

## Case Study

**Wie Björn Baumann dem MAISHA'S  
in München geholfen hat in nur 6  
Wochen über 90 interessierte  
Neukunden zu gewinnen (*daraus  
über 30.000 EUR Umsatzvolumen mit  
Neumitgliedern generiert!*)**



*“Innerhalb von knapp 2 Monaten haben wir es geschafft 93 Interessenten für unser neues Angebot zu gewinnen. Dies hat selbst meine Erwartungen übertroffen. Wir werden das gleiche Prinzip nun für weitere Angebote und auch für mein zweites Gesundheitszentrum nutzen.”*

Florian Völkl - Inhaber MAISHA'S München

## MAISHA'S IN MÜNCHEN

Als eines der modernsten Gesundheitszentren Deutschlands verbindet das MAISHA'S in München Fitnessstraining und Physiotherapie unter einem Dach.

# Highlights

## Herausforderungen

- Gewinnung neuer Mitglieder
- Fehlende Messbarkeit im Marketing
- Positionierung, um idealen Kunden zu erreichen

## Lösung

- Problembasierte Positionierung
- Werbeanzeigen Instagram und Facebook
- Lead-Funnel und Angebot zur Generierung neuer Interessenten

## Ergebnis

- Über 90 Interessenten in 6 Wochen (darunter zahlreiche Neuverträge)
- Neuer Marketing-Kanal der messbar ist
- Skalierbares Instrument um weitere Angebote zu bewerben und auch Mitarbeiter zu gewinnen

# Die Herausforderung:

## Gewinnung neuer Kunden und Mitglieder in einem hart umkämpften Markt

Bereits kurz nach Eröffnung musste Flo - Gründer des MAISHA'S in München - eine bittere Erkenntnis machen. Selbst die beste Ausstattung und das beste Konzept der Stadt gewinnt von alleine keine Mitglieder und Kunden. "Build it and they will come" ist ein Mythos und eine klassische Fehleinschätzung vieler Gründer.

Mit einer Kombination aus Physiotherapie und Fitness bietet das MAISHA'S das perfekte Konzept für eine sehr spezifische Zielgruppe am Münchner Gesundheitsmarkt. Doch das alleine war nicht genug, um diese Zielgruppe auch effektiv zu erreichen und Interessenten dazu zu bringen vor Ort ins Studio zu kommen.

*"Wir haben für einige tausend Euro Flyer im Umkreis verteilt, doch passiert ist dadurch wenig. Ich weiß weder, welche Personen ich damit erreicht habe, noch ob die Flyer überhaupt jemand gelesen hat."*

*"Im Gespräch mit Björn und anderen Leuten aus unserem Team wurde mir klar, dass wir gar nicht genau wussten, wen wir überhaupt erreichen wollen. Björn hat uns nicht nur dabei geholfen, diese Person zu identifizieren, sondern daraufhin ein passendes Angebot zu entwickeln, um diese Personen online zu erreichen."*

# Die Lösung

## Eine Messerscharfe Message und Positionierung mit Hilfe von Meta Ads und Funnel-Marketing

Mit einem Fokus auf das Problem des Zielkunden wurde eine neue Message und Positionierung entwickelt, sowie ein messerscharfes Angebot, welches die Einzigartigkeit des Konzepts im MAISHA'S zum Ausdruck bringt. Auf Basis dieser Message und Positionierung wurde eine Werbeanzeigen- und Funnelstrategie entwickelt, um den für das MAISHA'S idealen Zielkunden zu erreichen.

Das MAISHA'S nutzt Werbeanzeigen auf Instagram und Facebook sowie eine conversion-optimierte Funnels-Strategie zur Gewinnung neuer Interessenten. Dies macht die Gewinnung neuer Kunden nicht nur messbar, sondern erlaubt es den Wettbewerb mit der richtigen Positionierung regelrecht auszuhebeln.

*“Es ist das erste Mal, dass wir für die Gewinnung neuer Mitglieder Online-Ads und Funnels einsetzen und ich habe Björn bereits signalisiert, dass wir diesen Kanal nun dauerhaft einsetzen und weiter ausbauen werden.”*

Bereits das erste Angebot brachte in nur 6 Wochen über 90 zum größten Teil passende Interessenten. Ein Ergebnis, welches die Erwartungen aller im Team übertraf.

*“Dank unserer Positionierung und unserem klar formulierten Angebot bekommen wir Interessenten, die ideal zu unserem Konzept im MAISHA'S passen. So haben wir die Chance, uns vom harten Münchner Wettbewerb abzusetzen und höhere Preise zu verlangen.”*

# Das Ergebnis

## Ein mess- und steuerbarer Kanal zur Gewinnung neuer Mitglieder, die ideal zum Konzept des MAISHA'S passen

Nach nur 6 Wochen wurden über Facebook und Instagram Ads mehr als 90 Interessenten für das Angebot des MAISHA'S gewonnen. Das Team konnte dadurch bereits über 30.000 € Umsatz mit Neumitgliedern generieren.

Flo ist erleichtert, endlich einen Weg gefunden zu haben, der ihm passende Interessenten und Mitglieder für sein Gesundheitszentrum generiert. Die nächste Aufgabe besteht nun darin, das Verkaufsteam weiter zu schulen, damit möglichst viele der über den Funnel gewonnenen Interessenten in Neukunden- und Mitglieder verwandelt werden.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Case-Study wurden bereits mehr als 30.000 EUR Volumen in Neuverträgen aus den gewonnenen Interessenten abgeschlossen. Diese Zahlen sind nicht final, da viele Verkaufsgespräche noch offen sind.

Björn hat Flo seither geholfen, eine ähnliche Funnel-Strategie für sein zweites Gesundheitszentrum zu etablieren, sowie die gleichen Prinzipien genutzt, um 2 Physiotherapeuten als neue Mitarbeiter zu finden und einzustellen.

*“In kürzester Zeit sind Ads und Funnels zu unserem wichtigsten Kanal für die Gewinnung neuer Mitglieder geworden. Mitglieder, die perfekt zu unserem Konzept passen. Ein ideales Instrument, das uns hilft, neue Angebote zu testen und sogar Mitarbeiter zu gewinnen.”*

**Bereit für mehr Leads  
und bessere Kunden?**

**Mach Funnel-  
Marketing zum  
Wachstumsmotor für  
dein Unternehmen.**

Dein Angebot verkauft sich nicht von selbst -  
deshalb lass mich dir helfen.

Gemeinsam sorgen wir dafür, dass du die  
richtigen Menschen erreichst und qualifizierte  
Interessenten generierst.

**Arbeite mit mir**