pt
ZEITSCHRIFT FÜR PHYSIO THERAPEUTEN

77. Jahrgang
November 2025

ZERREISS PROBE IM BECKEN

AUTORENABDRUCK

physiotherapeuten.de

tinana
Jetzt kostenlos testen:
Deine neue Praxissoftware ist da.

„Gesundheit erfordert Eigeninitiative“

Erlöse durch Trainingsräume in der Physiotherapie

Ein Beitrag von Tino Heidötting

In der Physiotherapie geht es längst nicht mehr nur um das klassische Arbeiten am Rezept, sondern zunehmend um die Erweiterung in den Selbstzahler-Bereich. Immer mehr Praxen erkennen die Chance, Patienten nach Abschluss der Verordnung als Kunden langfristig zu binden. Der angeschlossene Trainingsraum wird dabei zu einem der zentralen Bausteine einer zukunftsfähigen Praxisstrategie.

Foto: Photographee.eu - stock.adobe.com

Viele Menschen machen die Erfahrung, dass auch die wiederholte Nutzung von Physiotherapierezepten ihre Beschwerden nicht nachhaltig löst. Schmerzen und Einschränkungen bessern sich kurzfristig, doch der Alltag und bekannte Bewegungsmuster führen zur Rückkehr der Probleme. Spätestens dann wird klar: Langfristige Gesundheit erfordert Eigeninitiative. Regelmäßiges Training und die Übernahme von Eigenverantwortung sind entscheidend.

Hier bietet die Physiotherapie eine besondere Chance. Anders als klassische Fitnessanbieter verfügt sie über eine hohe medizinische Kompetenz und genießt großes Vertrauen – insbesondere bei der älteren Zielgruppe der „Silver Ager“. Diese Gruppe bringt häufig Vorerkrankungen oder längere Leidensgeschichten mit. Für sie ist der persönliche Ansprechpartner wichtiger als hippe Fitnessgeräte oder modische Gruppenkurse.

Für Eilige

Der Trainingsraum ist weit mehr als nur eine „Anhängsel-Fläche“ in der Physiotherapie. Er ist ein zentrales Instrument, um Patienten langfristig zu Kunden zu machen, neue Zielgruppen zu erschließen und die wirtschaftliche Basis der Praxis zu sichern. Wer den Schritt wagt, sollte nicht nur an Geräte und Quadratmeter denken, sondern ein ganzheitliches Konzept entwickeln.

Marktverschiebungen in der Fitnessbranche

Parallel zur Entwicklung im Therapiebereich verändert sich die Fitnessbranche stark. Der Mittelbau inhabergeführter Studios bricht zunehmend weg. Auf der einen Seite stehen große Ketten und Discounter, die auf niedrige Preise und neuerdings auch personenlose Trainingskonzepte setzen. Auf der anderen Seite entstehen spezialisierte Angebote wie EMS-Studios, Frauenstudios oder Boutique-Konzepte für Yoga, Pilates und Personal Training.

Zwischen diesen Polen findet die breite Zielgruppe älterer Menschen mit Vorerkrankungen oder funktionellen Einschränkungen kaum noch passende Angebote. Genau hier können Physiotherapiepraxen mit einem ergänzenden Trainingsraum eine Versorgungslücke schließen.

Trainingsräume als Erlösmodell

Ein Trainingsraum, direkt an die Praxis angebunden, kann zusätzliche Erlöse in mehrfacher Hinsicht generieren. Dazu zählen:

- **Klassische Fitnessangebote**: offenes Training auf der Fläche, betreut oder unbetreut, mit Monats- oder Jahresabos.
- **Kursangebote**: von Rehasportgruppen über Präventionskurse nach §20 SGB V bis hin zu Kleingruppentraining für spezielle Zielgruppen.
- **Individuelle Betreuung**: Personal Training oder engmaschige Trainingsbegleitung, häufig für höhere Preisniveaus interessant.
- **Hybridmodelle**: Kombination aus Therapieeinheiten, Nachsorge und Training.

So lassen sich Angebote für verschiedene Budgets schaffen – vom einfachen Gerätetraining bis hin zum hochpreisigen Betreuungskonzept.

Vom Therapieraum in den Trainingsraum

Ein zentraler Erfolgsfaktor ist die Brücke zwischen Therapie und Training. Damit der Übergang gelingt, braucht es ein klares Konzept. Dieses beginnt mit der therapeutischen Befundung. Am Ende der Behandlung erfolgt dabei eine Einschätzung der Belastbarkeit und die Empfehlung für den Trainingsraum.

In der Folge wird der Status quo in weiteren Tests (Check-up) dokumentiert und Potenziale aufgezeigt. Ein weiter Faktor ist der Trainingsplan. Der Patient erhält ein individuelles Programm, angepasst an sein Ziel und vorhandene Einschränkungen. Ebenfalls wichtig ist das Betreuungskonzept (betreutes Training, Kleingruppen oder freies Training) sowie die Kommunikation (transparente Information über Kosten, Laufzeiten und Vorteile). So entsteht eine nahtlose Kundenreise – vom Rezept über die Therapie bis zum selbstbestimmten Training.

Rehakurse als Zusatzbaustein

Besonders attraktiv sind Rehakurse, da sie eine Mischform aus Verordnung und Selbstzahler darstellen. Viele Teilnehmer nutzen diese Kurse zunächst über eine ärztliche Empfehlung. Wird im Anschluss ein sinnvolles Trainingskonzept angeboten, können sie langfristig gebunden werden. Hier entstehen sowohl zusätzliche Umsätze als auch eine stabile Teilnehmerbasis für die Trainingsfläche.

Digitalisierung als Schlüssel

Ein häufig unterschätzter Erfolgsfaktor ist die digitale Infrastruktur. Viele Physiotherapiepraxen sind hier noch unzureichend aufgestellt. Oft wird argumentiert, dass gerade ältere Kundengruppen keine Apps oder Online-Buchung nutzen wollen. Studien und praktische Erfahrungen zeigen jedoch das Gegenteil. Auch Silver Ager nutzen digitale Tools, wenn sie einen klaren Mehrwert und einfache Bedienung bieten.

Für den effizienten Betrieb eines Trainingsraums sind digitale Lösungen in verschiedenen Bereichen unerlässlich:

- **Terminplanung** für Kurse und Trainingseinheiten
- **Befundung und Check-ups** digital dokumentieren
- **Zutrittssteuerung** für flexible Öffnungszeiten
- **Abrechnung** von Abos, Kursen und Kontingentkarten automatisiert abwickeln
- **Trainingssteuerung** mit individuellen Programmen und Verlaufsdokumentation
- **Mitgliederverwaltung** mit CRM-Funktionen für gezielte Kommunikation

Gerade das Customer-Relationship-Management (CRM) ist ein Game-Changer. Über Tags, Kategorien und Filter können Mitgliedergruppen gezielt angesprochen werden, etwa mit Angeboten für Gewichtsreduktion, Gesundheitstipps für Herzpatienten oder Einladungen zu Yoga-Workshops. Das sorgt für Relevanz, schafft Mehrwerte und steigert die Kundenbindung.

Praxisbeispiel

Eine mittelgroße Praxis im Süden Deutschlands integrierte eine 35 Quadratmeter große Trainingsfläche mit multifunktionalem Gerät, Mattenbereich und Kleingeräten. Über ein digitales System wurden alle Abläufe von der Befundung über die Trainingsplanung bis zur Abrechnung abgebildet. Mitglieder erhalten per App Zugang zu ihrem Trainingsplan, können Termine online buchen und erhalten gezielte Informationen.

Das Ergebnis: Innerhalb eines Jahres wurden 120 ehemalige Patienten in dauerhafte Trainingskunden überführt. Die zusätzlichen Monatserlöse lagen deutlich im fünfstelligen Bereich. Entscheidend war nicht die Größe der Fläche, sondern das stimmige Gesamtkonzept aus Kompetenz, persönlicher Ansprache und digital unterstützten Prozessen.

Fazit

Der Trainingsraum ist weit mehr als nur eine „Anhängsel-Fläche“ in der Physiotherapie. Er ist ein zentrales Instrument, um Patienten langfristig zu Kunden zu machen, neue Zielgruppen zu erschließen und die wirtschaftliche Basis der Praxis zu sichern.

Wer den Schritt wagt, sollte nicht nur an Geräte und Quadratmeter denken, sondern ein ganzheitliches Konzept, von der therapeutischen Übergabe über klare Angebotsstrukturen bis hin zur digitalen Infrastruktur, entwickeln. Nur so können Praxen die Chancen des Selbstzahler-Marktes voll ausschöpfen und nachhaltig Erlöse im Trainingsraum generieren. ●