



DER MARKT FÜR FIRMENFITNESS

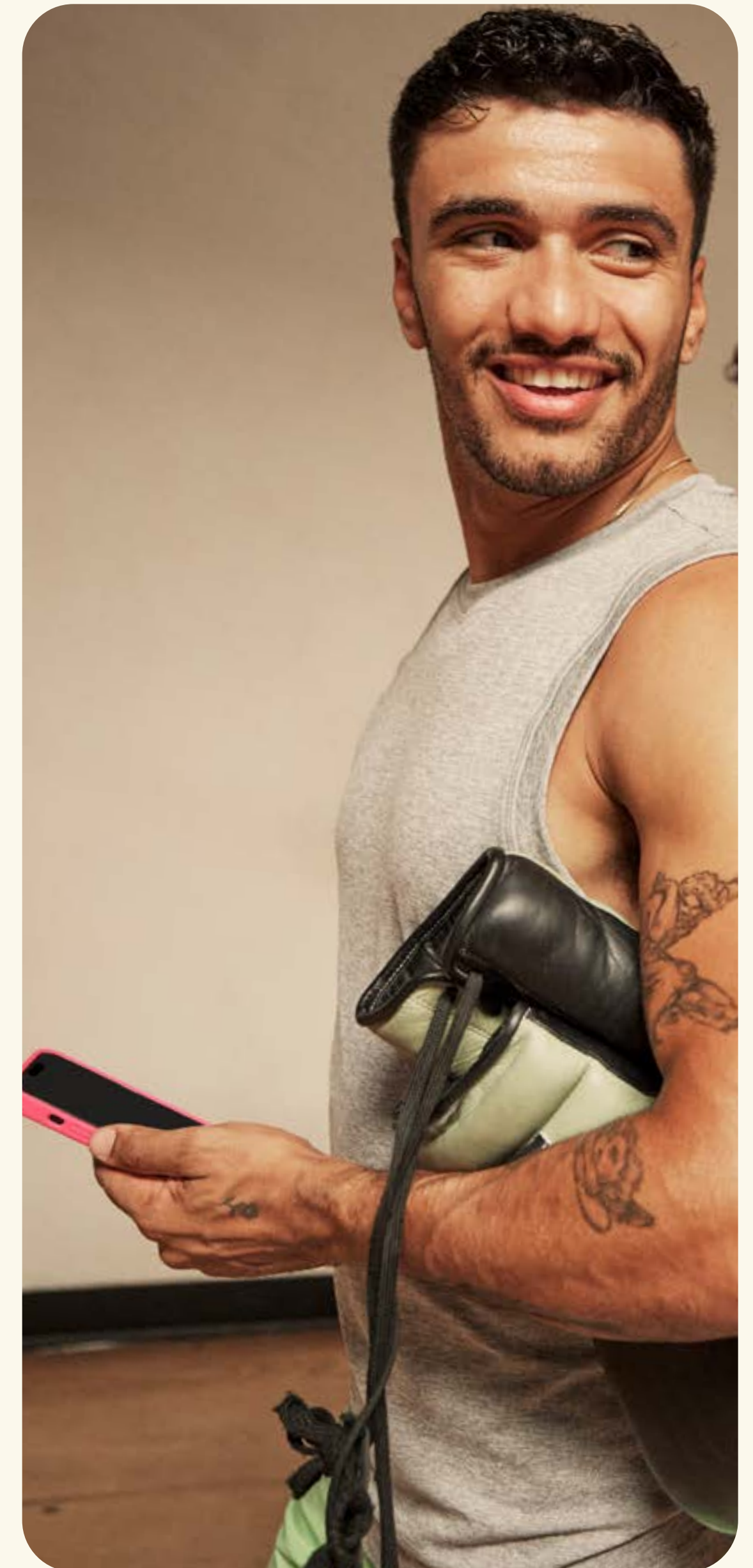
STUDIE 2025

Executive Summary

Firmenfitness-Kooperationen sind nicht länger ein bloßes Marketing-Tool oder ein optionales Extra, um neue Mitglieder zu gewinnen. Sie sind mittlerweile zu einem strategischen Wachstumsmotor für Fitnessstudios, Studios und Wellbeing-Apps weltweit geworden. Angesichts wachsenden Wettbewerbs und veränderten Verbraucherverhaltens werden solche Partnerschaften zu einem entscheidenden Faktor für nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Um diese Entwicklung zu verstehen, hat Wellhub mehr als 600 Betreiber von Fitnessstudios, Studios und Wellbeing-Apps in 10 Ländern befragt. Untersucht wurde, welchen Einfluss Firmenfitness-Kooperationen auf Wachstum, Rentabilität und Zukunftspläne haben.

Die Ergebnisse sind eindeutig: Fitness- und Wellbeing-Anbieter erkennen greifbare Vorteile in Firmenfitness-Partnerschaften. Diese Kooperationen fördern die Gewinnung neuer Mitglieder, verbessern die Mitgliederbindung und bieten größere finanzielle Stabilität.



Zentrale Statistiken

89 %

registrieren eine höhere Verbleibquote bei Mitgliedern, die über Firmenfitness-Kooperationen gewonnen wurden.

73 %

verzeichnen eine verbesserte oder erheblich verbesserte Rentabilität durch Firmenfitness-Kooperationen.

83 %

geben an, dass Firmenfitness für das Wachstum ihres Geschäfts entscheidend oder sehr wichtig ist.

92 %

kennen mindestens einige weitere Unternehmen in ihrer Branche, die mit Anbietern für Firmenfitness zusammenarbeiten.

84 %

halten Firmenfitness-Kooperationen für einen effektiven Weg, um neue Mitglieder zu gewinnen.

58 %

nennen erstklassigen Support durch Firmenfitness-Partnerschaften als den wichtigsten Faktor für die Kundenbindung.

Ausgangslage: Firmenfitness als Wachstumspotenzial

Die weltweite Fitnesswirtschaft ist inzwischen auf 6,3 Billionen US-Dollar angewachsen, vorangetrieben durch die einfache Nutzung von digitalen Angeboten, einen stärkeren Fokus auf Gesundheitsprävention und den Aufstieg von Fitnessstudios und Studios zu wichtigen „dritten Orten“ innerhalb der Gesellschaft. In diesem Rahmen wird ein Wachstum des Marktes für Firmenfitness von 70,4 Milliarden US-Dollar im Jahr 2024 auf über 106 Milliarden bis 2029 erwartet. Unternehmen investieren verstärkt in das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden, um die Produktivität zu steigern, Fehlzeiten zu verringern und die Mitarbeiterbindung zu verbessern.

Als Teil dieser Veränderung wenden Unternehmen sich in wachsendem Maße von fragmentierten, isolierten Wellbeing-Programmen ab und bevorzugen integrierte Plattformen, die eine ganzheitliche und nahtlose Erfahrung für Mitarbeitende bieten. Für Fitness- und Wellbeing-Anbieter schafft diese Entwicklung bedeutende Chancen, sich über einheitliche, optimierte Partnerschaftsmodelle mit breiten Unternehmensnetzwerken zu verbinden.

Solche Kooperationen bieten Fitnessstudios, Studios und Wellbeing-Apps klare strategische Vorteile. **Daten von Wellhub zeigen, dass 90 % der Mitglieder, die über Corporate-Wellbeing-Plattformen gewonnen wurden, ganz neue Kund:innen sind und 75 % von ihnen nach der Erstanmeldung wiederkommen.** Zusätzlich zu höheren Bindungsraten bei über Kooperationen mit Unternehmen gewonnenen Mitgliedern im Vergleich zu Standardmitgliedschaften verzeichnen Studiobetreiber eine gesteigerte Rentabilität, stabilere Umsätze und einen höheren Lebenszeitwert pro Mitglied. Firmenfitness-Partnerschaften werden somit unverzichtbar für Fitness- und Wellbeing-Anbieter, die ein vorhersehbares Wachstum, betriebliche Widerstandsfähigkeit und einen deutlichen Wettbewerbsvorteil in einer zunehmend dynamischen Branche anstreben.

Das neue Zeitalter von Firmenfitness-Kooperationen

Viele Fitness- und Wellbeing-Anbieter setzen bereits auf Firmenfitness-Partnerschaften, strukturieren diese jedoch auf unterschiedliche Weise. Einige konzentrieren sich auf eine einzige Plattform, um eine problemlose Integration und einfache Handhabung zu gewährleisten, während andere ihre Bemühungen auf mehrere Plattformen verteilen, um ihre Reichweite auszudehnen und unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Die zentralen Erkenntnisse unserer Umfrage zeigen:

32 % arbeiten mit Blick auf nahtlose Integration und optimierte Prozesse mit einer einzigen Plattform zusammen.

59 % arbeiten mit zwei bis drei Plattformen zusammen, um unterschiedliche Unternehmenszielgruppen zu erreichen.

39 % unterhalten bereits seit mehr als drei Jahren Firmenfitness-Partnerschaften, was wachsendes Vertrauen und langfristigen Mehrwert widerspiegelt.

Wenn es um die Frage geht, warum Fitness- und Wellbeing-Anbieter solche Partnerschaften eingehen, stehen messbare Geschäftsergebnisse eindeutig im Vordergrund. Folgende Gründe wurden von Fitness- und Wellbeing-Anbietern am häufigsten genannt:

52 % nennen eine verbesserte Mitgliederbindung, da Unternehmenspartnerschaften dazu beitragen, Mitglieder länger aktiv zu halten als traditionelle Kanäle.

49 % betonen den Zugang zu neuen Kundensegmenten, die sie andernfalls möglicherweise nicht erreicht hätten.

46 % erhoffen sich mehr Markensichtbarkeit durch die Einbeziehung in die Kommunikation von Corporate-Wellbeing-Plattformen.

Allerdings haben Studiobetreiber auch konkrete Bedenken, bevor sie einer Corporate-Wellbeing-Plattform beitreten. Nachstehend die wichtigsten genannten Herausforderungen für Fitness- und Wellbeing-Anbieter:

- 46 %** fürchten den Wettbewerb mit ähnlichen Anbietern auf überfüllten Plattformen.
- 44 %** befürchten, dass die Plattformen ihre eigenen Angebote bevorzugen könnten, wodurch ihnen Wettbewerbsnachteile entstehen würden.
- 36 %** machen sich Sorgen darüber, nicht genug Kontrolle über die Präsentation oder Personalisierung ihres Services auf der Plattform zu haben.

Trotz dieser Bedenken gelingt es vielen Fitness- und Wellbeing-Anbietern, starke Partnerschaften mit Corporate-Wellbeing-Plattformen aufzubauen. Sie werden in Marketinginitiativen mit Co-Branding eingebunden, erhalten ein maßgeschneidertes Onboarding und Schulungen, können auf wichtige Daten zugreifen und halten regelmäßige Feedbackschleifen aufrecht, um den gegenseitigen Nutzen zu sichern.

Barrieren für erfolgreiche Partnerschaften



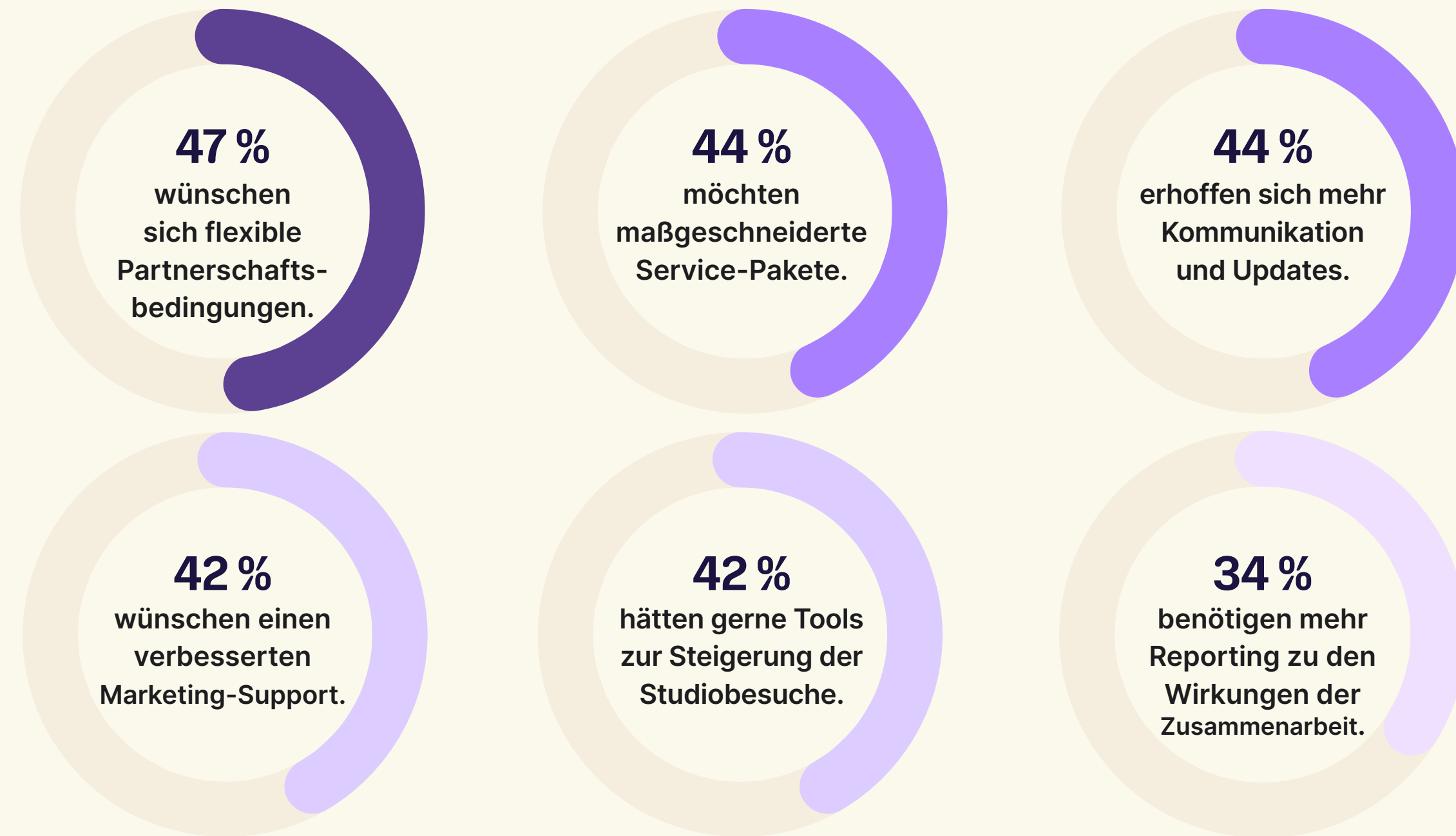
Viele Fitness- und Wellbeing-Anbieter erkennen zwar die Vorteile von Firmenfitness-Kooperationen, stehen jedoch vor Herausforderungen, wenn es darum geht, die Idee Wirklichkeit werden zu lassen. Einige befürchten, dass der Einstieg in eine Corporate-Wellbeing-Plattform mit erheblichem Aufwand oder hoher Komplexität verbunden ist. Unsere Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass viele dieser Herausforderungen in der Praxis weniger gravierend ausfallen als angenommen. Im Folgenden die von Fitness- und Wellbeing-Anbietern hauptsächlich genannten Barrieren:

- 56 %** befürchten, dass sie ihr Serviceangebot für Unternehmensmitglieder anpassen müssen, während die meisten Plattformen es ihnen jedoch ermöglichen, bestehende Angebote unverändert beizubehalten.
- 56 %** machen sich Sorgen darüber, wie sie ihren Mehrwert deutlich machen und sich von anderen Anbietern abheben können, was die Notwendigkeit eines überzeugenden Marketingprofils unterstreicht.
- 50 %** der Befragten halten ihre internen Ressourcen für unzureichend, obwohl Plattformanbieter gezielt darauf ausgerichtet sind, den operativen Aufwand so gering wie möglich zu halten.
- 41 %** finden die Aushandlung der Bedingungen schwierig, obwohl immer häufiger flexible Verträge abgeschlossen werden.
- 34 %** haben Schwierigkeiten damit, die Entscheidungsträger der potenziellen Partnerunternehmen ausfindig zu machen. Plattformen lösen dieses Problem jedoch oft, da sie die Beziehungen zu den Unternehmen verwalten.

Entgegen diesen anfänglichen Bedenken finden die meisten Betreiber die Integration leichter als gedacht:

- 70 %** halten das Onboarding für einfach oder äußerst einfach und wurden durch klare Anleitungen und effiziente Support-Teams unterstützt.
- Nur **6 %** stießen auf erhebliche Schwierigkeiten, die hauptsächlich auf ältere IT-Systeme oder spezifische Geschäftsmodelle zurückzuführen waren.

Studiobetreiber nennen auch Bereiche, in denen Plattformen noch mehr Wert schaffen könnten:



Zwar bestehen weiterhin einige Herausforderungen, doch die Mehrheit der Fitness- und Wellbeing-Anbieter bewertet Firmenfitness-Kooperationen als umsetzbar und lohnenswert. Dies gilt insbesondere dann, wenn Plattformen maßgeschneiderte Unterstützung und enge Zusammenarbeit bieten.

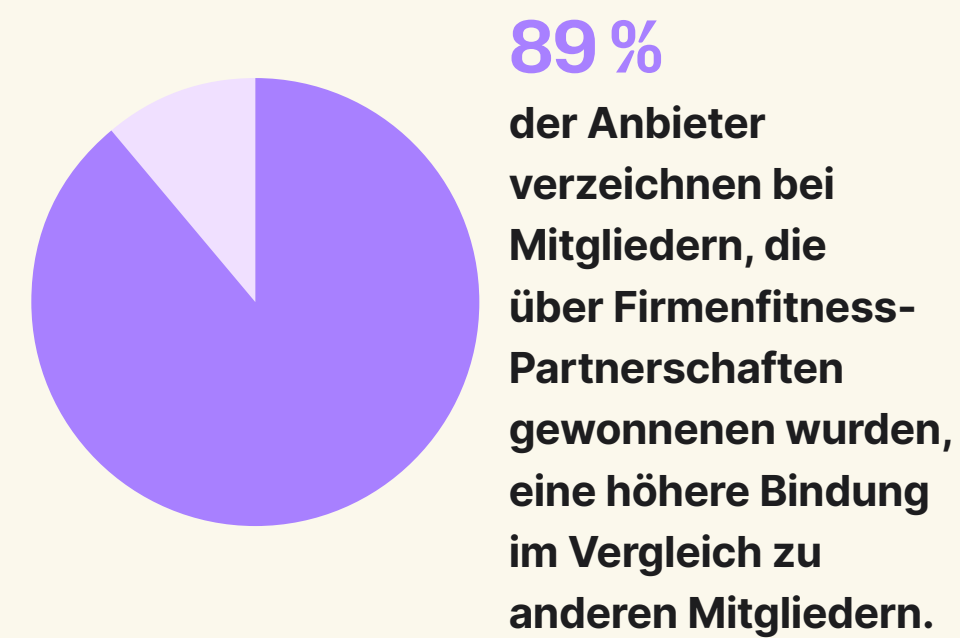
Auswirkungen auf Mitgliedergewinnung, Mitgliederbindung und Umsatz

Viele Fitness- und Wellbeing-Anbieter verzeichnen nach Überwindung anfänglicher Hürden deutliche Erfolge in der Zusammenarbeit mit Unternehmen, etwa durch steigende Mitgliederzahlen, höhere Bindungsraten und zusätzliche Einnahmen.

Partnerschaften für Firmenfitness fördern die Gewinnung neuer Mitglieder erheblich. Sie unterstützen Anbieter dabei, neue Zielgruppen zu erschließen, die vorher unerreichbar waren, und bringen einen zuverlässigen Strom aktiver Mitglieder ein:



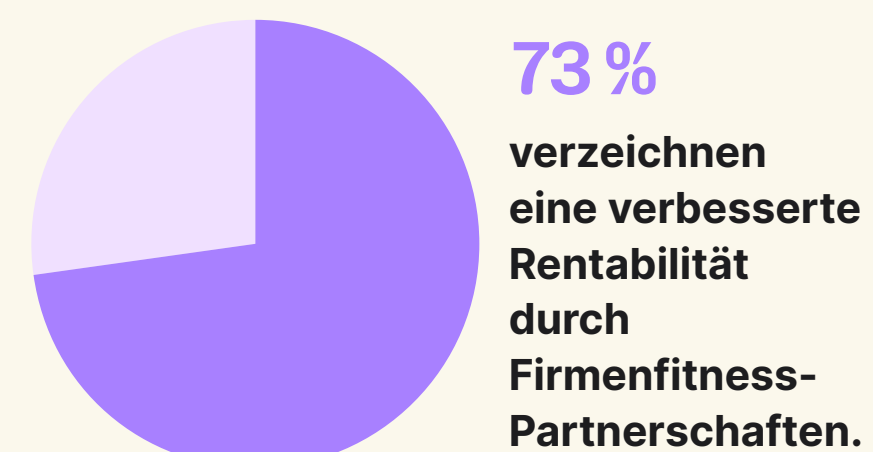
Außerdem sind über Unternehmen gewonnene Mitglieder loyaler und aktiver als über traditionelle Kanäle gewonnene Mitglieder und sorgen für nachhaltige Umsatzströme:



Wichtigste Faktoren für die Mitgliederbindung:

- ❶ erstklassiger Support (58 %)
- ❷ exklusive Rabatte (46 %)
- ❸ regelmäßige Challenges (45 %) (Wellbeing-Challenges, Fitness-Streaks oder Ranglisten-Wettbewerbe)
- ❹ nahtlose Integration mit Mitarbeiter-Benefits (39 %)
- ❺ ein starkes Gemeinschaftsgefühl (37 %)

Finanziell betrachtet helfen Firmenfitness-Kooperationen Betreibern dabei, ihr Geschäftsmodell zu stärken und wirtschaftlichen Schwankungen mit mehr Stabilität zu begegnen:

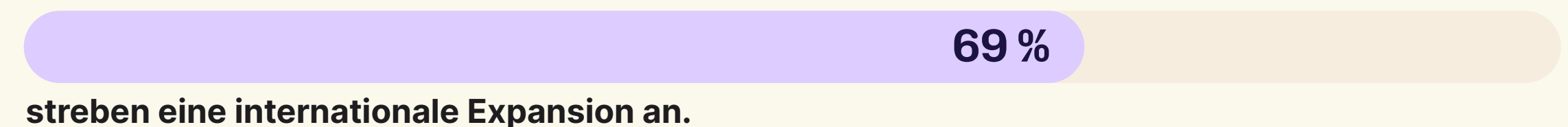


Die wichtigsten Vorteile umfassen

- ❶ eine optimierte Auslastung in ruhigeren Zeiten (51 %)
- ❷ einen höheren Lebenszeitwert der Mitglieder (50 %)
- ❸ einen verbesserten Cashflow durch garantierte Verträge (48 %)

Mit Blick auf die Zukunft nutzen Fitness- und Wellbeing-Anbieter diese Dynamik, um in ehrgeizige

Wachstumspläne zu investieren.



Firmenfitness-Kooperationen entwickeln sich rasch zu einem Eckpfeiler von langfristigem Wachstum. Sie ermöglichen Betreibern, mit mehr Planungssicherheit und finanzieller Widerstandsfähigkeit zu expandieren.

Tipps für erfolgreiche Firmenfitness-Partnerschaften

Der Beitritt zu einer Corporate-Wellbeing-Plattform ist nur der erste Schritt. Der Erfolg hängt davon ab, wie Fitness- und Wellbeing-Anbieter dieses Ökosystem nutzen. Sie können die Zusammenarbeit optimieren, indem sie sich auf drei Säulen konzentrieren:

- 1. Aufbau einer starken Marktpräsenz**
- 2. Erstklassiges Nutzungserlebnis für Mitglieder**
- 3. Gewährleistung reibungsloser Abläufe**

Anbietern wird empfohlen, ein vollständiges, seriöses Geschäftsprofil zu erstellen, das hochwertige Bilder, klare Service-Beschreibungen sowie präzise Öffnungszeiten und Kurspläne umfasst. Auch die gezielte Schulung des Personals ist entscheidend, um reibungslose Check-ins zu gewährleisten und den ersten Besuch von Mitgliedern von Firmenfitness-Programmen so angenehm wie möglich zu gestalten. Wellbeing-Apps sollten ihre Angebote mit ansprechenden Beschreibungen, Screenshots und einer nahtlosen Plattformintegration optimieren, um den Nutzer:innen einfachen Zugriff zu gewähren.

Herausragende Nutzungserfahrungen wirken sich merklich auf die Besucherzahlen und die Mitgliederbindung aus. Für Fitnessstudios und Studios bedeutet dies unter anderem die Gewährleistung sauberer, einladender Räumlichkeiten, die Bereitstellung kompetenter Anleitung sowie das Einholen von Feedback durch Bewertungen. Strategien, um Mitglieder stärker einzubinden, wie thematische Kurse, exklusive Unternehmens-Challenges und kleine gebrandete Give-aways fördern Loyalität und Vertrauen. Bei Apps fördern nahtlose Onboarding-Abläufe, gezielte In-App-Benachrichtigungen und exklusive digitale Unternehmens-Challenges die tägliche Nutzung.

Insgesamt sorgen reibungslose Abläufe dafür, dass Partnerschaften nachhaltig und wirkungsvoll bleiben. Fitness- und Wellbeing-Anbieter sollten jemanden aus ihrem Team die Verantwortung für die Plattformkommunikation, die Überwachung von Performance-Daten, die Ermittlung von Verbesserungsmöglichkeiten und den Einsatz der Marketingressourcen der Plattform zur Erhöhung der Markensichtbarkeit zuweisen. Wellbeing-Apps können durch funktionsübergreifende Koordinierung und proaktives Analyse-Tracking kontinuierliche Verbesserungen erzielen und sich an die Bedürfnisse der Unternehmensnutzer:innen anpassen.



Firmenfitness-Partnerschaften erfordern keine Anpassung bestehender Geschäftsmodelle. Der Erfolg einer Kooperation hängt vielmehr davon ab, die eigenen Stärken professionell zu präsentieren, relevante und verlässliche Erfahrungen zu bieten, die Mitglieder langfristig zur Nutzung zu motivieren, sowie Plattformdaten und -ressourcen kontinuierlich für Optimierungen einzusetzen. Wenn Anbieter diese Empfehlungen umsetzen, können sie aus den durch Unternehmenspartnerschaften gewonnenen Mitgliedern loyale Fürsprecher machen und so anhaltendes Wachstum, stärkere Communitys und die langfristige Widerstandsfähigkeit ihres Unternehmens fördern.

Die wichtigsten globalen Erkenntnisse



Deutschland

97%

verzeichnen eine höhere Verbleibquote bei Mitgliedern, die über Firmenfitness-Kooperationen gewonnen wurden.

93%

erachten Firmenfitness für das Wachstum ihres Geschäfts entscheidend oder sehr wichtig.

93%

der Befragten halten Firmenfitness-Kooperationen für einen effektiven Weg, um neue Mitglieder zu gewinnen.

98%

konnten ihre Rentabilität durch Kooperationen für Firmenfitness verbessern oder erheblich verbessern.

98%

kennen mindestens ein paar weitere Unternehmen in ihrer Branche, die mit Corporate-Wellbeing-Plattformen zusammenarbeiten.

58%

nennen erstklassigen Plattform-Support als den wichtigsten Faktor für die Kundenbindung.

READY TO GROW STRONGER TOGETHER?

Fordere die vollständige Studie an, um fachliche Einblicke und professionelle Ratschläge zu erhalten.

[Vollständige Studie herunterladen](#)



wellhub 