

EMNID-Marktstudie 2002



Die aktuellen Marktdaten und Trends

● **Die – nach 2001 – in diesem Jahr zum 2. Mal von EMNID im Auftrag von BODYLIFE und VDF nach den gleichen Kriterien durchgeführte Branchenumfrage erbrachte zwischen beiden Jahren gut vergleichbare, repräsentative Ergebnisse. Die wichtigsten Trenddaten, der vom TÜV Rheinland gesponserten Studie, wollen wir hier kurz vorstellen.**

Das vergangene Jahr – überschattet von den Ereignissen des 11. September, geprägt von einem irritierten Euro-Wertegefühl und eingehüllt in ein Rezessionsszenario – hat es auch für die Fitnessbranche in sich gehabt.

Die wirtschaftliche Stagnation hat – erstmals im 1. Halbjahr 2002 – die mehr als zehnjährige Aufwärtsentwicklung unserer eigentlich von einem ungebrochenen Basistrend der allgemeinen Gesundheitsbewegung getragenen Branche zum Stillstand gebracht. Das 1. Quartal war für viele Anlagen, die auf permanent weiter steigende Mitgliederzahlen gesetzt hatten, „ernüchternd bis erschreckend“ so der ehemalige 1. Vorsitzende des VDF, Harald Claussen. Das 2. Quartal war von einer allgemeinen Stagnation gekennzeichnet und erst das 3. Quartal lässt wieder hoffen, dass sich diese „Stagnation auf hohem Niveau“ entgegen dem allgemeinen gesamtwirtschaftlichen Trend in der Fitnessbranche nicht fest-

setzt, sondern dass wir in den nächsten Monaten wieder zu deutlich erkennbaren Steigerungsraten zurückkehren werden. Diese Einschätzung basiert vor allem auch auf dem sich wieder verstärkenden Wellnesstrend.

Zunehmende Investitionsbereitschaft in Wellness & Spa

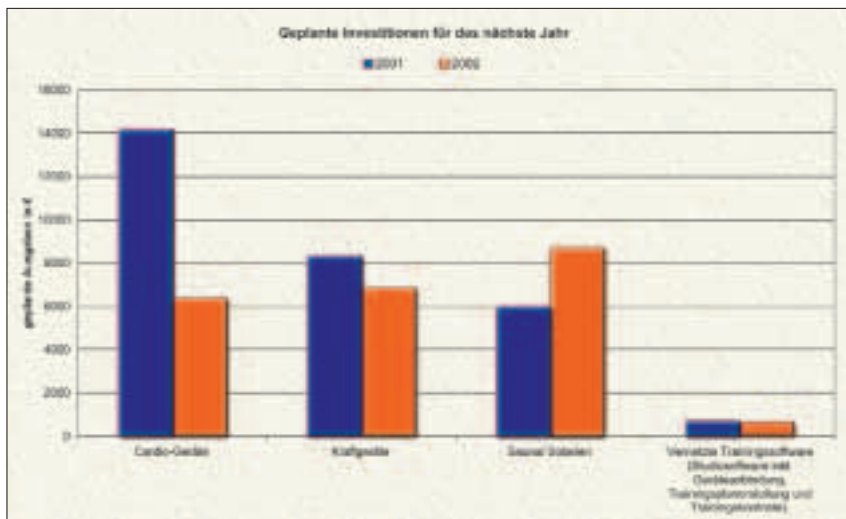
In der aktuellen Emnid-Studie haben sich unterschiedliche Investitionstrends herauskristallisiert: So hat sich zwar die Investitionsbereitschaft für Cardio-Equipment um über 40% reduziert, für Krafttrainingsgeräte dagegen um 11% erhöht, wobei vor allem in den letzten Jahren zurückgestellte Investitionen in Form von Ersatzbedarf nachgeholt wurden. Die in den letzten Jahren vorhandene Bereitschaft, überdurchschnittlich in die sich technologisch schneller fortentwickelnden Cardiogeräte zu investieren, hat sich damit deutlich zu Gunsten der Kraftge-

räte verlagert. Dabei dürfte aber nicht nur allein der nachgeholte Ersatzbedarf eine Rolle spielen, sondern ebenso der sich auch in diesem Bereich allmählich abzeichnende technologische und designbetonte Fortschritt.

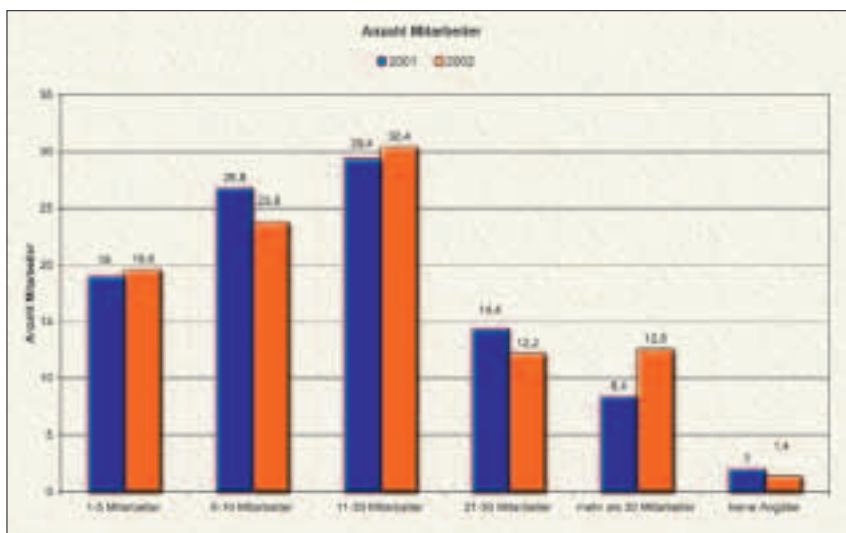
Bei den geplanten Investitionen für das nächste Jahr sind allerdings auch bei den Kraftgeräten Reduzierungen im Vergleich zu 2002 festzustellen. Bei Cardiogeräten plant sogar fast die Hälfte aller Befragten überhaupt keine Investitionen.

Die Investitionsbereitschaft in den Wellnessbereich ist in diesem Jahr in etwa gleich geblieben. Für das nächste Jahr ist jedoch eine starke Steigerung um etwa 45% zu erwarten. Viele Clubbesitzer sind z.Zt. dabei, ihren Club neu und zukunftsorientiert zu positionieren und in Trendbereiche wie Wellness und Spa deutlich mehr zu investieren.

Im Vergleich zum Vorjahr ist auch der Anteil der befragten Fitnessclubs, die mit einer branchenspezifischen



Lediglich im Wellness-Bereich ist mit einer gesteigerten Investitionsbereitschaft zu rechnen.



Besonders die größeren Anlagen können einen deutlichen Mitarbeiter-Zuwachs verzeichnen.

Verwaltungssoftware ausgestattet sind, um 0,8% auf 67,2% gestiegen. Mit 32,6% Anteil arbeitet demnach immer noch ein Drittel der Studios nicht mit einer solchen Software, aber 15,6% planen immerhin entsprechende Investitionen in ihre EDV-Ausstattung.

Bedürfnis Wohlfühlen

Auch bei den verschiedenen Service- und Dienstleistungsangeboten weisen gerade die Wellness-Module wie Wellness allgemein (+ 200%), Massagen (+ 40%), Kosmetik (+ 140%) und Wasser (+ 185%) einen stark überdurchschnittlichen Zuwachs bei den Planungszahlen gegenüber 2002 aus. In diesen Zahlen spiegelt sich der verstärkte Wellness-Trend in Deutschland eindeutig wider. Aus den Befragungen zeigt sich, dass auch der Kunde im Fitnessclub ein immer größeres Bedürf-

nis zum „Wohlfühlen“ äußert. In das Fitnesskonzept der Zukunft gehören Wellness-Module für den Gleichklang von Körper, Seele und Geist mit dazu.

Dabei ist auch bemerkenswert, dass der Anteil der Clubs mit Kinderbetreuung als Serviceleistung von 9,8% in 2001 auf 17,8% in 2002 gestiegen ist. Denn zum „Wellness- oder Wohlfühlangebot“ für die Eltern gehört ebenso, dass sie ihre Kinder gleichzeitig in guten Händen aufgehoben wissen. Außerdem werden die Kinder somit als spätere Mitglieder frühzeitig an den Fitness- & Wellnessclub als zweites Zuhause herangeführt. Trotz Konjunkturflaute ist die durchschnittliche Anzahl der Mitglieder pro Fitnessclub im Jahr 2002 im Vergleich zur Emnid-Studie aus dem letzten Jahr von 675 auf 710 weiter gestiegen. Dies entspricht einem Zuwachs von 5,2%. Auffallend ist, dass der Anteil der Clubs mit über

1.000 Mitgliedern signifikantere Zuwachsraten hat (+ 3,2%) als die mittleren (+ 1,4%) und kleineren (+ 2,6%) Studios. Dies bestätigt den Trend zu immer größeren Anlagen mit umfassenden Dienstleistungs- und Serviceangeboten.

Wachsender Wellnessanteil

Ein deutliches Wachstum der Flächen in den einzelnen Clubsegmenten kann vor allem im Bereich „Wellness“ verzeichnet werden. Stellten die deutschen Clubinhaber im Jahr 2001 ihren Mitgliedern noch durchschnittlich 118,3qm Wellness-Fläche zur Verfügung, so wuchs diese Fläche im Jahr 2002 bereits auf ca. 182qm an, was einem Zuwachs von 53,8% (!) entspricht.

Auch der Kursbereich kann ein beachtliches Wachstum vorweisen. Die Kursflächen pro Club wuchsen im Schnitt um 16,8% zum Vorjahr (11,6%). Der Krafttrainingsbereich stagniert im Vergleich zum Vorjahr, während der Cardioreich um 4,6% zulegen konnte.

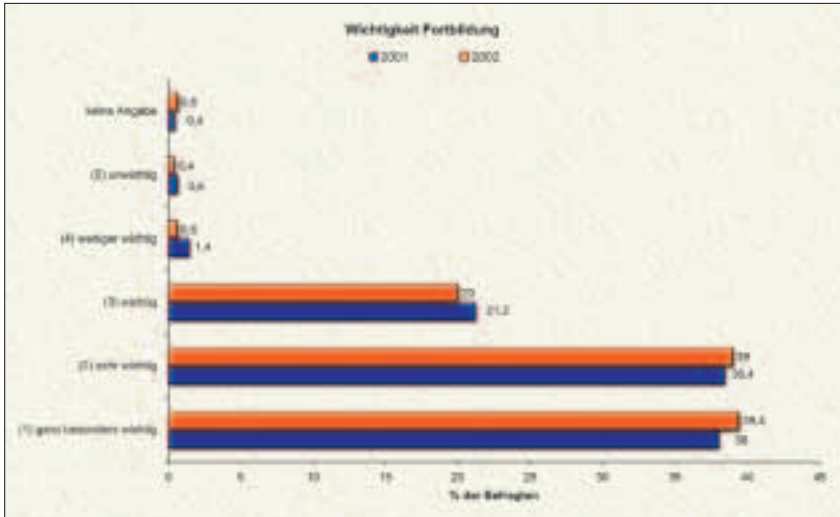
Mehr Festangestellte

Die Anzahl der Auszubildenden insgesamt ist von nicht feststellbar im Jahre 2001 inzwischen auf rund 1.000 gestiegen. Durchschnittlich sind 3,5 Mitarbeiter in den Clubs fest angestellt. Die sich daraus ergebende Steigerungsrate von ca. 10% gegenüber 2001 steht vor allem mit dem Trend zu größeren Anlagen im Zusammenhang.

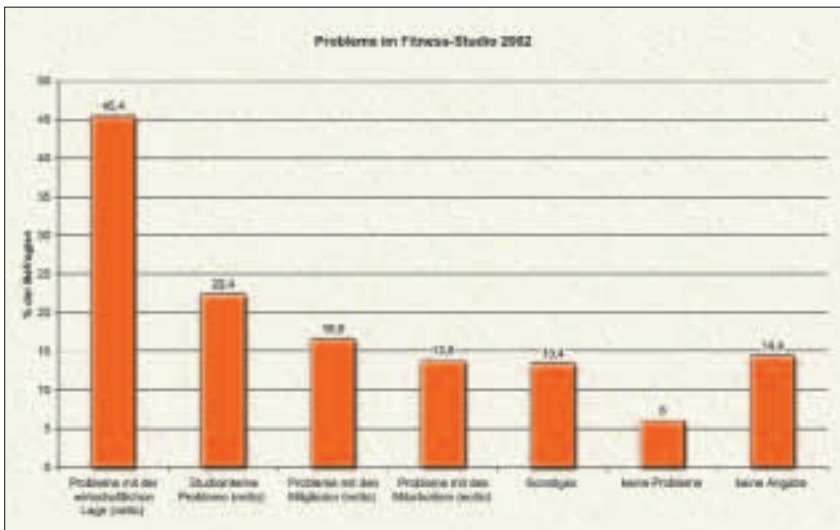
Deutliche Steigerungsraten gab es auch bei festangestellten Studioleitern. Die Anzahl der Clubs mit einem Studioleiter hat sich innerhalb eines Jahres verdoppelt. Auch im Bereich der Kursleiter passen sich die Fitnessclubs dem allgemeinen Trend zu mehr Kursangeboten an und haben deshalb die Anzahl der Kursleiter deutlich erhöht. 83% der Mitarbeiter sind zwischen 19 und 39 Jahre alt, fast die Hälfte zwischen 19 und 29 Jahre.

Qualifizierung für neue Märkte durch Fortbildung

Bei den Aus- und Fortbildungen im Bereich Wellness gab es fast eine Verdoppelung der Fortbildung. Auch die Themen Rückenschule (+ 40%) und Reha/Sporttherapie (+ 175%!) waren sehr gefragt. Beide Ergebnisse unterstützen die These, dass sich hier die Clubs umfassend und qualifiziert auf neue Märkte und gestiegene Anforder-



Gut ausgebildete Mitarbeiter sind immer wichtiger.



Die anhaltende Rezession macht sich auch in den Fitness-Studios bemerkbar.

rungen der Mitglieder vorbereiten. Die Priorität von qualifizierten Mitarbeitern hat sich noch einmal erhöht und 97% aller Befragten bestätigen dies. In den Studios mit weniger als fünf Mitarbeitern wird übrigens deutlich mehr Zeit für Fortbildungen aufgewendet als in den größeren Anlagen.

Wie im Vorjahr wird von mehr als zwei Dritteln der Befragten (67% Clubinhaber, 20% Geschäftsführer, 13% leitende Angestellte) ein anhaltend zunehmender Fitness-Trend vorausgesagt. Insbesondere die großen Fitnessclubs geben sich diesbezüglich sehr optimistisch. Dennoch machte mit 45% fast der Hälfte der befragten Clubbetriebe die eigene wirtschaftliche Lage derzeit zu schaffen. Hinzu kam die gesamtwirtschaftliche Situation sowie der verschärfte Wettbewerb und das ausgeprägte Sommerloch. Auch studiointerne Probleme wurden von ei-

nem Viertel genannt. Hier ganz besonders die fehlenden Expansionsmöglichkeiten.

Bei der Verteilung der Jahresumsätze ist ein klarer Richtungswechsel erkennbar. Die Fitnessclubs in der Größenordnung unter 125.000 Euro und unter 250.000 Euro haben ihren Anteil zu Gunsten der Betriebe zwischen 250.000 Euro und 2,5 Mio Euro reduziert. Diese Aussage bestätigt den Trend zu größeren und umsatzstärkeren Fitnessanlagen. Durch diese Neugewichtung stieg der Durchschnittsumsatz zumindest bei den befragten Unternehmen von 306.720 Euro auf 523.000 Euro. Dieser Zuwachs ist dennoch von seinem extremen Ausmaß her mit Vorsicht zu genießen, da er zudem von den im VDF-Branchenreport erfassten Umsatzergebnissen der Gesamtbranche mit im Schnitt 340.000 Euro deutlich abweicht.

Nordic Indoor Walking

von **KODIN**



Nordic IndoorWalking
 Der neue Erfolgstrend nach Indoor Cycling.
 Fordern Sie kostenlos Informationsmaterial an, und/oder besuchen uns auf der Bodylife 2002, auf der Aktionsfläche und unserem Stand.



Zertifiziert nach ISO 9002

KODIN GmbH
 Heilbronner Str. 112
 74831 Gundelsheim
 Tel.: 06269-420913
 Fax: 06269-420920
 www.kodin.de KODIN.GmbH@t-online.de