



06. Januar 2010, 15:30
Uhr

Autor: Yvonne Ortmann

Mit YogaEasy.de kommt der Yoga-Lehrer ins Haus

Konzentration und Kraft, Ruhe und Ausgleich, Entspannung und Flexibilität verspricht das Hamburger Online-Yogastudio YogaEasy.de (www.yogaeasy.de). Klar, dass es dabei nicht nur um bloßes Zusehen geht: Auf der Plattform können Mitglieder Video-Yoga-Kurse ansehen und diese von zu Hause aus mitmachen. Im Unterschied zu manch einer Community wie beispielsweise yogafriends.de (www.yogafriends.de) erwarten Yogafreunde keine Nutzer-Homevideos sondern professionell erstellte Kurse, die in Zusammenarbeit mit der bekannten Yoga-Lehrerin und -Autorin Anna Trökes entwickelt und produziert wurden. Für die Fernkurse in Sachen innerer Ausgleich und straffer Körper zahlen Mitglieder 15 Euro im Monat. Die Katze im Sack muss aber keiner kaufen, denn Interessierte können ein- bis zweiminütige Videoausschnitte kostenlos anschauen und ein Testabo abschließen. Wer es dann wirklich mit Yoga versuchen will, hat die Möglichkeit, sein individuelles Trainingsprogramm zu finden: Yogakurse für Anfänger, für Fortgeschrittene, für Schwangere oder für Menschen mit Rückenproblemen gehören beispielsweise zum Repertoire, genauso wie unterschiedliche Yogastile. Ein ähnliches Konzept verfolgt das Online-Fitnessstudio fitkurs.de (www.fitkurs.de), bei dem Nutzer Videokurse zu sämtlichen Sportarten für jeweils 4,98 Euro herunterladen können.



Hinter YogaEasy.de steckt mit Henrike Fröchling eine bekannte Branchengröße. Die 42-Jährige ist ehemalige Geschäftsführerin der Partneragentur Parship (www.parship.de) und leitete von 2007 bis 2008 die Zeit Online GmbH. Als Vorbilder für ihr neuestes Start-up dienten ihr die kanadische Plattform MyYogaOnline.com (www.myyogaonline.com) und die amerikanische Seite iYogaLife.com (iyogalife.com), die vom US-Men's-Health-Verlag betrieben wird. Das Team um Fröchling kann sich neben dem Abo-Modell und dem Shop für Yoga-Mode und -Zubehör, der bald folgen soll, noch verschiedene weitere Erlösquellen vorstellen. Dazu zählen beispielsweise B2B-Verträge mit Firmen (Thema "Yoga at Work"), ein Paketverkauf an Krankenkassen und White-Label-Kooperationen für andere Special-Interest-Sportseiten. Auf jeden Fall wolle man den Yoga-Interessierten ein ernsthaftes Yoga-Angebot bieten, das nicht nur auf Wellness beschränkt sei und sich klar von einem esoterischen Hintergrund abgrenze. Für alle Männer, die Yoga für "Frauenkrams" halten, findet sich auf der Homepage noch ein passendes Sting-Zitat: "Yoga hilft einem, länger und besser Sex zu haben. Ich kann das schlecht erklären, aber gut vormachen."

Url: <http://www.deutsche-startups.de/?p=13736>

© 2008 DS Media GmbH