



### **Berufung - Finanzerfolg - Freiheit**

Personal Training umfasst Gesundheitsförderung, Prävention, Rehabilitation und Leistungsentwicklung. Daher finden nicht nur Fitnesstrainer, sondern auch Fachkräfte aus der Physiotherapie und Krankengymnastik, Vereinstrainer und Gesundheitsexperten ihren Platz im selbständigen und lukrativen Personal Training. Jede dieser Berufsgruppen kann - mit ihrem spezifischen Wissen und ihrer Persönlichkeit - Teil der „Performance-Liga“ werden: einer neuen Generation von Coaches, die Menschen ganzheitlich begleiten und ihnen einen echten Mehrwert im Leben bieten.



**FLORIAN MÜNCH**

**DIE PERFORMANCE-LIGA**



**FLORIAN MÜNCH**

# **DIE PERFORMANCE LIGA**

**PERSONAL TRAINING**

Business Coaching für die Existenzgründung

A photograph of two women in a clinical or office setting. One woman, wearing a white long-sleeved shirt, is seated and laughing with her head tilted back and her right arm raised. The other woman, wearing blue scrubs, is standing behind her, also laughing and holding her hand. The background shows a window with light-colored curtains.

# Physiotherapeuten

**Du brauchst dieses Buch weil:**

- **Wunsch nach mehr Selbstverwirklichung außerhalb starrer Praxisstrukturen**
- **Zu wenig Zeit pro Patient durch eng getaktete Termine**
- **Frust über begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten**
- **Wunsch, Menschen langfristig statt nur symptomorientiert zu begleiten**
- **Das Bedürfnis, ihre Expertise besser zu monetarisieren**
- **Weniger Fremdbestimmung durch Arbeitgeber oder Kassensysteme**

# **Physiotherapeutinnen/en**

**..und du bekommst:**

- **Einen Weg zur beruflichen Selbstverwirklichung**
- **Die Möglichkeit, ihre therapeutische Expertise hochwertiger zu vermarkten**
- **Strategien für den Übergang vom Therapeuten zum Premium-Coach**
- **Mehr Freiheit in der Gestaltung ihrer Arbeit**
- **Werkzeuge für eine ganzheitlichere Betreuung ihrer Klienten**
- **Klarheit, wie sie unabhängig von starren Praxisstrukturen arbeiten können**
- **Sicherheit beim Aufbau eines eigenen Coaching-Angebots**
- **Die Chance auf bessere finanzielle Perspektiven**
- **Ein Business-Modell, das Fachkompetenz und Erfüllung verbindet**
- **Die Möglichkeit, selbstbestimmt und unternehmerisch erfolgreich zu arbeiten**

# Athletiktrainer/innen

Du brauchst dieses Buch weil:

- **Fehlende finanzielle Perspektive**
- **Hoher Einsatz bei geringer Vergütung**
- **Wunsch, ihre Erfahrung professionell zu vermarkten**
- **Unsicherheit beim Aufbau eines eigenen Angebots**
- **Fehlendes Wissen über Kundengewinnung und Businessaufbau**

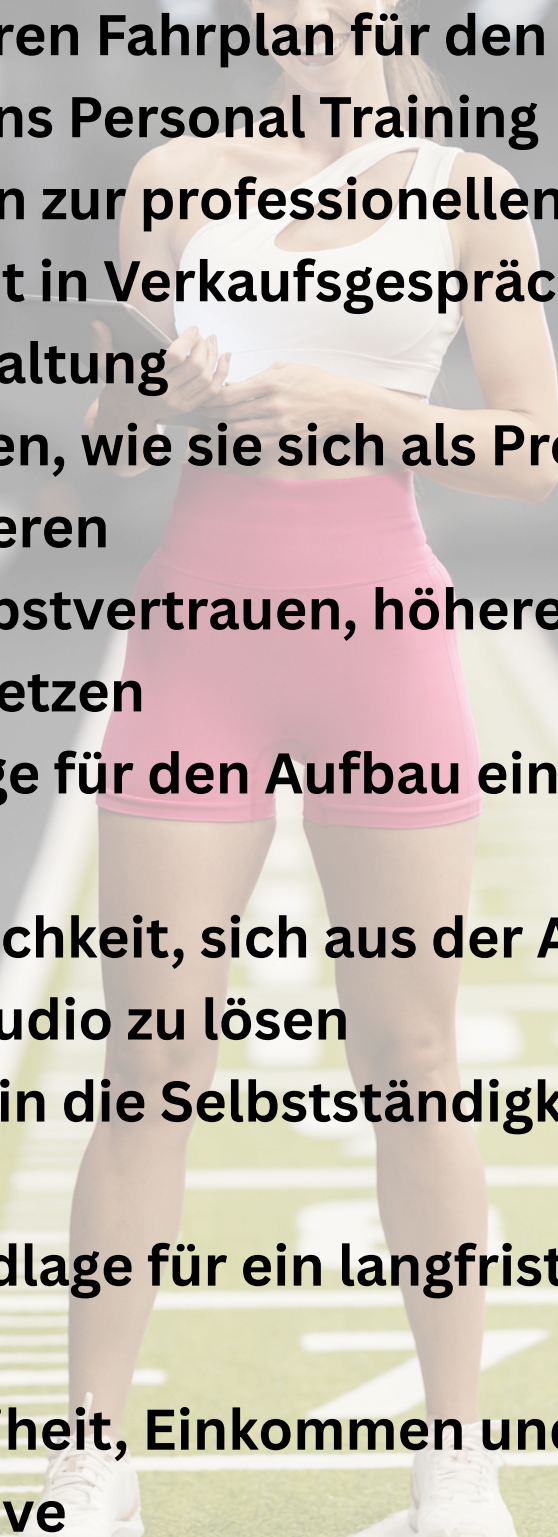
# Athletiktrainer/innen

**..und Du bekommst:**

- **Das Wissen, wie du deine Erfahrung professionell monetarisierst**
- **Einen klaren Einstieg in dein eigenes Coaching-Business**
- **Strategien für Positionierung und Vermarktung**
- **Sicherheit bei der Entwicklung deines eigenen Angebots**
- **Werkzeuge zur professionellen Kundengewinnung**
- **Die Fähigkeit, deine Coaching-Kompetenz sichtbar zu machen**
- **Neue berufliche und finanzielle Perspektiven**
- **Den Schritt vom engagierten Trainer zum Unternehmer**
- **Struktur für nachhaltigen Businessaufbau**
- **Die Möglichkeit, aus deiner Leidenschaft ein profitables Berufsmodell zu machen**

# **Fitnesstrainer/innen**

## **Du brauchst dieses Buch weil:**

- **Einen klaren Fahrplan für den erfolgreichen Einstieg ins Personal Training**
  - **Strategien zur professionellen Kundengewinnung**
  - **Sicherheit in Verkaufsgesprächen und Preisgestaltung**
  - **Das Wissen, wie sie sich als Premium-Coach positionieren**
  - **Mehr Selbstvertrauen, höhere Preise durchzusetzen**
  - **Werkzeuge für den Aufbau einer starken Personal Brand**
  - **Die Möglichkeit, sich aus der Abhängigkeit vom Fitnessstudio zu lösen**
  - **Den Weg in die Selbstständigkeit mit Struktur und Plan**
  - **Die Grundlage für ein langfristig profitables Business**
  - **Mehr Freiheit, Einkommen und berufliche Perspektive**
- 

# Fitnesstrainer/innen

## ...und du bekommst:

- Einen klaren Fahrplan für deinen erfolgreichen Einstieg ins Personal Training
- Strategien, mit denen du professionell neue Kunden gewinnst
- Sicherheit in Verkaufsgesprächen und bei deiner Preisgestaltung
- Das Wissen, wie du dich als Premium-Coach positionierst
- Mehr Selbstvertrauen, höhere Preise durchzusetzen
- Werkzeuge für den Aufbau deiner eigenen starken Marke
- Die Möglichkeit, dich aus der Abhängigkeit vom Fitnessstudio zu lösen
- Einen strukturierten Weg in die Selbstständigkeit
- Die Grundlage für ein langfristig profitables Business
- Mehr Freiheit, Einkommen und berufliche Perspektiven



## INHALT:

- 1 BERUFSBILD & BERUFSWAHL
- 2 DIE SELBSTÄNDIGKEIT
- 3 EXISTENZGRÜNDUNG
- 4 GRUNDLAGEN DER BWL
- 5 STEUERN
- 6 FINANZPLANUNG
- 7 BUSINESSPLANUNG
- 8 MARKETING & SOCIAL MEDIA
- 9 VERKAUF

432 Seiten, 9 Lektionen inkl. Lernkontrollfragen, Fragebögen, Formulare, Vorlagen Checklisten, Glossar, Literaturempfehlungen u.v.m.

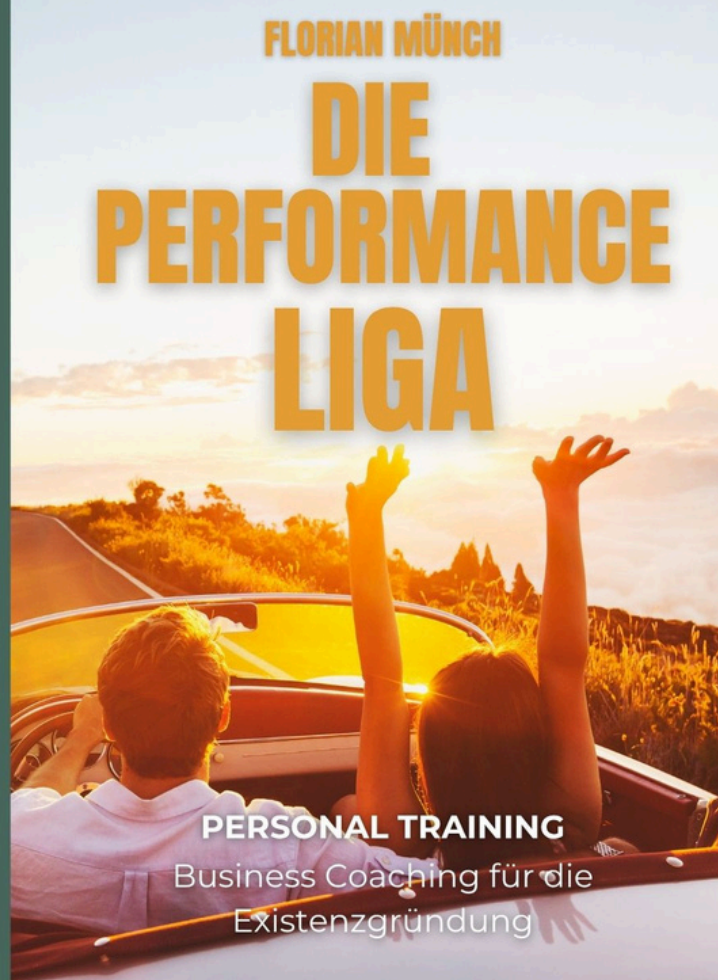
### **Berufung - Finanzerfolg - Freiheit**

Personal Training umfasst Gesundheitsförderung, Prävention, Rehabilitation und Leistungsentwicklung. Daher finden nicht nur Fitnesstrainer, sondern auch Fachkräfte aus der Physiotherapie und Krankengymnastik, Vereinstrainer und Gesundheitsexperten ihren Platz im selbständigen und lukrativen Personal Training. Jede dieser Berufsgruppen kann - mit ihrem spezifischen Wissen und ihrer Persönlichkeit - Teil der „Performance-Liga“ werden: einer neuen Generation von Coaches, die Menschen ganzheitlich begleiten und ihnen einen echten Mehrwert im Leben bieten.



**FLORIAN MÜNCH**

**DIE PERFORMANCE-LIGA**



**PERSONAL TRAINING**

Business Coaching für die  
Existenzgründung

## Inhalt:

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Lektion 1: Berufsbild &amp; Berufswahl im Personal Training.....</b> | <b>1</b>  |
| 1.1      | Personal Training als modernes Berufsbild.....                          | 2         |
| 1.2      | Die 6 Charakteristika des Personal Training.....                        | 7         |
| 1.2.1    | Personal Training ist Dienstleistung .....                              | 8         |
| 1.2.2    | Exkurs: Online-Training im Personal Training .....                      | 11        |
| 1.2.3    | Personal Training ist Herausforderung.....                              | 13        |
| 1.2.4    | Personal Training ist Zukunftstrend .....                               | 16        |
| 1.2.5    | Personal Training ist Authentizität.....                                | 19        |
| 1.2.6    | Personal Training ist Finanzerfolg .....                                | 22        |
| 1.2.7    | Personal Training ist Spaß.....   | 25        |
| 1.3      | Persönliche Eigenschaften im Personal Training.....                     | 28        |
| 1.3.1    | Fragen zur persönlichen Eignung.....                                    | 31        |
| 1.4      | Fachliche Kompetenz im Personal Training .....                          | 34        |
| 1.5      | Kernkompetenzen im Personal Training .....                              | 39        |
| 1.5.1    | Mögliche Kernkompetenzen .....  | 40        |
| 1.5.2    | Nebenkompetenzen.....   | 42        |
| 1.5.3    | Kompetenzanalyse - Fragen zur Selbstreflexion .....                     | 44        |
| 1.6      | Aufgaben als selbstständiger Unternehmer .....                          | 46        |
| 1.7      | Fragen zur Berufswahl.....  | 51        |
| 1.8      | Rollenbilder .....  | 53        |
| 1.9      | Checkliste zur Berufswahl.....  | 56        |
| <b>2</b> | <b>Lektion 2: Selbständigkeit &amp; Personal Training .....</b>         | <b>58</b> |
| 2.1      | Dein Ziel, dein Leben, deine Entscheidung.....                          | 60        |
| 2.1.1    | Exkurs: Von der Komfortzone zur Wachstumszone .....                     | 61        |

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| <b>2.2</b> | <b>Der Personal Trainer als Unternehmer .....</b>                   | <b>66</b>  |
| <b>2.3</b> | <b>Gründe für ein Scheitern .....</b>                               | <b>68</b>  |
| 2.3.1      | Glaubenssätze – Erfolgsblockaden im Personal Training .....         | 69         |
| <b>2.4</b> | <b>Übergeordnete Fähigkeiten und Tipps.....</b>                     | <b>72</b>  |
| <b>2.5</b> | <b>Meine Zielsetzung.....</b>                                       | <b>73</b>  |
| <b>3</b>   | <b>Lektion 3: Existenzgründung im Personal Training .....</b>       | <b>78</b>  |
| <b>3.1</b> | <b>Grundsätze in der Existenzgründung.....</b>                      | <b>79</b>  |
| <b>3.2</b> | <b>Gründungsphasen .....</b>  | <b>80</b>  |
| <b>3.3</b> | <b>Wahl der Unternehmensform .....</b>                              | <b>83</b>  |
| 3.3.1      | Einzelunternehmung (EU).....  | 84         |
| 3.3.2      | Namensgebung der Einzelunternehmung.....                            | 86         |
| <b>3.4</b> | <b>Weitere Rechtsformen.....</b>                                    | <b>88</b>  |
| 3.4.1      | GbR – Gesellschaft bürgerlichen Rechts .....                        | 88         |
| 3.4.2      | PartG – Partnergesellschaft .....                                   | 89         |
| 3.4.3      | GmbH und UG (Unternehmensgesellschaft).....                         | 91         |
| 3.4.4      | Übersicht: Zusammenfassung der Rechtsformen .....                   | 92         |
| <b>3.5</b> | <b>Gewerbe oder Freiberuf .....</b>                                 | <b>96</b>  |
| <b>3.6</b> | <b>Rentenversicherungspflicht im Personal Training.....</b>         | <b>100</b> |
| <b>4</b>   | <b>Lektion 4: Grundlagen der BWL im Personal Training .....</b>     | <b>107</b> |
| <b>4.1</b> | <b>Die allgemeine Betriebswirtschaft.....</b>                       | <b>108</b> |
| 4.1.1      | Betriebswirtschaftliche Grundlagen im Personal Training.....        | 109        |
| 4.1.2      | Zentrale betriebswirtschaftliche Bereiche im Personal Training..... | 109        |
| <b>4.2</b> | <b>6 Eckpunkte der Entwicklung zum Unternehmertum .....</b>         | <b>112</b> |
| <b>4.3</b> | <b>Zentrale Begriffe der BWL im Personal Training.....</b>          | <b>115</b> |
| 4.3.1      | Die Unternehmensziele .....   | 116        |
| 4.3.2      | Das Einkommen und der Unternehmerlohn.....                          | 118        |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
| 4.3.3      | Die Betriebskosten .....                                   | 123        |
| 4.3.4      | Die privaten Kosten .....                                  | 125        |
| 4.3.5      | Der Umsatz .....   | 126        |
| 4.3.6      | Der Überschuss / Gewinn .....                              | 127        |
| 4.3.7      | Der Break-Even-Point (BEP) .....                           | 129        |
| <b>4.4</b> | <b>Ökonomisch Wirtschaften .....</b>                       | <b>131</b> |
| 4.4.1      | Minimalprinzip .....                                       | 134        |
| 4.4.2      | Maximalprinzip .....                                       | 135        |
| 4.4.3      | Optimalprinzip .....                                       | 136        |
| <b>4.5</b> | <b>Controlling .....</b>                                   | <b>138</b> |
| <b>4.6</b> | <b>Unternehmensplanung .....</b>                           | <b>141</b> |
| 4.6.1      | Planungsstufen in der Unternehmensplanung .....            | 142        |
| 4.6.2      | SWOT-Analyse .....   | 145        |
| 4.6.3      | Die SWOT / TOWS-Matrix .....                               | 150        |
| <b>4.7</b> | <b>Wertesystem im Personal Training .....</b>              | <b>153</b> |
| <b>5</b>   | <b>Lektion 5: Steuern im Personal Training .....</b>       | <b>159</b> |
| <b>5.1</b> | <b>Die Einkommensteuer .....</b>                           | <b>160</b> |
| 5.1.1      | Berechnung der Einkommensteuer .....                       | 164        |
| 5.1.2      | Betriebliche Kosten .....                                  | 165        |
| 5.1.3      | Einkommensteuererklärung selbst machen .....               | 171        |
| <b>5.2</b> | <b>Die Umsatzsteuer .....</b>                              | <b>173</b> |
| 5.2.1      | Rechnungsstellung mit Umsatzsteuer .....                   | 175        |
| 5.2.2      | Die Zahllast .....   | 178        |
| 5.2.3      | Rechenbeispiel Zahllast .....                              | 179        |
| <b>5.3</b> | <b>Kleinunternehmerregelung im Personal Training .....</b> | <b>184</b> |
| 5.3.1      | Zusammenfassung Kleinunternehmerregelung .....             | 185        |

|            |   |            |
|------------|---|------------|
| <b>6</b>   | <b>Lektion 6: Finanzplanung &amp; Personal Training.....</b>    | <b>187</b> |
| <b>6.1</b> | <b>Finanzplanung und Zielsetzung im Personal Training .....</b> | <b>188</b> |
| 6.1.1      | Private Lebenshaltungskosten – Grundlage der Kalkulation.....   | 189        |
| 6.1.2      | Betriebliche Ausgaben – Fixkosten im Unternehmen .....          | 190        |
| 6.1.3      | Private und betriebliche Kostenkalkulation.....                 | 190        |
| <b>6.2</b> | <b>Umsatzplanung pro Jahr .....</b>                             | <b>196</b> |
| 6.2.1      | Zusammenfassung & Auswertung Umsatzplanung.....                 | 199        |
| <b>6.3</b> | <b>Honorarkalkulation pro Stunde .....</b>                      | <b>200</b> |
| 6.3.1      | Einflussfaktoren bei der Kalkulation des Stundensatzes.....     | 201        |
| 6.3.2      | Zusammenfassung Honorarkalkulation .....                        | 203        |
| <b>6.4</b> | <b>Rentabilitätsplanung .....</b>                               | <b>205</b> |
| 6.4.1      | Auswertung der Rentabilitätsplanung.....                        | 208        |
| 6.4.2      | Zusammenfassung Rentabilitätsplanung .....                      | 212        |
| <b>6.5</b> | <b>Liquiditätsplanung.....</b>                                  | <b>214</b> |
| 6.5.1      | Auswertung Liquiditätsplanung .....                             | 218        |
| 6.5.2      | Zusammenfassung Liquiditätsplanung .....                        | 220        |
| <b>6.6</b> | <b>Kapitalbedarfsplanung .....</b>                              | <b>222</b> |
| 6.6.1      | Return on Investment (ROI) .....                                | 222        |
| 6.6.2      | Kapitalbedarf in der Gründungsphase .....                       | 226        |
| 6.6.3      | Typische Fragen zur Ermittlung des Kapitalbedarfs.....          | 226        |
| 6.6.4      | Empfehlungen für die Kapitalbedarfsplanung .....                | 227        |
| 6.6.5      | Beispiel Kapitalbedarfsplanung .....                            | 229        |
| 6.6.6      | Zusammenfassung Kapitalbedarfsplanung .....                     | 230        |
| <b>7</b>   | <b>Lektion 7: Geschäftsplanung im Personal Training .....</b>   | <b>232</b> |
| <b>7.1</b> | <b>Aufbau und Inhalt der Geschäftsplanung.....</b>              | <b>233</b> |
| 7.1.1      | Zusammenfassung des Konzepts (Executive Summary) .....          | 235        |

|            |  |            |
|------------|--|------------|
| 7.1.2      | Unternehmensform, Name, Logo, Standort & Co. ....                    | 236        |
| 7.1.3      | Leistungsangebot.....  | 238        |
| 7.1.4      | Marktanalyse.....  | 238        |
| 7.1.5      | Wettbewerbsanalyse und Risiken.....                                  | 239        |
| 7.1.6      | Marketing und Vertrieb.....  | 239        |
| 7.1.7      | Finanzplanung.....   | 240        |
| 7.1.8      | Lebenslauf.....  | 241        |
| <b>7.2</b> | <b>Zusammenfassung Geschäftsplan .....</b>                           | <b>244</b> |
| <b>8</b>   | <b>Lektion 8: Marketing im Personal Training .....</b>               | <b>247</b> |
| <b>8.1</b> | <b>Der Markt .....</b>   | <b>249</b> |
| <b>8.2</b> | <b>Markteingrenzung.....</b>   | <b>250</b> |
| <b>8.3</b> | <b>Marktzugang.....</b>  | <b>252</b> |
| <b>8.4</b> | <b>Marketing im Personal Training.....</b>                           | <b>252</b> |
| <b>8.5</b> | <b>Ziele des Marketings im Personal Training.....</b>                | <b>255</b> |
| 8.5.1      | Voraussetzungen für erfolgreiches Marketing .....                    | 257        |
| <b>8.6</b> | <b>Dienstleistungsmarketing im Personal Training.....</b>            | <b>262</b> |
| 8.6.1      | Merkmale des Dienstleistungsmarketings.....                          | 263        |
| 8.6.2      | Kundenbedürfnisse und Zielgruppenanalyse.....                        | 263        |
| 8.6.3      | Kernkompetenzen und Marketing.....                                   | 264        |
| 8.6.4      | Kommunikation und emotionale Bindung .....                           | 264        |
| <b>8.7</b> | <b>Der Marketing-Mix im Personal Training .....</b>                  | <b>265</b> |
| 8.7.1      | Vertriebs- und Werbekanäle im Detail.....                            | 268        |
| <b>8.8</b> | <b>Marktanalyse und Konkurrenzanalyse im Personal Training .....</b> | <b>270</b> |
| <b>8.9</b> | <b>Kunden-Persona-Profile im Personal Training.....</b>              | <b>278</b> |
| 8.9.1      | Inhalte eines Kunden-Persona-Profiles.....                           | 280        |

|             |  |            |
|-------------|--|------------|
| <b>8.10</b> | <b>Soziale Medien im Personal Training</b> .....                         | <b>288</b> |
| 8.10.1      | Erfolgsfaktoren im Social Media Marketing.....                           | 289        |
| 8.10.2      | Strategische Planung und Content-Erstellung.....                         | 293        |
| 8.10.3      | Instagram im Personal Training .....                                     | 297        |
| 8.10.4      | TikTok im Personal Training.....   | 304        |
| 8.10.5      | Facebook im Personal Training.....                                       | 311        |
| 8.10.6      | YouTube im Personal Training .....                                       | 318        |
| 8.10.7      | Strategische Gesamtnutzung sozialer Medien .....                         | 322        |
| 8.10.8      | Übersicht Social Media Begriffe im Posting.....                          | 325        |
| 8.10.9      | Übersicht Story-Highlight-Ideen.....                                     | 327        |
| <b>9</b>    | <b>Lektion 9: Verkauf im Personal Training</b> .....                     | <b>328</b> |
| <b>9.1</b>  | <b>Grundlagen von Marketing &amp; Verkauf im Personal Training</b> ..... | <b>328</b> |
| <b>9.2</b>  | <b>Das „Produkt“ im Personal Training</b> .....                          | <b>331</b> |
| <b>9.3</b>  | <b>Das Kennenlerngespräch</b> .....                                      | <b>333</b> |
| 9.3.1       | Ablauf, Struktur und Psychologie .....                                   | 334        |
| 9.3.2       | Vertrauen aufbauen.....  | 348        |
| 9.3.3       | Die Bedarfsermittlung.....   | 350        |
| 9.3.4       | Das Angebot präsentieren.....  | 356        |
| 9.3.5       | Einwandbehandlung im Kennenlerngespräch.....                             | 361        |
| 9.3.6       | Der Abschluss .....  | 364        |
| <b>9.4</b>  | <b>Der eigene Verkaufsstil</b> .....                                     | <b>368</b> |
| 9.4.1       | Checkliste „Deinen Verkaufsstil finden“.....                             | 372        |
| <b>9.5</b>  | <b>Praxisbeispiel: Das Kennenlerngespräch</b> .....                      | <b>373</b> |
| 9.5.1       | Checkliste: Selbstbeurteilung im Verkaufsgespräch.....                   | 377        |
| <b>9.6</b>  | <b>Kundenbindung und Weiterempfehlungen</b> .....                        | <b>379</b> |
| <b>9.7</b>  | <b>Zusammenfassung &amp; Praxistipps für den Verkaufsprozess</b> .....   | <b>384</b> |

|             |   |            |
|-------------|---|------------|
| <b>9.8</b>  | <b>Die goldenen Verkaufsregeln im Personal Training.....</b>  | <b>387</b> |
| <b>9.9</b>  | <b>Angebot und Vereinbarung.....</b>                          | <b>390</b> |
| 9.9.1       | Preise und Abrechnung im Personal Training .....              | 390        |
| 9.9.2       | Angebot und Vereinbarung für das gemeinsame Training .....    | 394        |
| <b>9.10</b> | <b>Workbook – Verkauf im Personal Training.....</b>           | <b>401</b> |
| <b>9.11</b> | <b>AGBs in der Trainingsvereinbarung.....</b>                 | <b>403</b> |
| 9.11.1      | Inhaltliche Schwerpunkte einer AGB im Personal Training ..... | 403        |
| 9.11.2      | Muster-AGB für Personal Training .....                        | 407        |
| <b>10</b>   | <b>Glossar.....</b>   | <b>411</b> |
| <b>11</b>   | <b>Abbildungsverzeichnis .....</b>                            | <b>421</b> |
| <b>12</b>   | <b>Tabellenverzeichnis.....</b>                               | <b>422</b> |
| <b>13</b>   | <b>Literaturempfehlungen.....</b>                             | <b>423</b> |



**„FÜR MICH WAR UND IST PERSONAL TRAINING WEIT MEHR ALS  
EINE KLASSISCHE DIENSTLEISTUNG. ES GEHT NICHT UM ETWAS  
OBERFLÄCHLICHES ODER AUSTAUSCHBARES, SONDERN UM DAS,  
WAS FÜR UNS MENSCHEN AM EXISTENZIELLSTEN IST:  
GESUNDHEIT, WOHLBEFINDEN, LEBENSFREUDE UND EIN  
ERFÜLLTES LEBEN.“**

**SELBSTÄNDIGKEIT &  
GRÜNDUNG  
244 SEITEN**

**“HEUTE WÜRDE  
ICH EINIGES  
ANDERS  
MACHEN!”**

**AUS MEINER PRAXIS**

**ZU BILLIG UND ÜBERKÜMMERND!**

**„...MEIN ERSTES PERSONAL TRAINING  
WERDE ICH NIE VERGESSEN. NACH  
VIER JAHREN ALS FITNESSTRAINER  
WAR ICH IM STUDIO BEKANNT – DAS  
BRACHTE VERTRAUEN. TROTZDEM  
WAR ICH NERVÖS: JETZT BEGANN  
BERUFLICHES NEULAND. DIESER  
TERMIN WAR MEHR ALS EINE  
TRAININGSEINHEIT – ER MARKIERTE  
DEN START EINES NEUEN KAPITELS...“**

Aus meiner Praxis

## Wissen, was man wert ist!

„In oben genannter Honorarkalkulation ergibt sich ein Stundenhonorar von € 75 zur Erreichung des Planumsatzes und -gewinns. Ich sage Personal Training ist mehr wert! Euer Stundensatz sollt per se nicht unter € 80, € 90 oder sogar € 100 netto liegen. Es geht beim Personal Training um Gesundheit, Leistungsfortschritt & Siege, Wohlbefinden, Lebensfreude und Vitalität. Das sind unbezahlbare und kostbare Güter. Sei dir dessen immer bewusst. Wenn du in o.g. Beispiel also 10.000 € Gewinnziel eingeplant hast, dann „trau“ dich und verlange € 90. Das würde einen zusätzlichen Gewinn von € 16.488 (!) bedeuten (€ 18 x 916 h). Wenn du so handelst, dann erst hast du dich zum gewinnorientierten und selbstbewussten Unternehmer entwickelt, der authentisch weiß, was seine/ihre Dienstleistung wirklich wert ist!“

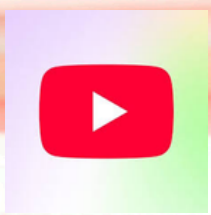
**FINANZPLANUNG**  
59 SEITEN

| Honorarkalkulation   |             |
|--|-------------|
| <b>1. Privatausgaben / Jahr</b>                                |             |
| Benötigtes Netto-Einkommen                                     | 38.100,00 € |
| Einkommenssteuer Vorjahr                                       | 2.400,00 €  |
| <b>2. Betriebsausgaben / Jahr</b>                              |             |
| <b>3. Gewinn-Ziel Jahr</b>                                     |             |
| <b>4. Plan-Umsatz Jahr inkl. Gewinn</b>                        |             |
| <b>5. Arbeitsstunden (= Trainingstermine)</b>                  |             |
| Tage im Jahr   | 365         |
| abzgl. freie Wochenenden (in Tagen)                            | 80          |
| abzgl. Feiertage   | 6           |
| abzgl. Urlaubstage   | 30          |
| abzgl. Krankheitstage, Weiterbildung, Messen etc.              | 20          |
| = Arbeitstage  | 229         |
| <b>6. Auslastung Tag/Jahr</b>                                  |             |
| realistische Arbeitsstunden pro Tag (bei 5 Arbeitstagen/Woche) | 5           |
| Mögliche Arbeitsstunden pro Jahr                               | 1.145       |
| Ist-Auslastung in Prozent (geschätzt)                          | 80          |
| Abrechenbare Arbeitsstunden im Jahr                            | 916         |
| <b>6. Ergebnis (Planumsatz / Arbeitsstunden pro Jahr)</b>      |             |
| Angebotspreis pro Stunde exkl. MwSt. (netto)                   | ~ 72,00 €   |
| Angebotspreis pro Stunde inkl. MwSt. (brutto)                  | ~ 86,00 €   |

Tabelle 12: Beispiel einer Honorarkalkulation



# MARKETING IM PERSONAL TRAINING 80 SEITEN INKL. SOCIAL MEDIA



## 5. Call-to-Action auf Instagram

**Call-to-Actions (CTAs)** auf Instagram sind kurze, gezielte Handlungsaufforderungen, die Nutzer aktivieren sollen – z. B. zum Liken, Kommentieren, Speichern oder Klicken auf den Link in der Bio. Sie machen Beiträge wirkungsvoller, fördern die Interaktion und helfen dabei, Follower gezielt zu Kunden zu machen. Gute CTAs sind klar, einfach und nutzen eine direkte Ansprache.

### 👤 Beispiele:

- „Speichere dir diesen Post, wenn du die Übungen ausprobieren möchtest.“
- „Schreib mir eine DM, wenn du ein kostenloses Probetraining willst.“
- „Folge mir für mehr Tipps rund um Rückengesundheit.“

### „Beitrag bewerben“ auf Instagram!

Mit nur wenigen Klicks kannst du einen bestehenden Instagram-Post mit Werbebudget ausstatten. So erreichst du eine größere Zielgruppe außerhalb deiner bestehenden Follower – ohne den Werbeanzeigenmanager nutzen zu müssen. Die Funktion eignet sich vor allem für:

- Erste Reichweitensteigerung
- Aufmerksamkeit für konkrete Angebote
- Events, Webinare oder neue Programme
- Lokale Bekanntheit in deiner Region

#### 4. Erfolgreiche Gesprächsführung im Personal Training

Ein starkes Gespräch ist die Basis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wer aktiv zuhört, die Aussagen seines Gegenübers spiegelt und Lösungen mit positiven Erlebnissen verbindet, schafft Nähe, Motivation und den entscheidenden Impuls für eine gemeinsame Reise.

**„Erfolgreiche Gesprächsführung bedeutet nicht, viel zu reden – sondern richtig zuzuhören, klar zu spiegeln und positive Bilder im Kopf des Kunden zu verankern.“**

##### 1. Aktives Zuhören stärkt Vertrauen

- Durch gezieltes Zuhören signalisierst du echtes Interesse am Kunden.
- Du gibst ihm Raum, seine Wünsche, Probleme und Ziele zu formulieren.
- Folgefragen zeigen, dass du aufmerksam bist und dich um individuelle Lösungen kümmerst.
- Ergebnis: Der Kunde fühlt sich verstanden, wertgeschätzt und öffnet sich leichter.

##### 2. Spiegeln schafft Klarheit und Nähe

- Wiederhole oder formuliere Kernaussagen des Kunden in eigenen Worten („Wenn ich Sie richtig verstehe, ist Ihnen besonders wichtig...“).
- Dadurch bestätigst du sein Anliegen und überprüfst gleichzeitig, ob du ihn korrekt verstanden hast.
- Spiegeln reduziert Missverständnisse, schafft eine gemeinsame Gesprächsbasis und vermittelt dem Kunden Sicherheit.

##### 3. Positive Erlebniswerte verankern Leistungen

- Verknüpfe deine Angebote nicht nur mit Fakten (z. B. „2 Einheiten pro Woche“), sondern mit positiven Gefühlen und Resultaten.

**VERKAUF**  
79 SEITEN

**“VERTRAUEN IST DIE BASIS JEDER  
ZUSAMMENARBEIT – OHNE SIE  
GIBT ES KEINEN ABSCHLUSS UND  
SCHON GAR KEINE LANGFRISTIGE  
BINDUNG.”**

**Selbstwert  
= Marktwert**



**DEINE ERFOLGSPRINZIPIEN :**

**✓ VERANTWORTUNG**

**✓ FOKUS**

**✓ POSITIONIERUNG**

**✓ KONSEQUENZ**

**✓ UMSETZUNG**

**✓ MUT**



**MIT DIESEM BUCH LERNST DU:**

**✓ KUNDEN GEWINNEN**

**✓ HONORARE KALKULIEREN**

**✓ MARKETING AUFBAUEN**

**✓ VERKAUFGESPRÄCHE FÜHREN**

**✓ EIN PROFITABLES BUSINESS ENTWICKELN**