



FRAUENFITNESS DEUTSCHLAND 2016

fitogram

Online-Sichtbarkeit erhöhen | Neue Mitglieder gewinnen
fitogram.de/PRO → Jetzt registrieren!

Inhalt

Was wir gemacht haben 3

„Warum bist Du nicht Fitnessstudio-Mitglied?“ 4

„Warum gehst Du ins Fitnessstudio?“ 5

Kursnachfrage 5

Fitnessstudio-Mitgliedschaft 6

„Worüber informierst Du Dich?“ 7

Fitnessstudio-Ausstattung 7

Budget und Studiowechsel 8

Nachfrage-Trends 8

Fazit und Ausblick 9

Du möchtest die Studie teilen? Hier geht's zur Online-Version:

www.fitogram.de/frauenfitness2016



Frauen-Fitness 2016

fitogram

Autor: Jonas Villwock

Team: Konstantin Pikal, Tobias Meyer zu Westram

Veröffentlicht: Mai 2016

Alle Rechte vorbehalten. Ein Nachdruck, auch teilweise, ist nicht gestattet. Die Reproduktion, Verbreitung, Verarbeitung und Vervielfältigung darf nur nach ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der fitogram GmbH erfolgen.

Was wir gemacht haben

Für die Studie wurden 578 fitnessaffine Frauen zwischen 16 und 35 Jahren befragt, das Durchschnittsalter liegt bei 23,4. Zwei Drittel aller Befragten sind bereits Mitglied in einem Fitnessstudio.

Die Stichprobe setzt sich überwiegend aus Frauen zusammen, die über Social Media-Kanäle auf die Umfrage aufmerksam geworden sind.

23,4 Jahre alt	578 fitnessaffine Frauen	70% Fitnessstudio-Mitglieder
-----------------------	---------------------------------	-------------------------------------

Wir haben unter anderem die Gründe für eine (Nicht)-Mitgliedschaft im Fitnessstudio sowie die Trainingshäufigkeit, Fitnessziele, gewünschte Ausstattungsmerkmale, das zur Verfügung stehende Mitgliedschafts-Budget und aktuelle Fitnesstrends abgefragt. Anhand der Umfrageergebnisse lassen sich Aussagen zur Bedeutung von Online-Präsenz und Online-Buchungsmöglichkeiten treffen.

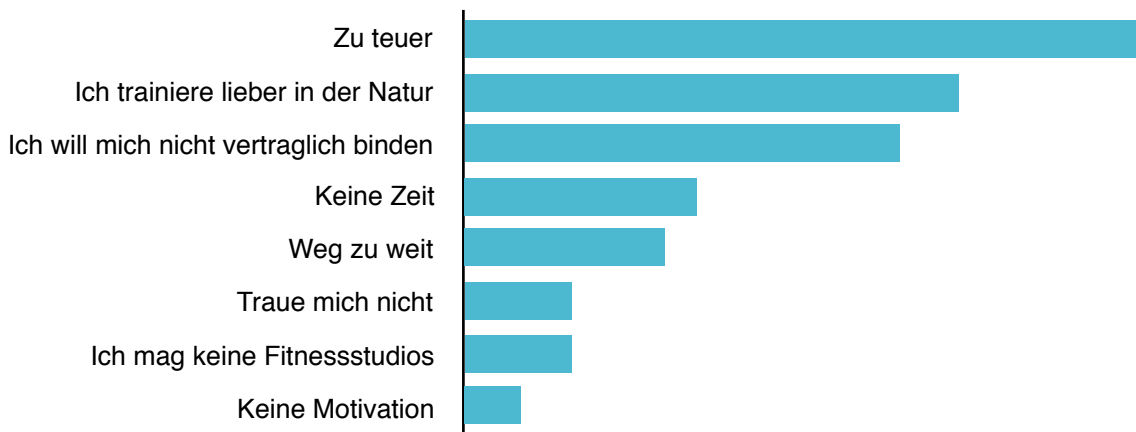
Die wichtigsten Ergebnisse

- Während Krafttraining lange Zeit als reine Männerdomäne galt, setzen heute immer mehr Frauen auf schwere Gewichte – das Fitnessverhalten hat sich verändert. Das Vorurteil, Krafttraining mache einen „zu muskulösen Körper“ verliert unter jungen Frauen offensichtlich an Bedeutung.
- Wer nicht im Fitnessstudio angemeldet ist, trainiert am liebsten in der Natur, möchte sich nicht vertraglich binden oder erachtet Studios als zu teuer. Fitnessanbieter haben die Möglichkeit, auf entsprechende Anforderungen zu reagieren und so neue Kundinnen zu gewinnen.
- Unter den Kursen sind insbesondere Zumba®, Langhantel-Workouts und Functional-Kurse beliebt. Während die meisten Befragten nicht für ein Probetraining bezahlen möchten, würde die überwiegende Mehrheit ein kostenloses Probetraining online buchen. Neben der klassischen Weiterempfehlung gewinnt die Online-Recherche weiter an Bedeutung, um neue Kunden auf das Angebot aufmerksam zu machen.
- Knapp die Hälfte der Befragten würde für eine Mitgliedschaft monatlich 30-50€ ausgeben. Umzug und schlechte Ausstattung werden als wichtigste Gründe für eine Kündigung genannt. Viele Befragte wollen in Zukunft Fitness-Poledance, CrossFit, Outdoor-Kurse und EMS-Training ausprobieren.

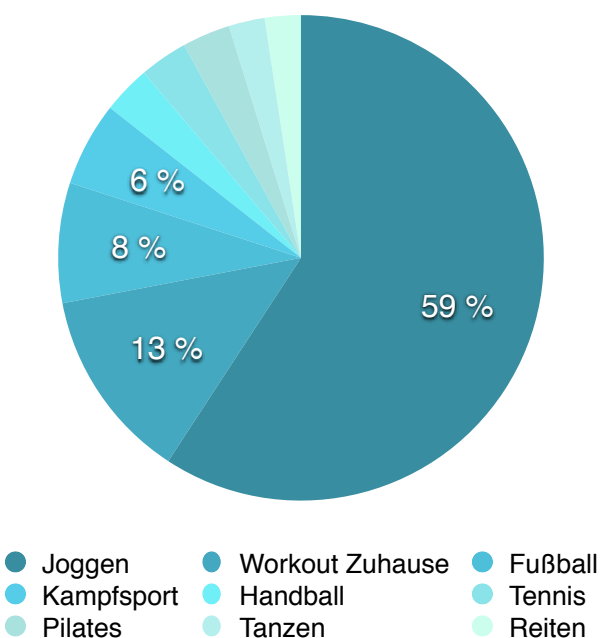
„Warum bist Du nicht Fitnessstudio-Mitglied?“

Rund ein Drittel der Befragten ist kein Fitnessstudio-Mitglied. Als wichtige Gründe dafür werden damit verbundene Kosten und die obligatorische vertragliche Bindung genannt.

Mehr als ein Drittel aller Befragten gibt an, lieber in der Natur trainieren zu wollen. Fehlende eigene Motivation oder sogar „Angst“ vor dem Fitnessstudio spielen für die jungen Frauen hingegen keine oder nur eine geringe Rolle.



Durch flexibel gestaltete Vertragsmodelle und das Angebot von Outdoor-Kursen haben Fitnessstudios die Möglichkeit, konkret auf die Wünsche der Nicht-Mitglieder einzugehen und so womöglich neue Kundinnen zu gewinnen.



80 Prozent aller befragten Frauen, die nicht Fitnessstudio-Mitglied sind, geben an, in der Freizeit sportlich aktiv zu sein. Über die Hälfte der Befragten gehen regelmäßig Joggen. Knapp 13 Prozent aller Befragten absolvieren Home-Workouts.

Eine neuere Entwicklung ist das Aufkommen von Online-Kursen und Online-Fitnessprogrammen, die meist auf Eigengewichtsübungen basieren und ohne Hantel- oder Gerätetraining auskommen.

„Warum gehst Du ins Fitnessstudio“?

Die Zeiten, in denen fast ausschließlich männliche Fitnessstudio-Besucher im Freihantelbereich anzutreffen waren, sind vorbei. Drei Viertel der befragten Frauen wollen im Gym primär Muskeln aufbauen, um einen attraktiven Körper zu bekommen und die Fitness zu verbessern.

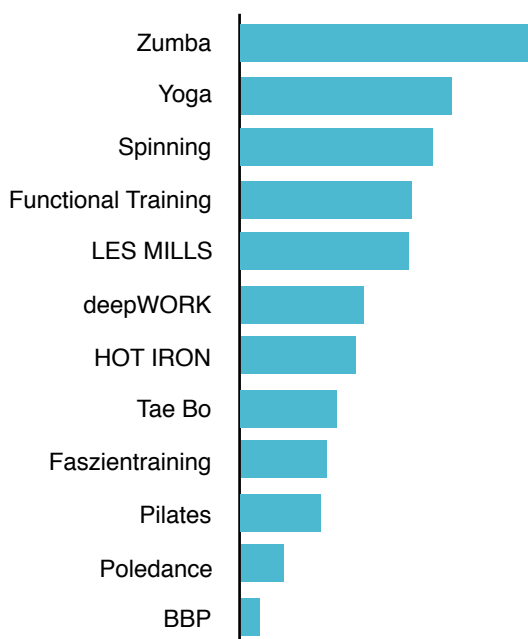
In deutschen Studios ist nicht weniger als eine Fitnessrevolution im Gange, im Zuge derer sich die Präferenzen verschieben. Und damit auch die Anforderungen an Fitness-Anbieter.

Abzunehmen oder die Ausdauer zu verbessern, sind für weniger als die Hälfte aller befragten Frauen wichtige Gründe, um sich im Fitnessstudio anzumelden.

Daraus ergeben sich im Hinblick auf die Zielgruppe der 16 bis 35-jährigen Frauen heute ganz neue Anforderungen für Fitnessanbieter, als noch vor einigen Jahren.

- Muskelaufbau 74%**
- Attraktiven Körper 71%**
- Fitness verbessern 70%**
- Etwas für die Gesundheit tun 66%**
- Ausdauer verbessern 50%**
- Abnehmen 46%**
- Neue Leute kennenlernen 8%**

Die neue Entwicklung, dass vor allem auch jüngere Frauen den Fokus auf den Muskelaufbau setzen, sorgt in Fitnessstudios mitunter für eine Verlagerung der Geräte-, Platz-, und Interieur-Nachfrage. Einige Fitnessstudios reagieren, indem sie neue Konzepte für Functional-Training und den Freihantelbereich implementieren.



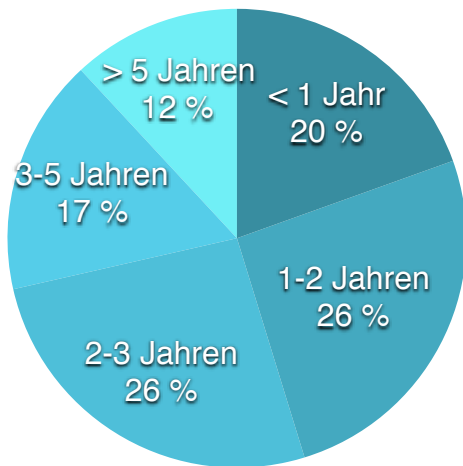
Kursnachfrage

Knapp die Hälfte der befragten Frauen nimmt regelmäßig an Fitnesskursen teil. Zu den beliebtesten Kursen gehören Zumba, Yoga und Spinning.

Aber auch die Langhantel-Kurse von LES MILLS® (BODYPUMP) und HOT IRON® sind beliebt. Ebenso Functional Training Kurse sowie das Eigengewichts-Kursprogramm von deepWORK®. Relativ neue Trends sind das Faszientraining und Fitness Poledance.

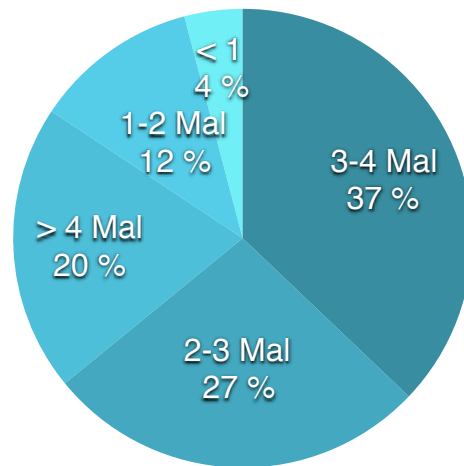
Fitnessstudio-Mitgliedschaft

Fitnessstudio-Mitglied seit...



Viele junge Frauen melden sich mit knapp 20 Jahren zum ersten Mal im Fitnessstudio an, rund die Hälfte aller Befragten ist seit weniger als zwei Jahren Studio-Mitglied.

Training pro Woche



Die Stichprobe weist außergewöhnlich hohe Trainings-Werte auf, die letztlich über die Fitnessaffinität der Befragten zu erklären und nicht repräsentativ sind.

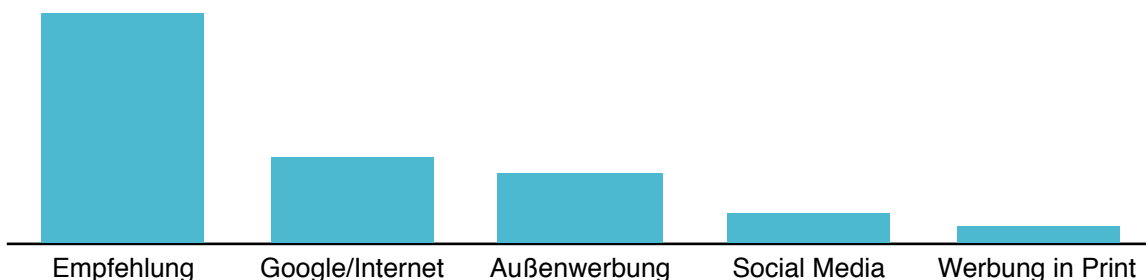
„Würde für ein Probetraining zahlen...“

...63% Nein | 37% Ja

„Würde ein Probetraining online buchen...“

...70% Ja | 30% Nein

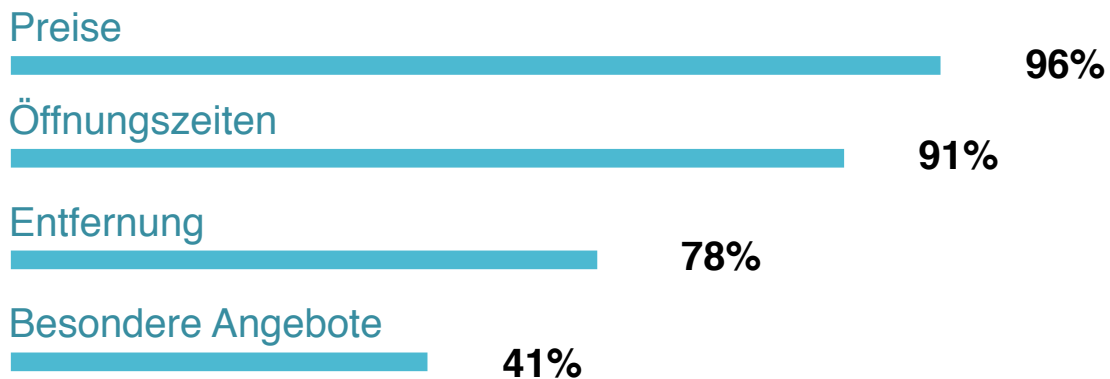
Auf das Fitnessstudio aufmerksam geworden durch...



Empfehlungen von Freunden, Familie oder Bekannten sind immer noch ein wichtiger Faktor, um sich in einem Fitnessstudio anzumelden. Gleichzeitig gewinnt die Online-Recherche über Suchmaschinen und das Internet an Bedeutung.

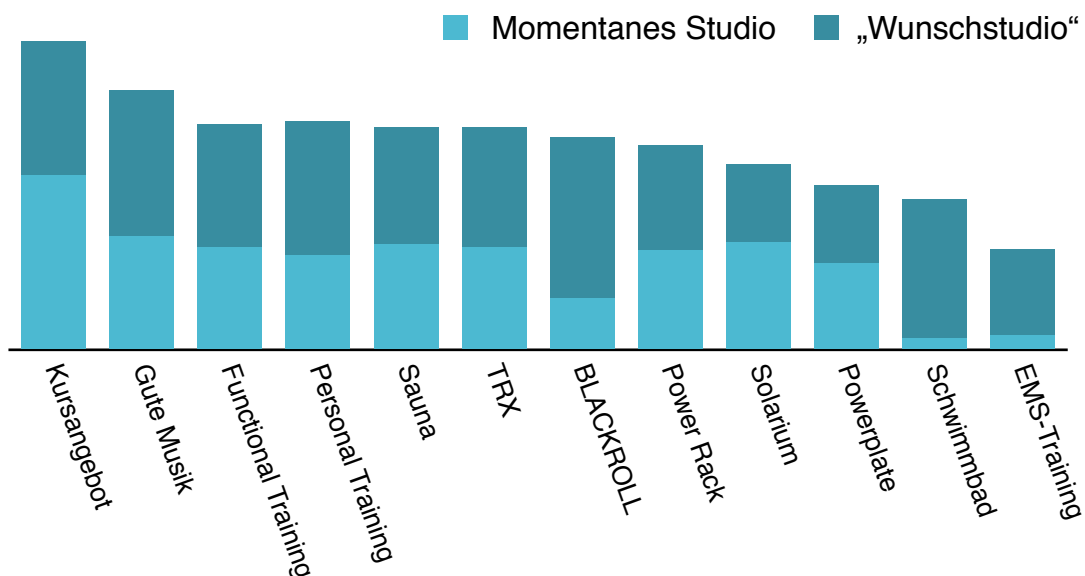
Worüber informierst Du Dich vor dem Probetraining?

Fast alle Befragten informieren sich vor dem ersten Besuch eines neuen Fitnessstudios über Preise und Öffnungszeiten. Knapp die Hälfte recherchiert nach besonderen Preis-Angeboten.



Fitnessstudio-Studioausstattung

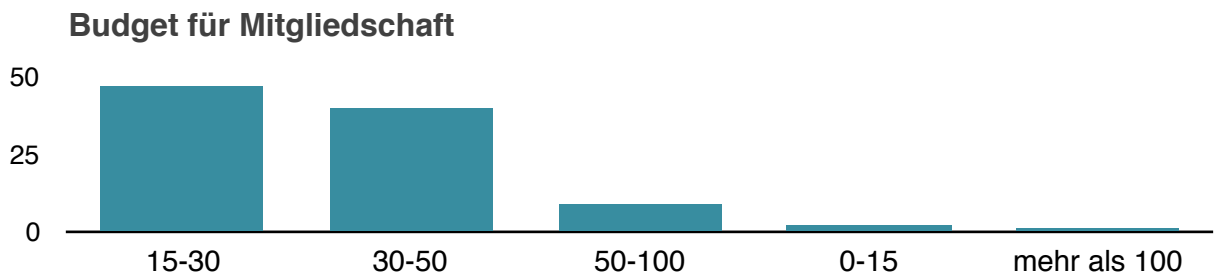
Sämtliche Fitnessstudios, in denen die Befragten angemeldet sind, bieten Kraft- und Cardiotraining. Auch einen Freihantelbereich bieten die meisten Anbieter. Die größte Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage besteht bei der BLACKROLL beziehungsweise einem Foam Roller, die nur wenige Fitnessstudios vor Ort haben.



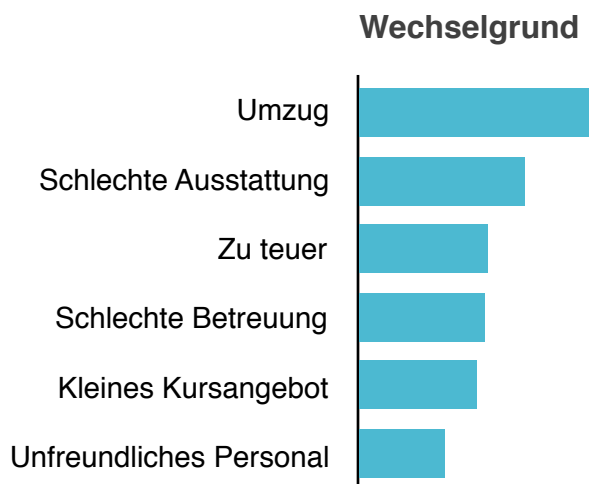
Für Solarien verhält es sich praktisch umgekehrt, in der Stichprobe ist die Nachfrage nach Sonnenbänken verhältnismäßig geringer als das Angebot.

Viele Befragte wünschen sich ein Schwimmbad sowie EMS-Training – beides Ausstattungsmerkmale, die nur wenige Anbieter aufweisen.

Budget

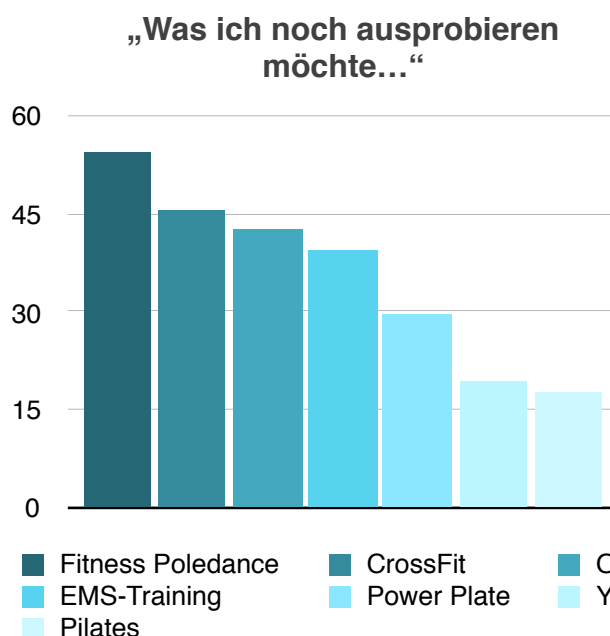


Fast die Hälfte der Befragten würde für eine Fitnessstudio-Mitgliedschaft zwischen 30 und 50 Euro ausgeben. Das ist vor dem Hintergrund des Stichprobendurchschnittsalters verhältnismäßig viel und spiegelt den Trend einer steigenden Ausgabebereitschaft für Gesundheitsleistungen wider.



Der mit Abstand häufigste Grund für den Studio-Wechsel ist ein vorangegangener Umzug.

Ein Viertel aller Befragten hat das letzte Studio wegen schlechter Ausstattung verlassen. Das steht im direkten Zusammenhang mit dem Wandel hin zu mehr Krafttraining, Functional Training und Gewichthebe-Elementen.



Besonders im Trend liegen Poledance, CrossFit, Outdoor-Training und EMS-Training.

Das passt zur allgemein starken Nachfrage nach Functional Training und hochintensiven Angeboten.

Fazit und Ausblick

Die Fitness-Nachfrage junger Frauen ändert sich. Heute setzen mehr Frauen zwischen 16 und 35 Jahren auf Krafttraining als noch vor einigen Jahren. Das bedeutet nicht, dass Ausdauertraining völlig aus der Mode gekommen ist.

Die Fitness-Nachfrage von jungen Frauen ist im Wandel begriffen, Fitnessanbieter sind mit neuen Herausforderungen und Möglichkeiten konfrontiert.

Nichtsdestotrotz verschieben sich die Präferenzen von reinem Cardiotraining hin zu Kraft- und Functional-Training. Dieser Trend spiegelt sich auch am Erfolg funktioneller Fitnesssysteme, Konzepte und Kurse wie CrossFit oder Outdoor-Fitness wider.

Functional Training-Konzepte und Krafttraining werden in Zukunft eine noch größere Rolle spielen.

Hieraus ergeben sich neue Herausforderungen und Chancen für Fitnessanbieter. Als zweithäufigster Kündigungsgrund wurde eine „schlechte Ausstattung“ genannt. Es ist davon auszugehen, dass komplexe Kraftübungen, Gewichthebe-Elemente und Functional Training bei jungen Frauen zukünftig noch an Beliebtheit gewinnen.

Diese Verlagerung kann die Fitness-Landschaft nachhaltig prägen. Zahlreiche Anbieter haben bereits auf die allgemein stärkere Nachfrage nach Functional Training und Freihantel-Konzepten reagiert. Die Verbreitung von Kettlebells, Cages, Functional Training-Stationen, Racks und erweiterten Freihantelbereichen sind Resultat neuer Nachfragedynamiken, die jetzt auch verstärkt in der Zielgruppe der 18 bis 35-jährigen Frauen einsetzen.

fitogram.de/PRO

Online-Sichtbarkeit erhöhen | Neue Mitglieder gewinnen Jetzt registrieren!

Auf fitogram lassen sich alle Fitness-Angebote in der Nähe finden und vergleichen - Nutzer können direkt ein Probetraining buchen oder Anfragen an den jeweiligen Anbieter stellen. Mit der Fitness-Suchmaschine ist das Finden des passenden Fitnessanbieters so einfach wie nie zuvor.

Neben Fitness-, Yoga-, Pilates oder EMS-Studios werden auch CrossFit-Boxen, Saunen, Schwimmbäder sowie Personal Trainer gelistet. Anhand von Preis, Bewertung und Lage lassen sich Ausstattungsmerkmale und Kursangebote vergleichen, Bildergalerien durchstöbern sowie Probestunden buchen.

fitogram PRO ist die optimale Marketinglösung für professionelle Fitnessanbieter. Anbieter präsentieren sich den Nutzern auf fitogram.de anhand eines individuellen Profils, steigern ihre Online-Sichtbarkeit und gewinnen neue Mitglieder.

Kontakt

www.fitogram.de
www.fitogram.at
www.fitogram.ch

Telefon: +49 221 22201407

E-Mail: contact@fitogram.de

fitogram GmbH
Im Klapperhof 7-23
50670 Köln

Wir bringen Menschen in Bewegung!

Jeden Monat besuchen mehr als **100 000**
Menschen unsere Seite auf der Suche nach Fitness

Jetzt Logenplatz sichern!
fitogram.de/pro

