

Düsseldorf, 09. April 2008

## **Kundenzufriedenheit entscheidet über den Erfolg von Fitness Studios**

Das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT AG hat 1.001 Besucher von Fitness Studios zu ihrer Zufriedenheit befragt. Die Befragten sind repräsentativ für die rund 13,5 Mio. Deutschen, die regelmäßig in Fitness Studios trainieren.

Die Studie zeigt, dass die meisten Studios die Anforderungen und Bedürfnisse ihrer Kunden durchaus erfüllen. Fast 70% der Studiobesucher sind alles in allem mit Ihrem aktuellen Studio zufrieden. Dem stehen aber auch mehr als 30% gegenüber, die mit den Leistungen des besuchten Studios nicht vollständig zufrieden sind.

Hier liegt für die Studiobetreiber ein entsprechendes Risiko: Die Kündigungs- und Abwanderungsgefahr ist bei diesen Kunden entsprechend hoch. Je unzufriedener die Mitglieder sind, desto unwahrscheinlicher ist es, dass diese auch in 12 Monaten noch in dem derzeit besuchten Studio angemeldet sind.

Die hohe Zufriedenheit der Bestandskunden ist für Fitness Studios ein zentraler Erfolgsfaktor: Zufriedene Mitglieder bleiben ihrem Studio langfristig treu. Und auch neue Studiomitglieder werden am einfachsten durch zufriedene Bestandskunden hinzugewonnen. Denn das wichtigste Entscheidungskriterium bei der Auswahl eines neuen Fitness Studios ist die Weiterempfehlung durch Freunde, Bekannte oder Familienmitglieder.

Der vollständige kostenfreie Basisreport „Erfolgsfaktoren von Fitness Studios“ steht als Download unter [www.innofact.com](http://www.innofact.com) zur Verfügung.

### **Ansprechpartnerin:**

Karin Hagemann, Senior Projektleiterin  
INNOFACT AG Research & Consulting  
Neuer Zollhof 3  
D-40221 Düsseldorf  
Tel: 0211 / 86 20 29 - 226  
Fax: 0211 / 86 20 29 - 210  
[k.hagemann@innofact.com](mailto:k.hagemann@innofact.com)

### **Über die INNOFACT AG:**

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der Kompetenz zu Offline-Befragungen verfügt INNOFACT seit 1998 über verschiedene eigene Onlinepanel aus dem Consumer- und B2B-Bereich. Im B2B-Bereich hat INNOFACT beispielsweise Zugriff auf Ärzte, IT-Entscheider oder High-Potentials. Außerdem wird das Consumerpanel [www.meinungsplatz.de](http://www.meinungsplatz.de) von der INNOFACT AG genutzt. Damit gehört das Institut zu den führenden europäischen Anbietern von Online-Marktforschung. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus allen relevanten Branchen, z.B. für Markenartikler, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Consultants oder Medien.

[www.INNOFACT.com](http://www.INNOFACT.com)