

# Erfolgsfaktoren von Fitness Studios

Basisreport

Kundenzufriedenheitsanalyse in Fitness Studios



INNOFACT  AG



A.	Einführung und Studiendesign	3
B.	Struktur der Befragten	7
C.	“Status Quo“ in Fitness Studios	14
D.	Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in Fitness Studios	23
E.	Positive und negative Eigenschaften von Fitness Studios	28
F.	Analysereport und Benchmark-Tool “Fitness Studio Loyalty Check“	38
G.	Die INNOFACT AG	42

A. Einführung und Studiendesign

Der Fitnessmarkt erlebt in den letzten Jahren einen deutlichen Aufschwung. Rund 13,5 Mio. Deutsche trainieren derzeit regelmäßig in Fitness Studios.

Die Studie **Erfolgsfaktoren von Fitness Studios** wurde im Februar 2008 vom Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT AG in Kooperation mit dem Deutschen Sportstudioverband e.V. (DSSV) realisiert. Ziel dieser repräsentativen Befragung ist die Darstellung der Faktoren, die für ein Fitness Studio eine wichtige Rolle spielen, um erfolgreich zu sein.

In diesem Report werden die Basis-Ergebnisse der Studie übersichtlich dargestellt. Sie liefert zunächst einen "Status Quo" deutscher Fitness Studios und geben zudem auch Aufschluss darüber, weshalb Kundenzufriedenheit für Fitness Studios ein entscheidendes Kriterium ist.

Neben diesem Basis-Report bietet die INNOFACT AG zusätzlich einen vertiefenden Report an, der darlegt, was die wirklichen Treiber für die Kundenzufriedenheit bei deutschen Fitness Studios sind, d.h. wie einzelne Kriterien im Zusammenhang mit der Gesamtzufriedenheit stehen und welchen Einfluss sie darauf ausüben.

Diese Ergebnisse direkt aus dem Blickwinkel der Studiomitglieder liefern somit wichtige Erkenntnisse, um sowohl Stärken als auch mögliche Schwachstellen im Fitness Studio darzulegen, und entsprechende Schritte einzuleiten, um die Kundenzufriedenheit langfristig zu optimieren.

Karin Hagemann, INNOFACT AG, Senior Consultant  
Martin Smets, INNOFACT AG, Consultant

**Zielgruppe:** Befragt wurden Männer und Frauen (jeweils 50%) ab 14 Jahren (quotiert nach Alter und Geschlecht gemäß den Angaben der Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse (AWA) 2007: "Besuch im Fitness Studio").

**Methode:** Online-Befragung.

Die Befragten wurden aus dem INNOFACT Verbraucherpanel [www.meinungsplatz.de](http://www.meinungsplatz.de) (über 260.000 identitätssicher registrierte Verbraucher) rekrutiert.

Eine zufällige Stichprobe wurde per E-Mail eingeladen und konnte am Onlinefragebogen teilnehmen.

Der Zugang zur Onlinebefragung war für jeden dieser Teilnehmer nur über eine individuelle Transaktionsnummer möglich. Mehrfachteilnahmen waren ausgeschlossen.

**Stichprobe:** n = 1.001 Befragte

**Feldzeit:** Februar 2008



Was sind für Sie wichtige Gründe in einem Fitness Studio zu trainieren? Wir geben Ihnen 100 Prozentpunkte, die Sie bitte je nach Wichtigkeit der einzelnen Kriterien verteilen.

Gesundheit: Um meine Kraft/ Koordination zu verbessern	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Gesundheit: Um mich allgemein besser zu fühlen	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Gesundheit: Um meine Fitness zu verbessern	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Freizeit: Um meine Freizeit ganz allgemein sinnvoll zu verbringen	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Aussehen: Um mein Aussehen durch Gewichtsabnahme zu verbessern	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Aussehen: Um mein Aussehen durch mehr Muskeln zu verbessern	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Gesundheit: Reha/ um wieder gesund zu werden	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Freizeit: Um neue Leute kennen zu lernen	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Freizeit: Weil ich dort Leute treffe, die ich kenne	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%
Weitere Gründe <input style="width: 150px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	%

---

Noch zu vergeben:  %

## B. Struktur der Befragten

- Geschlechts- und Altersverteilung
- Wie häufig üben die Befragten bestimmte sportliche Aktivitäten aus?
- Wie viele der befragten Mitglieder trainieren in Studio-Ketten und wie viele in Einzelstudios?
- In Studios welcher örtlichen Lage (Innenstadt, außerhalb,...) trainieren die Befragten?

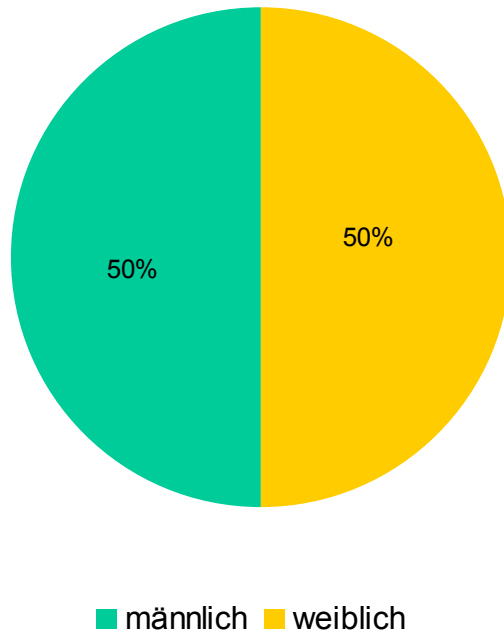
# Geschlecht und Alter der Befragten

„Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.“

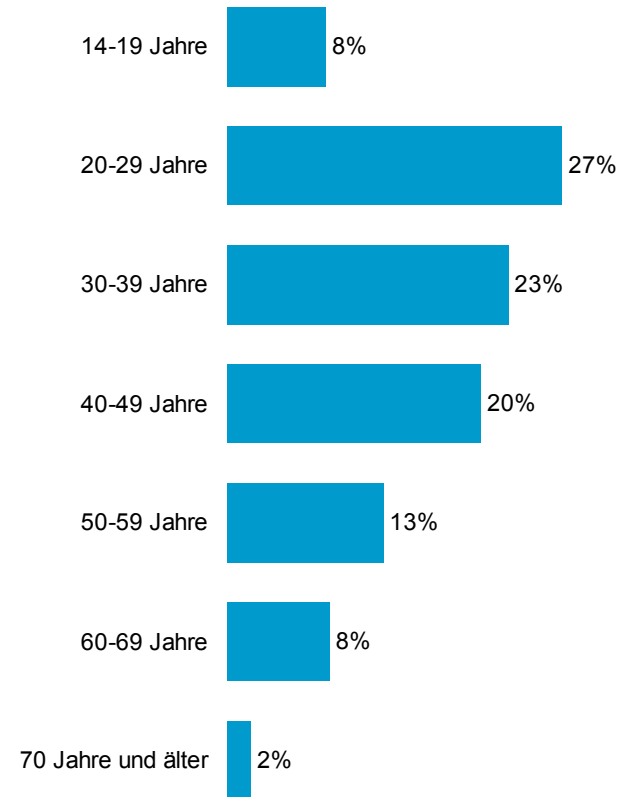
„Wie alt sind Sie?“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001; Quotierung nach den Angaben der AWA 2007)

Geschlecht



Alter



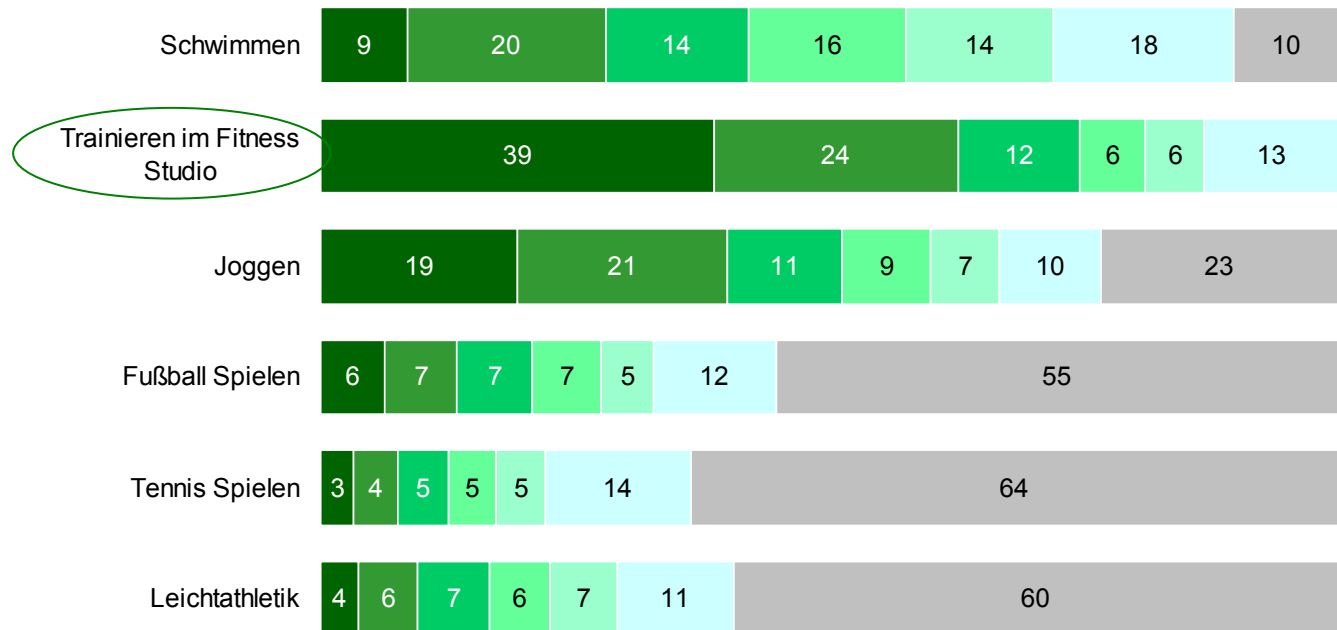
In deutschen Fitness Studios trainieren Frauen und Männer zu gleichen Anteilen.  
Der Großteil der Trainierenden ist dabei zwischen 20 und 39 Jahren alt.

# Ausübung bestimmter sportlicher Aktivitäten

„Wie häufig machen Sie die folgenden Dinge?“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001; Nur Befragte, die ins Fitness Studio gehen werden zur Befragung zugelassen; Werte in Prozent)

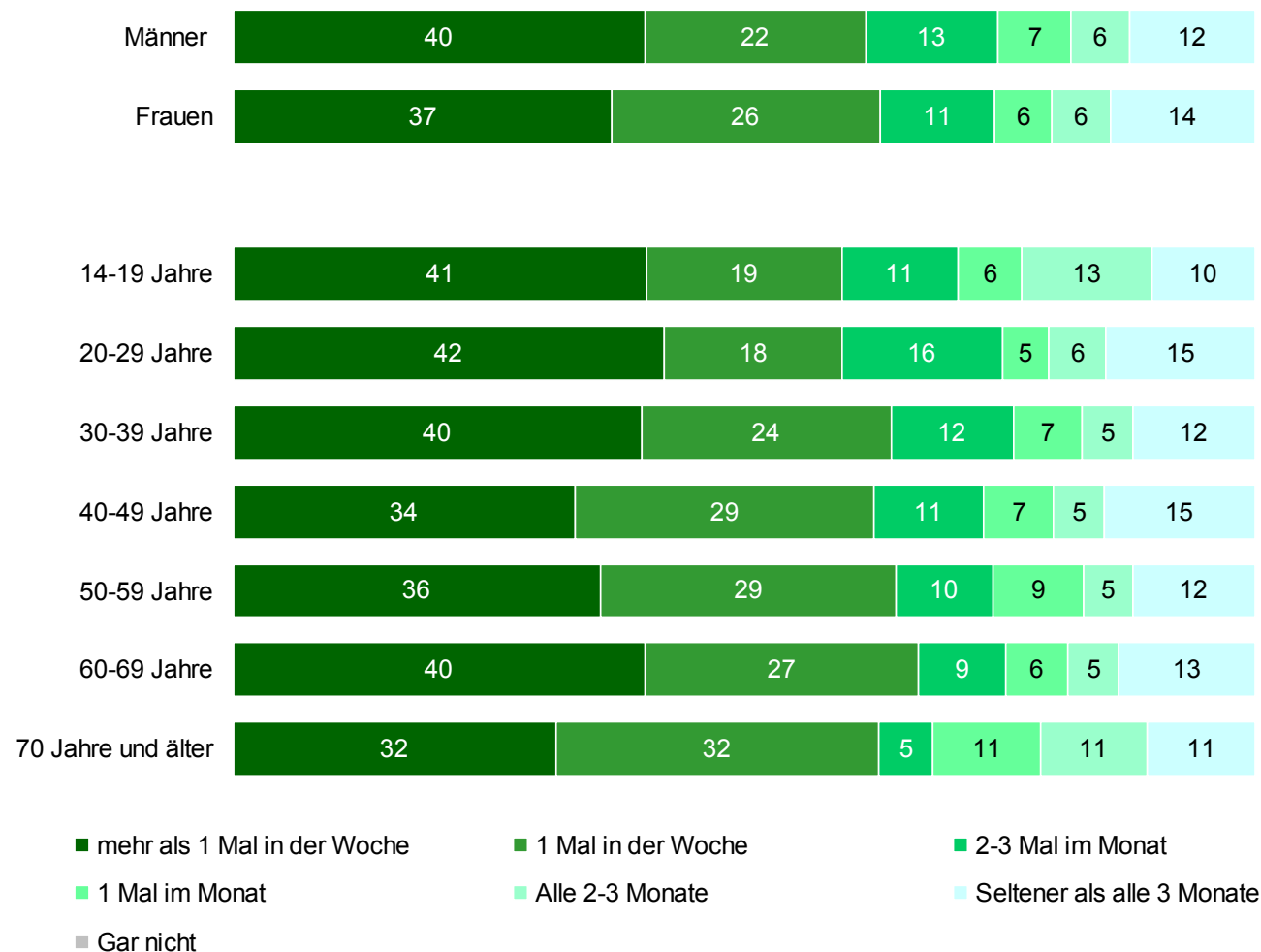
Mehr als die Hälfte aller Befragten gibt an zumindest 1 Mal pro Woche ins Fitness Studio zu gehen.



- mehr als 1 Mal in der Woche
- 1 Mal in der Woche
- 2-3 Mal im Monat
- 1 Mal im Monat
- Alle 2-3 Monate
- Seltener als alle 3 Monate
- Gar nicht

# Trainingsfrequenz der Trainierenden im Studio

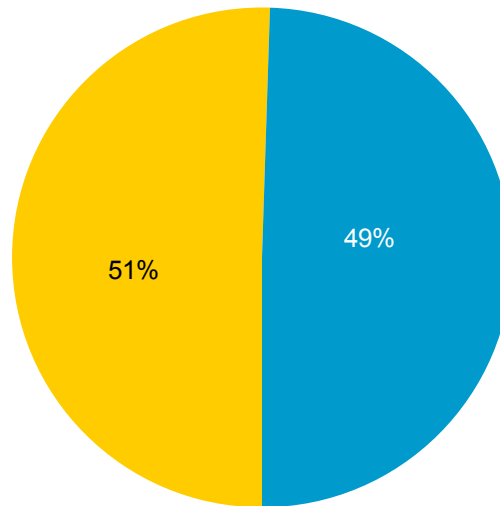
„Wie häufig machen Sie die folgenden Dinge? – Trainieren im Fitness Studio“  
 (Basis: alle Befragten, n = 1.001; Nur Befragte, die ins Fitness Studio gehen werden zur Befragung zugelassen; Werte in Prozent)



# Art des Fitness Studios

„Trainieren Sie in einer Studio-Kette oder in einem individuellen Einzelstudio?“  
 (Basis: alle Befragten, n = 1.001)

Kette vs. Einzelstudio

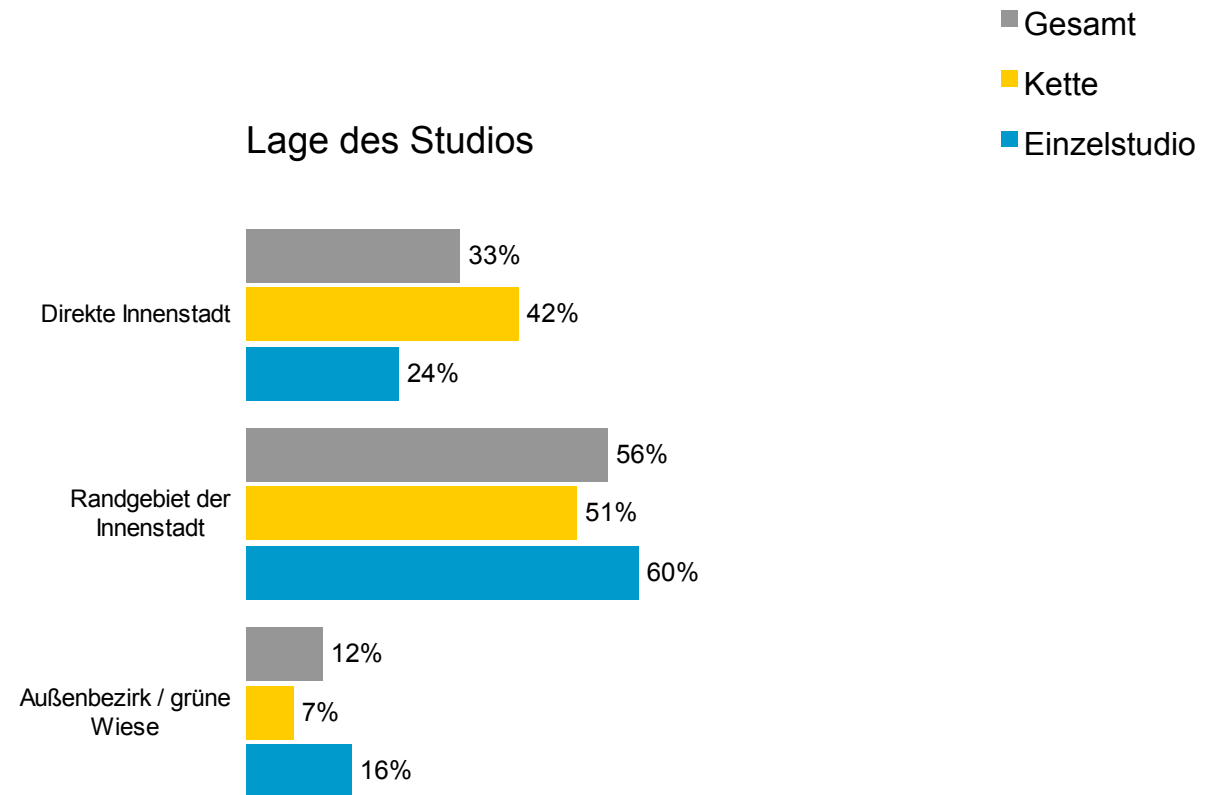


Insgesamt ist die Verteilung der Befragten auf Ketten oder Einzelstudios sehr ausgeglichen.

■ Kette ■ Einzelstudio

# Örtliche Lage des Studios

„Wie würden Sie die örtliche Lage Ihres Studios einstufen?“  
 (Basis: alle Befragten, n = 1.001)



Mehr als die Hälfte der Befragten besucht Fitness Studios im Randgebiet der Innenstadt. Ketten liegen eher im Stadtgebiet, vermutlich weil es hier viele Studio-Filialen gibt. Einzelstudios hingegen befinden sich eher in Randgebieten der Stadt oder in Außenbezirken.

## Zwischenfazit: Struktur der Befragten

---

- Gemäß den Angaben der Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2007 trainieren Frauen und Männer zu etwa gleichen Anteilen im Fitness Studio.
- Ein Großteil der befragten Mitglieder ist zwischen 20 und 39 Jahren alt.
- Tendenziell sind die befragten Mitglieder sehr aktiv. So geben 39% an mehrmals pro Woche im Studio zu trainieren und 24% trainieren immerhin einmal pro Woche.
- Die Stichprobe beinhaltet Mitglieder von Ketten und Einzelstudios zu nahezu gleichen Anteilen.
- Die Befragten trainieren hauptsächlich in Studios die im Randgebiet der Stadt liegen (56%).

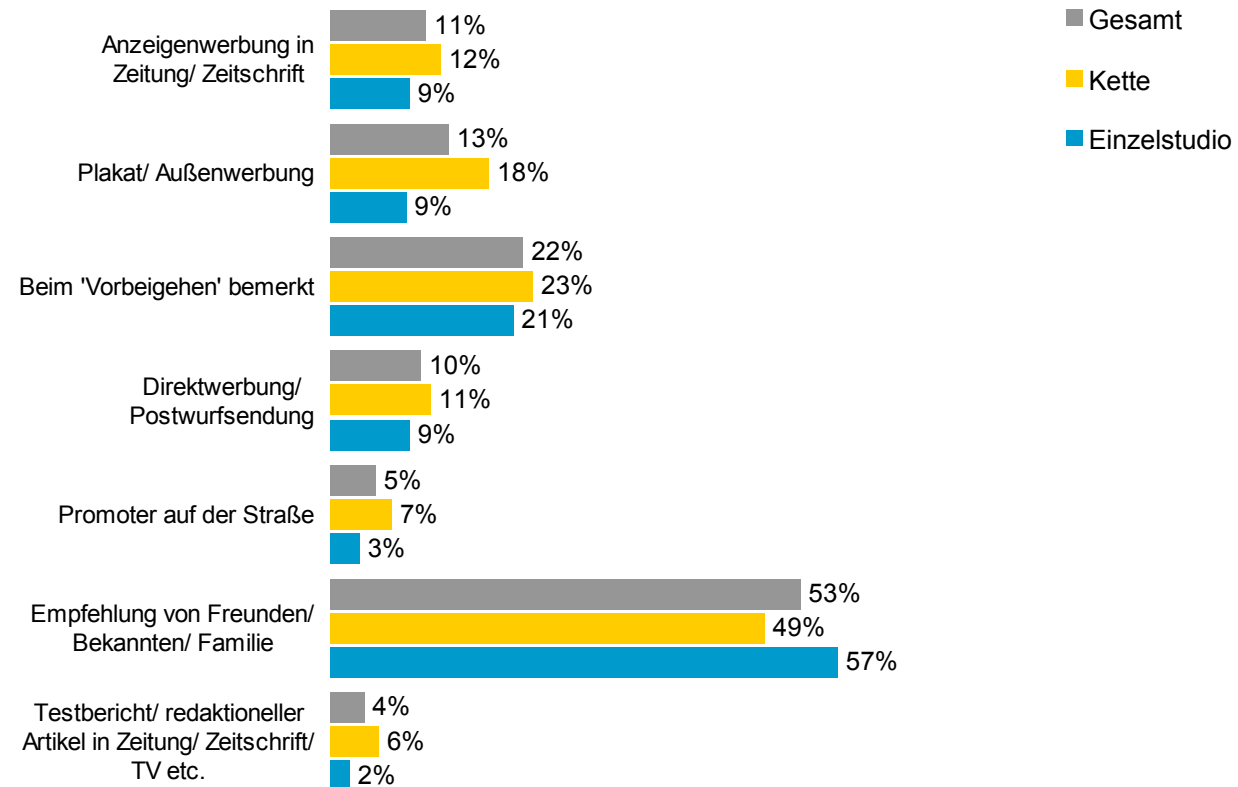
## C. “Status Quo“ in Fitness Studios

- Wie sind die Befragten auf ihr Studio aufmerksam geworden?
- Was sind ausschlaggebende Gründe für Mitglieder im Fitness Studio zu trainieren?
- Wie werden die mittrainierenden Personen wahrgenommen?
- Wie viele persönliche Kontakte haben sie im Studio?
- Werden Renovierungen im Studio oder Erneuerungen von Trainingsgeräten wahrgenommen?
- Wie steht es um die Innovationskraft und das Trendbewusstsein von Studios?

# Impulsgeber für die Studiowahl

„Wie sind Sie persönlich genau auf dieses Fitness Studio aufmerksam geworden?“  
 (Basis: alle Befragten, n = 1.001; Mehrfachnennungen möglich)

## Impuls für Studiowahl



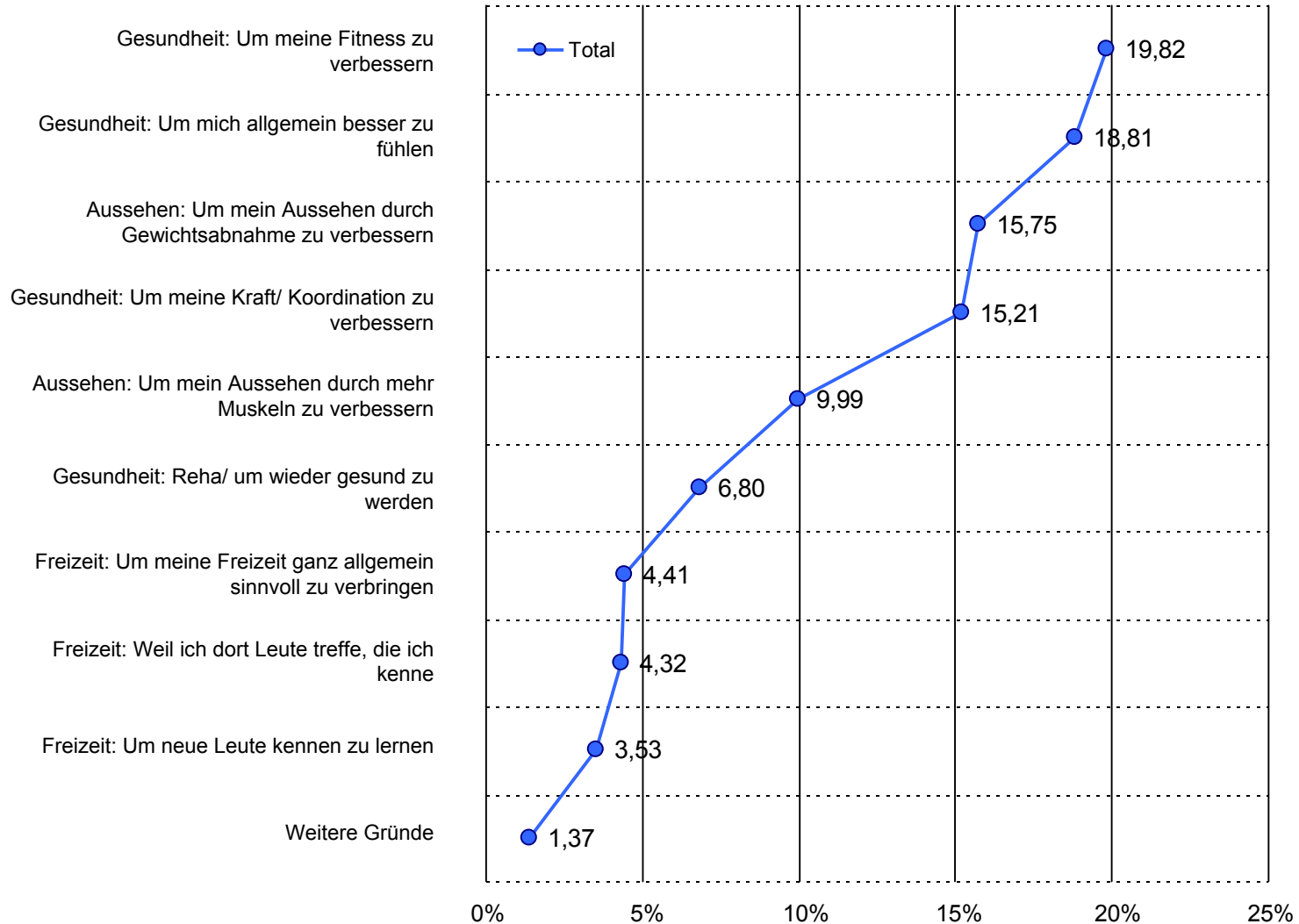
Für den Großteil der Befragten ist die Weiterempfehlung von Freunden/ Bekannten oder Familienmitgliedern wichtigstes Kriterium bei der Wahl des Fitness Studios.

# Ausschlaggebende Gründe für das Training im Fitness Studio (1/2)

„Was sind für Sie wichtige Gründe, in einem Fitness Studio zu trainieren? Wir geben Ihnen 100 Prozentpunkte, die Sie bitte je nach Wichtigkeit der einzelnen Kriterien verteilen.“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001; Mittelwerte; Je höher der Wert, desto entscheidender ist das Kriterium)

Gesundheitliche Gründe stehen beim Besuch im Fitness Studio an erster Stelle, gefolgt von Gründen die das Aussehen betreffen. Dagegen scheinen Freizeitaspekte kaum eine Rolle zu spielen für die Motivation im Fitness Studio zu trainieren.



# Ausschlaggebende Gründe für das Training im Fitness Studio (2/2)

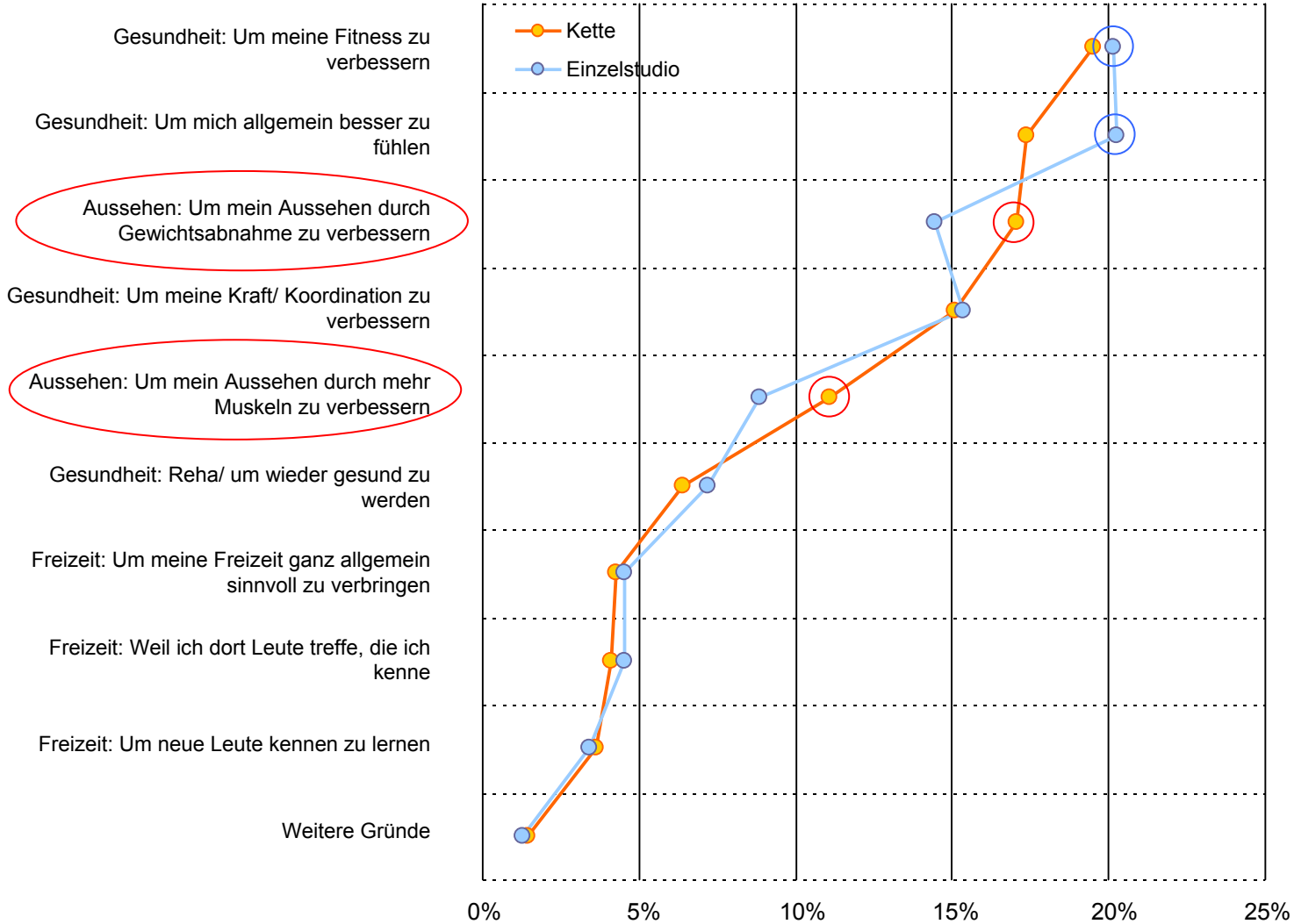
„Was sind für Sie wichtige Gründe, in einem Fitness Studio zu trainieren? Wir geben Ihnen 100 Prozentpunkte, die Sie bitte je nach Wichtigkeit der einzelnen Kriterien verteilen.“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001; Mittelwerte; Je höher der Wert, desto entscheidender ist das Kriterium)

Der Gesundheitsaspekt 'Fitness zu verbessern' steht sowohl bei Ketten als auch bei Einzelstudios im Vordergrund.

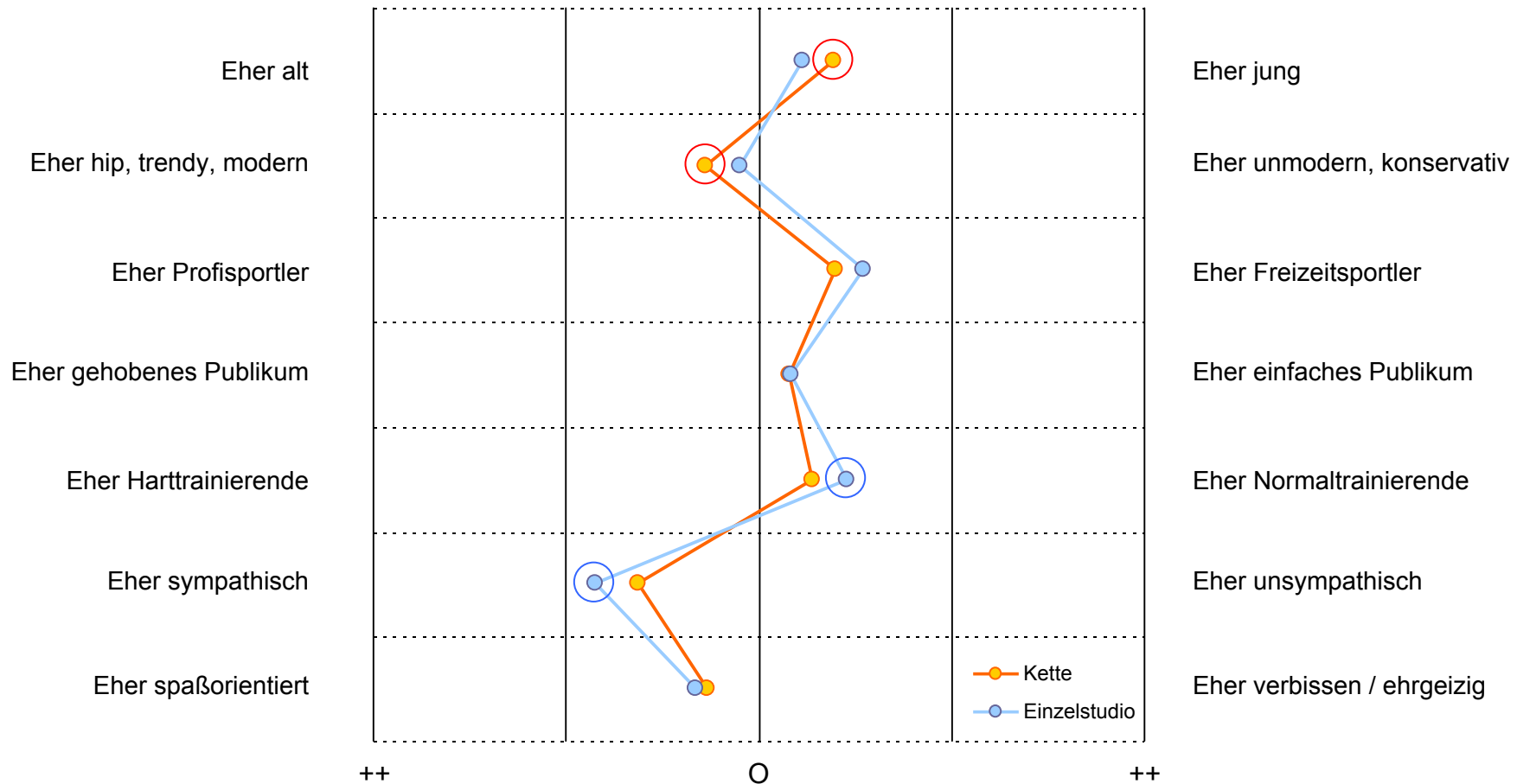
Insgesamt zeigt sich aber, dass bei Befragten die bei Ketten trainieren der Faktor 'Aussehen' eine größere Relevanz hat als für Mitglieder von Einzelstudios.

Bei Einzelstudios stehen eher gesundheitliche Aspekte im Vordergrund.



# Wahrnehmung des mittrainierenden Publikums im Studio

„Wie würden Sie das Publikum in Ihrem Studio beschreiben?“  
 (Basis: alle Befragten, n = 1.001; Dargestellt sind Mittelwerte)



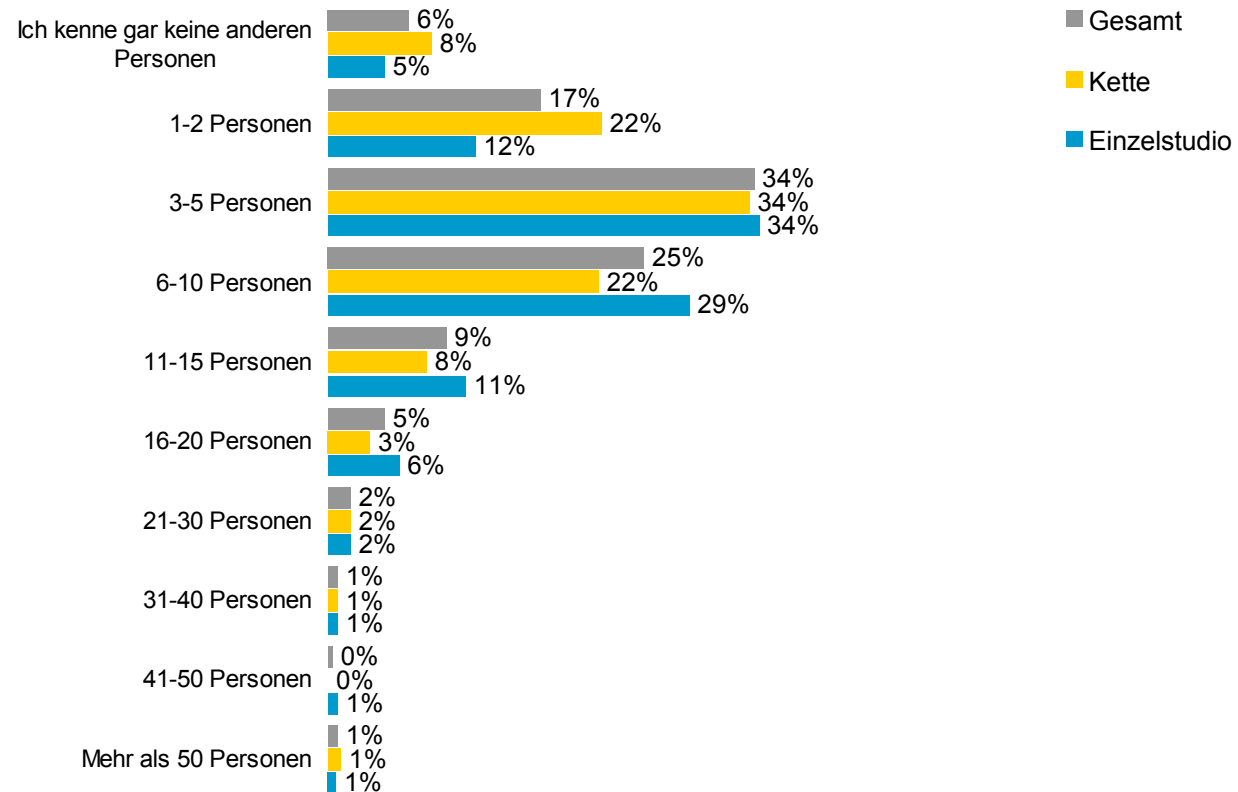
Bei Ketten wird das Publikum eher als etwas jünger und moderner eingestuft. Das Publikum in Einzelstudios wird hingegen leicht sympathischer wahrgenommen. Hier trifft man überwiegend weniger hart trainierende Freizeitsportler an.

# Anzahl persönliche Kontakte im Studio

„Was schätzen Sie in etwa, wie viele Personen kennen Sie in Ihrem Fitness Studio persönlich, d.h. mit wie vielen Personen unterhalten Sie sich in etwa dort vor Ort?“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001)

## Anzahl persönliche Kontakte



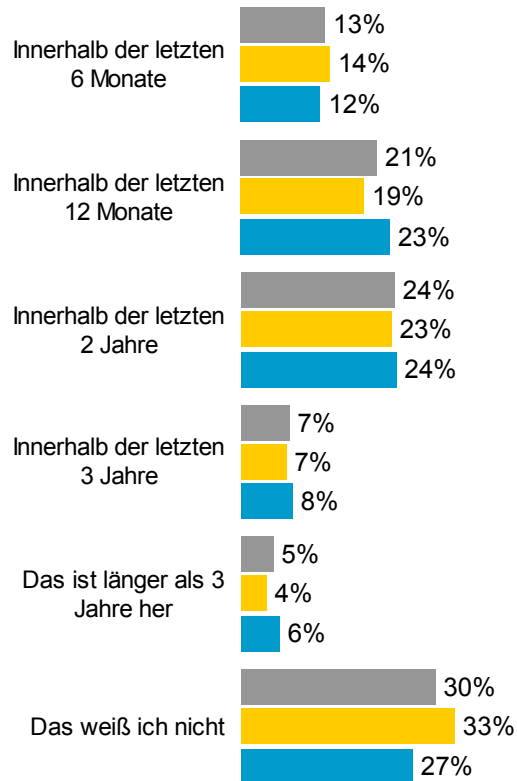
Hinsichtlich der Anzahl persönlicher Kontakte im Studio zeigt sich, dass das Training bei einer Kette tendenziell etwas „anonymer“ ist als in Einzelstudios.

# Letzte Renovierung des Studios und Erneuerung der Geräte

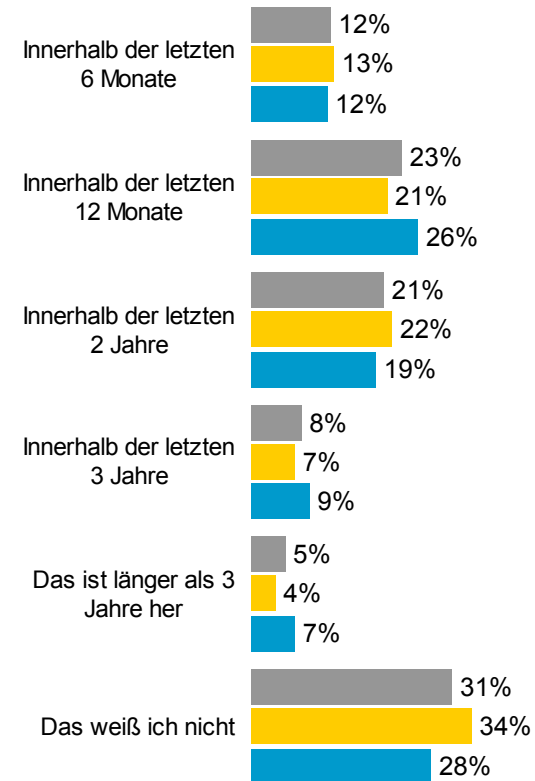
„Wann ist Ihr Studio ungefähr das letzte Mal renoviert worden?“  
 „Wann sind die Geräte in Ihrem Studio ungefähr das letzte Mal erneuert worden?“  
 (Basis: alle Befragten, n = 1.001)

■ Gesamt  
 ■ Kette  
 ■ Einzelstudio

## Letzte Renovierung des Studios



## Letzte Erneuerung der Geräte

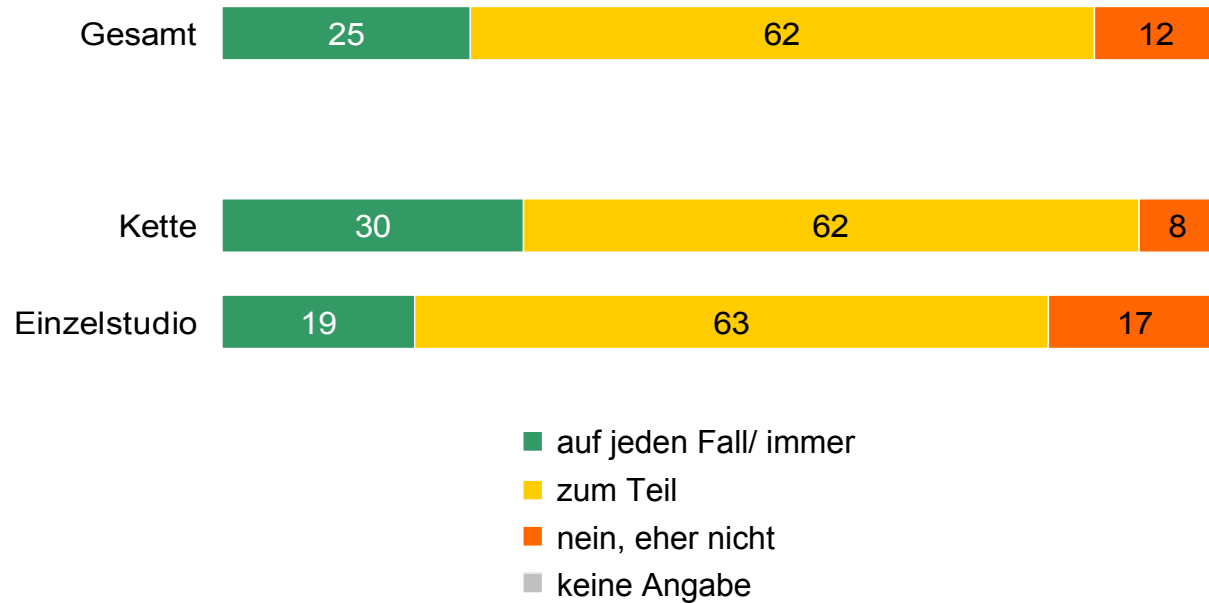


Rund 30% aller Befragten sind sich über Renovierungen im Studio oder über Erneuerungen der Geräte im Studio gar nicht bewusst bzw. wissen nicht wann/ob diese stattgefunden haben. Die meisten Studios sind innerhalb der letzten 2 Jahre renoviert worden, ebenso wie die Geräte.

# Innovationskraft und Trendbewusstsein des Studios

„Finden Sie, dass in Ihrem Studio immer die neuesten und aktuellsten Geräte angeboten bzw. die neuesten Trends aufgegriffen werden?“  
 (Basis: alle Befragten, n = 1.001; Werte in Prozent)

## Aktuelle Geräte/ Trends im Studio



Nach Meinung der Befragten scheinen Fitness Studio Ketten tendenziell etwas innovativer und trendbewusster zu sein (z.B. bei der Geräteauswahl) als Einzelstudios. Dennoch besteht auch bei den Ketten durchaus noch Innovationspotenzial, da mehr als die Hälfte der Befragten der Meinung ist, dass das Studio nur zum Teil oder eher nicht die aktuellen Trends aufgreift.

## Zwischenfazit: “Status Quo“ in Fitness Studios

- Insgesamt stufen die Befragten die Mittrainierenden in deutschen Fitness Studios als eher junge, sympathische und moderne Normaltrainierende ein, bei denen der Spaß vor dem Ergeiz im Vordergrund steht und die hauptsächlich als Freizeitsportler ins Studio gehen.
- Viele Studiomitglieder nehmen Renovierungen im Studio (30%) und Erneuerungen der Geräte (31%) gar nicht wahr.
- Geht es um den Faktor ‘Innovationskraft und Trendbewusstsein‘ so schneiden Ketten tendenziell etwas besser ab als Einzelstudios. Allerdings sind auch nur weniger als die Hälfte der befragten Mitglieder von Studio-Ketten (30%) überzeugt davon, dass ihr Studio die aktuellsten Geräte anbietet oder die neuesten Trends aufgreift.
- Wichtigster Impulsgeber bei der Wahl des Fitness Studios ist die Weiterempfehlung durch Bekannte oder Familienmitglieder (Kette: 49%, Einzelstudio: 57%). Insgesamt scheint das Training in Einzelstudios weniger anonym als bei Ketten zu sein, da in Einzelstudios die Anzahl der persönlichen Kontakte im Studio tendenziell größer ist als bei Mitgliedern von Ketten.
- Die befragten Mitglieder trainieren in erster Linie aus gesundheitlichen Aspekten im Fitness Studio. Die Motivation, das Aussehen durch Gewichtsabnahme zu verbessern, wird immerhin auf dem dritten Rang genannt, während der Besuch im Fitness Studio zur Freizeitgestaltung für die wenigsten Befragten eine Rolle spielt.

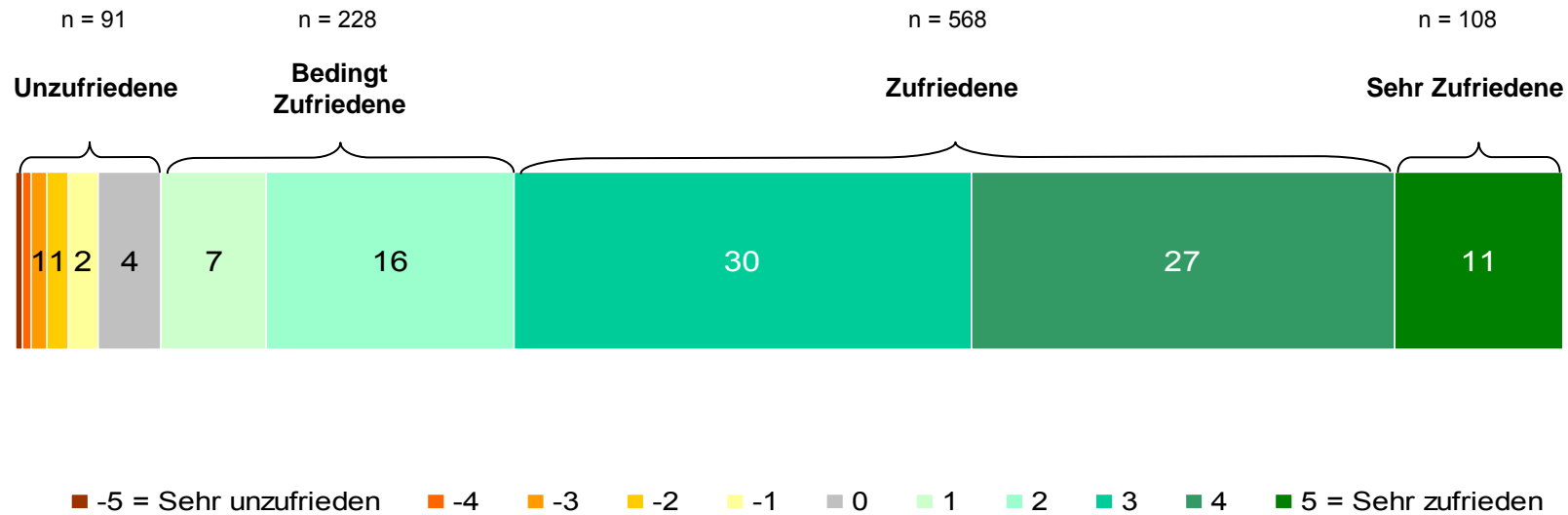
## D. Kundenzufriedenheit und Kundenbindung in Fitness Studios

- Wie zufrieden sind Mitglieder in deutschen Fitness Studios heute insgesamt?
- Welchen Einfluss hat die Gesamtzufriedenheit auf die Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit?
- Wie werden Mitgliederloyalität und Trainingsbereitschaft durch die Gesamtzufriedenheit beeinflusst?

# Gesamtzufriedenheit der befragten Studio Mitglieder

„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Fitness Studio? Bitte stufen Sie die Gesamtzufriedenheit von -5 = 'sehr unzufrieden' bis +5 = 'sehr zufrieden' ein.“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001; Werte in Prozent)



Die Befragten wurden in vier Gruppen eingeteilt: 'Unzufriedene', 'Bedingt Zufriedene', 'Zufriedene' und 'Sehr Zufriedene'. Die Mehrheit der Befragten (68%) ist mit dem eigenen Studio zufrieden oder sehr zufrieden.

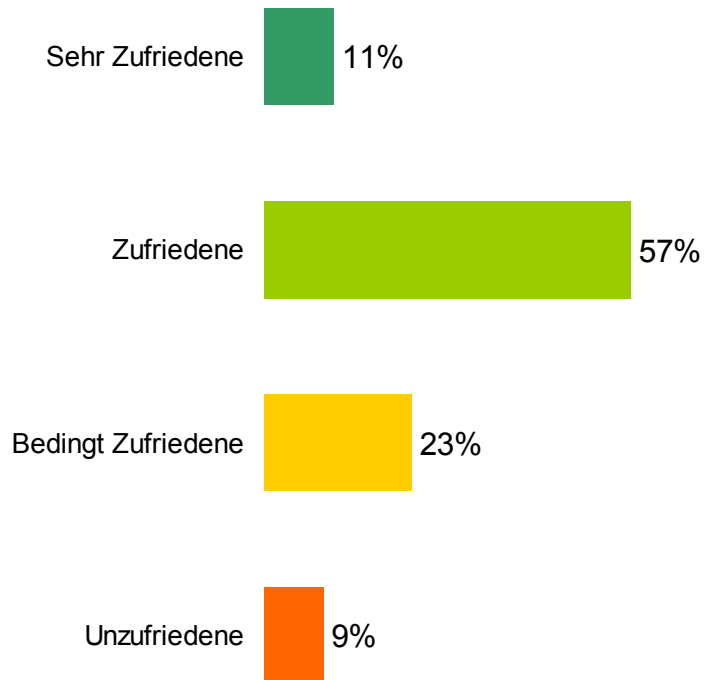
# Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit im Zusammenhang mit der Gesamtzufriedenheit

„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Fitness Studio?“

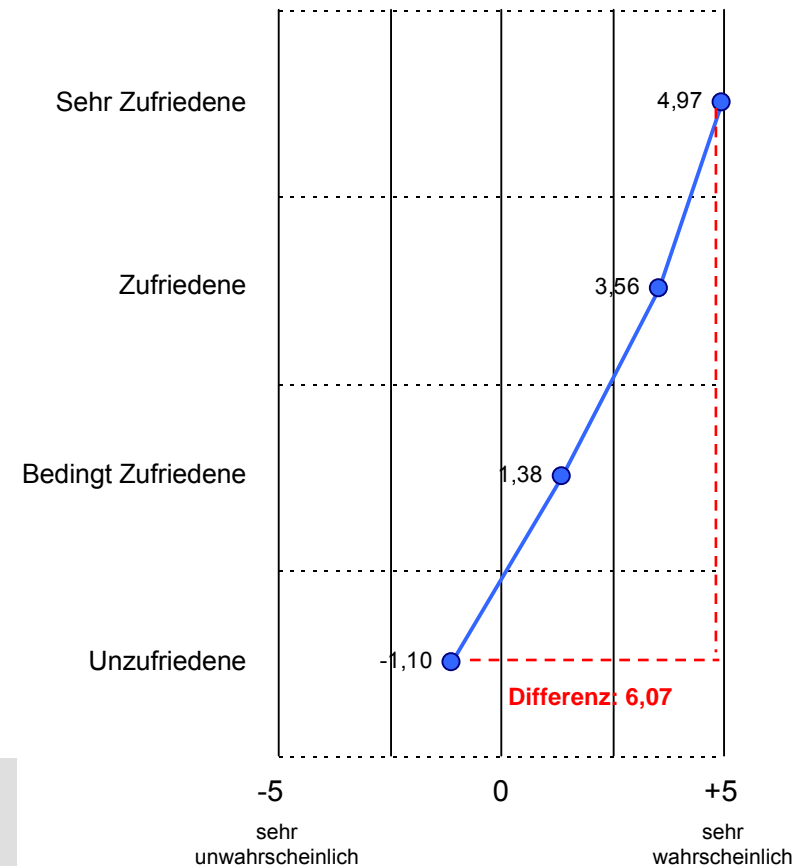
„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Ihr Studio an Freunde und Bekannte weiterempfehlen? Ihre Meinung können Sie dabei von -5 = 'sehr unwahrscheinlich' bis +5 = 'sehr wahrscheinlich' einstufen.“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001; Bei der Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit sind Mittelwerte dargestellt)

Zufriedenheit der Mitglieder



Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung



Zufriedene Mitglieder empfehlen ihr Studio an Bekannte/ Freunde weiter: Bei sehr zufriedenen oder zufriedenen Mitgliedern ist die Wahrscheinlichkeit der Weiterempfehlung deutlich höher, als bei bedingt zufriedenen oder unzufriedenen Mitgliedern.

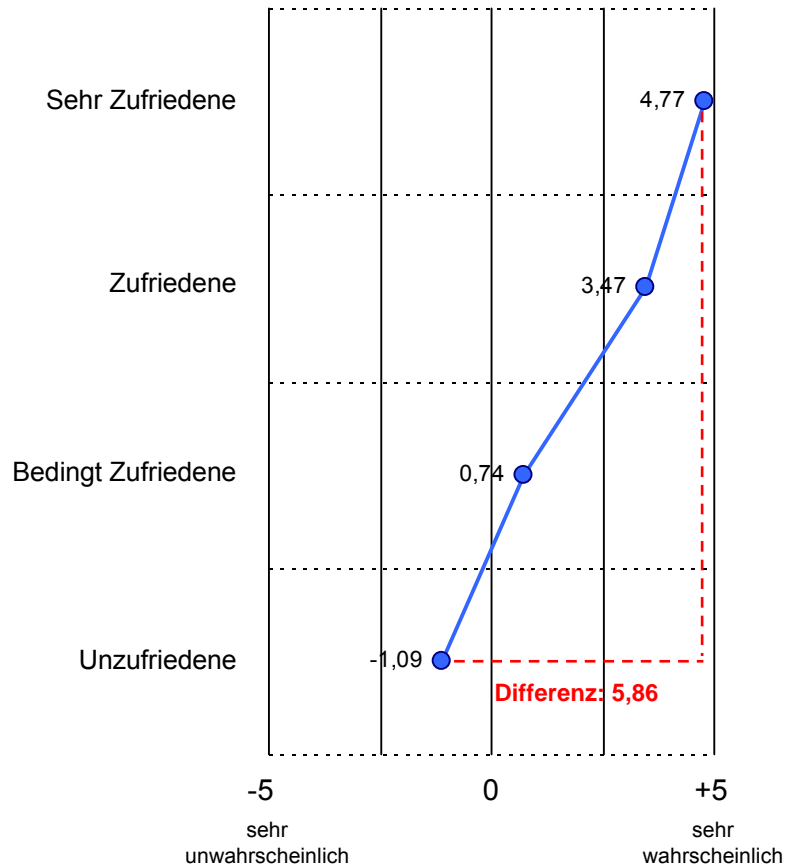
# Mitgliederloyalität und Trainingsbereitschaft im Zusammenhang mit der Gesamtzufriedenheit

„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in 12 Monaten immer noch in Ihrem jetzigen Studio angemeldet sind?“

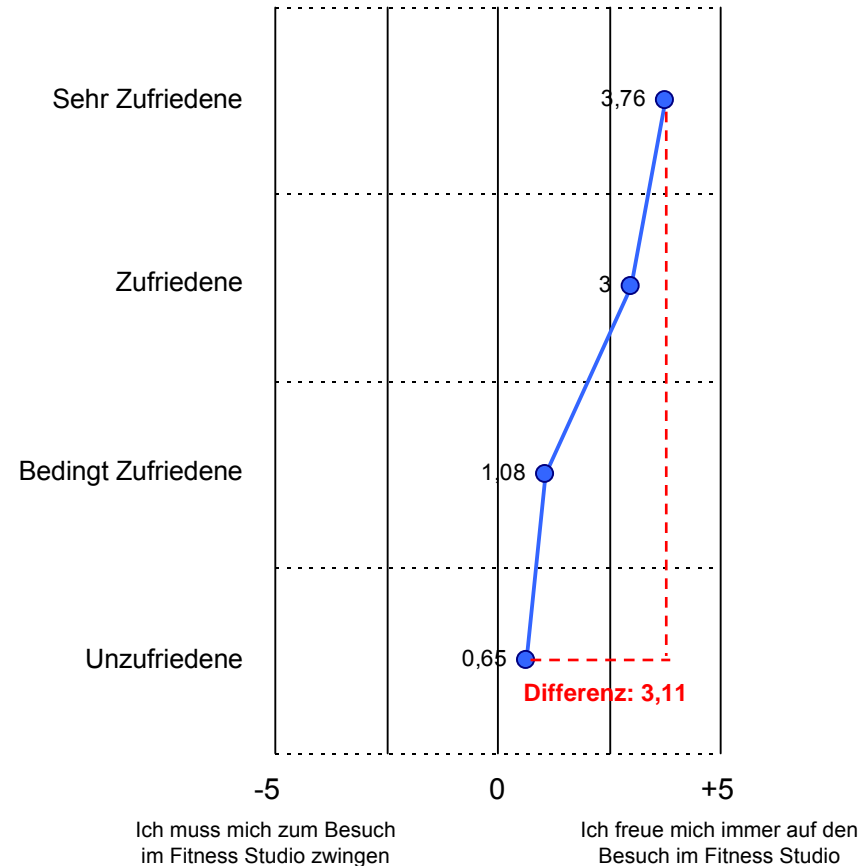
„Wie gerne gehen Sie persönlich ins Fitness Studio?“

(Basis: alle Befragten, n = 1.001; Dargestellt sind Mittelwerte)

Mitgliederloyalität



Trainingsbereitschaft



Zufriedene Mitglieder sind treue und aktive Mitglieder: Je zufriedener die Studiomitglieder mit dem eigenen Studio sind, desto wahrscheinlicher bleiben Sie „ihrem“ Studio treu und desto lieber trainieren sie auch in ihrem Studio.



































