

Playbook für Fitnessstudios

Online-Marketing wie Marktführer



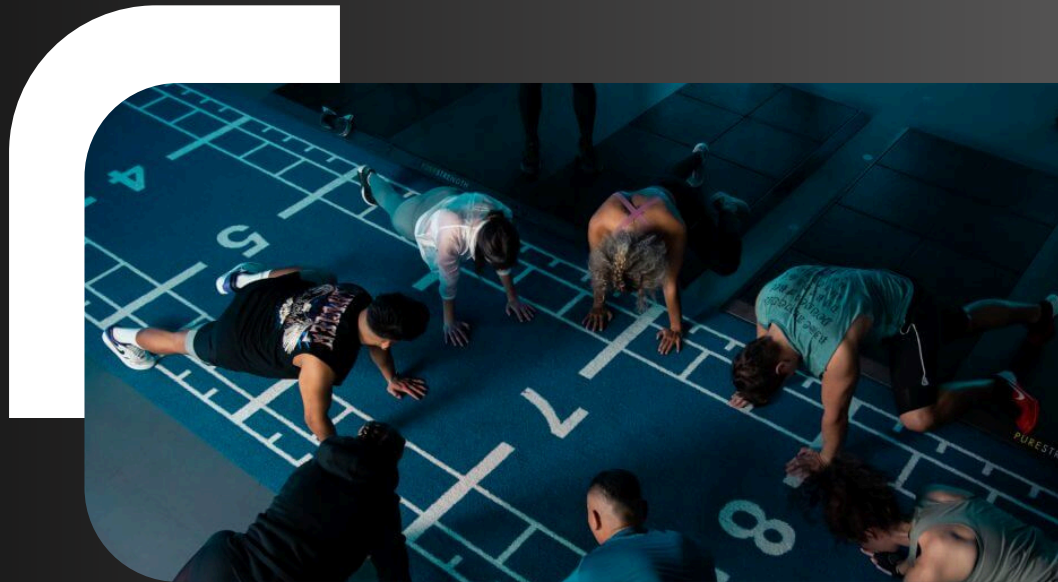
Warum große Marken ein vielfaches an Mitgliedern erreichen während andere ums Überleben kämpfen.



Autor:
David Weber

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 die großen Ketten 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 große Budgets für Markenaufbau, um deine Mitgliederziele zu erreichen. Mit einer klaren, auf dein Studio zugeschnittenen, Online-Strategie kannst du die Profitabilität deines Clubs vervielfachen – planbar, messbar und dauerhaft erfolgreich.

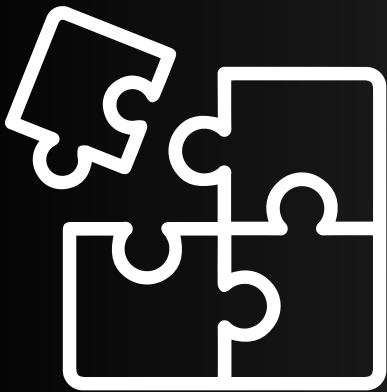
David Weber

Geschäftsführer und Inhaber von Studio-Erfolg

Warum scheitern die meisten Marketingagenturen scheitern?

Die meisten Marketing Agenturen haben eine erprobte Marketingstrategie für ihre Kunden. Ob die Strategie ausgerechnet für dein Studio funktioniert, ist zu 100% Glück. Manchmal sind die Ergebnisse gut und größtenteils eben nicht.

In einigen Fällen funktioniert die Strategie kurzfristig ist aber nicht für eine Langfristigkeit ausgelegt.



Das Prio-A-Ziel einer Marketingagentur ist es, die perfekte Strategie genau für deine Situation zu finden. Auch wenn dies deutlich mehr Know-How sowie zeitlichen Einsatz bedeutet. Wenn du den Weg mit einer Marketingagentur gehst und die Strategie der Agentur nicht funktioniert, bist du in einer sinnlosen Zusammenarbeit gefangen.

Um Marktführer zu werden musst du herausfinden, was für deine Clubs wirklich funktioniert. Nur durch die richtige Strategie entsteht ein Hebel, welcher den Unterschied machen wird.

Bei "Studio-Erfolg" sehen wir es als unsere Aufgabe an, deine Situation zu analysieren und die perfekte Lösung für dich aufzubauen. Wir versuchen dir nicht, unseren Weg zu verkaufen. Deine Ergebnisse sind unsere Ergebnisse!

0815

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 solchen 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

1. Die richtige Strategie

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.

Zudem gibt es weitere Faktoren, die bestimmen, ob eine Strategie funktioniert oder nicht. Beispielsweise **Größe des Einzugsgebiets**, **Konkurrenzsituation**, **verfügbares Werbebudget**, **persönliche Stärken und Schwächen** sowie **Bekanntheit der eigenen Marke**.

Deine Neukunden-Strategie ist veraltet!

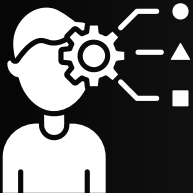
Falscher Glaubenssatz:

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.



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.

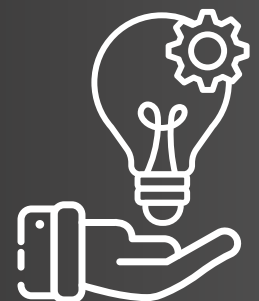


Der wahre Grund

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

Die Lösung

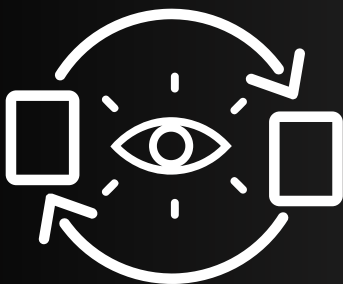
Eine klare, individuelle Online-Strategie, die den Betreiber befähigt, seine Zielgruppe optimal anzusprechen. Denn niemand kennt Standort, Mitglieder und Angebot besser als der Betreiber selbst. In Kombination mit erprobtem Marketing-Know-how wird so aus Unsicherheit planbares Wachstum – messbar, nachhaltig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



Gängige Strategien für Fitnessstudios

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.

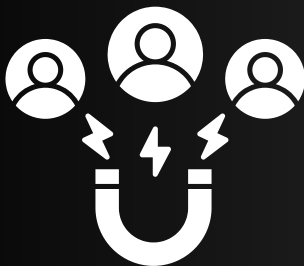
Strategie 1 - Sichtbarkeit & lokale Durchdringung



Strategie 2 - Klare Conversion Strategie



Strategie 3 - Lead-Strategien



Strategie 4 - Kursstrategie



Strategie 5 - Smartgym Strategie



Strategie 6 - Marktführer Ads Strategie



Vergleich Angebote vs. Leads

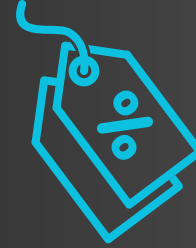
Leads



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

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

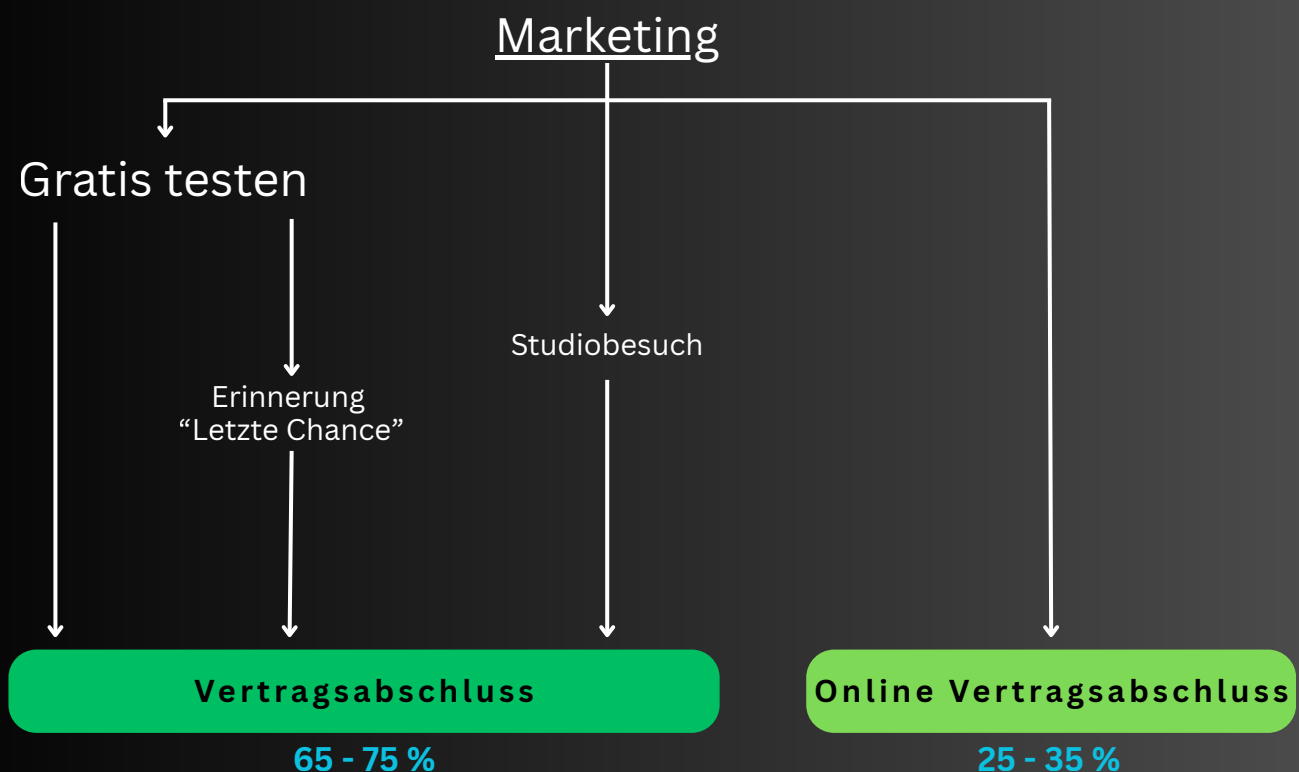
Strategie 1 - Sichtbarkeit & lokale Durchdringung

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.

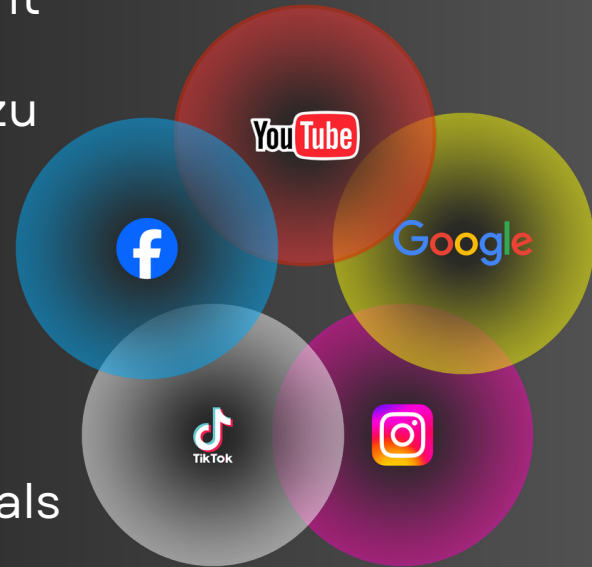
Angebots-Funnel:



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.



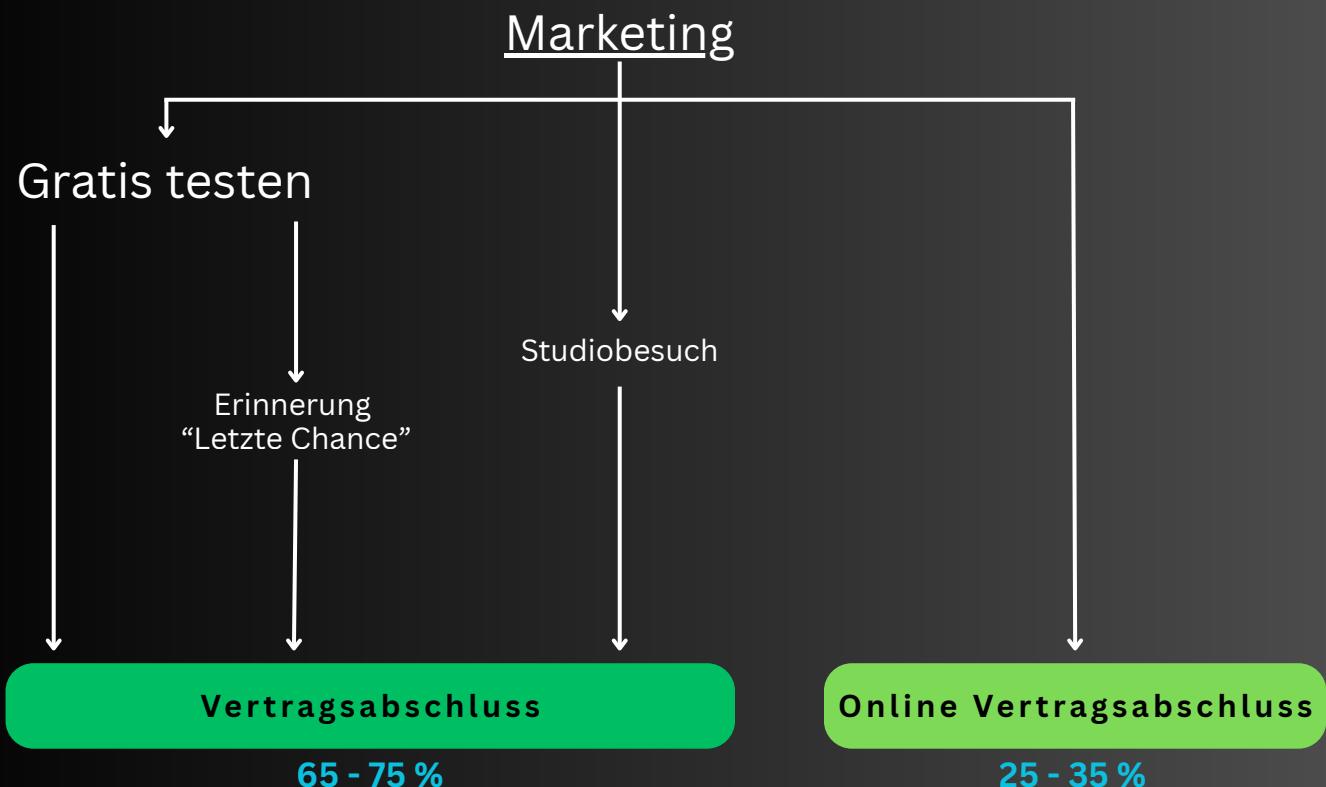
Die Angebots-Strategie

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:



Vergleich lokale Durchdringung zu Conversion getrieben

Der klare Unterschied entsteht beim “CPM”. Somit meine Ausgaben um 1.000 Kontakte zu erreichen. Sobald wir auf ein Conversion getriebenes Ziel wie “Lead” oder “Vertragsabschluss” optimieren, wird unser CPM 10-12x teurer. Man erreicht bei gleichem Budget somit 10-12x weniger Kontakte.

*Conversion-Ziel → Link Klick

Anzeigengruppe ↑↓	Ergebnis... ↑↓	Ausgege... Betrag ↑↓	Impressio... ↑↓	Reichweite ↑↓	Frequenz ↑↓	CPM (Kosten p... ↑↓
Traiskirchen	4.057 Link-Klicks	851,14 €	1.478.772	36.924	40,05	<u>0,58 €</u>
Weppersdorf	1.210 Link-Klicks	322,37 €	352.753	16.830	20,96	<u>0,91 €</u>
Mattersburg	4.791 Link-Klicks	1.326,35 €	1.301.725	50.470	25,79	<u>1,02 €</u>
Deutschkreutz	1.159 Link-Klicks	322,32 €	308.286	14.179	21,74	<u>1,05 €</u>
Hainburg	2.274 Link-Klicks	568,66 €	779.968	26.854	29,04	<u>0,73 €</u>

*Conversion-Ziel → Lead

Anzeigengruppe ↑↓	Ergebnis... ↑↓	Ausgege... Betrag ↑↓	Impressio... ↑↓	Reichweite ↑↓	Frequenz ↑↓	CPM (Kosten p... ↑↓
Männer_Anfängerkurs	63 Leads auf Meta	671,49 €	66.331	30.438	2,18	<u>10,12 €</u>
Anfängerkurs_Frauen	48 Leads (Formular)	1.218,85 €	128.848	34.274	3,76	<u>9,46 €</u>

Natürlich kann es in einigen Fällen Sinn machen, auf eine klare Conversion zu optimieren. Allerdings sollten wir genau prüfen, ob die Notwendigkeit besteht.

Sollte diese nicht bestehen, würde ich im ersten Schritt immer versuchen mein Zielgebiet genau zu definieren und dieses Zielgebiet mit höchstmöglicher Frequenz zu bespielen.

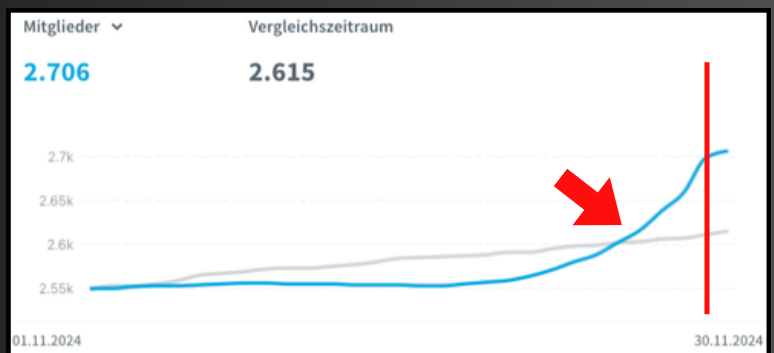
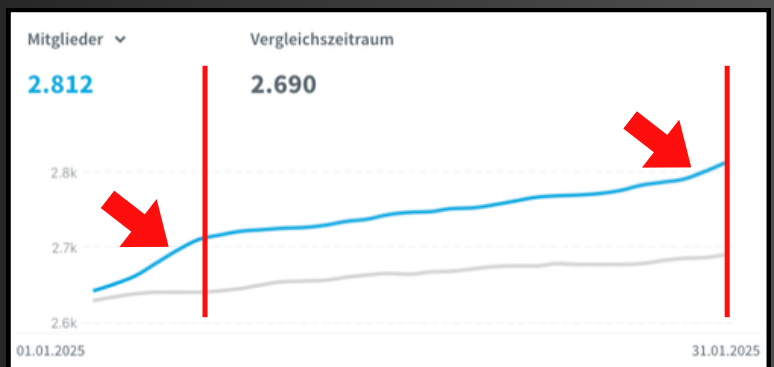
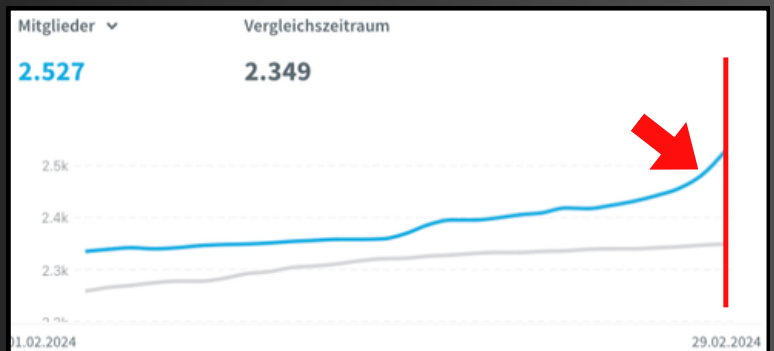
Hierbei sind wir universell sichtbar und bleiben langfristig im Hinterkopf unserer Zielgruppe.

Limitierung

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

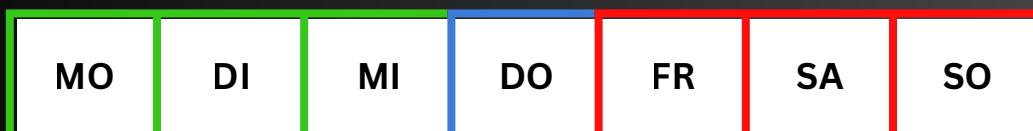
Wenn wir eine Limitierung punktgenau und mit dem richtigen Wording ausspielen, können wir eine starke FOMO (“Fear of missing out”) produzieren.

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!



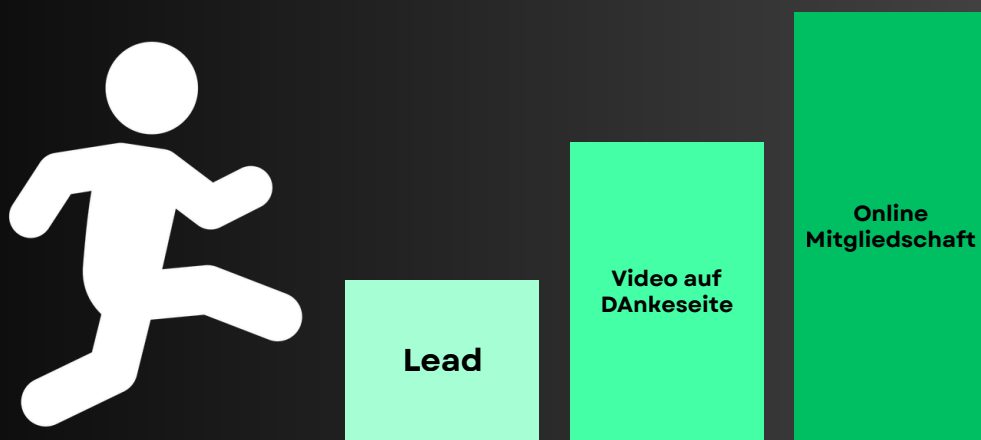
Hierbei ist neben dem richtigen Monatstag auch der richtige Wochentag zu beachten. Insbesondere Montag, Dienstag und Mittwoch bieten sich sehr gut für eine FOMO-Phase an!

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



Strategie 2 - Klare Conversion Strategie

Bei ausreichend großem Einzugsgebiet (mindestens 50.000 Einwohner) sowie ausreichendem Werbebudget (mindestens 50 € pro Tag), bietet sich auch in einer Angebotsgestaltung der Weg über eine "Lead-Optimierung" an. In diesem Fall sammeln wir im ersten Schritt die Daten der Kunden und senken somit die Hürde um einen weiteren Schritt zu gehen. In diesem Fall den Online Vertragsabschluss.

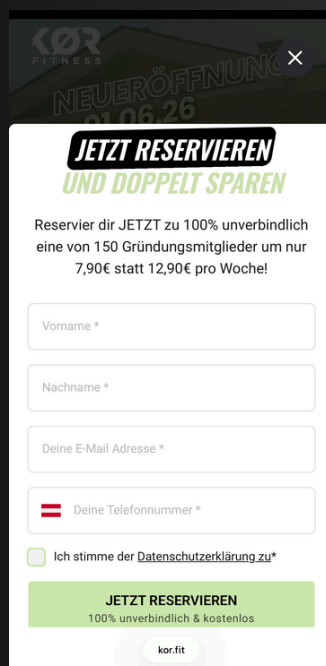


Das Lead und eine passende Dankeseite kann somit die Einstiegshürde deutlich reduzieren und unsere Onlinequote maßgeblich erhöhen.

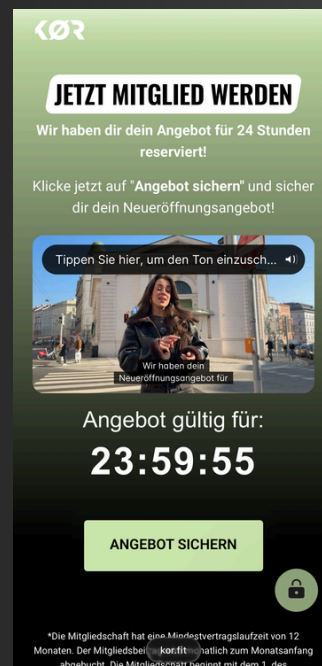
Landingpage



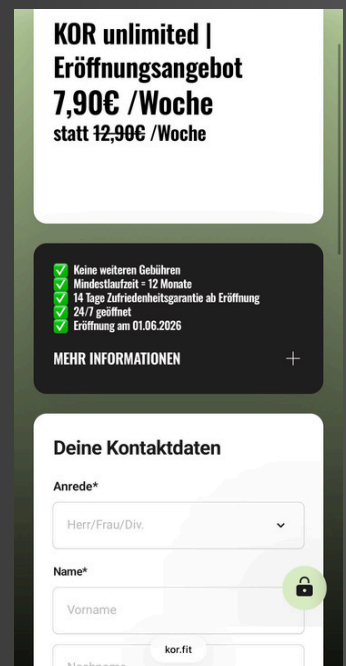
Lead-Formular



Dankeseite



Online Mitgliedschaft



Strategie 3 - Lead Strategien

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.

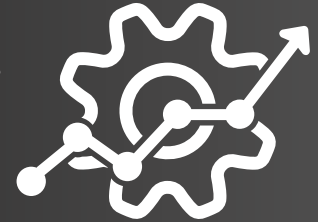
So wird Marketing nicht zum Glücksspiel, sondern zu einem klar kalkulierbaren Wachstumshebel.

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

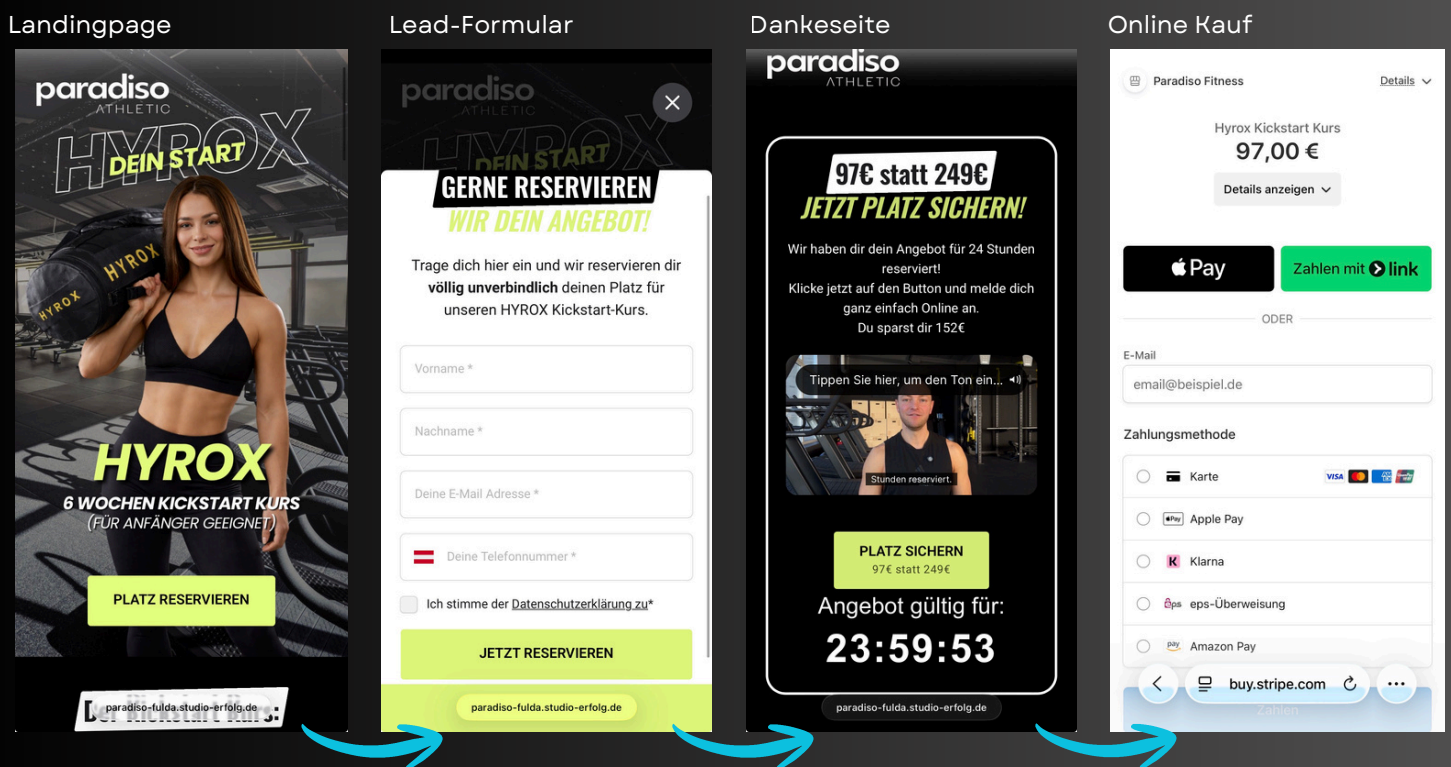
3,77 € Kosten pro Lead auf Meta

233,97 € Ausgegeben

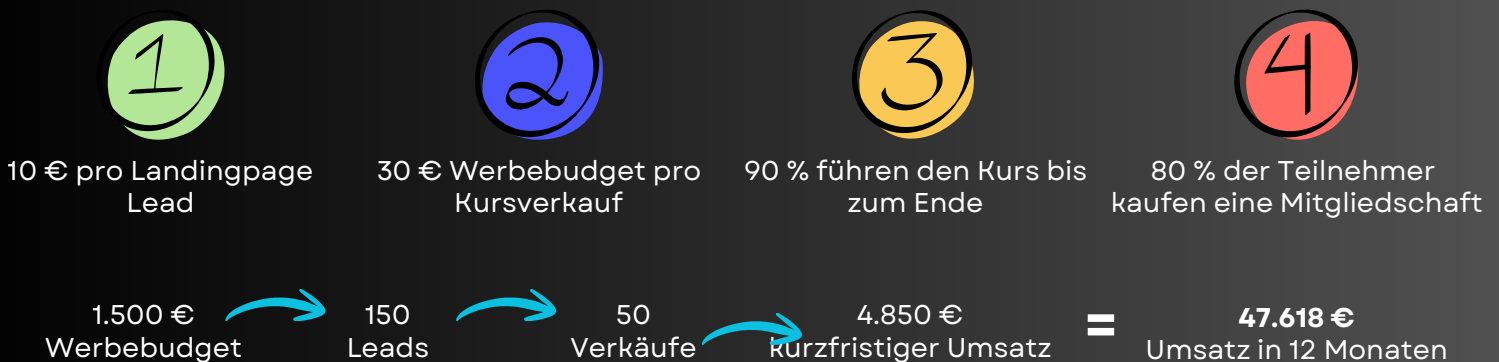
Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Kosten pro Ergebnis	Ausgebener Betrag
19 Leads auf Meta	5.222	7.874	3,94 € Pro Meta-Lead	74,94 €
34 Leads auf Meta	6.409	10.342	3,56 € Pro Meta-Lead	121,11 €

Strategie 4 - Kurs Strategie

Bei hochpreisigen Anbietern bietet es sich teilweise an, ein unverbindliches Einstiegsprodukt bereits online zu verkaufen. In diesem Fall ein "6 Wochen Hyrox Kurs". Durch diese Strategie refinanzieren wir uns Werbebudget sofort, kämpfen nicht mit "no shows" von Interessenten und telefonieren keinen Leadlisten hinterher.



Hohe Conversion durch kaufkräftige Leads:



ROAS = 31,74

*Return on Advertising Spend

(Kalkulation auf Basis eines Mitgliedsbeitrages von 99 € pro Monat)

Diese Strategie ist für die diversen Studiokonzepte anwendbar:

6 Wochen Abnehmprogramm

CLIFF'S SPORTS CLUB

DEIN START

CLIFF'S SPORTS CLUB

**FETT VERLIEREN
MUSKEL AUFBAUEN**

6 WOCHEN ABNEHMPROGRAMM
(FÜR EINSTEIGER & FORTGESCHRITTENE)

PLATZ RESERVIEREN

3 Test-Einheiten

VICOR FITNESS

DEIN START

PROBETRAINING

EINMALIG 30€
FÜR 3 VERSCHIEDENE TEST-EINHEITEN
EXPLIZIT FÜR NEUKUNDEN

UNVERBINDLICH RESERVIEREN

6 Wochen Hyrox Kickstart

CROSSFIT SCHMIEDE

DEIN START

HYROX

6 WOCHEN KICKSTART KURS
(FÜR ANFÄNGER GEEIGNET)

PLATZ RESERVIEREN

6 Wochen EMS Kickstart

BODY STREET

KICKSTART
EMS

EMS-Training

6 WOCHEN KICKSTART KURS
(FÜR ANFÄNGER GEEIGNET)

PLATZ RESERVIEREN

4 Wochen Bootcamp

TURICUMFIT

KICKSTART
4 Wochen

BOOTCAMP

4 WOCHEN KICKSTART KURS
(FÜR EINSTEIGER GEEIGNET)

PLATZ RESERVIEREN

6 Wochen Kickboxen für Kinder

FMA KAMPFSPORT

DEIN START

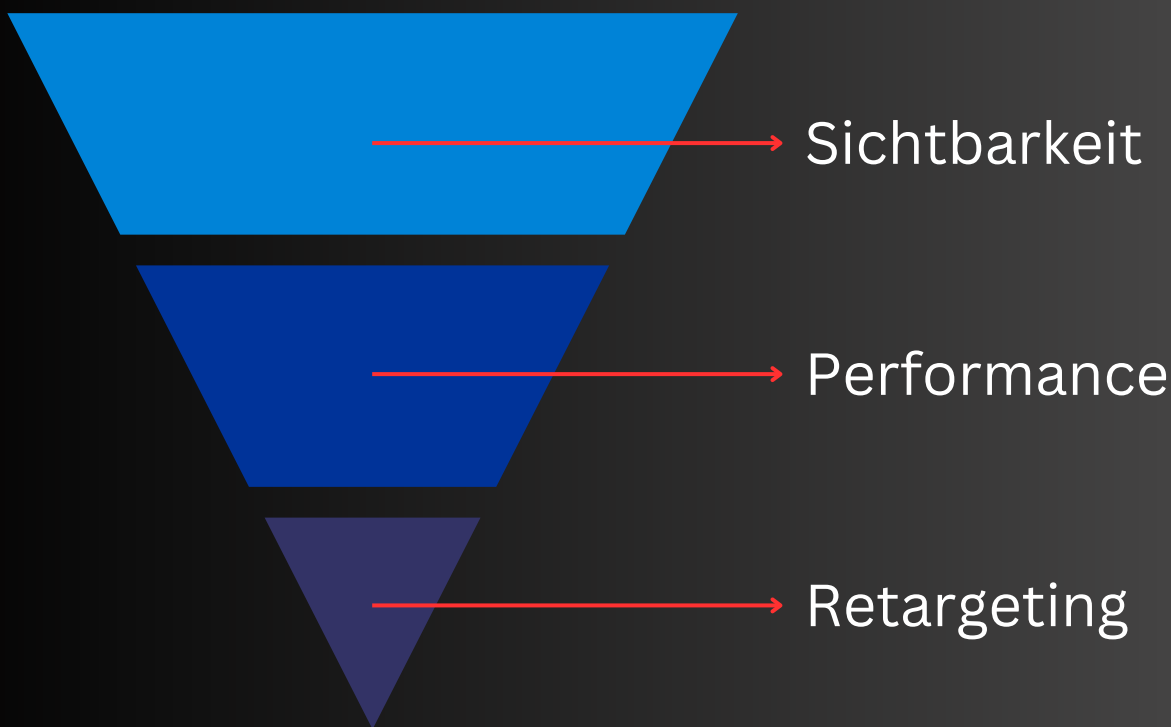
KICKBOXEN FÜR KINDER

6 WOCHEN KICKSTART KURS
(FÜR ANFÄNGER GEEIGNET)

PLATZ RESERVIEREN

Strategie 5 - Smartgym Strategie

Personallose Fitnessstudios haben ein klares Problem. Sie haben kein Personal! Somit haben sie zwangsläufig eine bedeutend höhere Einstiegshürde als vergleichbare Discount Fitnessstudios. Auch dies hat wiederum zur Folge, dass sie eine eigene Strategie benötigen!

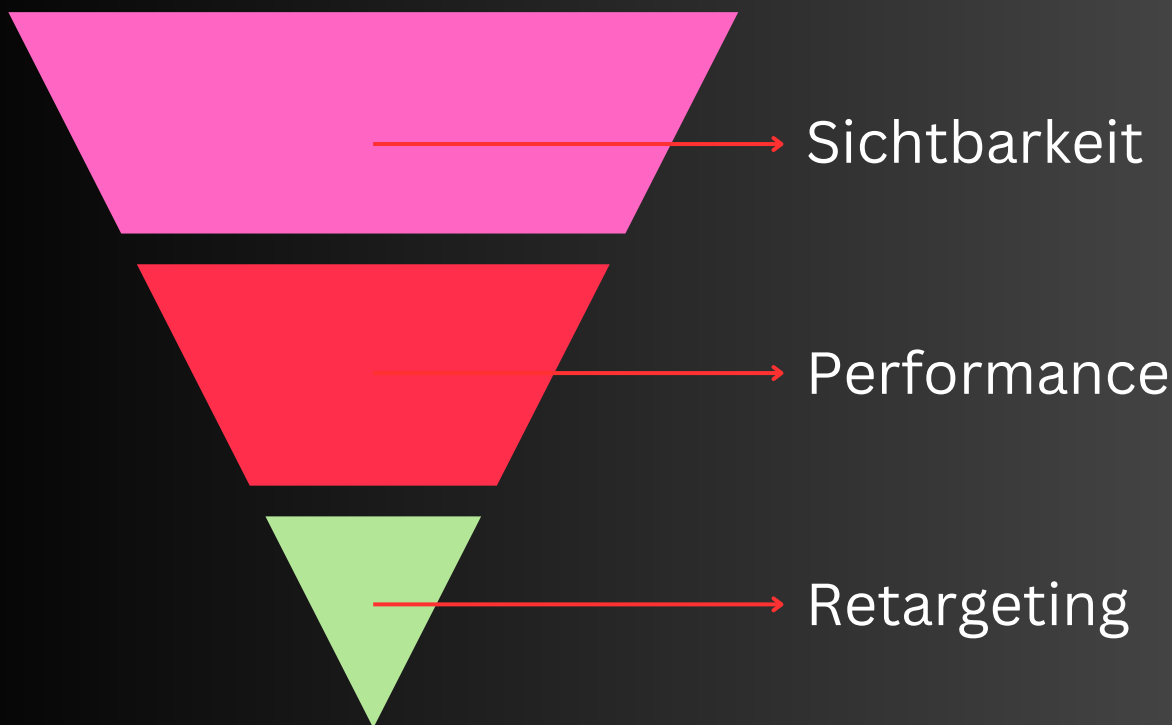


Eine Kampagne für Smartgyms bauen wir in 3 Ebenen auf. Mit der obersten Ebene sorgen wir für nachhaltige Wahrnehmung in unserem Zielgebiet. In der zweiten Ebene bewerben wir unsere klassischen Aktionen bzw. eine klare Call to Action.

In der untersten Ebene setzen wir auf ein gezieltes Retargeting aller Personen, welche auf die oberen beiden Ebenen reagiert haben. Hierbei erklären wir genau, wie man Mitglied wird, was den Kunden genau erwartet und wie man unser Angebot testen kann. Dadurch schaffen wir es, die Einstiegshürde nachhaltig zu senken!

Strategie 6 - Marktführer Ads Strategie

Die Marktführer Ads Strategie ist ähnlich aufgebaut, wie die Smartgym Strategie. Hier ist das Ziel allerdings nicht, die Einstiegshürde zu senken sondern die Menschen in unserem Einzugsgebiet und explizit Interessenten das von unserem Club glauben zu lassen, was wir möchten. Somit schaffen wir es die Anzahl potenzieller Mitglieder in unserem Einzugsgebiet maßgeblich und langfristig zu erhöhen.



Das Retargeting Ad-Set enthält somit Videos welche auf dieses Ziel einzahlen. Dies könnte Beispielsweise sein:

- Interview mit dem Eigentümer
- Clubaufbau und Mehrwert einzelner Bereiche
- Community innerhalb des Clubs
- Testimonials
- Erklärung unseres Trainingskonzepts
- etc.

In diesem Fall zeigen wir bei unserem Kunden "King Kong Club", wie wir mit 42 aktiven Werbeanzeigen den lokalen Markt dominieren!

The image shows a screenshot of a Facebook Ads Manager interface. At the top left, the 'King Kong Club' logo and name are visible. A blue arrow points from the logo to a large green circle containing the text '42 Ergebnisse' (42 results). Below this, the search bar shows 'Keyword' and 'Filter' options. A red box highlights the 'Aktiv-Status: Aktive Anzeigen' (Active Status: Active Ads) filter. The main area displays a grid of 20 ad cards, each representing one of the 42 active ads. Each card includes the following information:

- Ad Type:** 'Aktiv' (Active)
- Bibliotheks-ID:** A unique ID for each ad.
- Delivery Date:** 'Seit dem 25.03.2026 ausgeliefert' (Delivered since 25.03.2026).
- Platforms:** Indicated by icons for Facebook, Instagram, and Messenger.
- EU-Transparenz:** A link to view transparency information.
- Ad Preview:** A thumbnail image or video player showing the ad content.
- Ad Text:** A short promotional message in German, such as 'Du willst endlich mit Fitness starten...' and 'Wir suchen 10 Personen für unseren neuen exklusiven 4 Wochen Anfängerkurs!...'.
- Call to Action:** 'Mehr dazu' (Learn more).
- Availability:** 'Platz sichern' (Reserve spot) and 'Nur 10 Plätze verfügbar!' (Only 10 spots available!).

Von Einfach zu Komplex



Natürlich ist eine “Marktführer Ads Strategie” insbesondere beim Aufbau mit bedeutend mehr Aufwand verbunden, als die Strategie der “lokalen Durchdringung”. Im Sinne unserer Kunden versuchen wir stets von Einfach zu Komplex zu arbeiten, um den Aufwand für unsere Kunden so gering wie möglich zu halten.

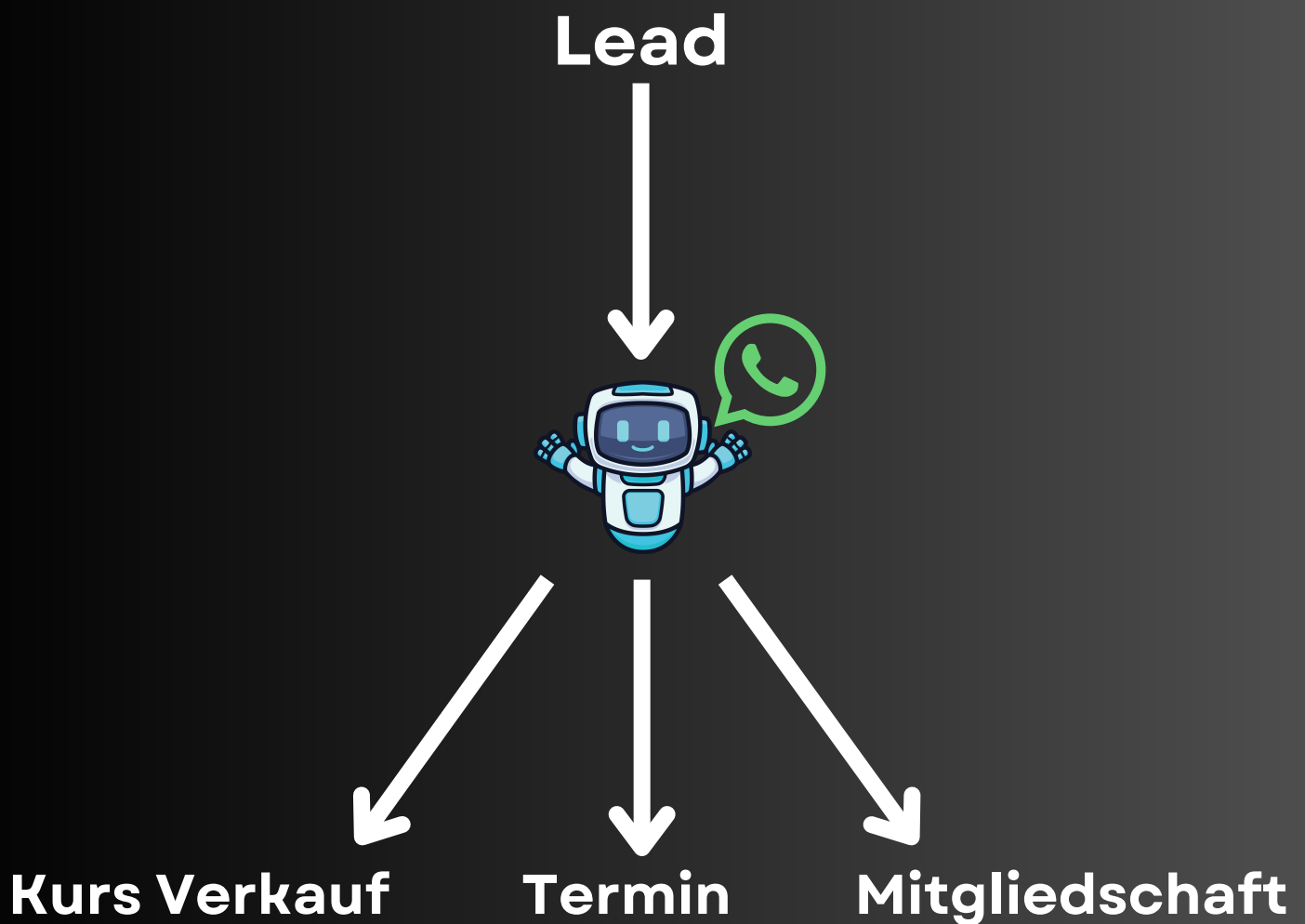
Dennoch verstehen wir uns als Partner zur Erreichung eines klaren Ziels. Wir scheuen uns nicht davor, für unsere gemeinsamen Ergebnisse die Extrameile zu gehen!

Auch das macht das “Studio-Erfolg” Konzept auf dem deutschsprachigen Markt einzigartig!

Technische Unterstützung (KI WA)

In einigen Strategien macht es Sinn, einen Whatsapp KI-Bot zu integrieren. Somit vereinfachen wir dem Betreiber die Nachbearbeitung von Leads maßgeblich und führen gleichzeitig zu besseren Ergebnissen.

Ein WhatsApp KI-Bot hat den Vorteil, dass er 24/7 zur Verfügung steht und den Interessenten genau in dem Moment abholen kann, wenn Interesse besteht. Leads welche zu spät nachbearbeitet werden, sind wertlos.



Video first

Instagram und auch Facebook mutieren immer mehr zu einer Videoplattform. Demnach empfehlen wir auch bei der Ausspielung von Werbeanzeigen vermehrt auf Videoinhalte zu setzen.



Insbesondere im hochpreisigen Segment ist die gezielte Kundenansprache umso wichtiger. Demnach sehen wir hierbei eine bis zu 80% höhere Conversion-Wahrscheinlichkeit bei einem gut geskripteten Video.

Das Skripten sowie den Schnitt und die Verarbeitung von Videoinhalten übernehmen wir natürlich vollumfänglich für unsere Kunden!

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.



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!

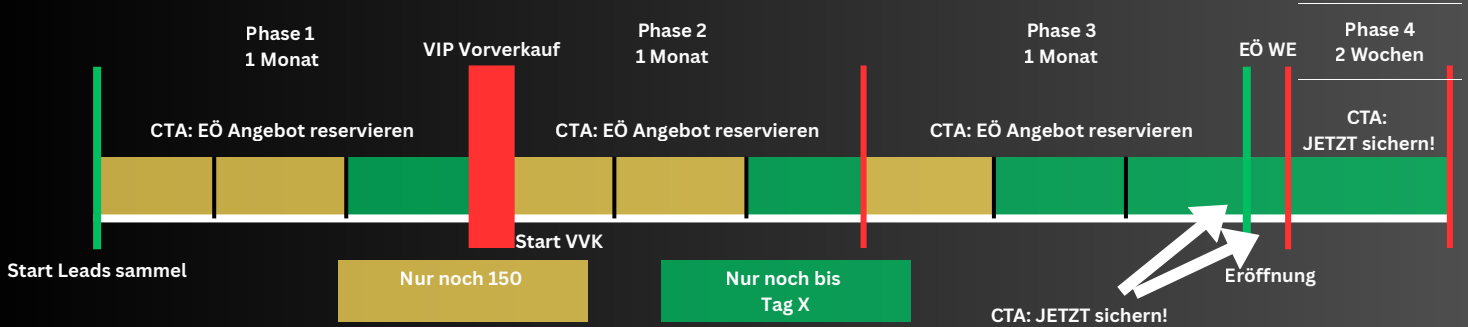


Cashflow-Planung

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

Die perfekte Neueröffnung

Durch die richtige Vorverkaufsstrategie ist es auch heute noch möglich, Fitnessstudios mit 2.000 Mitgliedern und mehr zu eröffnen.



Beispiel Eröffnung "Now fit Poing"

Durch unser jahrelang perfektioniertes Vorverkaufskonzept konnten wir das **Now fit in Poing** mit über 2.400 Mitgliedern eröffnen.



Zeitraum	Marketingaktivitäten	Ergebnisse	Notizen
2018-01-01 bis 2018-01-31	Start Leads sammeln, Phase 1 CTA: EÖ Angebot reservieren	150 Mitglieder	Nur noch 150
2018-02-01 bis 2018-02-28	VIP Vorverkauf, Phase 2 CTA: EÖ Angebot reservieren	150 Mitglieder	Nur noch bis Tag X
2018-03-01 bis 2018-03-31	Phase 3 CTA: EÖ Angebot reservieren	150 Mitglieder	Eröffnung
2018-04-01 bis 2018-04-15	Phase 4 CTA: JETZT sichern!	2.400 Mitglieder	Eröffnung

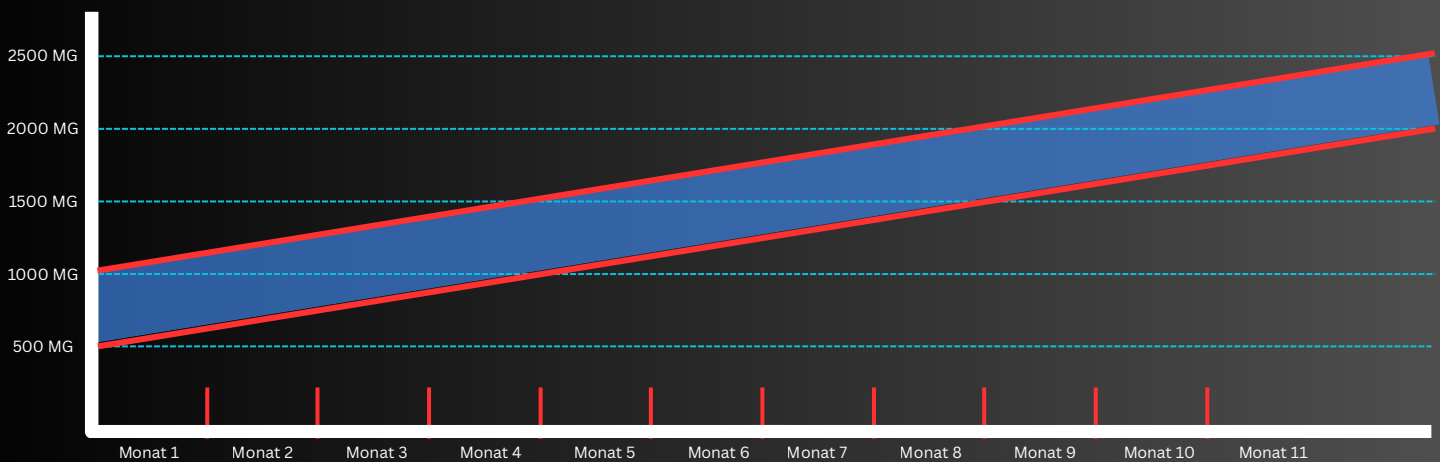
Du willst ein Fitnessstudio eröffnen? Wir bauen dir eine Strategie welche garantiert für deinen Club funktioniert!

Warum eine gute Neueröffnung so wichtig ist?

Die Eröffnung eines Clubs ist eine einmalige Möglichkeit den Erfolg eines Clubs von Anfang an zu prägen! Es wird nie wieder einfacher, Mitglieder zu gewinnen!

	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4	Jahr 5
500 MG Eröffnung	0 €	140.000 €	220.000 €	340.000 €	420.000 €
1.000 MG Eröffnung	240.000 €	360.000 €	400.000 €	420.000 €	420.000 €
Jährliche Differenz	-240.000 €	-220.000 €	-180.000 €	-80.000 €	0 €
Kumulierte Differenz	-240.000 €	-460.000 €	-640.000 €	-720.000 €	-720.000 €

Aus unserer Erfahrung gleicht sich eine schlechte Eröffnung erst nach dem 4ten Jahr durch das natürliche Wachstum aus. Bei einer Eröffnung von 500 Mitgliedern im Vergleich zu 1.000 Mitgliedern entsteht hierbei ein finanzieller Schaden von 720.000 € in 4 Jahren!



Bereits im ersten Jahr entsteht ein wirtschaftlicher Schaden von über 240.000 € (Monatspreis 40 €).

Warum ist es so einfach, Mitglieder bereits vor der Eröffnung anzuziehen?

Wenn wir ehrlich zu uns selbst sind, gibt es keinen rationalen Grund, bereits vor der Eröffnung eines Fitnessstudios eine Mitgliedschaft abzuschließen. Folgende Gründe erklären uns, warum es trotzdem so gut funktioniert:

Neu ist immer besser!



In 99% der Einzugsgebiete gibt es bereits ausreichend qualitativ hochwertige Studios zu einem angemessenen Preis. Trotzdem vermitteln wir mit einer Neueröffnung automatisch ein Gefühl das aussagt, “Neu ist immer besser”

Das “WARUM” ist unglaublich stark!



Online-Marketing funktioniert umso besser, wenn es ein starkes Warum gibt. Zum Beispiel funktioniert “**29,90 € statt 39,90 €**” bei weitem nicht so gut wie “**29,90 € statt 39,90 €** → Jubiläumsaktion”. Durch das Warum “Jubiläumsaktion” gewinnen wir automatisch an Glaubwürdigkeit. Eine Neueröffnung ist das stärkste Warum, das am Fitnessmarkt gibt. Wir vermitteln automatisch das Gefühl, das beste Angebot überhaupt zu bekommen

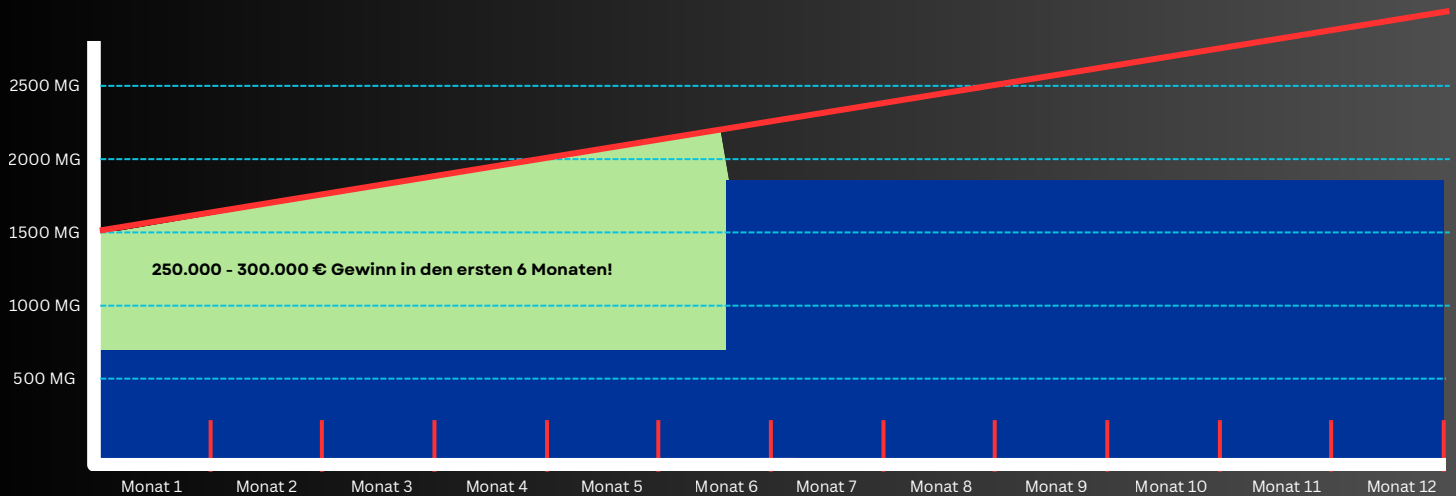
Niemand will “JETZT” starten



Der Anteil an Menschen in unserem Zielgebiet, welche gerne trainieren gehen würden, ist wahnsinnig groß. Leider steht uns oft unser innerer Schweinehund im Weg und wir verschieben unseren Start auf “nächste Woche”. Ein Neueröffnungsangebot gibt dem Interessenten die Möglichkeit sich selbst ein Commitment zu schaffen, ohne unmittelbar starten zu müssen.

→ genau diese Punkte gilt es, bei einer guten Neueröffnungskampagne auszuspielen!

Wachstumshebel Neueröffnung



Ich persönlich habe gemerkt, wie mir eine starke Eröffnung bei der Skalierung meiner Clubs wahnsinnig dienlich war. Hierbei waren für mich zwei Punkte wichtig:

- 1.6 Monate keine Leasingbelastung ab Eröffnung
- 2.6 Monate mietfrei ab Eröffnung

Diese beiden Punkte waren für mich Grundvoraussetzung für jeden neuen Standort. Durch eine durchschnittliche Eröffnung von über 1.500 Mitgliedern sowie einer Anmeldegebühr von rund 50 €, konnten wir bereits in den ersten 6 Monaten nach Eröffnung einen freien Cashflow von 250.000 - 300.000 € erzielen. Demnach konnte ich bereits unmittelbar nach der Eröffnung in den nächsten Standort investieren anstatt 3 Jahre zu warten, bis der Standort so richtig im Saft war.

Wie arbeiten wir?

Eine Zusammenarbeit, 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

Strategie festigen

Gemeinsam werden wir die Rädchen in deiner Strategie so einstellen, dass die Ergebnisse den optimalen Return of Investment darstellen!



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!**



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!”





Kostenloses Beratungsgespräch

Du willst dein Online-Marketing und somit dein Mitglieder-Level auf ein neues Niveau bringen? 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](#)

