

Pialates.

FORRETNINGSPLAN

Organisasjonsnummer: 935038782

Telefon: 47921700

Epost: pia@pialates.no

Innholdsfortegnelse

1.0	<i>Innledning</i>	2
2.0	<i>Visjon</i>	2
3.0	<i>Hva er Pilates?</i>	2
3.1	Helsefordeler ved pilates inkluderer:	3
4.0	<i>Prosjektbeskrivelse</i>	3
4.1	Digital plattform	3
4.2	Eventer og instruktørvirksomhet (parallelt med plattformen)	3
4.3	Egne produkter og merchandise	4
4.4	Pilatesstudio og retreats (langsiktig satsing)	4
5.0	<i>Marked og behov</i>	4
5.1	Nasjonale trender og etterspørsel	4
5.2	Globalt marked	4
5.3	Implikasjoner for Pialates (hva dette betyr i praksis)	5
6.0	<i>SWOT-analyse for Pialates</i>	5
7.0	<i>Gjennomføring og tidsplan</i>	6
8.0	<i>Plan for å oppnå abonnementsvekst og inntekt</i>	7
8.1	Sterkt forarbeid før lansering (2025–vår 2026)	7
8.2	Lanseringsstrategi (høst 2026)	8
8.3	Vekstår 1 (2027)	8
8.4	Skaleringsår (2028–2029)	8
8.5	Resultatforventning	9
9.0	<i>Referansecase internasjonalt The Pilates Class (TPC) – læringspunkter for Pialates</i>	9
10.0	<i>Forarbeid og lokal tilknytning</i>	9
11.0	<i>Gründerens kompetanse</i>	10
12.0	<i>Budsjett og finansieringsbehov</i>	10
13.0	<i>Forventet effekt</i>	11
13.1	Folkehelse	11
13.2	Arbeidsplasser	11
13.3	Bærekraft	11
13.4	Ringvirkninger for lokalt næringsliv	11
13.5	Klima og miljø	11
14.0	<i>Mål og fremtidsvisjon</i>	12
15.0	<i>Lønnsomhet og behov for finansiering</i>	12

1.0 Innledning

Jeg, Pia Cornelia Vedvik, har etablert enkeltpersonforetaket **PIALATES VEDVIK**, registrert i Hol kommune. Under merkevarenavnet **Pialates** (en kombinasjon av mitt navn, Pia, og Pilates), ønsker jeg å skape et helhetlig **pilatesunivers** som både er digitalt og fysisk. Gjennom et digitalt pilatesstudio skal jeg gjøre treningsformen tilgjengelig for alle – uansett hvor de befinner seg. Samtidig vil jeg utvikle et fysisk tilbud gjennom eventer, workshops og på sikt retreats og eget pilatesstudio. Denne kombinasjonen gir både lokal forankring og global rekkevidde, og bygger et fellesskap rundt helse, livsstil og bevegelse. Med denne søknaden søker jeg støtte fra kommunens næringsfond for å videreutvikle satsingen, og bidra til folkehelse, lokal verdiskaping og bærekraft.

2.0 Visjon

Min visjon med **Pialates** er å bygge en økonomisk bærekraftig virksomhet som jeg kan leve av på fulltid. Selskapet skal utvikles stegvis, og ambisjonen er å tilby:

- **Eventer** – fellesskap og opplevelser lokalt og nasjonalt
- **Instruktørvirksomhet** – undervisning i pilates på ulike arenaer
- **Eget pilatesstudio** – et fysisk samlingspunkt på sikt
- **Digitalt pilatesstudio/plattform** – et “pilatesstudio i lomma” tilgjengelig for alle
- **Egne produkter og merchandise** – pilatesutstyr som miniballer, strikker og matter, samt merkevarebyggende produkter som crewnecks og pilatessokker

Visjonen er å skape en helhetlig merkevare som kombinerer trening, livsstil og fellesskap, og samtidig gir rom for nye arbeidsplasser, samarbeid med lokale aktører og verdiskaping i Hol kommune.

3.0 Hva er Pilates?

Pilates er en treningsform utviklet av Joseph Pilates på 1900-tallet, med fokus på kjerneaktivering, kroppskontroll, pust, styrke og bevegelighet. Metoden kombinerer styrkeøvelser og mobilitetstrening på en skånsom, men samtidig svært effektiv måte (Latey, 2001).

3.1 Helsefordeler ved pilates inkluderer:

- Bedret holdning og sterkere kjernemuskulatur
- Økt bevegelse og fleksibilitet
- Forebygging av skader og belastningsplager
- Reduksjon av stress og økt velvære gjennom pust og fokus
- Bedre kroppskontroll, balanse og kroppsbewissthet (Cruz-Ferreira et al., 2011)

Pilates passer for alle – uavhengig av alder, erfaring eller fysisk form – og kan tilpasses både nybegynnere og viderekomne.

4.0 Prosjektbeskrivelse

Formålet er å etablere et helhetlig **pilatesunivers** under merkevaren **Pialates**, som kombinerer digitale og fysiske tilbud. Universet skal utvikles stegvis, med fokus på å starte i det små, sikre inntektsgrunnlag tidlig, og bygge ut virksomheten i takt med etterspørsel og ressurser.

4.1 Digital plattform

Kjernen i prosjektet er en digital plattform som samler trening, livsstil og velvære på ett sted. Plattformen vil inneholde:

- **Videobibliotek:** korte og lange pilatesøkter som kan gjennomføres med minimalt utstyr.
- **Oppskrifter og livsstil:** sunne, enkle oppskrifter som fremmer en helhetlig livsstil.
- **Mindfulness:** meditasjoner og pusteøvelser.
- **Abonnementsløsning:** alt innhold tilgjengelig mot en månedlig sum.

Plattformen er førsteprioritet fordi den er minst kapitalkrevende, lettest å realisere, og gir mulighet til å starte inntektsgenerering raskt.

4.2 Eventer og instruktørvirksomhet (parallelt med plattformen)

Samtidig som plattformen bygges, skal det arrangeres fysiske eventer og timer for å bygge fellesskap, skape lokal tilknytning og styrke merkevaren. Eventene vil være både lokale (Geilo/Hol) og nasjonale (Oslo/Bergen), og bidra til å teste konsepter, skape publisitet og rekruttere kunder til den digitale plattformen.

4.3 Egne produkter og merchandise

Parallelt med utviklingen av plattformen planlegges lansering av egne produkter for å styrke merkevaren og skape flere inntektsstrømmer. Dette inkluderer:

- Pilatesutstyr som miniballer, strikker og matter.
- Merchandise som crewnecks og pilatessokker.

Produktene skal lanseres i sammenheng med oppbyggingen av plattformen og markedsføres digitalt.

4.4 Pilatesstudio og retreats (langsiktig satsing)

På sikt er målet å etablere et fysisk pilatesstudio i Hol, samt arrangere retreats i Norge og internasjonalt. Dette er kapitalkrevende prosjekter som krever en større kundebase og sterkere økonomi, og vil derfor bygges ut når plattform og produkter har etablert solide inntektsstrømmer.

5.0 Marked og behov

5.1 Nasjonale trender og etterspørsel

Etterspørselen etter pilates vokser raskt både nasjonalt og internasjonalt. I Norge viser trenden tydelig vekst, der enkelte pilatesgruppetimer har ventelister på opptil 200 personer (TV 2, 2024). Dette illustrerer et stort udekket behov for flere og mer fleksible tilbud. Samtidig øker forventningene til at reisende skal ha tilgang til helsetilbud og trening der de befinner seg, og flere konkurrerende destinasjoner har allerede økt sitt fokus på helse og velvære. Geilo er en etablert og attraktiv turistdestinasjon, men er i stadig konkurranse med andre reisemål både nasjonalt og internasjonalt. Mange av disse destinasjonene satser i økende grad på helse- og velværetilbud, noe som i stadig større grad blir et viktig kriterium for reisende når de velger feriedestinasjon. Dette gir en unik mulighet til å styrke og videreutvikle Geilos tilbud, slik at destinasjonen kan møte økende forventninger, beholde sin konkurransekraft og tiltrekke seg nye målgrupper i et marked i vekst.

5.2 Globalt marked

Globalt er markedet for pilates- og yogastudioer anslått å øke fra 158 milliarder USD i 2023 til 421 milliarder USD innen 2032 (Polaris Market Research, 2024). Denne utviklingen understreker at pilates er en treningsform med varig og stigende popularitet på verdensbasis.

5.3 Implikasjoner for Pialates (hva dette betyr i praksis)

- En **digital plattform** vil møte behovet for tilgjengelighet og fleksibilitet, samtidig som det gir lav terskel for å starte og etablere inntektsstrømmer.
- **Eventer og instruktørvirksomhet** gir deltakerne fellesskap, fysisk tilstedeværelse og lokal forankring – og kan fungere som inngangsport til den digitale plattformen.
- **Egne produkter** (utstyr og merchandise) gir kundene mulighet til å ta med seg Pialates-universet inn i hverdagen, og utvider inntektsgrunnlaget.
- På sikt vil et **pilatesstudio** i Hol og **retreats** nasjonalt og internasjonalt kunne posisjonere virksomheten ytterligere i et voksende marked.

Samlet sett viser dette at markedet både lokalt og globalt har betydelig vekstpotensial. Et helhetlig pilatesunivers – som kombinerer digitale løsninger, fysiske møteplasser og produkter – svarer direkte på denne etterspørselen.

6.0 SWOT-analyse for Pialates

Styrker	Svakheter
• Sterk faglig kompetanse – sertifisert instruktør med erfaring fra SATS, Core Balance og Øen Treningssenter. • Etablert og engasjert digitalt publikum (6 000+ følgere og 400+ nyhetsbrevmottakere). • Unikt konsept som kombinerer digital plattform, fysiske events og produkter.	• Begrensede økonomiske ressurser i oppstartsfase, avhengig av støtte og egeninnsats. • Én-personsdrift – risiko for kapasitetsutfordringer og avhengighet av gründeren. • Mangler per i dag et etablert fysisk studio – kan begrense synlighet lokalt.

• Lokal forankring og dokumentert etterspørsel (ventelister på Geilo, 100+ deltakere på events i Oslo). • Lavt kostnadsnivå og høy skalerings-effekt i et abonnementsbasert produkt.	• Sårbarhet ved tekniske problemer (plattform, betalingsløsninger).
Muligheter	Trusler
• Voksende nasjonalt og globalt marked for pilates og digital trening (158 mrd. USD → 421 mrd. USD innen 2032). • Trenden mot helse, velvære og hjemmetrening gir lavere terskel for å teste nye digitale konsepter. • Mulighet for samarbeid med merkevarer, destinasjoner og bedrifter som ønsker å tilby trening for ansatte eller gjester. • Internasjonal ekspansjon og produksjon på engelsk kan åpne nye markeder. • Potensial for å skape arbeidsplasser og bli en profilert aktør innen helse og velvære i Hol.	• Økende konkurranse fra internasjonale digitale treningsplattformer (f.eks. The Pilates Class, Alo Moves). • Endringer i sosiale mediers algoritmer kan redusere organisk rekkevidde og øke markedsføringskostnader. • Risiko for lav betalingsvillighet i et trangt økonomisk marked (prispress fra gratis YouTube-innhold). • Teknologiske utfordringer eller forsinkelser kan svekke tillit hos første brukere.

7.0 Gjennomføring og tidsplan

- **2025–2026:**

- Oppbygging av digital plattform med videobibliotek (121 videoer), oppskrifter og livsstilmodul.
- Produksjon og salg av egne produkter (pilatesutstyr og merchandise).
- Parallell satsing på eventer og instruktørvirksomhet for å bygge fellesskap og merkevare.
- **Januar 2026:**
 - Gratis 14-dagers utfordring med markedsføring på sosiale medier for å skape blest og rekruttere medlemmer.
- **Vår/sommer 2026:**
 - Ferdigstille plattformen pialates.no, utvikle markedsmateriell, teste løsningen.
 - Videreutvikling av produktsalg.
- **September 2026:**
 - Offisiell lansering av plattformen.
- **2027 og fremover:**
 - Videre vekst og utvikling av pilatesuniverset.
 - Etablering av fysisk pilatesstudio i Hol.
 - Planlegging og gjennomføring av retreats.

8.0 Plan for å oppnå abonnementsvekst og inntekt

For å gjøre Pialates-plattformen bærekraftig og nå abonnementsmålene (80 abonnenter ved lansering i 2026, 500 innen 2029) har jeg laget en stegvis og realistisk vekststrategi. **Detaljert prognose for abonnementsinntekter per år finnes i tabellene i budsjett- og finansieringsdokumentet som er vedlagt søknaden.**

8.1 Sterkt forarbeid før lansering (2025–vår 2026)

- **Kontinuerlig innholdsproduksjon:** Bygge et videobibliotek med 121 videoer innen september 2026.
- **Gratis økter og utfordringer:** Kjøpe gratis 14-dagers utfordring i januar 2026 for å skape engasjement og synlighet.
- **Sosiale medier-vekst:** Fortsette vekststrategien på Instagram, TikTok, YouTube og Snapchat med mål om 10 000 følgere før lansering.

- **Nyhetsbrev-liste:** Øke e-postlisten fra 400 til 1 000 abonnenter før lansering, slik at jeg har en varm målgruppe ved salgsstart.
- **Partnerskap:** Samarbeide med aktører nasjonalt og lokale aktører i Hol for troverdighet og målgruppeutvidelse.

8.2 Lanseringsstrategi (høst 2026)

- **“Founding members”-tilbud:** Gi en eksklusiv pris for de første 100 medlemmene for å raskt bygge tillit og momentum.
- **Målrettet annonsering:** Investere i betalte Meta- og TikTok-annonser med fokus på segmenter som allerede følger meg.
- **Event-markedsføring:** Bruke fysiske events i Oslo og Geilo til å drive rekruttering til plattformen.
- **Sterk merkevarebygging:** Profesjonelle videoer og foto for å skape et premium-inntrykk som gjør at abonnenter ser verdi i å betale for innholdet.

8.3 Vekstår 1 (2027)

- **Kundeopplevelse i fokus:** Oppfølging av medlemmer med nyhetsbrev, livesendinger og Q&A for å beholde kunder og redusere churn.
- **Utvidelse av innhold:** Leie inn gjestetrinere for variasjon (yoga, styrke, meditasjon).
- **Samarbeid og PR:** Flere samarbeid med magasiner, treningsprofiler og bedrifter for å bygge merkevare.
- **Bedriftsavtaler:** Tilby pakker til bedrifter som ønsker digital trening for ansatte.

8.4 Skaleringsår (2028–2029)

- **Internasjonal satsing:** Produsere innhold på engelsk og teste annonsering i andre nordiske land.
- **Retreats og workshops:** Bruke fysiske events og retreats som salgsarena for digitale abonnement.
- **Ambassadørprogram:** Rekruttere ambassadører og instruktører som promoterer Pjalates i egne nettverk.
- **Større markedsbudsjetter:** Reinvestere overskudd i annonsering og profesjonell markedsføring for å nå bredere ut.

8.5 Resultatforventning

Med denne planen forventes:

- **80 abonnenter ved lansering høsten 2026** – primært fra eksisterende nettverk, events og gratis utfordring.
- **200 abonnenter innen 2027**, gjennom kontinuerlig markedsføring, samarbeid og sterk kundeopplevelse.
- **500 abonnenter innen 2029**, kombinert med internasjonal vekst, fysiske arrangementer og målrettet branding.

Denne planen, sammen med den detaljerte inntektsprognosen i budsjett- og finansieringsdokumentet, viser tydelig hvordan støtte fra næringsfondet vil bidra til å etablere et solid inntektsgrunnlag og gjøre plattformen selvfinansierende.

9.0 Referansecase internasjonalt The Pilates Class (TPC) – læringspunkter for Pialates

The Pilates Class (TPC) ble lansert i Australia i 2020 av pilatesinstruktør Jacqui Kingswell og partner Tarryn. Plattformen opplevde en eksplosiv vekst ved å kombinere profesjonelt innhold med en gjennomført influencer- og PR-strategi. Allerede i løpet av de **første fire månedene** hadde TPC flere **tusen betalende medlemmer** og en årlig omsetning på over **2 millioner australske dollar (ca. 14 millioner NOK)**. I dag har TPC over **100 000 følgere på Instagram** og en abonnementsbase som fortsetter å vokse globalt ([Business Insider, 2020](#)).

Denne casen viser at:

- **Digitalt pilatesinnhold har et enormt markedspotensial internasjonalt**, og kan raskt omsettes til inntekter i millionklassen.
- **Rask skalering er mulig** når man kombinerer profesjonelt innhold, målrettet digital markedsføring og fellesskapsbygging.
- **Abonnementsbaserte treningsplattformer er svært lønnsomme** når de når en kritisk masse av medlemmer, og har lave variable kostnader per ekstra bruker.

10.0 Forarbeid og lokal tilknytning

Jeg har allerede lagt ned betydelig arbeid i å utvikle og teste konseptet **Pialates-universet**, både digitalt og fysisk:

- **Lokalt engasjement:** Vinteren 2025 holdt jeg gratis pilatestimer ved Frivilligsentralen på Geilo, med 20–25 deltakere hver uke, og det var flere på venteliste. Dette viste tydelig at det er sterk interesse og lokalt behov for pilates i Hol.
- **Eventer:** Jeg har arrangert flere pilateseventer i Oslo, hvorav ett i sommer samlet over 100 deltakere. Neste event, i slutten av august, har allerede over 130 påmeldte og ytterligere 100 personer på venteliste. Dette viser tydelig den sterke etterspørselen etter konseptet både fysisk og digitalt.
- **Samarbeid:** Jeg har samarbeidet med aktører som Caspara og Shape Up, noe som har styrket synlighet, nettverk og merkevarebygging.
- **Digital tilstedeværelse:** Jeg har bygget opp en følgerskare på 6136 på tvers av Instagram, TikTok, YouTube og Snapchat, og har en nyhetsbrev-liste med over 400 abonnenter klare til bruk ved lansering.
- **Produktutvikling:** Jeg har startet planleggingen av egne produkter (merchandise og pilatesutstyr) som en del av det helhetlige universet.

Dette viser at jeg allerede har etablert en solid plattform av interesse og tillit – både lokalt og digitalt. Ved å kombinere erfaring fra instruktørvirksomhet, eventer, samarbeid og digital markedsføring har jeg lagt grunnlaget for å utvikle et helhetlig pilatesunivers som kan skape både lokal verdiskaping og et bredere digitalt fellesskap.

11.0 Gründerens kompetanse

Jeg er sertifisert instruktør i både mattepilates og Megaformer, med solid kunnskap om anatomi og bevegelseslære. Jeg har flere års erfaring som utøver og instruktør, og har undervist ved blant annet Øen Treningssenter, SATS og Core Balance i Oslo. Vinteren 2025 ledet jeg gratis pilatestimer ved Frivilligsentralen på Geilo, som fikk svært god oppslutning. Fremover ønsker jeg å bygge videre på kompetansen min gjennom flere kurs og sertifiseringer for å styrke min faglige tyngde og utvikling i feltet.

12.0 Budsjett og finansieringsbehov

Midler fra Hol kommune vil gå til utviklingstiltak og investeringer (ikke drift). De viktigste kostnadene er:

- Digital plattform: lisens og utvikling.
- Utstyr: redigeringsverktøy.
- Innholdsproduksjon: honorar til fotograf/videograf
- Markedsføring: materiell, annonsering
- Merchandise & produkter: utvikle egne pilates utstyr
- Instruktørkurs

Jeg bidrar selv med 1000 timer egeninnsats i året, samt bruk av nettverk og egenfinansiering.

13.0 Forventet effekt

13.1 Folkehelse

Plattformen vil gjøre trening lett tilgjengelig, styrke folkehelsen og bidra til økt trivsel i kommunen.

13.2 Arbeidsplasser

På sikt vil jeg ansette instruktører, markedsførere og teknisk kompetanse – med prioritet på lokale ressurser. Dette vil gi fleksible og moderne arbeidsplasser i Hol.

13.3 Bærekraft

Prosjektet er bærekraftig gjennom:

1. Redusert transport – digitale øker gir lavere CO₂-utslipp (Hook et al., 2023).
2. Digitale løsninger fremfor papir – reduserer ressursbruk (EIT Digital, 2024).
3. Samarbeid med bærekraftige aktører (IEA, 2023).
4. Oppmuntring til grønn livsstil (Sustainable Brands, 2021).

13.4 Ringvirkninger for lokalt næringsliv

Prosjektet vil kunne skape samarbeid med lokale bedrifter, gi tilbud til bedrifter i kommunen (rabattert tilgang), og trekke til seg turister som ønsker treningsopplevelser også digitalt.

13.5 Klima og miljø

Pialates-universet er bygget med fokus på klima og miljø. Ved å tilby et digitalt treningsalternativ reduseres behovet for transport til og fra fysiske treningssteder, noe som bidrar til lavere CO₂-utslipp. Produksjon av innhold og kommunikasjon skjer hovedsakelig digitalt, noe som reduserer papir- og ressursbruk. Videre prioriteres samarbeid med leverandører og merkevarer som har en tydelig miljøprofil, og det legges vekt på å velge miljøvennlige materialer ved produksjon av eget utstyr og merchandise. På denne måten blir Pialates ikke bare et helsefremmende tilbud, men også et tiltak som støtter overgangen til en mer bærekraftig livsstil.

14.0 Mål og fremtidsvisjon

Mitt hovedmål er å gjøre pilates tilgjengelig for alle, uansett økonomi, erfaring eller bosted. Plattformen skal bygges stegvis, med ambisjon om å skape et solid treningsunivers og på sikt 3–6 nye arbeidsplasser i Hol kommune.

15.0 Lønnsomhet og behov for finansiering

Pialates er bygget på en grundig plan med tydelige inntektsmål og en realistisk strategi for vekst. Budsjettet viser at plattformen kan generere over 1,7 millioner kroner i årlige abonnementsinntekter innen 2029, samtidig som kostnadsnivået forblir lavt takket være digitale løsninger og skaleringseffekten av et abonnementsbasert produkt. Forarbeidet jeg allerede har lagt ned, inkludert oppbygging av en lojal målgruppe, samarbeid med etablerte merkevarer og en solid digital tilstedeværelse, gir et sterkt grunnlag for å lykkes.

Finansieringen jeg søker om vil ikke dekke drift, men er avgjørende for å bygge nødvendig infrastruktur, produsere profesjonelt innhold og sikre markedsføringskraft i oppstarten. Med denne støtten vil prosjektet raskt kunne generere egne inntekter, bli økonomisk bærekraftig og på sikt skape nye arbeidsplasser, lokal verdiskaping og et sterkt, helsefremmende tilbud med utgangspunkt i Hol kommune.