

## **Anmerkungen zu dieser Vorlage:**

Dieses Businessplan-Beispiel ist eine realistische Vorlage für einen sinnvoll strukturierten Businessplan am Beispiel der Geschäftsidee "Mobile App für personalisiertes Fitnessstraining".

Die Vorlage ist lediglich ein Beispiel und muss auf die eigene Geschäftsidee angepasst werden.

Zu einem vollständigen Businessplan gehört ebenfalls noch ein Finanzteil, der hier nicht enthalten ist und in der Regel im Anhang des Businessplans beigefügt wird.

## **Du benötigst Hilfe bei der Erstellung des Businessplans?**

Wir unterstützen dich gerne. Kontaktiere uns einfach unter 01514-2870496.

Oder besuche uns auf [www.gruenderruf.de](http://www.gruenderruf.de) und buche einen Termin.

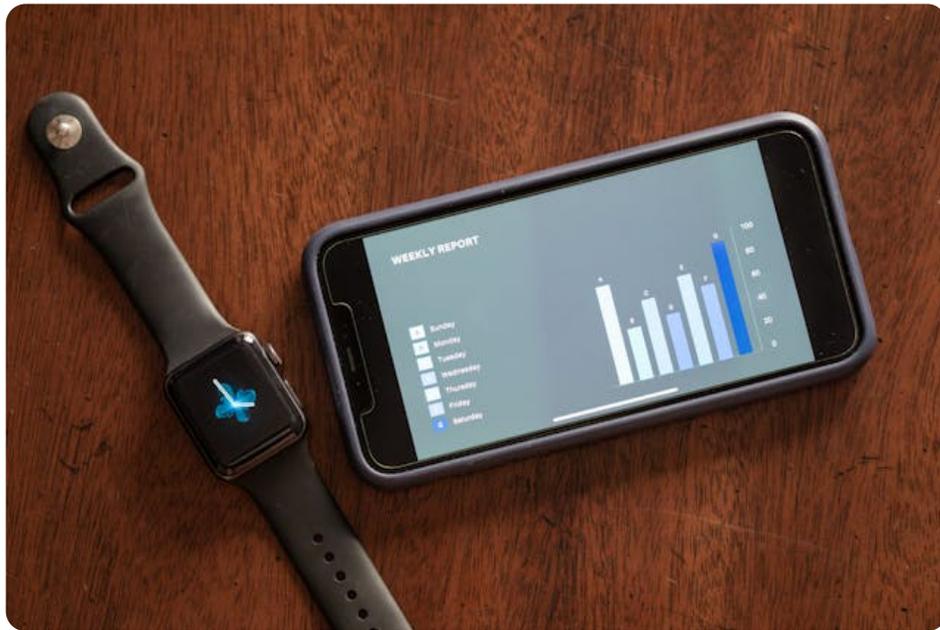
## **Hast Du Deine Möglichkeiten zur Gründungsförderung gecheckt?**

Gründest Du aus der Arbeitslosigkeit heraus, hast Du sehr gute Chancen auf ein gefördertes Gründercoaching bei uns. Für Dich ist das kostenlos und es erhöht Deine Chancen auf den Gründungszuschuss. Darüber hinaus erhältst Du wertvolle Kenntnisse.

Wir beraten Dich gerne hier. Melde Dich bei uns!

# Businessplan Vorlage

## Mobile App für personalisiertes Fitnessstraining



### Schriftteil - Inhalt

1. Zusammenfassung
2. Geschäftsidee
3. Gründer/in
4. Mehrwert im Markt
5. Marktanalyse
6. Marketing
7. Preissetzung
8. Chancen und Risiken

# 1. Zusammenfassung

## **Geschäftsidee**

Wir entwickeln eine mobile App für personalisiertes Fitnessstraining, die Nutzer/innen individuelle Trainingspläne auf Basis ihrer Ziele, ihres Fitnesslevels und ihrer Lebenssituation anbietet. Die App ist auf einfache Nutzung im Alltag ausgerichtet – mit Workouts, die zuhause oder draußen durchgeführt werden können. Ergänzt wird das Angebot durch optionale Online-Coachings. Unsere App passt sich dynamisch an die Entwicklung der Nutzer/innen an. Der Launch ist für den 01.09.2025 geplant, der Vertrieb erfolgt digital im deutschsprachigen Raum. Gegründet wird in Form einer GbR.

---

## **Die Gründer**

Wir sind zwei Gründer mit komplementären Kompetenzen: Max Winter bringt sportwissenschaftliches und gesundheitsorientiertes Know-how mit, Heinz Sommer ist Informatiker mit Spezialisierung auf App-Entwicklung und künstliche Intelligenz. Beide verfügen über erste gemeinsame Projekterfahrungen aus dem Studium. Persönliche Motivation und fachliche Expertise ergänzen sich optimal. In der Vergangenheit sammelten wir wertvolle Praxis- und Branchenerfahrung, die wir nun in unser eigenes Unternehmen einbringen.

---

## **Mehrwert im Markt**

Unsere App zeichnet sich durch eine besonders hohe Nutzerfreundlichkeit, Alltagstauglichkeit und Individualisierbarkeit aus. Die Inhalte sind so konzipiert, dass sie Menschen motivieren, ohne zu überfordern. Erste Tests mit einem klickbaren Prototypen und Umfragen haben gezeigt, dass das Konzept auf breites Interesse stößt. Im Vergleich zur Konkurrenz bieten wir ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Durch unsere persönliche Ansprache und klare Zielgruppendefinition differenzieren wir uns deutlich im Markt.

---

## **Marktanalyse**

Der globale Markt für Fitness-Apps wächst stabil und bietet gute Zukunftsaussichten – bis 2029 wird ein Umsatz von über 9 Mrd. € erwartet. In Deutschland sind Fitness-Apps wie YAZIO, Komoot oder Freeletics besonders umsatzstark. Ergänzend zur allgemeinen Marktbetrachtung haben wir eine Keyword-Analyse durchgeführt, die zeigt: Es besteht ein hohes Suchinteresse nach digitalen Trainingslösungen. Damit ist sowohl über organische Reichweite (SEO) als auch über bezahlte Werbung (SEA) eine gezielte Kundengewinnung möglich.

---

## **Marketing**

Unser Marketing-Mix setzt auf digitale Sichtbarkeit: Suchmaschinenoptimierung, zielgerichtete Google Ads und Inhalte auf Instagram und LinkedIn sind zentrale Kanäle. Ergänzend setzen wir auf eine professionelle Homepage und gezielte Kooperationen – z. B. mit Firmen im Bereich betriebliche Gesundheitsförderung. In der Einführungsphase planen wir Beta-Zugänge, um Empfehlungen und Bewertungen zu generieren. Langfristig prüfen wir Partnerschaften mit Krankenkassen oder Fitness-Influencern.

---

## Preise

Unsere Preisstruktur ist transparent und wettbewerbsfähig. Die Basis-App kostet 9,90 € im Monat, Pakete mit Coaching liegen bei 29,90 € bzw. 79,00 €. Damit positionieren wir uns leicht unterhalb der Preise bekannter Anbieter. Die Leistungen sind flexibel buchbar, ohne lange Vertragsbindung. Eine kostenlose Testphase senkt die Einstiegshürde und stärkt das Vertrauen potenzieller Nutzer/innen. Unsere Preise reflektieren ein gutes Verhältnis zwischen Qualität und Erschwinglichkeit.

---

## Chancen und Risiken

Die größte Chance liegt in der wachsenden Nachfrage nach flexiblen Fitnesslösungen – insbesondere für Menschen mit wenig Zeit oder Zugang zu Studios. Risiken bestehen vor allem in der Marktdurchdringung und technischen Herausforderungen. Durch systematisches Nutzerfeedback, schlanke Strukturen und gezielte Marketingmaßnahmen minimieren wir diese Risiken. Sollte die Nachfrage unter den Erwartungen bleiben, können wir schnell reagieren und unser Angebot gezielt anpassen.

## 2. Geschäftsidee

Zum 01.09.2025 planen wir die Gründung einer App für personalisiertes Fitnesstraining. Unser Angebot richtet sich an berufstätige Menschen im Alter von 25 bis 45 Jahren, die Fitness in ihren Alltag integrieren möchten, aber keinen Zugang zu flexiblen und individuellen Trainingsplänen finden.

Unser Angebot besteht aus einer App, die auf Basis eines kurzen Fragebogens und optionaler Körperdaten (z. B. Fitnesslevel, Ziele, gesundheitliche Einschränkungen) individuelle Trainingspläne erstellt – inklusive Videoanleitung, Kalenderintegration und Fortschrittsdokumentation. Die Besonderheit: Die Trainingspläne passen sich dynamisch an den Fortschritt und das Feedback der Nutzer/innen an. Zusätzlich bieten wir persönliche Online-Coachings mit zertifizierten Trainer/innen an.

Im Fokus stehen funktionale Ganzkörperübungen, die ohne oder mit minimalem Equipment durchgeführt werden können – z. B. mit einer Matte, Widerstandsbändern oder Kurzhanteln. Die Trainingspläne umfassen Elemente aus dem Bodyweight-Training, Yoga, Mobility, HIIT (High Intensity Interval Training) sowie leichtem Cardio. Unser Ziel ist es, Menschen auch ohne Fitnessstudio-Zugang ein ganzheitliches Training zu ermöglichen, das sowohl Kraft, Ausdauer als auch Beweglichkeit fördert.

Die Workouts finden größtenteils zuhause statt, können aber – je nach Präferenz – auch an der frischen Luft absolviert werden. Nutzer/innen geben ihre bevorzugte Umgebung an, und die App schlägt passende Übungen vor. Für mehr Flexibilität bieten wir unterschiedliche Trainingslängen an, z. B. kurze 15-Minuten-Sessions für den Morgen oder intensivere Einheiten von 30 bis 45 Minuten. Standardmäßig empfehlen wir 3 bis 4 Trainingseinheiten pro Woche, die individuell angepasst werden können – je nach Alltag, Zielsetzung und Fitnessstand.

Unser Angebot bieten wir im gesamten deutschsprachigen Raum an, also in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Wir gründen unsere Firma in Form einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR). Grund hierfür ist die einfache und kostengünstige Gründungsform, die sich für unseren Start als zwei gleichberechtigte Gründer besonders eignet. Zudem erlaubt sie uns, flexibel zu agieren, ohne bereits zu Beginn eine aufwendige Kapitalstruktur aufbauen zu müssen.

## 3. Gründer/in

Wir sind zwei Gründer, Max Winter und Heinz Sommer.

Im Jahr 2020 hat Max Winter sein Studium der Sportwissenschaften mit dem Schwerpunkt „Digitale Gesundheitsförderung“ abgeschlossen. Schon während des Studiums faszinierte ihn die Frage, wie man moderne Technologie nutzen kann, um gesündere Lebensweisen zu fördern.

Nach dem Studium arbeitete Max zunächst als Fitnesscoach in einem Gesundheitszentrum und betreute dort vor allem gestresste Berufstätige. Im Laufe der Zeit wurde ihm immer klarer, dass viele Menschen zwar motiviert sind, sich zu bewegen – ihnen aber individuelle Betreuung und flexible Konzepte fehlen. Deshalb wuchs der Wunsch, eine digitale Lösung zu entwickeln, die genau diese Lücke schließt.

Dieser Wunsch festigte sich, als Max 2022 im Rahmen eines Projekts erstmals mit App-Entwicklung in Berührung kam – gemeinsam mit Heinz. Seitdem hat Max sich gezielt weitergebildet, u. a. in den Bereichen UX/UI-Design und digitaler Gesundheitsanwendungen.

Heinz Sommer hingegen kommt aus der technischen Richtung. Er studierte Informatik mit Fokus auf App-Entwicklung und spezialisierte sich im Master auf künstliche Intelligenz. Schon während des Studiums entwickelte er kleinere Apps, u. a. für ein Start-up im Bereich Ernährung. Er bringt umfangreiche Programmiererfahrung, technisches Projektmanagement und eine hohe Problemlösungskompetenz mit. Gemeinsam ergänzen wir uns optimal.

## 4. Mehrwert im Markt

Wie bereits in der Vorstellung unserer Person deutlich wurde, bringen wir nicht nur technisches und sportwissenschaftliches Know-how mit – wir haben auch gelernt, gemeinsam funktionierende digitale Lösungen zu entwickeln. Unsere App vereint dieses Wissen in einer besonders benutzerfreundlichen und hochgradig personalisierbaren Anwendung.

Von Freunden und Bekannten erhielten wir immer wieder die Rückmeldung, dass wir sehr gut darin sind, komplexe technische Inhalte verständlich und anwendungsnah aufzubereiten – sei es im persönlichen Coaching oder in der Gestaltung digitaler Angebote. Genau das zeigt sich auch in unserer App, die Nutzer dort abholt, wo sie stehen, und gezielt motiviert, am Ball zu bleiben.

Um sicherzustellen, dass unsere Idee auch wirklich den Bedürfnissen der Zielgruppe entspricht, setzen wir bereits vor dem offiziellen Launch auf systematisches Nutzerfeedback. So haben wir in einer frühen Konzeptphase einen klickbaren Prototypen mit Testpersonen aus unserem Umfeld getestet und qualitative Interviews geführt. Die Rückmeldungen fließen direkt in die Weiterentwicklung der App ein.

Zudem planen wir eine größere Umfrage mit über 200 potenziellen Nutzer/innen, bei der u. a. Usability, Verständlichkeit und Relevanz der Inhalte bewertet werden. So können wir sicherstellen, dass wir keine App „am Markt vorbei“ entwickeln, sondern ein Produkt, das intuitiv nutzbar ist und echten Mehrwert stiftet.

Unsere Preise sind im mittleren Segment angesiedelt, jedoch äußerst wettbewerbsfähig. Wir können günstiger anbieten, weil wir auf unnötige Features verzichten, unsere Infrastruktur bewusst schlank halten und durch den direkten digitalen Vertrieb keine Zwischenhändler benötigen.

# 5. Marktanalyse

## Allgemeine Marktanalyse

Der Markt für Fitness-Apps befindet sich weltweit auf einem soliden Wachstumspfad. Für das Jahr 2025 wird ein globales Marktvolumen von rund **7,56 Milliarden Euro** erwartet. Bis zum Jahr 2029 soll der Umsatz auf **9,16 Milliarden Euro** steigen – das entspricht einem jährlichen Umsatzwachstum (CAGR) von **4,91 %**. Die Penetrationsrate liegt aktuell bei **12,21 %**, mit einem leichten Anstieg auf **13,21 %** bis 2029. Besonders hervorzuheben ist der durchschnittliche Erlös pro Nutzer (ARPU), der bei etwa **18,94 €** liegt – ein deutlicher Hinweis auf die Zahlungsbereitschaft im Markt.

Auch der deutsche Markt für Fitness-Apps ist stark umkämpft und zeigt gleichzeitig ein enormes Potenzial. Laut Umsatzranking der umsatzstärksten Gesundheits- und Fitness-Apps im Google Play Store in Deutschland (Stand: März 2025) dominieren aktuell Anbieter wie **XY** mit Umsätzen zwischen **XY \$** und **XY \$** pro Monat allein im Play Store. Auch **XY** sind bekannte Player, wobei diese Angebote häufig spezialisierte Zielgruppen bedienen – sei es Ernährungstracking, Lauf- und Outdoor-Aktivitäten oder hochintensives Krafttraining.

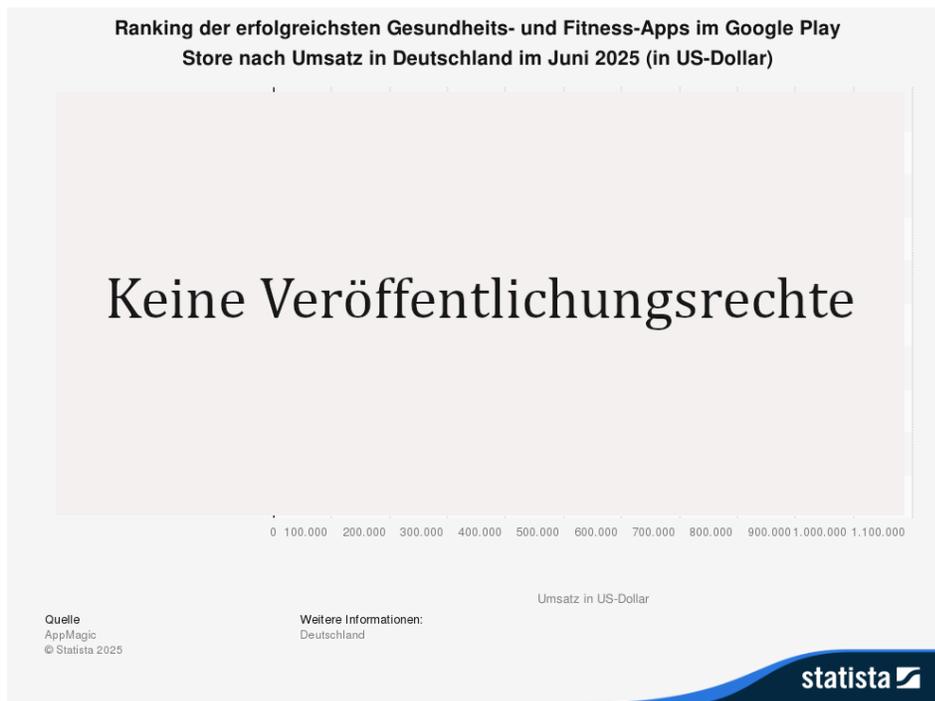


Abb. 1: Monatlicher Umsatz der bekanntesten Fitness-Apps

Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/689223/umfrage/gesundheits-und-fitness-apps-im-google-play-store-nach-umsatz-in-deutschland/>

In Deutschland wächst der Markt für Fitness insgesamt stetig. Die folgende Abbildung ist eindrucksvoller Beleg dafür, dass das Thema Gesundheit und Sport immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Der Einbruch zwischen 2020 und 2023 dürfte coronabedingt sein und dafür gesorgt haben, dass mehr und mehr sportliche Aktivitäten in die heimischen vier Wände verlegt wurden - ein weiterer Booster für Fitness-Apps.

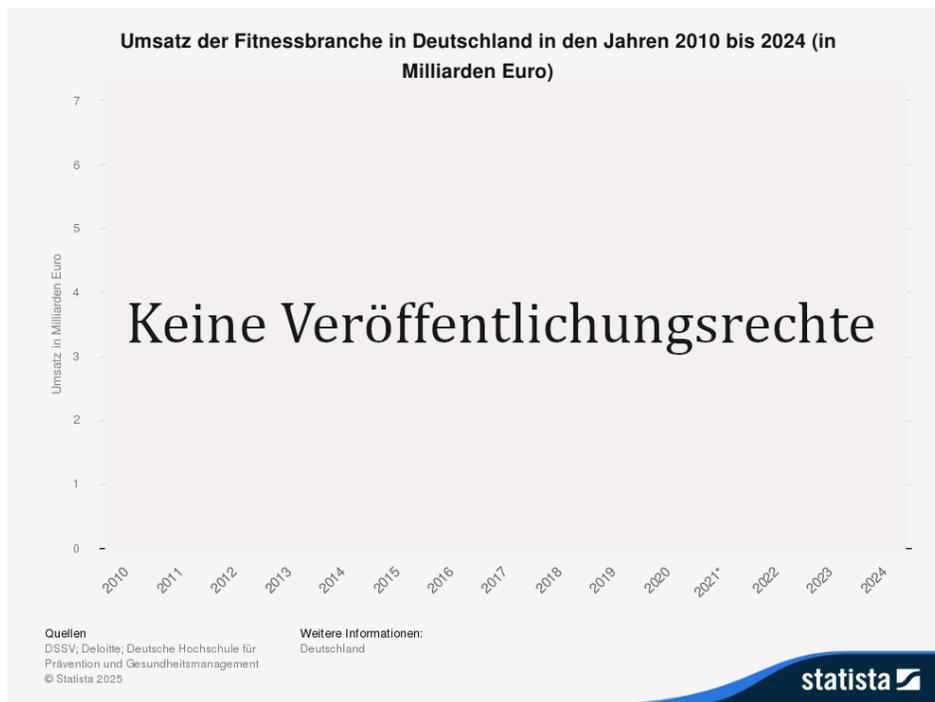


Abb. 2: Umsatzentwicklung in der Fitness-Branche in Deutschland

Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6228/umfrage/umsatz-der-fitness-branche-in-deutschland/>

Unsere App positioniert sich in einem wachsenden, aber zunehmend differenzierten Markt. Kundinnen und Kunden suchen nicht mehr nur nach reiner Trainingsanleitung, sondern legen Wert auf **Personalisierung, Flexibilität** und **Usability**. Die Möglichkeit, jederzeit und ortsunabhängig auf individuelle Trainingspläne zuzugreifen – ohne dafür ein Fitnessstudio zu benötigen –, ist für viele Menschen ein echter Mehrwert. Insbesondere Berufstätige und Eltern mit wenig Freizeit profitieren von solchen Angeboten.

Laut Analystenmeinung auf Statista ist die steigende Nachfrage nach **komfortablen, personalisierten Gesundheitslösungen** ein zentraler Treiber des Marktes. Die Integration mit **Wearables** wie Fitness-Trackern oder Smartwatches gehört inzwischen zum Standard, ebenso wie **soziale Funktionen** (z. B. Vergleich mit Freund:innen, Teilen von Erfolgen). Unsere App orientiert sich an diesen Trends, geht jedoch einen Schritt weiter, indem sie auf eine besonders intuitive Bedienbarkeit und alltagsnahe Umsetzung achtet – beides Aspekte, die in vielen Nutzerbewertungen bestehender Apps als Schwachstellen genannt werden.

Die COVID-19-Pandemie hat der Branche zusätzlichen Auftrieb gegeben. Auch wenn inzwischen wieder mehr Menschen ins Fitnessstudio zurückkehren, bleibt der Wunsch nach **zeitlicher Unabhängigkeit und digitaler Flexibilität** bestehen. Online-Fitness ist zur festen Alternative geworden – besonders in urbanen Regionen, in denen Mobilität und Effizienz zentrale Rollen spielen.

Gleichzeitig darf die Konkurrenzsituation nicht unterschätzt werden. Viele Anbieter investieren stark in Marketing und Partnerschaften (z. B. mit Krankenkassen). Unsere Strategie zielt deshalb auf **gezielte Nischenansprache** und eine **klare Positionierung**: alltagstaugliches Fitnesstraining für Berufstätige – ohne Leistungsdruck, dafür mit kontinuierlicher Anpassung und optionalem persönlichen Coaching.

## Spezielle Marktanalyse

Die bisherige Analyse ermöglicht eine fundierte Einschätzung darüber, warum der Markt für Fitness-Apps auch in den kommenden Jahren enormes Wachstumspotenzial aufweist. Prognosen zeigen ein weltweites Umsatzwachstum und eine zunehmende Akzeptanz digitaler Fitnesslösungen. Diese Kennzahlen geben jedoch keine direkte Auskunft darüber, wie erfolgreich *unser* Marktauftritt konkret sein kann – insbesondere im Hinblick auf die Erreichbarkeit potenzieller Kundinnen und Kunden.

Aus diesem Grund haben wir ergänzend eine **Keyword-Analyse** durchgeführt – mithilfe eines Suchmaschinen-Tools (analog zum Google Keyword Planner). Ziel war es, herauszufinden, wie häufig relevante Begriffe im Zusammenhang mit Fitness-Apps im deutschsprachigen Raum gesucht werden und mit welchem Wettbewerbsdruck (CPC) in bezahlten Anzeigen zu rechnen ist. Die Analyse zeigt, dass Suchbegriffe wie **„fitness app“** (40.000 Suchanfragen/Monat), **„home workout“** (18.000) oder **„HIIT training“** (8.000) ein hohes Interesse in der Zielgruppe widerspiegeln. Auch spezifischere Begriffe wie **„personal training app“** oder **„15 minuten workout“** werden regelmäßig gesucht.

Diese Zahlen zeigen: Es besteht ein aktives und konkretes Informationsbedürfnis im Markt – sowohl nach allgemeinen als auch nach spezialisierten Angeboten. Gleichzeitig liegen die durchschnittlichen Klickpreise (CPC) in einem moderaten Bereich zwischen **0,90 € und 1,40 €**, was auf ein wettbewerbsintensives, aber durchaus zugängliches Umfeld im Bereich Suchmaschinenmarketing hinweist.

Die Ergebnisse dieser Analyse sind für uns in zweierlei Hinsicht relevant: Erstens belegen sie, dass wir über SEO (z. B. gezielte Inhalte rund um „Workouts zuhause“ oder „flexibles Training für Berufstätige“) Sichtbarkeit aufbauen können. Zweitens zeigen sie, dass auch bezahlte Kampagnen (SEA) zu vertretbaren Kosten eingesetzt werden können, um in der Einführungsphase gezielt Nutzer/innen zu gewinnen.

Damit bietet unsere Marktstrategie nicht nur inhaltlich, sondern auch in puncto *Kundenerreichung über digitale Kanäle* realistische Erfolgchancen.

## 6. Marketing

Eine wesentliche Säule unserer Marketingstrategie ist die Online-Vermarktung. Wir setzen auf gezielte Google Ads-Kampagnen, insbesondere zu Keywords wie „Fitnessplan zuhause“, „individuelles Training ohne Studio“ oder „Workout App für Berufstätige“. Zudem optimieren wir unsere Website für relevante Suchbegriffe (SEO), um auch langfristig über organische Suchergebnisse sichtbar zu sein.

Für Social Media setzen wir auf Instagram und LinkedIn – einerseits, um inspirierende Inhalte zu teilen (z. B. Erfolgsgeschichten, Tipps, Mini-Workouts), andererseits um mit potenziellen Kund/innen direkt in Kontakt zu treten.

Unsere Homepage erstellen wir mit WordPress in Kombination mit Elementor, um flexibel und schnell Inhalte aktualisieren zu können. Dort finden Interessierte nicht nur alle Informationen zur App, sondern auch eine kostenlose Demoversion und Hintergrundinfos zu uns als Gründern.

Ergänzend werden wir Flyer in Fitnessstudios und bei Firmen mit betrieblichen Gesundheitsangeboten auslegen. Langfristig streben wir zudem Kooperationen mit Krankenkassen und betrieblichen Gesundheitsprogrammen an.

## 7. Preissetzung

Unsere Preise orientieren sich am Markt, liegen aber bewusst leicht unterhalb der gängigen Anbieter von vergleichbaren Fitness-Apps mit Coaching-Funktion. Grund dafür ist unsere schlanke Kostenstruktur und der Fokus auf digitale Dienstleistungen ohne physische Infrastruktur.

<b>Produkt</b>	<b>Unser Preis (monatlich)</b>	<b>Konkurrenzpreis (durchschnittlich)</b>
Basis-App (ohne Coaching)	9,90 €	12,90 €
App + 1 Coaching-Session/ Monat	29,90 €	39,00 €
App + 4 Coaching-Sessions	79,00 €	99,00 €

Unsere Preise sind transparent, ohne versteckte Kosten. Eine kostenlose Testversion für 14 Tage soll die Einstiegshürde senken und Vertrauen schaffen.

## 8. Chancen und Risiken

Das größte Risiko unserer Geschäftstätigkeit liegt darin, dass die Nachfrage geringer ausfällt als prognostiziert. Ein Grund hierfür könnte z. B. sein, dass potenzielle Nutzer zögern, neue Anbieter auszuprobieren, oder dass sie sich auf bereits etablierte Apps verlassen.

Wir beurteilen dieses Risiko als überschaubar, weil wir vorab eine Testphase mit über 200 Beta-Nutzer/innen erfolgreich durchgeführt haben und dabei viel positives Feedback erhielten. Sollte sich das Szenario dennoch bewahrheiten, würden wir flexibel reagieren – etwa durch Anpassung des Angebots, gezieltere Werbekampagnen oder eine stärkere Spezialisierung auf Nischenzielgruppen (z. B. „Fit im Homeoffice“ oder „Trainingspläne für Mütter“).

Ein weiteres Risiko könnte technischer Natur sein – z. B. bei der Integration neuer Features oder bei Serverausfällen. Hier setzen wir auf solide technische Standards und regelmäßige Backups.

Den Risiken stehen große Chancen gegenüber. Der Trend zur digitalen Gesundheitsförderung ist ungebrochen – und durch die zunehmende Offenheit gegenüber App-basierten Trainingslösungen ergibt sich die Chance, einen wachsenden Markt zu erschließen. Mit unserer Kombination aus Personalisierung, Flexibilität und niedrigschwelliger Nutzung heben wir uns deutlich vom Wettbewerb ab.