

Seit nunmehr fünf Jahren führt das renommierte Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid aus Bielefeld im Auftrag von body LIFE eine repräsentative Umfrage unter Entscheidungsträgern deutscher Fitnessstudios durch. Im Jahr 2005 war die FGL/WHL Leasinggesellschaft Partner dieser Studie. Die Ergebnisse der Befragung liefern Erkenntnisse und Marktdaten, die sowohl für die Studiobetreiber als auch für die Fitnessindustrie wertvoll sind.

Aus der Branche für die Branche

Entwicklungen, Trends und Investitionen

Nicht nur die Erhebung der Daten zur Kundenzufriedenheit und Marktstärke der Fitnessindustrie ist alljährlich Ziel der Studie von TNS Emnid, FGL/WHL und body LIFE.

Schwerpunkte der Befragung deutscher Fitnessstudios durch die Meinungsforscher waren die Ermittlung der Problemfelder der Fitnessbranche, das Aufspüren von Trends für die zukünftige Ausrichtung unserer Kunden und vor allem die Sondierung des aktuellen wirtschaftlichen Klimas in der Fitnessbranche. Die prognostizierte Investitionsbereitschaft der Studiobetreiber gibt zumindest Trends für die wirtschaftliche Großwetterlage der gesamten Fitnessbranche vor – etwa so, wie ein gut aufgelegter DAX, NIKKEI oder DOW JONES für die globalisierte Weltwirtschaft hoffnungsvolle Prognosen erlaubt.

Problemfelder im Fitnessclub

Wo drückt die Betreiber und Entscheidungsträger deutscher Fitnessstudios der Schuh?

Wirtschaftliche Probleme: Bei der Befragung im Jahr 2005 gibt mehr als die Hälfte (58,4%) – in 2003 waren es 56% – der Fitnessclubs an, wirtschaftliche Probleme zu haben. Bei den Clubs mit mehr als 1.000 Mitgliedern sind es sogar etwas über 2/3 der Clubs, die wirtschaftliche Probleme haben.

An erster Stelle dieser Probleme steht die allgemeine wirtschaftliche Lage in Deutschland bei 42,4% (37% in 2003) der Clubs. Auf Platz 2 macht 17,6% der Clubs (11,4% in 2003) die Konkurrenz zu schaffen. Hieraus lässt sich eindeutig folgern, dass die Wettbewerbssituation sich etwas verschärft hat. Die Probleme der Euro-Umstellung sind mehrheitlich überwun-

den, da nur noch 6% der Clubs diese als Grund für ihre wirtschaftlichen Probleme angeben.

Die Finanzierbarkeit durch Banken wird bei 5,6% (4% in 2003) der Clubs als wirkliches Problem genannt. Ein überraschend niedriger Wert, da vielfach von Clubbetreibern die restriktive Kreditvergabepolitik der Banken moniert wird. Rückschlüsse lassen sich wiederholt auf die vorsichtige Investitionspolitik der Fitnessstudios (in Geräte, Renovierung, Personal etc.) ziehen, da die Bereitschaft zu investieren natürlich von der allgemeinen wirtschaftlichen Lage stark beeinflusst wird und eventuelle Liquiditätsreserven geschont werden.

Das berühmte Sommerloch hat seinen Schrecken endgültig verloren und wird nur noch von 4,8% der Betreiber als Problem benannt.

Initiiert von:

body LIFE

FGL
WHL

Unterstützt von:

icw
www.icw.de

lifetime
www.lifetime.messefrankfurt.com

Probleme mit den Mitgliedern: Im Vergleich zu 2003 wird nach wie vor bei ca. 1/3 der Clubs Probleme mit den Mitgliedern kommuniziert.

Die Arbeitslosigkeit der Mitglieder wird von 10,8% der Clubs als Problemfeld angegeben. Diese Zahl mag verwundern, da sie nicht die tatsächliche Entwicklung der deutschen Wirtschaft widerspiegelt. Hier sollten die Clubbetreiber in der Zukunft vielleicht zielgruppenspezifischer Mitgliederakquise betreiben.



Bei der Zahlungsmoral der Mitglieder zeigt sich im Vergleich zu 2003 keine signifikante Veränderung. 9,2% der Clubs kommunizierten die mangelnde Zahlungsbereitschaft als Problem. Die Themen Neukundengewinnung/geringe Mitgliederzahl (bei 7,6% der Clubs) und Kundenbindung (8% der Clubs) spielen hier doch sehr überraschend keine so große Rolle wie in der EMNID-Studie von 2003.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass kleinere Clubs mit dem Thema Arbeitslosigkeit der Mitglieder häufiger Probleme haben (41,5% der Clubs unter 500 Mitgl.) als die größeren Anlagen. Aber auch die Zahlungsmoral und die geringe Mitgliederzahl machen den kleinen Clubs unter 500 Mitgliedern stärker zu schaffen als ihren mitgliederstärkeren Kollegen.

Studiointerne Probleme: Nur noch 19,2% sehen akuten Handlungsbedarf bei internen Problemen wegen zu hoher Steuern (5,6% der Clubs), gestiegener Betriebskosten (4,4% der Clubs) oder Parkplatzproblemen (2,8%) und schlechter Lage des Studios (2%).

Die großen Clubs haben hier, konträr zu den Aussagen in 2003, bei den studio-internen Problemen erheblich mehr Schwierigkeiten (27,7%) als die kleinen Studios.

Probleme mit Mitarbeitern: Die Zeiten, in denen die Clubsangaben, Herausforderungen mit ihren Mitarbeitern zu lösen, sind anscheinend vorbei. Nur noch 8,8% der Clubs gaben an, „Baustellen“ beim Personal zu haben (22,4% in 2003!). Durch gutes Personalmanagement ist es den Betreibern in den vergangenen Jahren gelungen, eine konstantere Betriebsführung zu gewährleisten und möglicherweise auch ihre Qualitätsstandards nach oben zu schrauben.

Die großen Clubs über 1.000 Mitglieder heben sich auch bei dieser Fragestellung positiv von den kleineren Clubs ab, da nur 4,3% Probleme mit dem Personal haben.

Angebotene Dienstleistungen im Fitnessstudio

Der Trend zu Wohlfühl- und Gesundheitsangeboten in deutschen Fitnessanlagen hält an. Die traditionellen Angebote im Fitnessstudio, wie z.B. Kraft- und Cardio-training, haben keine bemerkenswerten Entwicklungen im Vergleich zum Jahr 2003 vollzogen.

Das Kursprogramm mit Aerobic (nur noch bei 58% der Clubs) und Indoor Cycling (bei 18,8% der Clubs) ist der Verlierer des Jahres 2005. In 2003 gaben die Betreiber noch an, in 74% der Clubs Aerobic und in 30,8% der Clubs Indoor Cycling anzubieten. Kampfsportangebote finden sich mittlerweile auch immer seltener in den Clubs. Waren es 2003 noch 16,6% der Anlagen, so sind es in diesem Jahr 8,4%, die ihren Mitgliedern entsprechende Angebote offerieren.

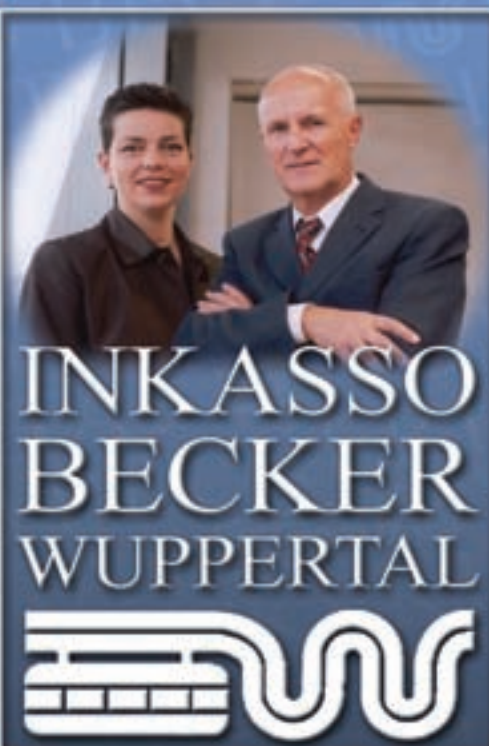
Fitnesskurse (Kurse auf der Trainingsfläche) werden bei den 1.000er Clubs immer beliebter. Immerhin 40,4% (32,5% in 2003) der großen Clubs bieten solche Programme mittlerweile an.

Erstmalig finden sich auch Wellnessangebote (Dampfbäder, Whirlpools, Pools, Erlebnisduschen etc.) im Leistungsspektrum von 6,8% der Anlagen wieder. Gesundheitstrainings- (in 7,2% der Clubs) und Kosmetikdienstleistungen (6,8% der Clubs) haben im Vergleich zu 2003 nicht an Bedeutung gewonnen.

Aktivitäten im Outdoorbereich werden bei den Clubs im Gegensatz zur positiven Entwicklung von 2001 bis 2003 nun nicht mehr so häufig (in 6,8% der Clubs) angeboten.

Abgebaut wurden anscheinend auch die Gastronomieangebote in den Clubs, die nur noch von 73,6% der Clubs (87,2% in 2003) angegeben wurden. Insbesondere die Clubs über 1.000 Mitglieder haben ihre Angebotspalette gestrafft. Nur etwas

GUT BESSER BECKER

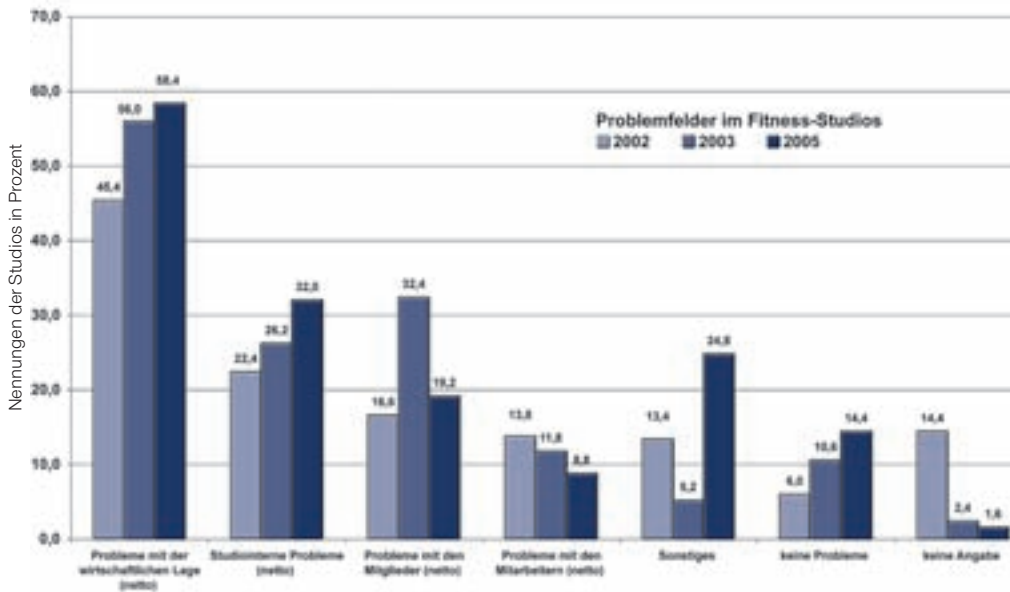


**Wir kaufen Ihre ausstehenden
Forderungen
komplett und problemlos**

**Mehr Sicherheit
Weniger Risiko
Mehr Liquidität
Weniger Verwaltung
Mehr Zeit für sich selbst
Weniger Ärger**

**Bitte fordern Sie unsere
kostenlose Info-Broschüre an !**

Hofaue 46 42103 Wuppertal Postfach 130164
Fon 0202 49371-0 Fax 0202 4937179
inkasso-becker@wtal.de www.inkassobecker.de



über die Hälfte der großen Clubs betätigt sich noch gastronomisch.

Der Abwärtstrend beim Verkauf von Sportbekleidung setzt sich weiter fort. Nur noch 2% der befragten Clubs bieten ein Sportbekleidungsassortiment an. Die Mehrheit kooperiert lieber mit einem Sportartikelhändler.

Trends 2005

An einen zunehmenden Fitnesstrend glauben 50,8% der befragten Clubs. Im Vergleich zum Jahr 2003 sind die Betreiber der mitgliederschwachen (< 500) mit 46,2% und der mitgliederstarken Clubs (> 1.000) mit 48,9% nicht ganz so optimistisch wie ihre Kollegen (> 500 und < 1.000) mit 55,4%. Im Vergleich zum Jahr 2003 hat sich die optimistische Haltung der Fitnessclubs etwas abgeschwächt. Dass der Fitnesstrend gleich bleibt, davon gehen dieses Jahr 38% (28,8% in 2003) der Clubs aus. Einen abnehmenden Fitnesstrend prognostizieren dagegen nur 9,6% (10% in 2003) der Clubs.

Der verhaltener werdende Optimismus vieler Betreiber lässt sich möglicherweise auf die sich verschlechterte gesamtwirtschaftliche Situation in Deutschland und die unsicheren politischen Rahmenbedingungen zur Zeit der Befragung im Spätsommer 2005 zurückführen. Verschiedene Marktforscher prognostizieren der Fitnessbranche zumindest gute Zukunftsperspektiven im „Megamarkt Gesundheit“ für die nächsten Jahren.

Diejenigen Fitnessanbieter, die sich als ganzheitliche Gesundheitsdienstleister einer zunehmend wachsenden, qualitätsbewussten älteren (40+) Kundenschicht

mit individuellen Programmen serviceorientiert präsentieren, werden die Gewinner von morgen sein.

Investitionsvorhaben in 2005

Vergleicht man die Angaben der in 2005 interviewten Clubs mit den Werten von 2003, so kann man feststellen, dass a) die Anzahl der investitionsaktiven Clubs zurückgegangen ist und b) die Höhe der getätigten Investitionen für die einzelnen Bereiche sich jedoch positiv entwickelt hat.

Im Jahr 2005 sind die Ausgaben für den Bereich Saunen/Solarien hervorzuheben, da sie mit 43.283 Euro pro investitionsaktivem Club mehrfach höher sind als die Investitionen in Cardiogeräte mit 11.125 Euro oder Kraftgeräte mit 12.967 Euro.

Die höchste Investitionsbereitschaft hatten im vergangenen Jahr die mittleren Clubs mit 500–1.000 Mitgliedern. Dies bezieht sich zum einen auf die Investitionsaktivität (d.h., ob tatsächlich auch investiert wurde) als auch auf die Ausgabenhöhe für Investitionen in Geräte, Saunen, Software etc.

Im **Cardio-Bereich** stiegen die durchschnittlichen Investitionen pro investitionsaktivem Club (1.836 Clubs = 32,8%) im vergangenen Jahr, im Vergleich zum Jahr 2003, bei Fitnessanlagen von durchschnittlich 7.790 Euro auf 11.125 Euro. Dies bedeutet einen Investitionsanstieg von 42,8%! Weitaus mehr als ihre Kollegen haben mittlere Studios in Cardiogeräte investiert. Hier sind es in 2005 15.425 Euro pro investitionsaktivem Club; ein bemerkenswertes Plus von fast 100% im Vergleich zum Jahr 2003.

Auch die Anbieter von **Krafttrainingsgeräten** können sich dem Trend zur Investitionspassivität bei den Fitnessclubs nicht entziehen. Im Vergleich zum Jahr 2003 sank die Anzahl der Investitionsaktionen bei den Clubs von 31,6% auf nunmehr 26% (= 1.456 Clubs).

Mit einem gewaltigen Plus von 142% bei den Investitionen im Vergleich zum Jahr 2003 landeten die Anbieter von Krafttrainingsgeräten bei durchschnittlich 12.967 Euro Auftragssumme pro investitionsaktivem Club. Die Betreiber von Anlagen mit bis zu 1.000 Mitgliedern und über 1.000 Mitgliedern investierten im Schnitt 15.960 bzw. 16.752 Euro.

Saunen- und Solarienanbieter haben im vergangenen Jahr im Vergleich zu 2003 einen wiederholten Rückgang in puncto Investitionsaktivität zu verzeichnen. Nur noch 19,2% aller Clubs, d.h. 1.075 Clubs, platzieren Aufträge bei Sauna- und Solarienherstellern. Noch einschneidender waren die Veränderungen bei den kleinen Clubs, bei denen nur 12,3% Investitionen in diesem Jahr tätigen werden.

Als weitere logische Entwicklung der „investitionsaktiven Quality Clubs“ in Richtung ganzheitlicher Gesundheitsanbieter können die geradezu dramatisch angestiegenen durchschnittlichen Investitionen in Höhe von 43.283 Euro in Saunen und Solarien pro Club angesehen werden. Auch hier zeigen die mittleren Clubs (bis zu 1.000 Mitgliedern) mit 72.667 Euro Investition die höchste Investitionsbereitschaft.

Auch die **EDV-Branche** spürt die Zurückhaltung der Fitnessanlagen und kann nur noch mit jedem fünften Club ins Geschäft kommen. Pro investitionsaktivem Club (1.120–1.310 Clubs in 2003) wurden hier durchschnittlich 4.470 Euro in Software (3.960 Euro in 2003) investiert.

Investitionstendenzen für 2006

Die Zahl der investitionsaktiven Clubs wird in 2006 laut Angaben der Clubbetreiber vor allem bei den großen Clubs deutlich ansteigen.

In den Cardibereich werden 43,2% der Clubs investieren (32,8% in 2005), in Kraftgeräte 40% der Anlagen (26% in 2005), in Saunen/Solarien 24,4% (19,2% in 2005) und in Software 21,6% der Fitnessanlagen (20% in 2005).

In puncto Investitionshöhe sind die geplanten Ausgaben im Cardibereich mit 11.424 Euro pro Club etwa auf Höhe der 2005er Zahlen. Die großen Clubs werden ihre Ausgaben in Cardiogeräte im Vergleich zum vergangenen Jahr sogar um

fast 50% nach oben fahren. Dies kann eventuell auch mit den neuen Cardiomodellen einiger führender Hersteller begründet werden.

Voraussichtlich etwas weniger wird pro investitionsaktiver Anlage in Kraftgeräte investiert. Hier sollen es im Jahr 2006 durchschnittlich 11.821 Euro werden (12.967 Euro in 2005).

Im Vergleich zu 2005, dem absoluten „Wellness Hardware“-Investitionsjahr, werden in 2006 voraussichtlich „nur“ 11.913 Euro pro investitionsaktivem Club in Neuanschaffung oder Erweiterung von Saunen und Solarien fließen.

In Bezug auf Softwarelösungen lässt sich feststellen, dass die Betreiber mit durchschnittlich 3.638 Euro knapp 20% weniger in 2006 investieren werden als im vergangenen Jahr. Hier planen vor allem die mittleren und großen Clubs deutlich höhere Investitionen als die kleinen Clubs unter 500 Mitglieder.

FAZIT Nicht nur die Aktienmärkte reagieren stark auf die volkswirtschaftliche Stimmung, sondern auch die mittelständischen Betriebe der deutschen Fitnessbranche. Im Zeitraum der Befragung – im Spätsommer 2005 – stand der Machtwechsel in Berlin lange noch nicht fest. Durch den Regierungswechsel macht sich in der Bundesrepublik verhaltener Optimismus breit.

Dieser gesamtwirtschaftliche Trend wird auch vor der Fitnessbranche nicht Halt machen. Die Erwartungen an die große Koalition, die mit dem Versprechen angetreten ist, für wirtschaftlichen Aufschwung und mehr Beschäftigung zu sorgen, sind groß.

Der volkswirtschaftliche Spartrend aus 2005 entlädt sich möglicherweise in 2006, wie von Volkswirten für die deutsche Wirtschaft erwartet. Die von vielen Studios geplante Investitionstätigkeit für das Jahr 2006 könnte sich im Hinblick auf

Know-how...

... zum Bestellen

Sie können die kommentierte Emnid-Studie kaufen: Über unseren Fitness-Media-Shop auf Seite 76 und online unter www.bodylife.com/shop Weitere Informationen zur kommentierten Version finden Sie auch unter www.bodylife.com, Rubrik Service.



die für den 1.1.2007 angekündigte Umsatzsteuererhöhung u.U. noch deutlich ausweiten. Bei Investitionsvolumen jenseits der 10.000-Euro-Marke hat eine dreiprozentige Erhöhung auch bei durchlaufenden Posten durchaus Auswirkungen auf die Liquidität. Diese Vermutung lässt aber leider für 2007 einen umso größeren Rückgang erwarten.

Jörg Hidding

Bilden Sie aus!
Die Allroundkraft für Ihr Fitness-Studio



Betriebliche Ausbildung
Sport- und Gesundheitstrainer/-in (IST) /
Sport- und Fitnesskaufmann/-frau (IHK)

Nächster Start:
April 2006

Vorteile für Ihr Studio:

- ▶ Individuell auf Ihren Betrieb zugeschnittene Ausbildung
- ▶ Keine Berufsschulpflicht für die Auszubildenden
- ▶ Wissensvermittlung durch Studienhefte und Seminare
- ▶ Auszubildende Vollzeit in Ihrem Studio einsetzbar
- ▶ Mehr als 200 zufriedene Ausbildungsstudios
- ▶ Individuelle Betreuung über den gesamten Ausbildungszeitraum

Überzeugen Sie sich selbst!



Bildung, die bewegt

Gestalten Sie Ihre berufliche Zukunft mit uns und fordern Sie unsere kostenlose Broschüre an!
IST-Studieninstitut • Tel. +49 (0)211 78 44 66 - 0 • www.ist.de

Die Online-Jobbörse für Fitness, Wellness, Sport und Tourismus: www.joborama.de

sports and more
Equipment und Dienstleistung



Fordern Sie jetzt unseren aktuellen Katalog an!

Die Adresse für Studioausstattungen, Fitness-, Aerobic und Therapie
Fordern Sie hier Ihren Katalog an!

sports and more
Mutzenbecherweg 25
22529 Hamburg

Tel. 040 69 66 59 22
Fax. 040 69 66 59 21
s.voigt@sports-and-more-online.de

Katalog 2006

