eversports manager

Yoga
Branchen Report
2026

Willkommen im Yoga Report 2026.

Viel Freude beim Lesen, Nachdenken und Ausprobieren.

ÜBERBLICK

01 Vorwort von Hanno (CEO von Eversports)

02 Fakten zur Yoga Branche

03 Fakten zur Yoga Community

04 Mitgliederbindung neu denken

Vinyasa auf Platz 1, S.8

Danach sehnen sich Yogi:nis wirklich, S.29

Darum kündigen Mitglieder, S.30

Maßnahmen zur Kund:innenbindung S.40

eversports

Gekommen, um zu bleiben

Was Yogi:nis 2026 brauchen, um sich verbunden zu fühlen

Gemeinsam wollen wir Jahr für Jahr mehr Menschen für Yoga und Gesundheit begeistern! Genau dafür haben wir den Eversports Manager entwickelt – damit du weniger Zeit in Verwaltung stecken musst und mehr Raum hast, um **deine Leidenschaft für Yoga mit anderen zu teilen.**

Doch unsere **Vision** geht noch viel weiter. Wir wollen Menschen nicht nur für Yoga und Bewegung begeistern, sondern dich darin unterstützen **einen Ort zu schaffen, an dem eine echte Community entstehen kann**.
Einen Ort, an dem sich Menschen gesehen, gehört und willkommen fühlen. Deshalb widmen wir den Yoga Report 2026 einer speziellen Frage, die uns im letzten Jahr besonders beschäftigt hat:

Warum entscheiden sich Leute für ein bestimmtes Studio und was können wir tun, damit sie langfristig bleiben?
Gemeinsam mit über 1.000 Studiobesitzer:innen, neugierigen Kund:innen und treuen Mitgliedern haben wir dazu unsere jährliche **Umfrage** durchgeführt.

Die Ergebnisse sind spannend und manchmal auch überraschend. Sie zeigen nicht nur, woran es scheitert, sondern auch, was eine starke, langfristige Verbindung zwischen Studio und Mitgliedern ausmacht.

Mit diesem Report möchten wir dich dazu motivieren, **genauer hinzuhören und zu verstehen**, was deinen Kund:innen und Mitgliedern wirklich am Herzen liegt. Mach dein Studio zu einem Ort, an dem sich Menschen wie zu Hause fühlen.

In diesem Sinne wünsche ich dir viel Freude beim Lesen. Vielleicht findest du neue Impulse, erkennst bekannte Muster wieder oder entdeckst ganz konkrete Möglichkeiten, wie du dein Studio weiterentwickeln kannst.

Und vergiss nicht:
Jede gekündigte Mitgliedschaft ist auch eine Chance, etwas zu verbessern.

Lass uns 2026 gemeinsam dafür nutzen, dass mehr Menschen nicht nur in dein Studio kommen, sondern auch bleiben.

Hanno Lippitsch
CEO von Eversports

02

Fakten zur Yoga Branche

Je kälter und dunkler die Monate, desto voller die Matten. Januar war der meistbesuchte Monat im letzten Jahr. Juni der schwächste Monat. Wie sieht es bei dir aus? Welcher Monat war für dich und dein Studio am erfolgreichsten?

Die Branche bleibt in Bewegung

2025 in Zahlen

15 % mehr Buchungen

13,6 % mehr Einnahmen

17,6 % mehr Besucher:innen

im Vergleich zu 2024

Gute Neuigkeiten! Pro Monat haben alle Studios, die auf Eversports aktiv sind, durchschnittlich 13,6 % mehr Einnahmen erzielt. Im Jahr davor waren es nur 6,2 %. Das ist ein gutes Zeichen und ein Beweis dafür, dass die Yoga-Branche weiter wächst und die Leute mehr denn je in ihr eigenes Wohlbefinden investieren wollen.

Wissen

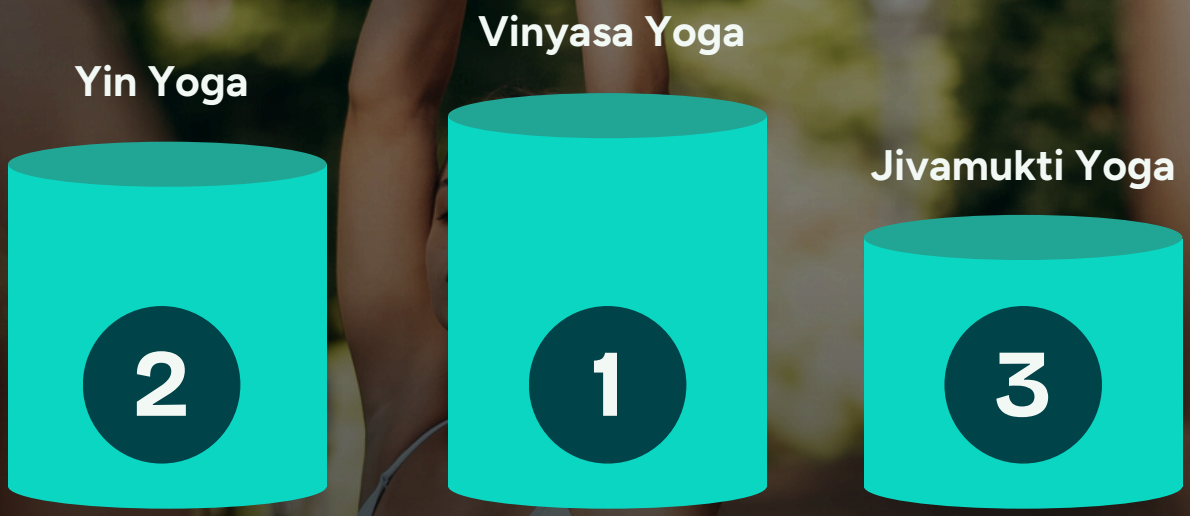
Wo am meisten Yoga gemacht wird

Laut einer internationalen Umfrage von Statista gibt es deutliche Unterschiede in der Verbreitung und Beliebtheit von Yoga und Pilates.

👉 Österreich und Deutschland liegen im oberen Mittelfeld, mit Potenzial nach oben. Die Schweiz wurde in dieser Statistik nicht genannt.

Fließend, ruhig und dynamisch

Die beliebtesten Yogastile 2025 im Überblick



Unsere aktuellen Daten zeigen ein klares Bild: **Vinyasa bleibt weiterhin der beliebteste Stil,** gefolgt von Yin Yoga und Jivamukti Yoga. Diese drei Stile dominieren die Buchungszahlen vor Acroyoga und Bikram Yoga.

Dass **Vinyasa Yoga** weiter auf Platz 1 bleibt, überrascht kaum: Der fließende Stil ist für viele der perfekte Mix aus Bewegung, Fokus und Flow.
Yin Yoga gewinnt weiter an Beliebtheit und **Jivamukti Yoga** sichert sich genau wie im letzten Jahr einen stabilen dritten Platz.

Fakt

Die Beliebtheit dieser Stile zeigt: Vielfalt im Stundenplan lohnt sich. Unterschiedliche Bedürfnisse, ob aktivierend oder entspannend, spiegeln sich in der Wahl der Klassen deutlich wider.

Zeitgeist oder langfristiger Wandel?

Runterkommen und Durchatmen mit Yin Yoga

Yin Yoga auf Platz zwei überrascht vielleicht, doch gerade in den letzten Jahren ist das Interesse an **langsamen und regenerativen Angeboten** stark gestiegen. Warum?

Wir leben in einer Zeit, die von Tempo, ständiger Verfügbarkeit und mentaler Belastung geprägt ist. Viele Menschen sehnen sich nach **Ausgleich statt Aktivierung**, nach **Ruhe statt Reizüberflutung**. Yin Yoga bietet genau das: lange Haltungen, bewusste Atmung, eine Pause vom Außen. **Eine Einladung zum Verweilen.**

Frage an dich: Wie stark spiegeln sich diese Bedürfnisse in deinem Kursplan wider? Gibt es genügend Angebote, die deinen Mitgliedern helfen, wieder bei sich anzukommen?

Wissen

Yoga und das Nervensystem
Unser Nervensystem steuert, wie wir auf Stress reagieren. Während der Alltag meist das **sympathische Nervensystem** aktiviert („Fight or Flight"), brauchen wir auch regelmäßige Phasen, in denen der **parasympathische Teil** („Rest & Digest") aktiv wird, also echte Entspannung.

Vor allem Yin Yoga eignet sich perfekt, um diesen Zustand zu fördern. Durch langsame Bewegungen, ruhige Atmung und lang gehaltene Positionen wird das Nervensystem beruhigt, Stress abgebaut und die Regeneration unterstützt.

Sommer vs. Winter

Welche Monate locken Yogi:nis in die Studios?

Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
Juli	August	September	Oktober	November	Dezember

Türkis = Monate mit den meisten Buchungen; auf Basis aller Yoga-Studios, die bei Eversports dabei sind
Orange = Monate mit mittelstarken Buchungen; auf Basis aller Yoga-Studios, die bei Eversports dabei sind
Rot = Monate mit den wenigsten Buchungen; auf Basis aller Yoga-Studios, die bei Eversports dabei sind

Wenn du unseren letzten Report gelesen hast und dein eigenes Studio leitest, wird dich dieses Ergebnis nicht überraschen: **Je kälter und dunkler die Monate, desto voller die Matten. Januar** war der meistbesuchte Monat im letzten Jahr.
Der Dezember ist zumindest bis Weihnachten ebenso stark besucht. **Juni war** der schwächste Monat. Wie sieht es bei dir aus? Welcher Monat war für dich und dein Studio am erfolgreichsten? Was tust du, um die Sommermonate zu meistern?

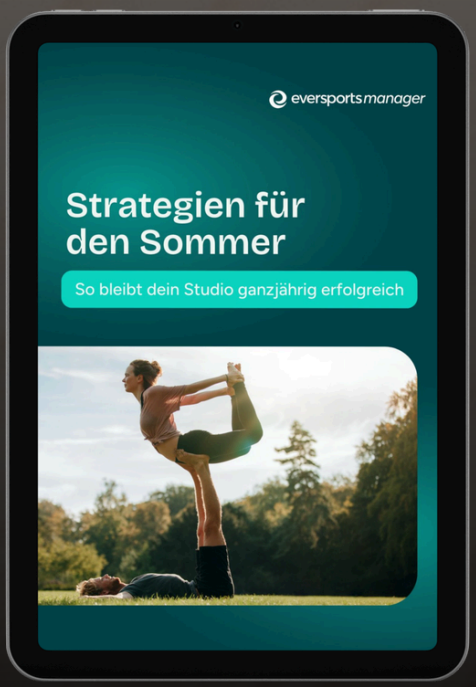
Fakt

Die kalten Monate bringen viele neue Menschen ins Studio. Nutze diese Zeit bewusst, um aus spontanen Besucher:innen langfristige Mitglieder zu machen. Denn im Frühling verlieren viele wieder ihre Routine. Wenn du es schaffst, in den ersten Besuchen eine Verbindung aufzubauen, legst du die Grundlage für Treue, die bleibt.

Tipp

Wir finden das Thema Sommer vs. Winter extrem interessant. Deswegen haben wir im letzten Jahr zwei neue E-Books veröffentlicht, die sich mit genau diesem Thema beschäftigen. Wenn du die Herausforderungen der jeweiligen Jahreszeiten verstehst, kannst du dein Studiowachstum ankurbeln.

Lade dir jetzt unsere beiden **E-Books „Winterstrategie“** und **„Sommerstrategie“** kostenlos herunter und hole dir Inspiration für die nächsten Monate.

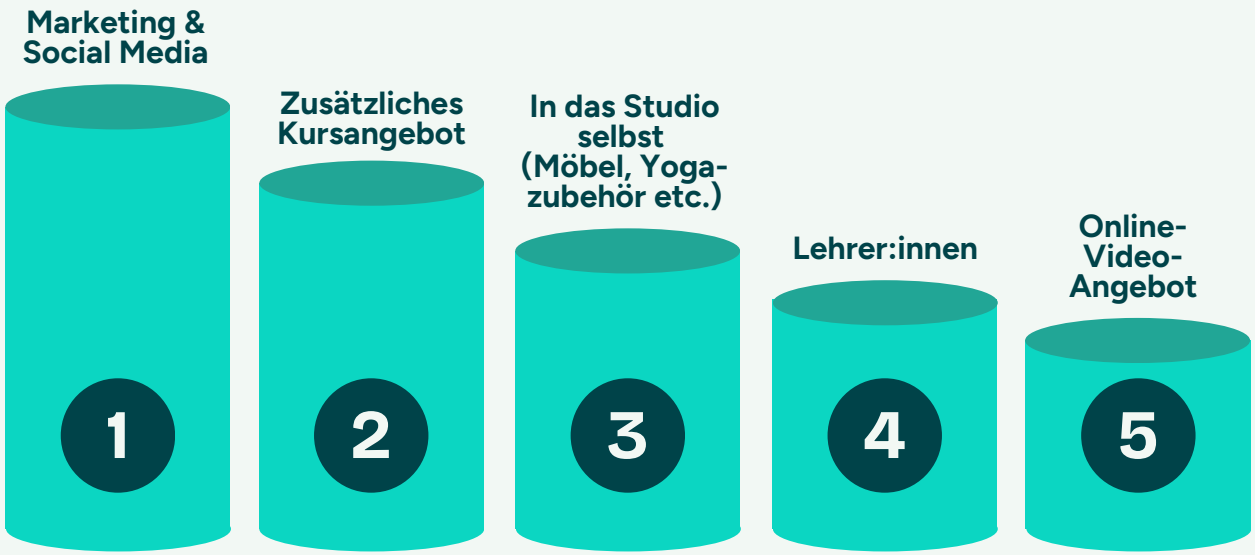


Money, money, money

Studios investieren in Sichtbarkeit

Hast du dich schon gefragt, wie viel Geld du in diesem Jahr für dein Studio ausgeben möchtest? In unserer Umfrage haben 17,2 % angegeben, dass sie 2026 mehr Geld in ihr Studio investieren möchten. **Spannend ist, dass diese Zahl im letzten Jahr bei 35,8 % lag. Es scheint, dass die Bereitschaft, Geld zu investieren, deutlich abgenommen hat.**
22,8 % möchten sogar weniger Geld ausgeben, 59,9 % möchten gleich viel ausgeben, wie im Jahr zuvor.

Studiobesitzer:innen wollen vor allem in folgende fünf Bereiche Zeit und Geld investieren:



Tipp

Wir haben unsere Yogi:nis gefragt, über welche Kanäle sie Yoga-Inhalte online verfolgen. Dabei wurden YouTube und Instagram am häufigsten genannt.
Wenn du also Zeit und Geld in deine Social Media Kanäle steckst, lohnt es sich, einen Fokus auf diese beiden Kanäle zu setzen.

Herausforderungen 2026

Inflation und Wettbewerb

Die Sorgen und Herausforderungen in 2026 sind sehr ähnlich zu jenen im letzten Jahr. 65,5 % der Studiobesitzer:innen haben angegeben, dass Inflation und **steigende Kosten** ihre größten Sorgen sind (letztes Jahr waren es 67,3 %). Gleich danach kommt der **erhöhte Wettbewerb** mit 44 % (letztes Jahr waren das 35 %). An dritter Stelle kommt mit 32,8 % die Sorge über das **Wachstum von Anbieter:innen wie ClassPass, Wellpass etc.** (letztes Jahr waren das 27,5 %). *

Wissen

Die steigenden Kosten machen dir zu schaffen? Dann freust du dich vielleicht zu hören, dass deine **Yogi:nis auch in diesem Jahr viel Geld für Yoga ausgeben wollen. Yoga und Sport sind ein fester Teil des Alltags.** Dafür verzichten die Leute viel eher auf Restaurants, Shopping (Kleidung) und sogar Reisen. Nähere Infos dazu findest du auf Seite 20.

* Anm.: Eine Mehrfachauswahl von Antworten war möglich.

Marketing Trends 2026

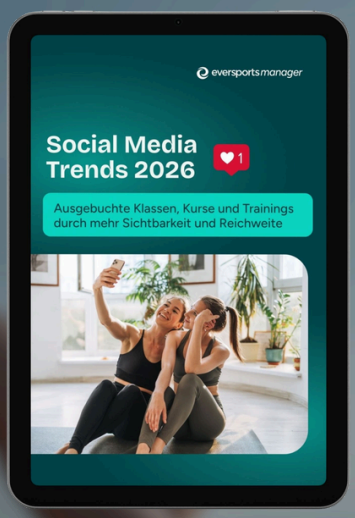
Posten nicht vergessen!

Wenn du mit deinem Studio langfristig Erfolg haben möchtest, kommst du um Marketing nicht wirklich herum. Denn **Marketing bedeutet Sichtbarkeit**. Diese beginnt sehr oft mit einer persönlichen Empfehlung von Freund:innen. Deswegen ist eine Bring a Friend-Aktion bestimmt eine der günstigsten und effektivsten Angebote, die du bieten kannst. Mehr Ideen und Infos dazu auf Seite 23.

Darüber hinaus sind laut unserer Umfrage folgende Marketingaktivitäten besonders beliebt:

Tipp

Kennst du schon unser E-Book zum Thema Social Media? Klicke auf das Bild für einen kostenlosen Download und finde heraus, wie du deine Social Media Strategie auf das nächste Level bringst.



Ein Blick auf das Kaufverhalten im letzten Jahr

Mitgliedschaften sind besonders beliebt

Hier noch ein paar letzte, spannende Fakten über die Yoga Branche. Und zwar haben wir uns die Frage gestellt, welche Produkte besonders beliebt sind => **Mitgliedschaften haben an Beliebtheit gewonnen, während Einzelkarten (= Drop-Ins) gleichbleibend viel verkauft wurden.** Besonders spannend: Blockkarten und vor allem Zeitkarten wurden viel weniger verkauft.

7% weniger Blockkarten

6,2 % mehr Mitgliedschaften

33 % weniger Zeitkarten

Außerdem waren Blockkarten 2025 um 28,8 % teurer als im Jahr davor. Zeitkarten sogar um 39,3 %. **Der Rückgang im Verkauf und der Anstieg im Preis lassen sich jedoch gut begründen => Unsere Daten zeigen, dass Studiobesitzer:innen im letzten Jahr mehr Blockkarten mit mehr Einheiten verkauft haben, ebenso Zeitkarten mit längerer Gültigkeitsdauer.**

03

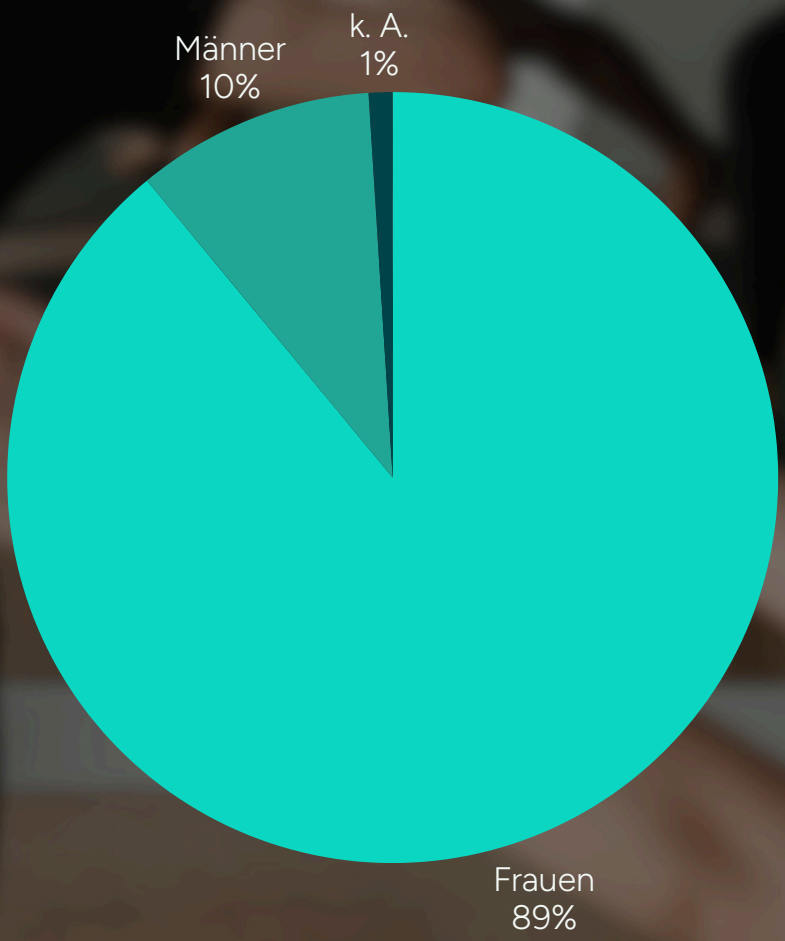
Fakten zur Yoga Community

Yogi:nis sind bereit, noch mehr Geld in Yoga zu investieren. 25,4 % der befragten Kund:innen geben an, mehr Geld auszugeben als im Jahr davor.
63,8 % möchten gleich viel investieren.
Nur 10,8 % möchten weniger ausgeben.

Frauen dominieren die Yogaklassen

Männer geben am meisten Geld für Yoga aus

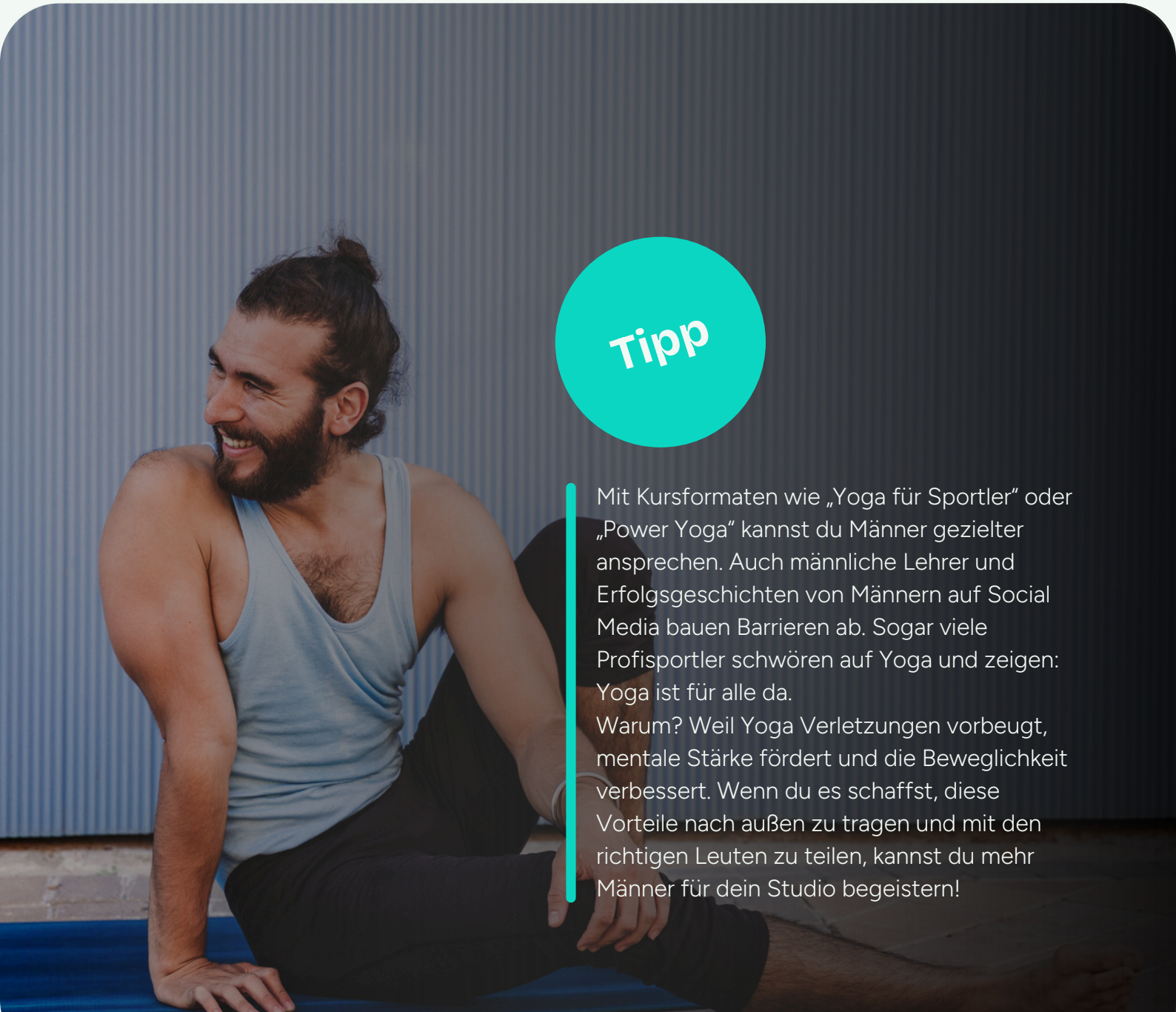
Der Großteil der Yogaklassen wurde von Frauen gebucht. Dabei gibt die Altersgruppe von 45–65 am meisten Geld für Yoga aus. Studios bei Eversports verdanken dieser Altersgruppe rund 50 % ihrer Einnahmen.
Allerdings geben Männer zwischen 45–65 durchschnittlich am meisten Geld für Yoga aus. Das Interesse und die Ausdauer sind also da!



Wir haben uns bereits letztes Jahr gefragt, wie wir mehr Männer auf die Matten bringen können und ein paar Ideen in unserem Report vorgestellt. Hast du dich seitdem aktiv mit dem Thema beschäftigt? Was tust du dafür, um mehr Männer für dein Studio zu begeistern?

Wissen

Verschiedene Studien zeigen, dass Frauen häufiger Aktivitäten wählen, die Körper und Geist verbinden und in denen es nicht nur um Leistung geht.
Yoga erfüllt genau dieses Bedürfnis: Es bietet Raum für Achtsamkeit, Selbstfürsorge und Gemeinschaft. Themen, mit denen sich viele Frauen stärker identifizieren als Männer.



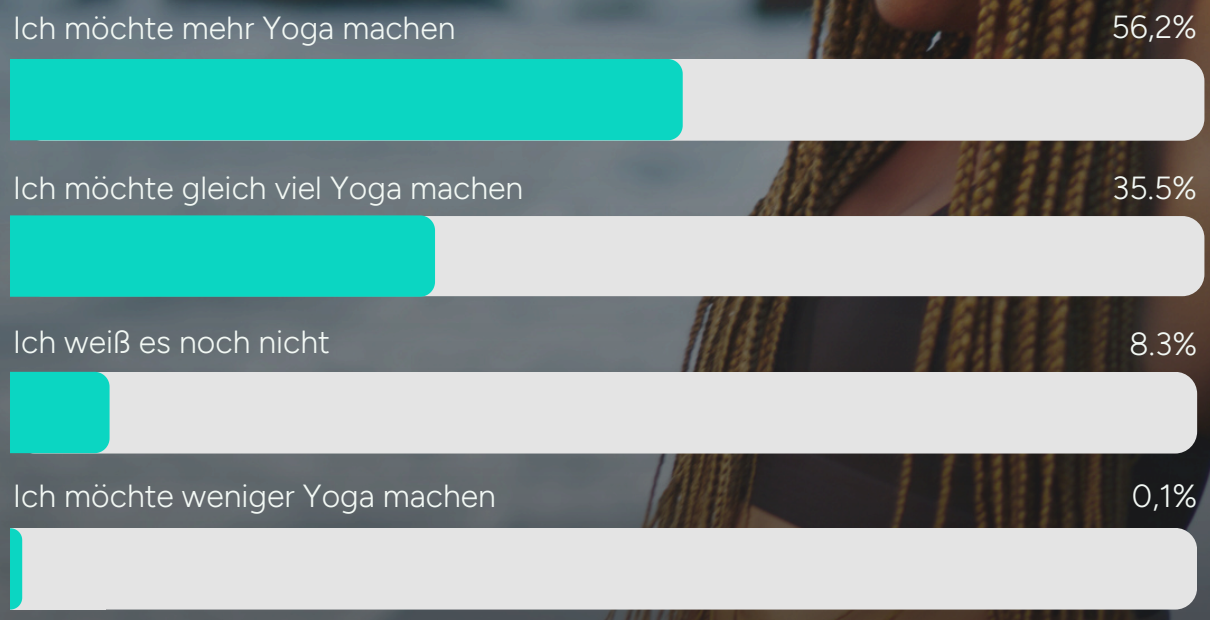
Tipp

Mit Kursformaten wie „Yoga für Sportler" oder „Power Yoga" kannst du Männer gezielter ansprechen. Auch männliche Lehrer und Erfolgsgeschichten von Männern auf Social Media bauen Barrieren ab. Sogar viele Profisportler schwören auf Yoga und zeigen: Yoga ist für alle da.
Warum? Weil Yoga Verletzungen vorbeugt, mentale Stärke fördert und die Beweglichkeit verbessert. Wenn du es schaffst, diese Vorteile nach außen zu tragen und mit den richtigen Leuten zu teilen, kannst du mehr Männer für dein Studio begeistern!

Haltung statt Hype

Auch 2026 bleibt Yoga fest im Alltag verankert

Gute Neuigkeiten! Trotz der steigenden Kosten möchten Yogi:nis 2026 noch mehr Yoga machen oder zumindest gleich viel.



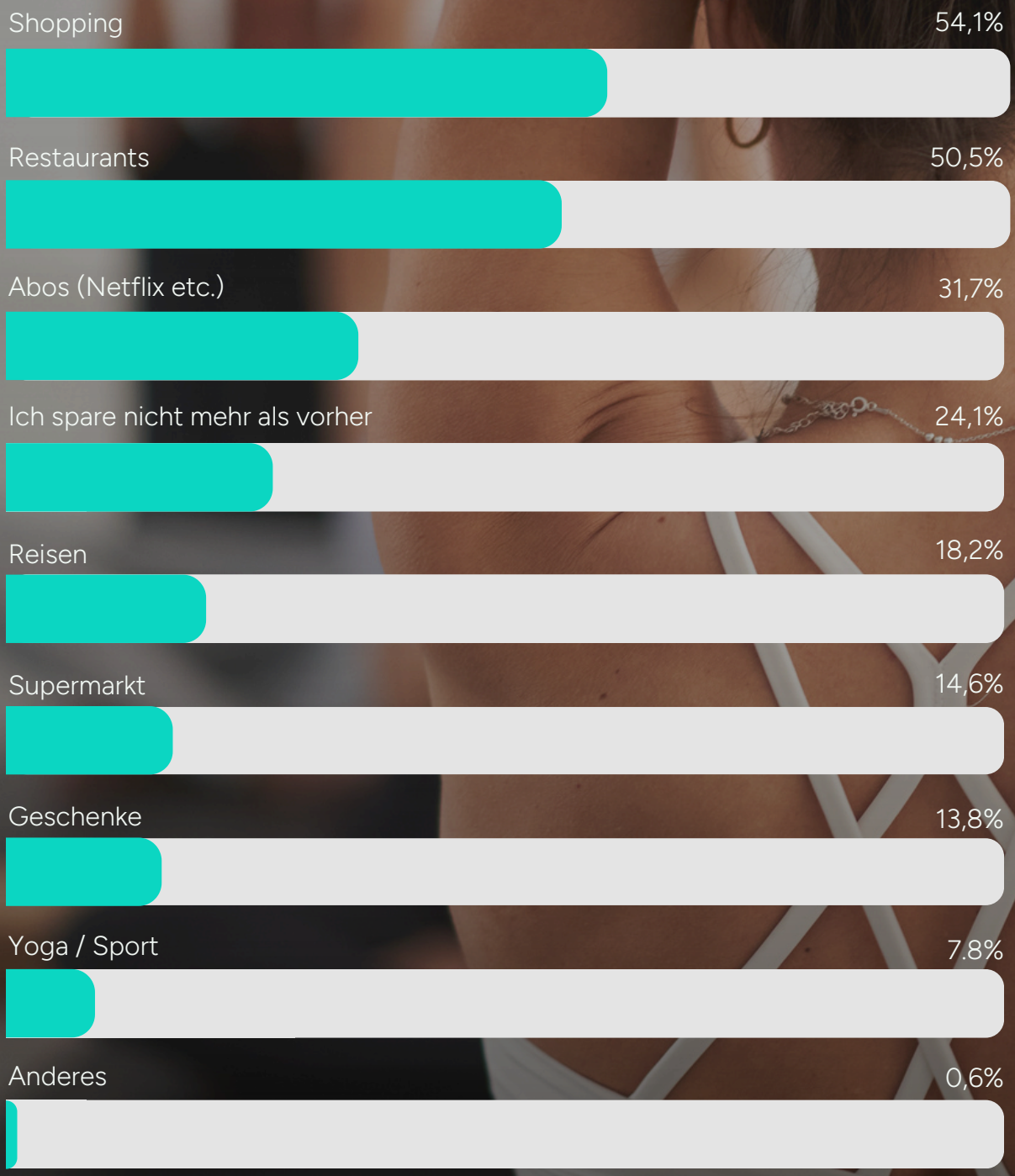
Fakt

Yogi:nis sind bereit, noch mehr Geld in Yoga zu investieren. 25,4 % der befragten Kund:innen geben an, mehr Geld auszugeben als im Jahr davor. 63,8 % möchten gleich viel investieren. Nur 10,8 % möchten weniger ausgeben.

Yoga bleibt unbezahlbar!

Für alles wird gespart, außer für Yoga

In welchen Bereichen sparst du Geld wegen der Inflation?



Anm.: Eine Mehrfachauswahl von Antworten war möglich.

Die Yogapraxis ist für viele Menschen ein fester Teil ihres Alltags.
Selbst in wirtschaftlich unsicheren Zeiten bleiben Ausgaben für Gesundheit, Achtsamkeit und Wohlbefinden erstaunlich stabil.
Natürlich müssen Menschen immer wieder an die Vorteile erinnert werden. Denn mal ehrlich: Neu erlerntes Wissen, das man direkt in die Tat umsetzen kann, ist der beste Motivator 🙂

Tipp

Nutze deine Präsenz auf Social Media oder im Newsletter, um den gesundheitlichen Mehrwert deiner Klassen und Kurse sichtbar zu machen. Zeig zum Beispiel einzelne Übungen, die bei Rücken- oder Nackenverspannungen helfen oder teile Studien, die du spannend findest.
So trägst du den Nutzen deiner Yogaklassen nach außen und schaffst eine langfristige Motivationsgrundlage. Das Thema Geld rückt dabei automatisch in den Hintergrund.

> Gesundheit ist eine Investition, keine Ausgabe

Doppelte Motivation, halbe Ausrede

Mit dem Lieblingsmenschen auf die Matte

Neben Achtsamkeit und Gesundheit ist die gemeinsame Zeit mit Freund:innen einer der häufigsten Gründe, warum Menschen mit Yoga beginnen. Wer zusammen startet, bleibt oft länger dabei und fühlt sich schneller zugehörig.

Mit einer vertrauten Person an der Seite fällt der erste Schritt meistens leichter :)
Nutze das und ermutige deine Community aktiv dazu, sich zu vernetzen, Freund:innen mitzubringen und gemeinsam Neues auszuprobieren.

So motivierst du zur gemeinsamen Yoga-Praxis:

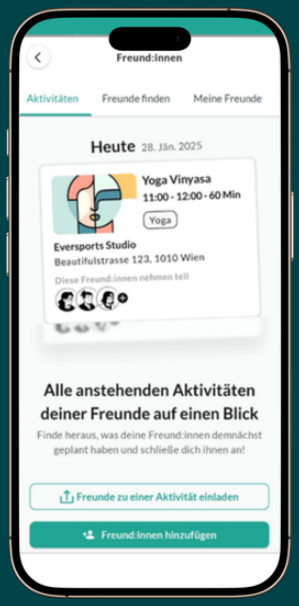
Bring-a-Friend

Wahrscheinlich kennst du das Prinzip, aber hast du es auch schon aktiv in deinem Studio umgesetzt?

Empfehlungen von Freund:innen sind deutlich wirkungsvoller als klassische Werbung, weil sie auf Vertrauen basieren.
Neue Yog:inis, die gemeinsam starten, entscheiden sich **häufiger für eine Mitgliedschaft** und du sparst gleichzeitig teure Werbekosten.

Eversports Friends Feature

Mit dem Friends Feature können sich deine Mitglieder vernetzen, sehen, wann Freund:innen praktizieren und direkt Einladungen zu deinen Klassen und Kursen versenden. Das stärkt das Wir-Gefühl und bringt noch mehr Spaß in die Yogapraxis.



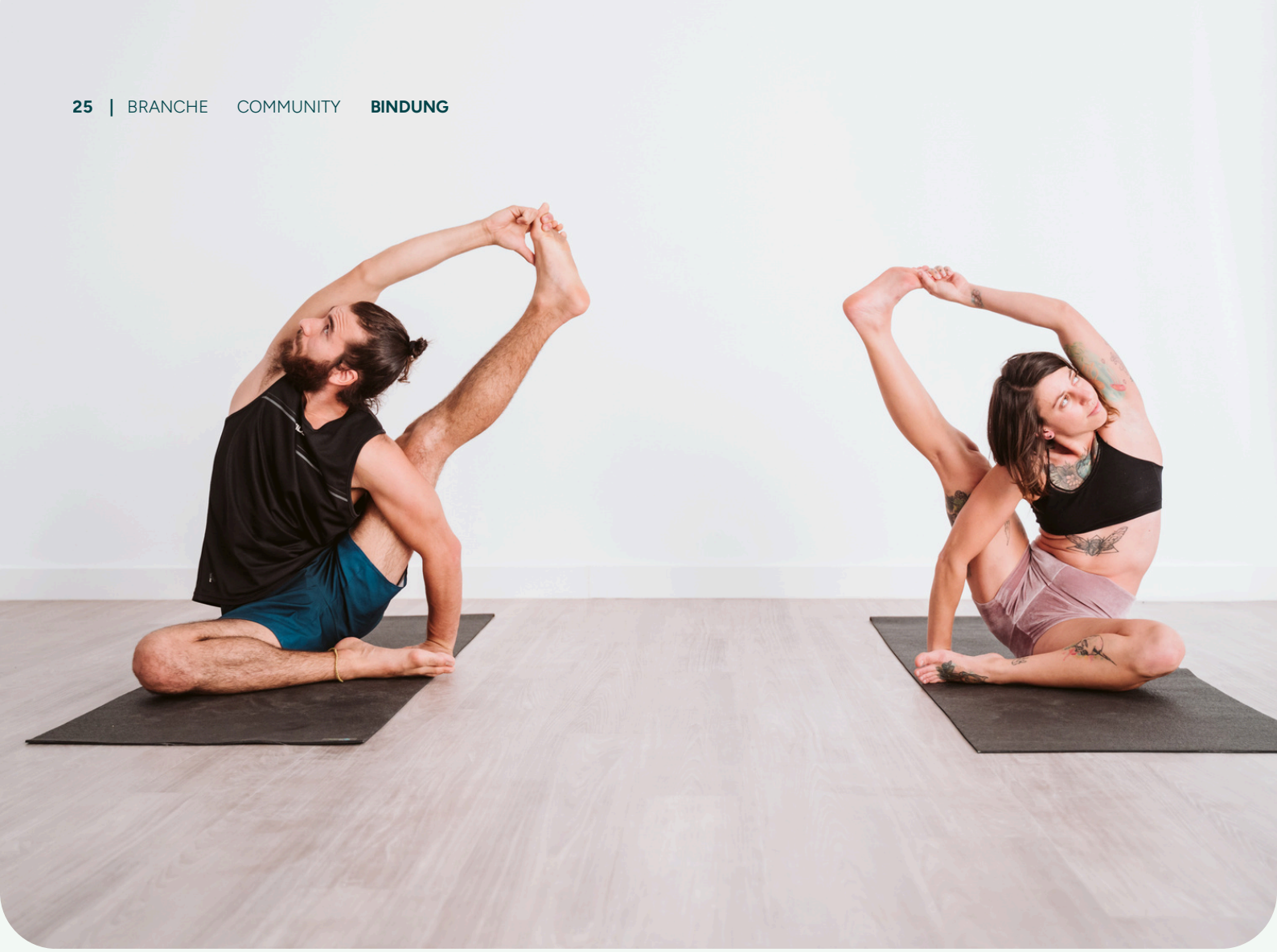
Und jetzt du:

Welche Ideen hast du selbst, um mehr Freund:innen gemeinsam in dein Studio zu holen?

04

Mitglieder-bindung neu denken

Jeder Mensch sehnt sich danach, Teil einer Gruppe zu sein. Die Frage, ob Mitglieder bleiben oder kündigen, ist nicht nur eine wirtschaftliche, sondern vor allem eine menschliche.



Bleiben oder gehen?
In diesem Kapitel tauchen wir in den Hauptteil unserer Umfrage ein.
Wahrscheinlich hast du bis jetzt schon ein paar Ideen dazu sammeln können, wie du neue Yogi:nis und treue Mitglieder gewinnen kannst. Dann wird's jetzt richtig spannend für dich!

In unserer **Umfrage haben wir dich und andere Studiobesitzer:innen** gefragt, **welche Herausforderungen euch im Studioalltag begegnen**, warum Mitglieder kündigen und **welche Rolle Aggregatoren (bspw. ClassPass, Wellpass und Urban Sports Club) dabei spielen.**

Gleichzeitig haben wir eine **Umfrage an alle Eversports Yogi:nis** geschickt.
Sie haben uns verraten, was sie wirklich motiviert und was sie manchmal zurückhält.

Bist du bereit für die Ergebnisse?
Auf den nächsten Seiten zeigen wir dir, **wo sich beide Perspektiven decken** und in welchen Bereichen es überraschende Unterschiede gibt.

Mitgliederbindung ist wichtig,

aber nicht immer einfach.

Wir haben nachgefragt, welchen **Herausforderungen** Studiobesitzer:innen, beim Versuch neue Mitglieder zu gewinnen, begegnen. Folgende Hürden stehen besonders oft im Weg:

- Viele Drop-In-Buchungen
- Fehlende Rückmeldungen/Feedback von Kund:innen
- Keine Zeit für Community-Aufbau
- Es fehlt an geeigneten Tools und Prozessen
- Hoher Aufwand für Kommunikation mit Einzelpersonen
- Viele Kund:innen kommen über Aggregatoren

Neue Beziehungen beginnen mit Zugehörigkeit

Wir alle wollen Teil einer Gruppe sein

Als Studiobesitzer:in ist das **Thema Mitgliederbindung** bestimmt sehr spannend für dich. Laut unserer Umfrage **für 68,1 %** der Studiobesitzer:innen sogar **sehr wichtig.**
Deshalb möchten wir nach gemeinsamen Lösungen für die vorhin genannten Punkte suchen und ein Verständnis dafür entwickeln, was Mitgliedern wirklich am Herzen liegt.

Denn Fakt ist: Jeder Mensch sehnt sich danach, Teil einer Gruppe zu sein.
Die Frage, ob Mitglieder bleiben oder kündigen, ist nicht nur eine wirtschaftliche, sondern vor allem eine menschliche.

Laut der Maslow'schen Bedürfnispyramide zählen **soziale Beziehungen** und **Zugehörigkeit** zu den **zentralen Bedürfnissen eines Menschen**. Direkt nach Nahrung und Sicherheit.

Was bedeutet das für dich und dein Studio?
Wenn du einen Ort schaffst, an dem sich Menschen zugehörig fühlen, erfüllst du ein wesentliches Bedürfnis und schaffst Verbindung. Und genau diese Verbindung ist der Schlüssel zur langfristigen Mitgliederbindung.

Als Studio kannst du verschiedene Bedürfnisse ansprechen. Zugehörigkeit ist ein wichtiger Teil davon.

Selbstverwirklichung
Persönliches Wachstum
Spiritualität, Kreativität

Wertschätzung
Anerkennung im Studio
Erfolge, Fortschritt

Zugehörigkeit
Teil einer Community sein
Beziehung zu Lehrer:innen & Gruppe

Sicherheit
Planbarkeit (Kurszeiten, Membership)
Vertrauensvolle Atmosphäre

Physiologische Bedürfnisse
Bewegung, Atmung, Körperwahrnehmung

Fakt

Studios, die bewusst auf mehreren Ebenen der Pyramide ansetzen, schaffen nicht nur bessere Angebote. Sie werden zu Orten, die Menschen wirklich verbinden.

Zugehörigkeit beginnt mit Verstehen

Wonach sich deine Yog:inis wirklich sehnen

Wenn du verstehst, welche Themen deinen Kund:innen wirklich am Herzen liegen, kannst du sie viel eher für dein Studio und eine Mitgliedschaft begeistern. Wir haben für dich nachgefragt und folgende Antworten erhalten.

Welche Punkte sind dir wichtig, damit du eine Mitgliedschaft abschließt / einem Studio langfristig treu bleibst?

Faire Preise

Flexibilität bei Buchung & Storno

Verlässlicher Stundenplan

Nähe & Bequemlichkeit

Gute Qualität der Klassen und Kurse

Motivierte und freundliche Lehrer:innen

Warum Mitglieder kündigen

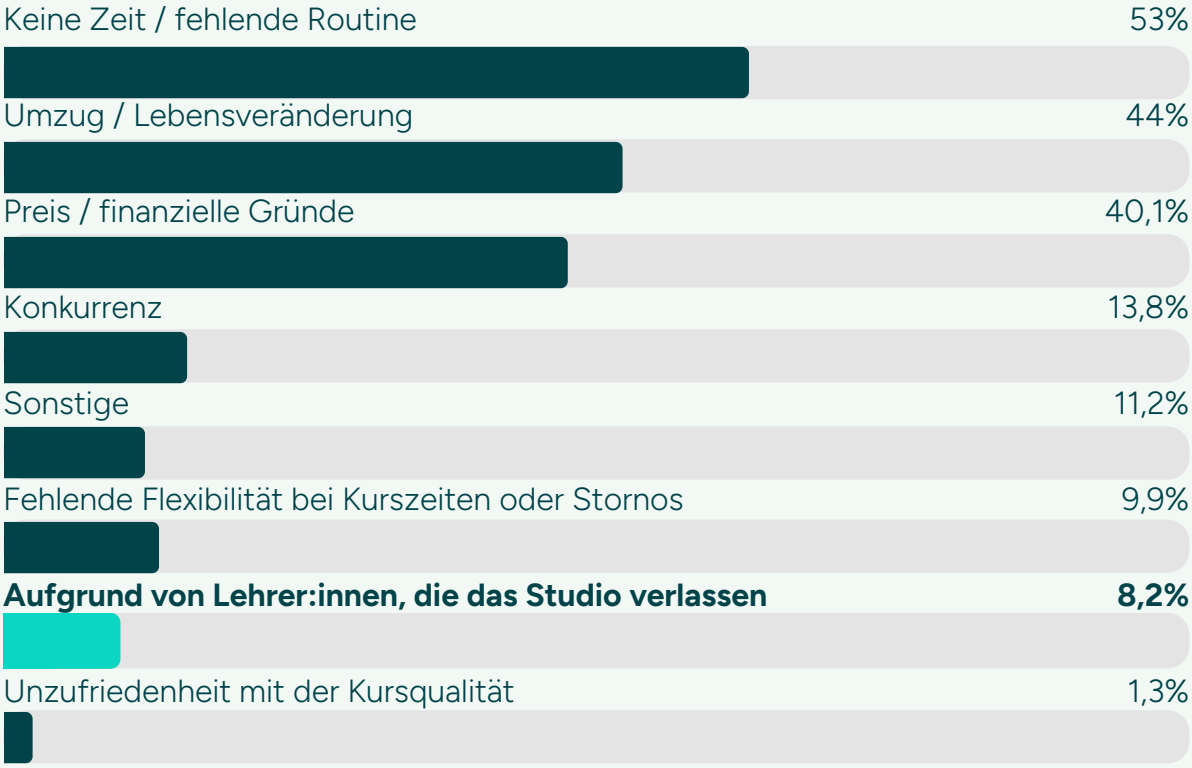
Zwei Perspektiven und eine überraschende Erkenntnis

Du weißt jetzt, welche Voraussetzungen besonders wichtig sind, um Yogi:nis für eine Mitgliedschaft zu begeistern. **Richtig spannend wird es aber erst dann, wenn es darum geht, deine Mitglieder langfristig für dein Studio zu begeistern.** Spoiler: Du wirst nicht immer alle Leute glücklich machen können. Kündigungen gehören zum Alltag als Studiobesitzer:in dazu. Allerdings kannst du die Kündigungen begrenzen, wenn du die Absichten dahinter kennst.

Also, was ist deinen Yogi:nis wichtig, um einem Studio langfristig treu zu bleiben? Und warum glauben Studiobesitzer:innen, dass Leute eine Kündigung einreichen? Wir haben beide Seiten befragt und die Ergebnisse gegenübergestellt. **Ein Punkt sticht dabei besonders hervor.**

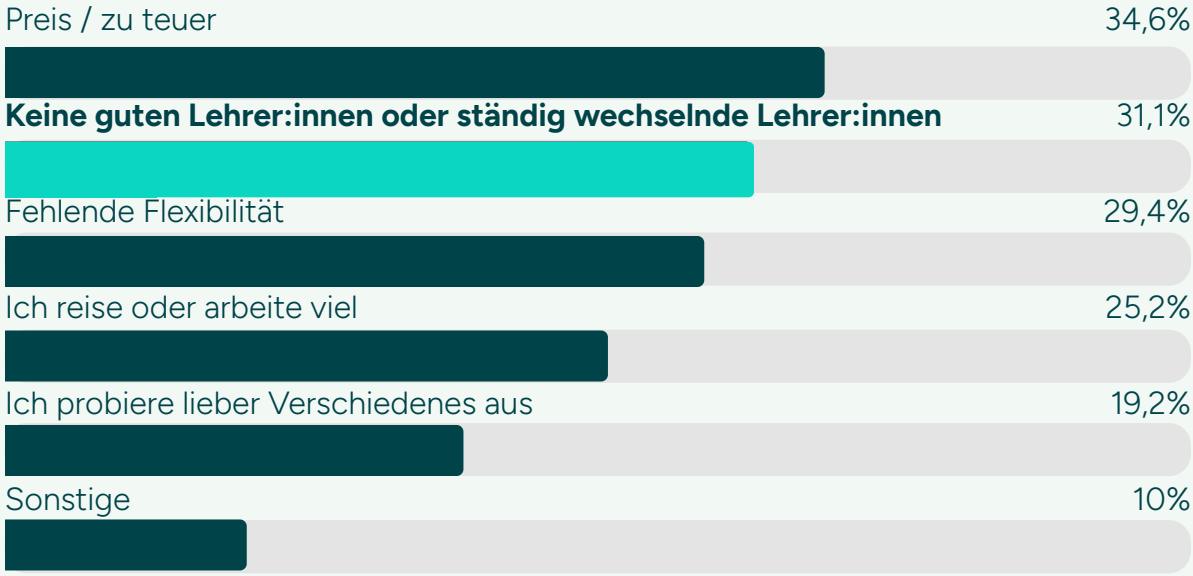
PERSPEKTIVE DER STUDIO-BESITZER:INNEN

Was sind deiner Erfahrung nach die Hauptgründe dafür, dass Kund:innen ihre Mitgliedschaften kündigen?



PERSPEKTIVE DER YOGI:NIS

Was hält dich davon ab, einem Studio langfristig treu zu bleiben?

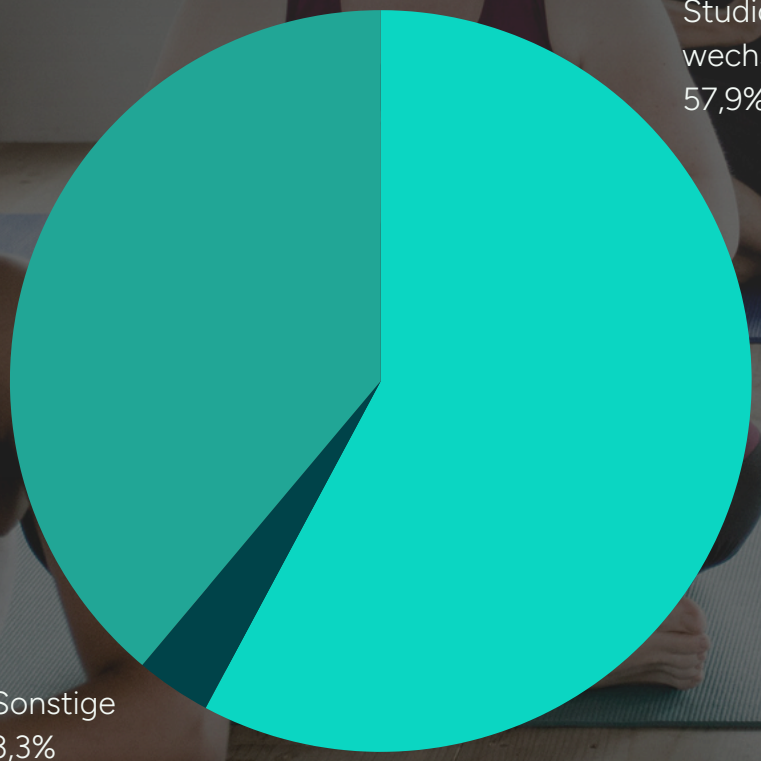


Anm.: Eine Mehrfachauswahl von Antworten war möglich.

Fakt

Die befragten Studiobesitzer:innen vermuten, dass Geld, fehlende Motivation und Zeit die häufigsten Ursachen für Kündigungen sind.
Doch für viele Yogi:nis zählt vor allem die Beziehung zur Lehrperson.
Eine Erkenntnis, die durch folgendes Ergebnis noch einmal bestätigt wird:

Würdest du sagen, dass du eher einem Studio treu bleibst oder eine:m Lehrer:in?



Kümmere dich gut um deine Lehrer:innen!
Sie sind das Herz deines Studios.

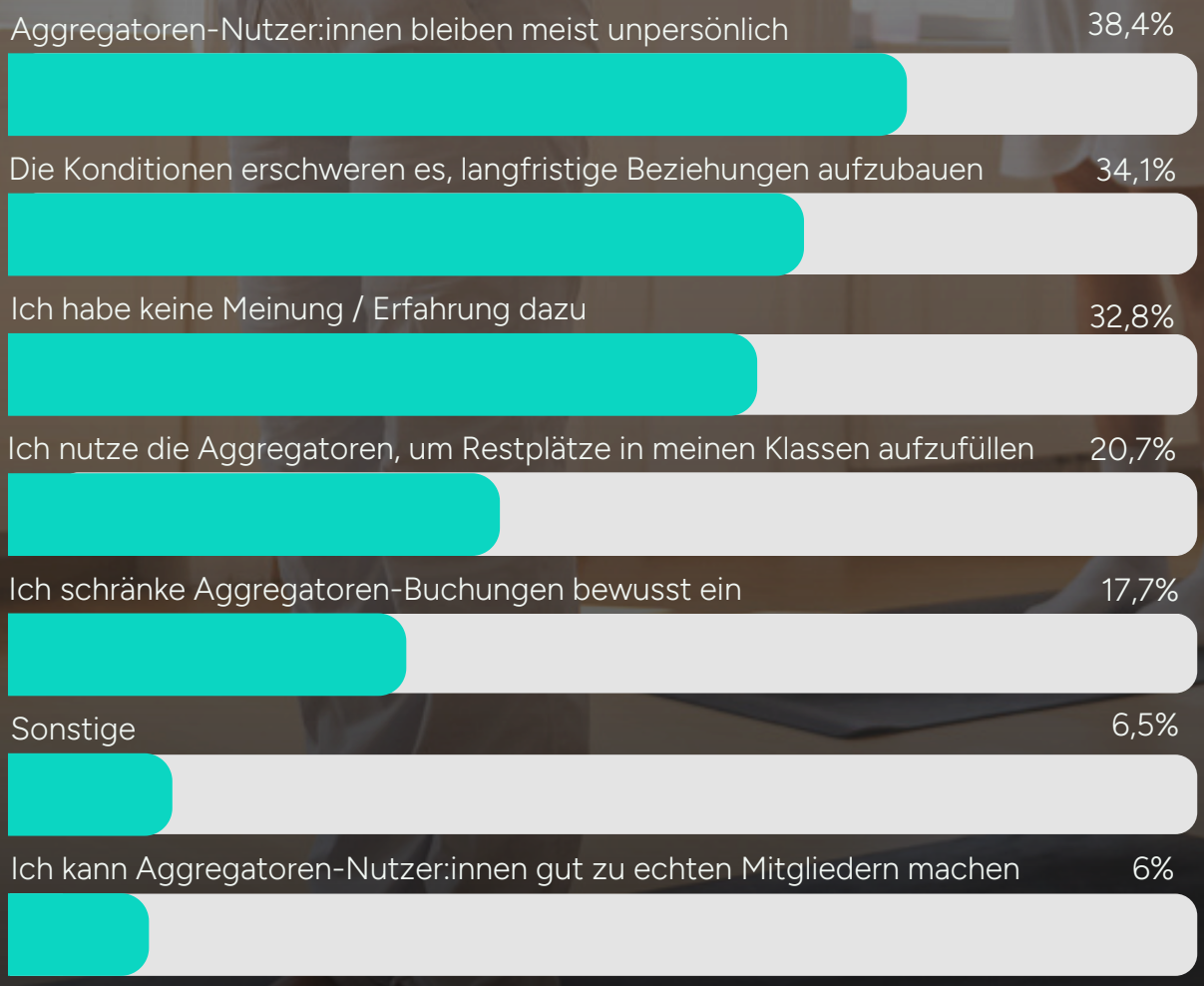
Menschen kommen für Yoga und bleiben wegen der Menschen

ClassPass, Wellpass und Co.

Wie sich Aggregatoren auf dein Studio auswirken

49,6 % der befragten Studiobesitzer:innen geben an, dass sie aktuell mit einem (oder mehreren) Aggregatoren zusammenarbeiten. 46,1 % hingegen noch nie. Nur 4,3 % sagen, dass sie früher einmal mit einem Aggregator zusammengearbeitet haben und aktuell nicht mehr.

Mehr Chancen oder mehr Risiken? Wie stehst du zum Thema Aggregatoren? Darauf wollten wir Antworten und haben Studioleitungen gefragt, wie sich die Aggregatoren auf die Mitgliederbindung in Studios auswirken:



Anm.: Eine Mehrfachauswahl von Antworten war möglich.

Wissen

Apropos Aggregatoren. Wir haben unseren Yogi:nis in der Umfrage den Unterschied zwischen Buchungen über Eversports und Buchungen via Aggregatoren wie bspw. Urban Sports Club erklärt. Anschließend haben wir gefragt, ob ihnen dieser Unterschied vorab bekannt war. **43,2 % sagen, dass das eine neue Information für sie ist. 30 % geben an, dass sie ein ungefähres Wissen darüber haben, aber nicht im Detail. Nur für 26,8 % war es keine neue Information.**

Die Zeit ist knapp

Zwischen Flexibilität und Planungssicherheit

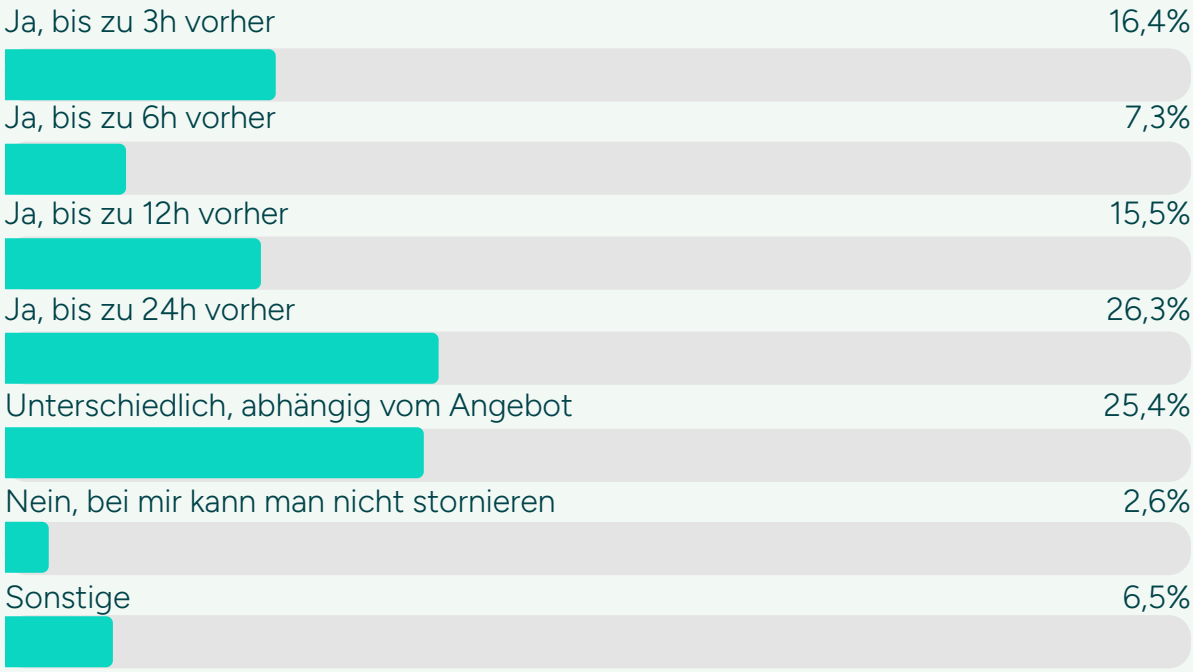
Stornierungen sind für viele Studios ein tägliches Problem.
Kurzfristige Absagen oder No-Shows führen zu leeren Plätzen, entgangenen Einnahmen und mehr Organisationsaufwand.

Gleichzeitig wünschen sich Yogi:nis mehr Flexibilität.
Der Alltag ist oft unplanbar – spontane Termine, lange Arbeitstage oder mentale Tiefs machen verbindliche Buchungen schwierig.

In unserer Umfrage haben wir beide Seiten befragt und die Ergebnisse verglichen. Die Daten zeigen: Die Bedürfnisse der Mitglieder und die Ansprüche von Studiobesitzer:innen passen nicht immer zusammen.

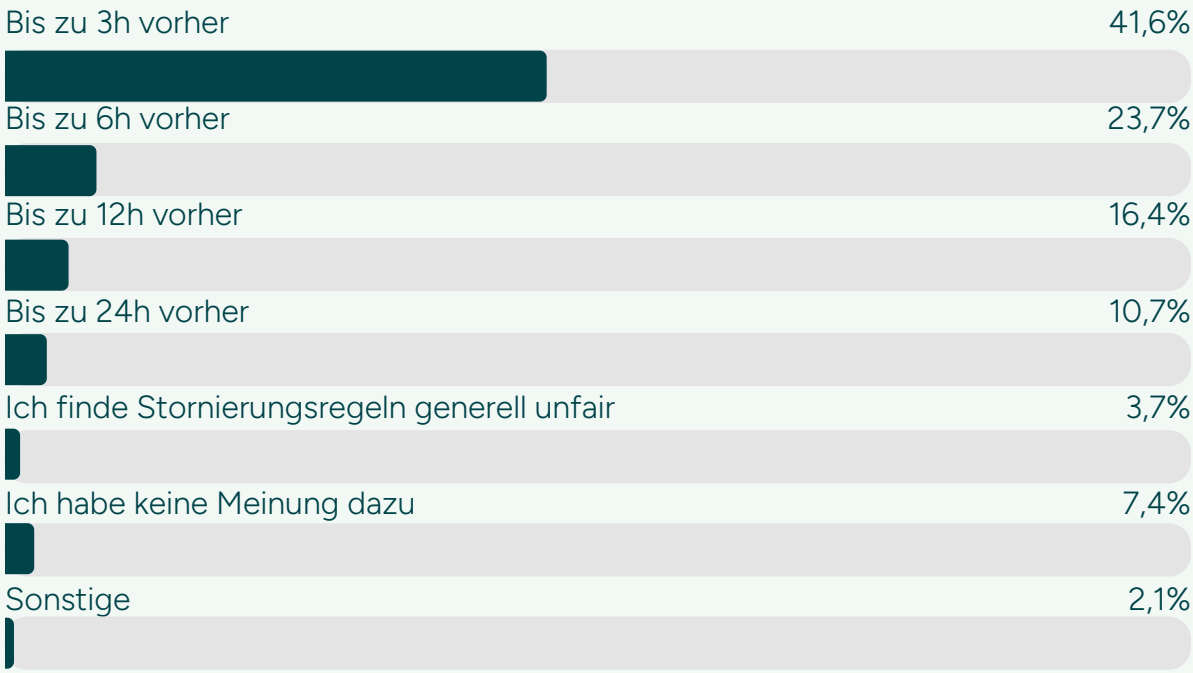
STUDIOBESITZER:INNEN:

Hast du klar definierte Stornierungsregeln für deine Kurse?
Wenn ja, wie viele Stunden vorher kann man bei dir stornieren?



YOGI:NIS:

Wie flexibel sollte man deiner Meinung nach einen Kurs stornieren können?



Wissen

Wir haben Yogi:nis gefragt, wie sie damit umgehen, wenn Studios wenig Flexibilität bei Stornierungen bieten. 47,7 % buchen trotzdem, aber lieber spontan/kurzfristig. 33,7 % geben an, dass es vom jeweiligen Kurs bzw. der/dem Lehrer:in abhängig ist. 23,6 % finden das abschreckend und gehen seltener hin oder suchen sich ein anderes Studio.
Der Rest gibt an, dass es ihnen nicht so wichtig ist.

Wissen

Wir haben tief in unsere Daten geblickt und ein paar spannende Punkte bezüglich Stornierungen bei Eversports Partner Studios im Jahr 2025 entdeckt.

Insgesamt wurden 23,5 % der gebuchten Yogaklassen wieder storniert.

Verglichen zu Yoga sind Stornierungsraten in anderen Sportarten viel höher.

Reformer Pilates = 43,1 %
Pilates = 33 %
Fitness = 28,9 %

Donnerstag war der Tag an dem die meisten Yogaklassen storniert wurden.

Die No-Show-Rate ist jeden Tag der Woche jeweils am Morgen am höchsten. Rund 18 % nehmen ihre Buchung nicht wahr.

Zuhören lohnt sich

Ein ehrlicher Blick von außen

Mit dem Feedback ist es so eine Sache. Manche Menschen geben dir sofort Rückmeldung. Andere kommen jahrelang und sagen nichts. Aber **jede Meinung zählt und jede Meinung ist eine Chance, um dein Studio weiterzuentwickeln.**

Ob direkt nach dem Kurs, über Social Media, E-Mail oder einen kleinen Fragebogen: **Frag nach. Hör zu. Und sag Danke.**

Frage an dich: Wann hast du das letzte Mal aktiv nach Feedback gefragt?

Tipp

Schon ein einfacher Online-Fragebogen mit 3 Fragen reicht:
– Was hat dir heute besonders gefallen?
– Was wünscht du dir, damit du dich noch wohler fühlst?
– Gibt es etwas, das dich überrascht hat – positiv oder negativ?

Nutze Tools wie **Google Forms** oder **Typeform** und versende einen Newsletter an deine Community.

PS: Du kannst einen kleinen Gutschein unter allen Teilnehmer:innen verlosen, um die Motivation für eine Teilnahme zu erhöhen.

Was war deine kreativste oder erfolgreichste Maßnahme zur Kund:innenbindung?

Kostenlose Trainings zum kennenlernen, Sommer Special, günstiges Angebot über die Sommermonate

Geburtstagsangebot

Belohnung für treue Kund*innen (Rabatt auf nächste Blockkarte)

Community Kunstwerk

Bring a Friend 1+1 gratis

Sommerfest

Reduzierte Beträge für die ersten 3 Monate

Community Event

WhatsApp Gruppe für eine spezifische Zielgruppe, um noch nahbarer und zu gewissen Zeiten ansprechbar sein. Direkte Kommunikation bindet aktuell am meisten meine KundInnen.

Meditations Challenge: 1 Woche lang um 6 Uhr morgens 30 min online treffen zum gemeinsamen Meditieren

Dein Studio als dritter Ort

Ein Gefühl von Zuhause

Zum Abschluss möchten wir dich noch einmal an ein Konzept erinnern, das wir bereits im Yoga Report 2025 vorgestellt haben: **Der dritte Ort.**

Wir haben viele positive Rückmeldungen dazu bekommen. Der dritte Ort hat euch begeistert und wir finden, dass **dieses Konzept in 2026 sogar noch relevanter ist.**

Kleine Erinnerung: Was ist der dritte Ort? Wir Menschen verbringen die meiste Zeit unseres Lebens in der Arbeit oder in unserem Zuhause. Das sind die zwei Räume, in denen wir uns meistens bewegen. **Der dritte Ort ist ein Raum, der weder Zuhause noch Arbeitsplatz ist, sondern ein Ort, an dem sich Menschen fallen lassen, ankommen und verbunden fühlen können. Das kann ein Café sein, ein Ort in der Natur oder eben dein Studio!**

Wenn Menschen regelmäßig in dein Studio kommen, geht es längst nicht mehr nur um Bewegung. Es geht um **Atmosphäre, Zugehörigkeit und echte Begegnung**. Dann ist dein Studio ein dritter Ort, ein Platz, an dem Leute frische Energie tanken können.

Und jetzt du!

Überlege, was du dir vom Jahr 2026 erwartest

Was kannst du 2026 anders machen, als in den Jahren davor? Wie kannst du dein Kursangebot erweitern und neue Menschengruppen erreichen? Was möchtest du besser machen?

Nimm dir 5 Minuten Zeit zur Reflexion und überlege dir (mit Hilfe unserer Fragen), was dir wirklich wichtig ist und in welchen Bereichen du dich verändern möchtest.

Du kannst dir einfach ein leeres Blatt Papier nehmen oder die nächste Seite ausdrucken und ausfüllen.

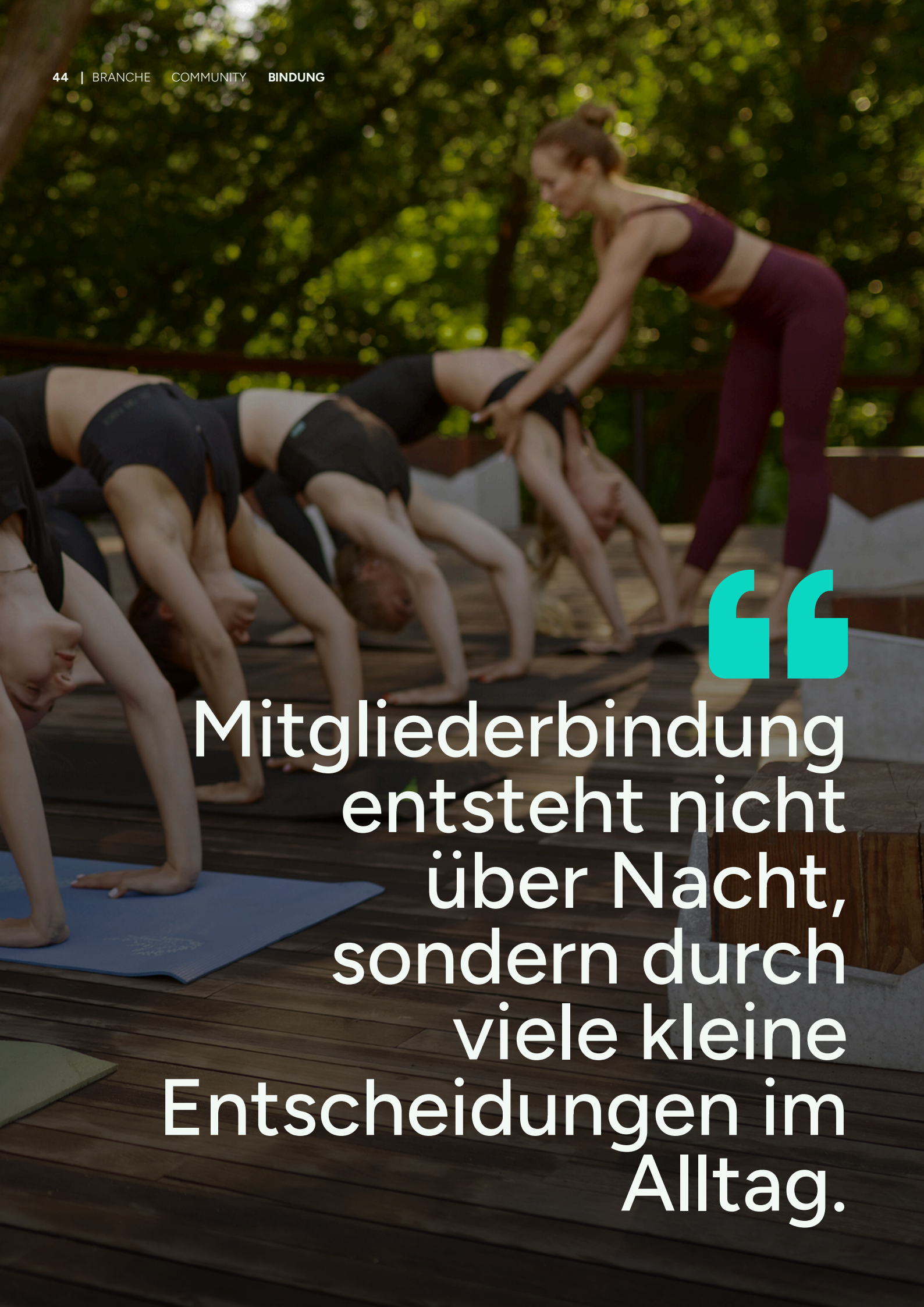
Wie förderst du in deinem Studio Zugehörigkeit und Vertrauen?

Wie kannst du neue Besucher:innen in den ersten Wochen besser begleiten?

Wann und warum könnten neue Kund:innen vielleicht den Anschluss verlieren?

Was kannst du tun, um bestehende Mitglieder stärker einzubinden und wertzuschätzen?

Was möchtest du als Studioleitung in 2026 lernen oder ausprobieren, um einen Ort zu schaffen, an dem (mehr) Menschen gerne bleiben?



> Mitgliederbindung entsteht nicht über Nacht, sondern durch viele kleine Entscheidungen im Alltag.

Gedanken, die wir dir für 2026 mitgeben möchten

Menschen kommen für Yoga und bleiben wegen der Menschen

Die stärkste Jahreszeit ist auch deine größte Chance. Nutze den Winter für echte Bindung.

Social Media ersetzt keine Verbindung, aber kann sie sichtbar machen.

Die Beziehung zum/zur Lehrer:in ist oft entscheidender als du denkst.

Manche Menschen erleben den schönsten Moment des Tages, wenn sie zu dir ins Studio kommen.

eversports

Danke!

Wir freuen uns auf ein gemeinsames 2026

Danke, dass du dir die Zeit genommen hast, diesen Report zu lesen. Wir finden es jedes Jahr erneut spannend zu sehen, wie sich die Branche verändert. Um dir die besten Ergebnisse liefern zu können, werfen wir einen genauen Blick in unsere Datenbank und senden eine Umfrage an alle Studio-Partner:innen sowie Yogi:nis.

Wir möchten allen Partner:innen und Yogi:nis danken, die uns mit Feedback unterstützt und an unserer Umfrage teilgenommen haben. Zusammen können wir am besten wachsen und verstehen, was wirklich zählt. Wir hoffen, dass dir der Report neue Perspektiven aufzeigt und frische Inspiration liefert, die du in deinem Studioalltag nutzen kannst.

Wir lieben Yoga, genauso wie du, und möchten viele dritte Orte unterstützen, die Menschen auffangen und eine Pause vom Alltag ermöglichen. Danke, dass du mit deinem Studio jeden Tag zu einer aktiveren und gesünderen Gesellschaft beiträgst.

Alles Liebe
Denise
Creative Team Lead

Für Feedback und Anmerkungen,
melde dich gerne bei
marketing@eversports.com

Namasté!

Mehr als nur eine Management-Software.

Werde auch Du Teil unserer Community mit über 6.000 Yoga-und Sportanbieter:innen.

- Simple Verwaltung deiner Klassen & Kurse
- Buchbarer Stundenplan für deine Website
- Einfache Online-Bezahlung mit Paypal & Co
- Online-Klassen & Video-on-Demand
- Kostenlose App für deine Kund:innen

Jetzt kostenlose Demo buchen

Der Eversports Manager wird mit 4.8 Sternen bewertet

Capterra 4.8

Software Advice 4.8

GetApp USER REVIEWS 4.8

German Customer Awards – 2025