



Ein Tool für den richtigen
Start in die Vertriebsarbeit:
Für Wellpass ist LinkedIn Sales
Navigator dafür unschlagbar



EGYM WELLPASS

Sitz | München, Deutschland

Beschäftigte | 350

Branche | Fitness / Gesundheit / Technologie



Die Herausforderung

Die richtigen Entscheider:innen erreichen –
schnell und effizient

Wellpass ist eine Marke von EGYM und gilt als einer der führenden Anbieter für betriebliches Gesundheitsmanagement und Firmenfitness in Deutschland. Das Unternehmen mit Hauptsitz in München verfolgt das Ziel, Mitarbeitenden ein vielfältiges und flexibles Angebot an Fitness- und Gesundheitslösungen bereitzustellen. Arbeitgeber können ihren Teams über Wellpass Zugang zu einem breiten Netzwerk an Fitnessstudios, Sportkursen und digitalen Angeboten ermöglichen. Das Firmenprogramm umfasst in Deutschland, Österreich und Frankreich rund 10.000 Firmen.

Mit der Übernahme anderer Unternehmen – darunter im Jahr 2018 das Fitnessstudio-Netzwerk qualitrain, 2022 der französische Firmenfitness-Anbieter Gymlib und 2024 die US-amerikanische Fitness-Plattform Fitreserve – verfolgt Wellpass einen starken Wachstumskurs. „Wir haben in den vergangenen vier Jahren unseren Umsatz verzehnfacht“, sagt Johannes Füß, Senior Vice President bei Wellpass. Um die Reichweite kontinuierlich auszubauen und den Expansionskurs effizient zu gestalten, war klar: „Auch der Vertrieb muss gezielter und datengetriebener arbeiten.“

Wellpass richtet sich in seiner Vertriebsarbeit an Unternehmen unterschiedlichster Größe und Branchen. Ein zentraler Erfolgsfaktor: Die richtigen HR-Profis identifizieren und mit ihnen ins Gespräch kommen. Klassische Vertriebswege wie Telefonakquise funktionieren nicht mehr, weiß Füß: „Spätestens mit dem Zukauf weiterer Unternehmen im Ausland war uns klar, dass wir eine skalierbare Lösung finden müssen, die in verschiedenen Märkten funktioniert.“

Eine weitere Herausforderung sieht Füß auch im technologischen Wandel: „KI-generierte Inhalte lösen Google-Search-Ergebnisse ab. Damit müssen wir uns auf die Plattformen konzentrieren, auf denen unsere Zielgruppe selbst aktiv ist, denen sie vertraut, und auf der relevante Kontaktpunkte erwünscht sind.“





Die Lösung

Gezielte Akquise mit dem LinkedIn Sales Navigator

Wellpass entschied sich 2021 für LinkedIn Sales Navigator; der große Roll-out über die gesamte Sales-Organisation folgte 2024 im Zuge der Internationalisierung. Für Füß ein entscheidender Schritt für mehr Effizienz: „Ich habe jetzt die Möglichkeit, die Teams in allen Ländern über ein Tool zu verwalten.“

LinkedIn Sales Navigator hilft maßgeblich bei der Herausforderung, relevante Entscheider:innen zu identifizieren. Schließlich muss der Vertrieb rund 70 Prozent der Kontakte selbst aufbauen, sagt Füß. „Und da kenne ich kein anderes Tool auf dem Markt, das mir vergleichbare Möglichkeiten bietet.“ Selbstverständlich ist daher bei Wellpass auch jeder Vertriebsmitarbeitende mit einer eigenen Lizenz ausgestattet. „Jeder soll das Tool nutzen und die relevanten Accounts im eigenen CRM-System mit den entsprechenden Informationen anreichern“, erwartet Füß von seinen Teams.

„Mit der Integration von Salesforce und Sales Navigator erreichen wir unsere Top-of-Funnel-Interessenten und bauen so eine robuste Pipeline auf.“



Johannes Füß
Senior Vice President
EGYM Wellpass

Neben der hohen Qualität der LinkedIn-Daten, schätzt Füß, der selbst jahrelang als Vertriebsprofi gearbeitet hat, die unterschiedlichen Funktionen wie die erweiterte Suche, gespeicherte Leads und Accounts. Sein persönlicher Favorit: „Die List-View bleibt unschlagbar, um bei einer Gebietszuteilung mit potenziell 5.000 Accounts und 10.000 Personen, die richtigen Kontakte herauszufiltern.“ Nur so ist aus seiner Sicht eine gezielte und priorisierte Ansprache machbar: „Das spart enorm viel Zeit – und wir können die Gespräche auf einem ganz anderen Niveau starten.“

Durch Onboarding-Maßnahmen, Trainings, personalisierte Learning-Development-Pfade, eine



100 %

der Vertriebsmitarbeitenden bei Wellpass haben Zugang zum Sales Navigator.

80 %

der Vertriebsmitarbeitenden bei Wellpass nutzen den Sales Navigator täglich

30 %

der Leads wurden im vergangenen Jahr mit LinkedIn Sales Navigator generiert und kontaktiert.

interne Content-Plattform, um über alle Neuerungen im Sales-Navigator informiert zu bleiben, und nicht zuletzt durch den Austausch der Kolleg:innen untereinander sorgt Wellpass für eine hohe Akzeptanz und entsprechende Adaptionraten bei seinen Vertriebsteams weltweit.

Für Füß ist klar: „LinkedIn setzt den Startpunkt für eine erfolgreiche Vertriebsarbeit. Die richtige Ansprache und langfristige Pflege der Kontakte ist dann Aufgabe der Vertriebsmitarbeitenden. Und dabei sind genaue Recherche der Zielpersonen und ihrer Herausforderungen durch nichts zu ersetzen.“



Die Ergebnisse

Mehr Relevanz, höhere Effizienz, messbarer Vertriebserfolg

Mit LinkedIn Sales Navigators hat Wellpass spürbare Fortschritte erzielt. Vertriebsteams berichten von einer deutlich höheren Trefferquote, von besser vorbereiteten Gesprächen und einer erhöhten Geschwindigkeit. Füß sagt: „Wir reduzieren Streuverluste und arbeiten effizienter.“

Besonders im internationalen Geschäft macht sich der Einsatz bezahlt. Auch in Märkten außerhalb Deutschlands konnte Wellpass schnell auf die Datenbasis von LinkedIn zurückgreifen und so neue Zielgruppen erschließen.

Das Team hat heute mehr Zeit, sich besser inhaltlich vorzubereiten und so die eigene Kommunikation mit der Kundschaft erheblich zu verbessern. Wichtig bleibt dabei die Beurteilung und auch die Entscheidung des einzelnen Sales-Profis, sagt Füß. „Es geht schließlich immer noch um persönliche Beziehungen zwischen Menschen. LinkedIn Sales Navigator ermöglicht es unseren Mitarbeitenden, ihr Können gezielt einzusetzen.“

Nicht nur für die Vertriebler:innen, auch für Sales-Führungskräfte sieht Füß erhebliche Vorteile: „Wir sind funktional strukturiert, und zwar weltweit. Mit der Verwaltung aller Sales-Teams über ein Tool, lassen sich erhebliche Skaleneffekte erzielen.“ Wellpass setzt deshalb auf ein integriertes Teck-Stack-Deck und nutzt die Schnittstellen von Sales Force und Sales Navigator für eine abgestimmte Vertriebsstrategie: „Ich kann so entlang der Gebietspläne nicht nur das Engagement tracken, sondern auch gezielt Brand Awareness und Thought Leadership aufbauen.“

Und hat Füß noch einen Tipp für Kolleg:innen? Sein Appell: „Nutzt das Tool als das, was es ist: ein Mittel für gute und gezielte Kommunikation. LinkedIn ermöglicht es allen, sich wirklich gut zu informieren und vorzubereiten. Das bedeutet im Umkehrschluss: Steht den Leuten keine Zeit mit massengenerierten und unpassenden Inhalten.“

Das Fazit: Mit dem LinkedIn Sales Navigator hat Wellpass den eigenen Vertrieb konsequent digitalisiert und professionalisiert. Statt breiter Kaltakquise setzt das Unternehmen auf eine datengetriebene, gezielte Ansprache, die sowohl im Heimatmarkt als auch

international funktioniert. Die Vorteile sind klar: weniger Streuverluste, mehr Effizienz und bessere Trefferquoten bei der Ansprache relevanter Entscheider*innen.



Über EGYM Wellpass

Mit Firmenfitness von EGYM Wellpass halten sich Mitarbeitende in mehr als 10.000 hochwertigen Sport- und Gesundheitseinrichtungen in ganz Deutschland und Österreich fit oder trainieren mit unserem stets wachsenden Angebot an Onlinekursen wann und wo sie möchten. Egal ob Fitness, Schwimmen, Yoga, Klettern oder vieles mehr - hier findet jeder sein persönliches Programm! Und das Beste: Arbeitnehmer zahlen nur einen geringen Beitrag, da sich die Arbeitgeber an den Kosten beteiligen und in die Gesundheit der Mitarbeitenden investieren.

„Sales Navigator ist für uns alternativlos. Wir sparen Zeit, sprechen die richtigen Leute an und bauen unser Netzwerk systematisch aus. Damit haben wir die Grundlage geschaffen, unser Wachstum langfristig zu sichern.“



Johannes Füß

Senior Vice President
EGYM Wellpass



Besuchen Sie [linkedin.com/vertrieb](https://www.linkedin.com/vertrieb), um mehr über LinkedIn Sales Solutions zu erfahren.

