

## Teil 5: Integration und Führung des Indoor Cycling-Bereiches

# Cycling konsequent

Von wegen Chefsache! Damit das Indoor Cycling-Angebot von Anfang an effektiv genutzt werden kann, ist die richtige Aufgabenverteilung unter allen Mitarbeitern nötig – aktives Kursmanagement heißt das Zauberwort!

**W**er heute einen Blick in die Cycling-Bereiche vieler deutscher Fitnessanlagen wirft, der trifft oft auf vereinsamte Kursräume und rückläufige Teilnehmerzahlen. Die Anschaffung der Räder resultierte vor Jahren eher aus der Überlegung, dem allgemeinen Trend gerecht zu werden und den Mitgliedern – genauso wie der Mitbewerber um die Ecke – Cycling-Kurse anbieten zu können. Nach den ersten erfolgreichen Zeiten stellt sich allmählich eine Stagnation und rückläufige Auslastung ein, was vornehmlich an der oft fehlenden Gesamtkonzeption liegt.

Die Mitgliederstrukturen innerhalb des Cycling-Bereiches sind in den meisten Fällen identisch: Sportliche Teilnehmer – überwiegend Radfahrer –, die innerhalb einer festen Gruppe ihre Stunden ableisten. In jedem Kurs befinden sich ca. 75–80% „Stammkunden“, die den neuen Teilnehmern meist geringe Integrationschancen gewähren. Diese Konstellation wirkt auf Neumitglieder eher abschreckend und limitiert somit einen kompletten Kursbereich. Die Studio- und Kursbereichsleitungen erkennen diese Situation meist nicht oder sind teilweise nicht in der Lage,

### AKTIVES KURSMANAGEMENT

Aktives Kursmanagement bedeutet professionelles Arbeiten in allen Abteilungen des Studios. Dies beinhaltet u.a. die nachfolgend beschriebenen Schwerpunktthemen der einzelnen Teilbereiche.

Aufgabenverteilung:

- **Geschäftsleitung:** Aktive Projektleitung, Definierung von Zielvorgaben, Erfolgskontrollen, Fortbildungsmaßnahmen.
- **Bereichsleitung:** Aktives Teammanagement, Kontrolle der Unternehmensziele, Auswahl der richtigen Trainer, Kursplangestaltung, Ermittlung der Kundenbedürfnisse, Planung und Koordination, Berichtswesen an Geschäftsleitung.
- **Trainer:** Einhaltung der Kursinhalte, Fort- und Weiterbildung, Kundenorientiertes Denken & Handeln, aktive Planung und Trainingspläne, Kundenbindung & Betreuung, aktives internes Marketing.

mit effektiven Kurskonzepten gegenzusteuern. Vielen fehlt auch das Wissen und Verständnis über die Sportart. Cycling muss als Teil des gesamten Studiokonzeptes gesehen werden, um nicht als Randerscheinung mittelfristig in der Versenkung zu verschwinden.

### Stärkung des Kursbereiches

Im Idealfall nutzen die Studios Indoor Cycling-Kurse als effektives Werkzeug zur Kundenbindung. Die Kursbereiche weisen generell die geringsten Fluktuationsraten auf – eine Tatsache, die primär auf

- ▶ soziale Einbindung der Mitglieder,
- ▶ Spaß in der Gruppe und
- ▶ erhöhte Eigenmotivation zurückzuführen ist. Cycling wird in erfolgreichen Anlagen als offener Kursbereich geführt, der eine klare Zielgruppen- und Zielorientierung aufweist. Der Anteil der Mitglieder, welche die Räder nutzen, beträgt hier nicht

le Teilnehmer seiner Kurse zu bieten hat – aufgebaut und durchgeführt nach den Grundsätzen einer zielorientierten Trainingsplanung.

### Teamausrichtung

Vor der eigentlichen Inbetriebnahme des Cycling-Bereiches sollte das gesamte Team über Vorgehensweise, Kursinhalte und Kommunikation informiert werden, um ein einheitliches Bild nach außen darzustellen. Dieses umfasst vor allem folgende Kernpunkte:

- ▶ Festlegung der Kursinhalte,
- ▶ klares Kurskonzept,
- ▶ Informationsstand der Mitarbeiter,
- ▶ Einbindung neuer Mitglieder,
- ▶ internes Marketing,
- ▶ persönliche Betreuung
- ▶ Leistungslevel der Kurse,
- ▶ Erfolgskontrolle und Bonussystem.

Wichtig ist eine permanente und aktive Bewerbung des Indoor Cycling-Bereiches durch alle Mitarbeiter, be-

## SERVICE

### INDOOR CYCLING – DECADE

**EDITION:** Anlässlich des 10. Tomahawk Jubiläums hat Master Instructor Hardy Garski einen Sampler mit 14 Songs (u.a. Depeche Mode, Prodigy, Rammstein etc.) bis zu 140 bpm zusammengestellt. Im Booklet sind passend zur CD zwei Stre-



ckenprofile für Einsteiger und Fortgeschrittene mit Techniken abgebildet. 14 Songs, 75 Minuten Laufzeit, 25,00 Euro  
**Zu bestellen unter**  
[www.bodylife.de/shop](http://www.bodylife.de/shop) oder mit dem ausgefüllten Coupon auf S. 44f.

richtung auf alle Zielgruppen innerhalb der Anlage. Ziel ist es, so viele Teilnehmer wie möglich in die Kursbereiche zu integrieren und Angebote für alle Mitglieder zu schaffen.



## KURSDIFFERENZIERUNGEN

### Schwerpunkte, Zielgruppen und Besonderheiten der unterschiedlichen Kursformen:

- **Grundlagentraining:** Entwicklung und Ökonomisierung der Grundlagenausdauer. Trainingsziel: Aktivierung des Stoffwechsels – schaffen einer guten Trainingsbasis. Zielgruppen: alle, vom Einsteiger bis zum Fortgeschrittenen
- **Intervalltraining:** Extensive und intensive Intervallmethoden. Trainingsziel: Anheben der anaeroben Schwelle. Zielgruppen: Fortgeschrittene und Leistungssportler.
- **Kraftausdauer:** Dauermethode, extensive/intensive Intervalle. Trainingsziel: Entwicklung der aeroben und anaeroben Kraftausdauer. Zielgruppen: Fortgeschrittene und Leistungssportler.
- **REKOM:** Aktive Wiederherstellung der Leistungsfähigkeit. Trainingsziel: schnellere Regenerationsfähigkeit, bessere Durchblutung. Zielgruppen: alle, Leistungssportler.
- **Sensitive Cycling:** Gruppendynamisches Cardiotraining mit Spezialmodulen. Trainingsziel: Verbesserung der Grundlagenausdauer / Stoffwechsel. Zielgruppen: Untrainierte, Übergewichtige, Rückenpatienten, Senioren.

nur 5–8%, sondern liegt deutlich über 20%, was aus wirtschaftlicher Sicht eine effizientere Nutzung der Ressourcen und einen schnelleren Return on Investment bedeutet.

### Neukonzeptionierung: Was ist zu tun?

Wenn ein Cycling-Bereich neu im Studio installiert werden soll, so ist eine vorherige Analyse der Kundenstruktur und Mitgliederstärke durchzuführen. Die Kursangebote sollten auf die unterschiedlichen Bedürfnisse ausgerichtet und vor allem mit einer hohen Qualität umgesetzt werden. Die Zeiten des harten „Drill Instructors“ sind endgültig vorbei; gefordert ist der gut ausgebildete und mit Wissen ausgestattete Trainer, der ein Trainingsprofil für al-

sonders durch die verschiedenen Trainer. Neue Mitglieder werden am besten direkt in einen Kursbereich integriert, um hier eine stärkere Kundenbindung und höhere Auslastung der Kurse zu schaffen. Internes Marketing des gesamten Personals schafft Synergieeffekte in allen Segmenten des Studios, trägt somit zum Erfolg der einzelnen Teilbereiche bei und stärkt vor allem die Kursbereiche.

Erfolgreich geführte Indoor-Cycling-Bereiche bieten den Teilnehmern langfristig eine gesundheitsorientierte Ausrichtung mit speziellen Trainingszielen, kompetenter Betreuung durch qualifizierte Trainer und Abwechslung innerhalb der Kurse. Dies beinhaltet aktives Kursmanagement in allen Bereichen sowie die permanente Aus-

### Fazit: Nach wie vor faszinierend

Cycling ist nach wie vor ein Kursbereich mit hohem Potenzial zur Kundenbindung. Der große Spaßfaktor sowie die Möglichkeiten eines gelenkschonenden, gesundheitsorientierten und gruppendynamischen Cardio-Trainings sind breit gefächert. Um einen langfristigen Erfolg sicherzustellen, ist eine klare Ausrichtung in allen Bereichen notwendig, die auch für alle Mitglieder einfach und transparent dargestellt und von allen Mitarbeitern vorgelebt werden sollte.

**Andreas Fischer** | Der Tomahawk-Marketingleiter ist diplomierter Betriebswirt (FH) und seit über drei Jahren für das internationale Marketing und die Unternehmenskommunikation bei Tomahawk Indoor Cycling zuständig.

