

A group of women in athletic wear are captured in a dynamic fitness routine. The central figure is a woman with dark hair tied up, wearing a white sleeveless top and black shorts, leaning forward with her hands on the floor. To her left, another woman in a dark top and shorts is partially visible. To her right, a woman in a black and white top is also in a similar pose. In the background, another woman is visible, slightly out of focus. The setting appears to be a gym or studio with a concrete floor and walls. The lighting is bright and directional, creating strong shadows and highlights on the participants' bodies.

LES MILLS

GRUPPENFITNESS IMPLEMENTIERUNGSLFITFADEN

MEHR MENSCHEN, DIE ÖFTER IN IHR STUDIO KOMMEN

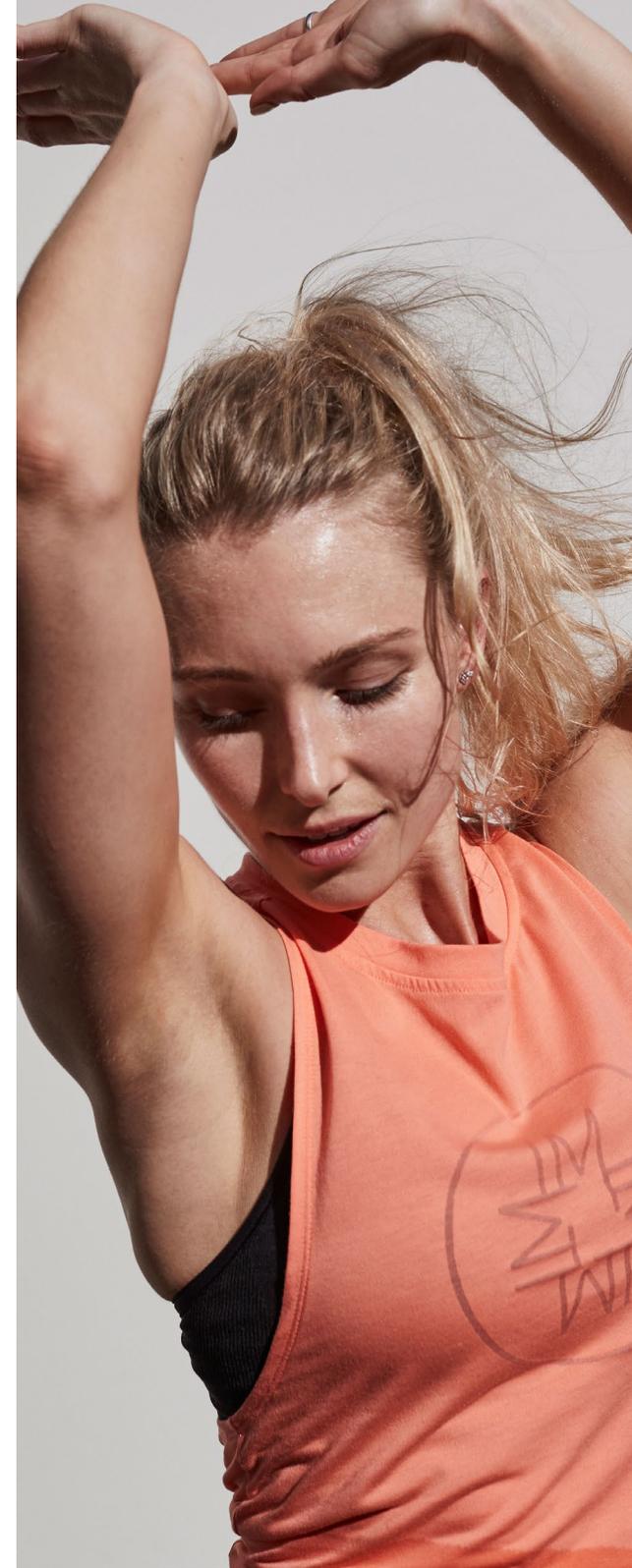
Damit unsere Branche noch lange erfolgreich sein kann ist es unerlässlich, interessant für die Zielgruppen zu bleiben und Mitglieder langfristig an uns zu binden.

Gemeinsam müssen wir neue Ideen entwickeln, wie wir Kunden für uns begeistern und ihnen dabei helfen können, eine nachhaltige Trainingsroutine zu entwickeln.

Wenn Ihre Mitglieder Resultate erzielen und Spaß am Training haben, dann profitieren Sie als Unternehmen davon. Gruppenfitnesskurse sind die einfachste, schnellste, kostengünstigste und für Ihre Mitglieder ansprechendste Art, dies zu erreichen.

Wir können Menschen für uns begeistern, indem wir ihnen Lösungen bieten, die zu ihrer Gesundheit und Motivation beitragen und ihnen die Möglichkeit bieten, soziale Kontakte zu knüpfen.

GEMEINSAM KÖNNEN WIR ALLES ERREICHEN.



IHR ERFOLGS-REZEPT

Dieser Leitfaden wurde erstellt, um Sie bei der Implementierung und Einführung von LES MILLS Gruppenfitnessprogrammen zu unterstützen. Der Leitfaden ist Ihr Wegweiser zum Erfolg und enthält hilfreiche Tipps und Leitlinien. Sie sollten ihn immer zu Hand haben, um Ihre Ziele festzuhalten und Fortschritte zu überprüfen.

01 ERSTELLEN SIE EIN SCOREBOARD

- Legen Sie kurz- und langfristige Ziele für die Gruppenfitnessteilnahme fest

02 SETZEN SIE AUF IHR TOP-TEAM

- Globale Insights
- So integrieren Sie neue Programme in Ihren Kursplan
- So legen Sie Ziele für jeden Kurs fest

03 REKRUTIEREN SIE GEWINNERTYPEN

- Instruktoressen finden und rekrutieren
- Aus- und Weiterbildung
- Vorbereitung auf Programmeinführungen

04 ENTWICKELN SIE EINEN AUS- UND FORTBILDUNGSPLAN

- Sorgen Sie für fundiertes Produktwissen bei Ihren Mitarbeitern
- Mitarbeiterfortbildungsplan
- LES MILLS Programmdetails

05 BEWERBEN SIE IHRE SPIELE

- Einführung und Marketing für neue Programme
- So sparen Sie Kosten



01

ERSTELLEN SIE EIN SCOREBOARD

ERSTELLEN SIE EIN SCOREBOARD

WIE VIELE MENSCHEN BRINGEN SIE MIT GRUPPENFITNESS JEDE WOCHE IN BEWEGUNG?

Wenn Sie Ihre Gruppenfitnesseteiligung steigern, profitieren Sie in vielerlei Hinsicht:

- Ihre Mitglieder halten sich strikter an ihren Trainingsplan
- Weniger Kündigungen
- Höhere Weiterempfehlungsrate
- Erhöhte Wertwahrnehmung
- Glücklichere, gesündere Mitglieder, die zu Ihrem Erfolg beitragen

Ein Muss: Setzen Sie sich konkrete Ziele für die Gruppenfitnessbeteiligung. Wenn Sie Ihren Mitarbeitern Ziele vorgeben, dann motiviert und inspiriert sie das und sie bekommen ein Gefühl dafür, was realistisch ist. Aus unternehmerischer Sicht können Sie Ihre Aufwendungen planen und einen Aktionsplan erstellen, basierend auf dem gewünschten Wachstum für Ihr Studio.



WAS MAN NICHT MESSEN KANN, KANN MAN NICHT MANAGEN

Setzen Sie sich kleinere, kurzfristige Ziele auf dem Weg zu Ihrem langfristigen Ziel, das Sie im Bereich Gruppenfitness erreichen wollen. Auf diese Weise können Sie Ihre Erfolge genau messen. Woher wissen wir, ob unseren Mitgliedern unsere Kurse gefallen? Sie stimmen „mit den Füßen“ ab. Wenn Sie sich ein konkretes Ziel für Teilnehmerzahlen vornehmen, sind Sie automatisch stärker darauf fokussiert Kurse anzubieten, die Ihre Mitglieder mitreißen – Kurse, die Ihre Mitglieder lieben und immer wieder besuchen.

STATUS QUO

Wie steht es aktuell um die Gruppenfitnessteilnahme in Ihrem Studio?

Anteil der Gruppenfitnessteilnahme an den Studiobesuchen gesamt

Aktuelle Mitgliederzahl

TIPP: Sollte es Ihnen schwerfallen, sich auf eine Zahl für ein langfristiges Ziel festzulegen, dann wählen Sie die Anzahl Ihrer Mitglieder. Diese entspricht der Gruppenfitnessteilnahme, die Sie erreichen würden, wenn 50 % Ihrer Mitglieder an Gruppenfitnesskursen teilnehmen würden.

LANGFRISTIGES ZIEL FÜR DIE GRUPPENFITNESSTEILNAHME

Wie hoch könnte Ihre Gruppenfitnessteilnahme in drei bis fünf Jahren sein, wenn Ihre Instruktor:innen in jeder einzelnen Class das bestmögliche Trainingserlebnis schaffen? Könnten Sie Ihre aktuellen Zahlen verdoppeln? Oder sogar verdreifachen?

3-Jahres-Ziel für die wöchentliche Gruppenfitnessteilnahme

Mögliche Mehreinnahmen pro Jahr: Dividieren Sie die Differenz zwischen Ihrem 3-Jahres-Ziel und Ihrer aktuellen wöchentlichen Gruppenfitnessteilnahme durch drei (das ergibt die durchschnittliche Gruppenfitnessteilnahme pro Woche pro Person an) und multiplizieren Sie dies mit dem durchschnittlichen Mitgliedschaftsbeitrag pro Jahr.

KURZFRISTIGE ZIELE SIND DAS STICHWORT

Haben Sie schon sondiert, was möglich ist und mit welchen kurzfristigen Maßnahmen Sie dieses Ziel erreichen?

6-Monats-Ziel für die wöchentliche Gruppenfitnessteilnahme

12-Monats-Ziel für die wöchentliche Gruppenfitnessteilnahme

Mögliche Mehreinnahmen pro Jahr

€

A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a black athletic top and leggings, is captured in a dynamic pose, performing a high kick. Her right leg is extended upwards, and her left hand is on her hip. The background is a clear, bright blue sky. The overall image conveys a sense of energy and fitness.

02

SETZEN SIE AUF IHR TOP TEAM

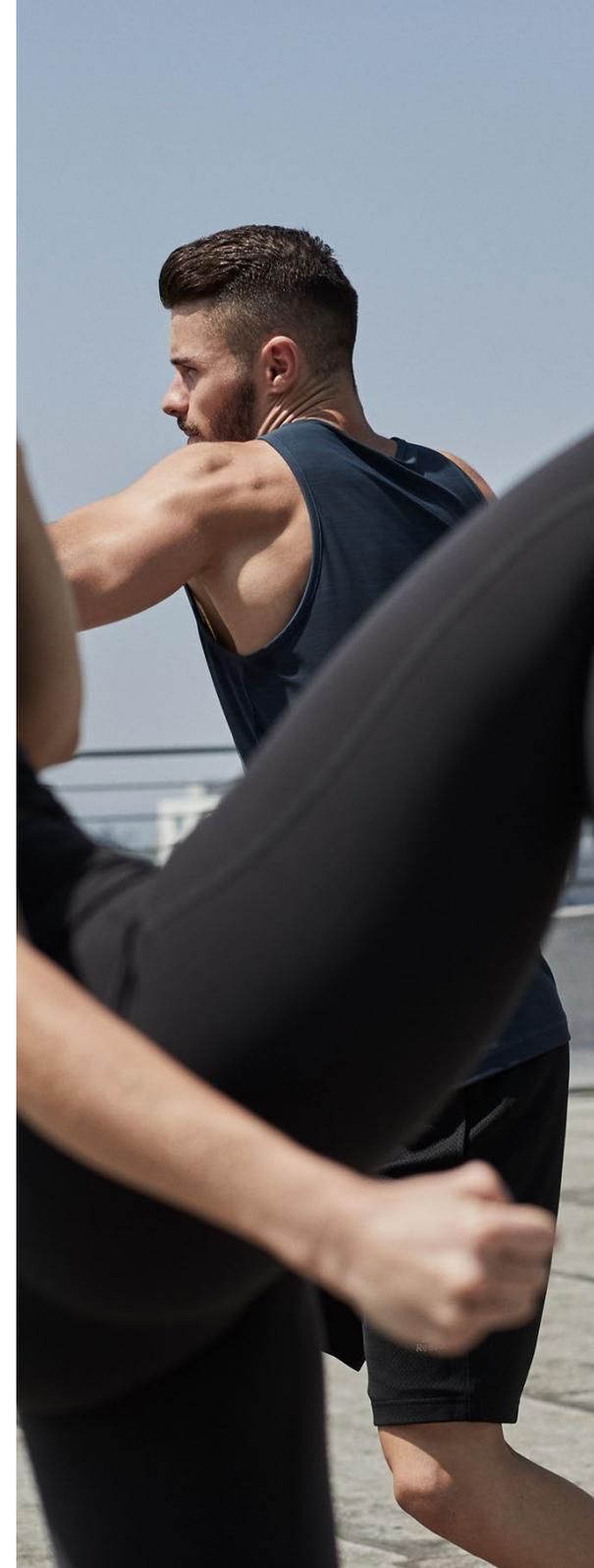
DER SCHNELLSTE UND EINFACHSTE WEG. UM IHRE ZIELE ZU ERREICHEN. IST ES MEHR KURSE MIT DEN BESTEN DER BESTEN ANZUBIETEN: IHREN BELIEBTESTEN INSTRUKTOREN UND PROGRAMMEN

Der ultimative Maßstab eines Kursplans ist die Anzahl der Mitglieder, die er ins Studio zieht. Messen Sie Ihren Erfolg immer daran, wie viele Personen wöchentlich Ihr Studio besuchen. Platzieren Sie das neue Programm/die neuen Programme so im Kursplan, dass sie möglichst viele Mitglieder anziehen und die Kursteilnahme steigern.

SETZEN SIE AUF IHR TOP TEAM

**DER SCHNELLSTE UND EINFACHSTE WEG, UM IHRE ZIELE ZU ERREICHEN, IST ES
MEHR KURSE MIT DEN BESTEN DER BESTEN ANZUBIETEN: IHREN BELIEBTESTEN
INSTRUKTOREN UND PROGRAMMEN**

Der ultimative Maßstab eines Kursplans ist die Anzahl der Mitglieder, die er ins Studio zieht. Messen Sie Ihren Erfolg immer daran, wie viele Personen wöchentlich Ihr Studio besuchen. Platzieren Sie das neue Programm/die neuen Programme so im Kursplan, dass sie möglichst viele Mitglieder anziehen und die Kursteilnahme steigern.



Globale Insights Kursplangestaltung

WIE OFT SIE DEN JEWEILIGEN KURS IDEALERWEISE ANBIETEN, HÄNGT VON IHRER POSITION IM TRAININGSBEDÜRFNISMODELL UND IHREN ZIELEN AB.

	<u>ZU WELCHER UHRZEIT?</u>	<u>WIE OFT?</u>	<u>EXTRA TIPPS</u>
BODYATTACK	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme • Unter der Woche - später Nachmittag und Abend • Wochenende - zu jeder Uhrzeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 3-5 Mal pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> • Express-Formate oder Varianten mit niedriger Intensität helfen dabei, Ihre Kurse auch morgens oder zur Mittagszeit zu füllen
BODYBALANCE	<ul style="list-style-type: none"> • Zieht zu jeder Tageszeit viele Mitglieder an 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 5-7 Mal pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> • Viele Mitglieder nehmen auch übergreifend daran Teil, z. B. in Kombination mit Step Aerobic- oder Tanz-Classes. Wechseln Sie die Kurszeiten, um die Teilnahme jeweils zu steigern
BODYCOMBAT	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 5-7 Mal pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> • Kann außerhalb der Spitzenzeiten funktionieren, wenn die Class von einem Top-Instruktor unterrichtet und mit einer Marketingoffensive gearbeitet wird.
BODYJAM	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 3-7 Mal pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> • Funktioniert wunderbar außerhalb der Spitzenzeiten, wenn die Class von einem Top-Instruktor unterrichtet und mit einer Marketingoffensive gearbeitet wird.
LES MILLS BARRE	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 3-7 Mal pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> • Funktioniert wunderbar außerhalb der Spitzenzeiten, wenn die Class von einem Top-Instruktor unterrichtet und mit einer Marketingoffensive gearbeitet wird.
BODYPUMP	<ul style="list-style-type: none"> • Zieht zu jeder Tageszeit viele Kursteilnehmer an 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 7-12 Mal pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> • Die meisten Studios bieten mindestens 2 Kurse pro Tag an • Bieten Sie Express-Formate zur Mittagszeit an
LMI STEP	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme, besonders morgens 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 3-5 Mal pro Woche 	<ul style="list-style-type: none"> • Funktioniert wunderbar außerhalb der Spitzenzeiten, wenn die Class von einem Top-Instruktor unterrichtet und mit einer Marketingoffensive gearbeitet wird.
LES MILLS TONE	<ul style="list-style-type: none"> • Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme 	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 3-5 Mal pro Woche 	

	<u>ZU WELCHER UHRZEIT?</u>	<u>WIE OFT?</u>	<u>EXTRA TIPPS</u>
SH'BAM	<ul style="list-style-type: none"> Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme 	<ul style="list-style-type: none"> 5-7 Mal pro Woche 	
CXWORX	<ul style="list-style-type: none"> Zieht zu jeder Tageszeit viele Kursteilnehmer an 	<ul style="list-style-type: none"> Zu Stoß- oder Zwischenzeiten 1-2 am Tag (zwischen 7 und 14 Mal pro Woche) 	<ul style="list-style-type: none"> Bei CXWORX wird der Core intensiv trainiert. Nach einer CXWORX Class sind die Teilnehmer daher möglicherweise nicht mehr in der Lage, Übungen mit Zusatzgewicht korrekt auszuführen Es sollte daher vermieden werden, eine Krafttrainings-Class, wie BODYPUMP oder LES MILLS GRIT direkt im Anschluss zu absolvieren.
LES MILLS GRIT Bietet drei einzigartige, 30-minütige Workouts, basierend auf hochintensivem Intervalltraining, die unterschiedliche Vorteile bieten. <ul style="list-style-type: none"> LES MILLS GRIT Strength LES MILLS GRIT Athletic LES MILLS GRIT Cardio 	<ul style="list-style-type: none"> Sorgt in Stoß- und Zwischenzeiten für maximale Kursteilnahme 	<ul style="list-style-type: none"> Mindestens jedes Workout 3 Mal pro Woche (mindestens 9 Workouts pro Woche) 	<ul style="list-style-type: none"> Dieses Express-Format eignet sich ideal, um es mit einer 30-minütigen BODYBALANCE Class zu kombinieren. Verbraucherumfragen ergaben, dass Mitglieder einen ausgeglichenen Trainingsplan schätzen. Diese beiden 30-minütigen Classes in Kombination können für Ihre Mitglieder besonders attraktiv sein, wenn sie Ihre Zeit bei Ihnen optimal nutzen wollen.
RPM	<ul style="list-style-type: none"> Zieht zu jeder Tageszeit viele Kursteilnehmer an 	<ul style="list-style-type: none"> Mindestens 10-20 Mal pro Woche Fitnessstudios mit großen Cycling-Räumen bieten 3-7 Kurse pro Tag an 	<ul style="list-style-type: none"> Sehen Sie sich unseren LES MILLS Cycle Implementierungsleitfaden an, um mehr zu erfahren.
THE TRIP	<ul style="list-style-type: none"> Aufgrund seines Exertainment-Formats empfehlen wir, THE TRIP Classes zu Stoßzeiten bzw. Zeiten anzubieten, die bei jungen, hippen Leuten beliebt sind, z. B. abends oder spätnachmittags sowie am Wochenende 	<ul style="list-style-type: none"> Beginnen Sie mit einer Class pro Tag, um die Nachfrage aufzubauen 	<ul style="list-style-type: none"> Planen Sie genug Zeit zwischen THE TRIP und Ihren anderen Classes ein, damit der Auf- und Abbau reibungslos von statten gehen kann. THE TRIP Classes finden in einem abgedunkelten Raum statt, das Bike des Instructors blickt in dieselbe Richtung wie die der Teilnehmer und die Projektoren benötigen Zeit, um hochzufahren. Planen Sie bei der Kursplanerstellung mindestens 5-10 Minuten Vorbereitungszeit ein. Sehen Sie sich unseren LES MILLS Cycle Implementierungsleitfaden an, um mehr zu erfahren.
LES MILLS SPRINT	<ul style="list-style-type: none"> Wir empfehlen Ihnen, LES MILLS SPRINT intensiv in Ihren Kursplan einzubauen 	<ul style="list-style-type: none"> Bis zu 20 Mal pro Woche. LES MILLS SPRINT zieht zu jeder Tageszeit viele Kursteilnehmer an. 	<ul style="list-style-type: none"> LES MILLS SPRINT ermöglicht ihnen mehr Kurse und Kapazitäten zu Spitzenzeiten. Es ermöglicht ihnen, den Besucherdurchfluss in 60 Minuten zu verdoppeln, im Vergleich zu RPM mit 45 oder 60.

TRAININGS- BEDÜRFNIS- MODELL

**FÜHREN SIE EIN NEUES PROGRAMM
EIN, UM IHRE AKTUELLE ZIELGRUPPE
ANZUSPRECHEN UND AN SICH ZU
BINDEN ODER MÖCHTEN SIE EINE NEUE
ZIELGRUPPE FÜR SICH GEWINNEN?**

01.

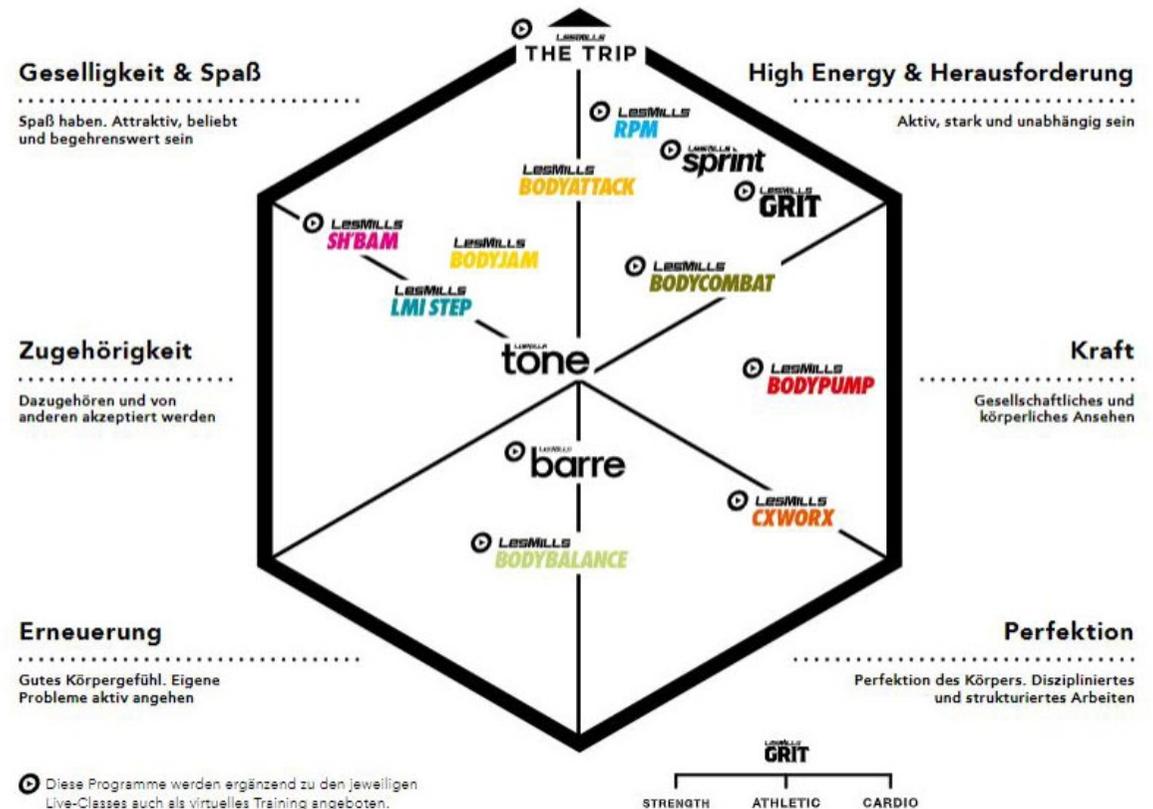
Menschen entscheiden sich für bestimmte Produkte und Dienstleistungen, um emotionale Bedürfnisse zu befriedigen. In der Grafik finden Sie die sechs wichtigsten Kategorien. Wo in diesem Modell befindet sich Ihrer Meinung nach Ihre Hauptzielgruppe?

02.

Finden Sie heraus, ob Ihre neuen LES MILLS Programme Ihre Bindung zu Ihrer aktuellen Zielgruppe weiter festigen oder ob Sie damit ganz neue Zielgruppen ansprechen.

TRAININGSBEDÜRFNISMODELL

Zielgruppenspezifische Programmauswahl zur Stärkung Ihrer bestehenden Position und zum Erschließen neuer Märkte



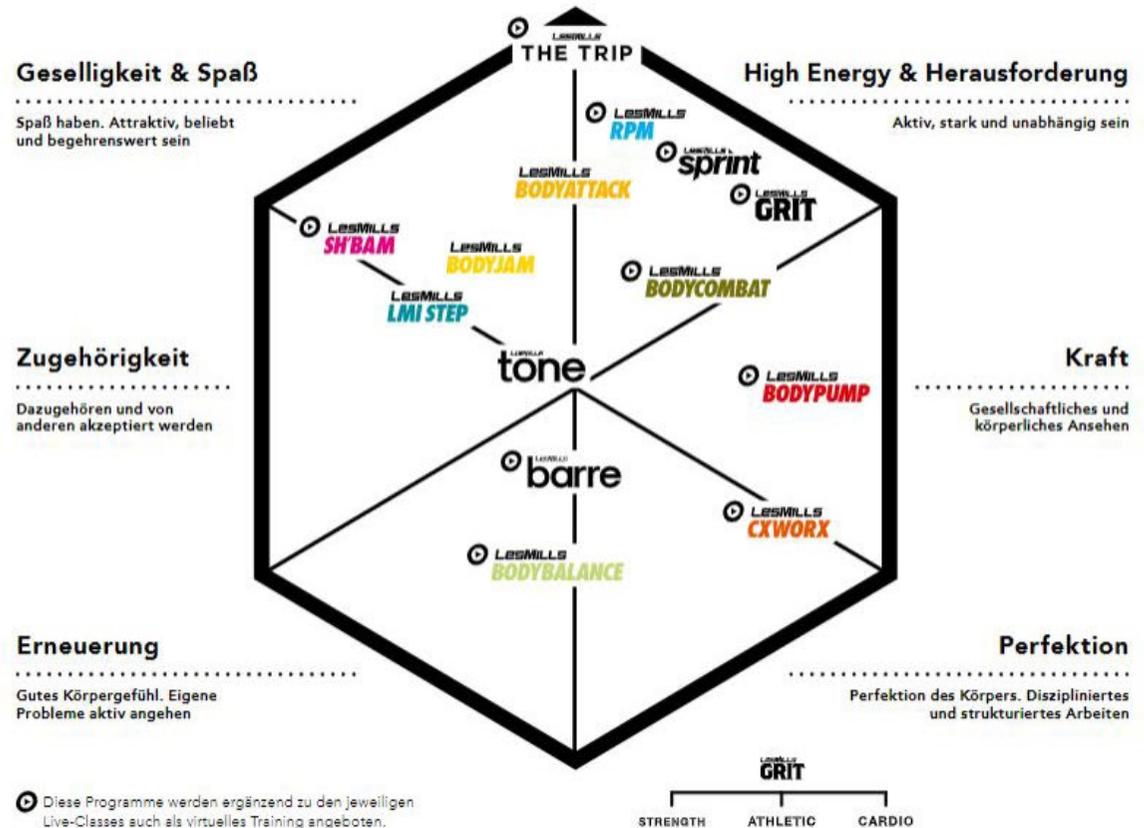
MIT WIE VIELEN CLASSES SOLLTEN SIE BEGINNEN?

Passt das neue Programm zu Ihrer bestehenden Hauptzielgruppe, dann betrachten wir es als eines Ihrer Kernprogramme. In diesem Fall sollten Sie viele Classes dieses Programms anbieten, d. h. mindestens zwei bis drei pro Woche in mehreren Zwei-Stunden-Fenstern.

Führen Sie hingegen ein Programm ein, um eine neue Zielgruppe zu erreichen, dann empfehlen wir Ihnen zunächst eine geringere Anzahl an Classes. Bewerben Sie den Launch des neuen Programms ebenso wie die bestehenden Programme intensiv mit gezieltem Marketing und Aktionen wie „Bring einen Freund mit“. Warten Sie, bis die Classes gut besucht sind, bevor sie die Anzahl erhöhen.

TRAININGSBEDÜRFNISMODELL

Zielgruppenspezifische Programmauswahl zur Stärkung Ihrer bestehenden Position und zum Erschließen neuer Märkte



WEITERE TIPPS FÜR EINEN ERFOLGREICHEN KURSPLAN

- Wenn Sie viele verschiedene Programme anbieten, wird das jeweils nicht zu einer hohen Kursteilnahme führen. In der Regel machen 2-5 Kernprogramme fast 80 % der wöchentlichen Kursteilnahme aus. Pro Kursraum 7-8 Programme anzubieten ist ein guter Anhaltspunkt, um die Kursteilnahme zu optimieren. Ihre Kernprogramme können sie durch vereinzelte speziellere Programme ergänzen, um sicherzugehen, dass sie genug Vielfalt und Auswahlmöglichkeiten bieten.
- Bieten Sie kein Programm an, das nicht mindestens 2-3 Kurse pro Woche füllt.
- Wählen Sie das passende Format: 55, 45 oder 30 Minuten.
- Sobald Sie Ihre Kernprogramme ermittelt haben, versuchen Sie, 60-70 % Ihres Kursplans damit zu füllen. Bieten Sie sie zu den verschiedensten Tageszeiten an, primär allerdings zu Spitzen- und Zwischenzeiten.
- Zu Spitzenzeiten sollten Ihre beliebtesten Instruktor:innen absolute Priorität haben. Sie werden dafür sorgen, dass die Kursteilnahme weiter steigt.
- Beliebte neuere Programme sollten nicht mehr als 30-40 % Ihres Kursplans belegen. Legen Sie sie zudem nicht in die Spitzenzeiten. Sie können zu Zwischen- und Randzeiten Kursteilnehmer anlocken.
- Versuchen Sie, in jedem Zwei-Stunden-Fenster sowohl Cardio- und Kraft- als auch Mind-Body-Kurse anzubieten. Das sind die Komponenten, die Ihre Mitglieder in ihrem Trainingsplan brauchen, um erfolgreich eine Trainingsroutine zu entwickeln. Ein ausgewogener Trainingsplan hilft Ihnen sowohl bei der Mitgliedergewinnung als auch -bindung.
- Versuchen Sie insgesamt eine 80-prozentige Auslastung Ihrer Räumlichkeiten zu erreichen, um Ihre Mietkosten zu optimieren. Bieten Sie auch Virtual Fitness an. Dies ist eine kostengünstige Lösung zur Nutzung Ihrer Kursräume, besonders außerhalb der Spitzenzeiten. Integrieren Sie stets Virtual Classes in Ihren Kursplan.
- Ziehen Sie in Betracht, auf das 30-Minuten-Format zu setzen, vor allem zu Stoßzeiten. Wenn Sie längere Classes durch zwei 30-Minuten-Formate direkt hintereinander ersetzen, dann verbessern Sie damit Ihr Angebot an Live-Kursen, ohne Ihre Kosten für Instruktor:innen zu sprengen. Außerdem verdoppeln Sie damit die Zahl der Mitglieder, die Sie in einer Stunde zufriedenstellen können – das ist besonders zu Stoßzeiten eine wichtige Strategie.

ENTWICKELN SIE IHREN KURSPLAN KONTINUIERLICH WEITER

„Fertig“ sind Sie nie – es ist unerlässlich, dass sie Ihre Ziele immer wieder überprüfen, sich stets weiterentwickeln und Programme austauschen oder neue hinzufügen.

Teilen Sie diese Daten mit Ihren Instruktoern, um ihnen die Veränderung zu erleichtern und den Hintergrund Ihrer Kursplanänderungen verständlich zu machen. So gehen Sie zudem sicher, dass alle auf ihr Ziel fokussiert bleiben.

WICHTIG!

- Messen Sie für jede Class die Kursteilnahme.
- Halten Sie die Daten in einer Management-Software oder einer Tabelle fest.
- Ziehen Sie auch in Betracht, in ein automatisiertes Tracking-System zu investieren.
- Gleichen Sie jedes Quartal die Zahlen mit den Zielen ab.
- Teilen Sie die Zahlen mit Ihren Instruktoern. Sie können auf kein Ziel hinarbeiten, ohne die genauen Zahlen zu kennen.
- Erstellen oder überprüfen Sie jedes Quartal einen Aktionsplan, um Ihre Ziele zu erreichen.



A group of four fitness instructors are captured in a dynamic pose during a workout. They are holding resistance bands and appear to be in the middle of a movement. The setting is a modern studio with large concrete blocks and a corrugated metal wall. The lighting is bright, creating strong shadows on the floor.

03

REKRUTIEREN SIE GEWINNERTYPEN

EINER DER WICHTIGSTEN ERFOLGSSCHLÜSSEL FÜR JEDES NEUE PROGRAMM IST DIE QUALITÄT DER INSTRUKTOREN

Ein Team aus Rockstar-Instruktoren kann tausende Mitglieder und damit Geld in Ihr Studio bringen – durch Mitgliederbindung, neu gewonnene Mitglieder sowie Möglichkeiten für zusätzliche Einnahmequellen.

SCHICKEN SIE GENUG NACHWUCHSTALENTE ZUR AUSBILDUNG

WIE VIELE INSTRUKTOREN BRAUCHEN SIE? MEHR ALS SIE DENKEN:

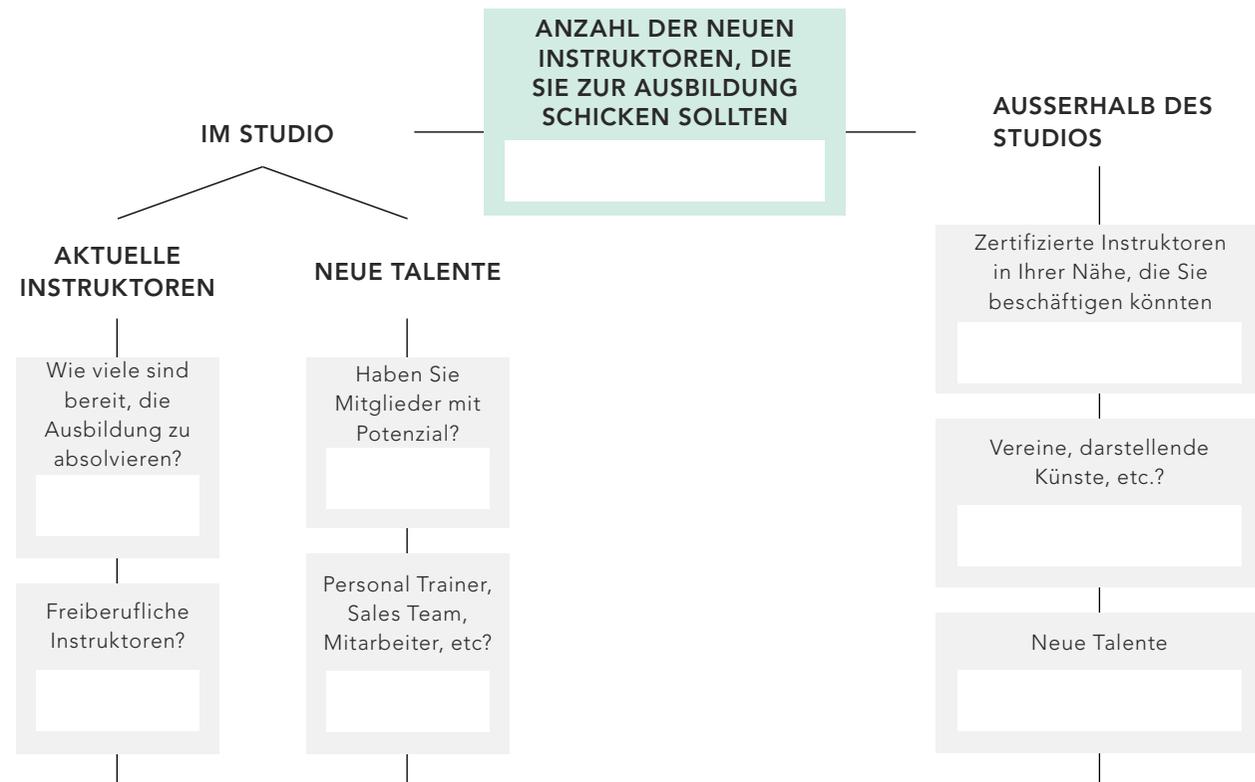
Wie viele Classes soll es in Ihrem Kursplan geben?

Wie viele Instruktoren brauchen Sie, die diese unterrichten? (Min. 3 zertifizierte Instruktoren pro Programm.)

Wie viele Instruktoren kommen aus Ihrem bestehenden Team?

Wie viele neue Instruktoren müssen Sie ausbilden? (Basierend auf Feedback aus der Branche empfehlen wir Ihnen, 50 % Instruktoren neu einzustellen. Bedenken Sie Urlaubszeit, Krankheiten, Kündigungen etc.)

WIE UND WO FINDEN SIE TALENTE?



HOLEN SIE IHRE AKTUELLEN INSTRUKTOREN AN BORD

DAS WIRD ...

- Die Anzahl an Kandidaten reduzieren, die sie rekrutieren und vorbereiten müssen, um Ihre Programm-Einführung zu beschleunigen.
- Potenzielle Kosten senken und den Arbeitsaufwand reduzieren, der nötig ist, um ein völlig neues Instruktoren-Team zusammenzustellen.
- Mitgliedern zeigen, dass die Branche mit Begeisterung neue Programme entwickelt.
- Instruktoren die Möglichkeit geben, sich weiterzubilden und die Performance Ihres Gruppenfitnessangebots im Allgemeinen zu verbessern.

DAS IST ZU TUN...

Gehen Sie auf Ihre Instruktoren zu und erzählen Sie ihnen vom neuen Programm. Wir empfehlen Ihnen, einen kurzen Clip des Programms zu zeigen, damit sie sich damit vertraut machen können.

Organisieren Sie eine Teambesprechung für die folgende Woche.

- Zeigen Sie das Video „Willkommen bei LES MILLS“. Sie können es auf Brand Central herunterladen.
- Bewegen Sie Ihre Instruktoren dazu, an einer Class teilzunehmen.
- Geben Sie ihnen einen Überblick über die Gründe, warum Sie sich für das Programm/die Programme entschieden haben und teilen Sie Ihre Ziele und Ihren Aktionsplan/Eventplan

Sprechen Sie über die Beschäftigung neuer Instruktoren

- Erklären Sie, ob Ihr Studio sich an der Ausbildung beteiligen oder ob die Instruktoren die Kosten selbst übernehmen müssen. Wir empfehlen Ihnen dringend, die Kosten zumindest zum Teil zu übernehmen, da Sie so mögliche Hindernisse aus dem Weg räumen, die Instruktoren davon abhalten könnten, bei Ihnen anzufangen. Je mehr Instruktoren Sie dazu inspirieren, an der Ausbildung teilzunehmen, umso einfacher wird es, ihr anfängliches Team zu bilden und die Einführung schneller über die Bühne zu bringen.
- Setzen Sie Ihren Instruktoren eine Deadline, bis zu der sie entscheiden sollen, ob sie an der Grundausbildung teilnehmen wollen.
- Fragen Sie sie, ob sie andere talentierte Instruktoren oder Neulinge kennen, an die Sie sich wenden könnten.

NACH WEM SUCHEN SIE? ALLGEMEINES

WÄHLEN SIE DIE RICHTIGEN PERSONEN

AUS. DIESE SORGEN DAFÜR, IHREN

KURSRAUM ZU FÜLLEN. SUCHEN

SIE NACH EINEM AUSGLEICH

ZWISCHEN INTERNEN UND EXTERNEN

MOTIVATIONSFAKTOREN.

Die Idealen Instruktoren sind:

- Glaubwürdige optische Vorbilder und haben eine Leidenschaft für Fitness oder Sport.
- Haben eine natürliche Gabe für Interaktion und sind in der Lage, mit verschiedensten Menschen in Kontakt zu treten.
- Von Natur aus in der Lage, Menschen zu motivieren und ihre Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.
- Menschen mit Charisma und der Fähigkeit, effektiv zu kommunizieren.
- Leidenschaftlich, Ihre Mitglieder zu inspirieren und soziale Bindungen zu entwickeln.
- Menschen, die das Leben anderer positiv beeinflussen wollen und eine Gemeinschaft bilden können.
- Gewillt, sich kontinuierlich weiter- und fortzubilden.
- In der Lage, Ihre Unternehmenskultur zu repräsentieren und wollen dabei helfen, Ihr Studio voranzutreiben.



WO SIE GROSSARTIGE INSTRUKTOREN FINDEN

BODYATTACK

BODYATTACK Instruktoress sind energiegeladene und athletisch und verfügen über ein hohes Fitnesslevel, das sie benötigen, um hochintensives Intervalltraining und Core-Übungen zu unterrichten. Sie haben Kraft und Ausdauer.

TALENT POOLS

Besonders fitte und energiegeladene Mitglieder, Gymnastikschulen, Triathleten, Laufgruppen, Sportlehrer, Sportvereine und Menschen mit Erfahrung im Bereich Aerobic

BODYBALANCE

BODYBALANCE Instruktoress sind ruhig, haben ihre innere Mitte gefunden, sind stark und schlank. Sie verfügen über ein moderates bis hohes Fitnesslevel und haben eine besondere Fähigkeit, die Teilnehmer durch die Übungen zu begleiten.

TALENT POOLS

Yogalehrer, Gesundheitscamps, Gymnastikschulen, Pilates- und Tai-Chi-Instruktoress sowie Menschen mit Erfahrung im Bereich Aerobic

BODYCOMBAT

BODYCOMBAT Instruktoress sieht man an, dass Sie Erfahrung im Kampfsport haben. Sie haben ein hohes Fitnesslevel um können das Programm darum mit Energie, Explosivität und Power unterrichten.

TALENT POOLS

Kampfsportvereine und -schulen, Militär- und Polizeikräfte, Sportclubs, Personal Trainer, die auf Kampfsport spezialisiert sind

BODYJAM

BODYJAM Instruktoress sind hip und funky. Sie haben ihren eigenen Stil und tanzen sehr gut. Idealerweise kommen sie aus dem Bereich Tanz, denn sie müssen die unterschiedlichen Tanzstile des Programms beherrschen, um ein guter Coach und ein Vorbild zu sein.

TALENT POOLS

Tanz- und Schauspielschulen, Tanz- und Theatergruppen, Hip Hop-Gruppen, Tanzgruppen, Cheerleader, Gymnastikvereine

BODYPUMP

BODYPUMP Instruktoress haben eine gute allgemeine Fitness. Sie haben eine gute Haltung und man sieht ihnen an, dass sie mit Gewichten trainieren.

TALENT POOLS

Trainer (im Bereich Krafttraining), Personal Trainer, Mitglieder von Sportvereinen (Leichtathletik, Rugby, Fußball, etc.) sowie Sportlehrer

LMI STEP

LMI STEP Instruktoress verfügen über ein moderates bis hohes Fitnesslevel. Sie sind strukturiert, dynamisch, freundlich, motivierend und mitreißend.

TALENT POOLS

Gymnastikschulen, Aerobic-Trainer, Cheerleader, Tanz- und Schauspielschulen, Sportvereine

LES MILLS TONE

LES MILLS TONE Instruktoress verfügen über ein moderates bis hohes Fitnesslevel und sind in der Lage, die korrekte Haltung und Ausführung perfekt zu demonstrieren.

TALENT POOLS

Fitnessexperten, die auf Crosstraining spezialisiert sind und eine Leidenschaft für die perfekte Übungsausführung haben

WO SIE GROSSARTIGE INSTRUKTOREN FINDEN

SH'BAM

SH'BAM Instruktoren sind kontaktfreudig und sympathisch. Sie sind fit und bewegen sich gerne. Sie sollten über eine besondere Persönlichkeit verfügen und in der Lage sein, eine Partystimmung zu verbreiten.

TALENT POOLS

Tanz- und Schauspielschulen, Theatergruppen, Cheerleader und Gymnastikverein

CXWORX

CXWORX Instruktoren sind stark, fit und definiert. Sie haben eine ausgeprägte Core-Muskulatur und eine gute Haltung. Sie sind nicht nur optische Vorbilder, sondern auch großartige Coaches und von Natur aus kontaktfreudig.

TALENT POOLS

Personal Trainer, Trainer im Bereich Krafttraining, Instruktoren, Mitglieder mit Traingswissenschaftlichem Hintergrund, Instruktoren anderer Gruppenfitnessprogramme

LES MILLS GRIT

LES MILLS GRIT Instruktoren sind Fitness-Vorbilder, die andere mit ihrem Äußeren und ihrer Kraft motivieren.

TALENT POOLS

Trainer im Bereich Krafttraining, Personal Trainer, Mitglieder mit sportwissenschaftlichem Hintergrund, Mitglieder von Sportvereinen (Leichtathletik, Rugby, Fußball, etc.) sowie Sportlehrer

RPM

RPM Instruktoren sehen aus und bewegen sich wie Radsportler. Auf dem Bike sehen bewegen sie sich mit Leichtigkeit und Power, sie haben eine ausgeprägte Ausdauer und sind in der Lage, die Teilnehmer durch Steigungen, flache Ebenen, Spitzen, Zeitrennen und Intervalle zu führen. Sie können außerdem für Teamgeist sorgen.

TALENT POOLS

Triathleten, Rennradfahrer, Fahrradgeschäfte, Kurierdienste, Sportlehrer und Sportvereine

LES MILLS SPRINT

LES MILLS SPRINT Instruktoren sollten jung (idealerweise Millennials), fit und athletisch, cool und selbstbewusst sein und von Natur aus kontaktfreudig sein.

TALENT POOLS

LES MILLS GRIT Instruktoren, Coaches, Personal Trainer, Mitglieder in Sportmannschaften, Mitglieder mit sportwissenschaftlichem Hintergrund

THE TRIP

THE TRIP Instruktoren sollten jung (idealerweise Millennials), fit und cool und selbstbewusst sein und von Natur aus motivierend sein. Sie sollten ausdrucksstark sein, innovativ denken und vielleicht aus dem Bühnenbereich kommen.

TALENT POOLS

Theatergruppen, Model-/Talentagenturen, Gruppenfitness- bzw. LES MILLS GRIT Instruktoren

LES MILLS BARRE

LES MILLS BARRE Instruktoren sind elegant und grazil. Sie haben eine herausragende Haltung, Körperwahrnehmung und sind von Natur aus herzliche, positive Menschen. Außerdem sind sie modern und inspirieren andere durch ihr Äußeres, ihre Beweglichkeit und Körperkontrolle.

TALENT POOLS

Lehrerinnen oder Lehrer mit Tanz- oder Gymnastikhintergrund, Mind-/Body-Coaches, Ballett-/Tanzlehrer

INSTRUKTOREN REKRUTIEREN: ABLAUF UND TOOLS

SNAP SHOT CHECKLIST FOR POTENTIAL INSTRUCTORS

Club name:		Name:	
Date:		Program leading for:	
Class type:			

1. Tick the questions for each candidate.
2. Use these guidelines to determine whether the candidate will be invited for a chat. Remember to always keep in mind that this is not an exact science.
3. Determine which program(s) is potentially the best fit for your candidate by using the program essences.

CLASS
Passionately taking part in the class.
Timing- correct beat and phrase of the music - (where relevant moves with the music and on the correct beat)
Additional comments:
TECHNIQUE
Good posture and alignment (safe position, relevant to activity).
Effective execution (strong execution of move, moves with control, full range, precision)
Physical role model (demonstrates intensity, inspiring movement).
Demonstrates options (can & does physically show all levels of options).
Additional comments:
TEAM FIT
Fit your brand and club culture
Fit well with your existing team
Willing to grow the club and passionate about developing others
Push themselves to be better/ enjoy challenging themselves.
Additional comments:
CONNECTION
Shows charisma, star quality and x-factor
Naturally able to hold people's attention.
Connects with the emotion of the music.
Shows personality (authentic, shows enjoyment & fun).
Interaction (communicates, supports and engages well with people).

POTENZIELLE INSTRUKTOREN

Überprüfen und bewerten Sie potenzielle Kandidaten bei der Teilnahme an einer Class. Sie sollten sich außerdem vorstellen und erklären, was Fitness ihnen bedeutet.

SNAP SHOT CHECKLIST FOR EXISTING INSTRUCTORS

Club name:		Name:	
Date:		Program leading for:	
Class type:			

1. Tick the questions for each candidate.
2. Use these guidelines to determine whether the candidate will be invited for a chat. Remember to always keep in mind that this is not an exact science.
3. Determine which program(s) is potentially the best fit for your candidate by using the program essences.

Pre-class interaction (communicates, supports and engages with class participants prior to the class starting).
Identifies new participants and discussed options. Eg. option to attend half class for first 2 weeks (SPARTANISM).
Arrives early to class, class starts on time (0-commisses early to interact with participants, setup music & equipment, health & safety checks)
CLASS CONTENT
Confidently delivering content-pre-choreographed or freestyle.
Timing- correct beat and phrase of the music (where relevant moves with the music and on the correct beat).
Additional comments:
TECHNIQUE
Good posture and alignment (safe position, relevant to activity).
Effective execution (strong execution of move, moves with control, full range, precision).
Physical role model (demonstrates intensity, inspiring movement).
Additional comments:
COACHING
Clear effectively phrased of the move.
Clear verbal and visual cues.
Coaches the benefits of the move (eg. "brace your abs to protect your spine").
Coaches intensity options, relevant to individual/class needs.
Looks, observes and responds to class/individual needs.
Additional comments:
CONNECTION
Visual contrast (uses the video to match the highs and lows of the music).
Connects with the emotion of the music to enhance the enjoyment of the class, where relevant.
Shows personality (authentic, shows enjoyment & fun).
Post- class interaction (communicates, supports and engages with class participants following the class).
Class finished on time.

BESTEHENDE INSTRUKTOREN

Kandidaten, die Erfahrung im Unterrichten haben – sie sollten 10 Minuten auf der Bühne vor einem Publikum unterrichten.

LES MILLS™ INSTRUCTOR QUALIFICATION GUIDE
THE MEETING

QUESTIONS

Choose 2 or 3 questions from each section to structure the chat. There is only one compulsory question we recommend, which sits in 'Background', if it is relevant, and it is noted in this section.

1. BACKGROUND					
Could you tell me a little bit about your background? Please start after high school and tell me what you have done generally and specifically relating to Group Fitness.	1	2	3	4	5
Why do you want to become an Instructor?	1	2	3	4	5
What attracted you to our facility?	1	2	3	4	5
* What were you doing from to Between Job A and Job B?	1	2	3	4	5

* Single compulsory question in this guide, if relevant.

2. PERSONALITY					
How would you describe yourself?	1	2	3	4	5
What do you enjoy doing the most?	1	2	3	4	5
What do you most enjoy in Group Fitness or teaching?	1	2	3	4	5
What has been your most rewarding accomplishment (personal or work)?	1	2	3	4	5
What do you think is the key to your success?	1	2	3	4	5
What is your general attitude towards life?	1	2	3	4	5
How have you found ways to make activities more rewarding?	1	2	3	4	5
Outline the 3 key elements of instruction to the candidate and ask where they think their strengths lie and why.	1	2	3	4	5
Describe your perfect teaching week	1	2	3	4	5
What motivates you most as an instructor: money, status, personal/professional development and why?	1	2	3	4	5
What do you least enjoy in Group Fitness or teaching?	1	2	3	4	5
What type of compensation would make you happy?	1	2	3	4	5

3. ROLE MODEL/ PHYSICAL					
Tell me about a typical workout week for you.	1	2	3	4	5
What exercise do you enjoy the most (other than group exercise)?	1	2	3	4	5
Describe how you have set a fitness goal and how you have achieved it.	1	2	3	4	5

VORSTELLUNGSGESPRÄCH

Führen Sie mit allen ausgewählten Kandidaten ein ausführliches Vorstellungsgespräch.

ORGANISIEREN SIE EIN REKRUTIERUNGS-EVENT

WENN SIE AUF DER SUCHE NACH MEHR ALS DREI INSTRUKTOREN SIND, EMPFEHLEN WIR IHNEN, EIN REKRUTIERUNGS-EVENT ZU VERANSTALTEN.

ÜBERBLICK

Veranstalten Sie unter der Woche abends oder am Wochenende ein Event, um möglichst viele Kandidaten auf einmal zu erreichen. Veranstalten Sie es zwei bis drei Wochen vor der Instruktoren Grundausbildung.

Damit sparen Sie Zeit, es ist kosteneffizient und bietet eine spaßige, aber professionelle Art, Instruktoren zu rekrutieren.

Es ist kein formelles „Vorsprechen“, daher können sich viele potenzielle Kandidaten vorstellen, ohne den Stress eines offiziellen Termins.

Machen Sie zwei bis drei Wochen vor dem Event sowohl intern als auch extern das Event. Überlegen Sie sich, wo Sie am besten die Menschen finden, die Sie suchen und wo Sie am besten Ihre Werbung platzieren.

ABLAUF

01 WILLKOMMEN

- Wie ist es, LES MILLS Gruppenfitness-Instruktor zu sein?
- Was ist LES MILLS und was ist unsere Mission?
- Zeigen Sie das „One Tribe“-Video

02 QUALITÄTEN EINES INSTRUKTORS & AUSBILDUNGSMÖGLICHKEITEN

- Die fünf Schlüsselemente, um ein herausragender Instruktor zu werden
- Ausbildungsmöglichkeiten für LES MILLS Instruktoren

03 TRAININGSBEDÜRFNISMODELL

- Erklären Sie, warum sowohl der Instruktor als auch die Teilnehmer zum Programm passen sollten.
- Beantworten Sie mögliche Fragen

04 WIE PROFITIEREN POTENZIELLE INSTRUKTOREN? DIE VORTEILE

- Nennen Sie die wichtigsten Vorteile eines von LES MILLS zertifizierten Instructors.
- Nennen Sie weitere Vorteile, die Ihr Studio exklusiv bietet.

05 VORSTELLUNG DES STUDIOS

- Erklären Sie die nächsten Schritte des Bewerbungsprozesses.

06 VIELEN DANK

- Bedanken Sie sich herzlich bei allen Teilnehmern.
- Spielen Sie das LES MILLS Programm-Video ab.



BILDEN SIE IHRE INSTRUKTOREN MIT LES MILLS AUS

MACHEN SIE SIE ZU ROCKSTAR-INSTRUKTOREN — IN KÜRZESTER ZEIT.

BESTANDTEILE DER AUSBILDUNG	LES MILLS	STUDIO
Wahl der Kandidaten		✓
Grundausbildung (Initial Module Training)	✓	
Nach Beendigung der Ausbildung: Erlaubnis zu unterrichten – mit Benotungssystem	✓	
Team-Training vor dem Launch		✓
Einsendung eines Assessment-Videos für die Zertifizierung (nach Ausbildung)		✓
Internationale Zertifizierung als Instruktor	✓	
Kontinuierliche Fort- und Weiterbildung – Quarterlies	✓	
Team-Training vor jedem vierteljährlichen Launch		✓
Coaching und Leistungsbeurteilung vor Ort		✓
Aufbauende Ausbildung: Advanced Training	✓	

MACHEN SIE IHR TEAM BEREIT FÜR DIE EINFÜHRUNG

INITIAL MODULE TRAINING, DAS ZUR
INTERNATIONALEN ZERTIFIZIERUNG
FÜHRT.

SCHRITT 01

Grundausbildung (Initial Module
Training)

ERLEDIGT

SCHRITT 02

Die Grundlagen – aber richtig

Vollständiges Einstudieren der
Choreografie

Üben anhand der Masterclass:

- Erst mit Blick auf den Bildschirm, um
genaues Timing zu üben
- Anschließend ohne Bildschirm

Üben mit einem Partner vor dem Spiegel,
mit Fokus auf Technik und Timing

Mithilfe einer spezifischen Programm
Challenge die Fitness steigern.

Üben der grundlegenden Coaching-
Fähigkeiten

LEVEL 01:

Üben allein oder mit dem Partner, mit
Fokus auf den richtigen Coaching-Cues
zu Choreografie-Wechseln

LEVEL 02:

Üben mit dem Partner der
grundlegenden Coaching-Cues:
Überprüfung von Fokus, Setup und
obligatorischer Coaching-Cues.

LEVEL 03:

Mit dem Partner, anschließend mit
Gruppe

ERLEDIGT

MACHEN SIE IHR TEAM BEREIT FÜR DIE EINFÜHRUNG

SCHRITT 03

Generalproben

Einführung der Classes planen:

- Instruktoren die jeweiligen Tracks zuweisen
- Position auf der Bühne besprechen
- Eine Person auswählen, die die Vorstellung der Class übernimmt
- Outfits aufeinander abstimmen

Erstellen sie Skripte der einleitenden Worte (Vorstellung der Class) und versenden Sie sie.

Jeder bereitet sich weiter individuell vor.

Führen Sie in den fünf Tagen vor dem Event mindestens zwei Probedurchläufe mit dem Team und allen Instruktoren durch.

Der zweite Probedurchlauf sollte max. 48 Stunden vor dem Event stattfinden.

Alle Studiomitarbeiter (inklusive der Sales- und Empfangsmitarbeiter) sollten anwesend sein und Feedback geben.



SCHRITT 04

Tag der Einführung

Die Instruktoren gehen vor der Class Track-Fokus, Musik, Choreografie und die wichtigsten Coaching-Cues durch.

Gehen Sie mit dem Team vor der Class ein letztes Mal alles durch.

Richten Sie im Vorfeld Equipment, Mikrofon und Musik ein.

Alle Instruktoren sind 30 Minuten vor der Class anwesend und unterhalten sich mit den Gästen.

Bereiten Sie Ihren Gästen ein unvergessliches Erlebnis!

Nach der Class mischen sich die Instruktoren unter die Leute.



SCHRITT 05

Internationale Zertifizierung

Aufnahme einer vollständigen Class nach der Ausbildung (Assessment Video).

Einsendung des Videos an das zuständige LES MILLS Büro nach der Ausbildung.

Internationale Zertifizierung





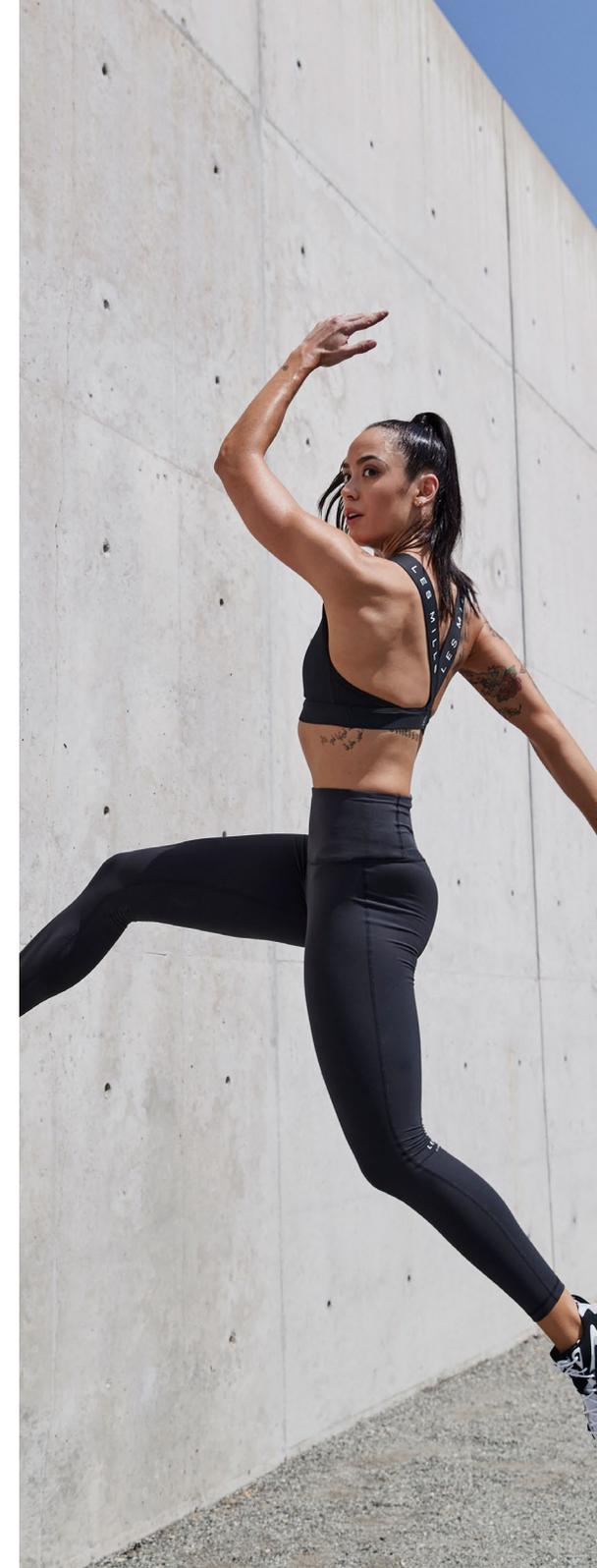
04

**ENTWICKELN SIE EINEN AUS- UND
FORTBILDUNGSPLAN**

GEBEN SIE IHREN MITARBEITERN WISSEN AN DIE HAND

**INSTRUIEREN SIE ALLE MITARBEITER, MITGLIEDERN GRUPPENFITNESS ALS TEIL
IHRES TRAININGSPLANS ZU EMPFEHLEN. SORGEN SIE DAFÜR, DASS MITGLIEDER
SO FRÜH WIE MÖGLICH DIE RICHTIGEN GEWOHNHEITEN ENTWICKELN, DIE DIE
GRUNDLAGE EINER LEBENSLANGEN MITGLIEDSCHAT BILDEN.**

Wie effizient Sie Ihre Kursteilnahme und Mitgliedszahlen steigern, hängt davon ab, wie Ihre Mitarbeiter Ihr Produkt verkaufen und ob sie Ihren Mitgliedern und potenziellen Neumitgliedern Ihr Kursangebot empfehlen. Geben Sie Ihnen fundiertes Produktwissen an die Hand, damit sie es effektiv weitergeben können.



2-STÜNDIGE PRODUKTSCHULUNG

FÜHREN SIE EINE DYNAMISCHE, INTERAKTIVE SCHULUNG MIT IHREN MITARBEITERN DURCH. HALTEN SIE SICH DABEI AN DAS FOLGENDE MUSTER.

SCHRITT 01

Stellen Sie Ihre Ziele für die Programmimplementierung und das Einführungs-Event vor.

SCHRITT 02

Instruktoren unterrichten das neue Programm, damit der Rest der Mitarbeiter das Programm hautnah aus Sicht eines Teilnehmers bzw. Anfängers erleben kann.

SCHRITT 03

Händigen Sie jedem Mitarbeiter eine Kopie der „Getting Started“-Broschüre und eine Kopie der Programmbeschreibungen aus diesem Handbuch aus. Führen Sie dann drei Übungen durch.

ÜBUNG 01 — EIGENSCHAFTEN UND VORTEILE

Teilen Sie Ihre Mitarbeiter in Dreiergruppen auf. Idealerweise mischen Sie Instruktoren mit Mitarbeitern aus dem Sales-/Empfangsteam.

Weisen Sie jeder Gruppe drei Eigenschaften jedes Programms zu, das sie einführen.

z. B. BODYPUMP: Training mit Gewichten zu Musik, Programm mit fester Choreografie, 55-minütiges Ganzkörper-Workout, mitreißende Musik, etc.

Geben Sie Ihnen fünf Minuten Zeit, um drei Vorteile (aus Teilnehmersicht) für jede Eigenschaft zu finden.

Anschließend trägt jede Gruppe ihre Ergebnisse vor und erhält, wo nötig, Feedback.

2-STÜNDIGE PRODUKTSCHULUNG

ÜBUNG 02 — ROLLENSPIELE

Teilen Sie Ihre Mitarbeiter in Dreiergruppen aus und weisen Sie jeder Gruppe eines der folgenden Profile zu:

- 40-jährige Frau, die seit einigen Jahren kaum Sport treibt und sich unsicher fühlt. Sie möchte abnehmen und wieder in Form kommen.
- 30-jähriger Mann, mit starker, motivierter Persönlichkeit und anspruchsvollem Job, der fit und in Form bleiben will, ohne zu viel Zeit zu investieren.
- 25-jährige Frau, die regelmäßig trainiert und auf der Suche nach einem spaßigen und energiegeladenen Workout ist, das sie mehrmals pro Woche absolvieren kann.

Fordern Sie jede Gruppe auf, eine Präsentation vorzubereiten und der imaginären Person das richtige Programm zu „verkaufen“. Sie müssen die Eigenschaften und Vorteile sorgfältig abwägen und auf die jeweilige Person abstimmen.

Führen Sie anschließend Rollenspiele durch, bei denen eine Person aus einer anderen Gruppe die Rolle des Kunden übernimmt.

Das führen die Gruppen für jedes Programm durch, das Sie einführen, und geben jeweils Feedback.

ÜBUNG 03 — ÜBERWINDUNG VON HINDERNISSEN

Bitten Sie Ihre Mitarbeiter, sich einzeln zu überlegen, welche die fünf größten Hindernisse sind, denen sich Menschen gegenüber sehen, bevor sie an einem Gruppenfitnesskurs teilnehmen (z. B. warum sie zunächst keine Kurse besuchen wollen) sowie die fünf größten Hindernisse, an einem Kurs teilzunehmen, auch wenn der Teilnehmer ihn bereits ausprobiert hat.

Fordern Sie Ihre Mitarbeiter auf, die Ergebnisse mit der Gruppe zu teilen und wählen sie anschließend die Top 5 in beiden Kategorien.

Teilen Sie die Gruppe in Zweiergruppen auf und teilen Sie ihnen je ein paar Hindernisse zu, die sie der Gruppe vortragen.

Jedes Paar erklärt beim Vortrag, wie das Hindernis überwunden werden kann und wie sie eine Person motivieren würden, einen Kurs auszuprobieren bzw. wieder zu besuchen.

Besprechen Sie die Vorträge und teilen Sie Ihre Gedanken dazu.

BODYATTACK

CARDIO

ESSENZ

BODYATTACK ist eine energiegeladene Class, die sowohl für absolute Anfänger als auch Fitness-Freaks geeignet ist. Das Workout kombiniert athletische Bewegungen wie Laufen, Ausfallschritte oder Sprünge mit Kraftübungen wie Push-Ups und Squats.

Ein LES MILLS Instruktor und energiegeladene Beats führen dich durch dieses Ganzkörper-Workout. BODYATTACK bringt dich in positiver Weise dazu, an deine Grenzen zu gehen. Nach der Class fühlst du dich einfach großartig. Mach dich bereit für mehr.

Einer der größten Vorteile von BODYATTACK? Du verbesserst deine funktionelle Fitness – das heißt du wirst rundum fit für den Alltag.

VORTEILE

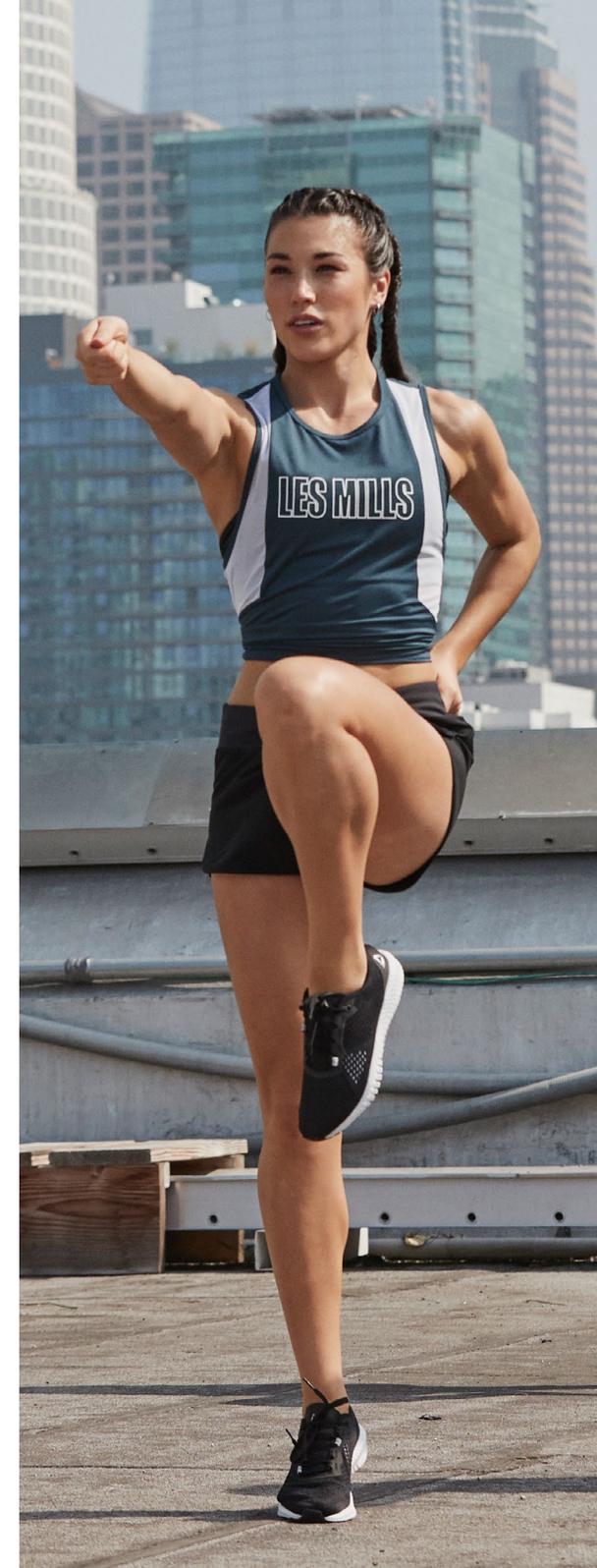
- Steigere deine funktionelle Fitness – komme fit durch den Alltag
- Verbrenne Kalorien und steigere deine Ausdauer
- Straffe und forme deinen Körper
- Verbessere deine Koordinationsfähigkeit und Beweglichkeit

NOCH NIE BODYATTACK GEMACHT?

Du kannst jedes BODYATTACK-Workout an dein derzeitiges Fitnesslevel anpassen:

- Absolviere die einfacheren Varianten, die der Instruktor vorgibt
- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses.

Verfügbar im 30-, 45- und 55-minütigen Format
Verfügbar live und bei LES MILLS On Demand



BODYBALANCE

FLEXIBILITÄT / CORE

ESSENZ

BODYBALANCE ist eine innovative Yoga-Class, an der jeder teilnehmen kann.

Mit den Bewegungsabläufen zu fließender Musik tust du Körper und Geist etwas Gutes und steigerst dein Wohlbefinden.

BODYBALANCE vereint sichere und einfache Dehnübungen, Bewegungen und Posen aus Yoga, Tai Chi und Pilates. Eine kontrollierte Atmung ist Bestandteil aller Übungen. Für Anfänger gibt der Instruktor leichtere Varianten vor.

Wenn du noch nie Yoga gemacht hast, dann ist BODYBALANCE ein großartiger Allrounder für den Einstieg. Durch seine Vielseitigkeit ist BODYBALANCE auch für Menschen geeignet, die bereits Yoga-Erfahrung haben.

VORTEILE

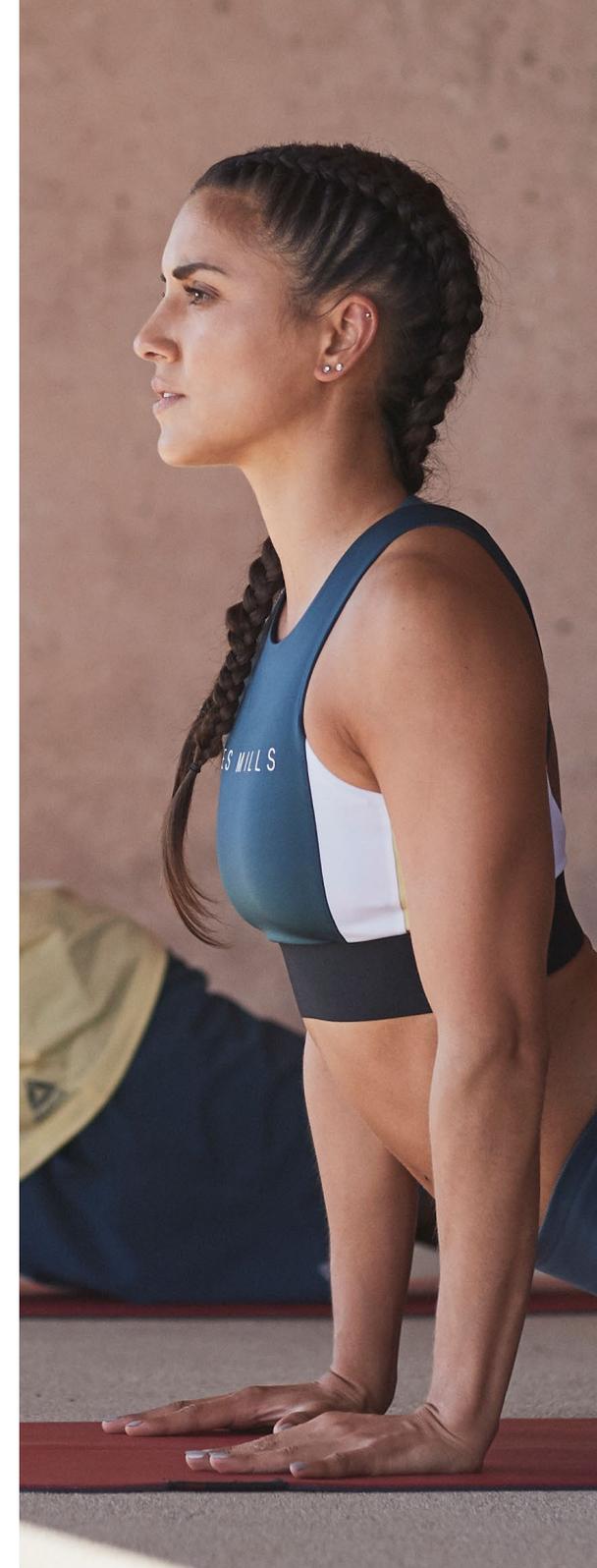
- Verbesserte Beweglichkeit
- Starker Core und mehr Stabilität
- Positive Effekte auf Körper und Geist
- Entspanntes Gefühl nach der Class

NOCH NIE BODYBALANCE GEMACHT?

Der Instruktor gibt dir die passenden Varianten vor, die zu deinem derzeitigen Fintesslevel passen:

- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses.

Verfügbar als 30-, 45- und 55-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



BODYCOMBAT

CARDIO / MARTIAL ARTS

ESSENZ

BODYCOMBAT ist ein energiegeladenes, von Kampfsport inspiriertes Workout. Du schlägst und kickst du dich fit und stark. Die Bewegungen sind vollständig kontaktlos und leicht auszuführen.

Ein LES MILLS Instruktor führt dich durchs Workout, steigert die Intensität und motiviert dich, das Beste aus jeder Runde herauszuholen. Du baust Stress ab, hast eine Menge Spaß und fühlst dich wie ein Champion.

VORTEILE

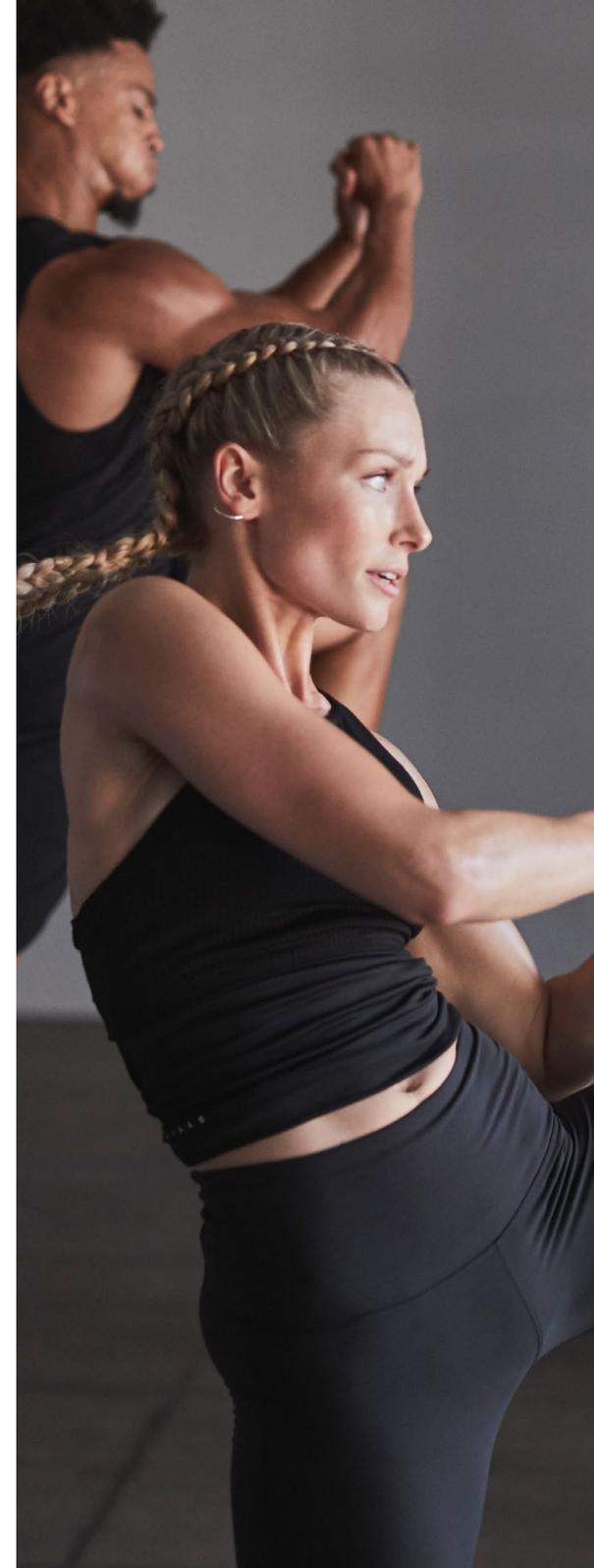
- Definiere Arme, Rücken und Schultern und bring deinen Core zum Brennen.
- Verbrenne Kalorien und bringe deine Ausdauer auf ein neues Level
- Entwickle Koordinationsfähigkeit, Beweglichkeit und Schnelligkeit
- Fühle dich energiegeladen

NOCH NIE BODYCOMBAT GEMACHT?

Du kannst jedes BODYCOMBAT-Workout an dein derzeitiges Fitnesslevel anpassen:

- Absolviere die einfacheren Varianten, die der Instruktor vorgibt
- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses.

Verfügbar als 30-, 45- und 55-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



BODYJAM

TANZ / CARDIO

ESSENZ

BODYJAM ist die ultimative Kombination aus Musik, Tanz und Spaß. Deine aktuellen Lieblingslieder? BODYJAM hat sie alle. Dieser neue Tanzstil, von dem du gehört hast? Gab es bei BODYJAM schon letztes Jahr.

BODYJAM vereint Elementen aus: House, Hip Hop, Drum 'n' Bass, Trap, alle Stile von Electronic Dance Music – das ist das Herzstück von BODYJAM.

Die Choreografien stammen von Gandalf Archer-Mills.

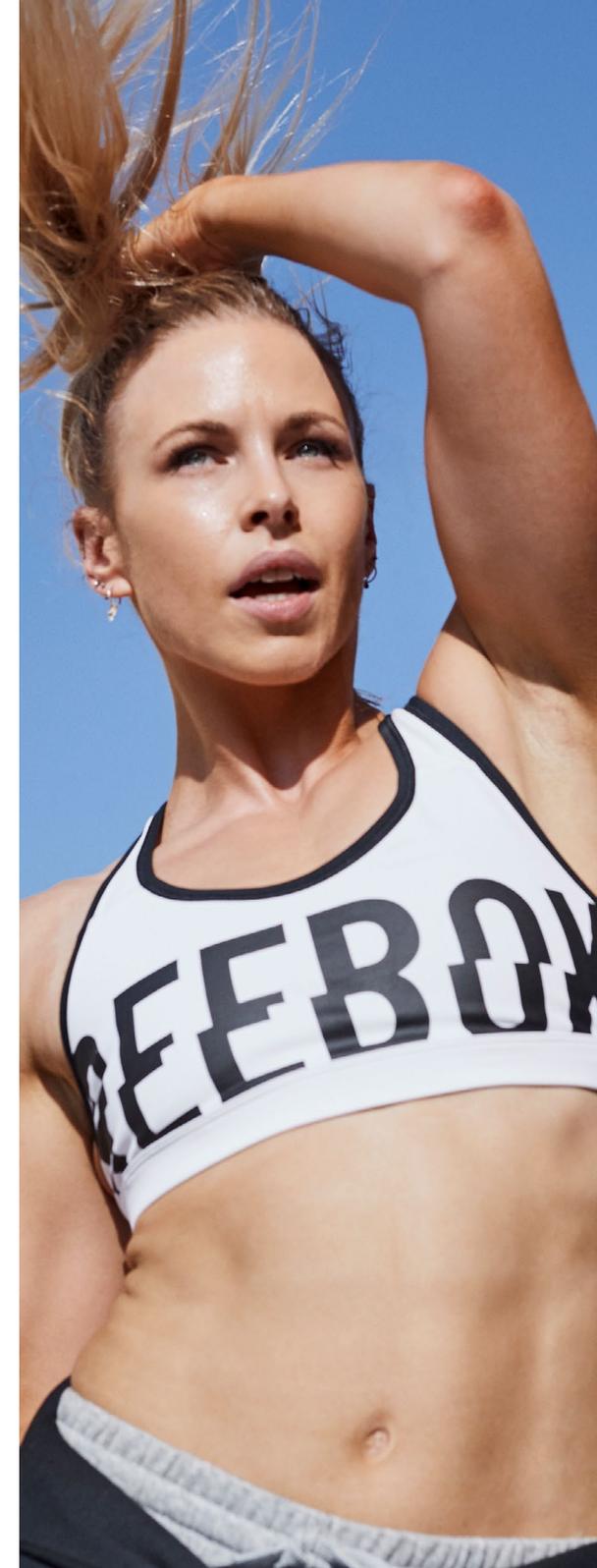
VORTEILE

- Verbrenne Kalorien
- Steigere deine Ausdauer
- Verbessere Beweglichkeit und Koordinationsfähigkeit
- Baue Selbstvertrauen auf
- Lass dich von Top-Hits und den heißesten Dance Moves mitreißen

NOCH NIE BODYJAM GEMACHT?

- Trage bequeme, locker sitzende Kleidung
- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses.

Verfügbar als 30-, 45- und 55-minütiges Format
Verfügbar als Live-Class



BODYPUMP

KRAFT

ESSENZ

BODYPUMP ist ein Langhantel-Workout, das für jeden geeignet ist. Mit dieser Art des Gewichtstrainings formst und definierst du deinen Körper und wirst fit.

Durch den Einsatz moderater Gewichte und vieler Wiederholungen (Reps) ist BODYPUMP ein Ganzkörper-Workout, bei dem du eine Menge Kalorien verbrennst. Du formst und definierst den gesamten Körper, ohne massige Muskeln aufzubauen.

Der Rep Effekt – eine bewährte Trainingsform von LES MILLS – ist das Geheimnis für schlanke, athletische Muskeln ohne, dass mit schweren Gewichten trainiert werden muss.

Durch die Motivation und die mitreißende Musik bei BODYPUMP erreichst du viel mehr als allein!

Der Instruktor zeigt dir alle Varianten und Techniken, die du brauchst, damit deine erste Class Spaß macht und verletzungsfrei abläuft. Du fühlst dich gefordert und motiviert und bist bereit, beim nächsten Mal mehr zu geben.

VORTEILE

- Forme und definiere deinen Körper
- Verbrenne Kalorien
- Verbessere deine Knochengesundheit
- Stärke deinen Core

NOCH NIE BODYPUMP GEMACHT?

Du kannst jedes BODYPUMP-Workout an dein derzeitiges Fitnesslevel anpassen:

- Starte mit leichtem Gewicht oder sogar nur mit der Langhantel
- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses.
- Starte mit ein bis zwei Classes pro Woche

Verfügbar als 30-, 45- und 55-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On-Demand



LMI STEP

CARDIO

ESSENZ

LMI STEP ist ein Ganzkörper-Cardio-Workout, das jeden – vom Anfänger bis zum Fitness-Freak – mitreißt.

LMI STEP ist ein Step-Workout mit simplen Bewegungen wie Gehen oder Treppensteigen – mit dem du besonders Po und Oberschenkel formst.

Es erwartet dich eine Mischung aus schnellem, rhythmischem Stepping kombiniert mit Übungen wie Squats oder Lunges, die deine Beine so richtig zum Brennen bringen. Hinzu kommen Übungen wie Burpees und Push-ups oder Übungen mit Gewichtsscheiben.

Das Ergebnis? Ein mitreißendes, spaßiges Ganzkörper-Workout! Und keine Sorge. Es gibt verschiedene Übungsvarianten, sodass jeder auf seine Kosten kommt und nach der Class das Gefühl hat, etwas erreicht zu haben.

VORTEILE

- Treibe deinen Puls in die Höhe und steigere deine Ausdauer
- Steigere deine Muskelausdauer
- Definiere und forme Po und Beine
- Verbrenne Kalorien
- Verbessere deine Koordinationsfähigkeit und Beweglichkeit

NOCH NIE LMI STEP GEMACHT?

Du kannst jedes LMI STEP-Workout an dein derzeitiges Fitnesslevel anpassen:

- Absolviere die einfacheren Varianten, die der Instruktor vorgibt
- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses

Verfügbar als 30-, 45- und 55-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



RPM

CYCLE / CARDIO

ESSENZ

RPM ist eine Indoor-Cycling-Class zu rhythmischer, motivierender Musik. Du verbrennst eine Menge Kalorien und steigerst deine Fitness.

Inspiziert durch das Rennradfahren gibt es bei RPM eine Reihe von simulierten Steigungen und Sprints. Das Ergebnis? Ein Workout, bei dem du die Intensität bestimmst .

Der Instruktor demonstriert dir die wichtigsten Bewegungen wie das Fahren im Stehen und im Sitzen, die verschiedenen Handpositionen oder schnelles und langsames Treten. Du bestimmst dein eigenes Widerstandslevel und deine Sprintgeschwindigkeit, sodass du dich mit der Zeit steigern kannst.

Nach einer RPM Class hast du das Gefühl, etwas erreicht zu haben, fühlst dich euphorisch und freust dich schon auf die nächste Class.

VORTEILE

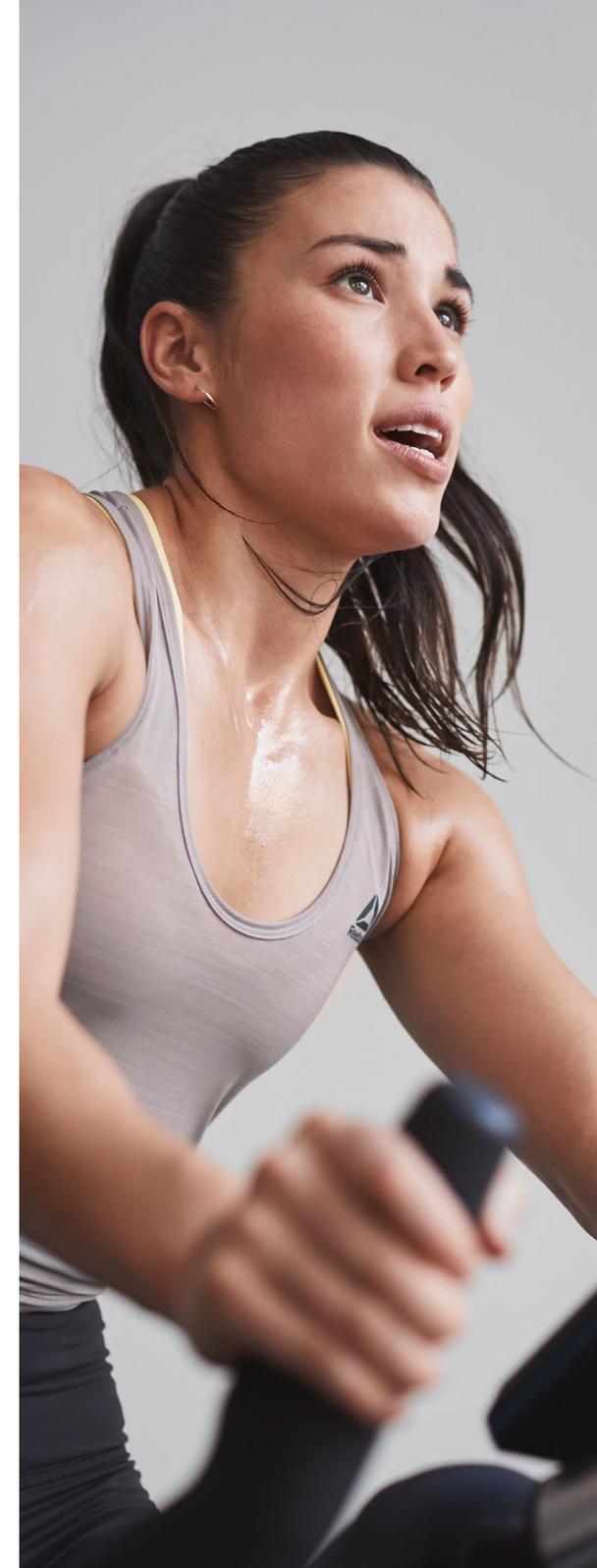
- Verbessere deine Ausdauer und Kondition
- Verbrenne Kalorien und Fett
- Forme und definiere deine Beinmuskulatur
- Fühle den Endorphinrausch

NOCH NIE RPM GEMACHT?

Der Instruktor zeigt dir, wie du dein Bike einstellst und wie du RPM an dein aktuelles Fitnesslevel anpasst:

- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses.

Verfügbar als 45-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual, auf dem LES MILLS Virtual Bike
und bei LES MILLS On Demand



SH'BAM

TANZ / CARDIO

ESSENZ

Ein spaßiges Tanz-Workout, das süchtig macht. Bei SH'BAM lassen wir unser Ego zu Hause.

Keine Tanzerfahrung nötig!

Bring einfach eine positive Einstellung und ein Lächeln auf den Lippen mit und sei offen. Dein Instruktor führt dich durch einfache (aber trotzdem super coole) Dance Moves, begleitet von mitreißender Partymusik.

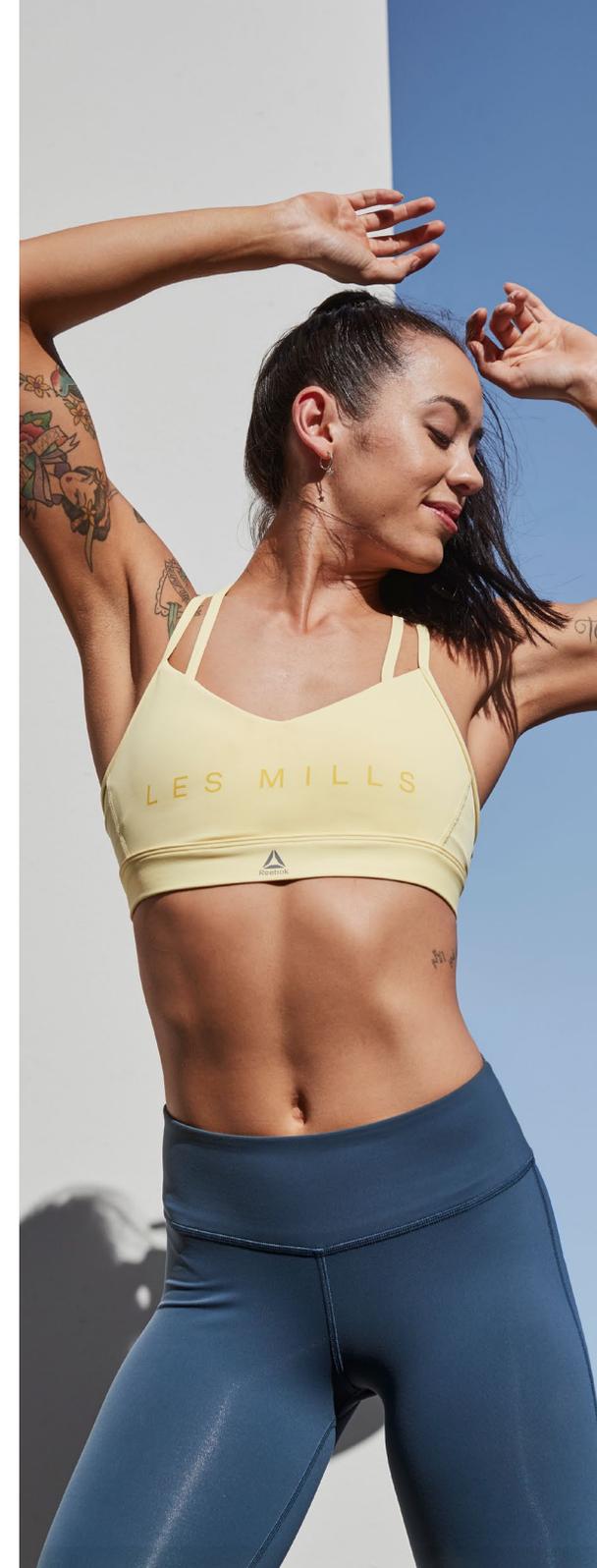
VORTEILE

- Verbrenne Kalorien
- Meistere einfache Dance-Moves
- Komm so richtig ins Schwitzen und hab eine Menge Spaß dabei
- Baue Selbstvertrauen auf

NOCH NIE SH'BAM GEMACHT?

- Trage bequeme, locker sitzende Kleidung
- Starte mit fünf Tracks und steigere dich langsam auf die volle Dauer eines Kurses.

Verfügbar als 30- und 45-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



LES MILLS BARRE

FLEXIBILITÄT / CORE

ESSENZ

LES MILLS BARRE eine moderne Interpretation von klassischem Balletttraining. Das 30-minütige Workout formt und kräftigt deine Muskulatur, stärkt deinen Core und ist eine großartige Möglichkeit, dem Alltag zu entfliehen.

LES MILLS BARRE formt deinen Körper so, wie du es nie für möglich gehalten hättest. Werde stark und gleichzeitig anmutig. Bei LES MILLS BARRE lernst du Eleganz, eine grazile Haltung und Körperbeherrschung. Du lernst deine innere Schönheit zu schätzen, hältst inne und nimmst deine Körperbewegungen ganz anders wahr.

Jeder, der schon einmal Ballett getanzt hat oder eine neue Art des Selbstausdrucks kennenlernen möchte, wird diese einzigartige, elegante Art des Kraft- und Stabilitätstrainings lieben. LES MILLS BARRE findet ohne Ballettstange statt und liefert den geliebten Beautiful Burn.

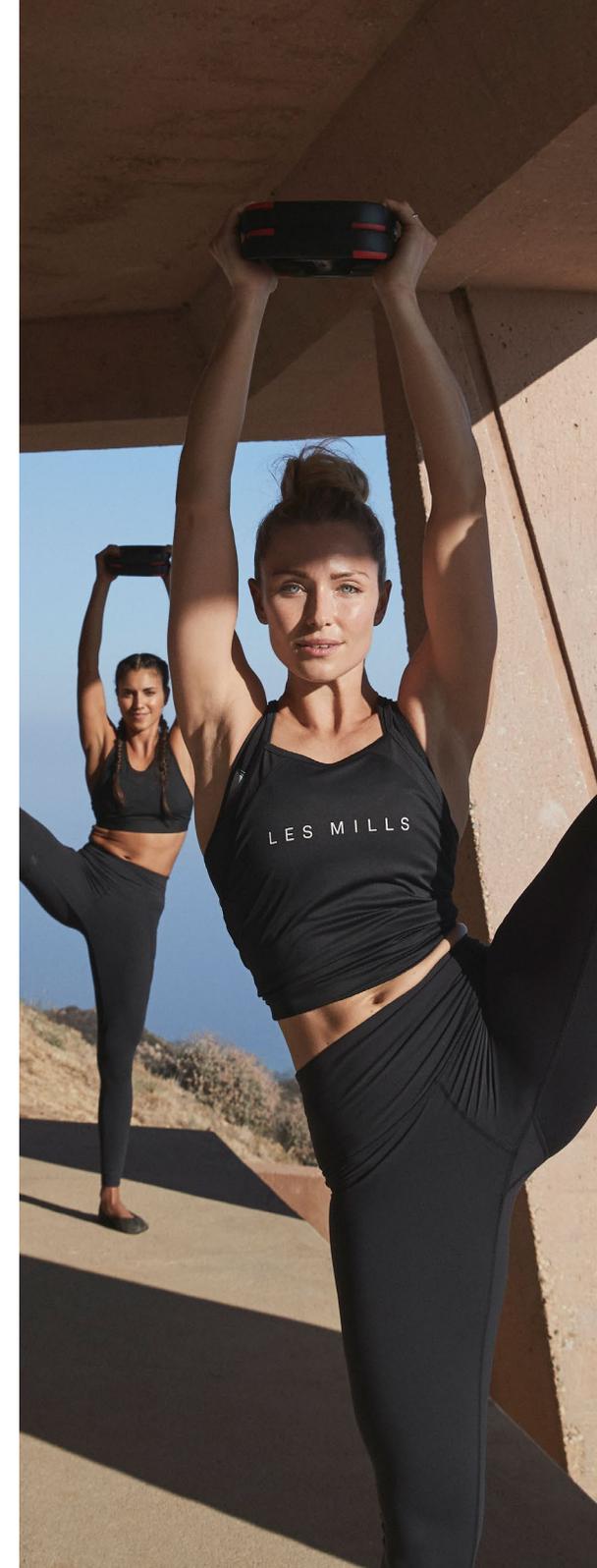
VORTEILE

- Verbessere deine Kraft, Stabilität und Flexibilität
- Straffe und forme deinen Körper
- Entwickle mentalen Fokus und Klarheit
- Entfliehe dem Alltag
- Drücke dich durch Bewegung aus

NOCH NIE LES MILLS BARRE GEMACHT?

Der Instruktor gibt dir die passenden Varianten vor, die zu deinem derzeitigen Fitnesslevel passen.

Verfügbar als 30-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



LES MILLS TONE

CARDIO / CORE / KRAFT

ESSENZ

LES MILLS TONE ist ein 45-minütiges Workout mit einem Mix aus Kraft-, Cardio- und Core-Training. Es wurde so entwickelt, dass es den gesamten Körper strafft.

LES MILLS TONE wurde von einem Team aus führenden Fitnessexperten entwickelt und ist eines der sichersten und effektivsten Workouts auf dem Markt. Dabei werden Übungen wie Lunges, Squats, Laufen oder Übungen mit dem Widerstands-Tube zu großartiger Musik absolviert. Danach fühlst du dich zufrieden, motiviert und energiegeladen.

Der erfahrene Instruktor schenkt dir die Aufmerksamkeit, die du brauchst, um die Bewegungen korrekt auszuführen, egal, welches Fitnesslevel du hast.

VORTEILE

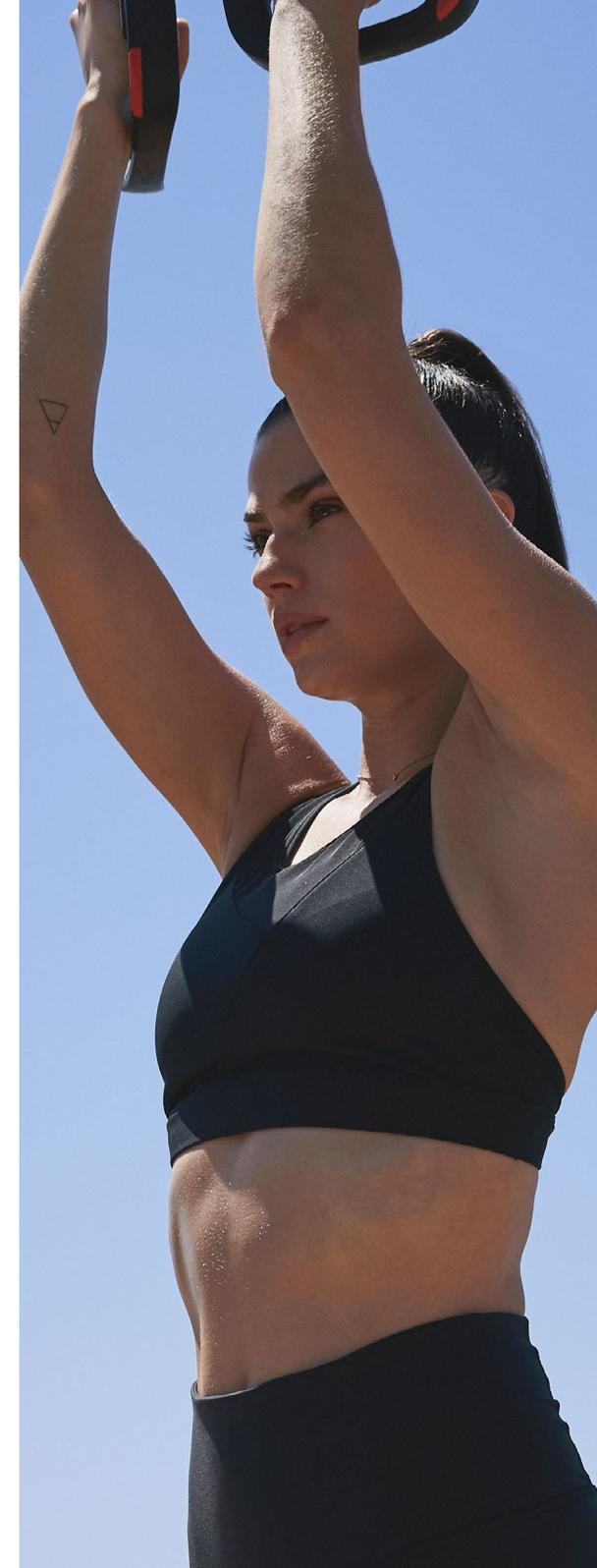
- Verbrenne Kalorien
- Definiere und kräftige deine Muskeln
- Baue funktionelle Fitness auf
- Werde energiegeladen

NOCH NIE LES MILLS TONE GEMACHT?

Es gibt auch Varianten für Personen, die noch keine Erfahrung mit Training und Gruppenfitness haben.

Wähle in den ersten Classes die einfachen Übungsvarianten und eigne dir die Moves nach und nach an.

Verfügbar als 45-minütiges Format
Verfügbar als Live-Class



CXWORX

CORE

ESSENZ

CXWORX ist das Geheimnis für einen starken Körper und formt besonders deine Körpermitte. Mit einem stärkeren Core wirst du in allen Trainingsbereichen besser, denn er ist es, der alles zusammenhält.

Bei allen CXWORX Übungen gibt es verschiedene Schwierigkeitsstufen, dadurch ist es für jeden machbar und fordernd zugleich, egal welches Fitnesslevel. Ein erfahrener Instruktor führt dich durch die korrekte Ausführung, während du mit Widerstands-Tubes und Gewichtsscheiben trainierst sowie mit dem eigenen Körpergewicht, etwa bei Übungen wie Crunches oder Hovers. Es erwarten dich außerdem Übungen für Hüfte, Po und unteren Rücken.

Bei jeder CXWORX Class liegt der Fokus auf guter Technik und Achtsamkeit, damit du deinen Körper kennlernst und stärker wirst.

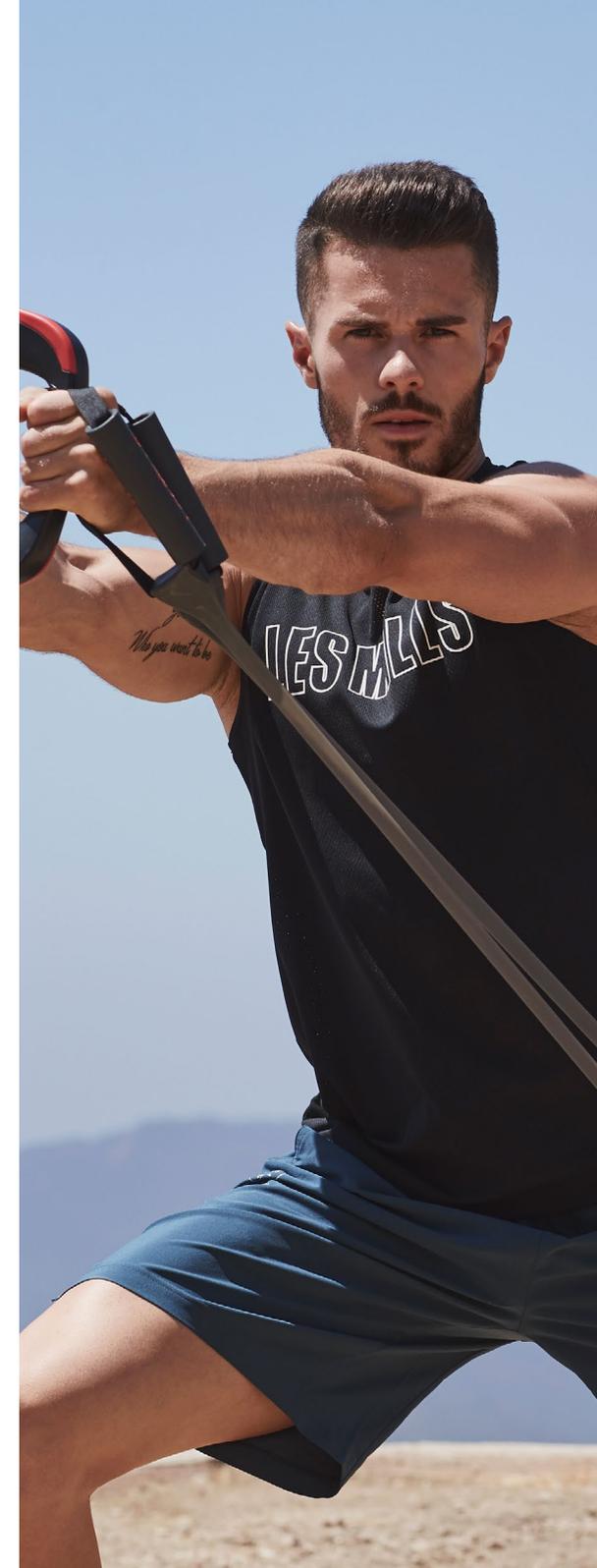
VORTEILE

- Starker Core und mehr Stabilität
- Kräftige und forme Bauch-, Po- und Rückenmuskulatur
- Verbessere deine Haltung und deine Körperbeherrschung
- Baue Muskelausdauer und Widerstandsfähigkeit auf
- Kräftige deine Körpermitte und verbessere deine Flexibilität

NOCH NIE CXWORX GEMACHT?

Achte auf die verschiedenen Varianten, die der Instruktor vorgibt, damit du das Workout an dein eigenes Fitnesslevel anpassen kannst.

Verfügbar als 30-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



LES MILLS GRIT ATHLETIC

HIIT

ESSENZ

LES MILLS GRIT Athletic ist ein 30-minütiges hochintensives Intervalltraining (HIIT), bei dem du lernst, wie ein Athlet zu performen. Bei diesem Workout kommen vor allem Step-Bewegungen, Bodyweight-Übungen und multidimensionale Übungen zum Einsatz, um deine athletische Leistungsfähigkeit rundum zu steigern: Kraft, Beweglichkeit, Geschwindigkeit und Explosivkraft.

LES MILLS GRIT Athletic besteht aus kurzen, intensiven Übungen gefolgt von Erholungsphasen, wodurch du dich in deine maximale Trainingszone begibst.

Bei LES MILLS GRIT Athletic wird neuartiges HIIT mit mitreißender Musik und inspirierenden Instruktor:innen kombiniert, die neben dir auf dem Boden trainieren und so dafür sorgen, dass du mehr an deine Grenzen gehst und damit schnell fit wirst.

VORTEILE

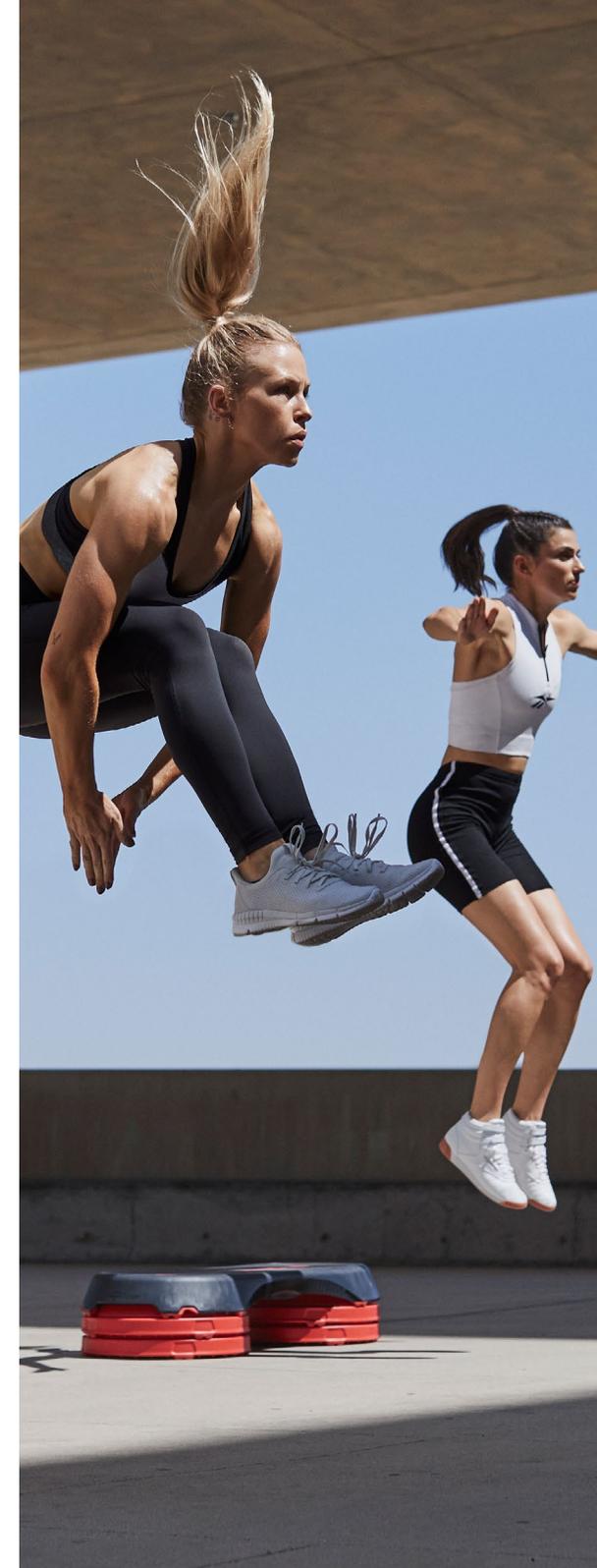
- Du verbesserst schnell deine athletische Performance
- Du steigert Kraft, Beweglichkeit, Geschwindigkeit und Power
- Du formst einen schlanken, athletischen Körper
- Du bringst deinen Stoffwechsel auf Hochtouren
- Vergiss stundenlanges Training – 30 Minuten sind alles, was du brauchst
- Trainiere in deinem eigenen Tempo in einer motivierten Gruppe, die dich zu großartigen Resultaten antreibt

NOCH NIE LES MILLS GRIT ATHLETIC GEMACHT?

LES MILLS GRIT wurde als Ergänzung zu anderen Workouts entwickelt, du baust Kraft auf, formst schlanke Muskeln und maximierst deinen Kalorienverbrauch.

Der Instruktor schlägt verschiedene Übungsvarianten, Step-Einstellungen und Gewichte vor, um verschiedenste Fitnesslevel abzudecken. Lege so viele Pausen ein, wie du brauchst und steige wieder ein, wenn du dich bereit fühlst. Steigere dich nach und nach, bis du eine vollständige Class am Stück schaffst.

Verfügbar als 30-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



LES MILLS GRIT CARDIO

HIIT

ESSENZ

LES MILLS GRIT Cardio ein 30-minütiges hochintensives Intervalltraining (HIIT), bei dem du deine Ausdauer effizient steigerst, schneller wirst und maximal Kalorien verbrennst. Bei diesem Workout kommen verschiedene Übungen mit dem eigenen Körpergewicht zum Einsatz und es bietet dir die Herausforderung und Intensität, die du brauchst, um schnell Resultate zu erzielen.

LES MILLS GRIT Cardio ist wissenschaftlich fundiert und liefert erwiesenermaßen Resultate. Die Übungen sind leicht auszuführen. Das Workout bringt dich an deine Grenzen und bietet gleichzeitig ausreichend Zeit zu regenerieren.

LES MILLS GRIT Cardio vereint innovatives HIIT mit mitreißender Musik und motivierenden Instruktor:innen, die mit dir gemeinsam trainieren und dich an deine Grenzen bringen, damit du schnell fit wirst.

VORTEILE

- Verbessere schnell deine kardiovaskuläre Fitness
- Werde schneller
- Maximiere den Kalorienverbrauch beim Workout
- Bring deinen Stoffwechsel auf Hochtouren
- Vergiss stundenlanges Training – 30 Minuten sind alles, was du brauchst
- Trainiere in deinem eigenen Tempo in einer motivierten Gruppe, die dich zu großartigen Resultaten antreibt

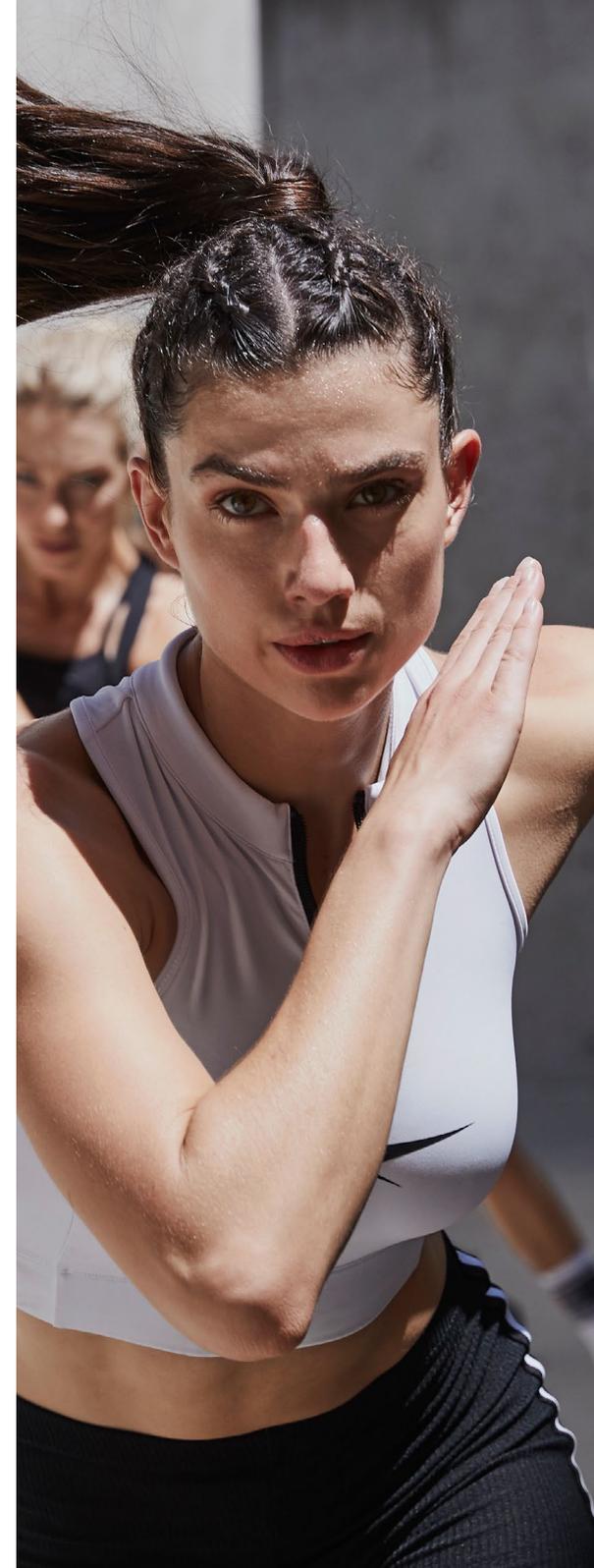
NOCH NIE LES MILLS GRIT CARDIO

GEMACHT?

LES MILLS GRIT wurde als Ergänzung zu anderen Workouts entwickelt, du steigerst deine kardiovaskuläre Fitness, wirst schneller und verbrennst maximal Kalorien.

Dein Coach gibt Varianten für verschiedene Fitnesslevel vor. Lege so viele Pausen ein, wie du brauchst und steige wieder ein, wenn du dich bereit fühlst. Steigere dich nach und nach, bis du eine vollständige Class am Stück schaffst.

Verfügbar als 30-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



LES MILLS GRIT STRENGTH

HIIT

ESSENZ

LES MILLS GRIT Strength ein 30-minütiges hochintensives Intervalltraining (HIIT), bei dem du deine Kraft verbesserst und schlanke Muskeln formst. Bei diesem Workout wird mit Langhanteln, Gewichtsscheiben und dem eigenen Körpergewicht trainiert, um alle großen Muskelgruppen anzusprechen.

LES MILLS GRIT Strength ist wissenschaftlich fundiert und funktioniert erwiesenermaßen. Die Übungen sind leicht auszuführen. Das Workout bringt dich an deine Grenzen und bietet gleichzeitig ausreichend Zeit zu regenerieren, damit du dann noch weiter an deine Grenzen gehen kannst.

LES MILLS GRIT Strength kombiniert innovatives HIIT mit mitreißender Musik und motivierenden Instruktor:innen, die mit dir gemeinsam trainieren und dich an deine Grenzen bringen, damit du schnell fit wirst.

VORTEILE

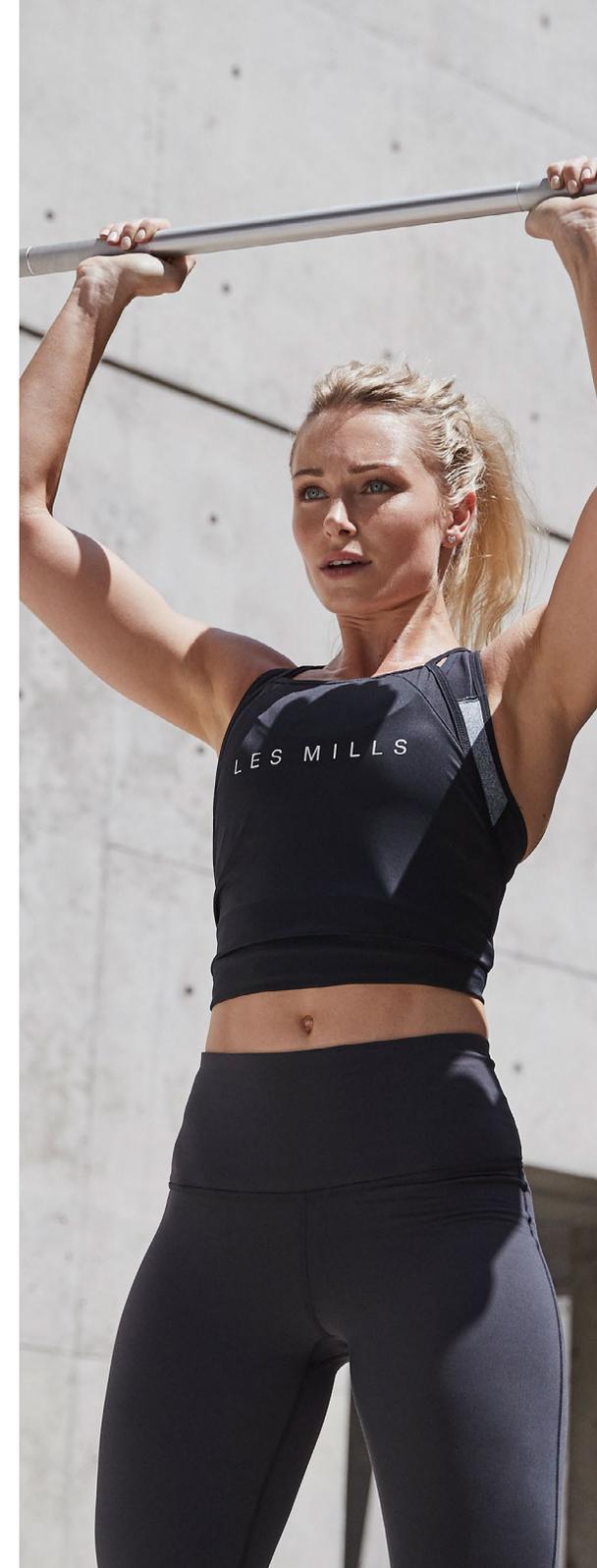
- Schneller Kraftaufbau
- Schlanke Muskeln
- Du bringst deinen Stoffwechsel auf Hochtouren
- Vergiss stundenlanges Training – 30 Minuten sind alles, was du brauchst
- Trainiere in deinem eigenen Tempo in einer motivierten Gruppe, die dich zu großartigen Resultaten antreibt

NOCH NIE LES MILLS GRIT STRENGTH GEMACHT?

LES MILLS GRIT wurde entwickelt, um andere Workouts zu ergänzen. Du verbesserst deine Kraft, steigerst deine kardiovaskuläre Fitness und formst schlanke Muskeln.

Der Instruktor schlägt verschiedene Übungsvarianten, Step-Einstellungen und Gewichte vor, um auf verschiedenste Fitnesslevel abzudecken. Lege so viele Pausen ein, wie du brauchst und steige wieder ein, wenn du dich bereit fühlst. Steigere dich nach und nach, bis du eine vollständige Class am Stück schaffst.

Verfügbar als 30-minütiges Format
Verfügbar live, Virtual und bei LES MILLS On Demand



LES MILLS SPRINT

CYCLE / HIIT

ESSENZ

LES MILLS SPRINT basiert auf der Wissenschaft von hochintensivem Intervalltraining (HIIT), bei dem du auf einem Indoor-Bike trainierst. Es ist ein 30-minütiges, intensives Workout, das innerhalb kürzester Zeit Ergebnisse liefert und die Gelenke dabei nur minimal belastet.

Da LES MILLS SPRINT ein kurzes Workout ist, bist du umso motivierter, an deine physischen und mentalen Grenzen zu gehen. Hochintensive Phasen, in denen man an sein Limit geht, wechseln sich mit Erholungsphasen ab, in denen man sich auf das nächste Intervall vorbereitet. Das Ergebnis? Du verbrennst noch Stunden nach dem Workout Kalorien.

VORTEILE

- Du formst schlanke Muskeln und stellst deinen Körper auf Fettverbrennung ein
- Du baust schneller Ausdauer auf als bei Training mit gleichmäßiger Intensität
- Du verbrennst Kalorien, auch Stunden nach dem Workout
- Kurz und intensiv – ein komplettes Workout in gerade mal 30 Minuten
- Du baust schnell mentale Stärke auf

NOCH NIE LES MILLS SPRINT

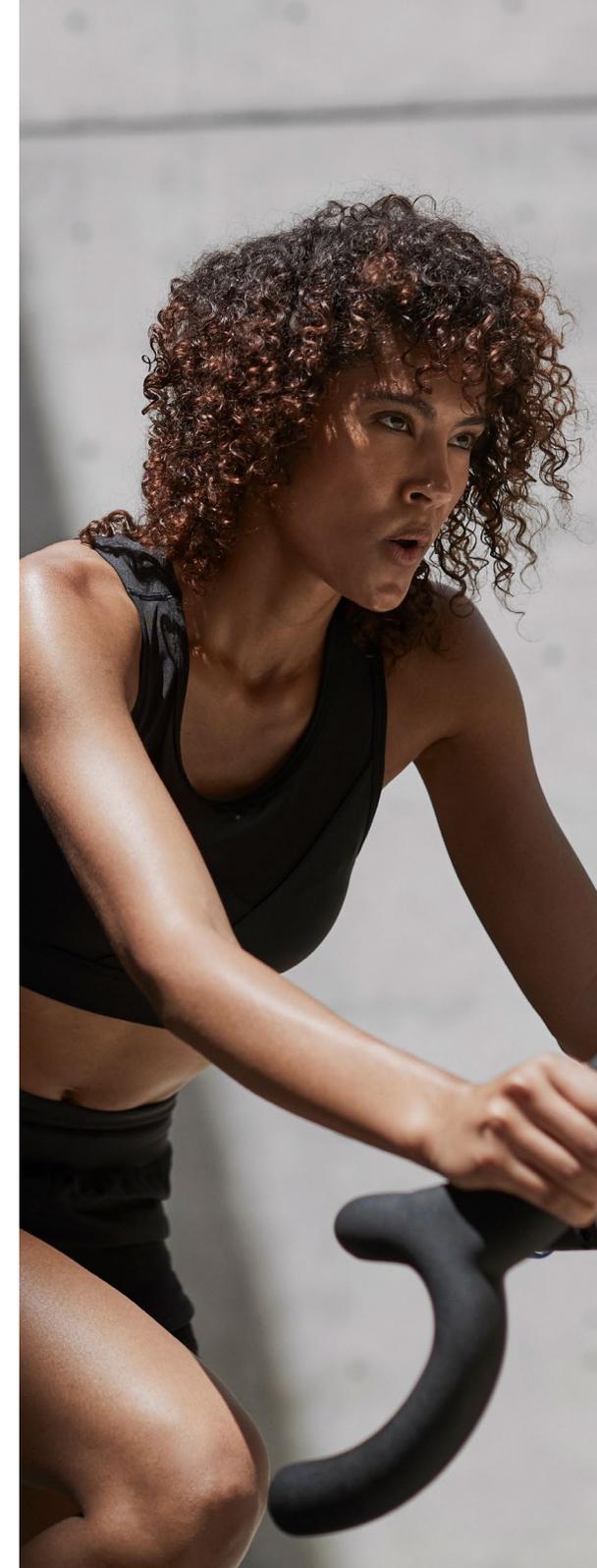
GEMACHT?

Du musst zwar kein Rennradfahrer sein, solltest für LES MILLS SPRINT aber über eine gewisse Grundausdauer verfügen.

Zögere nicht, dich in den ersten Einheiten etwas zurückzunehmen und entwickle ein Gefühl für das Workout. Wenn es dir zu schwer ist, dann fahre langsamer, verringere den Widerstand oder setze dich hin und komm wieder zu Kräften.

Wir empfehlen zwei HIIT Workouts pro Woche als Teil eines ausgewogenen Trainingsplans.

Verfügbar als 30-minütiges Format
Verfügbar live, auf dem LES MILLS Virtual Bike sowie
LES MILLS On Demand



THE TRIP

CYCLE / CARDIO

ESSENZ

THE TRIP ist eine völlig neue Art des Cycle-Trainings, bei dem du dich dank digitaler Projektionen in virtuelle Welten begibst. Du erklimmst einen steilen Gletscher, verfolgst futuristische Fahrradfahrer, sprintest zwischen Lavaströmen hindurch oder fährst durch eine Weltraumstadt.

Bei THE TRIP motivieren dich visuelle Eindrücke auf eine völlig neue Art. Du schaltest den Kopf aus und kannst so viel stärker an deine Grenzen gehen.

VORTEILE

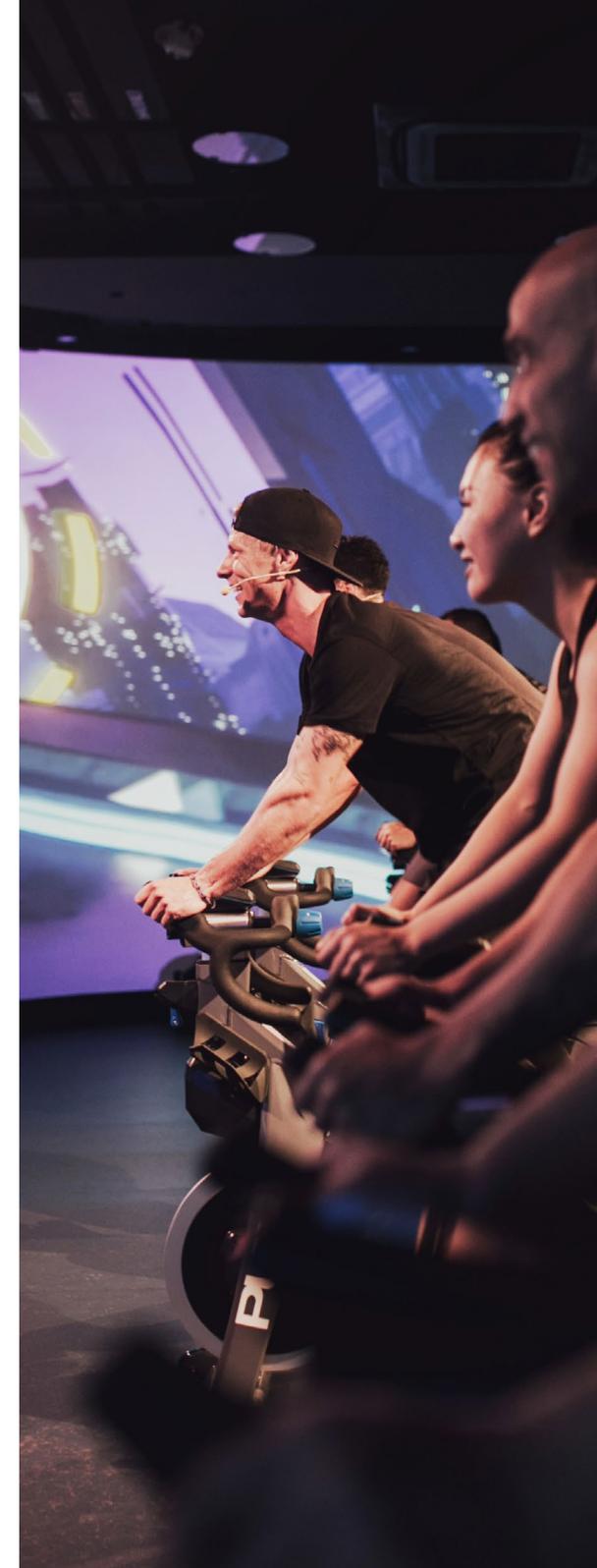
- Verbrenne Kalorien
- Forme und definiere deine Beinmuskulatur
- Verbessere deine Ausdauer und Kondition
- Ein wahres Sinneserlebnis
- Lass dich von visuellen Eindrücken motivieren
- Vereine Entertainment und Training

NOCH NIE THE TRIP GEMACHT?

Mach dich bereit, etwas völlig Neues zu erleben. Am Anfang wird der Raum abgedunkelt, aber keine Panik. Auf diese Weise kannst du besser in die virtuellen Erlebniswelten abtauchen. Freu dich auf helle Lichter und Farbfeuerwerke. Finde einen leichten Einstieg in das immersive Trainingserlebnis.

Wir wissen schon jetzt: Du wirst THE TRIP nicht mehr missen wollen.

Verfügbar als 30-minütiges Format
Verfügbar live, auf dem LES MILLS Virtual Bike sowie
LES MILLS On Demand



05

BEWERBEN SIE IHRE SPIELE

EIN GEHEIMNIS LÄSST SICH SCHLECHT VERKAUFEN. MACHEN SIE ALSO AUF IHRE PRODUKTE AUFMERKSAM.

MARKETING IST DIE GRUNDLAGE ZUR ERREICHUNG IHRER GRUPPENFITNESS-ZIELE. SIE MÜSSEN IHRE NEUEN PROGRAMME SOWOHL UNTER IHREN BESTEHENDEN ALS AUCH UNTER POTENZIELLEN NEUMITGLIEDER VERMARKTEN. 50 % DES GESAMTEN MARKETINGS IST DAFÜR DA, IHRE MITGLIEDER DAVON ZU ÜBERZEUGEN, DASS SIE DIE RICHTIGE ENTSCHEIDUNG GETROFFEN HABEN.

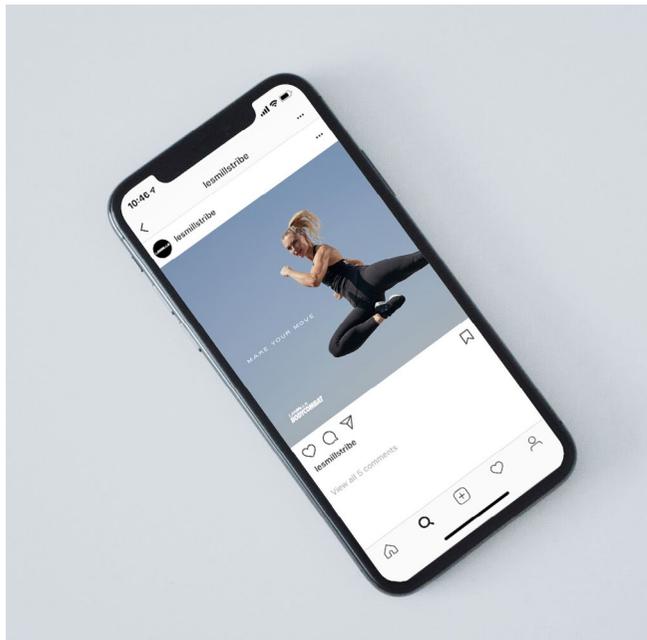
Unsere Branche hat bereits viel Erfahrung im Bereich Gruppenfitness gesammelt. Es hat sich gezeigt, dass die Nutzung eines neuen Fitnessprogramms zur Erschaffung eines großartigen Trainingserlebnisses eine wirkungsvolle Marketingmaßnahme ist.



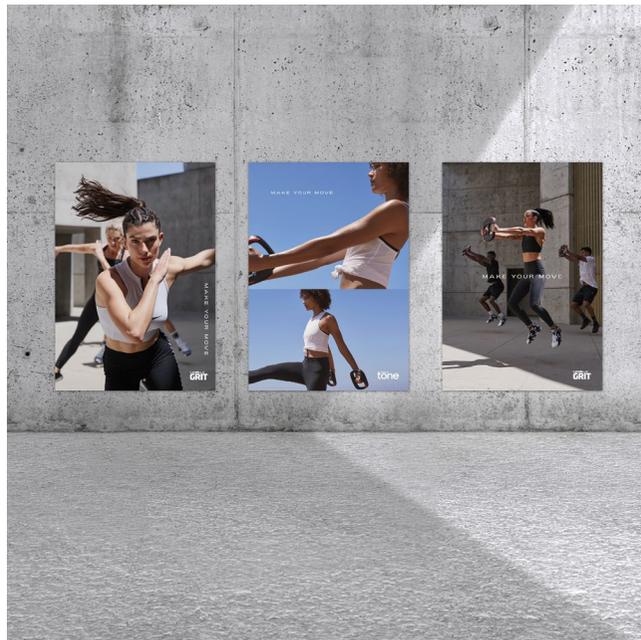
PROFITIEREN SIE ALS STUDIOPARTNER MAXIMAL

NUTZEN SIE MEHR ALS 5.000 KOSTENLOSE, PROFESSIONELLE UND ANSPRECHENDE
MARKETING ASSETS, UM IHREN PROGRAMM-LAUNCH LANGFRISTIG ZU BEWERBEN.

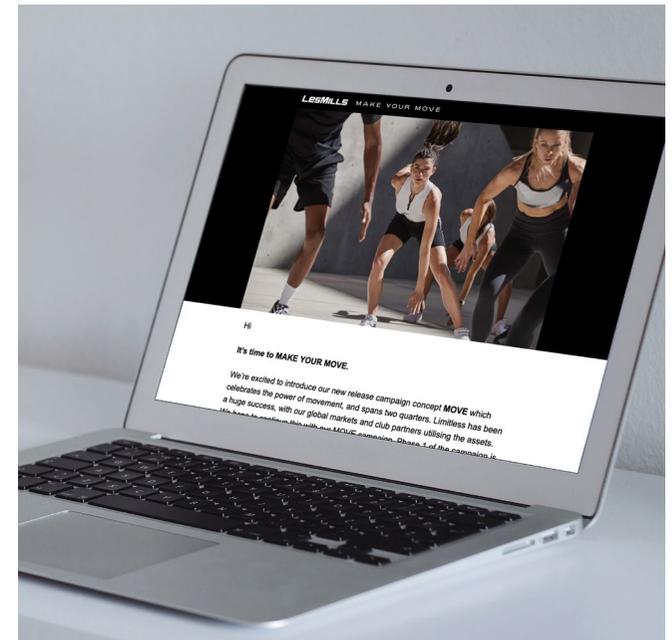
E-MAIL VORLAGEN



MATERIAL FÜR PROGRAMMEINFÜHRUNGEN UND QUARTALS-KAMPAGNEN



SOCIAL MEDIA MATERIAL



DIE TOP-5-TOOLS UM IHR EVENT ZU BEWERBEN

TIPP: SIE SOLLTEN BIS ZU VIER WOCHEN NACH DER EINFÜHRUNG WERBUNG FÜR IHR NEUES PROGRAMM MACHEN, UM DEN MAXIMALEN EFFEKT ZU ERZIELEN

SOCIAL MEDIA

Überzeugen Sie mit ansprechenden Inhalten, und zwar mindestens vier Wochen vor dem Start.

Setzen Sie Videos, GIFs und statische Bilder ein. Setzen Sie auf „Call-to-Actions“ und verlinken Sie beispielsweise eine Anmeldungsseite.

Stellen Sie Ihren Instruktor Materialien zur Verfügung, die sie auf ihren Accounts nutzen können.

Machen Sie einen Live-Stream vom Event.

E-MAILS/APP

Senden Sie Ihren Mitgliedern Werbe-E-Mails oder App-Benachrichtigungen:

- 4 Wochen vor dem Event
- 2 Wochen vor dem Event
- 1 Woche vor dem Event
- 24 Stunden vor dem Event
- Follow-Up nach dem Event

POSTER/DIGITALE BILDSCHIRMMOTIVE

Entwickeln Sie verschiedene Versionen des Werbematerials, damit es nicht langweilig wird.

In Bereichen platzieren, in denen sie von vielen Menschen gesehen werden.

- Im Verkaufsbereich
- Poster in festen Rahmen aufhängen
- Regelmäßig erneuern – andernfalls lässt die Wirkung nach

KURSGUTSCHEINE

Instruktor, Mitglieder, Mitarbeiter: Beginnen Sie, drei bis vier Wochen vor dem Event Gutscheine an Freunde, Netzwerke, potenzielle Neumitglieder zu verteilen.

Schicken Sie Einladungen an nicht konvertierte Leads und potenzielle Interessenten, mit denen Sie in den vergangenen drei Monaten Kontakt hatten.

Bieten Sie Mitgliedern und Mitarbeitern, deren verteilte Gutscheine eingelöst werden, eine Belohnung.

FLYER

Legen Sie zwei Wochen vor dem Event und danach Flyer am Empfang neben dem Kursplan oder in der Nähe des Kursraums aus.

Instruktor und Mitarbeiter sollten auch Broschüren an Mitglieder verteilen.

Händigen Sie sie auch an Interessenten zusammen mit dem Gutschein aus.

Ihr Sales Team sollte immer Flyer an Neumitglieder aushändigen.

ÜBER FACEBOOK, TWITTER UND
IHRE WEBSITE KÖNNEN SIE „DIE
WERBETROMMEL RÜHREN“ – UND DAS
BESTE: ES KOSTEN SIE FAST NICHTS!

DIE SOZIALEN NETZWERKE SIND DER
WICHTIGSTE ORT FÜR ONLINE-WERBUNG,
DA NUTZER DORT AM AKTIVSTEN SIND.
FACEBOOK HAT AKTUELL TÄGLICH
ÜBER 1,5 MILLIARDEN AKTIVE NUTZER,
INSTAGRAM 1,5 MILLIARDEN LOGINS
UND YOUTUBE IST DIE ZWEITGRÖSSTE
SUCHMASCHINE WELTWEIT.

DIE WAHRSCHEINLICHKEIT IST SEHR
HOCH, DASS IHRE BESTEHENDEN UND
POTENZIELLEN NEUMITGLIEDER DIESE
PLATTFORMEN NUTZEN. SIE AUCH?



TIPPS FÜR IHREN SOCIAL-MEDIA- EINSTIEG

DIE NUTZUNG SOZIALER MEDIEN
IST EINE DER GÜNSTIGSTEN UND
EFFEKTIVSTEN ARTEN, MIT IHREN
MITGLIEDERN IN KONTAKT ZU TRETEN.
SIE STELLEN EINEN UNVERFÄLSCHTEN,
ERREICHBAREN KONTAKTPUNKT FÜR
KUNDEN DAR, ERHÖHEN DIE LOYALITÄT
UND STÄRKEN MARKENWAHRNEHMUNG.
SIE VERBINDEN MITGLIEDER
UNTEREINANDER, WODURCH
GEMEINSCHAFTEN ENTSTEHEN UND SIE
NEUE LEADS GENERIEREN.

01 IHRE KUNDEN IM FOKUS

Menschen nutzen soziale Medien nicht, um Werbeanzeigen zu erhalten: Sie sind auf der Suche nach Informationen, die für ihr Leben relevant sind. Machen Sie sich Gedanken darüber, was für ihre Zielgruppen nützlich ist. Stellen Sie sich vor, Sie würden sich mit einem Freund unterhalten, wenn Sie in den sozialen Netzwerken kommunizieren.

Einfache Regel: In 80 % Ihrer Posts sollte es darum gehen, Beziehungen aufzubauen und nützliche Inhalte zu teilen. Nur 20 % sollten darauf abzielen, Ihre Produkte und Events bei Fans/ Followern zu bewerben.

02 VIELFALT IST DAS STICHOWORT

Teilen Sie abwechslungsreiche Inhalte. Teilen Sie Fotos, Videos, stellen Sie Fragen, veranstalten Sie Wettbewerbe, teilen Sie Case Studies, machen Sie Werbung für Events, teilen Sie motivierende Zitate, führen Sie Umfragen durch, teilen Sie Neuigkeiten, neue Produktinformationen oder stellen sie Mitglieder oder Mitarbeiter vor.

TIPPS FÜR IHREN SOCIAL-MEDIA-EINSTIEG

03 SETZEN SIE BEI JEDEM POST/ TWEET EINEN FOTO- ODER VIDEOLINK

Forschungsergebnisse zeigen, dass Posts mit visueller Referenz eine höhere Engagement-Rate haben: Sie werden öfter geteilt, erhalten mehr Likes, mehr Interaktion.

04 ERHÖHEN SIE DIE INTERAKTION, INDEM SIE FRAGEN STELLEN

Posts, die zu Feedback und Interaktion animieren, haben nachweislich eine um 90 % höhere Engagement-Rate (Likes, Kommentare, geteilte Inhalte).

Animieren Sie Ihre Mitglieder, Ihre Ziele, Resultate, Erfolgstipps oder Herausforderungen zu teilen und sich gegenseitig zu erwähnen.

Veranstalten Sie Wettbewerbe, bei denen Sie Gäste auffordern, Fotos zu teilen und zu kommentieren.

Erstellen Sie Gruppen basierend auf unterschiedlichen Zielen (Abnehmen, Kraftaufbau) oder Aktivitäten z. B. „We love BODYPUMP“.

Beauftragen Sie Instruktoren, diese Seiten zu betreuen.

05 SORGEN SIE DAFÜR, DASS IHRE INHALTE GETEILT WERDEN

Denken Sie daran: Menschen trauen dem, was ihre Freunde mögen mehr als Werbung von Unternehmen und Marken. Wenn Sie also dafür sorgen, dass Ihr Social-Media-Inhalt geteilt wird, dann erhalten Sie echte Empfehlungen, was Ihnen bei der Mitgliedergewinnung hilft.

Fügen Sie in jede Ihrer Werbemails und auf Ihrer Website einen Share-Button für Ihre sozialen Netzwerke (z. B. Facebook oder Twitter) ein. Das ermutigt die Nutzer, Ihren Content zu teilen und schafft ein virales Bewusstsein für Ihre Marke, Ihre Kurse und Events.

06 PLANEN SIE VORAUSS

Nehmen Sie sich eine halbe Stunde pro Woche Zeit, um Ihren Content zu planen.

Erstellen Sie einen Content-Plan – denn die Hälfte Ihrer Likes bekommen Sie in den ersten drei Stunden.

Posten Sie daher, wenn Ihre Kunden online sind, damit Sie in ihrem Newsfeed erscheinen. Und posten sie nicht zu oft.

Planen Sie Zeit ein, um Reaktionen zu beobachten und gegebenenfalls zu reagieren – je mehr Interaktion, desto besser!

ORGANISIEREN SIE EINE LAUNCHEVENT, DER IHRE MITGLIEDER UMHAUT

<u>PLAN</u>	<u>KOMMENTAR</u>
Eventdatum	Datum:
Hauptziel des Events: Mitgliederbindung/Mitgliedergewinnung	Ziel:
Angestrebte Zahl für Neumitglieder (falls relevant)	Ziel:
Benötigte Anzahl an Gästen	Ziel:
Eventformat	Gäste:
Ablaufplan (grob)	
Budget	
Interne Marketing-Maßnahmen	

EVENT- NACHBEREITUNG

Performance vs. Ziele?

Was lief besonders gut und sollte unbedingt wiederholt werden?

Worauf sollten wir stärker achten? Was könnte beim nächsten Mal verbessert werden?

Ziele für das nächste Event + Datum

Kommentare/Anmerkungen

TOP-TIPPS FÜR EVENTS & AKTIVITÄTEN FÜR EIN KLEINES BUDGET

DIESE AKTIVITÄTEN KOSTEN SIE SO GUT WIE NICHTS.

Verwenden Sie das LES MILLS Marketingmaterial, das Ihnen auf Brand Central zur Verfügung steht (und für alle Studiopartner kostenlos ist), um Werbeunterlagen, Website-Inhalte oder Newsletter zu erstellen. Es fallen keine Kosten für Sie an.

Vergessen Sie Briefkasten-Flyer – setzen Sie auf die sozialen Netzwerke und E-Mails. Dies kostet sie absolut nichts.

Organisieren Sie Instruktoressen, die an einem öffentlichen Ort Workouts präsentieren (z. B. auf der Straße oder in einem Einkaufszentrum). Verteilen Sie danach im Publikum Gutscheine für das Event.

Bauen Sie in Ihrer Nähe starke Geschäftsbeziehungen auf. Bieten Sie Geschäftspartnern kostenlose Mitgliedschaften und erhalten Sie Gegenzug Drucke, Werbeflächen, kostenlose Getränke/Essen für Ihr Event, Geschenke für die Teilnehmer. Schenken Sie einem lokalen, gut vernetzten Geschäftsinhaber eine Mitgliedschaft, dann kann das dazu führen, dass Sie weiterempfohlen werden, wovon sie stark profitieren werden.

Betreiben Sie Networking, um in lokalen Radio-, Fernsehsendern oder Zeitungen erwähnt zu werden. Organisieren Sie Benefizveranstaltungen. Das ist eine effektive Art, um die Medien auf sich aufmerksam zu machen.

Belohnen Sie Mitglieder, deren mitgebrachte Gäste eine kostenlose Probemitgliedschaft abgeschlossen haben.

Lokale Unternehmen freuen sich, wenn sie in Ihrem Studio kostenlos Werbung für sich machen und Neukunden gewinnen können. Beobachten Sie die Eröffnung neuer Restaurants, Cafés, Massagestudios, etc. in Ihrer Nähe und gehen Sie auf die Inhaber zu. Seien Sie mutig! Manche unserer Studiopartner tun sich mit Unternehmen zusammen, machen bei Events Werbung für sie und können so bei Gewinnspielen Preise wie eine Reise für zwei oder einen Flatscreen-Fernseher anbieten.



SCHRITT-FÜR-SCHRITT ANLEITUNG ZUR PROGRAMM- EINFÜHRUNG

AKTIONSPLAN.

SCHRITT 01

Definieren Sie Ihr Ziel für die Implementierung des Programms: Mitgliederbindung oder -gewinnung?

Legen Sie ein Eventdatum fest und setzen Sie sich Ziele.

Senden Sie Ihren Instruktor:innen eine E-Mail mit Details zum Programm sowie der „Getting Started“-Broschüre.

Legen Sie wöchentliche Ziele für die Kursteilnahme (kurz- und langfristige Ziele) fest.

Legen Sie fest, wie viele neue Kurse Sie anbieten werden und zu welcher Uhrzeit.

Legen Sie für die Kurse individuelle sechsmonatige Ziele ab der Einführung fest.

Bestimmen Sie, wie viele Personen Sie rekrutieren müssen und erstellen Sie einen Plan. Wie viele neue Instruktor:innen müssen Sie ausbilden? Wie viele neue Instruktor:innen müssen Sie finden (falls relevant)? Wie finden Sie diese?



ERLEDIGT

SCHRITT 02

Veranstalten Sie eine Teambesprechung, um Ihre aktuellen Instruktor:innen über LES MILLS zu informieren.

Machen Sie sowohl intern als auch extern darauf aufmerksam, dass Sie Instruktor:innen suchen, falls relevant.

Nutzen Sie dafür Ihre Website und die sozialen Netzwerke.

Entscheiden Sie sich für eine direkte Rekrutierung, dann sehen Sie sich den Hintergrund und die Erfahrung des Kandidaten an. Sehen Sie sich außerdem an, wie der Kandidat unterrichtet.

Wenn Sie ein Rekrutierungsereignis planen, organisieren Sie Folgendes:

- Datum und Ablauf
- Eine Person, die das Event eröffnet

SCHRITT-FÜR-SCHRITT ANLEITUNG ZUR PROGRAMM- EINFÜHRUNG

- Checklisten
- Erfrischungsgetränke
- Dankesgeschenke (z. B. Gästekarten, Einkaufsgutscheine, einmonatige Mitgliedschaft, etc.)
- Gehen Sie die Bewerbungsunterlagen, -Mails und Informationen durch, als Vorbereitung auf das Event.

Führen Sie das Rekrutierungs-Event durch.

Wählen Sie Kandidaten aus, die es in die nächste Runde schaffen.

Melden Sie erfolgreiche Kandidaten für das Initial Module Training an.

Beginnen Sie, die wöchentliche Kursteilnahme festzuhalten, damit Sie Orientierungswerte haben.

Beobachten Sie die Performance und den Einfluss neuer Programme auf Ihr Geschäft.

Planen Sie Launch-Events und erstellen Sie einen Marketingplan:

- Legen Sie Eventziele, -formate und -zeitpläne fest
- Interne und externe Marketingpläne
- Machen Sie Eventangebote für Mitgliedschaften
- Weisen Sie jedem Mitarbeiter eine Rolle für die Einführungs-Vorbereitung zu
- Legen Sie Deadlines fest

Laden Sie Launch-Marketing-Material von Brand Central herunter und nutzen Sie dieses, um es dekorativ und ansprechend in Ihrem Studio zu platzieren.

Aktualisieren Sie Ihre Website und Social-Media-Kanäle („Bald/Nicht verpassen“) und fügen Sie einen Link zu www.lesmills.de ein.

Veranstalten Sie ein Mitarbeiter-Meeting, um den Launch zu besprechen und eine Produktschulung durchzuführen

- Teilen Sie die Ziele zum Programm launch und Event
- Instruktoren unterrichten eine Class
- Übungen zum Produktwissen
- Besprechen Sie das Launch-Event/ den Marketingplan
- Führen Sie ein Brainstorming durch, um zusätzliche Ideen zu entwickeln, um Interesse zu wecken und auf das Launch-Event aufmerksam zu machen

- Weisen Sie jedem Mitarbeiter eine Rolle zu, sowohl vor, als auch während und nach der Einführung

Geben Sie den Sales-Beratern und Empfangsmitarbeitern Informationen zu SMART START und den Vorteilen des jeweiligen Programms.

Organisieren Sie eine Besprechung mit den Sales- und Empfangsmitarbeitern zu SMART START, organisieren Sie Vorbuchungen, Anrufe, die vor dem Event getätigt werden müssen, bestätigen Sie Eventangebote, üben sie Telefonrollenspiele und Vorstellungen der Mitgliedschaft.



ERLEDIGT

SCHRITT-FÜR-SCHRITT ANLEITUNG ZUR PROGRAMM- EINFÜHRUNG

SCHRITT 03

Quarterly Release Einführung

Probedurchläufe der Instruktoeren

Üben Sie mit den Instruktoeren Ankündigungen, die sie vor dem Event in ihren Classes machen sollen.

Geben Sie Ihren Mitarbeitern Gästekarten und erklären Sie ihnen, wie sie eingesetzt werden.

Bestätigen Sie Medienberichte für das Event oder die Teilnahme von VIPs .

Starten Sie die externe Marketing-Kampagne drei Wochen vor dem Release-Start

Starten Sie eine interne Marketingkampagne – ändern Sie das Aussehen Ihres Studios über Nacht! (Zwei Wochen vor dem Start):

- Hängen Sie Programm- und Launch-Banner auf
- Hängen Sie den Kursplan mit den neuen Programmen aus
- Starten Sie eine E-Mail-Kampagne für bestehende Mitglieder
- Starten Sie mit Ankündigungen in den Classes und verteilen Sie kostenlose Eintrittskarten für Freunde, Mitarbeiter und Mitglieder
- Bewerben Sie Aktionen wie „Bringe einen Freund mit und gewinne“
- Bewerben Sie spezielle Mitgliedschaftsangebot zum Event
- Posten Sie vor dem Event

regelmäßige Updates in den sozialen Netzwerken

Eröffnen Sie die Eventanmeldung am Empfang:

- Gehen Sie sicher, dass die Kontaktdaten gut lesbar sind
- Wenn Sie Verkaufsziele haben, dann kontaktieren Sie vor dem Event Gäste, um sie vorab zu „einzuordnen“ und ggf. Beratungstermine am Eventtag zu vereinbaren
- Überprüfen Sie alles erneut. Finalisieren Sie die Event-Pläne und gehen Sie sicher, dass Sie auf Erfolgskurs sind
- Instruktoeren- und Mitarbeiterplan
- Getränke/Snacks

- Werbegeschenke
- Umgang mit Gästen
- Umgang mit Mitgliedern und Angeboten

Machen Sie zwei Tage vor dem Launch-Event einen Probedurchlauf:

- Es sollten so viele Mitarbeiter wie möglich daran teilnehmen und Feedback geben

Veranstalten Sie ein GROSSARTIGES Event:

- Veranstalten Sie ein Event, zu dem Sie auch gern Ihre Freunde und Familie einladen würden
- Bieten Sie ein Erlebnis, über das jeder noch lange sprechen wird
- Überprüfen Sie Ihre Resultate genau
- Machen Sie während des Events so viele Videos und Foto swie möglich

SCHRITT-FÜR-SCHRITT ANLEITUNG ZUR PROGRAMM- EINFÜHRUNG

und halten Sie alles in einem Erfahrungsbericht fest

Besprechen Sie die Launch-Ergebnisse mit Ihren Mitarbeitern nach:

- Gleichen Sie die tatsächlichen Resultate mit den Zielen ab
- Besprechen Sie, was gut lief und was nicht, um daraus zu lernen
- Sammeln Sie Ideen für Ihr nächstes Gruppenfitness-Event

Aktualisieren Sie die Website und Ihre Social-Media-Kanäle mit den Details zum Event:

- Posten Sie Bilder auf Ihrer Website
- Aktualisieren Sie den Blog Ihres Studios
- Ändern Sie den Website Button/ Banner

- Laden Sie Erfahrungsberichtsvideos von Mitgliedern und Gästen bei YouTube hoch
- Posten Sie Bilder auf Facebook
- Nutzen Sie Erfahrungsberichte für Ihre Newsletter

Bestätigen Sie, wann Instruktor:innen Informationen zur ersten vierteljährlichen Release erhalten.

Legen Sie Daten und Ziele für den ersten Launch fest.



SCHRITT 04

Quarterly Release Events

Beginnen Sie, das erste Quarterly Release Event zu planen, indem sie den Launch-Prozess wiederholen und den Fokus etwas mehr auf die Mitgliedergewinnung legen.

Organisieren Sie eine Mitgliederbesprechung, um den nächsten Eventplan zu besprechen.

Überprüfen Sie die Performance des Programms (Teilnehmerzahl vs. Sechswochen-Ziel nach dem Launch) und erstellen Sie einen Aktionsplan für das Wachstum, falls relevant.

Sorgen Sie für Fortbildungsmöglichkeiten für Manager/Instruktoren

Organisieren Sie eine Schulung für die

Sales- und Empfangsmitarbeiter, um den Ablauf des Events zu besprechen

Beginnen Sie drei Wochen vor dem Event mit dem externen Marketing.

Beginnen Sie zwei Wochen vor dem Event mit dem internen Marketing und eröffnen Sie die Vorbuchung für Classes.

Kontaktieren Sie alle Gäste telefonisch, um sie vorab zu „bewerten“ und eröffnen Sie Vorbuchungen für Beratungstermine zur Mitgliedschaft am Eventtag.

Führen sie zwei Tage vor dem Event einen Probedurchlauf mit den Instruktor:innen durch.





WIE GEHT ES WEITER?



Fortschritte mit Zielen
abgleichen



Quarterly Release Events



Weiterentwicklung Ihrer
Instruktoren



ORGANISATION VON QUARTERLY RELEASE EVENTS

**BAUEN SIE ALLE DREI MONATE NEUE
MOTIVATION BEI DEN MITGLIEDERN
AUF. STEIGERN SIE IHREN UMSATZ UND
STÄRKEN SIE DIE MITGLIEDERBINDUNG.**

QUARTERLY RELEASE EVENTS

- Der Kick-Start für die Motivation Ihrer Mitglieder und zur Steigerung der Gruppenfitnesseteiligung
- Steigern Sie die Empfehlungsrate und gewinnen Sie Neumitglieder
- Schaffen Sie eine soziale Energie in Ihrem Studio und helfen Sie dabei, dass Ihre Mitglieder Gemeinschaften bilden
- Bringen Sie Mitglieder und Mitarbeiter zusammen
- Helfen Sie dabei, die Motivation, Performance und Teamarbeit zu steigern

QUARTERLY EVENTS SETZEN DEN ERFOLGSMASSTAB

- Ausverkaufte Events: Kurse mit 80-100 % Auslastung
- Kursteilnahme: 5-10 % der aktiven Mitglieder
- Ein Gast pro fünf Mitglieder
- 50-70 % Conversion Rate (Gäste, die zu Mitgliedern werden)

MACHEN SIE IHR TEAM BEREIT FÜR DAS EVENT

SCHRITT 01

Gehen Sie sicher, dass Instrukturen an einem Quarterly Event teilnehmen oder sich die Masterclass ansehen, inklusive der Lehreinheiten und Choreografienotizen. Geben Sie ihnen zwei bis drei Wochen, um die Choreografie zu lernen.

SCHRITT 02

Gruppenübung mit Gruppenfitness Manager oder Head Teacher — 2 Std.

Besprechen Sie den Hauptfokus und die Eigenschaften des Release, die neuen Übungen und wie die Instrukturen dafür sorgen, dass die Teilnehmer maximal vom Workout profitieren.

- Verwenden Sie die Tipps und Hinweise aus den Choreografienotizen.

- Besprechen Sie die Einheiten aus dem Ausbildungs-Kit und wie Instrukturen die Tipps beim Unterrichten anwenden können.
- Gehen Sie den Release gemeinsam vor dem Spiegel durch. Jeder Instruktor sollte hierbei ein paar Tracks unterrichten. Hier ist das Ziel nicht, perfekt zu unterrichten, sondern gemeinsam den Ablauf durchzugehen, mit Fokus auf Choreografie, Technik und Coaching. Es sollte auch der Track Fokus vorgestellt und erklärt werden, wie der Track unterrichtet werden sollte, um die besten Resultate zu garantieren.

SCHRITT 03

Instrukturen üben gemeinsam — max. 1 Std.

- Idealerweise sollten die Instrukturen ein- oder zweimal gemeinsam üben, und zwar zwischen der Teamübung und der Generalprobe (ohne die Gruppenfitness Manager).
- Während dieser Einheiten sollte der Fokus auf den visuellen Eindrücken liegen. Bewegen sie sich gleich, stimmt das Timing, Nutzung der Bühne, letzte Feinheiten, etc.
- Damit gehen Sie sicher, dass die Instrukturen beim Team-Teaching auf der Bühne gut aussehen.

SCHRITT 04

Generalprobe mit Gruppenfitness Manager oder Head Teacher — 1,5 Std.

- Instrukturen unterrichten die Tracks, die sie beim Event präsentieren. Fordern Sie ein paar Mitarbeiter dazu auf, an der Class teilzunehmen.
- Besprechen Sie in der Gruppe die Qualität des Unterrichtens und legen Sie fest, was vor dem Event verbessert werden sollte.
- Quarterly Release Events sollten die Grundlage Ihres regelmäßigen Fortbildungsplans bilden. Die Releases sind eine wunderbare Gelegenheit für Team Building und um gemeinsam Spaß zu haben!

LEISTUNGS- BEURTEILUNG + COACHING

**SORGEN SIE DAFÜR, DASS
IHRE INSTRUKTOREN SICH
WEITERENTWICKELN UND WACHSEN.
MACHEN SIE ROCKSTARS AUS
IHNEN, MIT REGELMÄSSIGEN
LEISTUNGSBEURTEILUNGEN UND DEM
RICHTIGEN COACHING.**

Statten Sie Ihren Instruktoren fünf bis zehn Mal einen Besuch in ihren Kursen ab.

Positionieren Sie sich diskret hinten im Raum und beobachten sie.

Verwenden Sie die Coaching-Formulare von LES MILLS, die speziell für Gruppenfitness Manager entwickelt wurden. Allerdings müssen Sie nicht jede mal ein Formular ausfüllen. Sie sollten Sie das Programm gut genug kennen, um zu wissen, worauf zu achten ist.

Behalten Sie das große Ganze im Blick. Was trägt tatsächlich zu einem verbesserten Trainingserlebnis der Kursteilnehmer bei? Wie können Sie mehr Menschen ansprechen und erreichen, dass sie Ihr Studio immer wieder gerne besuchen? Vergessen Sie die kleinen Details!

Nach der Class können Sie Feedback geben, am besten persönlich und unter vier Augen.

Denken Sie daran, Fragen und positive Sprache bei Ihrem Feedback einzusetzen.

Ihr Feedback sollte Folgendes beinhalten:

- Heben Sie die wichtigsten Stärken besonders hervor
- Betonen Sie zwei Dinge, die besonders positiv aufgefallen sind
- Sprechen Sie einen Punkt an, dem der Instruktor arbeiten kann, um das Trainingserlebnis der Kursteilnehmer weiter zu verbessern

Wenn möglich, dann führen Sie zusätzlich zu diesen „Stichproben“ alle sechs Monate eine formelle Beurteilung Ihrer Instruktoren durch. Halten Sie diese fest, damit Sie sie gemeinsam mit Ihren Instruktoren durchgehen können und die nächsten Schritte besprechen.

WICHTIG: Leistungsbeurteilungen sind sowohl kurz- als auch langfristig ein wunderbares Werkzeug, um Ihre Instruktoren zu coachen und weiterzubringen. Sie sollten allerdings so gehandhabt werden, dass Ihre Instruktoren sich bestärkt und motiviert fühlen – und nicht verurteilt. Denken Sie daran: Sie sind ein Coach und wollen Ihre Instruktoren weiterbringen!

STARTEN WIR GEMEINSAM DURCH!

DIESER LEITFADEN IST ERST DER ANFANG. ES WERDEN VIELE WEITERE RESSOURCEN FOLGEN, DIE IHNEN DABEI HELFEN, IHR GRUPPENFITNESSANGEBOT IN IHREM STUDIO ZU EINEM ECHTEN ERFOLG ZU MACHEN. WIR MÖCHTEN SIE DABEI UNTERSTÜTZEN, IHR STUDIO PROFITABLER ZU MACHEN, INDEM MEHR MENSCHEN ÖFTER IN IHR STUDIO KOMMEN.

Auf Brand Central finden Sie diverse Online-Ressourcen. Wir empfehlen Ihnen, diese zu nutzen, um mit Ihrem Studio maximal zu profitieren.

Wir begleiten Sie auf jedem Schritt. Kontaktieren Sie ihren LES MILLS Ansprechpartner, wenn Sie Hilfe oder Tipps benötigen.

Gemeinsam führen wir Ihr Studio zum Erfolg und können das Leben Ihrer Mitglieder und den gesamten Planeten positiv beeinflussen.



LES MILLS

©LES MILLS International 2019