



## Der deutsche Fitnessmarkt

Studie 2018

Sport Business Gruppe



Vorwort	05
Expertengespräche	07
Gesamtmarkt	23
Kettenbetriebe	34
Europäischer Fitnessmarkt	46
M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt	49
Trends und Treiber der Fitnessbranche	54
Kennzahlen-Übersicht	59
Anhang	62
Über Deloitte	65



# Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, Ihnen die 15. Ausgabe 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 interessierten Marktteilnehmern und -beobachtern einmal mehr als hilfreiches Informationsinstrument dienen.

Die neuesten Marktdaten zeigen, dass die Branche ihr Wachstum der vergangenen Jahre fortsetzen konnte und mit 10,61 Millionen Mitgliedschaften, 8.988 Fitnessanlagen und einem erwirtschafteten Gesamtumsatz von 5,20 Milliarden Euro in allen Kernkennzahlen neue Höchstwerte verzeichnete. Das erneute Marktwachstum unterstreicht, dass die Bedeutung von Fitness und Gesundheit in der deutschen Gesellschaft weiter zunimmt. Dass ein Wertewandel in der Bevölkerung im Hinblick auf einen gesünderen und aktiveren Lebensstil stattgefunden hat, darf zu einem Großteil auch der stationären Fitnessbranche zugeschrieben werden: Mit innovativen Fitnessformaten und einer gestiegenen Zahl an Fitnessanlagen in städtischen und ländlichen Gebieten hat sie die Nachfrage nach dem Produkt „Fitness“ bedient und aktiv mitgestaltet.

Wenn die Branche es weiterhin schafft, Kundenbedürfnisse so gut wie in der Vergangenheit zu bedienen und durch neue Angebote weitere Zielgruppen zu erschließen, dürfte sie auch in den kommenden Jahren neue Wachstumsimpulse verzeichnen. Wie bereits in anderen Branchen wird hierbei insbesondere die Digitalisierung eine bedeutsame Rolle einnehmen und das Kundenerlebnis auch in der Fitnessbranche grundlegend verändern. So erfreuen sich neue Ansätze wie App-basierte Fitnesskonzepte, digital gesteuerte Trainingsgeräte und Cyberfitnesskurse bereits jetzt großer Beliebtheit. Wenngleich Technik an Bedeutung gewinnt, sollte jedoch

auch in Zukunft ein exzellenter Kundenservice stets im Mittelpunkt aller strategischen Entscheidungen stehen.

Ist der Kunde nicht zufrieden mit dem Angebot, hat er heutzutage mehr Trainingsalternativen als jemals zuvor. Das Mitglied muss das Gefühl haben, 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 Studios im Niedrigpreissegment Fitness massentauglich gemacht haben, belegt der Erfolg von Mikrostudios mit speziellen Angeboten, dass Fitness sich nicht nur über den Preis definiert, sondern Kunden bereit sind, Geld für Fitness und Betreuung auszugeben, sofern das Erlebnis stimmt.

Aufgrund der großen Bedeutung von Discountangeboten haben wir in dieser Ausgabe mit zwei Vertretern dieses Segments gesprochen. Während Markus Vancraeynest die aktuellsten Expansionspläne von FitX präsentiert, fasst Moritz Mühleck zusammen, dank welcher Erfolgsfaktoren FIT/ONE ein Wachstum von über 100.000 Mitgliedern innerhalb von drei Jahren erzielen konnte. Darüber hinaus haben wir Stephan Pfitzenmeier zu seiner neuen Aufgabe als CEO von INLINE befragt und Herman Rutgers vom europäischen Fitnessverband EuropeActive ordnet die deutsche Fitnesslandschaft im Kontext des europäischen Fitnessmarktes ein.

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 Unterstützung 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.

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 15. Ausgabe der Deloitte Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“.



**Karsten Hollasch**

Partner Financial Advisory und  
Leiter Consumer Business

# 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 Studi-

en 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
- Steuerberatung
- Risk Advisory



## Branchenkompetenz: Sport Business Gruppe

- Betriebs- und finanzwirtschaftliche Beratung
- Beratung bei Unternehmenstransaktionen
- Commercial, Financial, Vendor und Tax Due Diligence
- Markt- und Standortanalysen
- Benchmarking und Unternehmensbewertung
- Businessplanerstellung und -prüfung
- Machbarkeitsstudien
- Bereitstellung von umfangreichem Branchenwissen
- Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung

# Kontakt



## **Karsten Hollasch**

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



## **Fabian Menzel**

Manager  
Sport Business Gruppe  
Tel: +49 (0)211 8772 4273  
fmenzel@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](http://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 263.900 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.