisten langfristig keine Überlebenschance auf dem EMS-Markt. Der EMS-Microstudiobetreiber sollte immer im Kopf haben und dies auch so vermarkten, dass er mit dem EMS-Training eine Topdienstleistung in einer sicheren 1:1- oder 1:2- Trainingsmöglichkeit anbietet. Das ist nur durch gut ausgebildete EMS-Trainer oder eigene Arbeitsleistung gewährleistet. Dies hat nun mal eben sein Preis.

Absolut zu vermeiden gilt es, zu Beginn mit Billiganbietern zusammenzuarbeiten. Die hierdurch „gewonnenen“ Kunden sind keinesfalls langfristig und gehören nicht zur Zielklientel eines EMS-Microstudios. Eine Chance für Preisdumping bei den Abonnementpreisen sehe ich nicht. Diese mit Billigangeboten am Markt agierenden EMS-Microstudios können langfristig keine Qualität in der bei dieser Trainingsform notwendigen 1:1- oder 1:2-Betreuung bieten und werden demzufolge scheitern.

Bewährt haben sich und langfristig gewinnbringend sind Preise von ca. 90 Euro pro Monat bei einem Jahresvertrag. Inzwischen werden auch Anderthalb- oder Zweijahresverträge angeboten. Hier ist der monatliche Preis dann in der Regel 10 Euro niedriger als beim Jahresvertrag. Mehrfachtrainingskarten spielen eine untergeordnete Rolle und sollten hochpreisig angeboten werden. Hierdurch wird eine Entscheidung des möglichen Kunden zugunsten eines Abos forciert. Es empfiehlt sich, die dringend benötigten und stark zu bewerbenden Probetrainings für z.B. 19 Euro zu bewerben und diese dann als Geschenk individuell kostenfrei anzubieten.

Eine zeitliche Vollausslastung des EMS-Microstudios mit zwei Trainingsgeräten ist je nach Öffnungszeiten bei ca. 200 Mitgliedern gegeben. Hierbei ist zu beachten, dass dadurch keine zeitliche Flexibilität für die Kunden gewährleistet ist. Ich empfehle eine maximale zeitliche Auslastung von 90 Prozent. So können immer wieder alternative Trainingszeiten für die Kunden, welche mal verhindert sind, vergeben werden; dies trägt zur Kundenzufriedenheit bei.

### Risiken & Gefahren

Bei allen positiven Aussichten und dem noch großen Potenzial für EMS-Microstudios darf man aber auch die Risiken und Gefahren nicht außer Acht lassen. Elektronische Muskelstimulation sollte von gut ausgebildeten und mit dem Training und der Materie betrauten EMS-Trainern durchgeführt werden. Fachlich spezifische EMS-Trainerausbildungen, wie sie von Ausbildungsinstituten wie zum Beispiel dem GuckerKolleg oder dem Berufskolleg Waldenburg angeboten werden, gewährleisten dies. Leider – und dies ist eine Gefahr für den EMS-Markt – entdecken immer mehr nicht ausgebildete Anbieter das EMS-Training und möchten hiermit schnell gutes Geld verdienen.

Wenn erstmals zum Beispiel durch Nichtbeachtung von Kontraindikationen, zu häufige Trainingsintervalle oder zu intensives Training größere Personenschäden oder Unfälle geschehen und publik werden, besteht die Gefahr, dass der EMS-Markt hierdurch einen gravierenden Schaden nimmt. Genauso kritisch sind neuere EMS-Konzepte zu sehen, bei denen jenseits von einer 1:1- oder 1:2-Situation zum Beispiel in Kursform trainiert wird.

Seit Kurzem bietet der TÜV Rheinland eine Zertifizierung für EMS-Microstudios an. Dies ist sehr zu begrüßen, da hierdurch ein Qualitätsstandard gesetzt wird und dies auch nach außen dokumentiert werden kann. Auch der TÜV setzt auf eine maximale 1:2-Betreuung.

Das Ganzkörpertraining durch elektronische Muskelstimulation ermöglicht ein zeitsparendes und sehr effektives Training. Dies hat sich in Microstudios sehr bewährt und findet hier auch einen optimalen Rahmen. Bei aller Euphorie und Geschäftstätigkeit des EMS-Microstudiobetreibers sollte er immer zuallererst die Sicherheit des Kunden sehen.

Stavro Petri



Stavro Petri, Geschäftsführer, YIS Unternehmensberatung für EMS-Studios. Seit 2010 Inhaber von vier YEAH!Sport EMS-Studios. Seit 2003 selbstständiger Personal Trainer.

Infos: [www.ys-beratung.de](http://www.ys-beratung.de), [sp@ys-beratung.de](mailto:sp@ys-beratung.de), 0172 255 28 36