



Der deutsche Fitnessmarkt

Studie 2019

Sport Business Gruppe

Vorwort	05
Gesamtmarkt	07
Expertengespräch mit Ralph Scholz	14
Kettenbetriebe	17
Expertengespräch mit Leo Eckstein	26
Europäischer Fitnessmarkt	29
M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt	32
Expertengespräch mit Christophe Collinet	38
Trends und Treiber der Fitnessbranche	41
Anhang	46

Willkommen zur 16. Auflage der Deloitte Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“. Die folgenden Seiten widmen sich der Entwicklung der nationalen Fitnessbranche im Jahr 2018. Hierfür haben wir neben den gewohnten Analysen der wirtschaftlichen Kennzahlen auch Experteninterviews mit Branchenvertretern von THE MIRAI, Meridian Spa & Fitness und Fitness First durchgeführt, die ihre Einschätzung zur Entwicklung ihrer Unternehmen sowie des deutschen Fitnessmarktes insgesamt teilen. Ein thematischer Schwerpunkt der diesjährigen Auflage liegt zudem auf den sogenannten Fitness-Aggregatoren, die sowohl in den Interviews als auch in dem Kapitel zu Trends und Treibern der Fitnessbranche näher beleuchtet werden.

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, Ihnen die 16. Auflage der Deloitte Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“ zu präsentieren, in der wir wie gewohnt die wirtschaftliche Situation und die jüngsten Marktdynamiken der deutschen Fitnessbranche darstellen und kommentieren. Damit soll die Studie auch dieses Jahr interessierten Marktteilnehmern und -beobachtern als hilfreiches Informationsinstrument dienen.

Wie die neuesten Marktdaten zeigen, konnte die deutsche Fitnessbranche auch 2018 ihre positive Entwicklung der vergangenen Jahre fortsetzen und in den wesentlichen Kennzahlen Umsatz, Mitgliedschaften und Anlagen Zuwächse verzeichnen. Mit 11,09 Millionen Mitgliedschaften, 9.343 Fitnessanlagen und einem Gesamtumsatz von 5,33 Milliarden Euro verbuchte die Branche neue Höchstwerte. Damit zeigte sich die deutsche Fitnessbranche im Jahr 2018 stärker denn je.

Auch für die Zukunft scheinen der deutschen Fitnessindustrie weitere Wachstumspotenziale offenzustehen. So ist die Penetrationsquote in Deutschland mit 13,4 Prozent gegenüber skandinavischen Ländern wie Schweden (21,6 %) oder Norwegen (21,4 %) noch verhältnismäßig gering. Um dieses Potenzial zu heben und auch in Zukunft wachsende Mitgliederzahlen zu verzeichnen, gilt es weiterhin für die Branche, Kundenbedürfnisse zu identifizieren und zu bedienen und durch neue Angebote weitere Zielgruppen zu erschließen. Hierbei wird, ähnlich wie in anderen Branchen, insbesondere die Digitalisierung eine immer bedeutendere Rolle einnehmen und das Kundenerlebnis sowie die unternehmensinternen Prozesse verändern. Nichtsdestotrotz sollte auch in Zukunft der Kundenservice bei der Arbeit der Fitnessbetreiber im Vordergrund stehen.

Durch die hohe Anzahl an Trainingsangeboten hat der Kunde heutzutage mehr Alternativen als jemals zuvor. Daher sollte dem Mitglied das begründete Gefühl vermittelt werden, für sein Geld einen fairen Gegenwert zu erhalten. Der Begriff „Value for Money“ steht daher stellvertretend für zwei der wichtigsten Fitnessformate der

vergangenen Jahre: Discountfitness und Mikrostudios. Während auf der einen Seite Betriebe im Niedrigpreissegment Fitness für die breite Masse zugänglicher gemacht haben, belegt der Erfolg von Mikrostudios, dass Fitness sich nicht nur über den Preis definiert, sondern Kunden auch bereit sind, für ein besonderes Fitnesserlebnis mehr zu zahlen.

Ein weiterer aktueller Trend in der Fitnessbranche sind sogenannte Fitness-Aggregatoren. Durch eine große Auswahl an Trainingsmöglichkeiten und Aktivitäten sowie häufig monatlich kündbare Verträge bieten Aggregatoren ihren Kunden ein hohes Maß an sportlicher, räumlicher und zeitlicher Flexibilität. Mit ihrem wachsenden Anbieternetzwerk und einer Vielzahl von M&A-Aktivitäten konnten sie in den vergangenen Jahren verstärkt auf sich aufmerksam machen. Aus diesen Gründen haben wir Aggregatoren als einen Themenschwerpunkt der diesjährigen Studie ausgewählt.

In unseren Experteninterviews geben Branchenvertreter einen Einblick in die Entwicklung und Ausrichtung ihrer Unternehmen und teilen ihre persönliche Einschätzung zur Entwicklung des Fitnessmarktes. Während Ralph Scholz THE MIRAI, das Megaprojekt der McFIT GLOBAL GROUP, vorstellt, gewährt Leo Eckstein, geschäftsführender Gesellschafter von Meridian Spa & Fitness, wertvolle Einblicke in die Herausforderungen eines Premiumanbieters. Darüber hinaus berichtet Christophe Collinet über die Neuausrichtung von Fitness First sowie über die Entwicklung des Aggregators My Fitness Card.

Gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern, dem Arbeitgeberverband deutscher

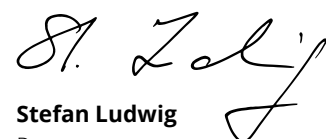
Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV) und der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), möchten wir mit unserer jährlichen Studie zur Erhöhung der Transparenz und zur weiteren Professionalisierung der Branche beitragen. Unser Dank gilt daher den Betreibern der Einzel- und Kettenbetriebe, die uns seit vielen Jahren durch ihre aktive Beantwortung unserer Fragen bei der Erhebung der Daten unterstützen. Ohne diese Beiträge wäre es nicht möglich, diese Studie durchzuführen und einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Nicht zuletzt möchten wir uns bei allen Mitwirkenden bedanken, die diese Studie mit ihrem Know-how und Engagement begleitet haben.

Auch unseren Interviewpartnern gilt selbstverständlich ein besonderes Dankeschön – für ihre Gesprächsbereitschaft und Auskunftsfreude sowie für ihre zahlreichen interessanten Einblicke in aktuelle und zukünftige Entwicklungen ihrer Unternehmen.

Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre mit der 16. Ausgabe der Deloitte Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“.



Karsten Hollasch
Partner
Leiter Consumer Business



Stefan Ludwig
Partner
Leiter Deloitte Sport Business Gruppe

Über Deloitte

Deloitte Sport Business Gruppe

Die Sport Business Gruppe der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Deloitte beschäftigt sich seit mehr als 20 Jahren ausschließlich mit der Beratung und Analyse der nationalen und internationalen Sport- und Fitnessindustrie. Im Rahmen unserer Arbeit greifen wir auf das multidisziplinäre Netzwerk von Deloitte zurück und vereinen Fachwissen der Kernkompetenzen mit der Branchenexpertise der Sport Business Gruppe. Insbesondere der multidisziplinäre Ansatz unseres Teams ermöglicht eine stringente Ausrichtung unserer Arbeit an den verschiedenen Bedürfnissen von Investoren, Fitnessstudioketten, Verbänden und Immobiliengesellschaften.

Um die Transparenz in der Sport- und Fitnessindustrie immer weiter zu erhöhen, veröffentlicht Deloitte regelmäßig Studien zu den aktuellen Entwicklungen der Branche

und kooperiert dabei eng unter anderem mit den Fitnessverbänden Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV) und Deutscher Industrieverband für Fitness und Gesundheit e.V. (DIFG) sowie mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheit (DHfPG). Neben den nationalen Studien veröffentlicht Deloitte als Kooperationspartner des europäischen Fitnessverbandes EuropeActive Publikationen über den europäischen Fitnessmarkt.

Unsere jahrelangen Erfahrungen in der Sportbranche führen zu einem unmittelbaren Projektstartschuss ohne Vorlaufzeit. Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen sowie detaillierte Auskünfte zu durchgeführten Projekten.

Kernkompetenzen

- Wirtschaftsprüfung
- Financial Advisory
- Consulting
- Tax & Legal



Branchenkompetenz: Sport Business Gruppe

- Betriebs- und finanzwirtschaftliche Beratung
- Unterstützung bei IT/digitalen Transformationsprozessen und Geschäftsmodellen
- Beratung und Implementierung von digitalen Marketing- und Commerce-Aktivitäten
- Begleitung bei der Organisationsentwicklung und Veränderungsprozessen
- Beratung bei Unternehmenstransaktionen
- Commercial, Financial, Vendor und Tax Due Diligence
- Businessplanerstellung und -prüfung
- Bewertung von Sport- und Fitnessunternehmen
- Markt- und Standortanalysen
- Benchmarking-Analysen
- Bereitstellung von Branchenwissen
- Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung

Kontakt



Karsten Hollasch
Partner
Leiter Consumer Business
Tel: +49 (0)69 75695 6140
khollasch@deloitte.de



Stefan Ludwig
Partner
Leiter Sport Business Gruppe
Tel: +49 (0)211 8772 4701
sludwig@deloitte.de



Björn Lehmkuhler
Senior Consultant
Sport Business Gruppe
Tel: +49 (0)211 8772 2141
blehmkuehler@deloitte.de

Deloitte.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden, und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk“) erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendjemand im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für rund 286.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.