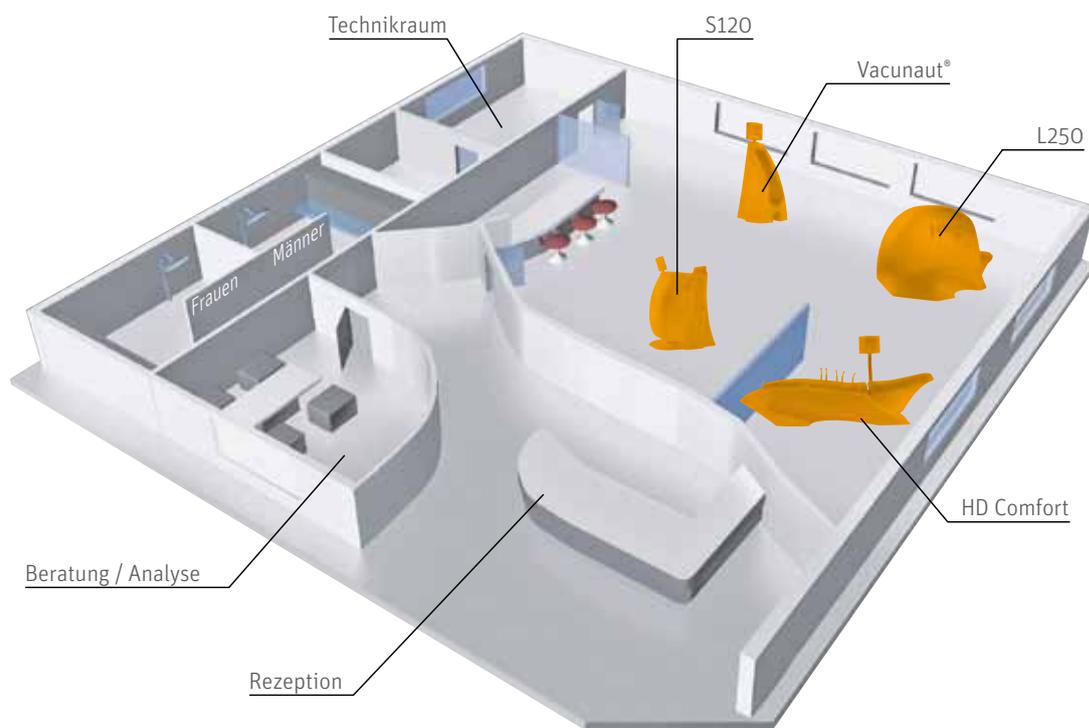


Anleitung zur Erstellung eines Businessplanes für ein

HYPOXI®-STUDIO

„EXKLUSIV-STANDORT“ oder „SHOP-IN-SHOP“



Modellhaftes HYPOXI®-Studio

März 2021



design your body



**BODYFORMING: EIN
LOHNENDES GESCHÄFT**

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Geschäftsidee	Seite	3
2.	Persönliche Voraussetzungen	Seite	6
3.	Markteinschätzung	Seite	7
4.	Wettbewerbssituation	Seite	9
5.	Standortwahl	Seite	10
6.	Zukunftsaussichten	Seite	11
7.	Rechtsform	Seite	12
8.	Genehmigungen	Seite	13
9.	Trainingsprogramme	Seite	13
10.	Finanzierungsmodell	Seite	13



BASICS FÜR EIN HYPOXI®-STUDIO „EXKLUSIV STANDORT“

- Größe: 90–150 qm
- Basic: 1-fache Komplettausstattung
- Beratungsbereich
- Figuranalysebereich
- Umkleide-/Nassbereich mit Toilette
- Bereich für Aktiv-Geräte
- Wartebereich
- Technikraum (u. a. für die Reinigung der Anzüge)

BASICS FÜR EIN HYPOXI®-STUDIO „SHOP-IN-SHOP“

- Beratungsbereich
- Figuranalysebereich
- HDC-Ruhebereich: 6 qm
- Bereich für Aktiv-Geräte:
25–30 qm
- Wartebereich
- Technikraum

HYPOXI® bietet gerne Unterstützung bei der Planung eines HYPOXI®-Studios.

1. GESCHÄFTSIDE

Was ist Ihre Geschäftsidee?

Eröffnung eines HYPOXI®-Studios „EXKLUSIV-STANDORT“ oder „SHOP-IN-SHOP“ mit den Produkten „Trainer L250“, „Trainer S120“, „Vacunaut®“ und „HYPOXI-Dermology® (HD Comfort)“ aus dem Hause der Firma HYPOXI® Produktions- und Vertriebs GmbH, Wildenhag 88, A-4881 Straß im Attergau.

Die HYPOXI-Methode® ist eine innovative und hoch wirksame Behandlungsform für Figurprobleme und setzt mit Trainer L250, Trainer S120, Vacunaut und HD Comfort auf die individuelle Lösung für jede Problemzone. Integrierter Bestandteil des Angebotes ist eine qualifizierte Ernährungsempfehlung und -kontrolle. Zusatzeinnahmen durch den Verkauf von Vitalstoffen und von kosmetischen Artikel oder Behandlungen sind möglich, jedoch nicht erforderlich.

Welches Ziel verfolgen Sie?

Die verschiedenen Therapiekonzepte von HYPOXI® sind in ihrem ganzheitlichen Zusammenwirken im Markt einzigartig und bieten dem Konsumenten einen garantierten Erfolg innerhalb kürzester Zeit. Die einzelnen Konzepte wurden auf die Nachfragebedürfnisse des Marktes entwickelt und abgestimmt.

Als Zielgruppe steht jener Personenkreis im Fokus, der im Bereich Figurformung und Figurverbesserung gezielt Umfang reduzieren und/oder eine Hautbildverbesserung erreichen will. So sprechen die Behandlungskonzepte Frauen aller Altersklassen an, die im Bereich Beine und Gesäß eine Figurverbesserung oder eine Cellulitebehandlung anstreben. Weiterhin wird jene Zielgruppe (Frauen wie Männer) angesprochen, die in den Problemzonen Bauch und Hüfte eine positive Veränderung erreichen möchten.

Welche Geräte kommen zum Einsatz?

Kurze Erklärung Trainer L250:

Beim L250 findet das Training im Liegen statt. Auf diese Weise können auch Personen mit hohem Körpergewicht und geringer Fitness ein moderates Fettverbrennungstraining absolvieren. Zur Steigerung der Durchblutung wird ein ständiger Wechsel zwischen Unterdruck und Normaldruck erzeugt. Aufgrund der Liegeposition und der nach oben tretenden Beine lässt sich die Schwerkraft der Erde optimal zur Entwässerung sowie für den Abtransport des Fetts nutzen - und dies auf natürliche und gesunde Art.



Kurze Erklärung Trainer S120:

Die positiven Effekte dreier Therapieformen in einem Gerät: Training, Unterdruck und Überdruck. Bewegung ist das Grundelement, denn ohne sie kann keine direkte Fettverbrennung stattfinden. Durch Unterdruck (Vakuumtherapie) wird das Blut in Haut und Fettgewebe gesaugt, wodurch die Nährstoffversorgung steigt. Mit Hilfe des Überdrucks (Kompressionstherapie) werden Blut und Körperflüssigkeit wieder weggespült. Dies entlastet und unterstützt die Venen und Lymphgefäße.



Kurze Erklärung Vacunaut® und PressureSuit:

Mit dem Vacunaut® und dem PressureSuit lässt sich die HYPOXI-Methode® in besonders effektiver Weise auf die Behandlung der Problemzonen Bauch und Hüfte anwenden. Technik und Elektronik zur Erzeugung der erforderlichen Druckverhältnisse befinden sich in der Vacunaut-Säule. Über Schlauchverbindungen werden die Druckwechsel in den PressureSuit eingeleitet. Im Anzug befinden sich Aktivierungskammern, die den Druck entsprechend an den Bauch- und Hüftbereich weitergeben. Das gleichzeitige Fettverbrennungstraining findet dabei auf einem Laufband oder einem anderen Cardio-Gerät wie Ergometer, Stepper oder Ellipsentrainer statt.



Kurze Erklärung HD Comfort:

Die HDC-Liege wurde von HYPOXI® entwickelt, um ganz gezielt den Stoffwechsel im Bindegewebe zu aktivieren. Sie wird zusammen mit dem HD-PressureSuit eingesetzt. Der hautstraffende Effekt dieser Kombination ist unerreicht. Da die 400 Druckkammern im PressureSuit die betroffenen Körperpartien gleichzeitig behandeln, ist die Wirkung 200-mal intensiver als bei einer per Hand ausgeführten



Schröpfmassage. Deshalb entsteht der optimale Effekt bereits bei einem Behandlungszeitraum von nur 20 Minuten. Die Verbesserungen sind bereits nach einigen Anwendungen sichtbar.



Wie bekannt ist Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung?

1997 gab Dr. Norbert Egger der Figurformungsbranche einen völlig neuen Impuls. In nur 10 Jahren ist HYPOXI® vom Newcomer zum Marktführer und einem weltweit agierendem Unternehmen aufgestiegen. Kein anderes System erreicht im gleichen Zeitraum annähernd jene Erfolge, die mit der HYPOXI-Methode® erzielt werden.

Inzwischen hat sich eine Vielzahl von HYPOXI®-Studios in mehr als 50 Ländern auf 5 Kontinenten der Erde etabliert. Dazu kommen im deutschsprachigen Bereich mehr als 40 geprüfte „HYPOXI®-Studios“, die sich durch hochwertige Umsetzung des HYPOXI®-Konzeptes und enge Zusammenarbeit mit HYPOXI® auszeichnen.

Ein ausgereiftes Social-Media Werbekonzept sichert die ständige überregionale Präsenz in ausgesuchten Printmedien. Die Firma HYPOXI® bietet jedem Partner eine entsprechendes Forum auf der hauseigenen Internetseite www.hypoxi.com.

Die unabhängige Berichterstattung in verbraucherorientierten TV- und Printmedien steigt ständig. Der ästhetikbewußte Umdenkungsprozess der Bevölkerung spiegelt sich immer mehr in Vergleichstests für kontrollierte Umfangsreduktion in den Medien nieder. In allen Vergleichstests findet sich die HYPOXI-Methode® in der Spitzengruppe der Therapieformen wieder. Hierdurch steigt die Nachfrage bei Endanwendern stetig.

Welchen Service bieten Sie?

Als HYPOXI®-Studio bieten Sie ihrem Kunden eine umfassende Beratung und Betreuung im Bereich der Gewichts- und Umfangsreduktion. Gemeinsam mit dem Kunden erarbeiten Sie gezielt eine speziell auf ihn (und seine Bedürfnisse) abgestimmtes Training bzw. Behandlung, welche im festgelegten Zeitpunkt den Erfolg garantiert.

Was bieten Sie im Unterschied zu anderen Wettbewerbern?

Als HYPOXI®-Studio bieten Sie ein individuelles ganzheitliches Konzept zur gezielten Figurformung, das in dieser Form und Qualität einzigartig ist. Und hinter der HYPOXI®-Methode steht ein umfassendes Supportprogramm.

Die Elemente reichen von A wie Ausbildung bis Z wie zentrale Kommunikation. Das sind z.B.: fundierte Marktanalysen, kompetente Unterstützung, umfassende Schulung und Betreuung, Bereitstellung von Kommunikationsmitteln, Durchführung von integrierten Werbemaßnahmen, 48-h-Service-Garantie und flankierende Markenkommunikation.

Warum soll jemand Ihre Dienstleistung kaufen?

Weil das mit dem Kunden gemeinsam festgelegte Erfolgsziel, bei Einhaltung der Therapieempfehlung, garantiert wird.

2. PERSÖNLICHE VORAUSSETZUNGEN

Ist Ihre berufliche Qualifikation ausreichend?

Die Produkte von HYPOXI® sind keine medizintechnischen Geräte und bedürfen daher auch keiner besonderen Ausbildung bzw. beruflichen Qualifikation.

Als HYPOXI®-Partner durchlaufen Sie ein komplexes Produkt-Schulungssystem. Ständig angebotene Aus- und Weiterbildungsseminare sorgen dafür, dass Sie und Ihre Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand der Therapieerkenntnisse sind. Neben der Produktschulung werden für Partner auch regelmäßig Vermarktungsschulungen angeboten.

Ferner erhalten Sie die Möglichkeit für ausgesuchte Themenbereiche externe Referenten zu engagieren. Die Themenbereiche sowie die externen Referenten werden von ihrem HYPOXI®-Repräsentanten organisiert und empfohlen.

Durch Workshops und Vernetzung der HYPOXI®-Partner untereinander ergibt sich für jeden Einzelnen ein innovativer Ideenaustausch, welcher dazu führt, dass jeder Partner auf neue erfolgreich umgesetzte Marketingkonzepte zurückgreifen kann.

Diese hohe Qualität wird durch das jeweilige HYPOXI®-Schulungszentrum garantiert. Jeder Partner ist einem fest definiertem Ausbildungszentrum angeschlossen.

Die enge Zusammenarbeit zwischen Anwendern, Kundenbetreuern und eigener HYPOXI®-Forschung ermöglicht die laufende Optimierung von Methoden und Service und ist perfekte Voraussetzung für die Neuentwicklung zukunftsweisender Technologien und von Therapiekonzepten.

Ziel der HYPOXI®-Partnereinbarung ist die weltweit einheitliche Umsetzung der HYPOXI-Methode® und die rentable Führung von HYPOXI®-Studios sicherzustellen.

Erreicht werden soll dieses Ziel durch:

- die hochwertige Präsentation des gesamten Studios bei Verwendung der HYPOXI®-Stilelemente
- die Umsetzung der HYPOXI-Methode® durch ausgebildete, diplomierte HYPOXI®-Coaches
- die exklusive Präsentation der HYPOXI®-Partner als autorisierte HYPOXI®-Studios auf der HYPOXI®-Homepage
- ein einheitliches Auftreten und der Teilnahme an gemeinsamen Marketingaktionen
- eine auf die Qualität der HYPOXI-Methode® abgestimmte Preisgestaltung

Besitzen Sie ausreichende kaufmännische Kenntnisse?

Jede örtliche Handelskammer (IHK, WK, udgl.) bietet für Existenzgründer entsprechende Beratungsstellen und Kurse an. Es wird empfohlen, dieses Kursangebot wahrzunehmen.

Dieses Angebot wird in Deutschland um den „DtA-Finanzberater“ der Deutschen Ausgleichsbank ergänzt. Neben einem virtuellen Gründerzentrum bietet die DtA die Möglichkeit, sich bundesweit in rund 50 DtA-Beratungszentren beraten zu lassen. Vereinbaren Sie einfach einen Termin.

Die in Berlin ansässige DtA-Beratungs-Agentur vermittelt kostenfrei fachkompetente Unternehmensberater. Sie arbeiten in der Regel über einen längeren Zeitraum im Unternehmen. Solche Beratungsleistungen können übrigens auch mit Förderdarlehen finanziert werden.

Generell gilt das Hausbankprinzip. Ihre Bank sollte von Anfang an mit eingebunden sein.

3. MARKTEINSCHÄTZUNG

Welches Kundenklientel sprechen Sie an?

Generell jeden Personenkreis, der in seinen Problemzonen gezielt Umfang reduzieren will, Cellulite behandeln möchte oder die Hautstraffung als primäres Ziel sieht. Somit jedermann, der mit Übergewicht und Bewegungsmangel belastet ist und bereit ist, für seine Figur etwas zu tun, ohne den Besuch in einem Fitness-Studio in Erwägung zu ziehen.

Als weitere Zielgruppe ist der Personenkreis zu sehen, welcher durchaus rein den ästhetischen Aspekt sieht. Hierzu zählt auch der sehr sportliche Personenkreis, somit auch Fitnesskunden.

Im Fazit heißt dies, dass grundlegend ein großer Teil der Bevölkerung als potentielle Kunden in Frage kommen.

Aus diesem großen Marktvolumen bildet sich Ihre Zielgruppe heraus, welche bereit ist, für Qualität und Erfolg in „kurzer Zeit“ den Therapiepreis zu bezahlen.

Wie erreichen Sie diese Zielgruppe?

HYPOXI® bietet seinen Partnern im Rahmen des Partner-Vertrages:

- fundierte Marktanalysen
- ausgereifte Marketingstrategien
- Unterstützung bei der Umsetzung eigener Ideen durch eigene Grafikabteilung in der Zentrale
- professionelle Pressearbeit (Printmedien/TV) durch extern engagierte PR

Jedem Partner stehen neben einem umfangreichen Werbestartpaket auch zahlreiche Merchandising-Produkte zur Verfügung. Werbemittel können jederzeit bestellt werden. Dem Partner stehen auch umfassende Werbevorlagen (Flyer, Anzeigen, Poster etc.) für seine ortsspezifische Werbekampagnen zur Verfügung. Ferner hat jeder Partner eine Studio-Homepage. Hier steht eine weitere externe Werbeagentur zur Verfügung, welche, sehr kostengünstig, das komplette Arrangement anbietet. Viele HYPOXI®-Partner nutzen diesen Service. Externe Verkaufsschulungen runden das Bild ab.

Kennen Sie für Ihren Markt Betriebsvergleichszahlen?

Da es sich um einen jungen und somit neuen Marktbereich handelt, gibt es noch keine gelistete Vergleichszahlen bei Kammern und Verbänden.

Dies war vor über 10 Jahren für uns der Grund, eine eigene Benchmark aufzubauen. Durch den eingeführten, systematischen und kontinuierlichen Vergleich von Prozessen sind wir in der Lage, den unterschiedlichen Betriebsgrößen der neuen Studios, unter Einbeziehung des Marktumfeldes, eine „realistic-case-Einschätzung“ an die Hand zu geben.

4. WETTBEWERBSSITUATION

Treten Sie als einziger Anbieter in einem neuen oder als zusätzlicher in einem bestehenden Markt auf?

Die Themen Gesundheit, Umfang- und Gewichtsreduktion, Wohlbefinden gibt es schon seit Urzeiten, gewinnen aber immer mehr an Bedeutung. Das bisherige Angebot beschränkt sich jedoch auf das Zusammenstellen von unabhängig voneinander wirkenden Einzelmodulen verschiedener Hersteller in Fitness-Centern, Kosmetiksalons, Abnehmkursen, Präventionskursen o.ä.. Diese Angebote sind jedoch nicht gezielt kundenorientiert und erreichen somit nur eine begrenzte Zielgruppe. Der Kundennutzen ist nicht klar erkennbar.

Keines dieser Angebote umfasst eine ganzheitliche Methode mit gezieltem Fettabbau und damit einer gesteuerten Umfangsreduktion aus einer Hand.

Hier besitzt HYPOXI® ein klares Alleinstellungsmerkmal im Markt und ist deswegen auch zu Recht Marktführer im Bereich der gezielten apparativen Figurformung. HYPOXI® ist die effizienteste Methode für einen gezielten Fettabbau. Die verschiedenen Figurkonzepte aus dem Hause HYPOXI® sind ideal aufeinander abgestimmt und durch den kombinierten Einsatz des HYPOXI®-System-Geräteparks einzigartig in ihrer nachhaltig bleibenden Wirkung. Als HYPOXI®-Partner profitieren Sie von dieser Marktstellung.

Wie werden Sie HYPOXI®-Partner?

Die Anforderungen des Marktes bedingen einen stetigen Zuwachs an reinen Figurbehandlungszentren in Form von HYPOXI®-Studios.

Hier zeigt sich klar der Vorteil der Spezialisierung, der Qualitätssicherung und somit der verbundenen Kundenzufriedenheit. Diese ist ein Parameter für Qualität und Kompetenz.

Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten ein HYPOXI®-Studio in einen bestehenden Betrieb zu integrieren. Hier ist jedoch darauf zu achten, dass der HYPOXI®-Figurbereich klar abgegrenzt sein muss. Ihr HYPOXI®-Ansprechpartner berät Sie gerne.

HYPOXI®-Studios „SHOP-IN-SHOP“ sind optimal für:

- Day Spas
- Fitness-Studios
- Kosmetik-Studios
- Medizinische Zentren
- Physiotherapie
- Schönheitsinstitute
- Sport-, Gesundheits- und Wellnesshotels

Jede dieser Branchen hat eigene spezifische Kernkompetenzen und somit auch ein unterschiedliches Kundenklientel, sodass untereinander keine Marktüberschneidungen auftreten.

Dies kann durch die bestehenden Partner bestätigt werden. Für jede Branche gibt es gezielte Kundenbindungsmodule.

Für HYPOXI®-Studios „EXKLUSIV-STANDORT“ bestehen wiederum hervorragende Möglichkeiten der Kooperation mit diesen Branchen.

Gibt es vergleichbare Produkte und Methoden?

Die Produkte und die Methode, sind weltweit patentrechtlich geschützt. Somit ist die HYPOXI-Methode® zur gezielten Figurformung einzigartig.

Seit ca. 18 Jahren versuchen Nachahmer-Produkte – die jedoch in der Wirkungsweise, Anwendung und Erfolgsaussicht keinen adäquaten Vergleich zu den ganzheitlichen Systemen der Firma HYPOXI® darstellen – im Markt Fuß zu fassen. Der Wettbewerb kann ausschließlich nur jeweils ein Einzelsystem bieten. Somit ist eine umfassende und auf verschiedene Problemzonen gezielte Methode und damit eine langfristige Kundenbindung nicht möglich.

Die HYPOXI-Methode® ist die effizienteste Methode für gezielte Figurformung.

Die Firma HYPOXI® wird – als Marktführer – den in den letzten Jahren erarbeiteten Marktvorsprung kontinuierlich ausbauen. Dies gilt gleichwohl für die Produktqualität, Partnerausbildung und Marketing. Dies alles spiegelt sich in der Partnervereinbarung mit Dienstleistungsangebot wieder.

5. STANDORTWAHL – RÄUMLICHKEITEN – EINZUGSGEBIET

Welche Bedingungen muss der Standort für ein HYPOXI®-Studio erfüllen?

Standort-Voraussetzungen sind:

- mindestens 1-b-Lage oder reines Wohngebiet
- ausreichend Parkplätze direkt am Objekt
- leichte Verkehrsführung, schnelle Erreichbarkeit
- Einkaufsmöglichkeiten (Nahversorger/Vollsortiment) in Sichtweite können von Vorteil sein, ebenso Bushaltestellen

Folgende Anforderungen bestehen für die Räumlichkeiten:

BASICS FÜR DAS HYPOXI®-STUDIO „EXKLUSIV-STANDORT“

- Größe: 90–150 qm
- Basic: 1-fache Kompletausstattung
- Beratungsbereich
- Figuranalysebereich
- Umkleide-/Nassbereich mit Toilette
- Bereich für Aktiv-Geräte
- Wartebereich
- Technikraum (u. a. für die Reinigung der Anzüge)

BASICS FÜR DAS HYPOXI®-STUDIO „SHOP-IN-SHOP“

- Beratungsbereich
- Figuranalysebereich
- HDC-Ruhebereich: 6 qm
- Bereich für Aktiv-Geräte: 25–30 qm
- Wartebereich
- Technikraum

HYPOXI® bietet gerne Unterstützung bei der Planung eines HYPOXI®-Studios.

Gibt es genügend Kunden im Einzugsgebiet des Standortes?

Für ein HYPOXI®-Studio mit einer Mindestausstattung ist ein Einzugsgebiet von ca. 30.000 Personen ausreichend. Mit Ihrem HYPOXI®-Ansprechpartner besprechen Sie vorab realistische Expansionsmöglichkeiten im Gerätepark.

Je nach Anzahl der Systeme wird das dem Studio direkt zurechenbare Einzugsgebiet von 30.000 auf bis 50.000 Einwohner erweitert.

Bisherige Erfahrungen zeigen, dass die Kunden bereit sind, in einer ländlichen Struktur eine Anfahrtstrecke von bis zu 15 km zu akzeptieren.

6. ZUKUNFTSAUSSICHTEN

Wie könnte die Entwicklung Ihrer Branche aussehen?

Wir stehen an der Schwelle vom „Informationszeitalter“ zum „Gesundheitszeitalter“. Der ganze Markt kommt in Bewegung, ohne sich jedoch schon auf die Bedürfnisse der Konsumenten eingestellt zu haben.

Das Thema Wellness, Figur und Ästhetik gewinnt immer mehr an Bedeutung. Die Nachfrage ist bereits enorm groß und verstärkt sich zusehends. Wer sich jetzt mit den künftigen Zielgruppen auseinandersetzt und auf die jeweiligen Gruppen spezielle Angebote kompetent anbietet, wird sich durchsetzen.

Die Themen Gesundheit und Prävention spielen hierbei z. Zt. eine nur untergeordnete Rolle.

Wie wird sich die Nachfrage nach Ihrem Angebot entwickeln?

Durch das ganzheitliche Angebot mit hoher Qualitätsstufe wird sich rasch Ihre Kernkompetenz herausbilden und eine hohe Kundenzufriedenheit bewirken. Es entsteht eine langfristige Kundenbindung. Näheres entnehmen Sie bitte der beigefügten Modellrechnung.

Eine hohe Kundenzufriedenheit wird Ihre Stellung am Markt festigen und langfristig Ihr Einkommen sichern.

Gibt es vergleichbare Branchen, die Orientierungshilfen bieten?

Beobachtet man den Gesundheits- und Fitnessmarkt, stellt man fest, dass sich diese Märkte im Umbruch befinden. Der Gesetzgeber gibt gewisse Rahmenbedingungen vor.

Entscheidend ist jedoch, dass der Kunde mittlerweile höhere Qualitätsanforderungen stellt, sowie auch für ihn konsumgerechte und individuell auf ihn zugeschnittene Leistungen nachfragt. Der Endkunde möchte seinen persönlichen Nutzen klar definiert wissen. Wenn er diesen erkennt, dann ist er bereit den Preis zu zahlen.

Beide oben genannten Branchen versuchen bereits sich auf die neuen Marktanforderungen einzustellen und sind fieberhaft auf der Suche nach Konzepten um ihre bisherige Angebotspalette zu erweitern bzw. sinnvoll zu ergänzen. Alleine dem Bereich der Prävention haben sich diese Branchen bislang geöffnet, jedoch mit nur mäßigem Erfolg. Alle bisherigen Präventionsmodelle der verschiedenen Krankenkassen haben nicht das gewünschte Ergebnis erreicht und werden mittelfristig nicht mehr finanzierbar sein.

Aufgrund der jedoch dort seit Jahren festgefahrenen Strukturen ist es für diese Branchen mit einem erheblichen Mehraufwand verbunden, sich entscheidend umzuorientieren. Neben den passenden Räumlichkeiten stellt insbesondere der erforderliche Umdenkungsprozess bei dem Personal die größten Hürden.

7. RECHTSFORM

Die Wahl der Rechtsform hängt im wesentlichen von folgenden Kriterien ab :

- Anzahl der beteiligten Personen
- Haftungsübernahme
- Eingesetztes Kapital und Förderungsmöglichkeiten

Bitte fragen Sie hier ihren Unternehmensberater (IHK, WK) oder ziehen einen Steuerberater als Ratgeber hinzu.

8. GENEHMIGUNGEN

Ein reines HYPOXI®-Studio kann als freies Gewerbe beim jeweiligen Gewerbeamt angemeldet werden. Ein besonderer Qualifikationsnachweis ist nicht erforderlich.

Für die erforderliche Betriebsstättengenehmigung gilt ebenfalls die örtlichen geltenden Anforderungen, welche beim Gewerbeamt nachgefragt werden können.

9. WELCHE TRAININGSPROGRAMME BIETEN SIE AN?

- Intensivprogramme
- Erhaltungsprogramme
- Wochenprogramm „1 Kleidergröße in 5 Tagen“
- Lipödem- und Lymphödemprogramme
- Programme zur Regeneration des Körpers
- OP-Nachsorgeprogramme

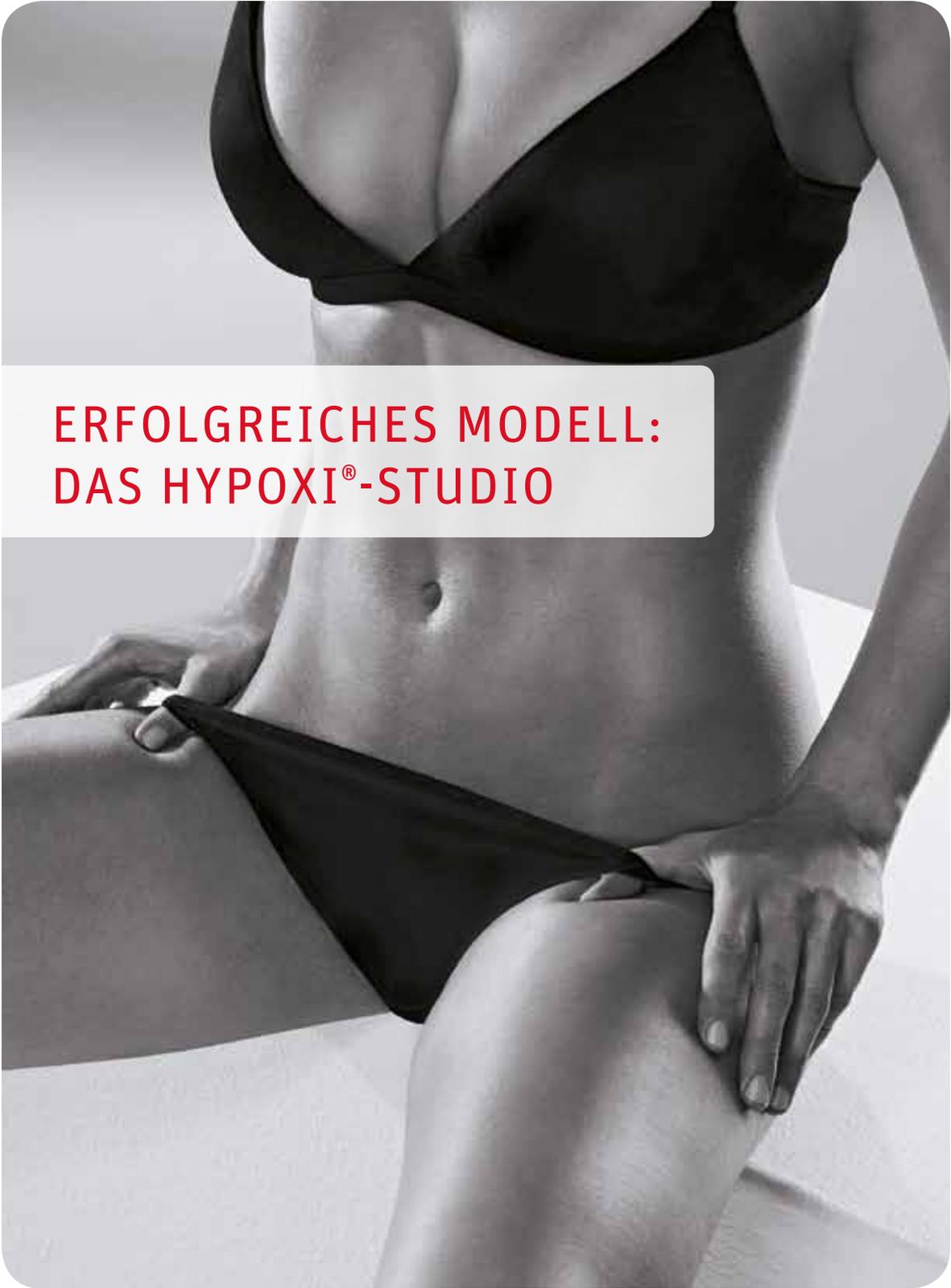
Jedes Programm kann in sich nochmals mehrfach individuell auf jeden Kunden speziell eingestellt werden. Somit können Sie ein optimales Ergebnis garantieren.

10. FINANZIERUNGSMODELL FÜR EIN HYPOXI®-STUDIO „EXKLUSIV-STANDORT“ ODER „SHOP-IN-SHOP“

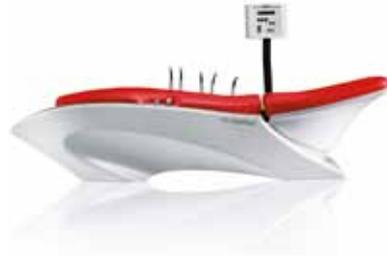
Auf Wunsch planen wir gemeinsam mit Ihnen eine Modellrechnung für ein HYPOXI®-Studio „EXKLUSIV-STANDORT“ oder „SHOP-IN-SHOP“. Diese kann individuell auf jeden Standort abgestimmt werden.

Die Berechnung der Investitionshöhe hängt entscheidend von folgenden Parametern ab:

- wie viel Eigenkapital steht zur Verfügung
- Wahl der Finanzierungsform
- Stellung von Sicherheiten
- Größe des angestrebten Projektes



**ERFOLGREICHES MODELL:
DAS HYPOXI[®]-STUDIO**



WWW.HYPOXI.COM



design your body

© 2021 HYPOXI® Produktions- und Vertriebs GmbH. „HYPOXI“™ und „design your body“ sind eingetragene Markenzeichen der HYPOXI® Produktions- und Vertriebs GmbH.