



# MARKETING FÜR FITNESSCLUBS

Ich schildere Ihnen in einfacher Art und Weise,  
wie Sie Ihr Fitnessclub heute anfangen können  
besser zu vermarkten.

---

*Artikel "Wie vermarktet man Fitnessstudios?"*

MEHR INFORMATION UNTER [WWW.MUSTAFAMOR.DE](http://WWW.MUSTAFAMOR.DE)

## AUSGANGSSITUATION

Sie haben sich dazu entschlossen Ihr Fitnessclub mit den vorhandenen Zielen die Sie sich gesetzt haben, ganzheitlich zu vermarkten. Ihr Geschäftsmodell beruht darauf Ihr Umsatz durch Neumitglieder zu erhöhen, eventuell noch Beratung und weitere Services innerhalb Ihrer Leistungen anzubieten.

Im Folgenden beschreibe ich Ihnen, wie Sie es schaffen Ihre Neumitgliedschaften kontinuierlich zu erhöhen. Dies gelingt Ihnen jedoch nur, wenn Sie die genannten Aktivitäten kontinuierlich ausüben, datengetriebene Entscheidungen treffen und auf die Kreativität Ihrer Mitarbeiter vertrauen.



## CONTENT

Ich möchte gerne mit dem wichtigsten Punkt beginnen, der inhaltlichen Ausrichtung Ihrer Fitnessclubs. Um eine maßgeblich für Sie vorteilhafte Resonanz Ihrer Zielgruppe zu erhalten, müssen Sie hochwertigen Content produzieren. Dies hilft nicht nur Ihrem Produkt, sondern auch Ihrer Marke. Schauen wir uns als Beispiel Equinox an. Die Marke verfügt in den US über 130 Fitnessclubs. Durch zahlreiche Beiträge, einem eigenen Magazin, pflegt Equinox ein ausgezeichnetes Repertoire und kann zu recht als eines der besten vermarkteten Gyms weltweit betitelt werden. Hier ganze Teams für die Erstellung von hochwertigen Inhalten tätig.

Bestimmen Sie Verantwortlichkeiten, Prozesse, sowie Ziele und entwickeln Sie im Team gemeinsam eine Content Strategie. Beantworten Sie die Frage, wer oder was Sie sind und vermitteln Sie dies authentisch über Ihre Kanäle. Anbei habe ich Ihnen einige Content Ideen notiert, die Sie für den Anfang testen können. Je nach Resonanz (!), sollten Sie die Ausrichtung Ihrer Inhalte auf die erfolgreichere intensivieren.

## CONTENT IDEEN

Anbei habe ich Ihnen exemplarisch sieben Beispiele für Ihre Zielgruppe relevanten Inhalte zusammengestellt. Grundsätzlich gilt: Seien Sie kreativ und probieren Sie aus!

**1**

### **WORKOUT STREAM**

Ob über einen Mitarbeiter, oder mit Hilfe eines Kamera Statives, dokumentieren Sie Beratung Ihrer Trainer, mit dem Einverständnis des Mitgliedes und teilen Sie es direkt über Facebook Livestream oder Instagram Live Video (am besten über die Story).

**2**

### **Vorher/ Nachher Bilder**

Ihre Mitglieder werden gerne ihre persönlichen Erfolge teilen wollen. Nicht all zu wenige machen innerhalb kürzester Zeit eine bemerkenswerte Transformation durch. Motivieren Sie Ihre Community, in dem Sie Erfolge anderer Mitglieder präsentieren.

**3**

### **Fotoshoots**

Fragen Sie attraktive Mitglieder, ob diese kostenfrei fotografiert werden möchten. Stellen Sie dabei sicher, dass Sie eine schriftliche Zustimmung erhalten. Diese Bilder können Ihnen besonders bei der Erstellung verschiedener Kampagnen helfen.

**4**

### **Club Präsentation**

Laden Sie auf Pinterest, Instagram und Facebook professionelle Bilder Ihrer Clubs hoch und stellen diese vor. Welches Konzept verfolgen Sie mit diesem Fitnessclub? Welche Besonderheiten sind vorhanden? Arbeiten Sie ggf. hier auch mit Videos.

**5**

### **Mitglieder Stories**

Beleuchten Sie die Hintergründe Ihrer Mitglieder. Teilen Sie nach Zustimmung Ihres Mitglieds diese Inhalte über die sozialen Netzwerke. Was treibt das Mitglied an, Sport zu machen? Was ist seine Vorgeschichte?

**6**

### **Mitarbeiter Stories**

Beleuchten Sie die Hintergründe Ihrer Mitarbeiter. Teilen Sie nach Zustimmung Ihres Mitarbeiters die Inhalte über die sozialen Netzwerke. Was ist die Vorgeschichte Ihres Mitarbeiters? Warum arbeitet er bei Ihnen? Was motiviert ihn beruflich.

**7**

### **Fitnesskurse**

Stellen Sie Ihre Kurse vor, am besten mittels Video. Stellen Sie die Atmosphäre in den Kursen vor. Erhöhen Sie die Interaktion mit Ihren Mitgliedern. Geben Sie den Hinweis, dass die Videos auf Ihren Seiten einsehbar sind und geteilt werden können.

## INFLUENCER MARKETING

Es ist kein Zufall, dass sich die größten Influencer in Deutschland in dem Themenbereich Sport & Lifestyle befinden. Es geht viel um Ästhetik. Warum sollten Sie also die Gelegenheit nicht wahrnehmen, eine noch relativ ungenutzte Marketing Möglichkeit in Anspruch zu nehmen?

Wenn Sie nicht gerade Ihren ersten Fitnessclub eröffnen, dann trainieren bei Ihnen bereits einige Mitglieder. Kennen Sie Ihre Mitglieder mit den meisten Followern? Falls Sie diese Frage mit einem nein beantwortet haben, empfehle ich Ihnen im ersten Schritt alle Profile Ihrer Mitglieder auf Instagram anzuschauen. Sehen Sie nach auf welchen Fotos Sie von wem verlinkt wurden und welche Resonanz (Likes, Kommentare) diese Beiträge gebracht haben. Suchen Sie gezielt nach Mitglieder mit einer relativ hohen Anzahl an Followern (dazu gleich mehr) und einer hohen Engagement Rate.

Im nächsten Schritt gehen Sie entweder direkt oder via persönliche Mitteilung auf die Mitglieder zu. Sie werden überrascht sein. Viele erklären sich bereits für eine kostenlose Mitgliedschaft (Sponsoring) bereit, 100k Followern Ihr Fitnessclub zu empfehlen. Das liegt da dran, dass die Industrie noch ziemlich am Anfang steht und noch nicht professionalisiert ist. Anbei fasse ich einige Projekte zusammen, die Sie mit den Influencern angehen können.

**1**

### Image Video

Denken Sie langfristig und unterstützen Sie Ihren Influencer größer zu werden. Dies können Sie in Form der Finanzierung eines Image Videos machen, worin sich der Influencer in Ihrem Fitnessclub vorstellt, wie in einem Film Trailer.

**2**

### Erwähnungen

Fügen Sie in alle Fälle in der Kooperationsvereinbarung mit dem Influencer mit hinzu, dass Ihr Fitnessclub, sowie Ihre Instagram Seiten in allen relevanten Posts verlinkt werden sollen.

**3**

### Branding

Machen Sie aus Ihrer Kooperation kein Geheimnis. Stellen Sie den Influencer Ihren Followern vor. Bitten Sie den Influencer auch Ihre Beiträge zu kommentieren. Halten Sie Ihre Community zu jeglichen Entwicklungen auf dem Laufenden.

**4**

### Broadcast

Vereinbaren Sie mit dem Influencer eine Klausel, worin bestätigt wird, dass sich der Influencer verpflichtet, in einem bestimmten Zeitraum, an einer bestimmten Anzahl von Video Projekten teilzunehmen.