

Leitfaden für digitales Marketing in Fitnessstudios und Kletterhallen



Einleitung

Moderne Räumlichkeiten und ein vielseitiges Kursangebot allein reichen nicht aus – eure Halle benötigt kontinuierlich neue Mitglieder. Gleichzeitig ist es entscheidend, bestehende Kundinnen und Kunden zu halten, denn die Bindung bestehender Mitglieder ist stets kostengünstiger als die Gewinnung neuer. Doch wie lässt sich das am besten umsetzen?

Dieser Leitfaden zeigt euch die wichtigsten Maßnahmen des digitalen Marketings, mit denen ihr eure Zielgruppe anzieht, überzeugt und langfristig bindet. Wir behandeln unter anderem E-Mail-Marketing, Suchmaschinenoptimierung sowie bezahlte Werbung.

In unserem Leitfaden erhaltet ihr klare und praxisnahe Tipps, mit denen ihr die Mitgliederzahl eurer Halle gezielt steigern könnt. Zusammengestellt wurde der Leitfaden von den Expertinnen und Experten von WiseNetwork, die sowohl über Erfahrung im Marketing als auch im Vertrieb von Fitnessstudios und Kletterhallen verfügen.

Viel Spaß beim Lesen!
Euer WiseNetwork-Team



E-Mail-Marketing

Erstellt E-Mails, die eure Zielgruppe wirklich zum Öffnen bewegen und messbare Ergebnisse liefern.

1

Behaltet ein klares Ziel im Blick

Jede E-Mail sollte genau ein klares Ziel verfolgen – zum Beispiel eine Kursbuchung, die Anmeldung zu einer Challenge oder den Kauf eines Produkts im Onlineshop.

- Konzentriert euch auf ein einziges Thema. Das ist deutlich wirkungsvoller, als mehrere Botschaften gleichzeitig zu vermitteln.
- Gestaltet den Call-to-Action (CTA) klar und gut sichtbar – zum Beispiel mit Formulierungen wie „Jetzt mitmachen“ oder „Jetzt kaufen“.

2

Die Betreffzeile ist besonders entscheidend

Ob eure E-Mail geöffnet oder ignoriert wird, entscheidet sich meist bereits an der Betreffzeile.

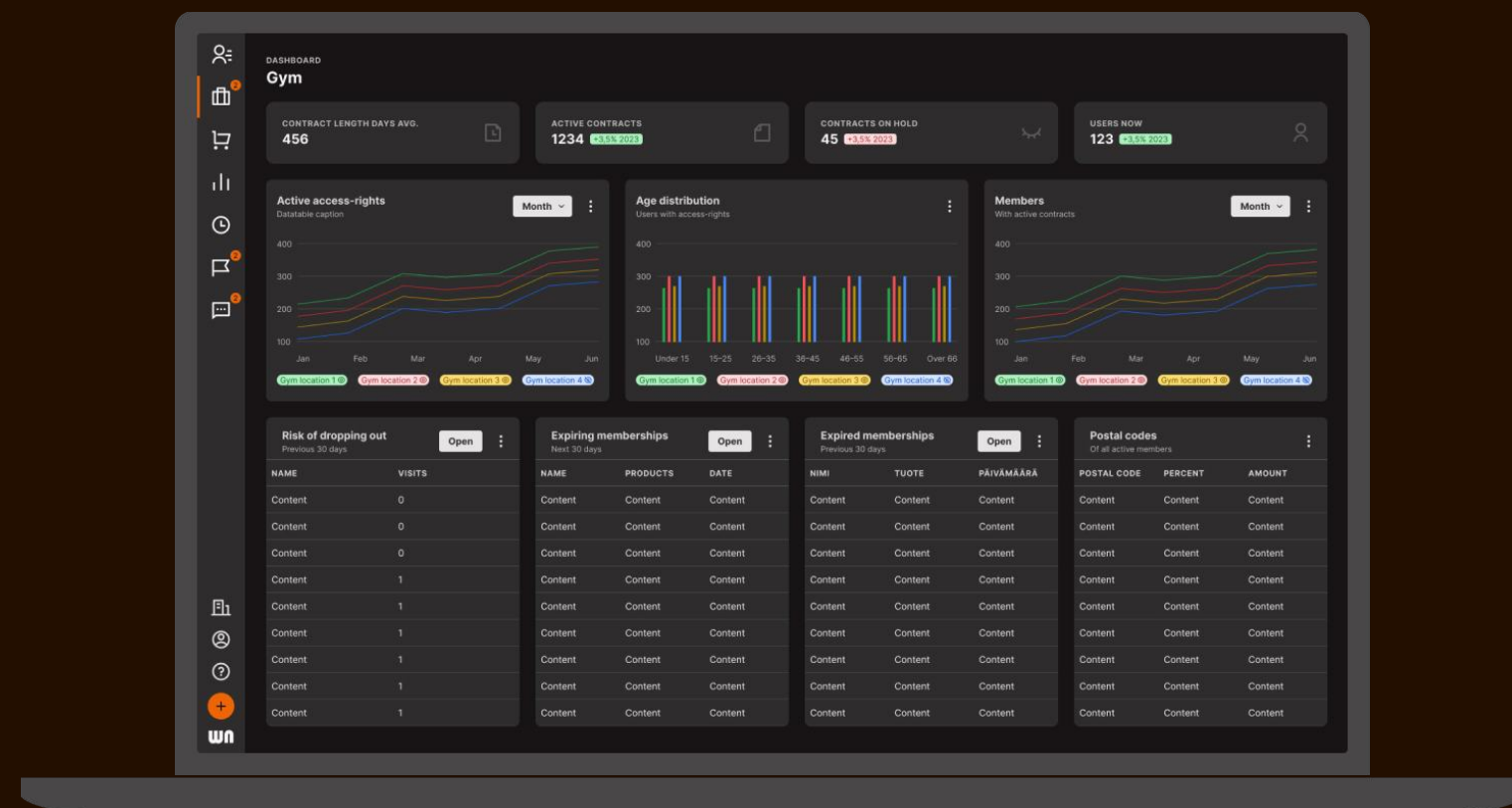
- Verzichtet auf langweilige Formulierungen wie „Neuigkeiten aus dem Studio“.
- Setzt stattdessen auf ansprechende Betreffzeilen wie „Erreicht eure Trainingsziele“ oder „Euer kostenloser Trainingspass wartet“.
- Testet verschiedene Betreffzeilen und findet heraus, welche am besten funktionieren.

3

Schreibt, als würdet ihr mit einer echten Person sprechen

Verwendet einen lockeren, authentisch freundlichen Ton – so, als würdet ihr euch nach dem Training mit einem Mitglied unterhalten.

- Stellt euch beim Schreiben eine konkrete Person vor.
- Personalisiert eure Nachrichten: „Hi Alex – bereit für dein nächstes Workout?“ wirkt deutlich einladender als eine allgemeine Anrede.



4

Erstellt Inhalte, die schnell gelesen und verstanden werden

Menschen möchten Inhalte erfassen, ohne viel Zeit investieren zu müssen – eure E-Mails sollten daher gut strukturiert und leicht zu überfliegen sein.

- Nutzt Zwischenüberschriften und Aufzählungen.
- Fügt ein Bild ein, das eure Botschaft visuell unterstützt.
- Verzichtet auf GROSSBUCHSTABEN – sie wirken wie Schreien.

5

Noch einmal prüfen, bevor ihr auf „Senden“ klickt

Fehler passieren – darum solltet ihr jede E-Mail vor dem Versand sorgfältig überprüfen.

- Schaut euch die Vorschau auch auf dem Smartphone an.
- Testet, ob alle Links funktionieren.
- Lest den Text Korrektur.

6

Warum funktionieren E-Mails so gut?

E-Mail-Marketing ist eure direkteste Verbindung zu euren Mitgliedern – und eine hervorragende Ergänzung zu anderen Kommunikations- und Marketingkanälen. Wenn eure E-Mails durchdacht aufgebaut sind, steigern sie nicht nur den Umsatz, sondern stärken auch die Kundentreue und fördern das Gemeinschaftsgefühl in eurem Studio.

Haltet eure Botschaften einfach, persönlich und gut lesbar.





Suchmaschinen- optimierung (SEO)

Soll euer Studio bei Suchanfragen wie „Kletterhalle Berlin“ oder „Gruppenfitnesskurse“ ganz oben erscheinen? SEO hilft euch dabei, in den Suchergebnissen besser platziert zu werden und so mehr potenzielle Mitglieder auf euch aufmerksam zu machen.

Was bedeutet SEO?

SEO (Search Engine Optimization) bezeichnet Maßnahmen zur Optimierung eurer Website, damit sie bei Google weiter oben erscheint. Je höher ihr in den Suchergebnissen platziert seid, desto größer ist die Chance, dass Interessierte eure Website – und somit euer Studio – finden.

Warum ist SEO wichtig?

Die meisten Menschen schauen nie über die erste Seite der Suchergebnisse hinaus. Wenn euer Studio dort nicht auftaucht, entscheiden sich potenzielle Mitglieder häufig für die Konkurrenz.

Legt die richtigen Grundlagen

1. Technisches Setup – Eure Website sollte schnell laden, mobil optimiert und logisch aufgebaut sein.
2. Inhalte – Beschreibt eure Angebote und Kurse klar und verständlich – und so, dass sie für eure Leserinnen und Leser echten Mehrwert bieten.
3. Online-Reputation – Denkt daran, aktiv um Bewertungen zu bitten, andere Websites dazu zu bringen, auf eure Seite zu verlinken, oder eure Inhalte über Social Media zu teilen.

SEO ohne technisches Fachwissen

Die gute Nachricht: Ihr braucht keine große Marketingagentur. Entscheidend ist, dass ihr die Grundlagen versteht und konsequent daran arbeitet.

1

Keyword-Recherche

Verwendet Suchbegriffe, die Menschen tatsächlich eingeben – zum Beispiel „Kletterkurs für Jugendliche“ oder „Personal Trainer Köln“.

3

Klare Ziele setzen

Beispielsweise: „+20 % Website-Traffic in sechs Monaten“ oder „Top-5-Platzierung für ‚günstiges Fitnessstudio‘“.

2

Überprüft eure Sichtbarkeit

Googelt eure Dienstleistung. Wenn ihr nicht auf der ersten Seite erscheint, gibt es noch Verbesserungspotenzial.

4

Ergebnisse verfolgen und anpassen

SEO braucht Zeit – schnelle Erfolge gibt es selten. Behaltet eure Ergebnisse im Blick und passt eure Maßnahmen regelmäßig an.

Warum lohnt sich SEO?

Menschen suchen nach Informationen genau in dem Moment, in dem sie bereit sind zu handeln – zum Beispiel, um einem Fitnessstudio beizutreten oder einen Personal Trainer zu buchen. SEO sorgt dafür, dass sie euch finden – und nicht die Konkurrenz.

Vorteile:

- Mehr Sichtbarkeit – steigert den Traffic auf eurer Website
- Vertrauen aufbauen – hohe Platzierungen stehen für Glaubwürdigkeit und Professionalität
- Perfektes Timing – erreicht Menschen genau dann, wenn sie aktiv werden wollen

Wenn jemand nach „bestes Fitnessstudio für Einsteiger“ sucht und eure Website gut optimiert ist, wird euer Studio gefunden – nicht das auf der anderen Straßenseite.



Drei wichtige Dinge,

die ihr bei der Auswahl und Nutzung von Keywords beachten solltet:

1

Stellt sicher, dass tatsächlich nach dem Keyword gesucht wird

Bevor ihr ein Keyword verwendet – egal ob Haupt- oder Neben-Keyword – prüft immer zuerst das Suchvolumen mit einem Keyword-Tool wie dem Google Keyword Planner, Ahrefs oder Übersuggest. Auch wenn ein Begriff offensichtlich erscheint (zum Beispiel „Fitnessstudio + Stadt“), solltet ihr sicherstellen, dass tatsächlich danach gesucht wird.

2

Verwendet Keywords natürlich und flexibel im Text

Gutes SEO bedeutet nicht, auf jeder Seite dasselbe Keyword zu verwenden. Schreibt in erster Linie für Menschen – nicht für Suchmaschinen. Passt eure Keywords an und variiert sie, sodass sie sich natürlich in Überschriften und Fließtext einfügen. So wird euer Content leserfreundlicher, glaubwürdiger und ansprechender – für Nutzerinnen und Nutzer und auch für Google.

3

Verwechselt nicht den SEO-Titel mit der sichtbaren Seitenüberschrift

Viele vergessen, dass der SEO-Titel, der in den Google-Suchergebnissen angezeigt wird, nicht mit der sichtbaren Überschrift auf der Website identisch ist. Der SEO-Titel und die Meta-Beschreibung zählen zu den wichtigsten Faktoren für das Ranking und die Klickrate – setzt sie also gezielt ein. Gleichzeitig sollte die sichtbare Seitenüberschrift ansprechend und leicht zugänglich formuliert sein.



Schnelle SEO-Tipps für Fitnessstudio-Betreiber

Hier sind einige einfache Möglichkeiten, eure Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu verbessern:

- Eine Seite, ein Keyword – z. B. „Yoga-Kurse Berlin“
- Verwendet Keywords in Überschriften, im Fließtext und in Bildunterschriften
- Erstellt für jedes Thema eine eigene Seite – z. B. Personal Training, Gruppenkurse, Mitgliedschaften usw.
- Vergesst nicht, Meta-Beschreibungen hinzuzufügen – kurze, ansprechende Zusammenfassungen, die in den Suchergebnissen angezeigt werden
- Verlinkt eure Seiten untereinander – z. B. zum Kurskalender oder zum Blog

Hebt die Optimierung auf die nächste Stufe

Möchtet ihr noch bessere Ergebnisse?

- Erstellt umfassende Content-Hubs – zum Beispiel: „Wie ihr mit Krafttraining beginnt“ (1.000+ Wörter)
- Bindet visuelle Elemente ein – Videos, Bilder oder interaktive Kurskalender halten Besucherinnen und Besucher länger auf eurer Website
- Schafft teilbare Inhalte – Blogbeiträge wie „10 Tipps für Einsteiger in Sportart X“ kommen besonders gut in sozialen Netzwerken an

Fazit

Schon kleine SEO-Verbesserungen können euch neue Mitglieder bringen. Probiert Folgendes: Notiert fünf Suchbegriffe wie „Frauen-Fitnesskurse“ oder „Fitnessstudio mit Kinderbetreuung“ und gebt sie bei Google ein. Taucht euer Studio in den Ergebnissen auf? Wenn nicht, ist jetzt der richtige Zeitpunkt zu handeln.

Mit Tools wie WisePlatform Gym könnt ihr ganz einfach SEO-optimierte Inhalte erstellen – auch ohne technisches Vorwissen. Entscheidend sind Qualität, Kontinuität und gute Auffindbarkeit.



Bezahlte Werbung

CRM + bezahlte Anzeigen = mehr Mitglieder, mehr Umsatz, bessere Ergebnisse

Die unbequeme Wahrheit: Die meisten Anzeigen werden ignoriert. Mit cleverem Targeting hebt ihr euch von der Masse ab und erzielt deutlich bessere Resultate.

Nutzt eure eigenen Kundendaten und erreicht genau die richtigen Personen – auf Google, Facebook, Instagram oder LinkedIn.

Warum funktioniert die Kombination aus CRM und Werbung?

Euer CRM ist weit mehr als nur eine Kundendatenbank – es ermöglicht euch, gezielt Personen anzusprechen, die euch bereits kennen.

Anstatt laut „Jetzt beitreten!“ in alle Richtungen zu rufen, sprecht ihr eine kleinere, aber deutlich interessiertere Zielgruppe direkt an:
„Ihr habt bereits Interesse gezeigt – hier erfahrt ihr, warum wir die richtige Wahl für euch sind.“

Richtet eure Anzeigen zum Beispiel an:

- Personen, die eure Website besucht, aber sich nicht angemeldet haben (kein CRM erforderlich)
- Ehemalige Mitglieder, die bereit sein könnten, zurückzukehren
- Interessierte, die nur noch einen kleinen Anstoß brauchen

CRM + Werbung = effizientes, ergebnisorientiertes Marketing

3 smarte Wege, eure CRM-Daten zu nutzen



1

Erreicht genau eure Zielgruppe

Ladet eure CRM-Daten in Werbeplattformen hoch und sprecht gezielt die Personen an, die kurz vor einer Entscheidung stehen.

- Facebook / Instagram: Erstellt Custom Audiences und bewirbt z. B. eine kostenlose Probewoche
- LinkedIn: Sprecht lokale Unternehmen gezielt nach Berufsbezeichnung an und macht Firmenmitgliedschaften bekannt
- Google: Nutzt Customer Match, um z. B. in Gmail, YouTube und anderen Kanälen sichtbar zu werden

💡 Tipp:

Je detaillierter eure CRM-Daten sind, desto präziser könnt ihr eure Anzeigen ausrichten.

2

Gewinne neue Mitglieder mit Lookalike Audiences – basierend auf deinen besten Mitgliedern

Ihr kennt sie – die Mitglieder, die euer Studio so sehr lieben, dass sie Freunde, Geschwister oder Kollegen mitbringen. Mit Lookalike Audiences könnt ihr genau diese Energie skalieren.

Werbeplattformen analysieren eure CRM-Daten und finden neue Personen, die euren besten Mitgliedern ähneln – mit vergleichbaren Interessen, Zielen und einer ähnlichen Wahrscheinlichkeit, selbst Kundinnen oder Kunden zu werden. Es ist, als würdet ihr eure Lieblingsmitglieder klonen – nur ohne den gruseligen Teil.

Beispiel:

Ihr habt eine engagierte Gruppe junger Berufstätiger, die sich fürs Krafttraining begeistert? Lookalike Audiences helfen euch dabei, noch mehr Personen mit genau diesem Profil zu erreichen.

💡 Tipp:

Testet und optimiert eure Kampagnen kontinuierlich – einmal starten und dann vergessen reicht nicht aus.

3

Verlorene Kundinnen und Kunden zurückgewinnen (Remarketing)

Jemand hat eure Website besucht ... und war dann weg? Mit Remarketing könnt ihr diese Personen gezielt zurückholen.

- Schaltet Anzeigen für Menschen, die eure Website besucht oder auf eure Anzeigen geklickt haben
 - Macht ein attraktives Angebot – z. B. eine kostenlose Probewoche oder einen Sonderrabatt
 - Bewirbt neue Programme oder PT-Angebote bei bestehenden Mitgliedern
 - Schließt aktive Mitglieder bei Kampagnen für Neukundinnen und -kunden gezielt aus

Das Ziel: In Erinnerung bleiben – damit ihr die erste Wahl seid, sobald jemand bereit ist, Mitglied zu werden.

Zum Schluss ein paar Tipps

Ganz ehrlich:

Ein Studio zu führen ist anspruchsvoll – aber euer Marketing muss es nicht sein.

Die Kombination aus CRM und bezahlter Werbung macht eure Maßnahmen intelligenter und wirkungsvoller. Statt ins Blaue zu raten, erreicht ihr genau die richtigen Personen – zur richtigen Zeit.

Also: Öffnet euer CRM, ladet eure Liste hoch und erstellt Anzeigen, die tatsächlich Ergebnisse liefern.

Euer nächstes Mitglied ist nur ein paar Klicks entfernt.

Das Wachstum eures Studios beginnt genau hier

Ihr habt jetzt wirksame – und dennoch einfache – Strategien an der Hand, um euer Studio weiterzuentwickeln: durch E-Mail-Marketing, SEO und CRM-gestützte Werbung.

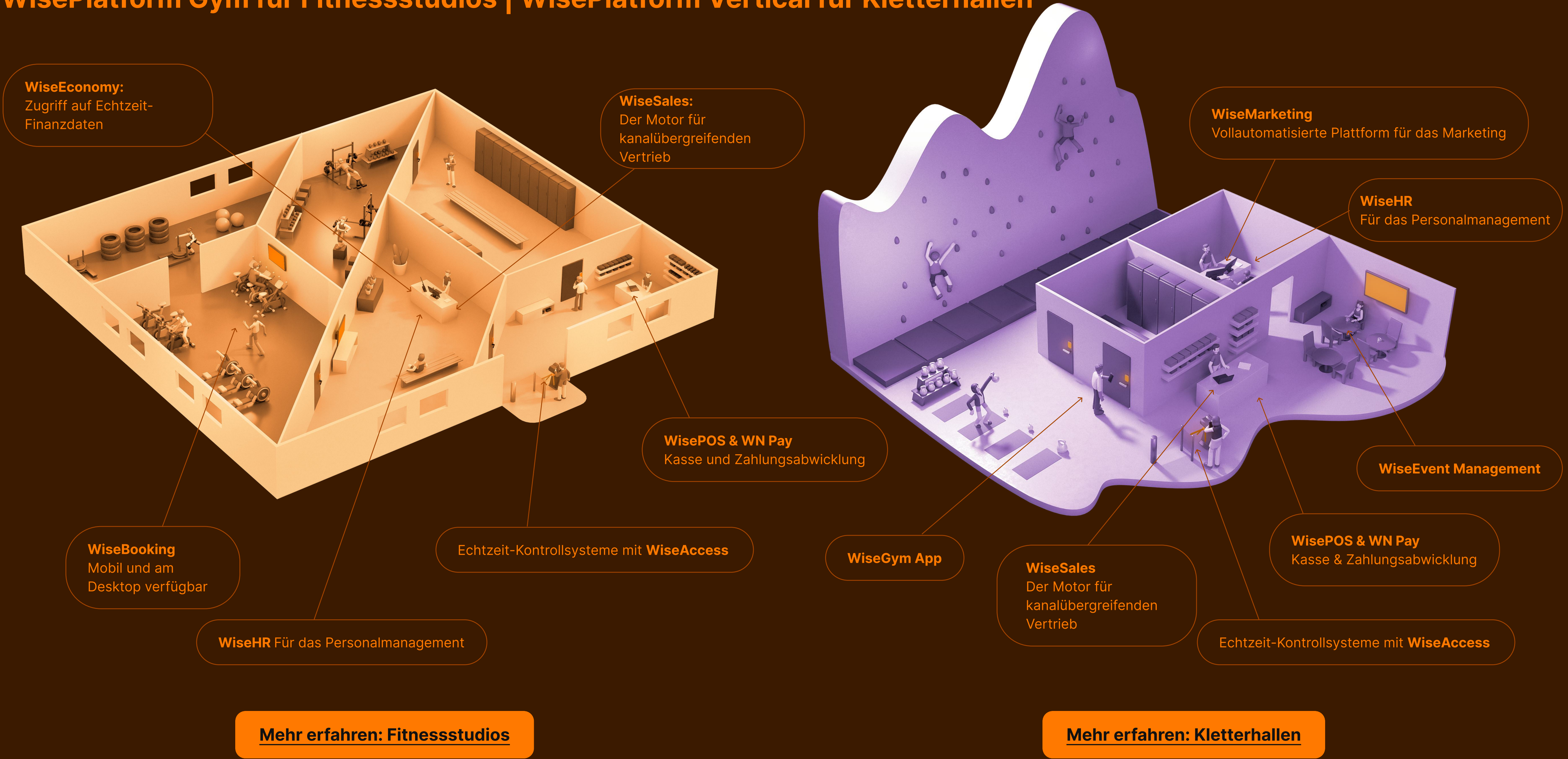
Die nächsten Schritte:

- ✓ Wählt einen Bereich aus und legt noch heute los
- ✓ Testet, passt an und macht weiter – Marketing ist ein langfristiger Prozess
- ✓ Bleibt mit eurer Community in Kontakt – online und vor Ort

Euer nächstes Mitglied ist nur einen Klick entfernt. Wählt euren Weg, bleibt dran und startet durch. Ihr schafft das 💪



Alles in einem System: WisePlatform Gym für Fitnessstudios | WisePlatform Vertical für Kletterhallen



Join the →

Wisenetwork