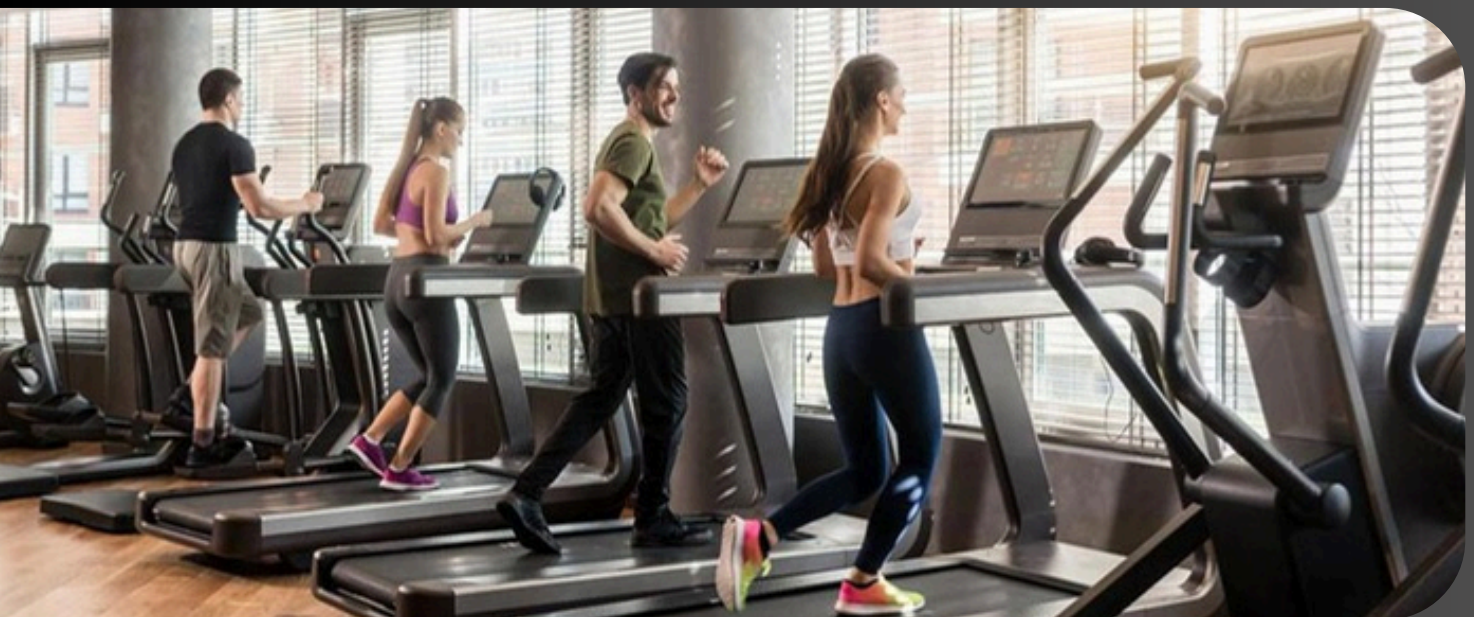


# Erfolgsreport Marketing für Fitnessstudios



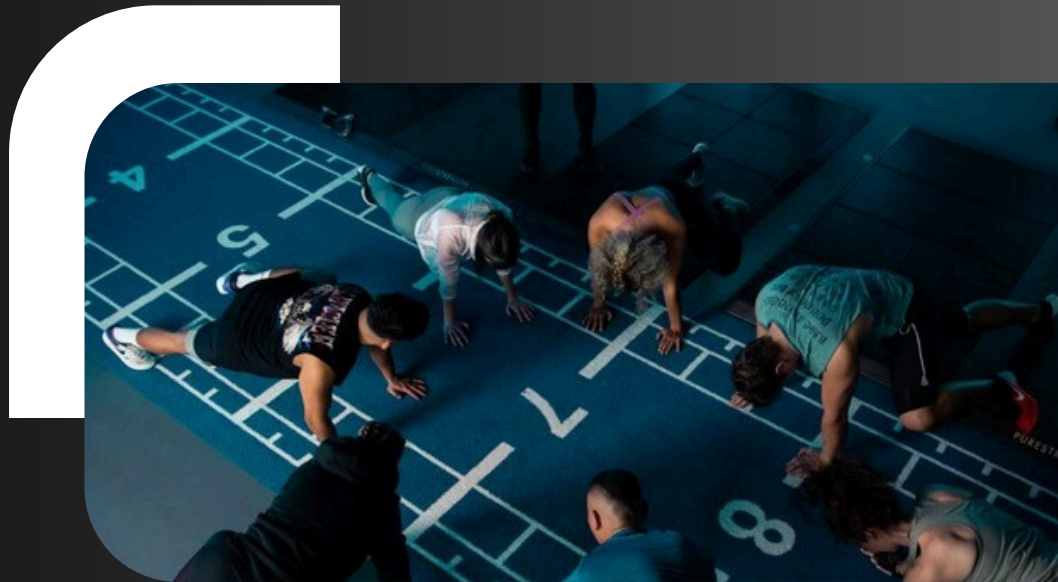
Autor:  
**David Weber**

# Inhaltsverzeichnis

Nachricht von David	3
Wer sind wir?	4
Wie arbeiten wir?	5
Warum solltest du dein Marketing selbst in die Hand nehmen?	6
So viele Mitglieder solltest du haben (Marktstandards)	7
Deine Neukunden-Strategie ist veraltet	8
Weiterempfehlung ist TOT!	9
Warum Agenturen dein Problem nicht lösen werden	10
Mehr Leads, mehr Mitglieder – ohne mehr Budget	11
Die Neukunden-Strategien	12-17
Leadpreise	18
Marketing Jahresplanung	19
Ergebnisse unserer Kunden	20-24

## Warum die meisten Fitnessstudios niemals ihr optimales Mitglieder- und somit Umsatzniveau erreichen werden!

Deswegen hat dir deine aktuelle Mitglieder-Gewinnungs-Strategie noch nicht die Ergebnisse gebracht, die du dir erhofft hast.



## Nachricht von David:

Viele Fitnessstudios kämpfen heute mit demselben Problem: Immer weniger Neumitglieder kommen durch Weiterempfehlung oder Laufkundschaft. Währenddessen holen sich moderne Studios ihre Kunden über Online-Marketing direkt vom Markt – und genau dort gehen dir Monat für Monat Interessenten verloren.



Die gute Nachricht: Du brauchst keine teuren Umbauten oder die nächste Agentur, die dir das Blaue vom Himmel verspricht. Mit einer klaren, auf dein Studio zugeschnittenen, Online-Strategie kannst du dein Marketing selbst in die Hand nehmen – planbar, messbar und dauerhaft erfolgreich.

### David Weber

Geschäftsführer und Inhaber von Studio-Erfolg

# Wer sind wir?

## David Weber

Als Gründer und Betreiber von vormals über 50 Fitnessstudios in Österreich habe ich nicht nur die Branche von innen heraus erlebt, sondern auch gelernt, wie entscheidend eine klare Online Marketing Strategie für den Erfolg ist. In den letzten Jahren habe ich Millionen in Marketing investiert sowie Strategien entwickelt und perfektioniert. Heute helfe ich Fitnessstudio-Betreibern, ihr Online Marketing selbst in die Hand zu nehmen.



€10.000.000+ verwaltetes Werbebudget



400.000+ Neumitglieder generiert



100+ Studios verwenden Davids System



**Matthias Gagula**  
Vertriebsassistent



**Rene Seidl**  
Vertriebsassistent



**Julius Alsleben**  
Vertriebsassistent



**Mario Jovanovic**  
Online-Marketing-Manager



**Lisa Weber**  
Assistenz der Geschäftsführung



**Bastian Ingerle**  
Strategieberater

# Wie arbeiten wir?

3 Monate, die dein Leben verändern werden!



## Phase 1

### Neukundenstrategie

Gemeinsam erarbeiten wir eine klare Strategie, wie dein Studio gezielt und planbar neue Mitglieder gewinnt – angepasst an Standort, Zielgruppe und Angebot.



## Phase 2

### Kickstart!

Wir setzen sofort deine erste Kampagne auf, um schnell Leads bzw. Mitglieder zu gewinnen, den Funnel zu testen und erste Ergebnisse sichtbar zu machen.



## Phase 3

### Marketing Jahresplanung

Damit dein Marketing planbar und messbar wird, erstellen wir einen Jahresplan, der dir Monat für Monat neue Mitglieder bringt.



## Phase 4

### Du lernst WIE!

Du bekommst das Know-how, deine Kampagnen selbst zu steuern. So wirst du unabhängig von Agenturen und beherrscht dein Marketing eigenständig.



## Phase 5

### Umsetzung sicherstellen

Wir verankern Prozesse, damit deine Strategie langfristig funktioniert und dein Studio nachhaltig wächst – ohne Zufall oder Glück.



**5 Phasen  
für deinen Erfolg!**



# Warum solltest du dein Marketing selbst in die Hand nehmen?

## Online Marketing in Eigenregie

- ✓ Perfekte Ergebnisse angepasst an deine Zielgruppe.
- ✓ Unabhängigkeit von externen Partnern.
- ✓ Keine teuren Agenturkosten
- ✓ Durchschnittlich 40% bessere Ergebnisse
- ✓ 100% messbar
- ✗ Minimaler Mehraufwand

▲ **+40%**

Durchschnittlich 40% mehr Neumitglieder nach unserer Zusammenarbeit!

## Zusammenarbeit mit einer Marketing Agentur

- ✓ Basic Ergebnisse
- ✗ Nicht individuell abgestimmt auf Zielgebiet, -gruppe und Angebot
- ✗ Nur kurzfristige Ergebnisse
- ✗ Keine langfristige und planbare Neukunden-Gewinnung
- ✗ Oft "Marketing nach Bauchgefühl"
- ✗ Du weißt NIE, ob du das Optimum rausholst.

**NIEMAND** kennt Deine Zielgruppe, Dein Zielgebiet und Dein Angebot so gut, wie **DU** selbst!



# Wie verhält sich der Markt seit Covid?

Die dargestellten Richtwerte basieren nicht auf Schätzungen, sondern auf öffentlich zugänglichen Daten aus Branchenstudien, Marktforschungen und Verbandsveröffentlichungen der Fitnesswirtschaft in Deutschland und Österreich. Sie zeigen, welche Mitgliederzahlen pro Quadratmeter in den verschiedenen Studiokonzepten marktüblich sind.

Gerade seit der Covid-Pandemie ist es wichtig, sich an solch validierten Kennzahlen zu orientieren. So erkennst du, ob dein Studio im Vergleich über- oder unterdurchschnittlich performt, kannst realistische Ziele setzen und Wachstumsstrategien fundiert planen.

**Kurz gesagt:** Diese Zahlen liefern dir eine verlässliche Orientierung, wo dein Studio steht und welches Potenzial noch offen ist.

## So viele Mitglieder solltest du haben:

Discount Fitnessstudio	2,5-4 Mitglieder pro qm*
Premium-/ Gesundheitsstudio	1,3-2 Mitglieder pro qm*
Smartgym (Teil-/Personallos)	1,5-2,5 Mitglieder pro qm*
Boutique-/ PT Fitnessstudio	1,1-2 Mitglieder pro qm*
Crossfit Studio	1,5 - 2 Mitglieder pro qm*
EMS Studio	110-130 Mitglieder pro Gerät

\*Gesamtfläche inklusive Nebenräume

# Deine Neukunden-Strategie ist veraltet!

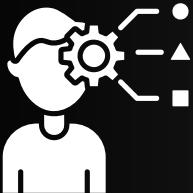
## Falscher Glaubenssatz:

Viele Fitnessstudios haben noch nie aktiv Mitglieder durch Online Marketing gewonnen. Oft glauben Betreiber, dass Renovierungen oder neue Geräte die Lösung seien. Doch das eigentliche Problem liegt nicht in der Ausstattung, sondern in der Strategie zur Mitgliedergewinnung. Früher kamen über 70 % der neuen Mitglieder durch Weiterempfehlung.



## Zeiten haben sich geändert

Früher kamen über 70 % der neuen Mitglieder durch Weiterempfehlung. Heute werden Interessenten jedoch in ihrer Orientierungsphase von Clubs abgeholt, die gezielt Online Marketing einsetzen. Wer hier nicht sichtbar ist, wartet vergeblich auf Empfehlungen – auch mit einem modernen Studio.

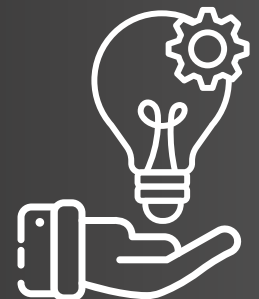


## Der wahre Grund

Die wahre Ursache für stagnierende Mitgliederzahlen ist also nicht ein „veralteter Club“, sondern eine veraltete Neukunden-Strategie.

## Die Lösung

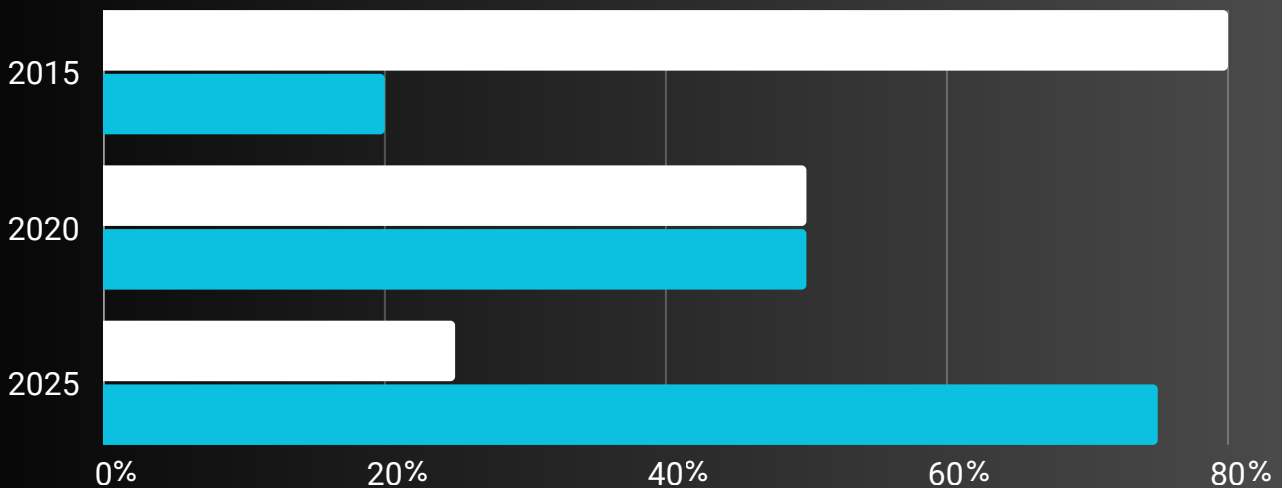
Eine klare, individuelle Online-Strategie, die den Betreiber befähigt, seine Zielgruppe selbst optimal anzusprechen. Denn niemand kennt Standort, Mitglieder und Angebot besser als der Betreiber selbst. In Kombination mit erprobtem Marketing-Know-how wird so aus Unsicherheit planbares Wachstum – messbar, nachhaltig und unabhängig von äußeren Zufällen.



# Weiterempfehlung ist TOT!

Noch 2015 kamen die meisten Mitglieder über persönliche Empfehlungen ins Fitnessstudio. Doch dieses Modell funktioniert heute kaum noch. Bereits 2020 hat Online Marketing die Weiterempfehlung eingeholt und 2025 wird der Großteil aller neuen Mitglieder ausschließlich über digitale Kanäle gewonnen. Wer hier nicht sichtbar ist, verliert automatisch Interessenten an die Studios, die professionell online arbeiten.

**Mitglieder-Gewinnung durch:**  
**Weiterempfehlung**      **Online Marketing**



## Woran liegt das?

Zwischen dem Moment, in dem sich jemand für Fitness interessiert und einer zufälligen Empfehlung durch einen Freund vergeht oft zu viel Zeit. In dieser Lücke werden Interessenten längst von anderen Studios über gezieltes Online Marketing abgeholt, während wir vergeblich auf neue Mitglieder warten.



## Warum Agenturen dein Problem nicht lösen werden



### Das Problem

Viele Fitnessstudios haben bereits mit Agenturen gearbeitet – mal mit guten, mal mit katastrophalen Ergebnissen. Doch eines war immer gleich: Es fehlte an Planbarkeit und Verlässlichkeit.

### Falscher Glaubenssatz

Der Glaube, dass die „richtige Agentur“ den goldenen Schlüssel in der Hand hält, ist weit verbreitet. In Wahrheit kennt jedoch keine Agentur dein Studio, deine Zielgruppe und dein Angebot so gut, wie du selbst.

### Wie es wirklich ist

Die meisten Agenturen arbeiten mit Standard-Strategien, die kurzfristig funktionieren, aber nie nachhaltig die gewünschten Ergebnisse bringen. Das eigentliche Problem ist nicht die technische Auspielung von Werbeanzeigen, sondern die fehlende individuelle Strategie. Erst wenn dein Standort, deine Zielgruppe und dein Angebot in einer klaren Neukunden-Strategie zusammenspielen, wird dein Marketing planbar und messbar.



### Die Lösung

Die Lösung liegt darin, das Wissen und die Erfahrung des Betreibers mit einem erprobten System zu kombinieren. So entsteht eine Marketing-Struktur, die nicht nur kurzfristig funktioniert, sondern deinem Studio dauerhaft und planbar neue Mitglieder bringt – unabhängig von einer externen Agentur.

## Bessere Ergebnisse – ohne mehr Budget!

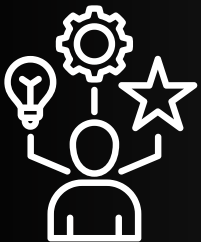
### Falscher Glaubenssatz

Viele Fitnessstudios betreiben ihr Online Marketing bereits selbst und glauben damit optimal aufgestellt zu sein. Oft beschränkt sich dieses Wissen jedoch auf die technische Umsetzung von Werbeanzeigen und nicht auf die strategische Ausrichtung.



### Wie es wirklich ist

Der Unterschied liegt nicht darin, ob Anzeigen geschaltet werden, sondern wie diese Kampagnen aufgebaut, ausgerichtet und optimiert werden. Nur so wird das eingesetzte Budget wirklich effizient genutzt und liefert planbare sowie messbare Ergebnisse.



### Profitiere aus unseren Erfahrungen

In den letzten 12 Jahren haben wir im Fitnessmarkt Millionen in Online Marketing investiert, Fehler gemacht und Prozesse optimiert. Aus dieser Erfahrung wissen wir heute genau, was funktioniert – egal ob für ein Micro Studio, einen Discounter oder eine Premium-Anlage.

### Die Lösung

Mit einer klaren Jahresplanung und der richtigen Strategie lässt sich das volle Potenzial ausschöpfen: Mehr Leads, mehr Mitglieder und konstantes Wachstum – Monat für Monat. Oft sind es kleine Stellschrauben in Ansprache, Ausspielung oder Limitierung, die am Ende den Unterschied zwischen 50 und 100 Neumitgliedern bei gleichem Budget ausmachen.



## Neukunden-Strategie + Segmente

Wähle die richtige Neukunden-Strategie für dein Segment!



Discount Studios



Premium Discount Studios

Premium Studios

Micro Studios



Die Mitglieder-Gewinnungs-Strategie muss immer zum Studiokonzept passen.

Hochpreisige Studios arbeiten am besten mit einer Lead-Strategie. Hier werden Interessenten gezielt gesammelt und Schritt für Schritt „aufgewärmt“, bis sie bereit sind, eine hochwertige Mitgliedschaft abzuschließen.

Günstige Studios setzen hingegen erfolgreich auf Angebote. Eine niedrige Einstiegshürde und klare Dringlichkeit vermitteln: **Jetzt ist der perfekte Zeitpunkt, um zu starten.**

# Vergleich Angebote vs. Leads

## Leads



Ideal für ein hochpreisiges Angebot

**Fokus auf:** JETZT ist der richtige Zeitpunkt Mitglied zu werden!

## Angebote



Ideal für eine günstige Preisgestaltung

**Fokus auf:** Wir sind der richtige Partner, um dein Ziel zu erreichen!

## Leads vs. Angebote



Leads



Angebote

Geeignet für hohe Preise	✓	✗
Geeignet für niedrige Preise	✗	✓
100% messbar	✓	✗
100% planbar	✓	✓
Personalunabhängig	✗	✓
100% verlässlich	✓	✓
Nachhaltiges Wachstum	✓	✓

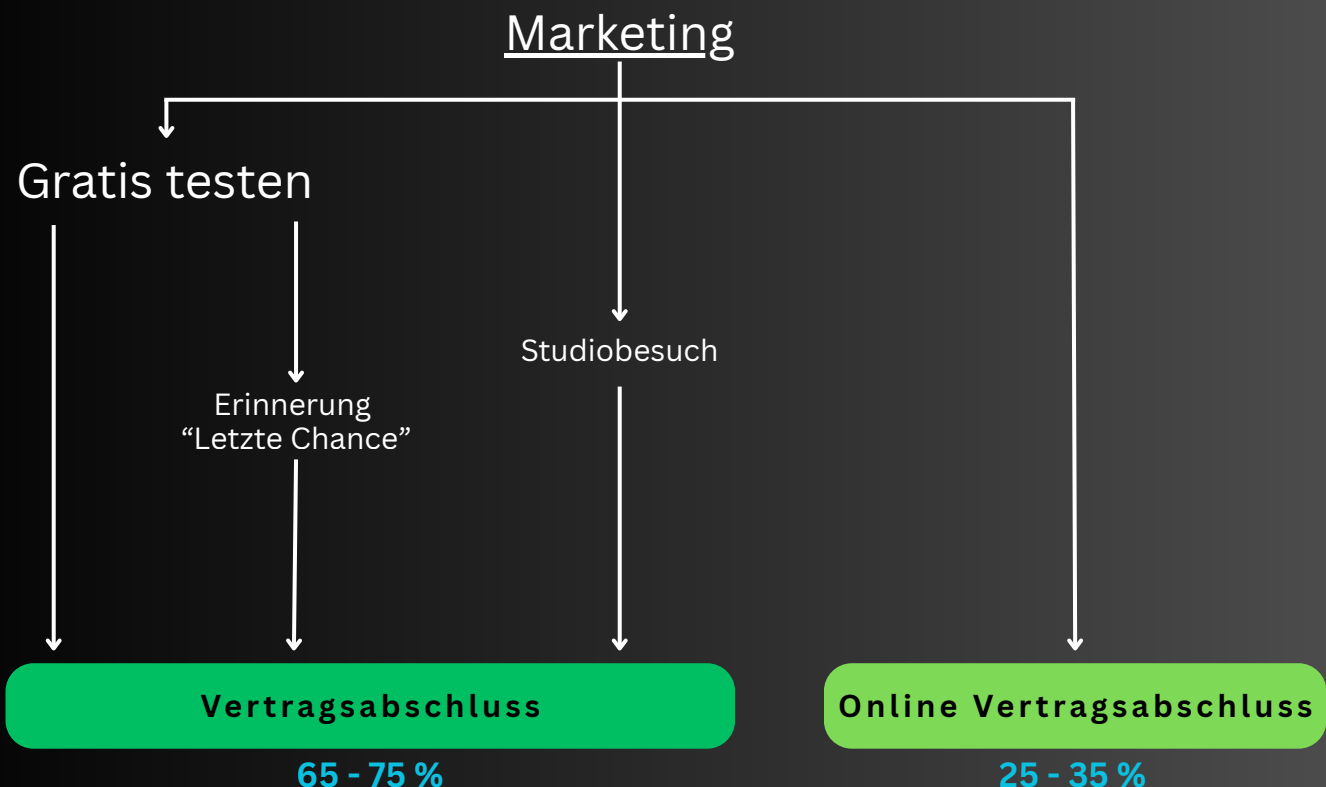
# Die Angebots-Strategie

Die Angebots-Strategie setzt auf eine extrem niedrige Einstiegshürde und eine klare Handlungsaufforderung. Statt an dieser Stelle unnötig Leads zu sammeln, die den Prozess nur verzögern, wird dem Interessenten direkt ein attraktives Angebot präsentiert mit dem Ziel, sofort zu handeln.

Der Weg ist dabei klar und unkompliziert:

- Interessenten kommen ins Studio und schließen sofort ab.
- Interessenten entscheiden sich für einen gratis Test und schließen danach ab.
- Interessenten gehen den direkten Weg und melden sich noch von Zuhause aus online an.

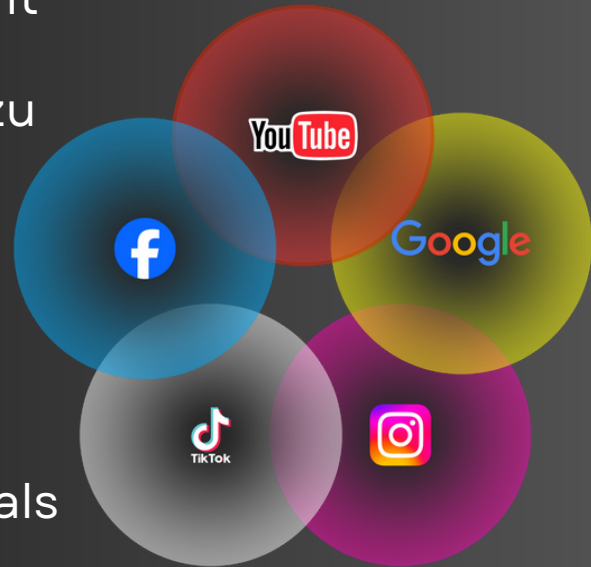
## Angebots-Funnel:



## Nachhaltiges Wachstum durch Sichtbarkeit

Früher haben Fitnessstudios versucht mit Flyern oder Zeitungsanzeigen einzelne Touchpoints im Zielgebiet zu setzen. Das war teuer, ungenau und oft wenig effektiv.

Heute ist die Situation völlig anders: Durch Social Media können wir in genau dem gewünschten Zielgebiet bis zu 20 Touchpoints pro Monat aufbauen und das für weniger Geld als mit klassischer Werbung.



Warum ist das so wichtig? Weil die Aufmerksamkeitsspanne durch Social Media drastisch gesunken ist. Ein einzelner Kontakt reicht längst nicht mehr aus.



Dein Studio-Logo muss schon im Kopf des Interessenten sein, bevor der eigentliche Trigger-Moment kommt: Wenn die Frau sagt „du hast zugenommen“, wenn man morgens vor dem Spiegel steht und denkt „jetzt reicht’s“ oder wenn der Arzt sagt „du musst was tun“.

Genau in diesem Moment fällt die Entscheidung – und wer bereits sichtbar war, wird gewählt. So entsteht echtes, nachhaltiges Wachstum.

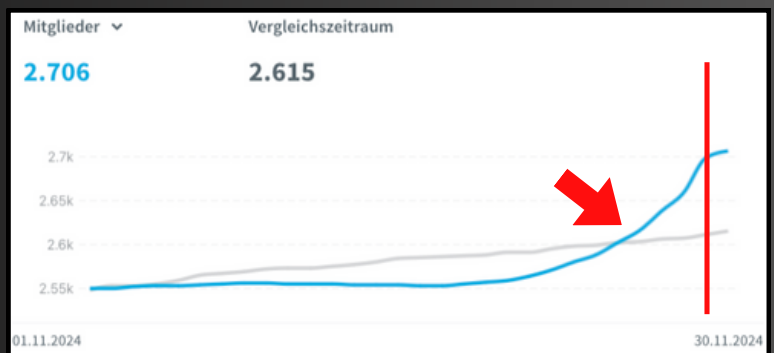
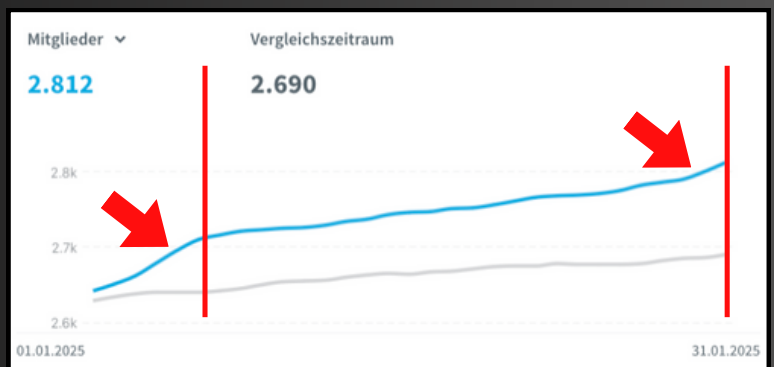
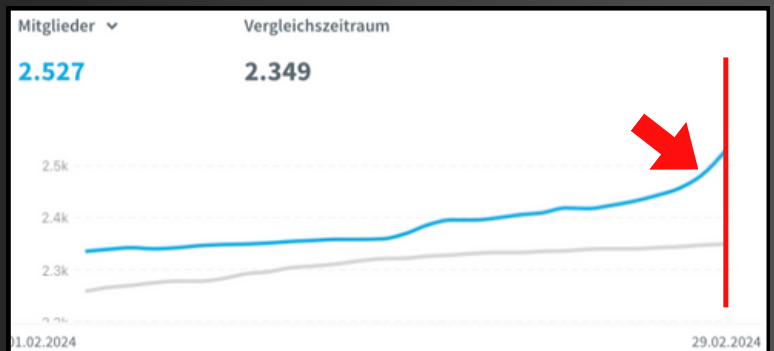


# Limitierung

Eines der wichtigsten und gleichzeitig stärksten Elemente bei der Mitglieder-Gewinnung durch Angebote ist die passende Limitierung!

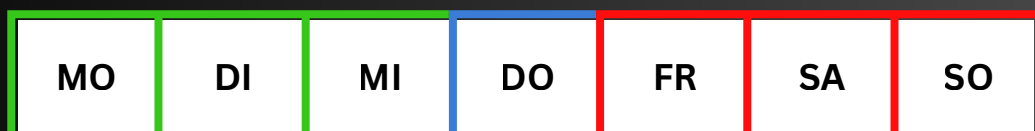
Wenn wir eine Limitierung punktgenau und mit dem richtigen Wording ausspielen, können wir eine starke FOMO ("Fear of missing out") produzieren.

Diese kostet keinen Cent mehr und produziert einen großen Teil unseres Wachstums. Alleine 20% unserer Mitglieder gewinnen wir in den letzten Tagen unseres Angebots.  
**→ Und das ON TOP!**



Hierbei ist neben dem richtigen Monatstag auch der richtige Wochentag zu beachten. Insbesondere Montag, Dienstag und Mittwoch bieten sich sehr gut für eine FOMO-Phase an!

Dies ist ein Beispiel von vielen kleinen Zahnrädern, welche zusammengefasst einen riesigen Unterschied machen!



# Leads-Strategie

Die Lead-Strategie ist zu 100 % messbar. Jeder Schritt im Funnel – vom ersten Website-Besuch bis zum Vertragsabschluss – bietet Stellschrauben, die laufend getestet und optimiert werden können.



Oft dauert es etwas Zeit, bis alle Stellschrauben perfekt eingestellt sind, doch mittelfristig entsteht dadurch absolute Planungssicherheit: Ich weiß genau, dass jeder investierte Euro im Marketing zuverlässig ein Vielfaches zurückbringt – zum Beispiel 1 € Einsatz = 20 € Umsatz.

So wird Marketing nicht zum Glücksspiel, sondern zu einem klar kalkulierbaren Wachstumshelium.

## Leads-Funnel



# Optimierung + Leadpreise

Dank jahrelanger Erfahrung können wir Leadpreise konstant auf 3-5 € senken – durch gezielte Optimierungen und bewährte Maßnahmen.



Dazu zählen:



Kundenansprache



Zielgruppen-Verständnis



Starke Limitierung



Klare Call to Action

## Leadpreise → 3-5 €/Lead

Neu

Leadkampagne\_Lena\_5wochen5kilo\_23.09.2025  
Aktiv · Leads

15 Leads auf Meta

**2,91 €** Kosten pro Lead auf Meta

43,60 € Ausgegeben

1 Empfehlung +47 Punkte

Neue Leads

Leads Alpha Club  
Aktiv · Leads

96 Leads auf Meta

**5,37 €** Kosten pro Lead auf Meta

515,09 € Ausgegeben

1 Empfehlung +13 Punkte

Neue Leads

Leadkampagne\_Daniela\_Golden\_Ticket\_08.09.2025  
Inaktiv · Leads

74 Leads auf Meta

**4,69 €** Kosten pro Lead auf Meta

347,30 € Ausgegeben

1 Empfehlung +47 Punkte

Leadkampagne\_Lena\_5wochen5kilo\_23.09.2025  
Aktiv · Leads

62 Leads auf Meta

**3,77 €** Kosten pro Lead auf Meta

233,97 € Ausgegeben

Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Ausgebener Betrag
19 Leads auf Meta	5.222	7.874	3,94 € Pro Meta-Lead	74,94 €
34 Leads auf Meta	6.409	10.342	3,56 € Pro Meta-Lead	121,11 €

# Marketing Jahresplanung

Um nachhaltige Ergebnisse für dein Fitnessstudio zu erzielen und somit wirklich zu verstehen, was tatsächlich für dich funktioniert, brauchst du eine Marketing Jahresplanung!



Hieran gibt es keinen Weg vorbei!

## Was spricht dafür?



### Planbarkeit

Du weißt genau, mit welchen Ergebnissen du für welche Aktion rechnen kannst!



### Messbarkeit

Wir können genau nachvollziehen, was funktioniert und was nicht!



### Fokus auf Langfristigkeit

Studio-Betreiber arbeiten oft kurzfristig aus dem Bauch heraus. Wir stützen unsere Arbeit auf Daten!



### Zielgruppenansprache

Um konstanten Erfolg zu erzielen, muss ich genau wissen, wann ich welche Zielgruppe anspreche!



### Cashflow-Planung

Als Studio-Betreiber wollen wir nicht nur unsere Vertragsabschlüsse, sondern auch unseren Cashflow planbar machen!

# Ergebnisse unserer Kunden:



**Max Schirnhofner**

King Kong Club Salzburg

## Neukunden-Strategie = Leads

Max betreibt ein Boutique Studio auf über 1.000 qm in Salzburg. Sein Konzept zeichnet sich durch ein außerordentlich hohes Vertriebsgeschick aus.

Gemeinsam haben wir es geschafft seinen Neukunden-Funnel planbar zu füllen und seine Lead-Gewinnung so zu optimieren, dass er statt 15-20 € pro Lead unter 5 € pro Lead investiert!

### Das sagt er heute:

*“Du hast mir eine Lösung gezeigt, bei welcher ich nicht mal wusste, dass ich ein Problem habe. Das war der letzte Baustein, der mir noch gefehlt hat!”*



# Ergebnisse unserer Kunden:



**Christian Altendorf**  
Fitomat Neu Anspach

## Neukunden-Strategie = Angebote

Christian betreibt ein Fitomat und somit ein sogenanntes "Smartgym". Die Herausforderung ist es, ohne Personal, konstant neue Mitglieder zu gewinnen.

Hierfür haben wir eine Angebots-Strategie entwickelt und konnten bereits im ersten Monat dreistellig Mitglieder gewinnen!

### Das sagt er heute:

*"Das habe ich nicht für möglich gehalten. Es fühlt sich jetzt wie ein richtiges Fitnessstudio an"*



**FT  
MT**



# Ergebnisse unserer Kunden:



**Tobias Buschendorf**  
Clever Fit (13 Clubs)

## Neukunden-Strategie = Angebote/Leads

Tobias betreibt 13 Clever Fit sowie eine Premium-Anlage in Bayern. Für sein Konzept haben wir ein Hybrid-Neukunden-Strategie aus Angeboten und Leads etabliert.

In den letzten 12 Monaten konnte er seinen Mitgliederstamm und somit seinen Umsatz um 30% erhöhen.

### Das sagt er heute:

*“David hat meiner Mitarbeiterin gezeigt, wie sie mir planbar neue Mitglieder bringt. Ich bin froh, nicht mehr von Agenturen abhängig zu sein!”*



# Ergebnisse unserer Kunden:



**Renato Lo Pulmo**  
Now fit (5 Clubs)

## Neukunden-Strategie = Angebote

Renato betreibt 5 Discount Fitnessstudios an der Deutsch-/Österreichischen Grenze. Er betreibt bereits seit langem sein Online Marketing in eigener Regie.

Bereits im ersten Monat konnten wir die Mitglieder-Gewinnung von 280 auf über 400 Neumitglieder pro Monat steigern. Somit über 42% mehr Neumitglieder!

### Das sagt er heute:

*“Ich dachte, wir machen das schon ganz gut. Aber es hat sich gezeigt, dass die Kleinigkeiten oft entscheidend sind!”*



# Ergebnisse unserer Kunden:



**Normen Degener**  
Eny Gym Lünen

## Neukunden-Strategie = Leads

Normen hat bereits vor unserer Zusammenarbeit viele gute Ideen gehabt. Dennoch hat es ihm an Orientierung gefehlt.

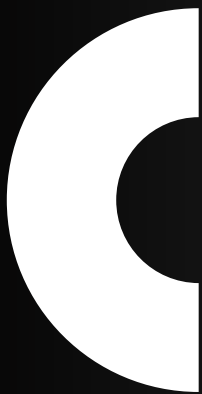
In den letzten Wochen haben wir sein Marketing optimiert und somit die Neukunden-Anfragen von 2-3 auf über 100 pro Monat gesteigert.

### Das sagt er heute:

*“Es fühlt sich an, als wäre ich endlich in der Fitnessbranche angekommen. Ich weiß jetzt genau, was ich tun muss und ich kann aktiv an meiner Mitglieder-Gewinnung arbeiten!”*

EnyGym





# Kostenloses Beratungsgespräch

Du willst dein Online Marketing und somit deine Mitglieder-Gewinnung selbst in die Hand nehmen? Gerne stehen wir dir hierzu in einem kostenlosen Beratungsgespräch zur Verfügung. Unser Team freut sich auf einen lockeren und offenen Austausch mit dir.

**Phone**

+43 664 5350831

**Email**

david.weber@consult.fitness

**Zum kostenlosen Beratungsgespräch:**



 [Hier klicken](#)

