

Geschäftsplan und Roadmap für die Gym Progress Tracking App

Gym Progress Team

16. März 2025

Inhaltsverzeichnis

1	Roadmap bis zum Pilotprojektstart im Herbst 2025	2
1.1	Bereits abgeschlossene Aufgaben	2
1.2	Anstehende Schritte bis zum Pilotstart	2
2	Businessplan	3
2.1	Geschäftsidee und Produkt	3
2.2	Marktanalyse und Wettbewerbsvergleich	3
2.3	Marketing- und Vertriebsstrategie	4
2.4	Geschäftsmodell und Monetarisierung	4
2.5	Mehrwert für Fitnessstudios	4
2.6	Finanzierung	5
2.7	Integration der Affiliate-Seite in die Roadmap	5

1 Roadmap bis zum Pilotprojektstart im Herbst 2025

Diese Roadmap beschreibt die wesentlichen Schritte von der Konzeptphase bis zum Pilotprojektstart im Herbst 2025. Zusätzlich wird die Integration einer dedizierten Affiliate-Seite dargestellt, die zur Monetarisierung und Mehrwertschaffung beiträgt.

1.1 Bereits abgeschlossene Aufgaben

- **Sommer 2024 – Konzeptphase:** Die Geschäftsidee wurde validiert, erste Gespräche mit Fitnessstudios und Trainern geführt sowie Nutzer-Personas und Wertversprechen definiert.
- **Herbst 2024 – Marktanalyse:** Eine umfassende Marktanalyse und Wettbewerbsvergleich wurden durchgeführt, um die Positionierung der App zu schärfen.
- **Herbst 2024 – Geschäftsmodell-Planung:** Das B2B-Abomodelle wurde festgelegt und erste Preisstrukturen sowie Vertragsentwürfe erstellt.
- **Winter 2024/25 – Prototypentwicklung:** Der erste Prototyp (Alpha-Version) mit Kernfunktionen (Benutzerregistrierung, Workout-Tracking, Fortschrittsvisualisierung) wurde entwickelt und intern getestet.
- **Anfang 2025 – Feedback und UX-Testing:** Usability-Tests mit ausgewählten Nutzern lieferten wertvolles Feedback, das in die Weiterentwicklung der App einfließt.

1.2 Anstehende Schritte bis zum Pilotstart

1. März 2025 – Abschluss des MVP:

- Fertigstellung der MVP-Version mit allen Kernfunktionen.
- Ergänzung fehlender Features wie Profilverwaltung und Trainer-Kommentarfunktion.

2. April 2025 – Qualitätsprüfung:

- Intensive interne Tests (Funktionalität und Usability).
- Geschlossener Beta-Test mit ausgewählten Nutzern aus den Pilotstudios.

3. Mai 2025 – Iteration und Verfeinerung:

- Umsetzung von Verbesserungen basierend auf Beta-Feedback.
- Performance-Tuning und Skalierung der Server-Infrastruktur.

4. Integration der Affiliate-Seite:

- **Backend:** Erweiterung des Datenmodells durch neue Tabellen (z. B. `affiliate_offers`) und Entwicklung von API-Endpunkten zur Abfrage und zum Tracking von Affiliate-Angeboten.
- **Frontend:** Entwicklung einer neuen Seite in der App, die relevante Affiliate-Angebote (z. B. Produkte, Marken) präsentiert. Diese Seite wird so gestaltet, dass sie nahtlos in das bestehende Design integriert ist.

- **Tracking & Reporting:** Implementierung von Funktionen, die Klicks und Conversions erfassen, sodass Einnahmen transparent zwischen App-Betreiber und Fitnessstudio aufgeteilt werden können.
- **Vertragsgestaltung:** Abstimmung und rechtliche Klärung der Einnahmenaufteilung mit den Fitnessstudios.

5. Juni 2025 – Vorbereitung des Markteintritts:

- Finalisierung der marktreifen Version 1.0.
- Erstellung von Marketingmaterialien und finaler Go-to-Market-Strategie.

6. Juli 2025 – Schulung und letzte Tests:

- Onboarding des Pilotstudios, inklusive Schulungen für Trainer und Empfangspersonal.
- Durchführung von End-to-End-Tests.

7. August 2025 – Marketing & Community:

- Interne Kommunikation im Studio (Aushänge, Newsletter, Social Media).
- Gemeinsame Launch-Aktionen und Gewinnspiele zur Steigerung der Nutzerzahlen.

8. September 2025 – Pilotprojektstart:

- Offizieller Start des Pilotprojekts in einem oder mehreren Fitnessstudios.
- Laufende Sammlung und Auswertung von Nutzungsdaten, um den ROI zu überprüfen.

2 Businessplan

2.1 Geschäftsidee und Produkt

Die Gym Progress Tracking App ermöglicht es Fitnessstudiomitgliedern, ihre Trainingsfortschritte zu verfolgen, Fortschrittsdiagramme einzusehen und individuelle Ziele zu setzen. Für die Studios entsteht ein Mehrwert durch höhere Mitgliederbindung und ein modernes Image. Ein zusätzlicher Baustein ist die Integration einer Affiliate-Seite, auf der gezielte Produkte und Marken beworben werden. Durch Affiliate-Links können bei jedem Kauf zusätzliche Einnahmen generiert werden – diese werden fair zwischen App-Betreiber und Fitnessstudio geteilt.

2.2 Marktanalyse und Wettbewerbsvergleich

Die Zielgruppe der App sind Fitnessstudiomitglieder, deren Einsatz im Studio oft zur Steigerung der Motivation und zur besseren Trainingssteuerung beiträgt. Eine Marktanalyse zeigt, dass:

- Über 11 Millionen Mitglieder in Fitnessstudios in Deutschland aktiv sind.

- Der Markt für Fitness-Apps stetig wächst, wobei 69 % der Smartphone-Nutzer mindestens eine solche App verwenden.
- Bestehende Lösungen oft entweder rein B2C oder von großen Ketten entwickelt sind – ein unabhängiges, digitales Tracking-Tool für einzelne Studios fehlt weitgehend.

2.3 Marketing- und Vertriebsstrategie

Der Markteintritt erfolgt zunächst über den direkten Vertrieb an mittelgroße, unabhängige Fitnessstudios. Wichtige Maßnahmen sind:

- Persönliche Produkt-Demos und Vor-Ort-Präsentationen.
- Erstellung professioneller Marketingmaterialien (Website, Demo-Videos, Broschüren).
- Pilotprojekte, die als Referenzkunden dienen.
- Integration der Affiliate-Seite als zusätzliches Verkaufsargument: Durch gezielte Affiliate-Angebote, die den Mitgliedern Mehrwert bieten, können Studios ihre Einnahmen erhöhen, was als zusätzlicher ROI kommuniziert wird.

2.4 Geschäftsmodell und Monetarisierung

Das Hauptgeschäftsmodell basiert auf einem B2B-SaaS-Ansatz, bei dem Fitnessstudios die App gegen eine monatliche Gebühr nutzen. Neben den Abo-Einnahmen wird durch die Affiliate-Seite ein zusätzlicher Erlös generiert:

- Affiliate-Einnahmen entstehen durch Klicks und Käufe über die in der App eingebetteten Links.
- Das Revenue Sharing wird vertraglich geregelt, sodass beide Seiten (App-Betreiber und Studio) von jedem erfolgreichen Kauf profitieren.
- Bereits geringe Nutzerzahlen können hier zu signifikanten Einnahmen führen, wenn gezielt engagierte Mitglieder angesprochen werden.

2.5 Mehrwert für Fitnessstudios

Die App bietet den Studios einen direkten Mehrwert:

- **Mitgliederbindung:** Durch personalisierte Trainingsdaten und Fortschrittsvisualisierungen bleiben Mitglieder motiviert und loyal.
- **Optimierte Betriebsabläufe:** Auswertungen zur Geräteauslastung und Trainingsfrequenz unterstützen bei der Planung und Wartung.
- **Affiliate-Angebote:** Über die Affiliate-Seite können Studios zusätzliche Einnahmen generieren – beispielsweise durch exklusive Angebote oder Kooperationen mit Supplement-Marken. Dadurch wird nicht nur die App attraktiver, sondern es entsteht auch ein zusätzlicher finanzieller Anreiz.
- **Wettbewerbsdifferenzierung:** Studios, die die App nutzen, heben sich als modern und innovativ hervor.

2.6 Finanzierung

Die Finanzierung erfolgt zunächst aus Eigenmitteln und durch Bootstrapping. Die initialen Kosten (Entwicklung, Server, Marketing) werden durch die Gründer getragen, bis die ersten zahlenden Studios gewonnen werden. Durch das Abo-Modell und zusätzlich generierte Affiliate-Einnahmen soll schnell ein positiver Cashflow erreicht werden. Bei Erreichen einer kritischen Masse (z.B. ca. 10 zahlende Studios) steigt die Skalierung und die Marge pro Kunde.

2.7 Integration der Affiliate-Seite in die Roadmap

Die Integration der Affiliate-Seite ist ein wichtiger Bestandteil, um den Studios zusätzlichen Mehrwert zu bieten:

- **Technische Umsetzung:**

- Im Backend werden neue Tabellen (z.B. `affiliate_offers`) sowie API-Endpunkte zur Abfrage und zum Tracking von Affiliate-Links integriert.
- Im Frontend wird eine eigene Seite entwickelt, auf der relevante Angebote, Banner und Affiliate-Links angezeigt werden.
- Das Tracking-System erfasst Klicks und Conversions, sodass beide Parteien von den generierten Einnahmen profitieren.

- **Geschäftsmodell:**

- Die Einnahmen aus Affiliate-Links werden vertraglich zwischen App-Betreiber und Fitnessstudio aufgeteilt.
- Bereits bei einer moderaten Nutzerzahl (z.B. einige hundert aktive Mitglieder) können durch gezielte Angebote attraktive Einnahmen erzielt werden.

- **Marketing:**

- Die Affiliate-Seite wird als zusätzlicher Mehrwert beworben – ein Argument, das Studios motiviert, die App einzusetzen.
- Durch gezielte Kampagnen und Partnerschaften (z.B. mit Supplement-Herstellern) wird der Umsatz weiter gesteigert.

Die Integration der Affiliate-Seite erfolgt in der Roadmap in der Iterationsphase (Mai 2025) und der Vorbereitung des Markteintritts (Juni 2025). Somit wird sichergestellt, dass die Affiliate-Funktionalitäten rechtzeitig vor dem offiziellen Pilotprojektstart in das System integriert und getestet werden.