



ECKDATEN 2007

der deutschen Fitnesswirtschaft

Arbeitgeberverband deutscher
Fitness- und Gesundheits-Anlagen





DSSV Deutscher Sportstudio Verband e.V.

Bremer Straße 201b

21073 Hamburg

Fon: 040 / 766 24 00

Fax: 040 / 765 12 23

dssv@dssv.de · www.dssv.de

Impressum

Herausgeber	DSSV Deutscher Sportstudio Verband e.V. Bremer Straße 201b 21073 Hamburg Fon: 040 / 766 24 00 Fax: 040 / 765 12 23 dssv@dssv.de www.dssv.de
Redaktion	Yvonne Kretzschmar Refit Kamberovic Birgit Schwarze PD Dr. Theodor Stemper Sabrina Happe Roland Finke
Grafik & Satz	fitness MANAGEMENT International Dawid Hildebrandt (Satz & Layout) Bogdan Proena (Art Direktion) Julia Stumpf (Grafikbearbeitung)
Preis	CD-Version 99,- EUR CD-Version + Heft 149,- EUR ermäßigt 39,- EUR (für Schüler und Studenten bei Vorlage einer Bescheinigung)

Stand Februar 2008

Inhaltsverzeichnis

1. Fitnessmarkt 2007	7
1.1. Marktentwicklung	8
1.2. Ausbildungsmarkt	14
1.3. Betriebswirtschaft	19
2. Unabhängige Studios	21
2.1. Branchen- und Anlagenentwicklung	21
2.2. Marketing und Angebotspolitik	34
2.3. Beschreibung typischer Anlagen	41
2.4. Arbeitsmarkt	44
2.5. Investition	53
3. Ketten- und Franchise-Studios	57
3.1. Branchen- und Anlagenentwicklung	57
3.2. Marketing und Angebotspolitik	65
3.3. Beschreibung typischer Anlagen	69
3.4. Arbeitsmarkt	74
Ausblick	76
Methodik der Studie	77
Danksagung an die Fördermitglieder des DSSV	80

1. Fitnessmarkt 2007

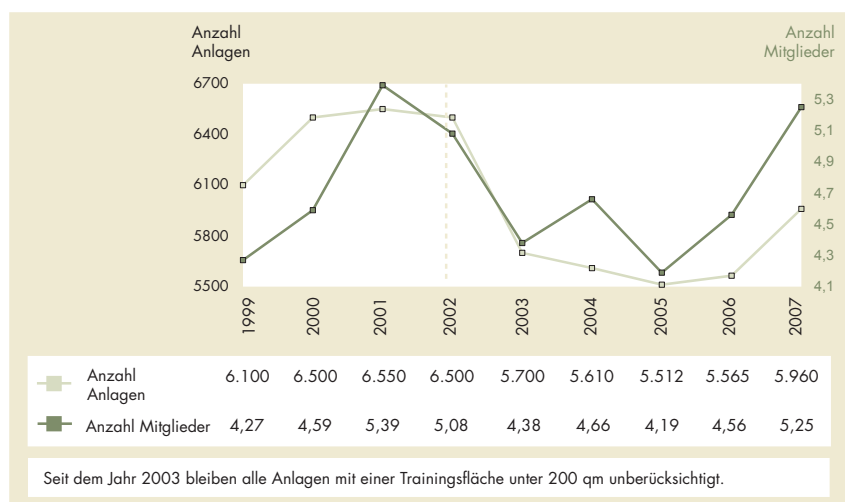


Abb. 1
Anlagen- und Mitgliederentwicklung seit 1999

Seit 1987 erstellt der DSSV e.V. einmal jährlich seine Eckdatenstudie und ermöglicht so allen Interessierten einen Überblick über den deutschen Fitnessmarkt.

Das Jahr 2007 war für die Fitnessbranche sehr erfolgreich. Wie das Jahr 2006 schon erwarten ließ, entwickelte sich die Branche 2007 noch erfolgreicher. Dies lässt sich schon aus einem Anlagenplus von 7,1% erkennen. Im Jahr davor lag der Anstieg lediglich bei knapp einem Prozent. Der Fitnessmarkt umfasst im Jahr 2007 5.960 Studios.

Das Gesundheitsdenken ist in Deutschland sehr ausgeprägt. Für viele Menschen ist Gesundheit eng mit Sport verbunden. Somit ist es auch nicht verwunderlich – mit Einhergehen der besseren Konsumnachfrage – dass mittlerweile 6,4 % der deutschen Bevölkerung sich in einem Fitnessstudio sportlich betätigt. Dies sind 690.000 mehr als noch 2006. Der Großteil des Mitgliederwachstums kam, anders als 2006, mit 580.000 Neumitgliedern den unabhängigen Studios zu Gute.

Die gestiegene Mitgliederzahl impliziert ebenfalls einen Netto-Umsatzanstieg von 2,21 Mrd. Euro auf 2,97 Mrd. Euro. Dies entspricht einem durchschnittlichen Umsatz von 498.000 Euro je Anlage. Jedes Mitglied hat durchschnittlich 565 Euro für seine Fitness ausgegeben.

Zum ersten Mal wurden für das Jahr 2007 die unabhängigen Studios getrennt von den Ketten- und Franchise-Studios betrachtet, um den Markt noch detaillierter darzustellen.

Fitness Market 2007

Since 1987, the DSSV e.V. provides the annually basic data study for the German fitness market. The study gives all interested people the possibility to have a clear overview over market.

The fitness industry flourished in 2007. The year was even more successful as expected in 2006. You can already imagine that by the increasing number of studios. The growth of this number was 7.1 %, again 1 % the year before. The fitness market includes right now 5960 studios.

The basis for this is the very strong health thinking in Germany, which is closely connected with sport. Therefore, it is not very surprising that 6.4% of the Germans are working out in a fitness centre. That is an accretion from 690.000 members compared to 2006. Differently than in the year before, the majority growth of members came mostly from independent studios. Those had a growth of 580.000 members.

The improved consumer demand also contains a net turnover-rose from 2.21 to 2,97 billion euro. This Situation led to an average conversion of 498.00 euro for each fitness club. In that year, each member has spent around 565 euro to be active.

In order to represent the market even more in detail, for the first time the independent studios have been regarded separately from the chain- and the franchise ones.

1.1. Marktentwicklung

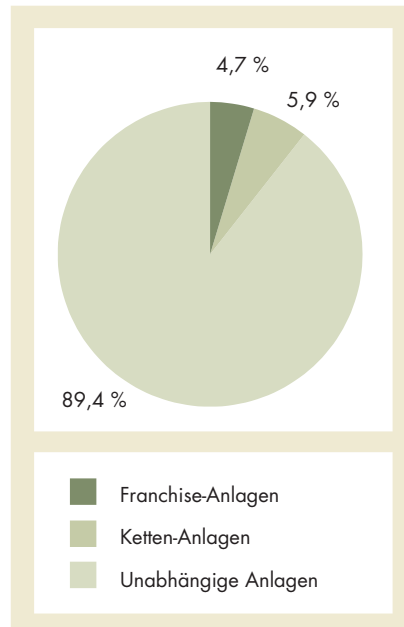


Abb. 2 Anlagenstruktur, Gesamtmarkt

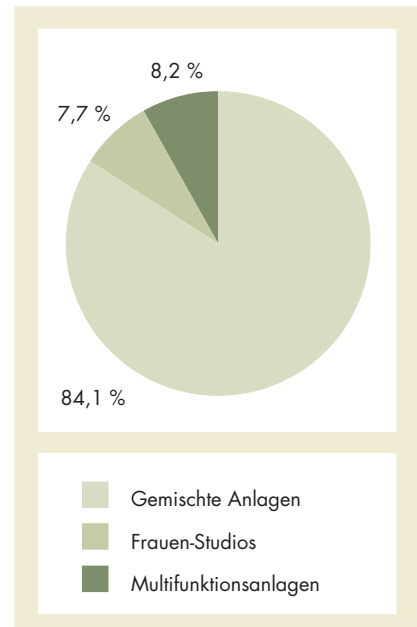


Abb. 3 Anlagenstruktur, unabhängige Anlagen

Der sich wandelnde Fitnessmarkt hat auch, in einem verbesserten wirtschaftlichen Umfeld, vom konjunkturellen Aufschwung in Deutschland profitieren können. Durch angepasste Angebote und veränderte Leistungen haben viele bestehende Studios die Wende zu steigenden Mitgliederzahlen und Umsätzen geschafft. Damit verbunden sind verbesserte Erträge, die zur Rückführung von Verbindlichkeiten der Vergangenheit sowie zu Investitionen führten. Durch die verbesserte Stimmung stieg auch die Zahl der Studiogründer oder – erweiterer. Die gestiegene Zahl der Studios belegt dies deutlich. Parallel zu den voraus gesagten Steigerungen der Ketten-/Franchise-Anlagen um fast 10 %, stieg auch etwas unerwartet die Anzahl der unabhängigen Anlagen um fast 7 % (vgl. Abb. 4). Dies zeigt die Kraft des deutschen Mittelstandes, der aufgrund einer gesunden finanziellen Basis nach wie vor Chancen im deutschen Fitness- und Gesundheitsmarkt sieht.

Damit eng verbunden ist auch der Anstieg der Mitgliederanzahl um 690.000. Dieses Wachstum ruht verstärkt auf dem Wachstum der unabhängigen Anlagen. Dies ist auch begründet in den zurückliegenden Jahren, welche eine Marktberreinigung bei diesen Anlagen bewirkte. Die Anlagen, welche die Herausforderungen der letzten Jahre meisterten, erscheinen zusammen mit den neu gegründeten gestärkt aus dieser Zeit hervorzugehen (vgl. Abb. 5).

Marktanteil unabhängiger Anlagen nahezu konstant

Der Anteil der Ketten- und Franchise-Anlagen an der Gesamtanzahl hat sich im letzten Jahr nicht signifikant verändert. Nach wie vor gibt es in Deutschland 89,4 % unabhängige Anlagen. Besonders bemerkenswert ist hierbei, wenn man diese Zahlen mit denen unserer europäischen Nachbarn vergleicht (vgl. Abb. 2).

Dieser große Anteil an unabhängigen Studios ist ein Markenzeichen des deutschen Marktes und birgt sowohl Risiken wie auch Chancen für Studiobesitzer und Kunden.

Ein weiterer Trend von 2006 hat sich auch im letzten Jahr fortgesetzt. Der Anteil an Multifunktionsanlagen hat sich weiter erhöht. Er beträgt jetzt 8,2 % (vgl. Abb. 3). Im Gegensatz dazu ging der Anteil der Frauen-Studios auf 7,7 % zurück.

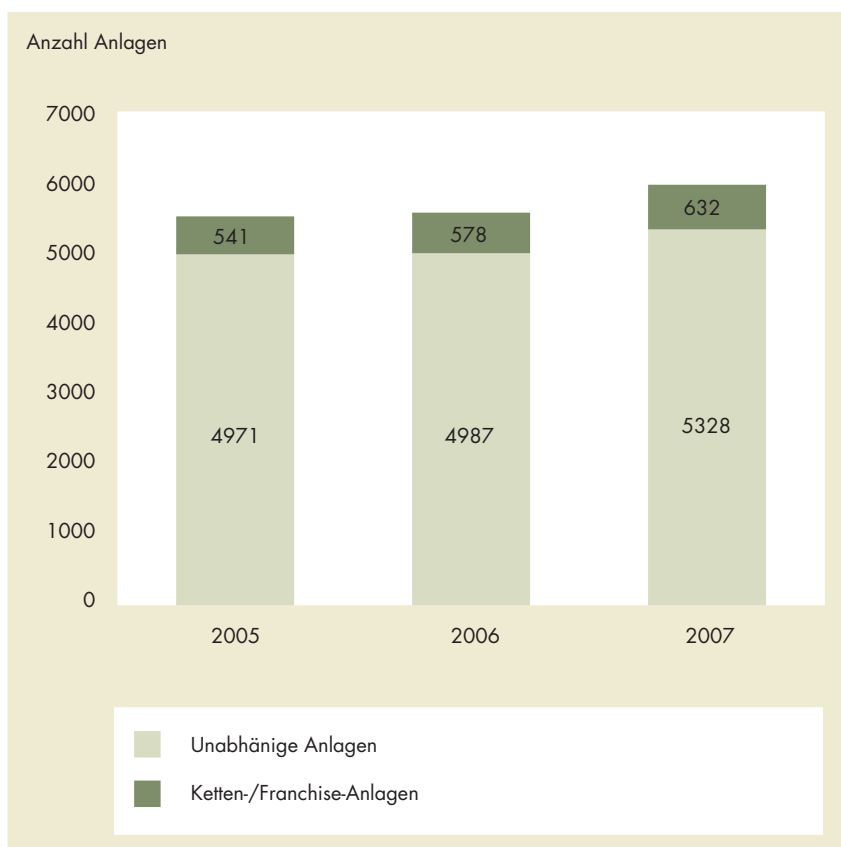


Abb. 4
Anzahl Unabhängige vs.
Ketten-/Franchise-Anlagen

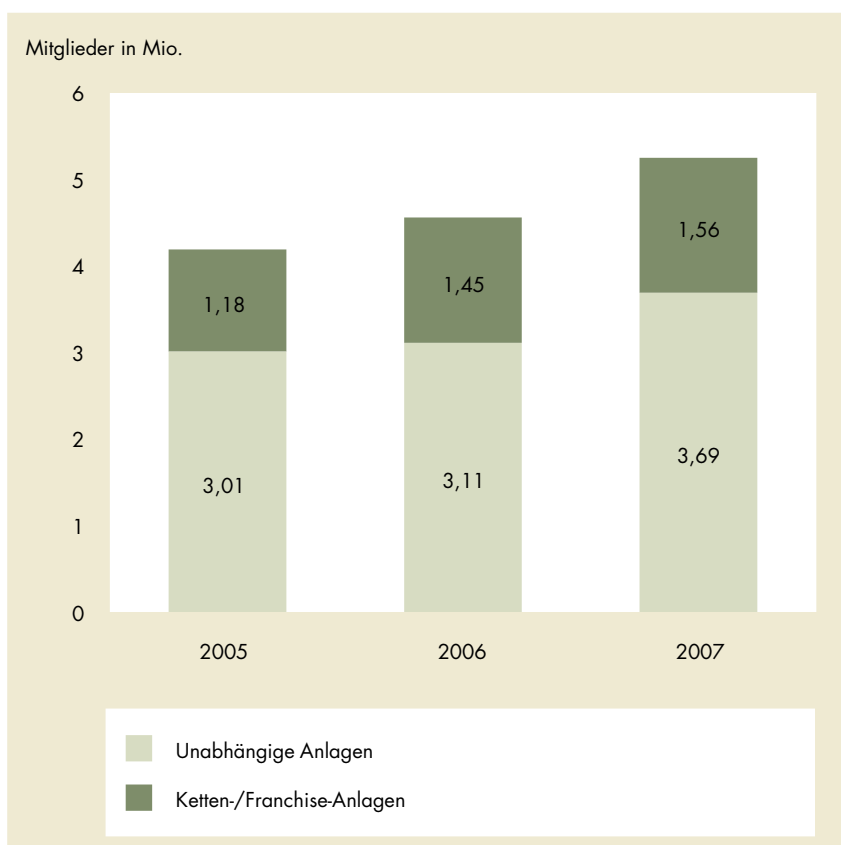


Abb. 5
Mitgliederzahlen Unabhängige
vs. Ketten-/Franchise-Anlagen

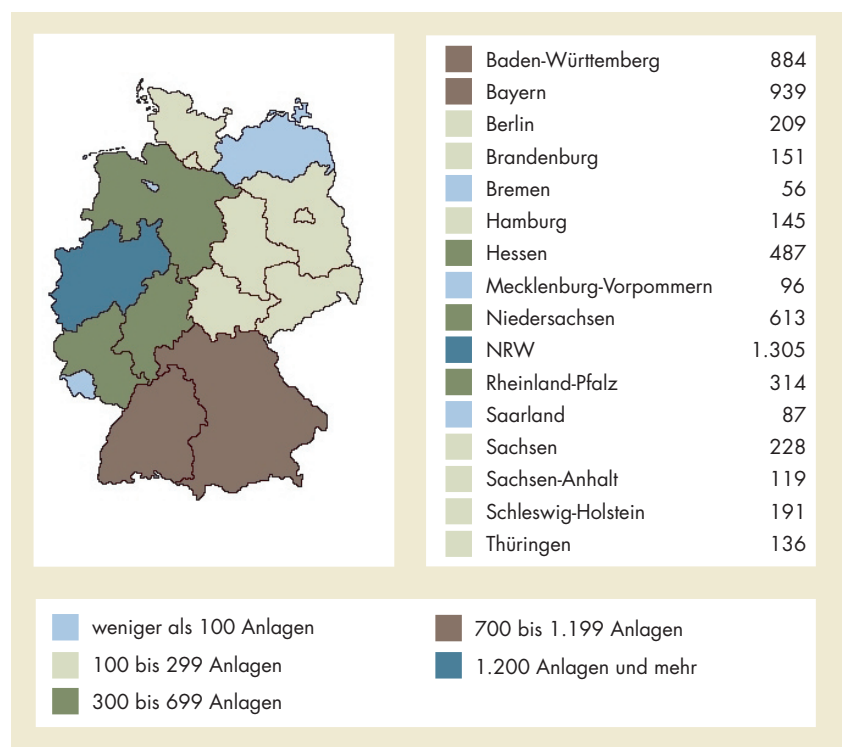


Abb. 6 Entwicklung des durchschnittlichen Kundenalters seit 2003

Entwicklung des Kunden-Durchschnittsalters seit 2003

Eine Veränderung des Durchschnittsalters der Kunden ist bei den Gemischten und Multifunktionsanlagen kaum messbar. Im Gegensatz dazu ist das Durchschnittsalter der Mitgliederinnen in Frauen-Studios nach einer starken Erhöhung von 2005 (37,9) zu 2006 (40,6), wieder auf 37,4 gesunken. Es ist zu vermuten, dass sich aufgrund der angespannten Wirtschaftslage in 2006 viele Studiobetreiber zu Aktionen mit günstigen Angeboten oder/und reduzierten Tarifen haben hinreißen lassen, auf die jüngere Frauen eher ansprechen, als ältere. Da die in Ketten organisierten Frauenstudios ebenfalls eine aggressivere Marketingstrategie verfolgen, könnte auch dies ein Grund hierfür sein. Es bleibt abzuwarten, wie sich diese Entwicklung in 2008 fortsetzen wird (vgl. Abb. 6).

Abb. 7
Anlagenzahl nach Bundesland



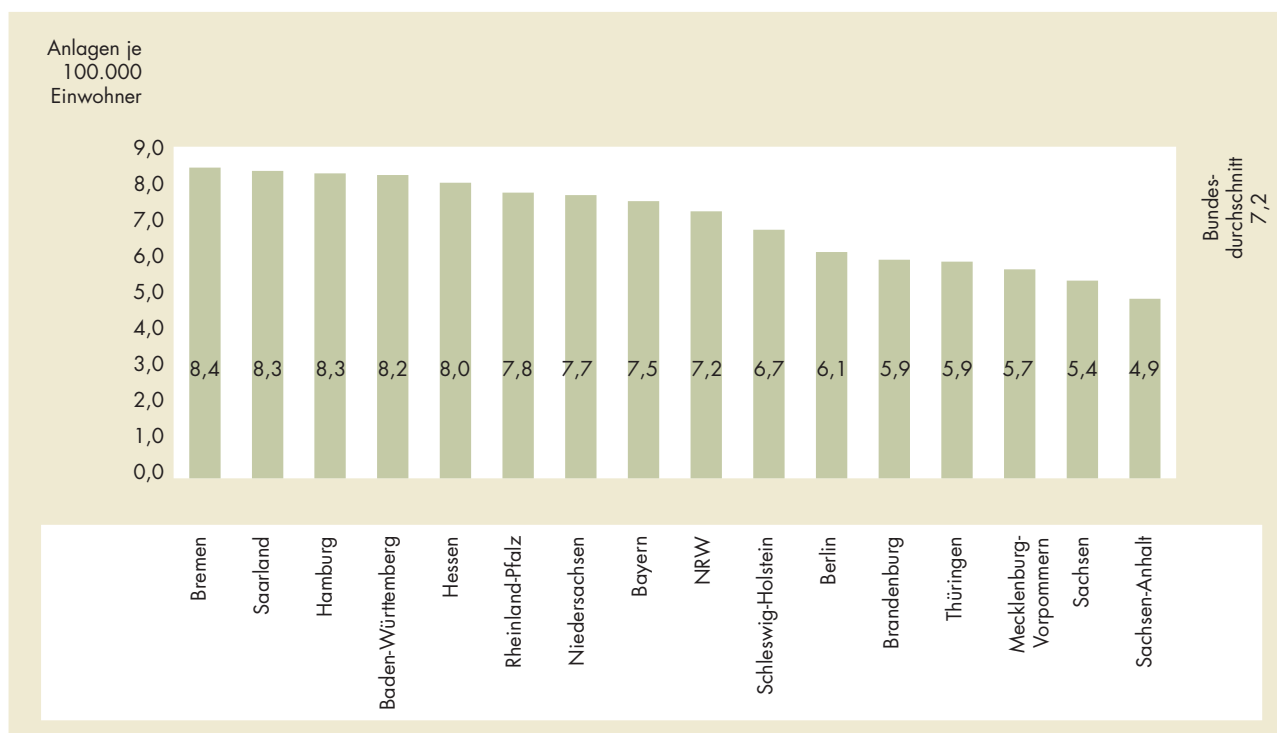


Abb. 8 Studiodichte: Anlagenzahl je 100.000 Einwohner nach Bundesland



Abb. 9 Mittlere prozentuale Abweichung der Studiodichte (Anlagen je 100.000 Einwohner) in den ostdeutschen Bundesländern

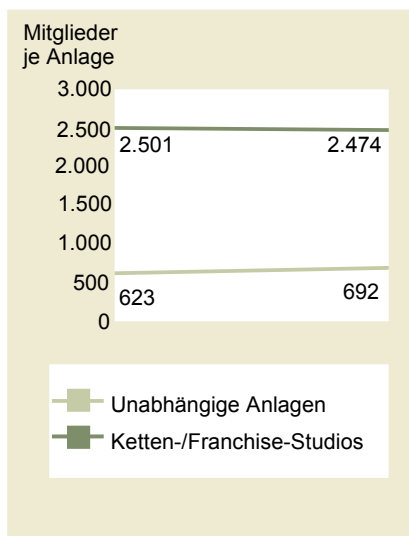


Abb. 10 Mitglieder je Anlage

Die Zunahme der Anlagen in Deutschland hat sich nicht überall im Bundesgebiet gleichmäßig verteilt, wenn auch alle Bundesländer am Wachstum teilhaben konnten.

Im Jahre 2007 stieg besonders die Anzahl der Studios im Saarland um bemerkenswerte 19,2 %. Das Wachstum in den ostdeutschen Bundesländern setzte sich ebenfalls fort: In Thüringen um 12,4 %, in Mecklenburg-Vorpommern um 11,6 % und in Brandenburg um 9,4 %. Bayern ist neben dem Saarland das einzige westdeutsche Bundesland, welches zweistellige Zuwachsraten verzeichnen konnte.

In der Liste der Bundesländer mit den meisten Anlagen liegen weiter die großen Bundesländer NRW (1.305), Bayern (939) und Baden-Württemberg (884) vorne (vgl. Abb. 7).

Die mit Abstand geringste Zunahme verzeichnete in 2007 Hamburg mit 2,1 %.

Dies ist bei einer Anlagenzahl je 100.000 Einwohnern von über 8 Anlagen nicht verwunderlich. Im Bundesdurchschnitt hat sich diese Zahl von 6,7 Anlagen in 2005, über 6,8 Anlagen in 2006 auf aktuelle 7,2 in 2007 erhöht (vgl. Abb. 8).

Die ostdeutschen Bundesländer holen weiter auf

Auch fast 20 Jahre nach der Wiedervereinigung liegt die Anlagendichte in den östlichen Bundesländern noch unter dem Bundesdurchschnitt. Der Trend der letzten Jahre setzte sich wiederum fort und führte zu einer Studiodichte von 20,3 % unter derjenigen in den westdeutschen Ländern (vgl. Abb.9).

Die Tendenz zum Ausgleich der Länderergebnisse an den Bundesdurchschnitt ist hier klar zu erkennen.

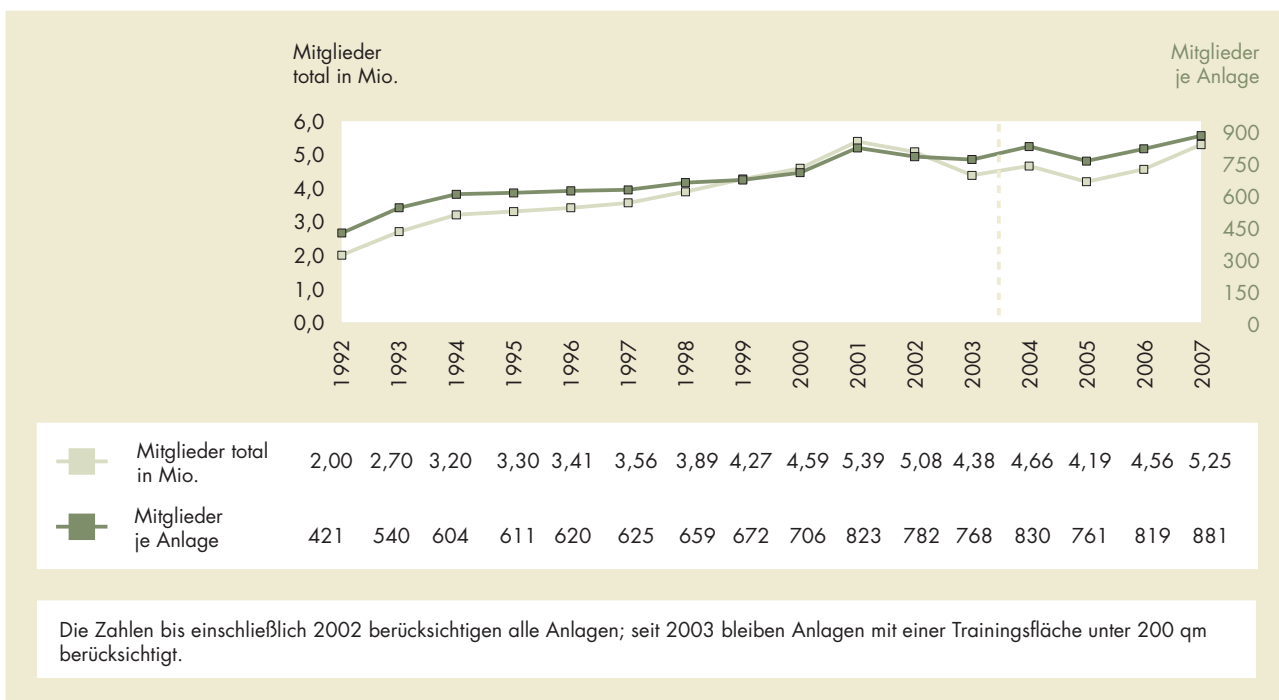


Abb. 11 Mitgliederentwicklung im Zeitverlauf

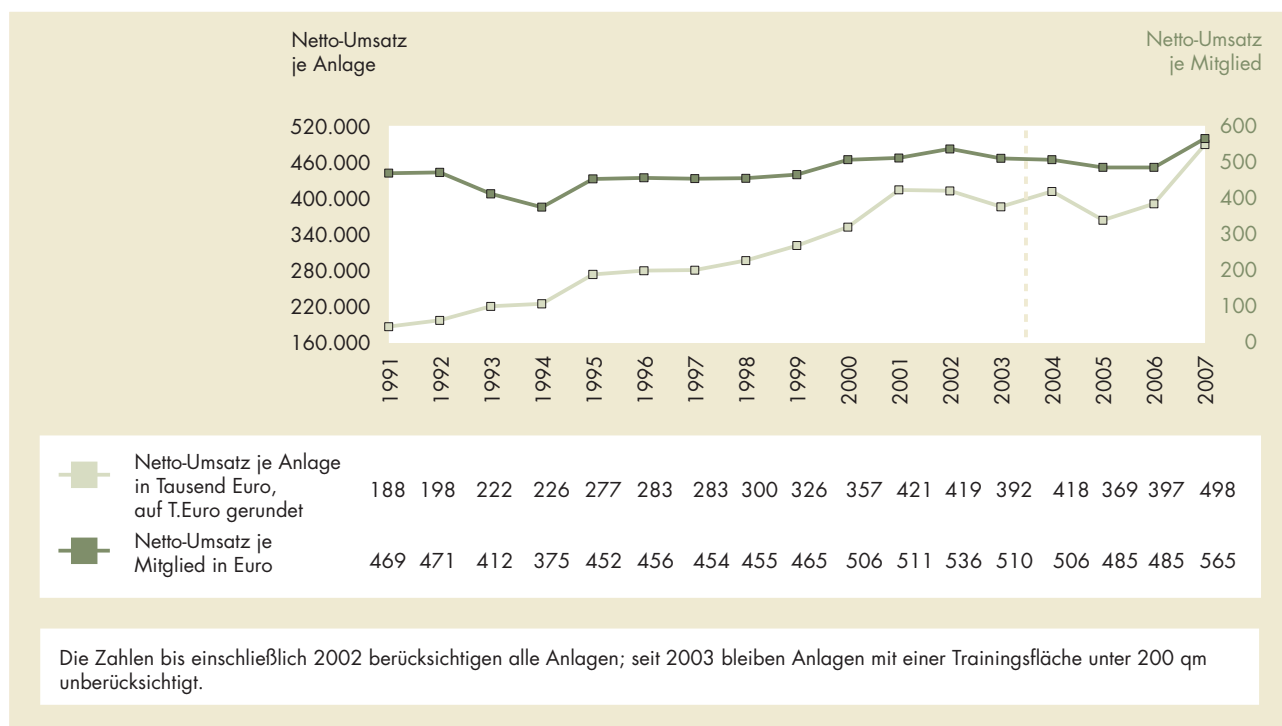


Abb. 12 Umsatzentwicklung im Zeitverlauf

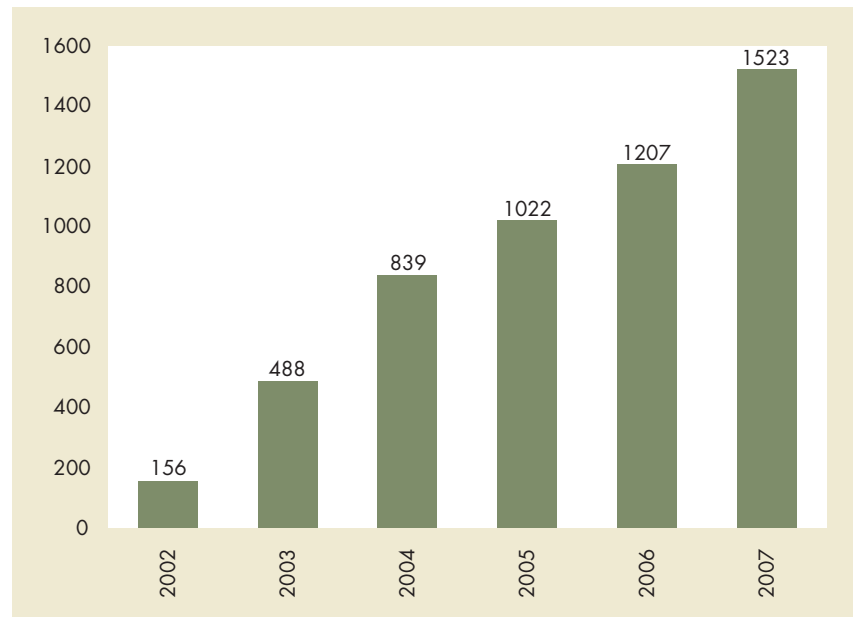
Nach dem Rückgang der Mitgliederzahl je Studio und Mitglieder total im Jahre 2005, erlebten die Anlagen im Jahre 2006 die Trendwende. Diese hat sich erfreulicherweise im Jahre 2007 fortgesetzt. Mit 881 Mitgliedern je Anlage hat dieser Wert einen Höchststand erreicht und wurde im Gegensatz zu 1992 mehr als verdoppelt. Die Gesamtzahl der Mitglieder stieg in 2007 um 0,69 Mio. auf 5,25 Mio. Dies ist nach 2001 der größte Wert (vgl. Abb.11).

Lag der Anstieg mit 69 Mitgliedern (11,1%) bei den Unabhängigen Anlagen über den Erwartungen, mussten die Ketten- und Franchise-Studios einen Verlust von durchschnittlich 27 Mitgliedern (-1,1%) verzeichnen (vgl. Abb. 10).

Der Nettoumsatz je Anlage und je Mitglied entwickelte sich ebenfalls positiv. Beide Werte erreichten im Jahre 2007 somit ihren Höchststand (vgl. Abb. 12).

1.2. Ausbildungsmarkt

Abb. 13
Anzahl der Studierenden
an der BSA-Privaten
Berufsakademie



Bachelor Studiengänge im Zukunftsmarkt sehr gefragt.

Seit 2002 ist in der Fitness- und Gesundheitsbranche auch ein Studium auf Hochschulniveau möglich. Die BSA-Private Berufsakademie (www.bsa-ba.com) bietet Europaweit anerkannte Bachelor-Studiengänge in den Bereichen „Fitnessökonomie“, „Fitnesstraining“, „Gesundheitsmanagement“ und „Ernährungsberatung“ an. Sie ist eine staatlich anerkannte Berufsakademie in privater Trägerschaft. Das duale Studiensystem ist eine Kombination aus betrieblicher Ausbildung und Fernstudium mit kompakten Präsenzphasen an Studienzentren in Deutschland (bundesweit), Österreich und der Schweiz. Dieses Modell bringt nicht nur Vorteile für die Absolventen, die bereits während des Studiums schon wichtige Praxiserfahrungen sammeln und neben der Arbeit im Betrieb ein wissenschaftliches Studium absolvieren. Die Betriebe profitieren z.B. davon, dass sie ihre eigenen Fach- und Führungskräfte ausbilden, die im Unternehmen aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse aus ihrem Studium einbringen.

Dass dieses Studiensystem von der Branche sehr gut angenommen wurde zeigen die Zahlen: Startete der erste Studiengang im Jahr 2002 noch mit 156 Teilnehmern, wurde im Laufe des Jahres 2005 das erste Mal die Grenze von 1.000 Studierenden überschritten. Im Jahr 2007 – also nur 5 Jahre nach dem Start der Studiengänge – studierten mehr als 1.500 Studierende in über 1.300 Ausbildungsbetrieben an der BSA-Privaten Berufsakademie.

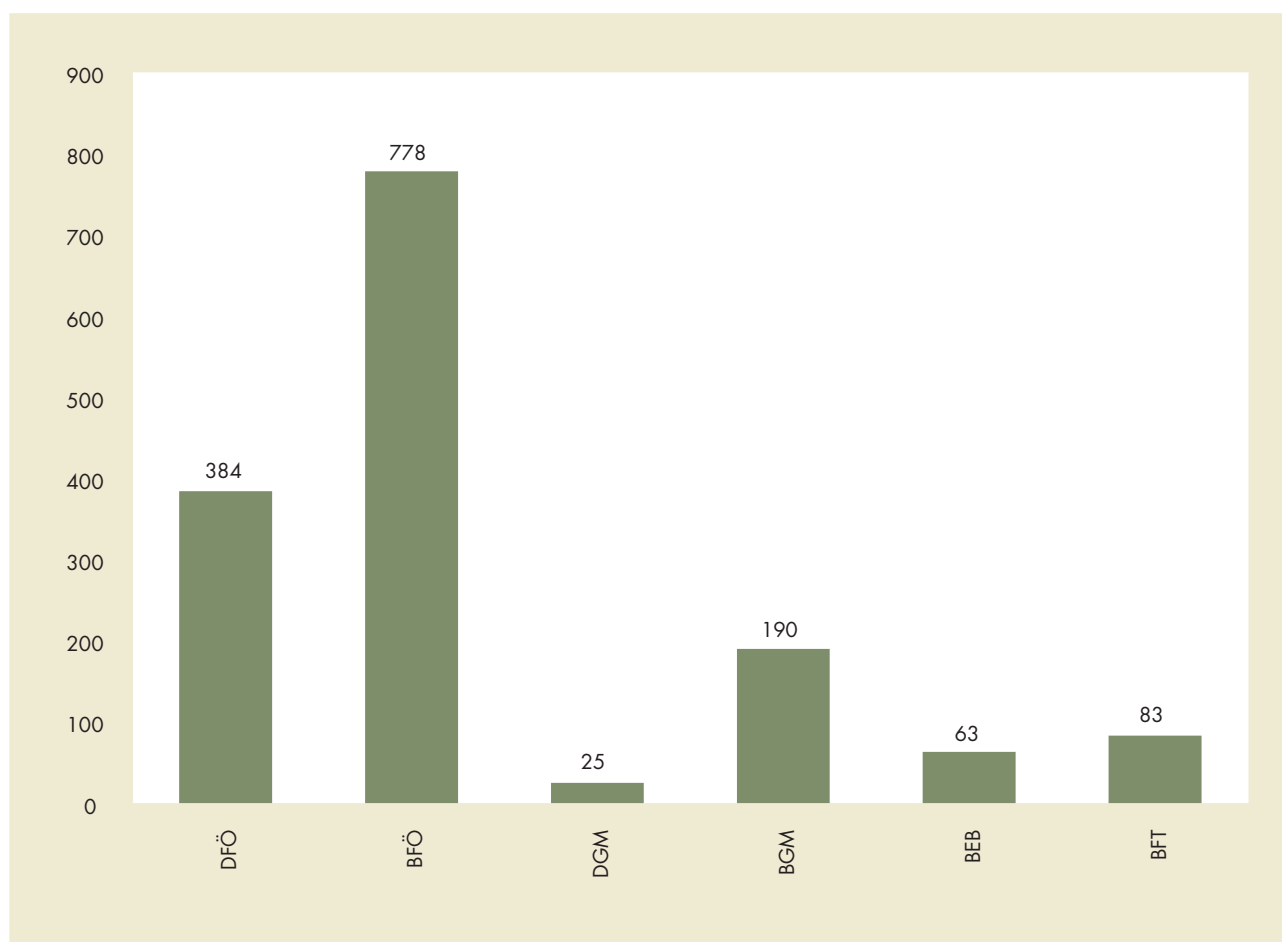


Abb. 14 Anzahl Studierender pro Studiengang

Bachelor Fitnessökonomie am gefragtesten

Der Studiengang Bachelor in Fitnessökonomie BFÖ ist mit 778 Studierenden in 2007 der beliebteste Studiengang. Er liegt weit vor dem Zweitplatzierten Bachelor in Gesundheitsmanagement BGM und dem Drittplatzierten Bachelor in Fitness-training BFT. Der Studiengang Bachelor in Ernährungsberatung BEB liegt derzeit auf Position vier, wurde jedoch auch als letzter Studiengang eingeführt. Zusätzlich studieren derzeit noch 409 Studierende in den Diplom-Studiengängen Fitnessökonomie DFÖ und Gesundheitsmanagement DGM. Seit 2006 werden nur noch akkreditierte Bachelor-Studiengänge angeboten.

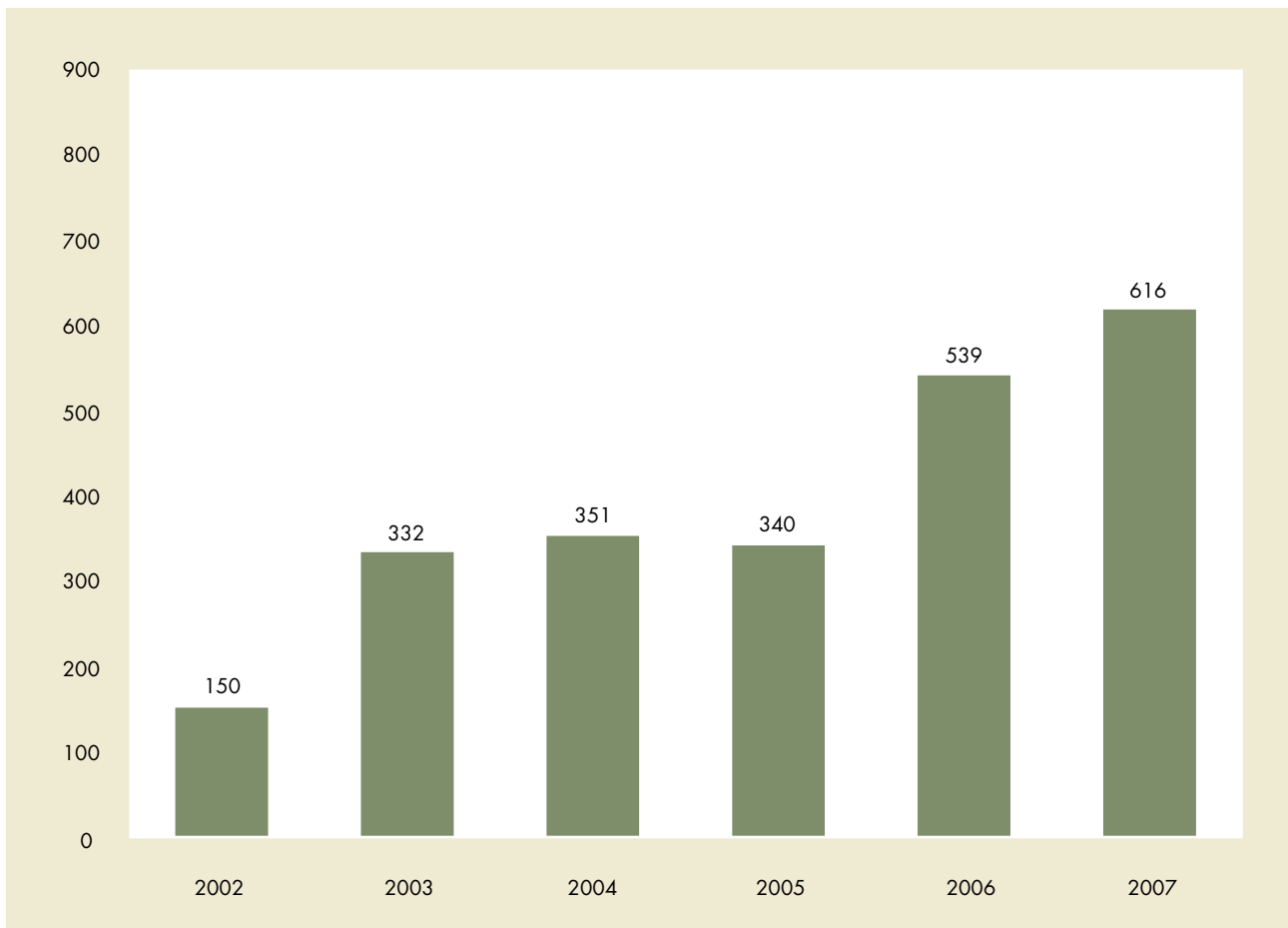


Abb. 15 Immatrikulationen pro Jahr

Immatrikulationen steigen weiter

Auch die Zahl der Immatrikulationen zeigt die steigende Akzeptanz der Studiengänge: Von 2005 bis 2007 hat sie sich fast verdoppelt und lag im letzten Jahr bei über 616 Studierenden. Ein starker Anstieg ist insbesondere seit der Einführung der international anerkannten Bachelor-Studiengänge im Jahr 2006 zu verzeichnen. Mit der Zahl der Immatrikulationen steigt zeitversetzt auch die Anzahl der Absolventen: Schlossen im Jahr 2005 noch 100 Studierende ihr Studium ab, waren es im Jahr 2007 mit 282 mehr als zweieinhalb Mal so viele.

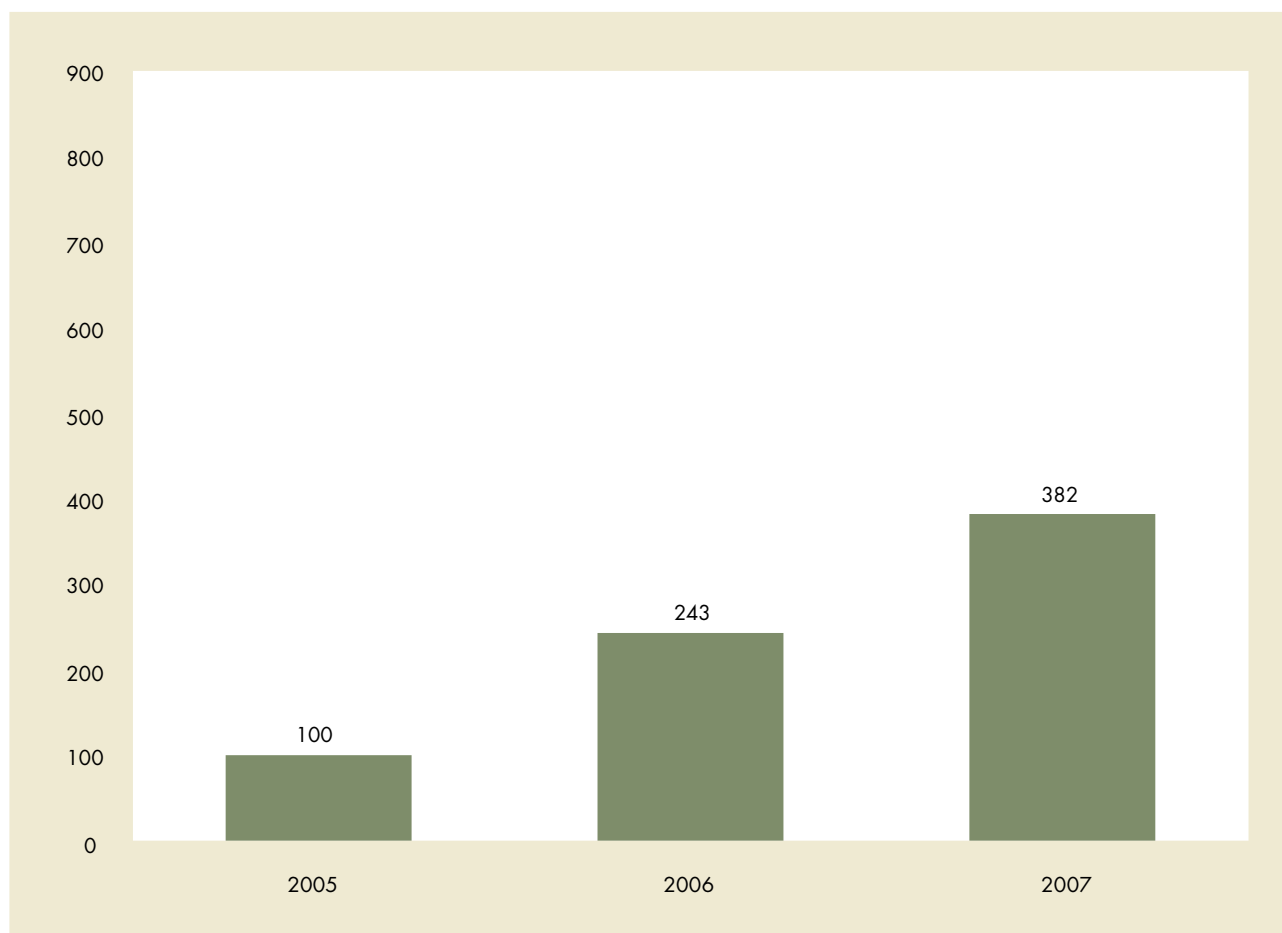


Abb. 16 Absolventen pro Jahr

Am 25. Januar 2008 wurde die BSA-Private Berufsakademie durch den Wissenschaftsrat offiziell zur Hochschule im Bereich „Prävention und Gesundheitsmanagement“ akkreditiert. Ab Sommersemester 2008 wird dann neben den vier Bachelor-Studiengängen auch ein Studium zum „Master in Gesundheitsmanagement“ angeboten. Dieser Master-Studiengang wurde wie die Bachelor-Studiengänge international akkreditiert und eröffnet den Absolventen neben zahlreichen Karrierechancen in der Zukunftsbranche „Prävention, Fitness und Gesundheit“ auch die Möglichkeit einer weiterführenden akademischen Karriere bis hin zur Promotion und den Zugang zu den Laufbahnen des höheren Dienstes.

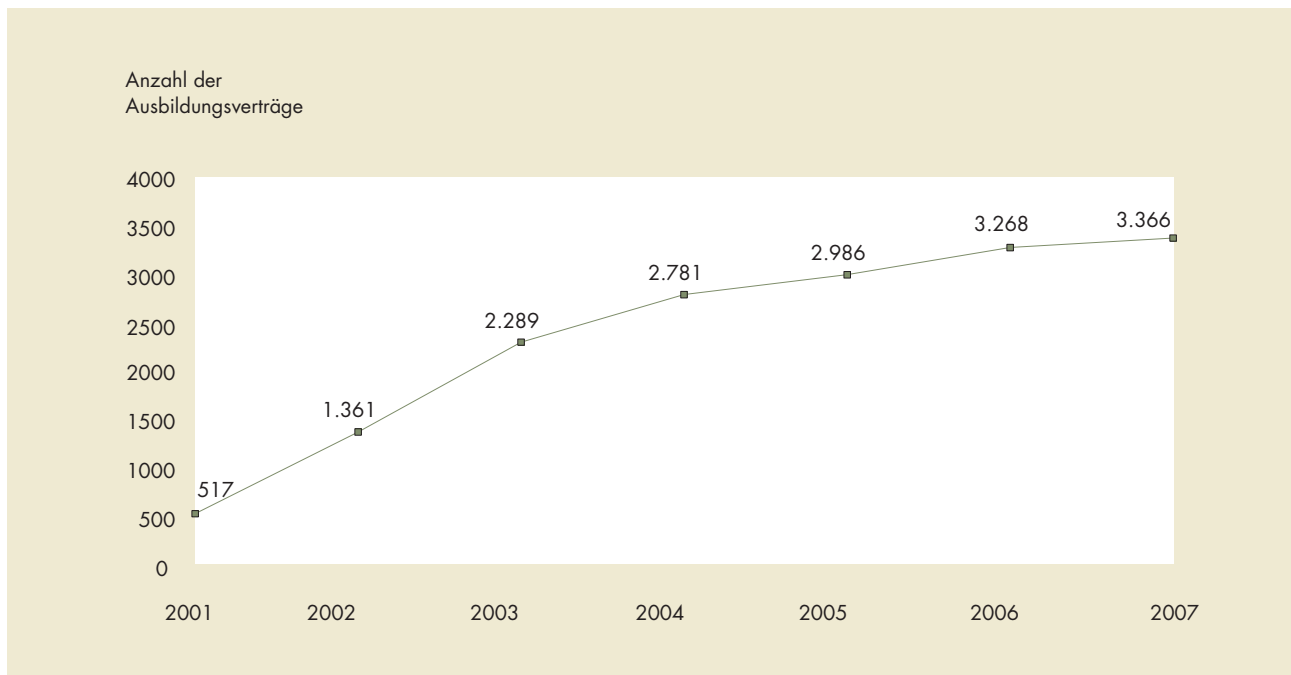


Abb. 17 Ausbildungsverhältnisse zum/r Sport- & Fitnesskaufmann/-frau

Immer mehr Betriebe bilden aus

Nachdem es seit 2001 den Ausbildungsberuf „Sport- & Fitnesskaufmann/-frau“ in der Fitnessbranche gibt, ist der Ausbildungsmarkt im Jahr 2007 um eine duale Erstausbildung reicher geworden. Seit August 2007 besteht die Möglichkeit, sich auch als „Sportfachmann/-frau“ ausbilden zu lassen. Der erste Ausbildungsberuf wird vorwiegend in kommerziellen Fitness-Studios ausgebildet, der zweite Beruf ist eher für Vereine konzipiert worden.

Neben der Neuschaffung des Berufes „Sportfachleute“ wurde der Beruf „Sport- & Fitnesskaufleute“ überarbeitet. In die Ausbildung wurde die Berufsbildposition „Sport und Bewegung“ mit aufgenommen. In dieser Berufsbildposition werden den Auszubildenden die Lehrinhalte der Ausbildung „Lizenzierter Fitness-Trainer DSSV“ vermittelt. Diese neue Position ist prüfungsrelevant. Durch die Umgestaltung wurde dem Wunsch vieler Ausbildungsstudios entsprochen, die Ausbildung praxisnah zu gestalten.

Auffällig ist, dass die Ausbildung der jungen Leute hauptsächlich von den unabhängigen Anlagen realisiert wird. Die Ausbildungsverhältnisse, die bei Ketten- oder Franchise-Studios zu finden sind, sind sehr gering.

Wie aus der Abbildung 17 zu sehen ist, stieg die Zahl der Ausbildungsverhältnisse um 3,00 % auf 3.366. Die Zahl der neuen Ausbildungsverhältnisse, welche bis zum 30.09.2007 abgeschlossen wurden, beträgt 1.757 und ist somit gegenüber dem Vorjahr um 10,50 % gestiegen. Für den neuen Ausbildungsberuf „Sportfachmann/-frau“ lagen 95 Vertragsabschlüsse bis zum 30.09.2007 vor.

Die hier genannten Zahlen wurden uns freundlicherweise vom Bundesinstitut für Berufsbildung und vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag e.V. zur Verfügung gestellt.

1.3. Betriebswirtschaft

Die Veröffentlichung der Zahlen in Kapitel 1.3 erfolgt mit freundlicher Genehmigung der INLINE Unternehmensberatung. Die Zahlen sind dem INLINE Kennzahlenbericht 2007 entnommen. Der Bericht zeichnet sich aufgrund der Erhebungsmethode – ausgewertet wurden detaillierte Unternehmensdaten von INLINE Fitness- und Wellnessanlagen – durch präzise Zahlen aus. Allerdings können die Zahlen hier nur als Anhaltswerte verstanden werden, da keine Repräsentativität für die gesamte Branche unterstellt werden kann.

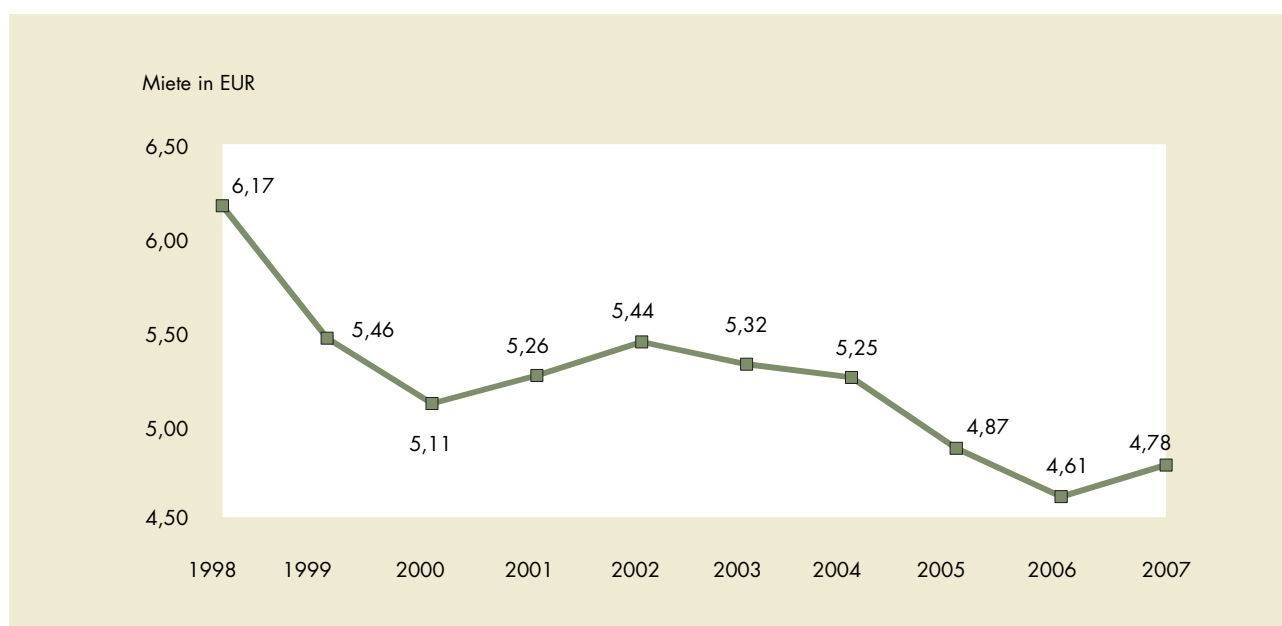


Abb. 18 Durchschnittsmiete, Entwicklung seit 1998

Netto-Miete leicht gestiegen

Die Netto-Miete ist nach 4-jährigem Rückgang dieses Jahr leicht um 3,69 % auf 4,78 EUR je Monat gestiegen.

Gleichwohl gibt es teils große Unterschiede in der Höhe, je nach Lage der Räumlichkeiten und des Standortes.

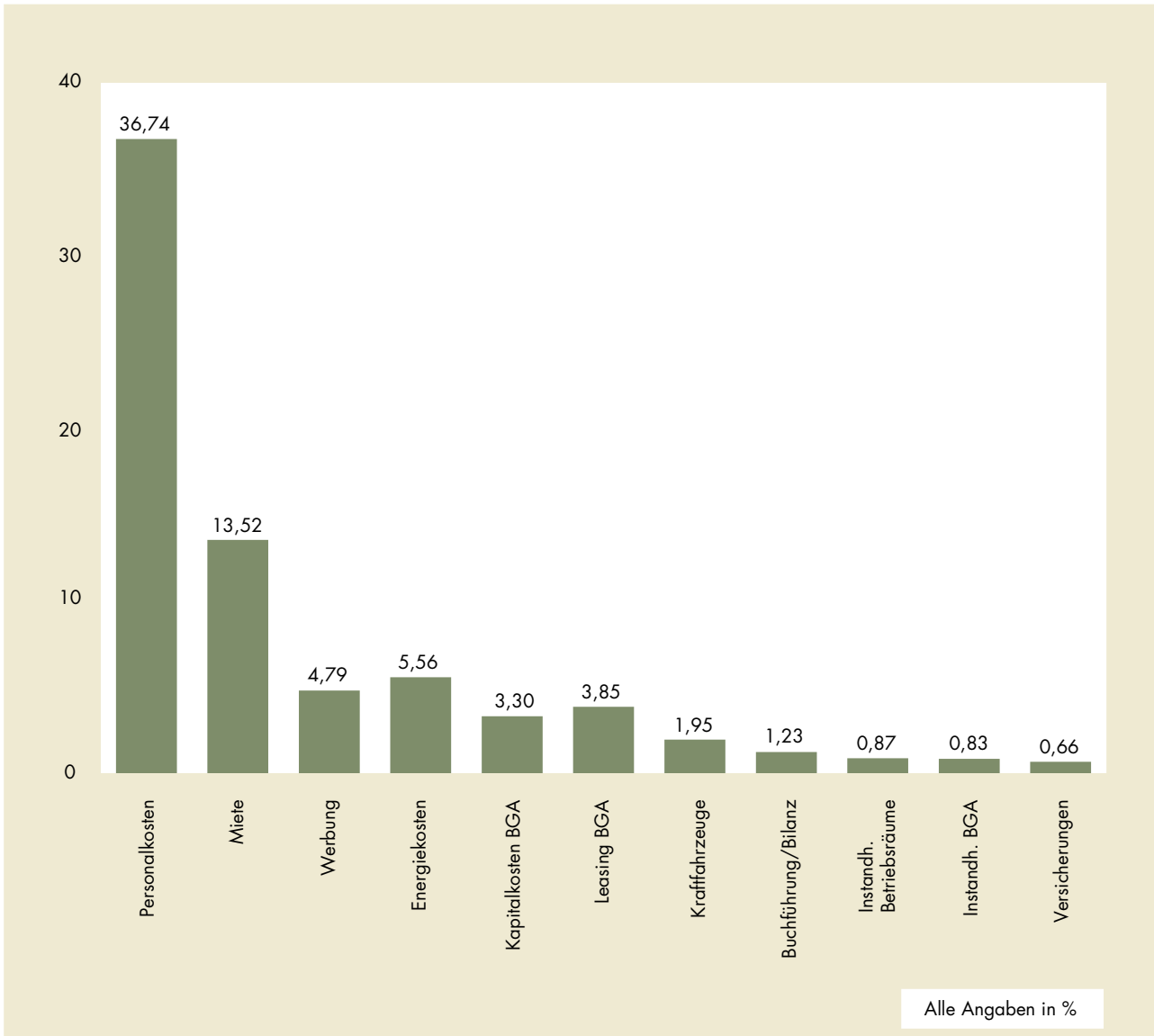


Abb. 19 Ausgewählte Kostenarten in Prozent vom Netto-Umsatz

Der Abbildung 19 können Sie den prozentualen Anteil bestimmter Kostenarten vom Netto-Umsatz entnehmen. Bei den aufgeführten Personalkosten handelt es sich um Personalkosten inkl. Geschäftsführergehalt oder Privatentnahmen. Der prozentuale Anteil kann je nach Gesellschaftsform erheblich schwanken.

2. Unabhängige Studios

2.1. Branchen- und Anlagenentwicklung

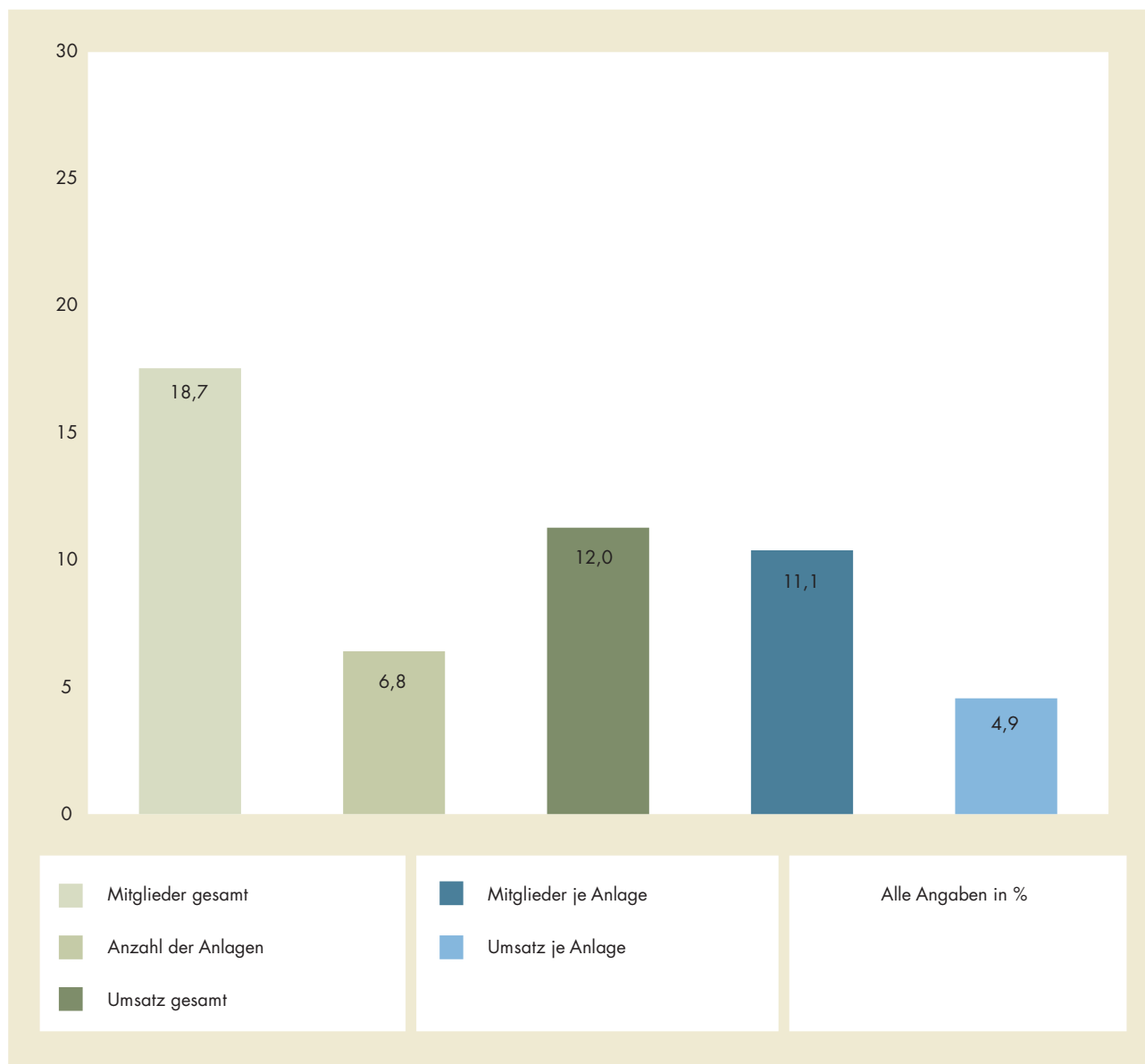
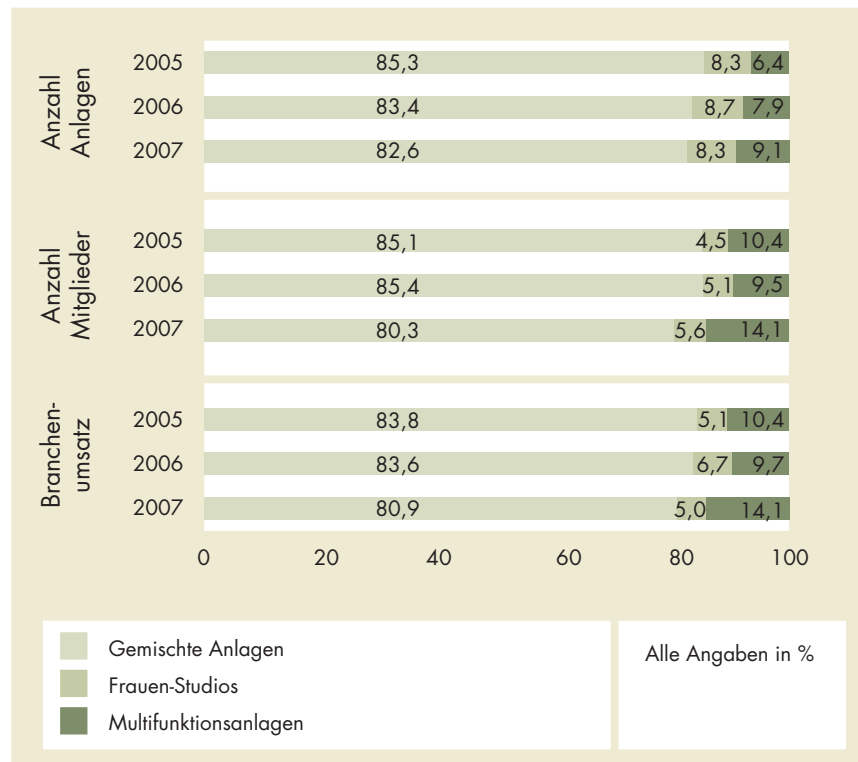


Abb. 20 Steigerung wichtiger Branchenkenzahlen im Vergleich zu 2006

Abb. 21
Entwicklung der Marktanteile
verschiedener Anlagesegmente



Enorme Mitgliederzuwächse

Die Branche konnte im Jahr 2007 ohne Ketten- und Franchise-Anlagen einen Nettozuwachs an Mitgliedern in Höhe von 18,7 % verbuchen. Das vergleichbare Wachstum des Jahres 2006 betrug 3,2 %, im Jahre 2005 war es ein Minus von 9,9 %

Diese erfreuliche Steigerung ist u.a. auf die gewachsene Zahl der Anlagen zurückzuführen. Nach 1,0 % im Vorjahr waren es 2007 6,8 %.

Der Aufschwung hält an

Durchschnittlich konnten je Anlage 11,1 % mehr Mitglieder gezählt werden. Den Studiobetreibern ist es damit gelungen den Umsatz je Anlage um 4,9 % anzuheben. Aus diesen Zahlen ist zu schließen, dass die Erringung der Marktanteile und Neumitglieder über Preisreduktion und eine variable Angebotsgestaltung erreicht wurde (vgl. Abb.20).

Von diesem gewachsenen Markt scheinen besonders die Multifunktionsanlagen profitiert zu haben. Diese konnten ihren Anteil der Mitglieder (+4,6 %) und des Umsatzes (+4,4 %) am Gesamtvolumen erheblich steigern. Dies ging zu Lasten der Frauen-Studios und der Gemischten Anlagen, die aufgrund der Stärke der Multifunktionsanlagen in diesem Vergleich an Boden verloren (vgl. Abb. 21).

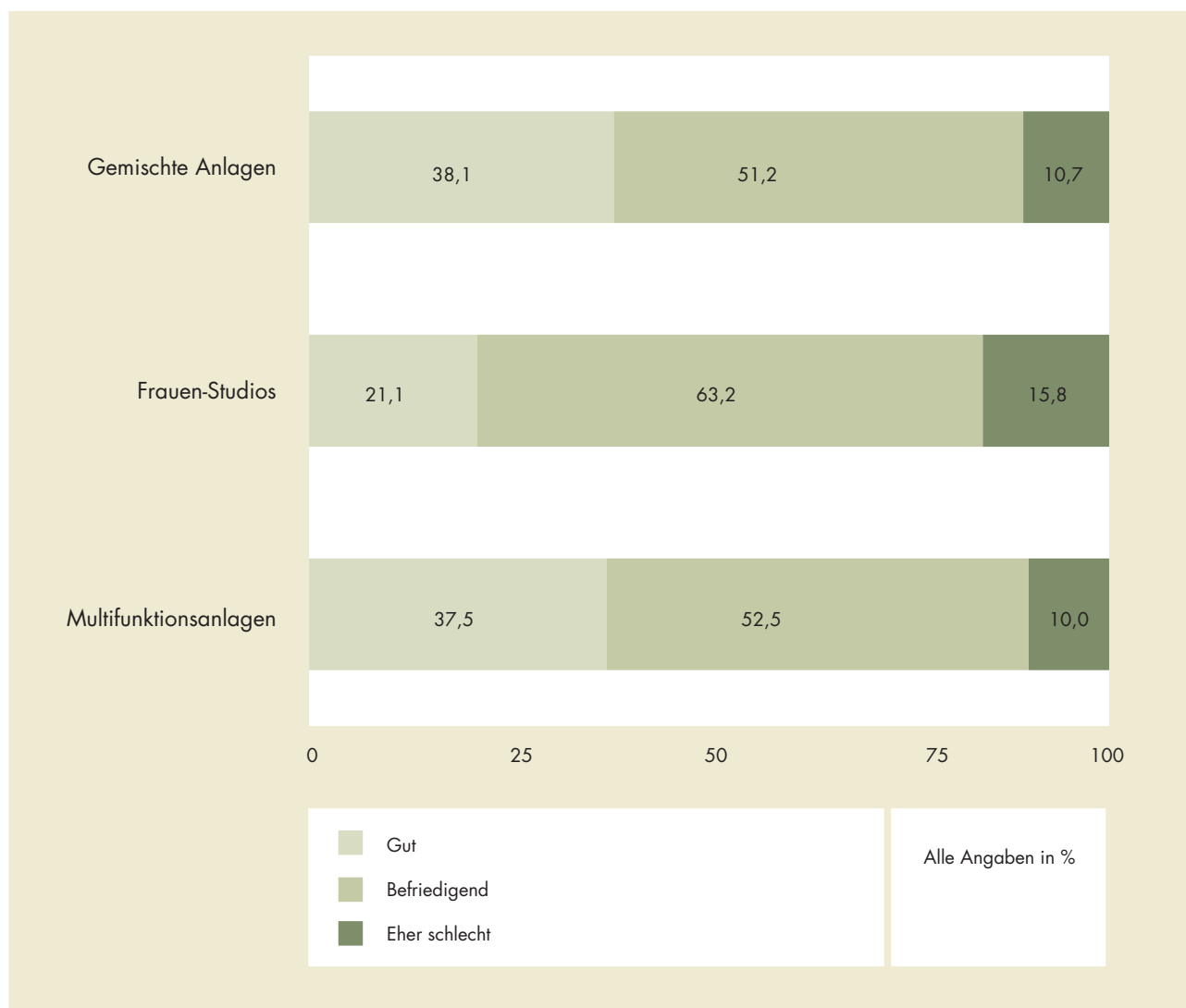


Abb. 22 Beurteilung der unternehmerischen Situation

Die Beurteilung der unternehmerischen Situation ist entsprechend den Zahlen Nettoumsatz je Anlage (vgl. Abb. 12), Anzahl der Mitglieder (vgl. Abb.10) und Gesamtumsatz (vgl. Abb. 20) positiver geworden. Besonders bei den Frauenstudios ging der Anteil der eher schlechten Beurteilung von 31,1 % auf 15,8 % zurück, bei den Multifunktionsanlagen immerhin noch von 15,5 % auf 10 %. Die Veränderung bei den Gemischten Anlagen (von 12,2 % auf 10,7 %) fällt dagegen eher weniger stark aus (vgl. Abb.22).



Abb. 23 Anteil Wellness-orientierter Anlagen in den verschiedenen Anlagen-Segmenten

Multifunktionsanlagen und Frauenstudios strukturieren um

Mit der absoluten Zunahme multifunktionaler Anlagen geht besonders in dem Segment der Wellness-orientierten Anlagen deren Anteil zurück. Die Erkenntnis, nicht auf allen Gebieten des Angebotspektrums spitze sein zu können oder zu wollen, scheint sich bei manchen Anbietern durchgesetzt zu haben. Die stark gestiegenen Energiekosten tragen ihren Teil dazu bei.

Gegensätzlich dazu entwickelten sich die Frauenstudios. 35 % dieser geben in 2007 eine Wellness-Fokussierung an. Dies ist auch Ausdruck der Wünsche des weiblichen Klientel im Wellnessbereich unter sich sein zu wollen.



Abb. 25 Anteil der Anlagen mit kaufmännischer Qualifikation

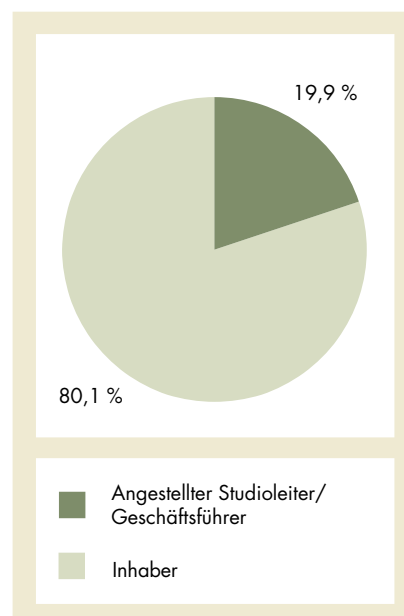


Abb. 24 Studioleitung

Inhaber geführte Studios häufiger

Nach der Entwicklung der letzten Jahre hin zum angestellten Studioleiter/Geschäftsführer hat sich der Trend wieder umgekehrt. In 2007 war wieder eine zunehmende Anzahl von Inhabern auch in der Studioleitung tätig. Begründet ist dies in der hohen Zahl der Neugründungen von unabhängigen Anlagen, welche mindestens anfänglich von den Inhabern selbst geleitet werden (vgl. Abb. 24).

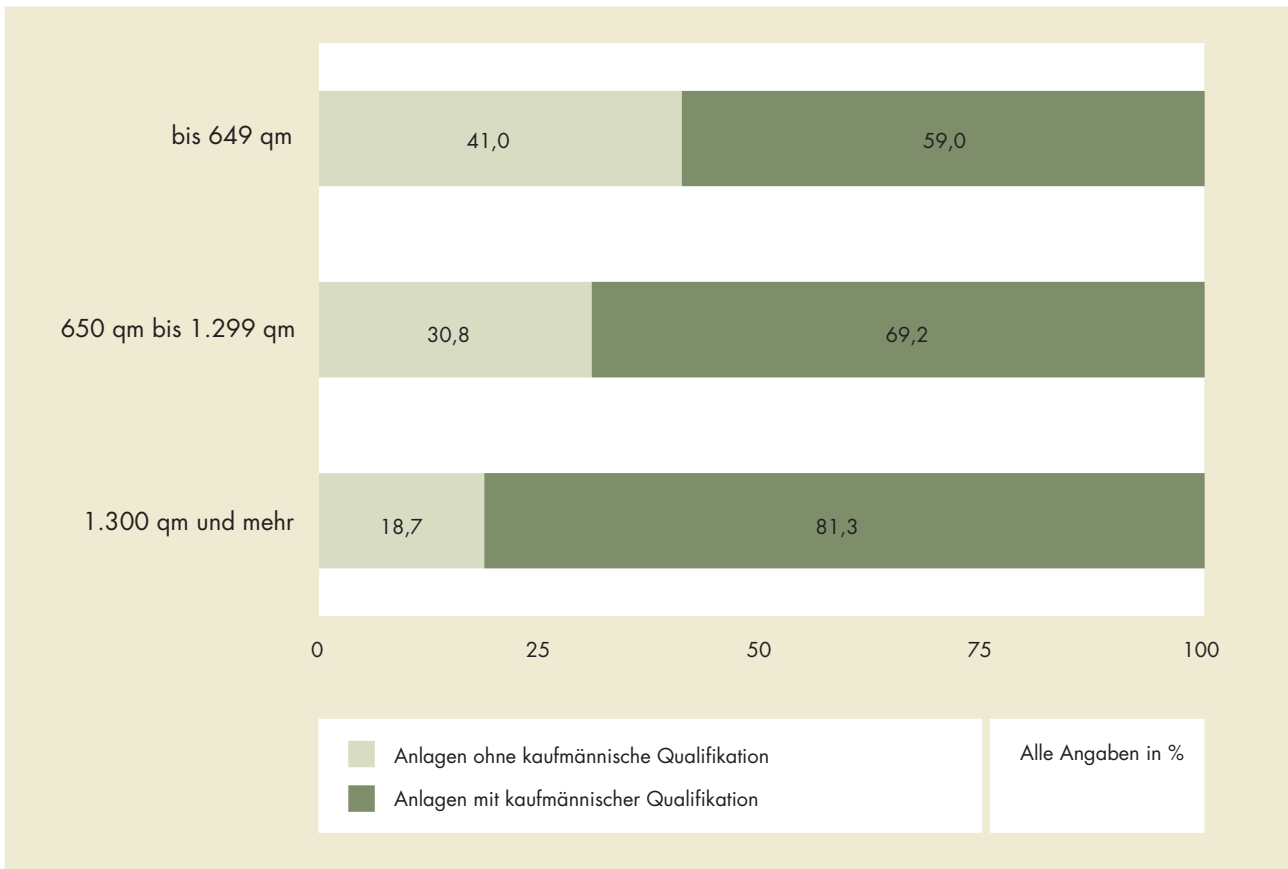


Abb. 26 Korrelation Studiogröße und kaufmännische Qualifikation

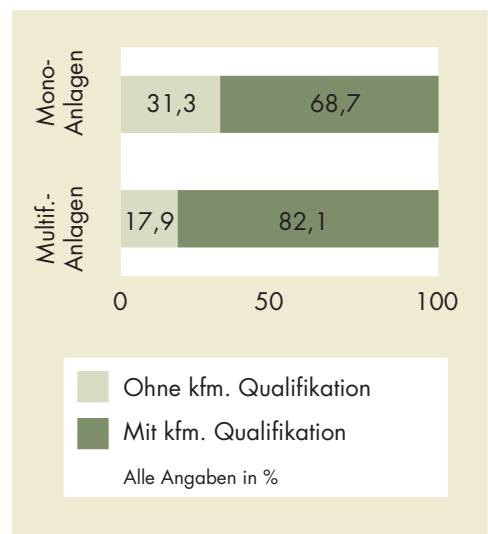


Abb. 27 Anteil der Anlagen mit kfm. Qualifikation, monostrukturierte- und Multifunktionsanlagen

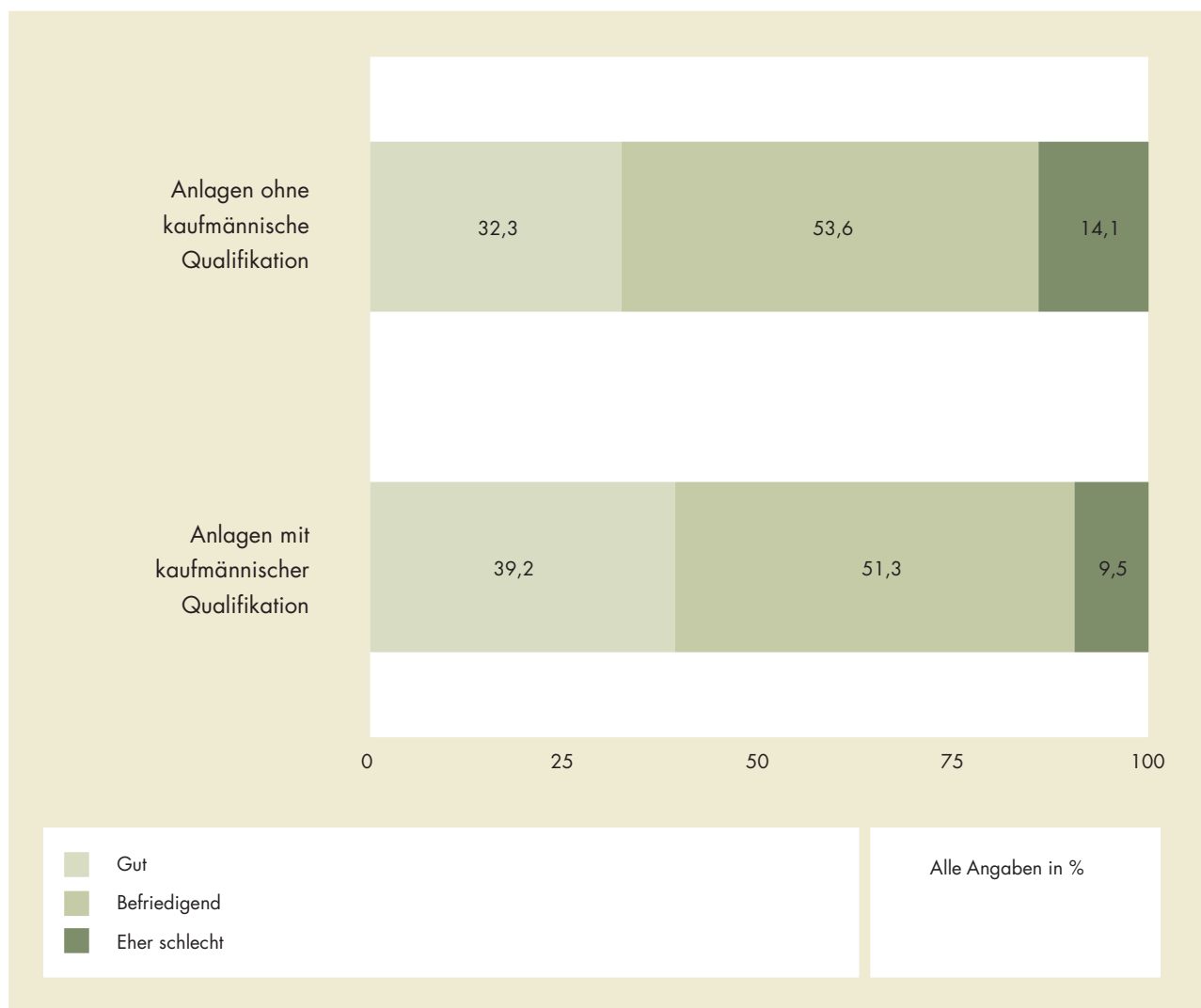


Abb. 28 Beurteilung der unternehmerischen Situation in Abhängigkeit von der kaufmännischen Qualifikation

Weniger Mitarbeiter mit kaufmännischer Qualifikation

Bei der Betrachtung der kaufmännischen Qualifikationen in den Anlagen lässt sich im Jahr 2007 ein starker Rückgang feststellen. In allen beobachteten Bereichen gingen die Zahlen in 2007 zurück. Der Anstieg von 2005 zu 2006 wurde im Jahre 2007 wieder ausgeglichen. Dies betrifft alle Betrachtungsvarianten gleichermaßen (vgl. Abb. 25,26,27). Die Erkenntnis, dass kaufmännische Qualifikationen allein nicht zur Führung eines Fitness-Studios ausreichen, scheint dafür gesorgt zu haben, dass mehr Inhaber und Mitarbeiter mit anderen Kernkompetenzen die Studioleitung übernahmen (vgl. Abb. 28). Einige Inhaber haben auch die Verwaltung ausgelagert und nutzen das betriebswirtschaftliche und steuerliche Fachwissen von externen Anbietern.

Durch die Herausnahme der Ketten- und Franchise-Anlagen entsteht eine andere Datenbasis. Die von diesen Anlagen verstärkt eingesetzten, kaufmännisch vorgebildeten Studioleiter verändern das Gesamtbild.

Die Beurteilung der unternehmerischen Situation hat sich in Anlagen mit und ohne kaufmännische Qualifikation entsprechend der Gesamtentwicklung verbessert (vgl. Abb. 22 und 28).



Abb. 29 Beurteilung der eigenen wirtschaftlichen Situation im Vergleich zum Vorjahr

Wirtschaftliche Situation hat sich verbessert

Die Beurteilung der eigenen wirtschaftlichen Situation entwickelte sich entsprechend der Veränderung der gesamten Marktlage mit Zuwächsen bei der Anzahl der Studios, der Mitglieder und der Umsätze. In allen Segmenten ist der Anteil der Anlagen, die den betrachteten Zeitraum schlechter als das Vorjahr bewerten, gesunken. Besonders Frauenstudios (von 23,4 % in 2006 zu 15,0 % in 2007) und Multifunktionsanlagen (von 23,2 % zu 7,7 %) bewerteten ihre wirtschaftliche Situation weniger negativ als im Vorjahr. Bei den Gemischten Anlagen waren es 13,9 % nach 20,2 % in 2006.

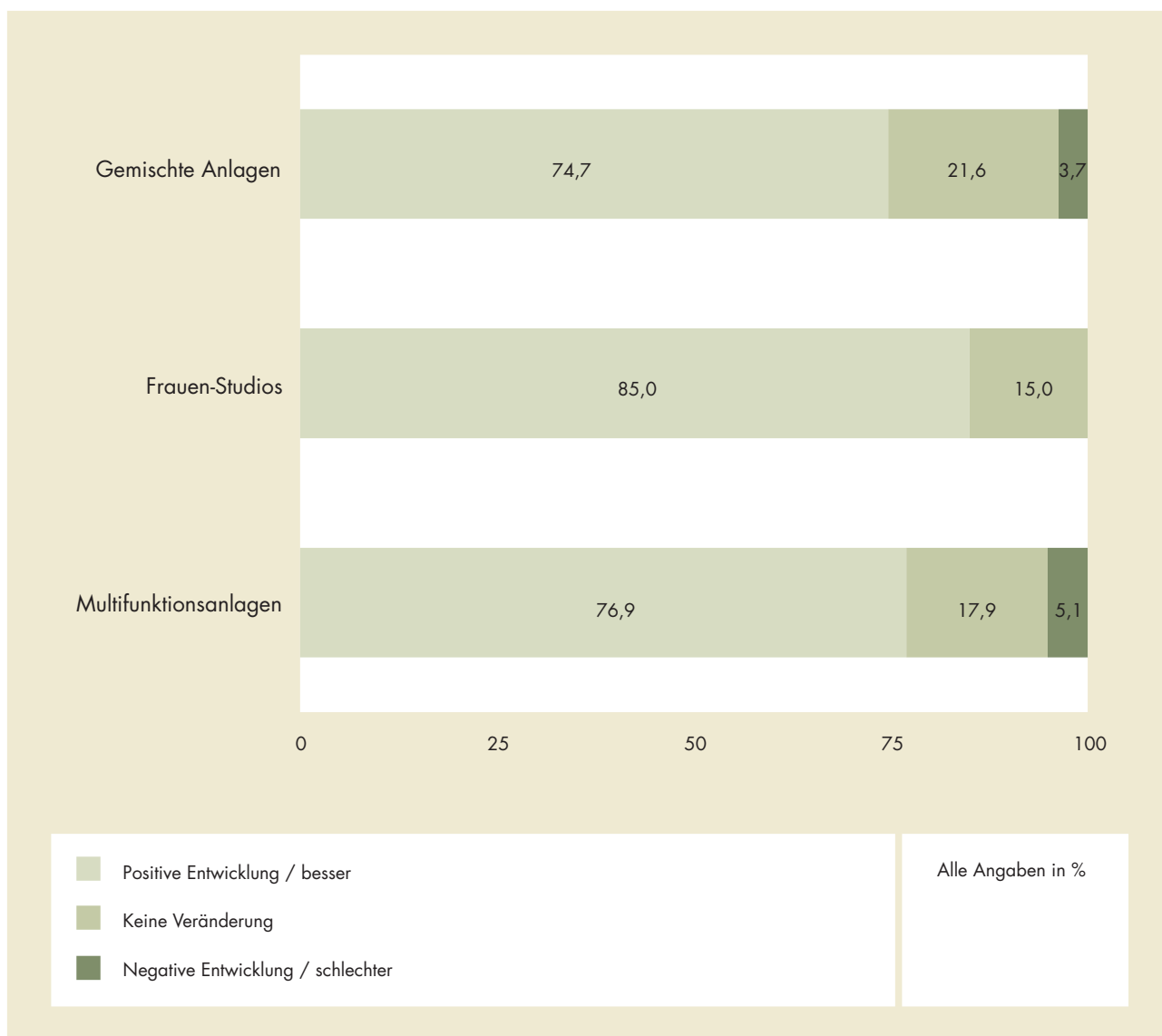


Abb. 30 Branchenbarometer: Erwartete Geschäftsentwicklung für 2008

Positive Entwicklung erwartet

Für das Branchenbarometer (vgl. Abb.30 und 31) bewerten die Studiobetreiber die erwartete Geschäftsentwicklung für das laufende Jahr auf einer Skala von 1=besser, 2=etwa gleich und 3=schlechter. Der Wert in 2007 liegt mit 1,28 deutlich niedriger und somit besser, als derjenige aus 2006. Die erwartete Geschäftsentwicklung für 2008 spiegelt diesen Wert wieder. Der Anteil der pessimistischen Studiobetreiber, die eine negative Entwicklung erwarten, hat sich in unterschiedlichem Maße verändert. In jedem Fall hat er sich verringert. Mit 3,7 % und 5,1 % haben die Gemischten Anlagen und Multifunktionsanlagen wesentlich bessere Werte als 2007 mit 6,5 % und 7,7 %. Eine negative Entwicklung wird in keinem Frauenstudio erwartet. Dies ist besonders bemerkenswert, da in diesem Segment auch nur 15 % von keinen Veränderungen ausgehen und die große Mehrheit von 85 % eine positive Entwicklung sieht.



Abb. 31 Branchenbarometer im Zeitverlauf

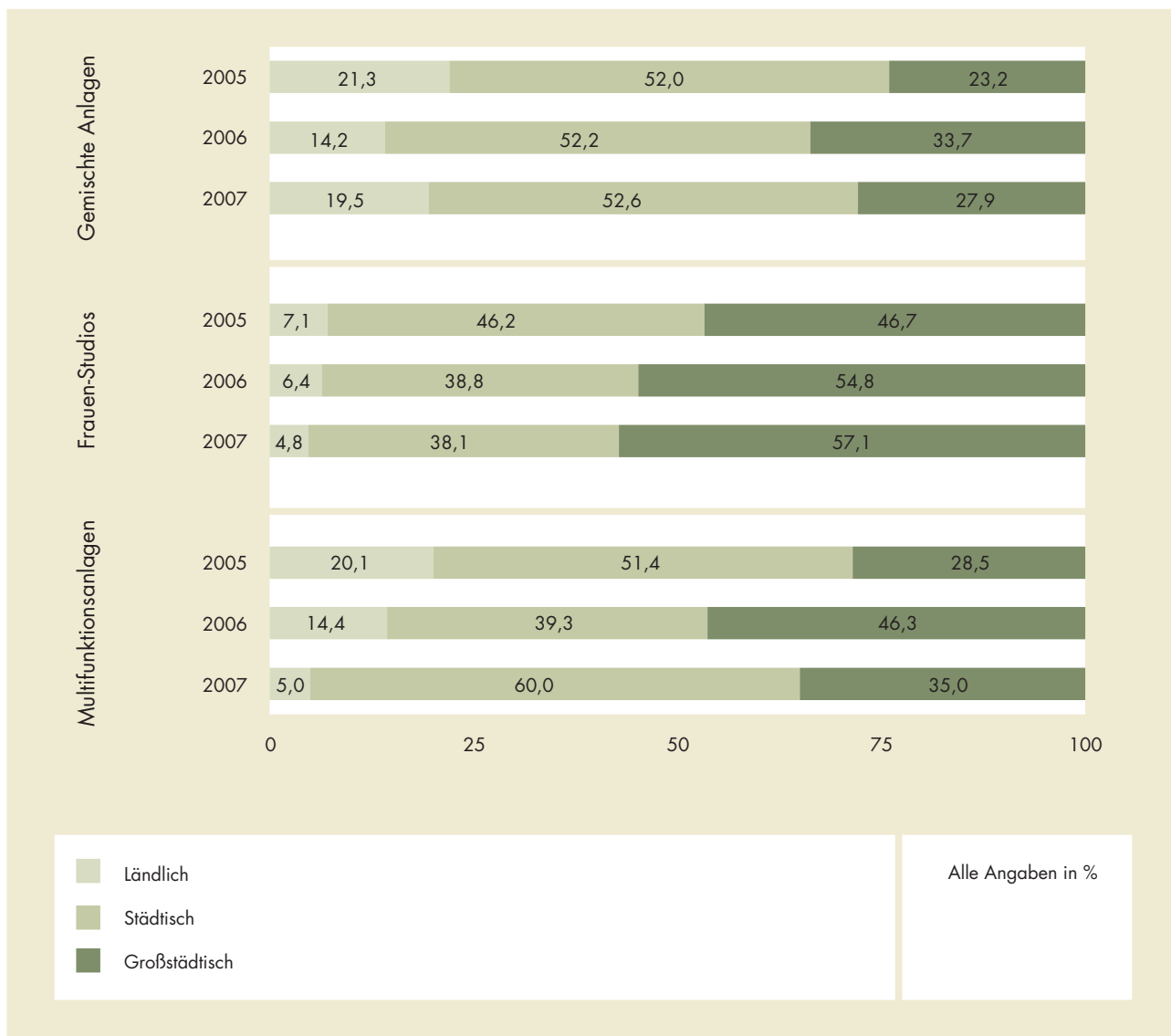


Abb. 32 Lage von Fitness-Anlagen

Mehr Studios im städtischen Bereich

Eng mit der Anlagendichte hängt auch die räumliche Verteilung der Studios zusammen. Auch durch die Herausnahme der Ketten- und Franchise-Anlagen hat sich der Anteil der Gemischten Anlagen in Großstädten stark reduziert. Dies geschah zugunsten der ländlichen Standorte, die als solche eine Domäne der unabhängigen Anlagenbesitzer sind. Die starke anteilige Steigerung der Multifunktionsanlagen im städtischen Bereich, zulasten der Großstädte, liegt an der Umwandlung von reinen Ballsportanlagen zu solchen mit Fitness, und sicher auch an den hohen Mieten und den gestiegenen Nebenkosten.

Durchschnittsfläche	Alle Anlagen	Gemischte Anlagen	Frauen-Studios	Multifunktions-anlagen
Gerätetraining	335	334	216	395
Gruppentraining	171	166	135	225
Cardiotraining	132	125	82	201
Wellness	184	178	133	258
Damen-Umkleide	61	56	80	68
Herren-Umkleide	59	55	0	83
Tresenbereich	73	66	46	129
Sonstige	300	122	42	1.843
Gesamfläche	1.315	1.102	734	3.220

Abb. 33 Flächenstruktur

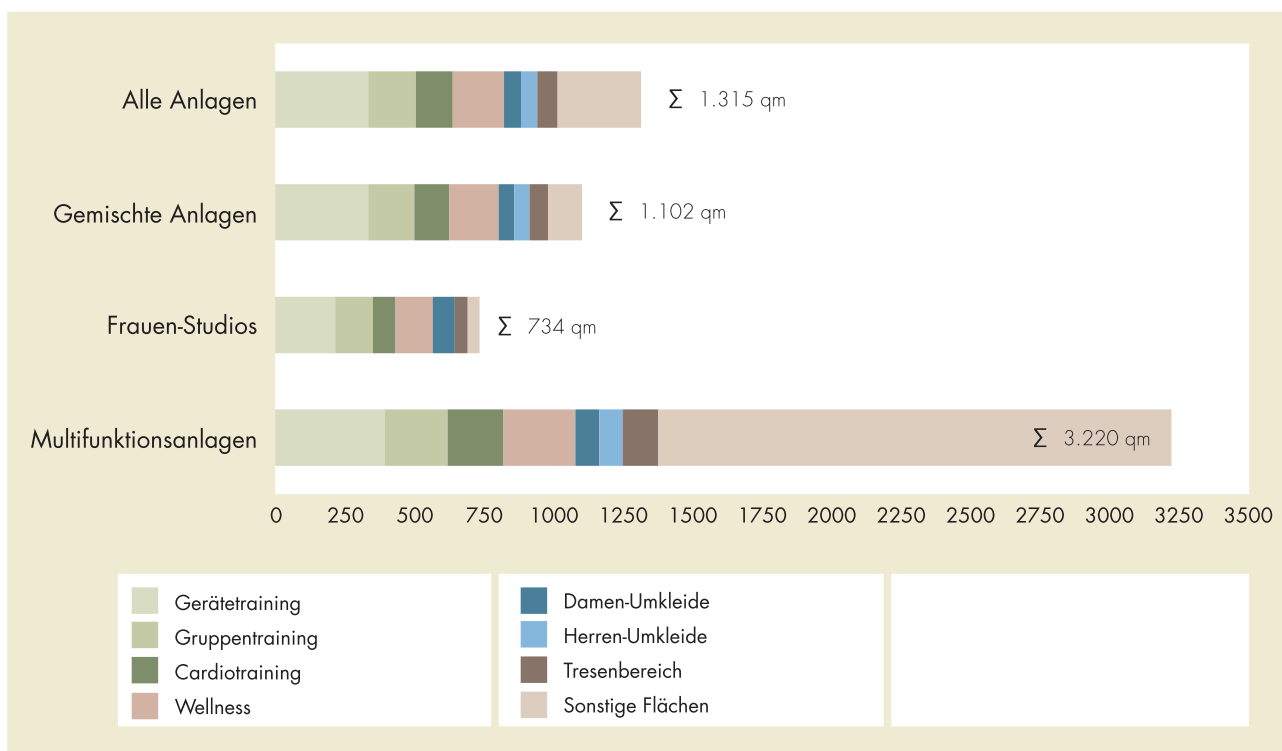


Abb. 34 Flächenstruktur, grafisch



Abb. 35 Entwicklung der Studiogröße nach Anlagentyp

Multifunktionsanlagen werden kleiner

Bei der Betrachtung der Flächenstruktur ist festzustellen, dass sich bei den Frauenstudios ein wenig und bei Multifunktionsanlagen einiges verändert hat. Die durchschnittliche Größe eines Frauenstudios beträgt nach 694 qm in 2006 jetzt 734 qm. Dies liegt vor allen Dingen an größeren Flächen für Gerätetraining und Wellness. Bei den Multifunktionsanlagen ist die Reduktion der Gesamtflächen um über 1100 qm je Anlage auf die neu eröffneten kleineren Anlagen zurückzuführen, sowie auf die Ausgliederung der Ketten- und Franchise-Anlagen in diesem Teil der Studie (vgl. Abb. 33,34,35).

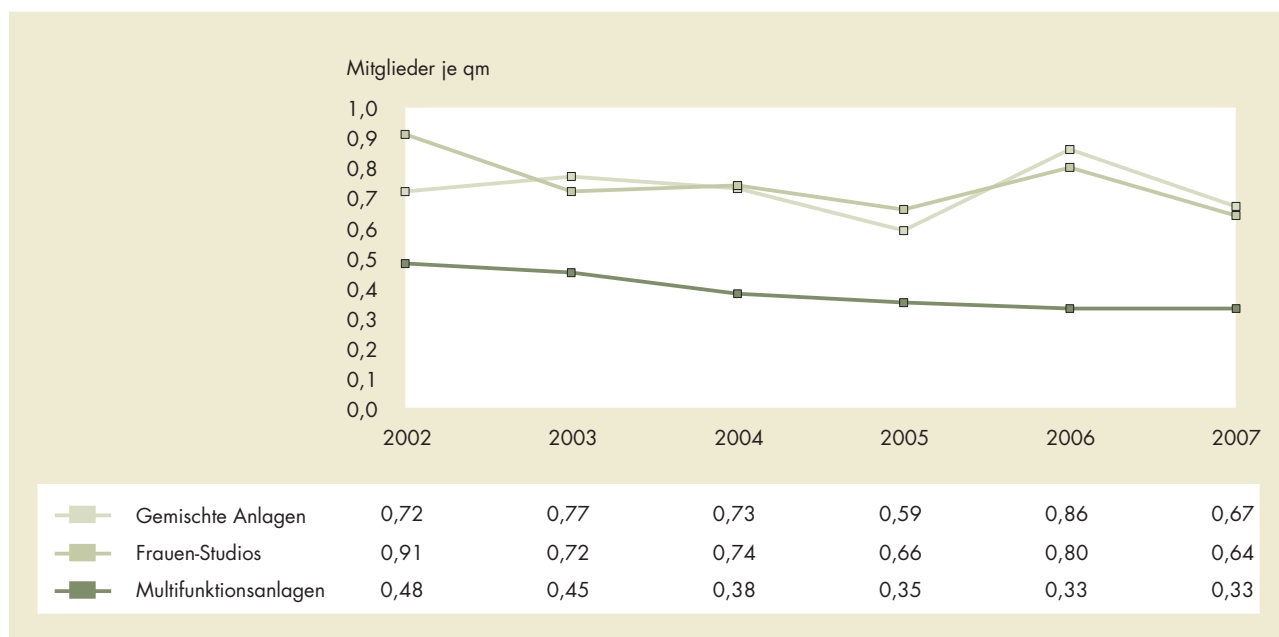


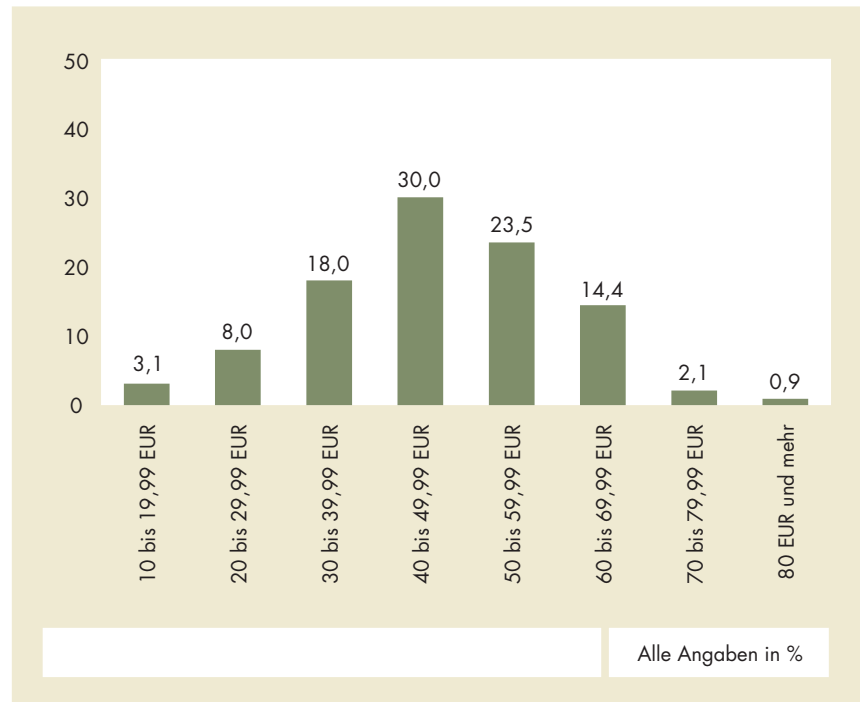
Abb. 36 Entwicklung der Flächenauslastung nach Anlagentyp

Flächenauslastung geringer

Bei der Entwicklung der Flächenauslastung ist im Gegensatz zu den Multifunktionsanlagen bei den Gemischten Anlagen und Frauenstudios ein Rückgang zu verzeichnen. Dieser erhebliche Rückgang lässt sich ebenfalls auf die getrennte Betrachtung von unabhängigen Studios und Ketten- und Franchise-Anlagen zurückführen.

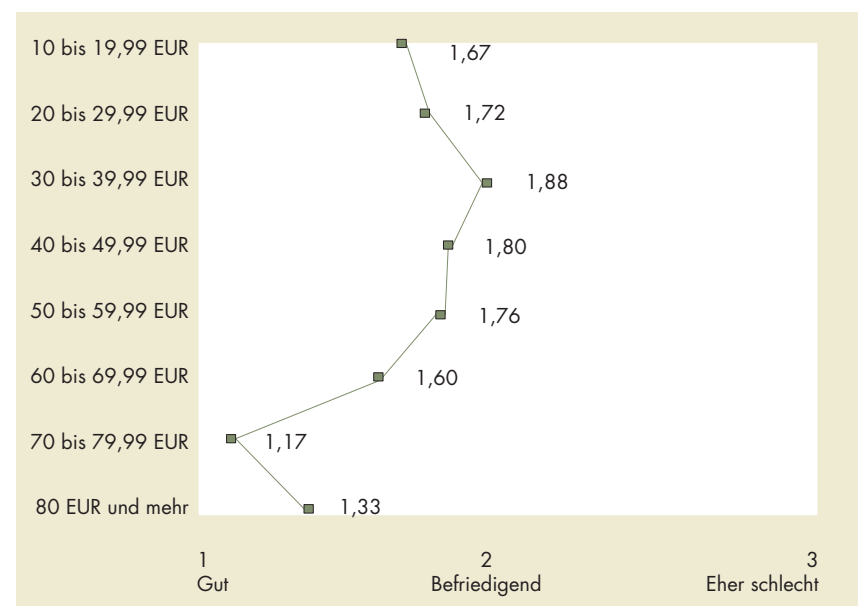
2.2. Marketing und Angebotspolitik

Abb. 37
Preisstruktur 2007



Die Preisstruktur des Jahres 2007 weicht nur geringfügig von den Zahlen des Vorjahres ab. Bemerkenswert sind die anteiligen Zuwächse in den Bereichen 20,- bis 29,99 EUR und 60,- bis 69,99 EUR (brutto).

Abb. 38
Geschäftslage in Abhängigkeit vom Preissegment



Die Beurteilung der Geschäftslage in Abhängigkeit vom Preissegment entwickelte sich entsprechend der allgemeinen Branchenentwicklung. Die Zufriedenheit der Anbieter im Segment 70,- bis 79,99 EUR (brutto) hat sich extrem verbessert. Durch die verbesserte Wirtschaftslage hat die Nachfrage nach hochpreisigen Angeboten besonders angezogen.

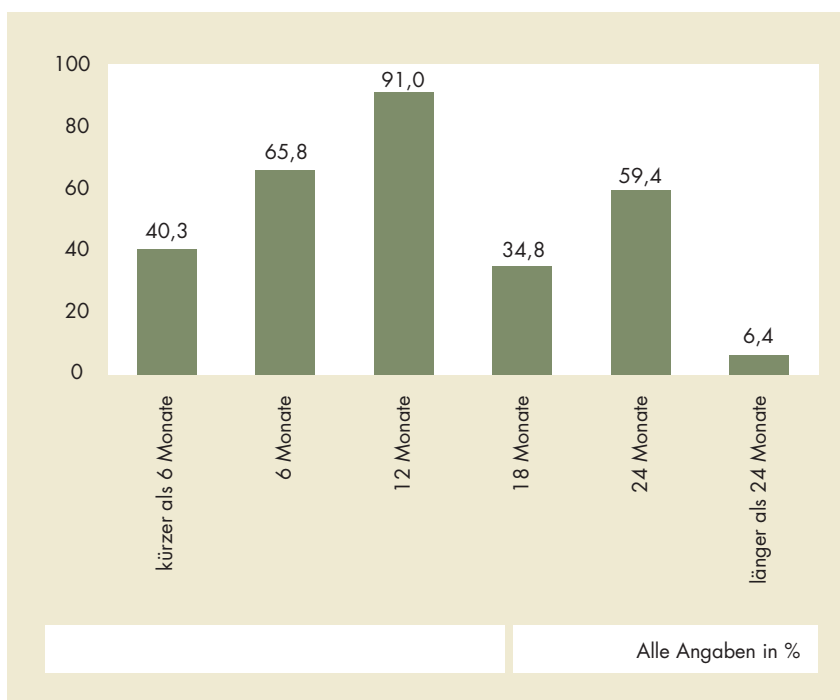


Abb. 39
Angebotene
Vertragslaufzeiten

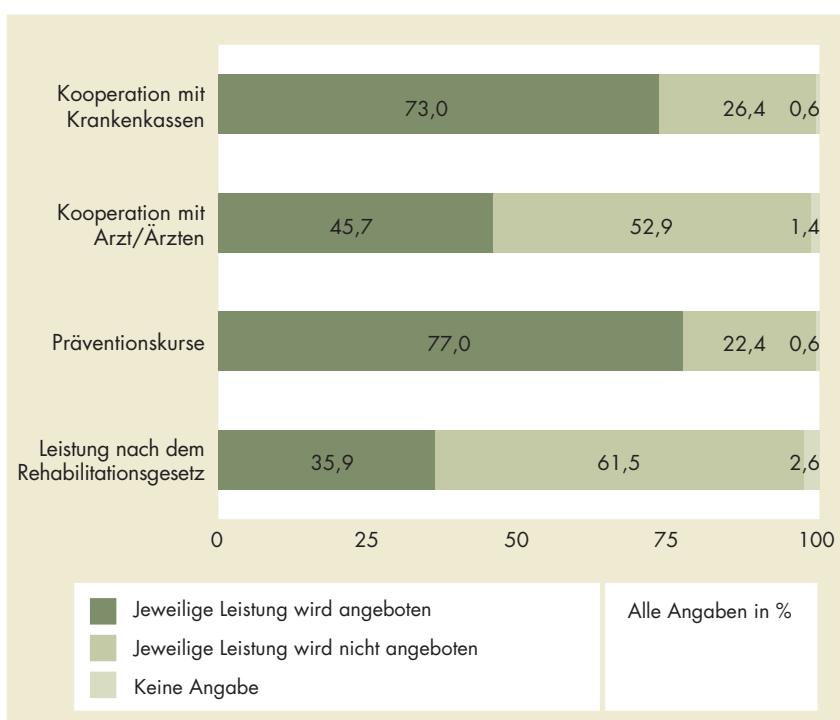
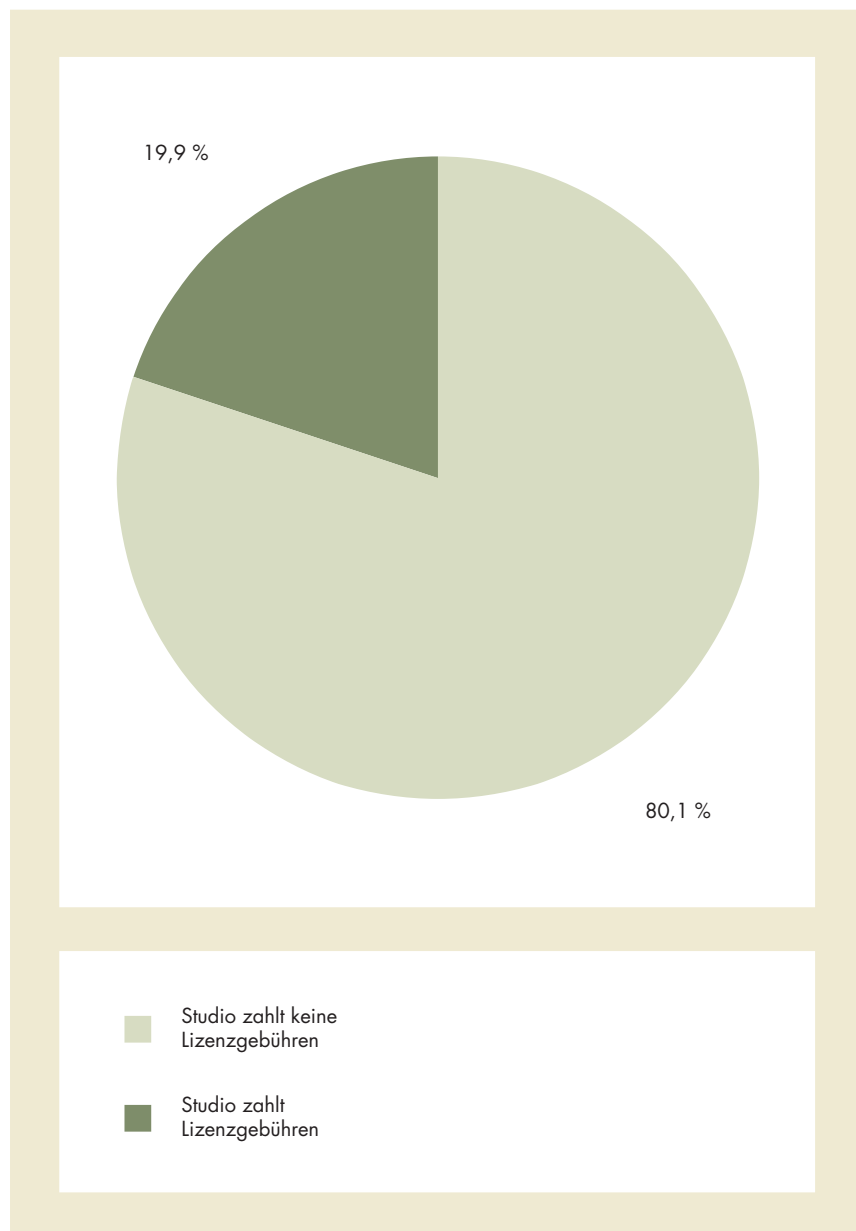


Abb. 40
Angebotene Leistungen/
Kooperationen

Präventionskurse auf dem Vormarsch

Mit den Veränderungen der gesetzlichen Vorgaben und der Wirtschaftslage hat sich auch das Spektrum der angebotenen Leistungen und Kooperationen stark verändert. Ein besonders starker Rückgang ist bei den Kooperationen mit Krankenkassen (von 81,8 % auf 73 %) und Ärzten (von 76,7 % auf 45,7 %) zu verzeichnen. Im Gegensatz dazu hat sich der Anteil der Angebote an Präventionskursen durch die neue Gesetzeslage von 50,9 % auf 77 % verändert. Hier beweist die Branche wieder einmal ihre außerordentliche Flexibilität.

Abb. 41
Zahlung von Lizenzgebühren



Festzuhalten gilt es, dass 19,9 % der deutschen Studios Lizenzvereinbarungen haben, was im internationalen Vergleich sehr wenig ist.

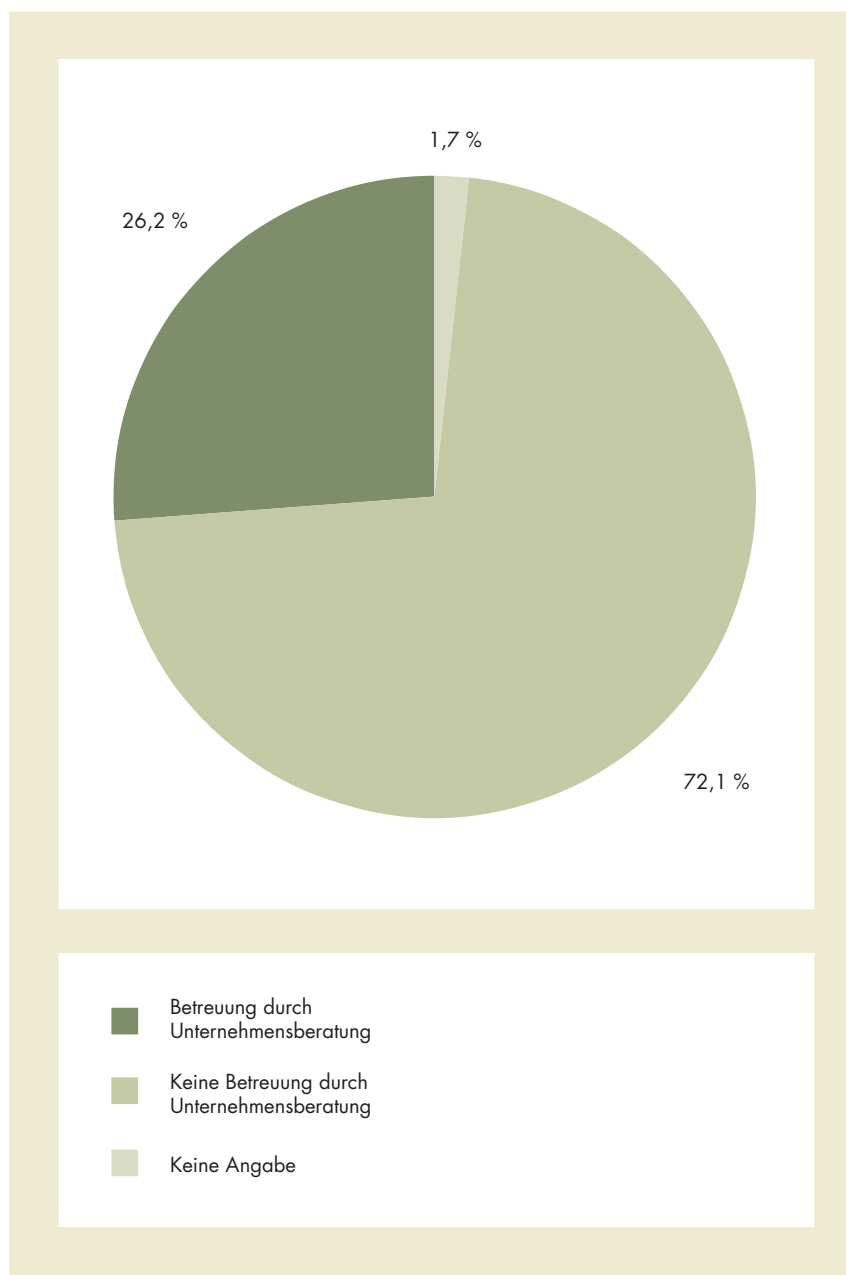
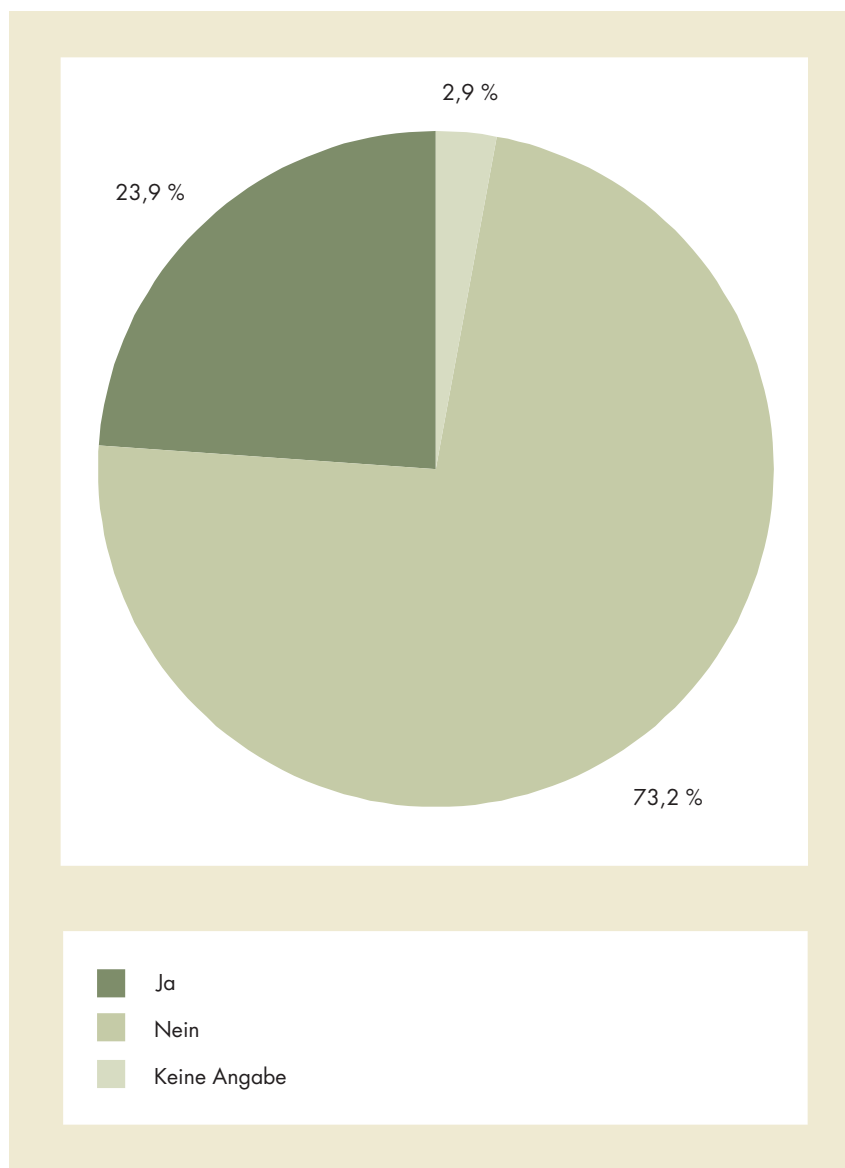


Abb. 42
Inanspruchnahme einer
Unternehmensberatung

Ein Viertel aller unabhängigen Studios nutzt das Wissen einer Unternehmensberatung

Aufgrund der anziehenden Konjunktur haben sich die Ergebnisse verbessert. In diesem Zusammenhang hat sich dann gleichzeitig der Anteil der Studios, die die Dienste einer Unternehmensberatung in Anspruch nehmen, auf 26,2 % (von 29,2 %) verringert.

Abb. 43
Planung, sich an ein
Betriebssystem
anzuschließen



Studiobetreiber haben zunehmend die Möglichkeit, sich die Lizenzen für anerkannte und vorgegebene Kurskonzepte zu sichern und diese in ihrem Studio anzubieten. Weit verbreitet sind beispielsweise Trainings- und Ernährungskonzepte, welche zur Gewinnung neuer Zielgruppen und Mitglieder beitragen. 23,9 % der unabhängigen Anlagen planen, sich im Jahr 2008 an ein Betriebssystem anzuschließen.

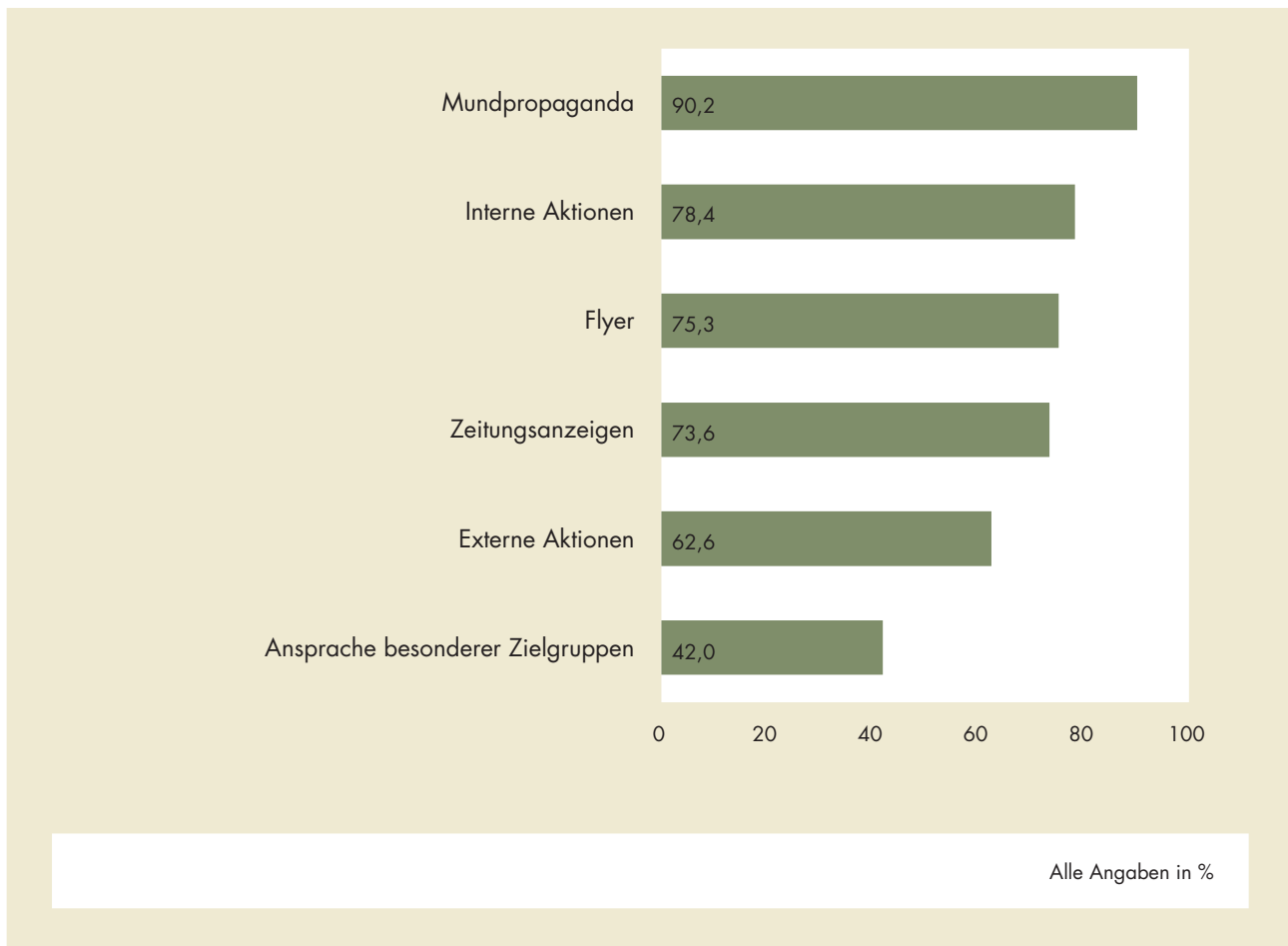


Abb. 44 Ungestützte Frage nach den angewandten Werbe- und Marketingkonzepten zur Kundengewinnung und -bindung

Verlass auf klassische Werbung

Das weitaus wichtigste Werbe- und Marketingkonzept ist mit Abstand die Mundpropaganda. Ein zufriedener Kunde macht die effektivste und günstigste Werbung für das Studio. Darüber hinaus ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein zufriedener Kunde der Freunde, Verwandte und Bekannte mit ins Studio gebracht hat, kündigt, sehr unwahrscheinlich. Die internen Aktionen zielen in die gleiche Richtung und bewirken sich gegenseitig.

Etwas vernachlässigt wird die Ansprache besonderer Zielgruppen, wobei das zugrunde liegende Problem sicherlich die noch nicht durchgängig anwendbaren Konzepte sind. Hier hat die Branche noch ein sehr großes Potenzial um bisher wenig erschlossene Märkte zu öffnen.

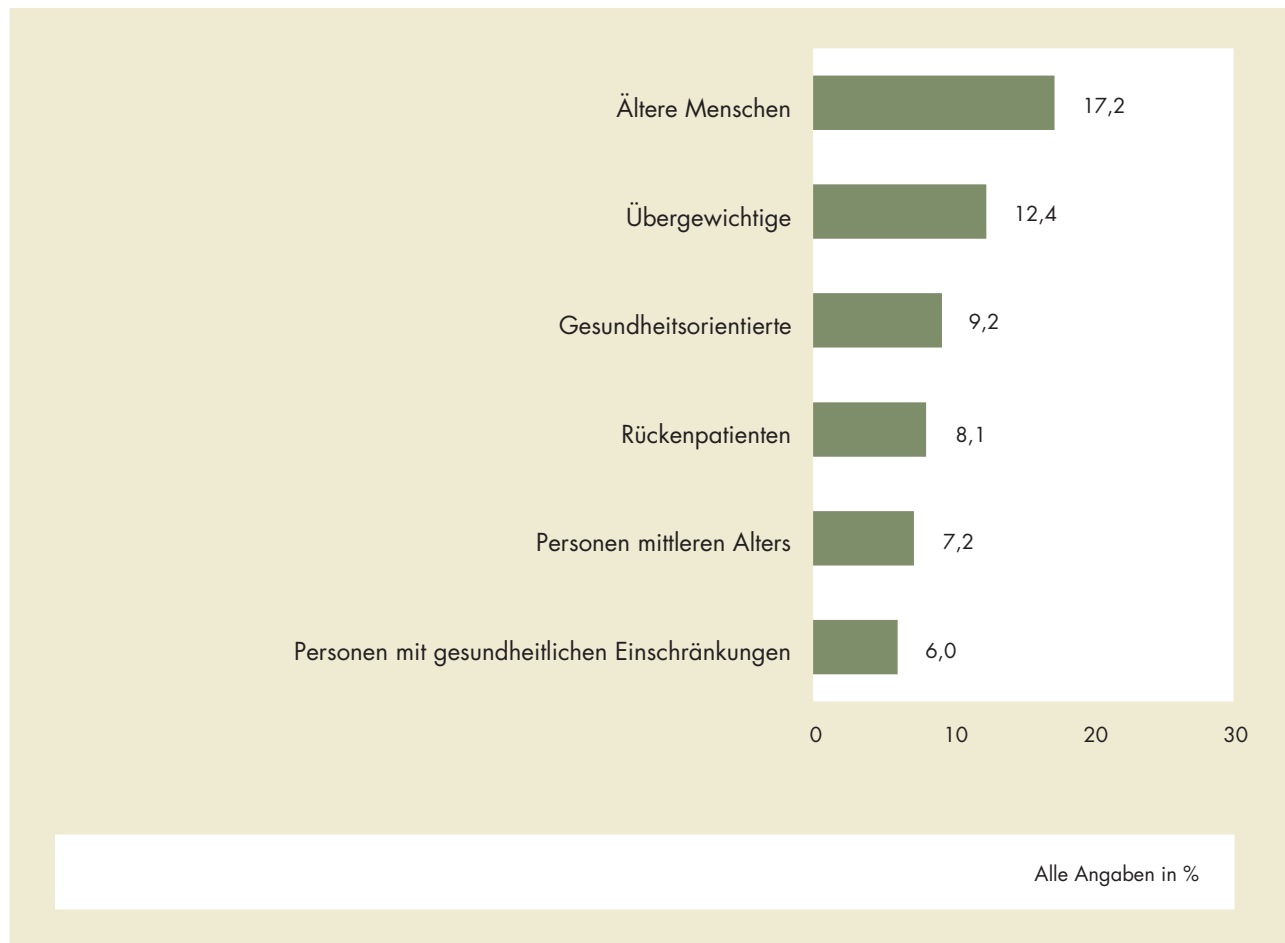


Abb. 45 Ungestützte Frage nach den Zielgruppen des Studios

Spezialisierung bei den Zielgruppen

Die Entwicklung in 2007 zeigt, dass sich die unabhängigen Anlagen immer mehr versuchen zu spezialisieren, obwohl nur 42 % der Anlagen besondere Zielgruppen anvisieren (vgl. Abb. 44). In 2006 gaben noch 39,6 % aller Anlagen an, sie würden „keine besonderen Zielgruppen“ ansprechen. Dieser Anteil ist in 2007 auf 1,1 % gesunken.

2.3. Beschreibung typischer Anlagen

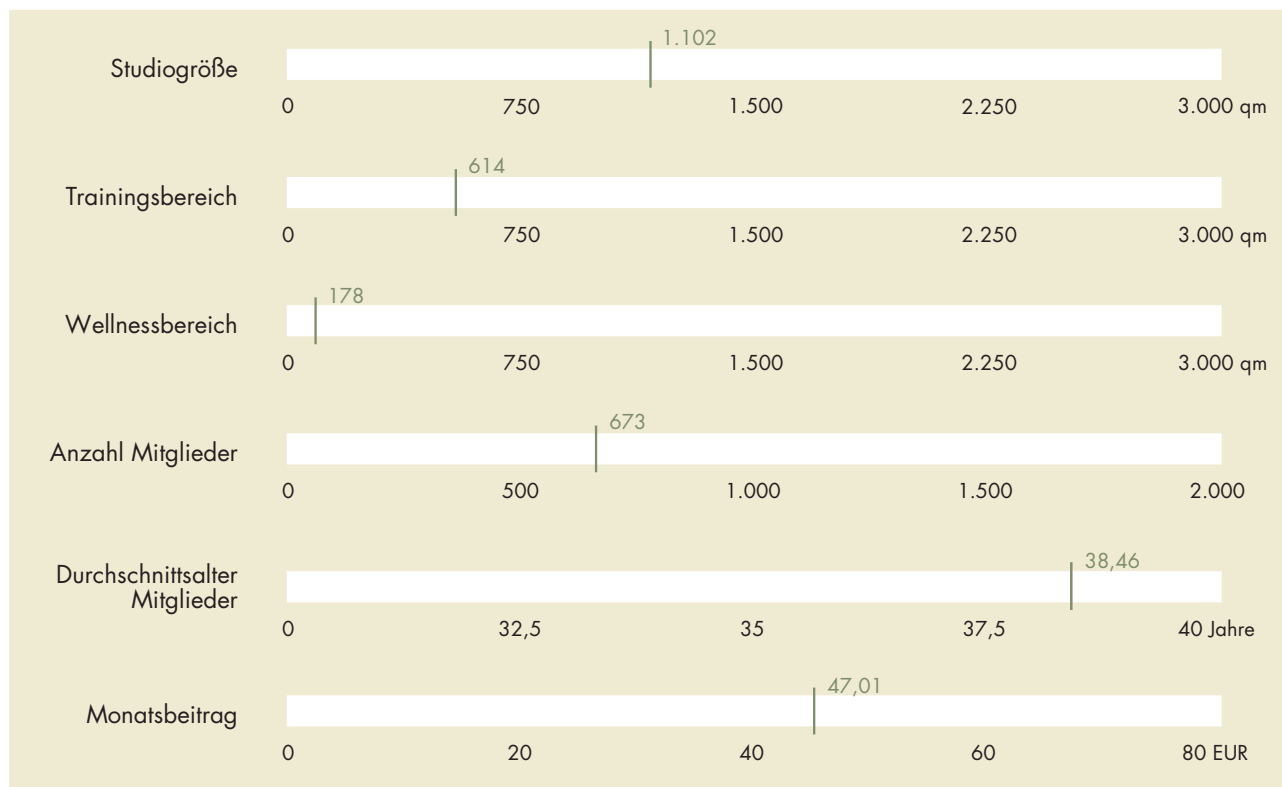


Abb. 46 Durchschnittswerte eines typischen Gemischten Studios

Die Gemischten Anlagen sind im Durchschnitt 1.102 qm groß, wobei der Trainingsbereich meist über die Hälfte der Gesamtfläche in Anspruch nimmt. Der Wellnessbereich umfasst lediglich 16 % der Studiogröße. Diese Größe deckt sich mit dem im Bereich der Gemischten Anlagen etwas zurückgehenden Wellnessrend der letzten Jahre. Hier trainieren im Durchschnitt 673 Mitglieder mit dem im Vergleich höchsten Durchschnittsalter von 38,46 Jahren. Der Monatsbeitrag liegt hier zwischen den beiden anderen Studio-Klassifikationen und beträgt 47,01 EUR brutto.

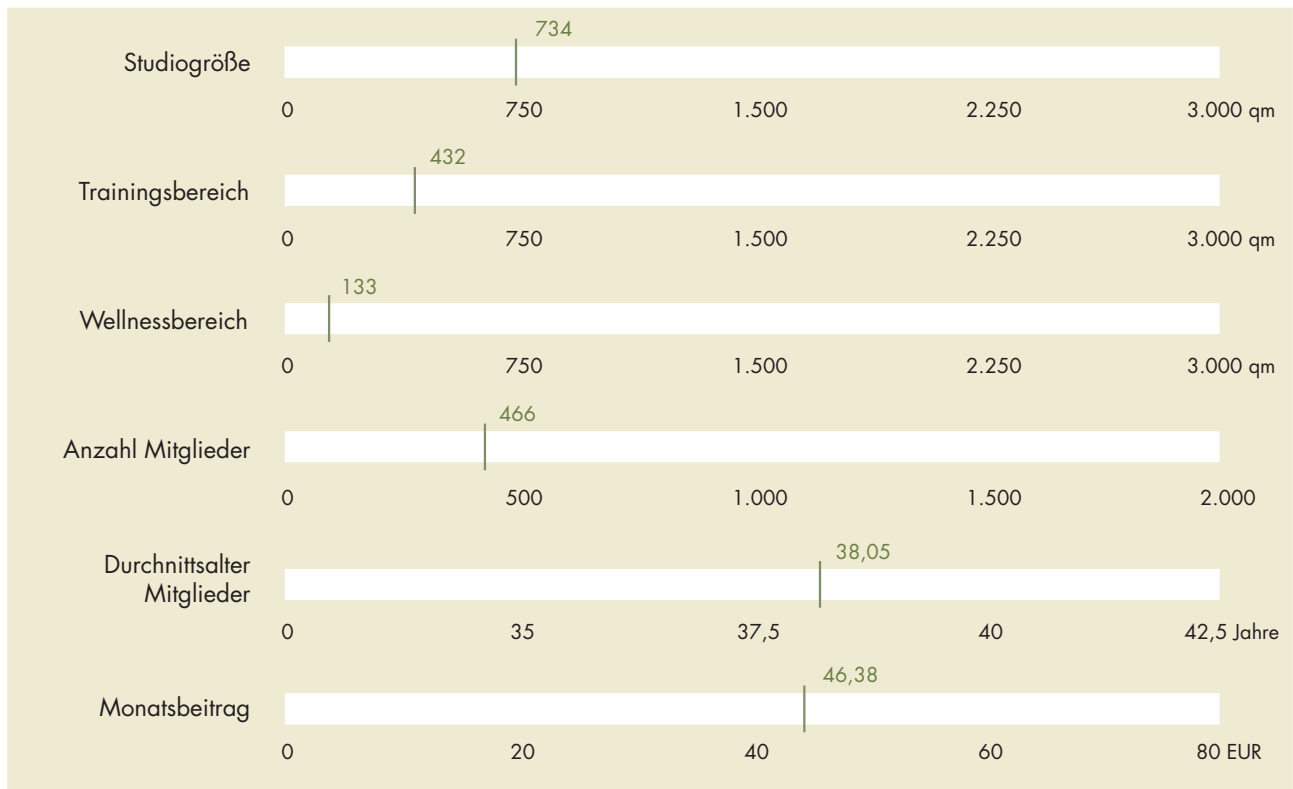


Abb. 47 Durchschnittswerte eines typischen unabhängigen Frauen-Studios

Auch im Jahr 2007 haben die Frauen-Studios ihre Flächen vergrößert, sodass eine durchschnittliche Gesamtfläche von 734 qm zugrunde liegt. Die Flächenvergrößerung entwickelte sich einerseits zugunsten des meist recht kleinen Trainingsbereiches. Die Entwicklung bei den Frauen-Studios läuft entgegen den anderen Anlagensegmenten, in denen sich die Gesamtflächen eher verkleinert haben. Trotz der Vergrößerungsmaßnahmen gab es einen Rückgang bei den Mitgliederzahlen auf 466 pro Anlage. Der Durchschnittsmonatsbeitrag einer Frauen-Anlage verringerte sich um 8,03 EUR auf 46,38 EUR brutto. Durch die Reduktion der angebotenen Preise sprechen Frauen-Studios zunehmend jüngere Personen an, wodurch sich das Durchschnittsalter der Mitglieder kaum noch von dem der anderen Anlagensegmente unterscheidet.

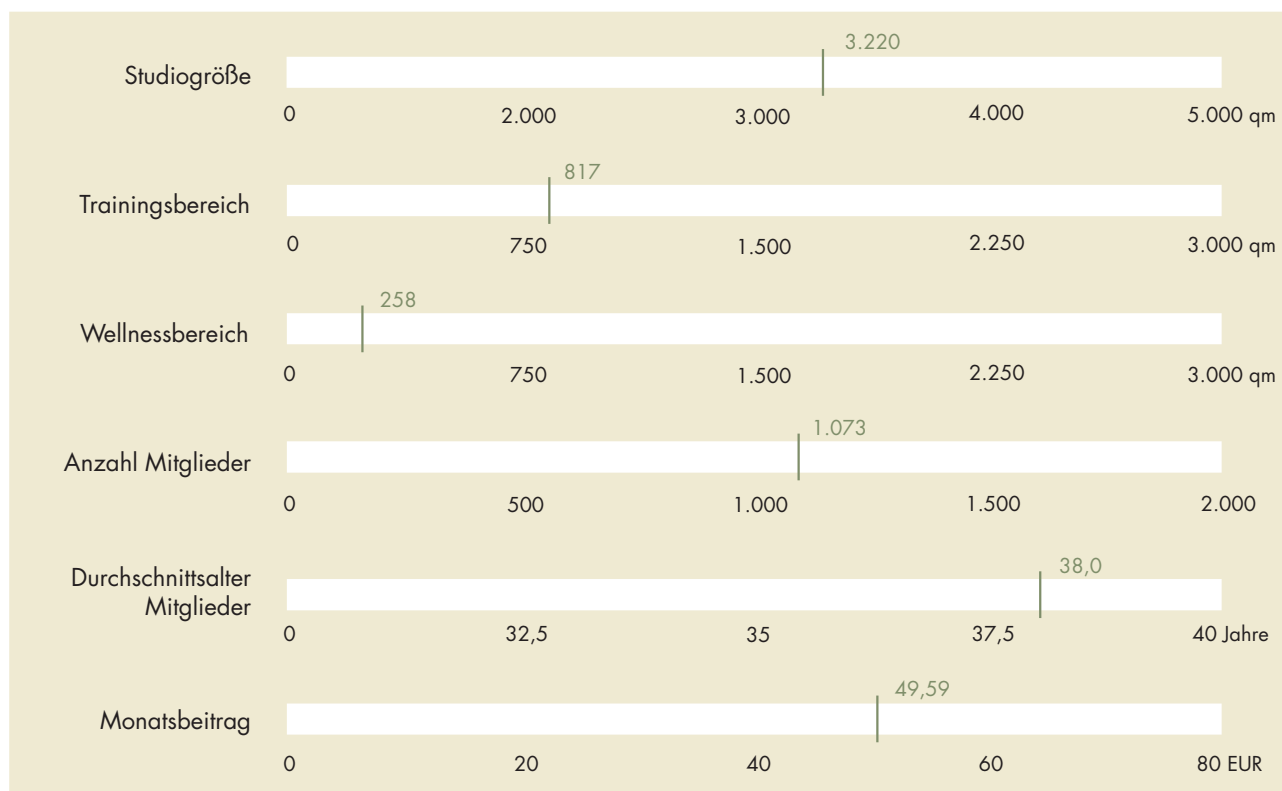


Abb. 48 Durchschnittswerte einer typischen unabhängigen Multifunktionsanlage

Die Multifunktionsanlagen verzeichnen 2007 einen enormen Flächenverlust von ca. 25 %. Die Trainingsfläche ist durchschnittlich 310 qm kleiner geworden und auch der Wellnessbereich wurde um 173 qm verkleinert. Zusätzlich zu der Anlagengröße verringerten sich auch die Mitgliederzahlen der Anlagen auf 1.073 Trainierende pro Multifunktionsanlage. Im Vergleich zu den Frauen- und Gemischten-Studios sind in diesem Segment die höchsten Durchschnittsmonatsbeiträge zu finden.

2.4. Arbeitsmarkt

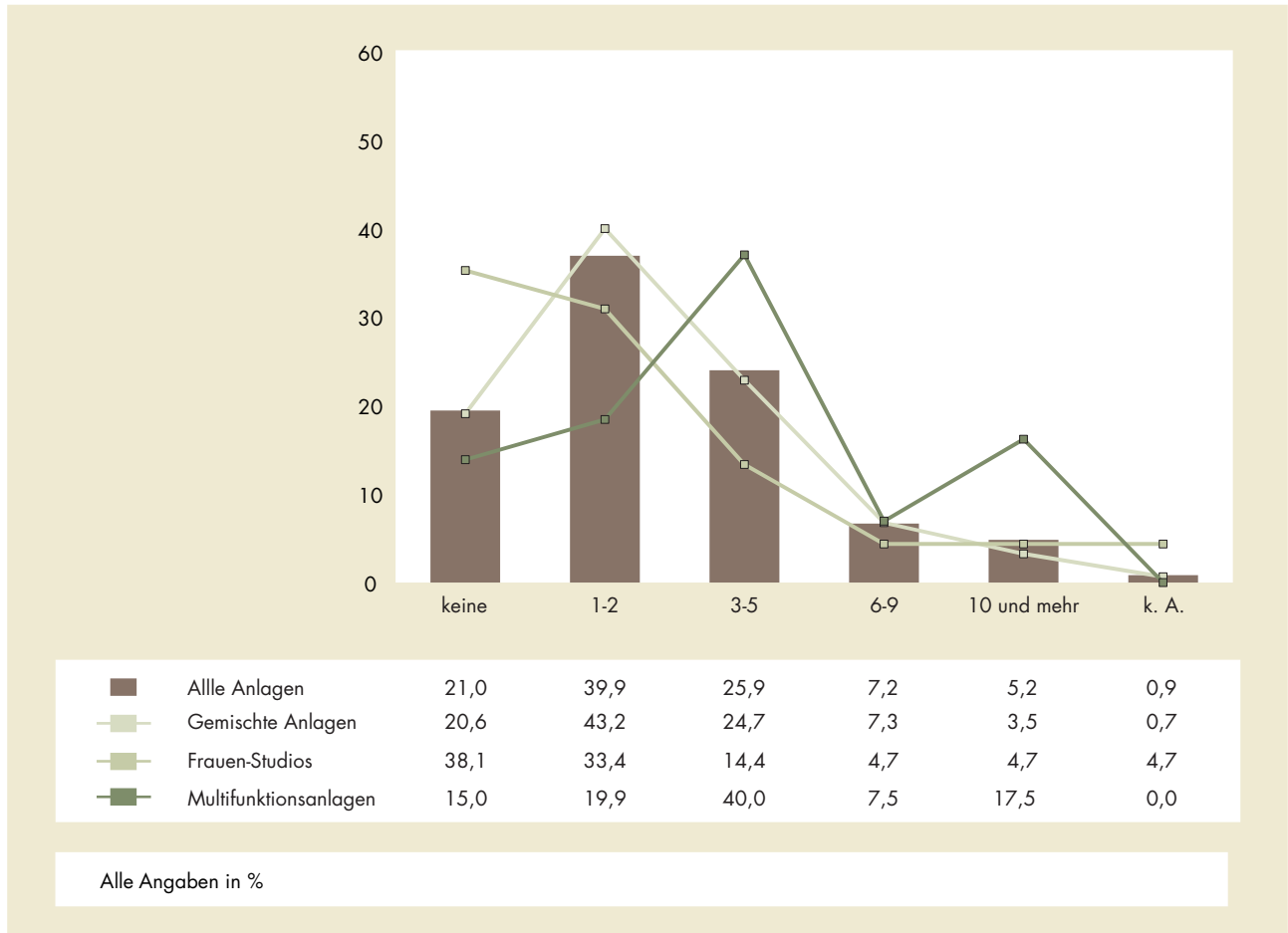


Abb. 49 Anzahl Festangestellte

Mehr sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze

Der Trend zu mehr festangestellten Mitarbeitern in den Fitnessstudios setzt sich auch in diesem Jahr fort. 2007 waren in nur noch 21,0 % der Unabhängigen Anlagen keine Festangestellten tätig. Erfreulich ist es, dass überdurchschnittlich viele Multifunktionsanlagen 10 oder mehr festangestellte Mitarbeiter beschäftigen. Trotz einer Verbesserung von 7,1 %, liegen die Frauenstudios im Bezug auf die Festangestellten immer noch hinten. Hier sind im Durchschnitt 1,85 Festangestellte tätig. In den Gemischten Anlagen sind im Durchschnitt 2,69 Mitarbeiter festangestellt und in den Multifunktionsanlagen sogar 5,22.

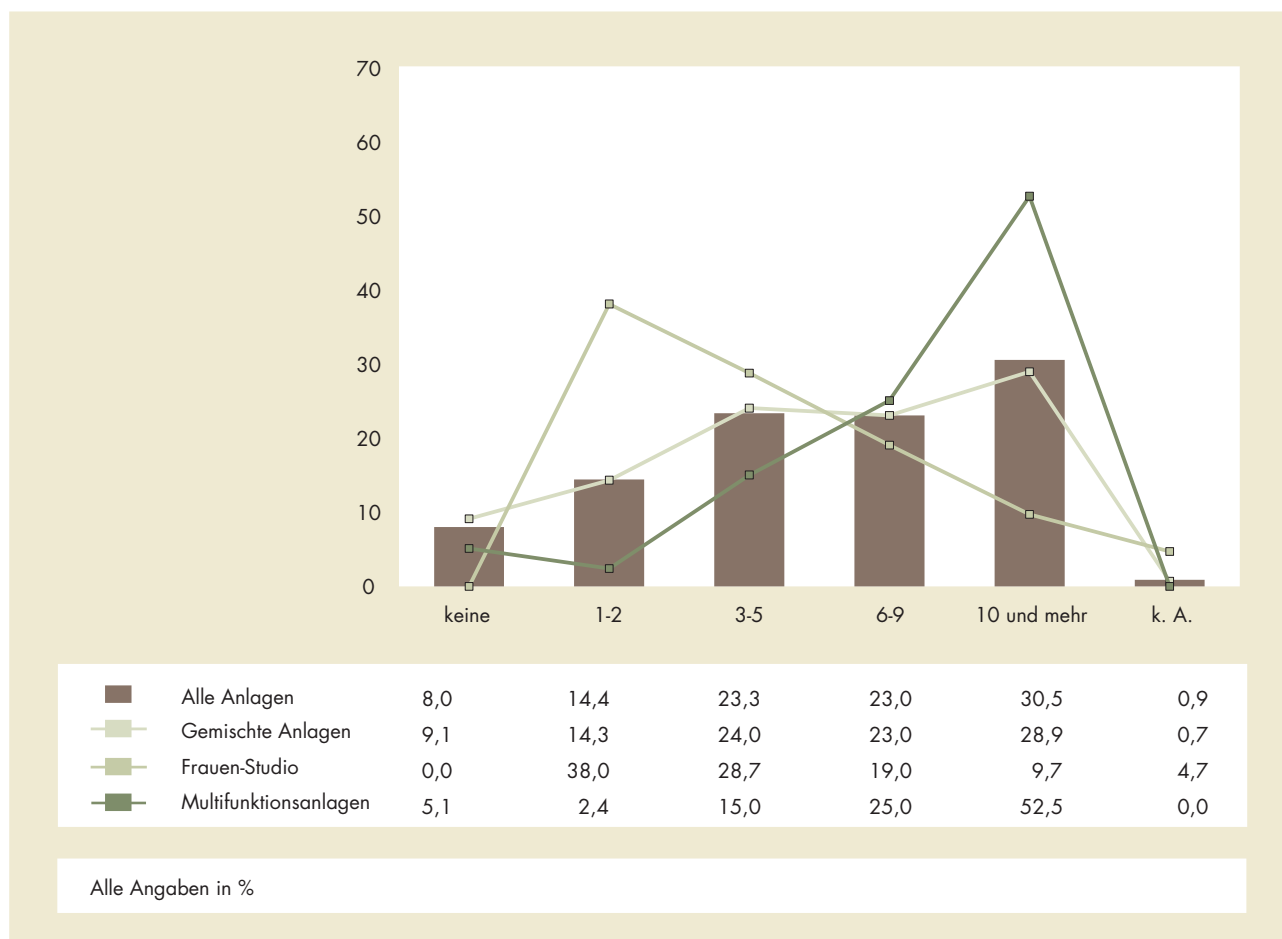


Abb. 50 Anzahl Aushilfen

Frauenstudios setzen auf Aushilfskräfte

Auch im Jahr 2007 sind Aushilfen die Hauptbeschäftigungsgruppe in den Fitnessanlagen. Besonders hervorstechend sind hier die Frauenstudios, bei denen mindestens eine Aushilfe pro Anlage angestellt ist. Von den gesamten unabhängigen Anlagen beschäftigen lediglich 8 % keine Aushilfen. Dies ist eine Verringerung von 1,8 % im Vergleich zum Vorjahr. Im Bereich der Multifunktionsanlagen ist der Anteil mit 10 und mehr Aushilfen im Vergleich zum Vorjahr um 15,2 % gesunken, was durch die zunehmenden Festanstellungen zu begründen ist. Im Durchschnitt sind in einer Gemischten Anlage über 7 Aushilfen und in einem Frauenstudio über 4 Aushilfen beschäftigt. Die meisten Aushilfen findet man in den Multifunktionsanlagen mit durchschnittlich 12 Aushilfen je Anlage.

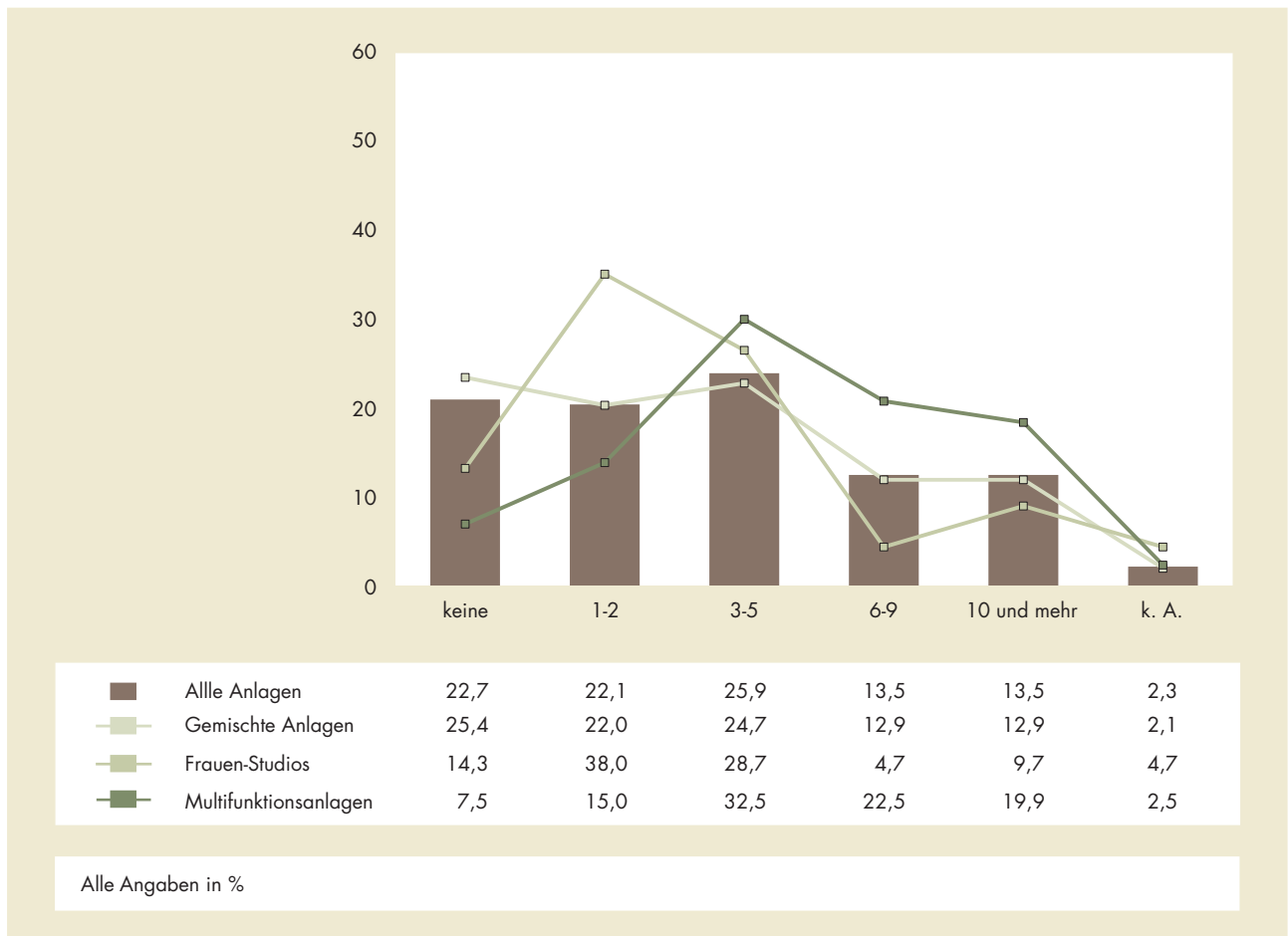


Abb. 51 Anzahl Freiberufler

Auch im Bereich der Freiberufler steigt zunehmend die Anzahl der Anlagen, die solche beschäftigt. Somit waren 2007 in 77,3 % der unabhängigen Anlagen Freiberufler tätig. Ein Viertel der Fitnessanlagen beschäftigt 3 bis 5 Freiberufler, wobei in den meisten Frauenstudios nur 1 bis 2 Personen dieser Berufsgruppe zu finden sind. Allgemein ist die Zahl der Frauenstudios mit Freiberuflern um 7,9 % zurückgegangen. Im Gegensatz hierzu findet man in 92,5 % der Multifunktionsanlagen Freiberufler, was ein Anstieg von 6,9 % zum Vorjahr bedeutet.

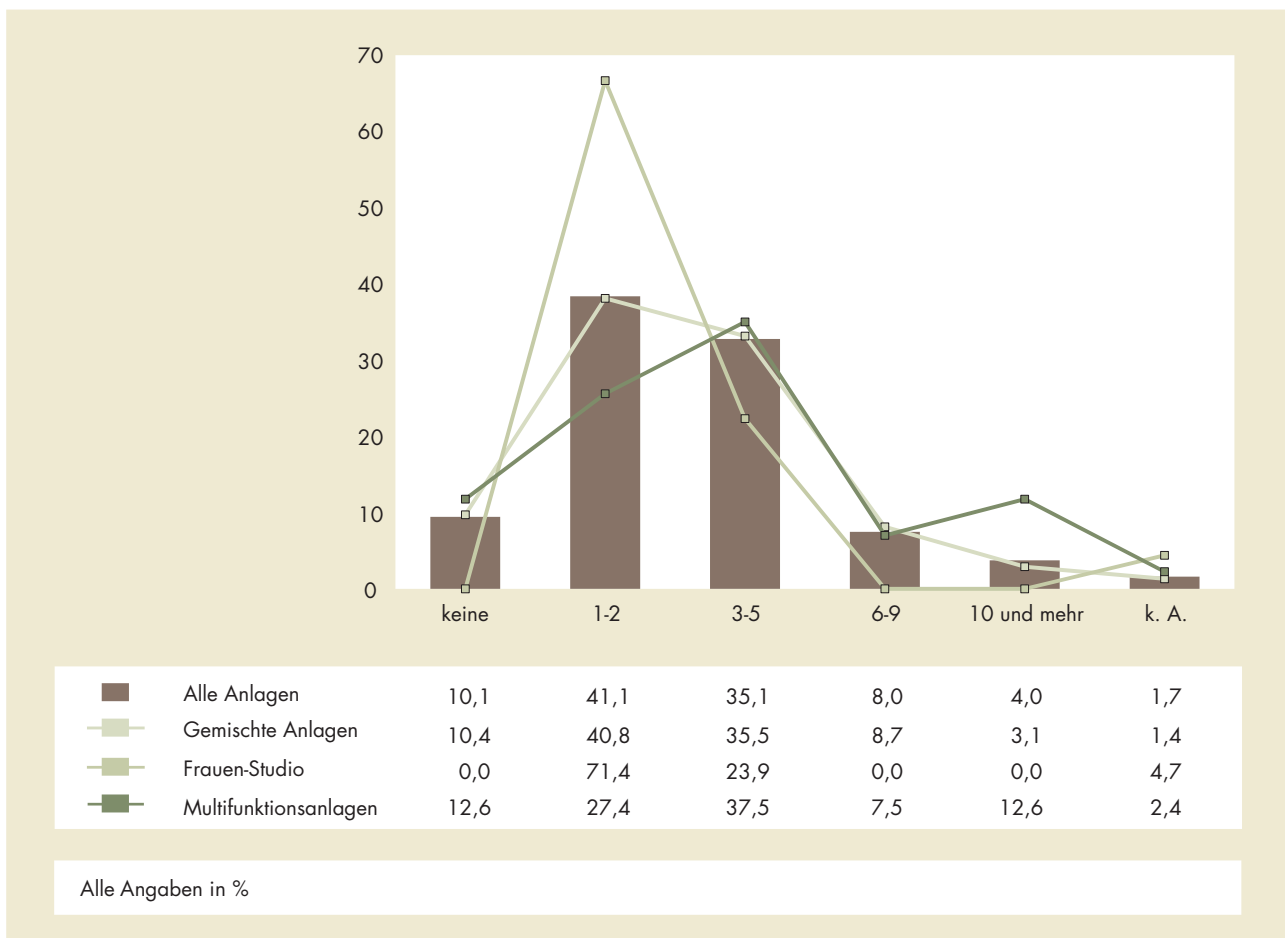


Abb. 52 Fitness-Trainer

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zahl der Anlagen ohne einen Fitness-Trainer leicht gesunken. Der Trend, dass die durchschnittliche Anzahl von Fitness-Trainern je Anlage sinkt, setzt sich fort. Die meisten Anlagen beschäftigen lediglich 1 bis 2 Personen mit einer entsprechenden Ausbildung (41,1 %). Auffällig ist es, dass in jedem Frauenstudio eine Person mit dieser Qualifikation angestellt ist.

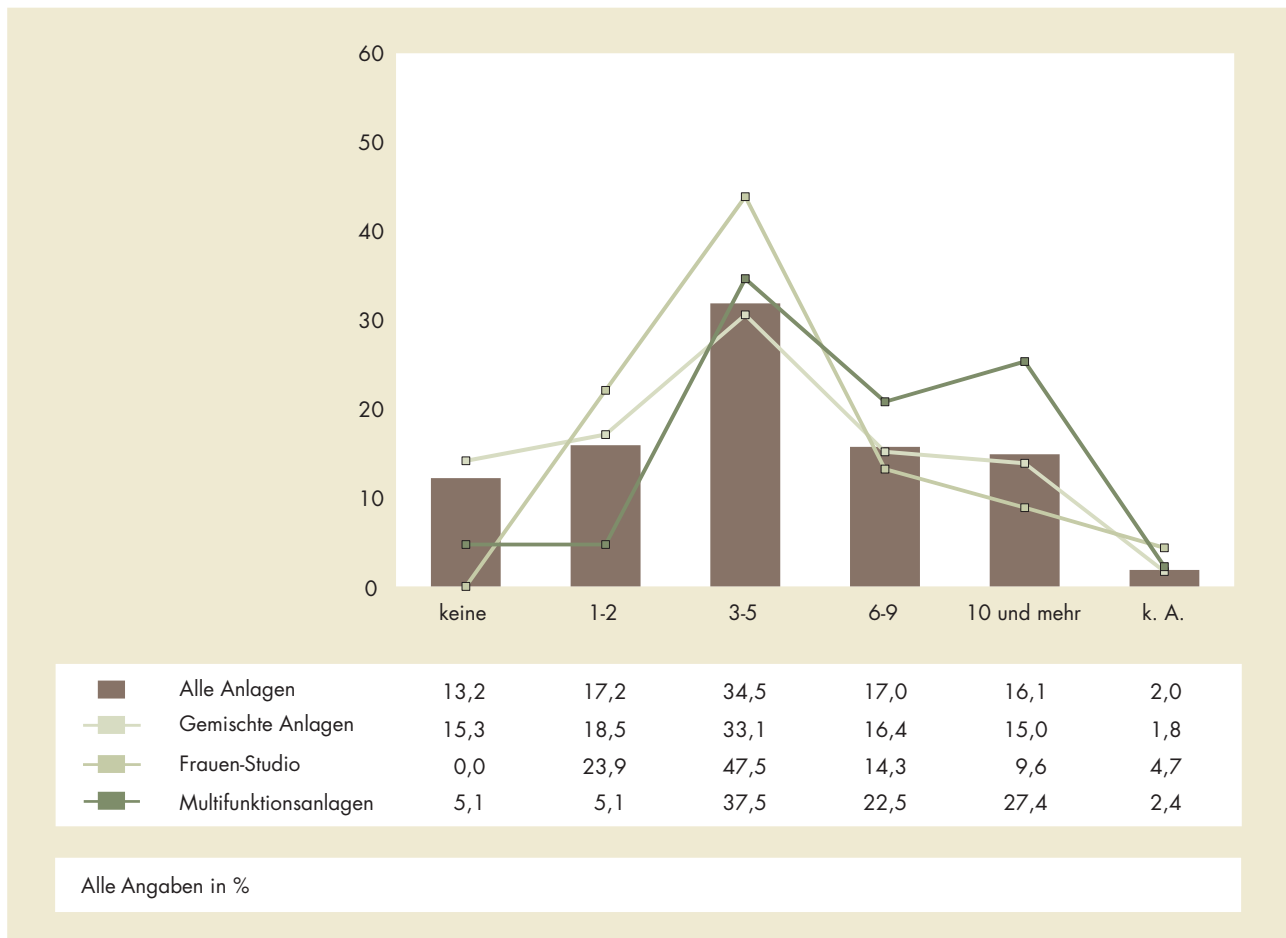


Abb. 53 Aerobic-Trainer

Im Jahr 2007 ist die Zahl der Studios mit Aerobic-Trainern im Vergleich zum Vorjahr leicht angestiegen. Spitzenreiter im Bereich der Aerobic-Trainer sind die Frauenstudios. Aufgrund des meist komplexen Kursprogrammes beschäftigt nahezu jedes Frauenstudio mindestens eine Person mit dieser Qualifikation. Die meisten unabhängigen Anlagen beschäftigen 3 bis 5 Aerobic-Trainer. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Zahl der Anlagen mit 10 und mehr Aerobic-Trainern um 5,3 % verringert. Dies ist auf die Ketten zurückzuführen, die in diesem Jahr bei der Auswertung nicht mehr berücksichtigt wurden.

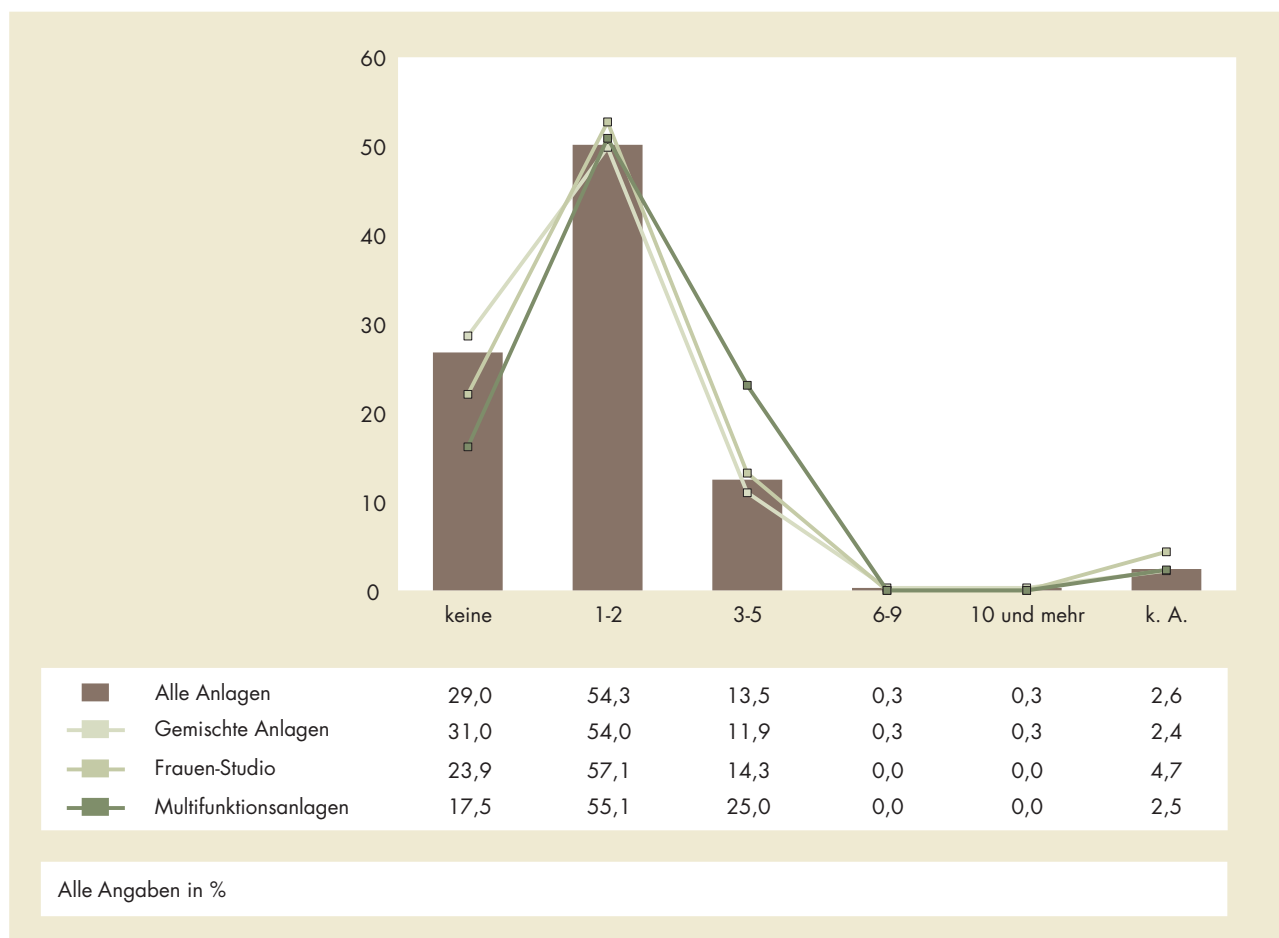


Abb. 54 Kaufmännische Mitarbeiter/innen

Im Vergleich zum Vorjahr, hat sich die Zahl der Anlagen ohne kaufmännische Mitarbeiter wieder erhöht. Somit gibt es 2007 in 29,0 % der Anlagen keine Mitarbeiter mit kaufmännischen Qualifikationen. Einen drastischen Anstieg gibt es hier im Bereich der Gemischten Anlagen. Das bringt zum Ausdruck, dass besonders die in 2006 miteinbezogenen Ketten- und Franchise-Anlagen kaufmännisches Personal beschäftigen. Im Bereich der Frauen-Anlagen gab es erneut einen Anstieg der Anlagen mit kaufmännischen Mitarbeitern, sodass diese Berufsgruppe bereits in 76,1 % der Anlagen vertreten ist.

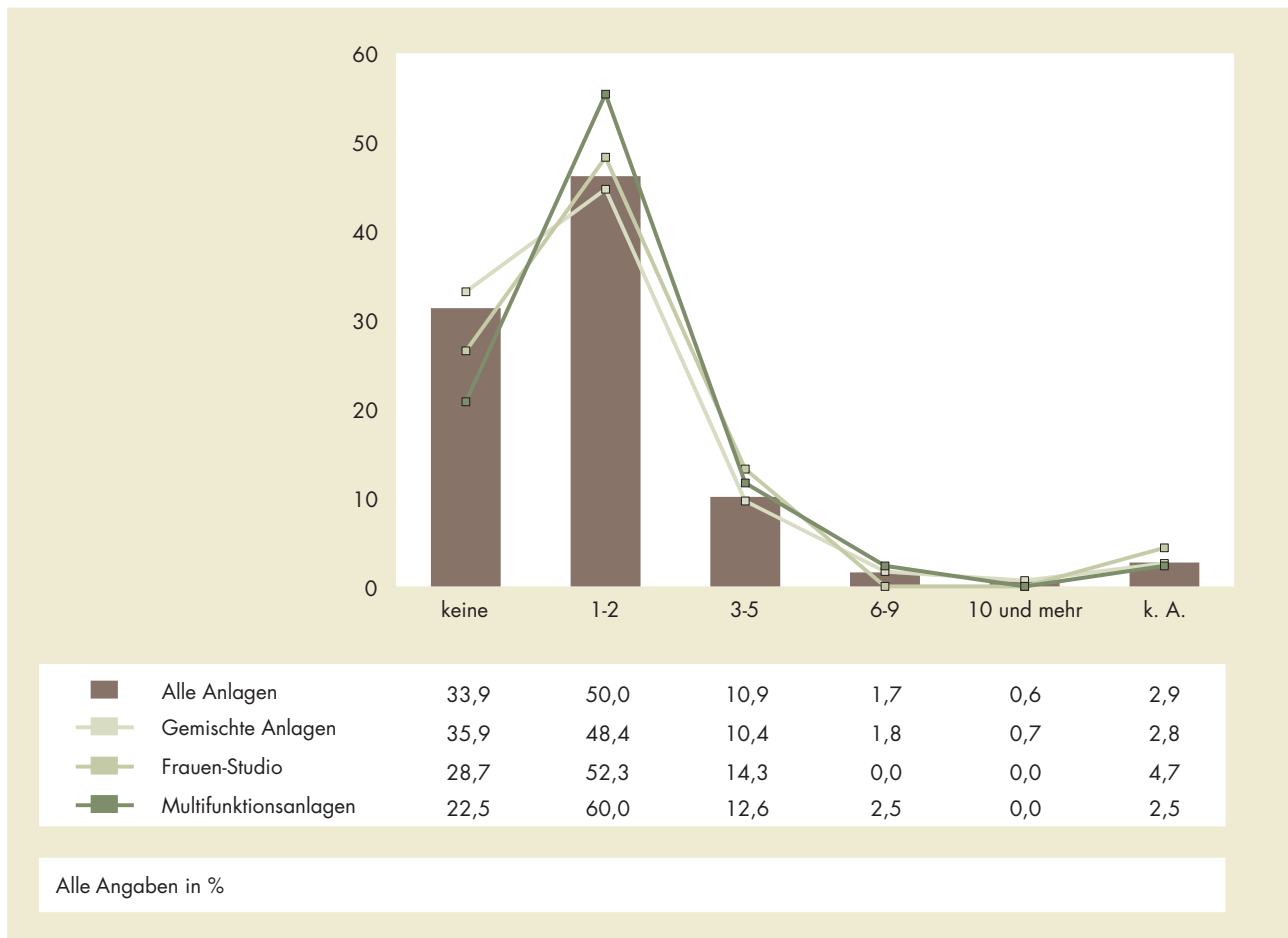


Abb. 55 Mitarbeiter/innen mit medizinischer Qualifikation

Die Anzahl der Anlagen mit medizinisch qualifizierten Mitarbeitern ist im Jahr 2007 wieder leicht gesunken. Gegenläufig hierzu haben die Frauen-Studios stark aufgeholt, sodass nur noch 28,7 % der Anlagen keine medizinischen Mitarbeiter beschäftigen. Im Durchschnitt findet man in einer unabhängigen Fitness-Anlage 1,3 medizinische Mitarbeiter.

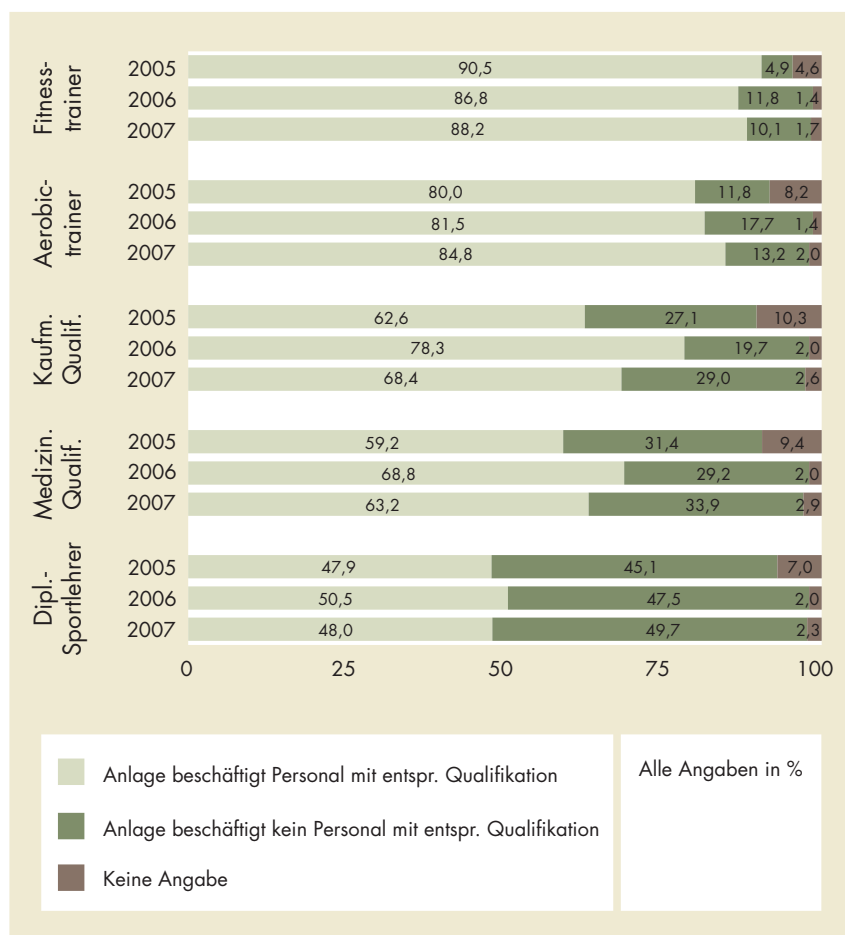


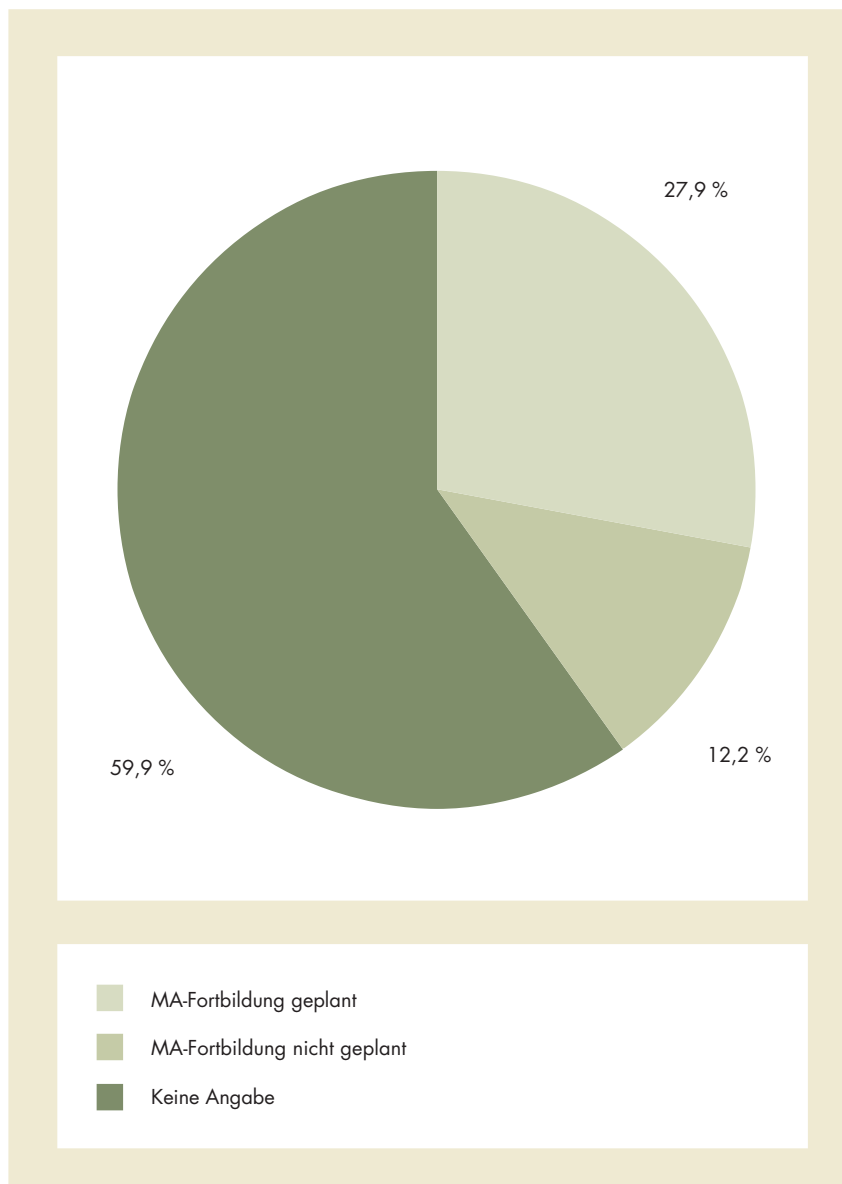
Abb. 56
Personalqualifikation,
Entwicklung 2005 bis 2007

Ausgebildete Fitness- oder Aerobic-Trainer sehr gefragt

2007 hat sich in den unabhängigen Anlagen der Trend zu den klassischen Fitness-Qualifikationen durchgesetzt, sodass vermehrt mit Aerobic- und Fitness-Trainern gearbeitet wird. Die Zahl der medizinischen und kaufmännischen Mitarbeitern sowie Diplom-Sportlehrern ist gegenläufig etwas zurückgegangen. Fortlaufend bleiben die Fitness- und Aerobic-Trainer die am meisten vertretene Personalqualifikation in den deutschen Fitnessanlagen.

Dieser Trend wird durch die zunehmenden studiospezifischen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten verstärkt. Die Fitness- und Aerobic-Trainer-Qualifikationen dienen zunehmend als Grundlage für spezifische Weiterbildungen im Fitness- und Gesundheitssport, wodurch die medizinischen Qualifikationen nicht mehr unbedingt Voraussetzung für das Angebot von qualitätsorientierter Fitness sein müssen. Die in der Branche immer häufiger anzufindenden BA-Studenten und Fitness-Kaufleute können, aufgrund ihrer komplexen, kaufmännischen und trainingsorientierten Ausbildungen, ebenfalls diese Personalqualifikationen ersetzen.

Abb. 57
Geplante Mitarbeiter-
Fortbildungen für 2008



Eine immer größere Vielfalt an Qualifikationsmöglichkeiten bietet den Studiobetreibern andere Möglichkeiten, als es mit den ursprünglich vertretenden medizinischen Qualifikationen möglich ist. Somit gibt es zunehmend differenziertere Spezialisierungsbereiche, die durch Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen zu realisieren sind. Um sich vom Markt durch qualifiziertes Personal abzuheben, planen 27,9 % der Studios Mitarbeiterfortbildungen für das Jahr 2008. Lediglich 12,2 % schließen Weiterbildungsmaßnahmen für das nächste Jahr komplett aus.

2.5. Investition

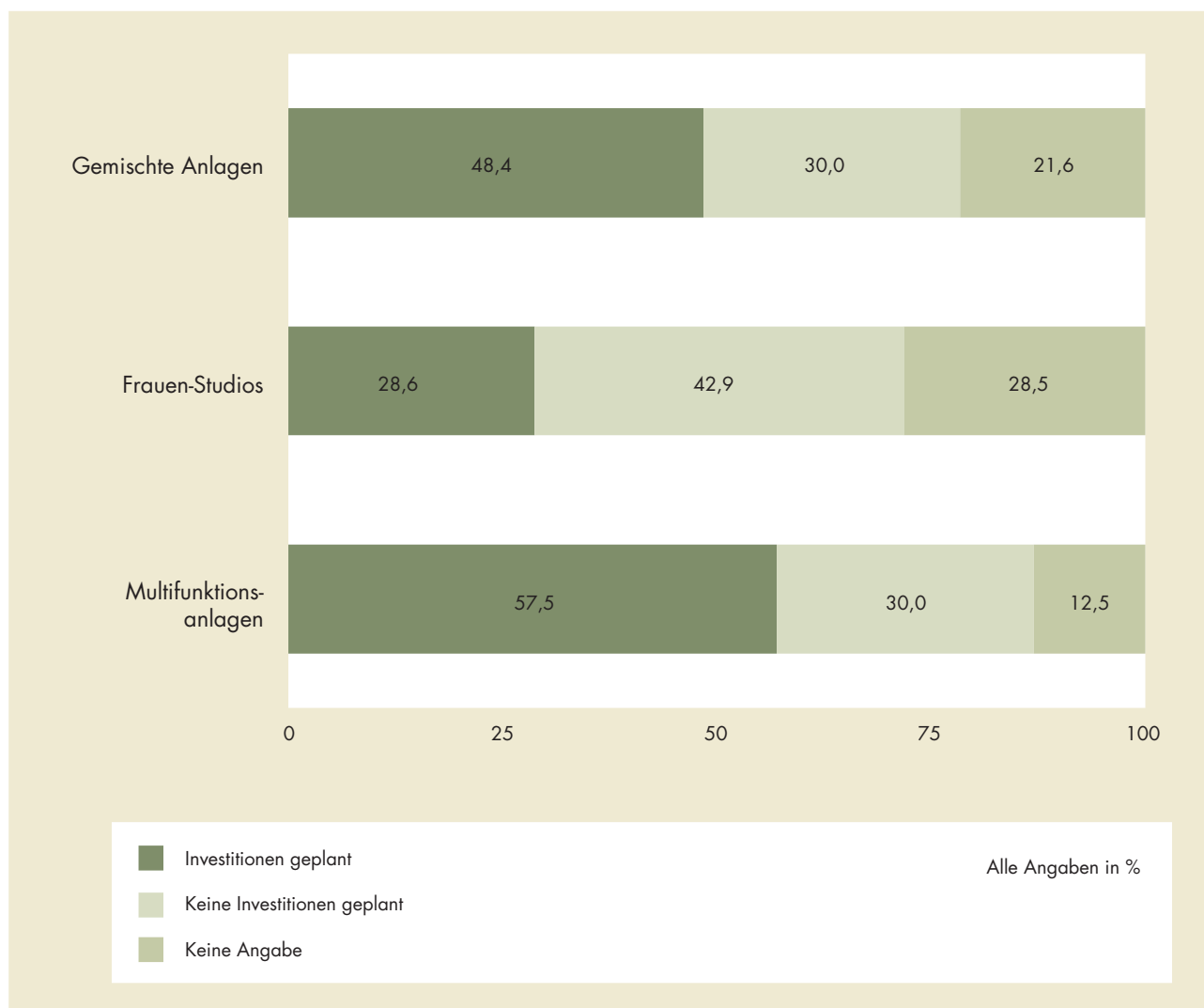


Abb. 58 Investitionsplanung

Geplante Investitionen abhängig von der Studioart

Nach der sehr starken Investitionsneigung im Vorjahr, ist die Investitionsbereitschaft für das Jahr 2008 wieder leicht zurück gegangen. Zusätzlich hat sich in allen drei Studio-Segmenten die Anzahl der Studios, die sich noch nicht sicher über eine Investition sind, verringert. Dieser Aspekt spricht für eine zunehmende betriebswirtschaftliche Planung bezüglich Investitionen in der Fitnessbranche.

Von den im letzten Jahr nicht so investitionsbereiten Multifunktionsanlagen planen 57,5 % der Anlagen für 2008 Investitionen. Fast die Hälfte der Gemischten Anlagen möchte ebenfalls in ihr Studio investieren. Im Gegensatz dazu schließen 42,9 % der Frauen-Studios für das folgende Jahr diese komplett aus, was einen deutlichen Anstieg von 23,5 % zum Vorjahr bedeutet.

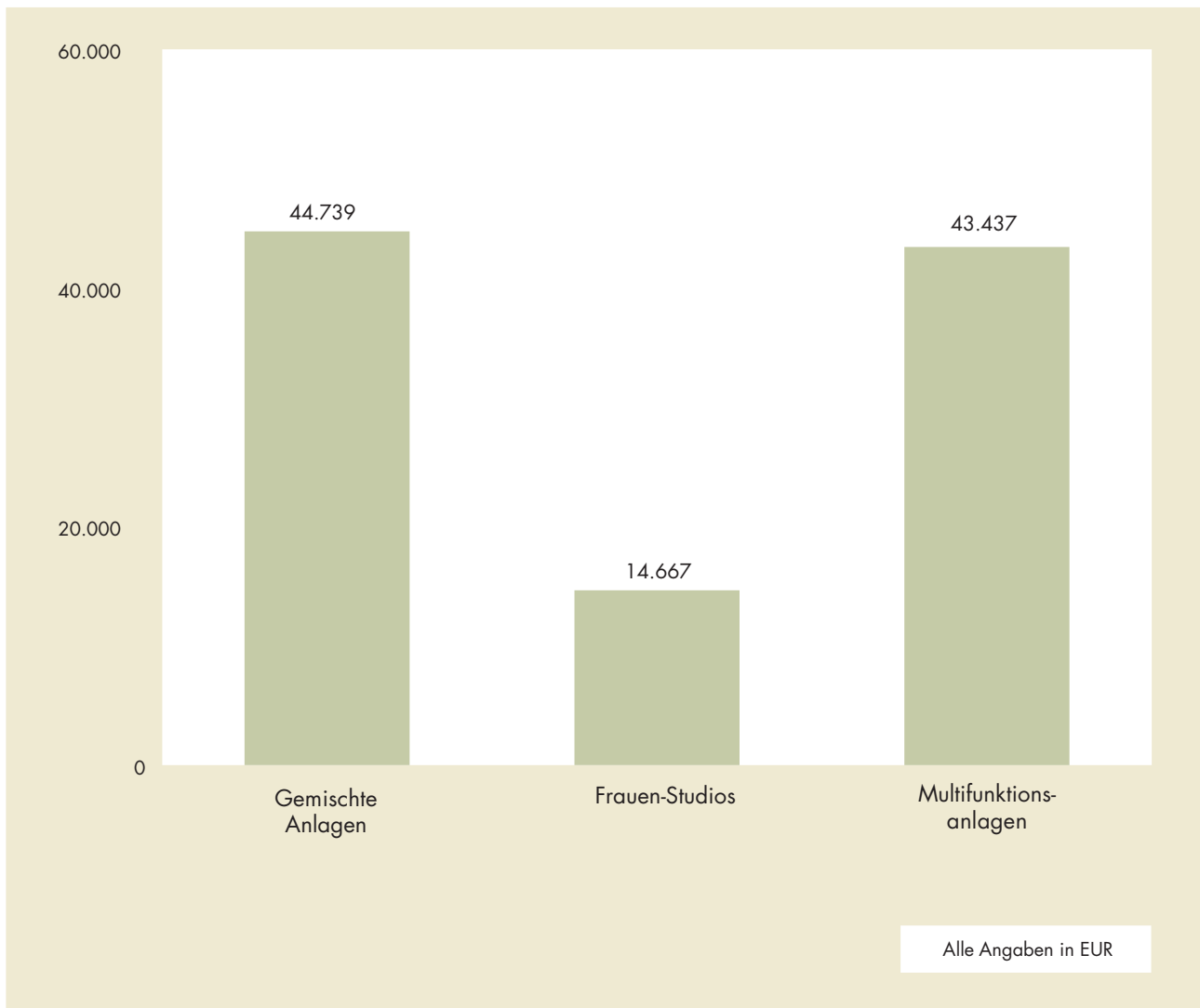


Abb. 59 Höhe der geplanten Investitionen

Investitionen sind geplant!

Die Gemischten Anlagen planen im Jahr 2008 durchschnittlich 44.739 EUR zu investieren, dicht gefolgt von den Multifunktionsanlagen mit 43.437 EUR. Der Investitionsrahmen bei den Frauen-Studios liegt bei 14.667 EUR.

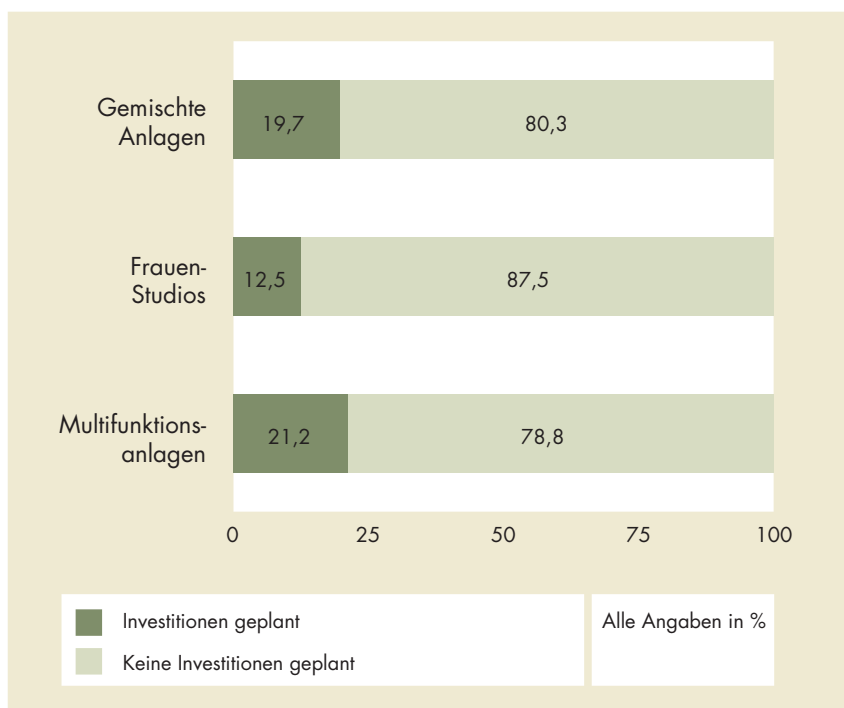


Abb. 60
Geplante Erweiterungs-Investition im Fitness-Bereich

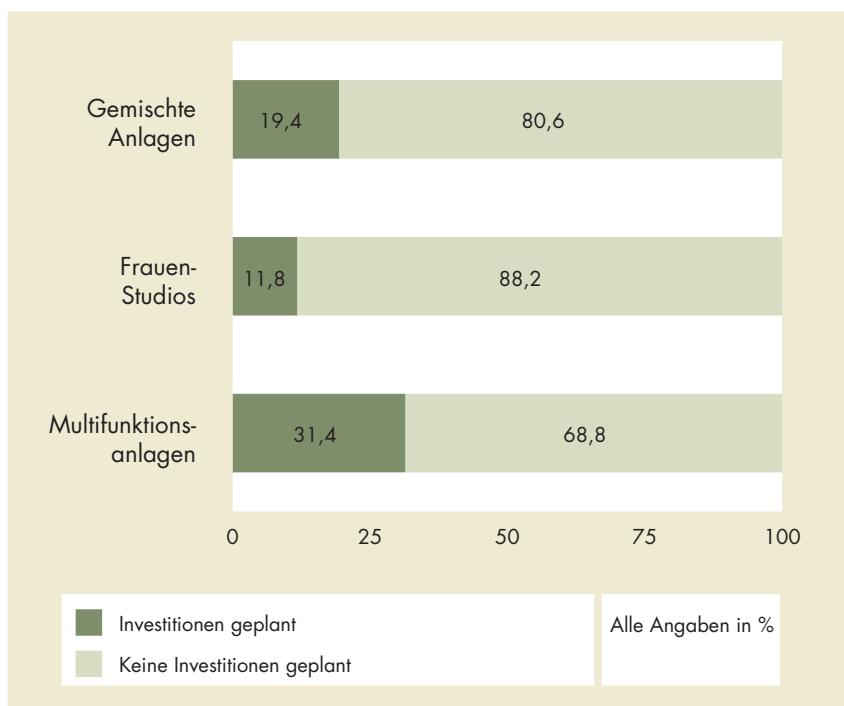


Abb. 61
Geplante Erweiterungs-Investition im Cardio-Bereich

Durch die allgemein zurückgegangene Investitionsbereitschaft, planen nur noch 19,7 % der Gemischten und 12,5 % der Frauen-Studios Erweiterungs-Investitionen im Fitness-Bereich und auch im Cardio-Bereich sieht die Erweiterungsbereitschaft ähnlich aus. Lediglich bei den Multifunktionsanlagen haben sich die Investitionsplanungen in diesem Bereichen verstärkt. 31,4 % dieser Anlagen planen eine Erweiterungs-Investition im Cardio-Bereich. Dies ist im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg von 27,7 %. Die sonstigen Erweiterungsplanungen liegen neben dem Fitness- und Cardioreich eher im kompletten Aus- und Umbau der Anlage.

Abb. 62
Geplante Ersatz-Investition
im Fitness-Bereich

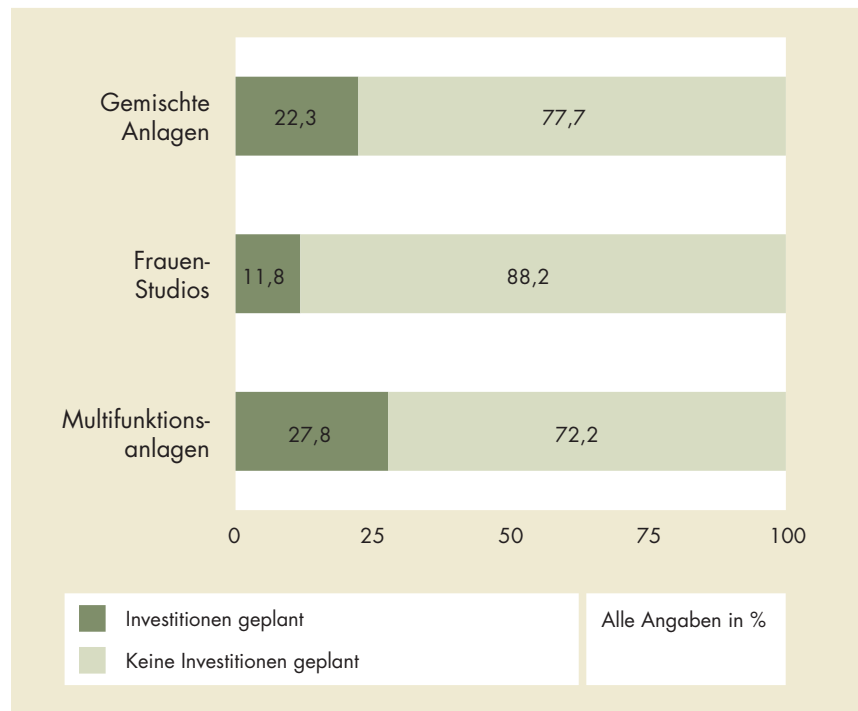
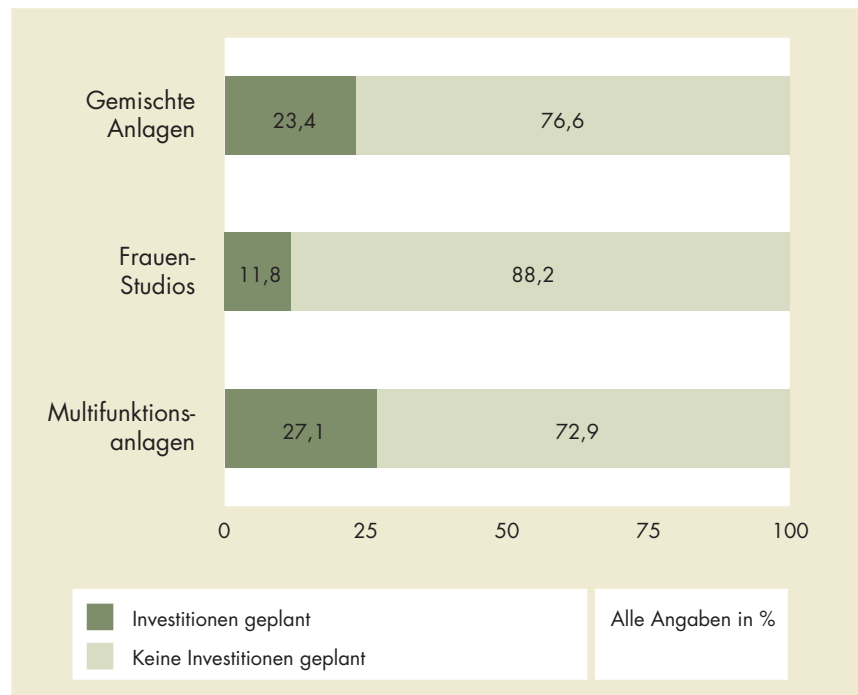


Abb. 63
Geplante Ersatz-Investition
im Cardio-Bereich



Bezüglich der Ersatz-Investitionen planen immerhin noch über ein Fünftel der Gemischten Anlagen Investitionen, um die Qualität der Anlagen zu wahren oder zu verbessern. Leicht rückläufig zum Vorjahr planen nur noch 11,8 % der Frauen-Studios Investitionen in diesem Bereich. Die Multifunktionsanlagen haben auch hier stark zugelegt. Erneut wird die Fokussierung auf den Cardio-Bereich, mit einem Anstieg von 23,5 % zum Vorjahr, deutlich.

Neben diesen Investitionen planen die Anlagen verstärkt Ersatz-Investitionen im Sauna-/Wellnessbereich und im Nassbereich. In diesen „Wohlfühlbereichen“ wird ein Qualitätsverlust von Seiten der Kunden bereits sehr schnell wahrgenommen.

3. Ketten- und Franchise-Studios

3.1. Branchen- und Anlagenentwicklung

Auswertung der Ketten- und Franchisestudios sowie der INJOY-Studios

In Deutschland gibt es insgesamt 632 Ketten- und Franchise-Studios. Davon entfallen 354 auf Ketten-Studios und 278 auf Franchise-Studios. Da in dieser Auswertung nur Studios berücksichtigt werden, die eine Fitnessfläche von mindestens 200 qm haben, wurden die 102 Studios des Franchisegebers Mrs. Sporty nicht berücksichtigt. Die Zahlen der Franchisestudios resultieren überwiegend aus den Angaben der INJOY-Studios. Diese machen bei der in dieser Auswertung zugrunde liegenden Franchisestudios 88,89 % aus.

Ketten: Im Durchschnitt hat ein Kettenstudio 3.463 Mitglieder, das durchschnittliche Alter beträgt 36,84 Jahre, zu zahlen ist ein durchschnittlicher Brutto-Monatsbeitrag von 41,68 EUR bei einem Umsatzvolumen von durchschnittlich 1.343.641,30 EUR (netto). Der durchschnittliche Umsatz der pro Mitglied erzielt wird, liegt bei 388,01 EUR (netto). Die Auslastung je qm liegt bei 1,31 Mitgliedern.

Franchise: Im Durchschnitt hat ein Franchisestudio 1.215 Mitglieder, das durchschnittliche Alter beträgt 41,17 Jahre, zu zahlen ist ein durchschnittlicher Brutto-Monatsbeitrag von 50,29 EUR bei einem Umsatz von durchschnittlich 746.078,52 EUR (netto). Der durchschnittliche Umsatz pro Mitglied liegt bei 614,16 EUR (netto). Die Auslastung liegt bei 1,16 Mitgliedern je qm.

Insgesamt trainieren ca. 1.563.567 Menschen in Deutschland in einem Ketten- bzw. Franchisestudio.

Von den Ketten- und Franchisestudios wird ein Umsatzanteil von 22,36 % am Gesamtumsatz der Fitness-Studios erzielt. Dies entspricht einem Nettoumsatz von 683.059.890,30 EUR. Der Anteil an der Gesamtzahl der Fitness-Studios liegt dabei bei 10,60 %.

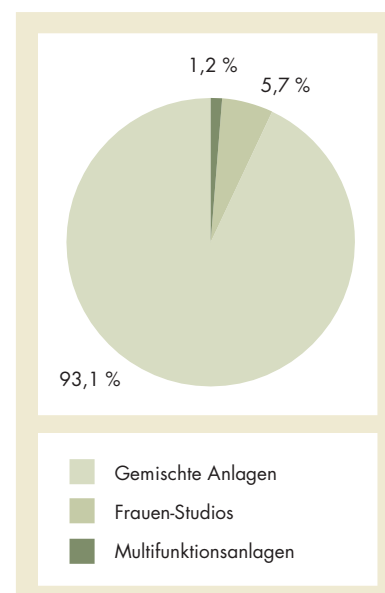
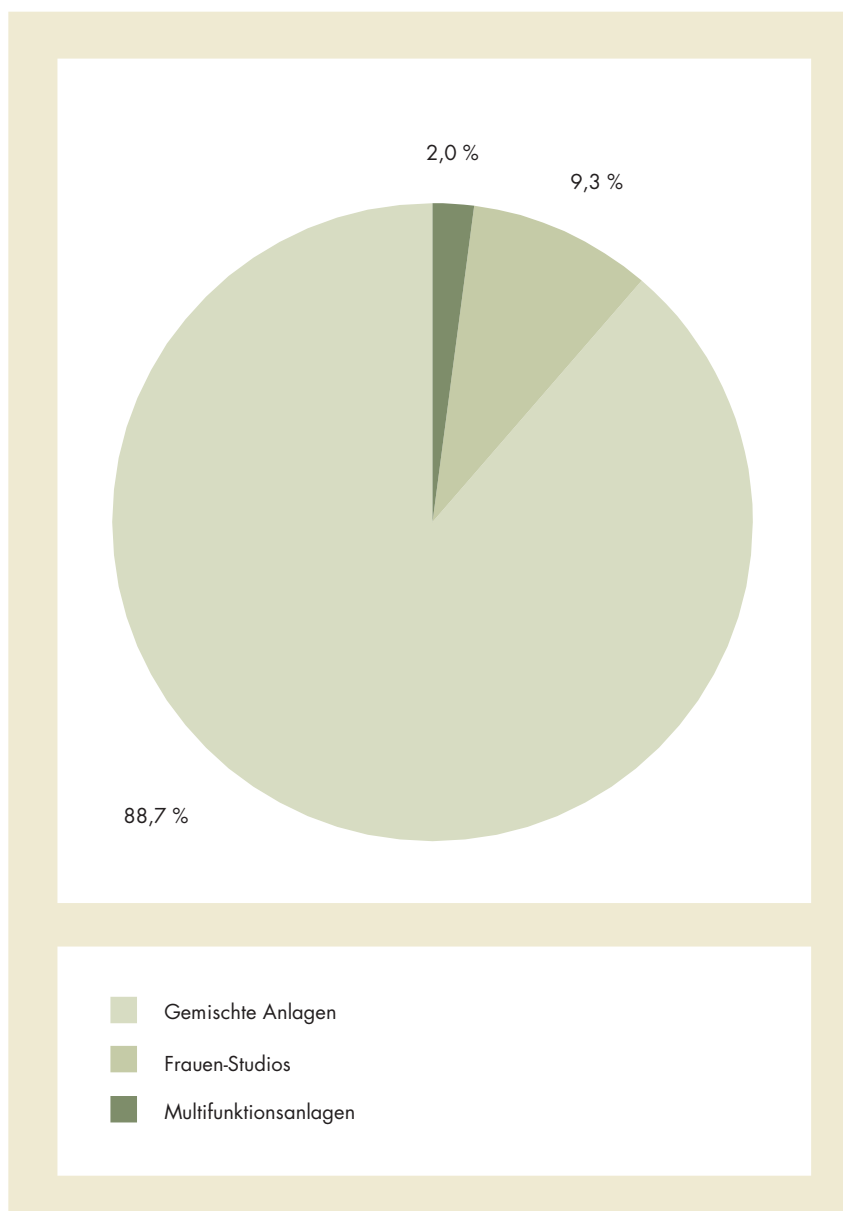


Abb. 64
Anlagenstruktur, Ketten- & Franchiseunternehmen

Abb. 65
Anlagenstruktur,
Ketten-Studios



Anlagenstruktur bei den Ketten-Studios

Während bei den Franchise-Studios vorwiegend gemischte Anlagen zu finden sind, finden sich im Segment der Ketten-Studios alle 3 Anlageformen.

Der Ketten-Markt teilt sich zu 88,70 % in gemischte Studios, 9,30 % in Frauen-Studios und 2,00 % Multifunktionsanlagen auf.

Durchschnittsfläche	Alle Anlagen	Franchise	Ketten
Gerätetraining	542,66	470,00	549,60
Gruppentraining	211,11	117,00	220,39
Cardiotraining	451,01	110,40	483,55
Wellness	305,22	133,80	321,59
Damen-Umkleiden	161,04	89,20	167,90
Herrn-Umkleiden	158,89	89,20	166,63
Tresenbereich	129,83	0,00	142,23
Sonstige	489,29	39,80	482,15
Gesamtfläche	2.449,05	1.049,40	2.534,04

Alle Angaben in qm

Abb. 66 Flächenstruktur

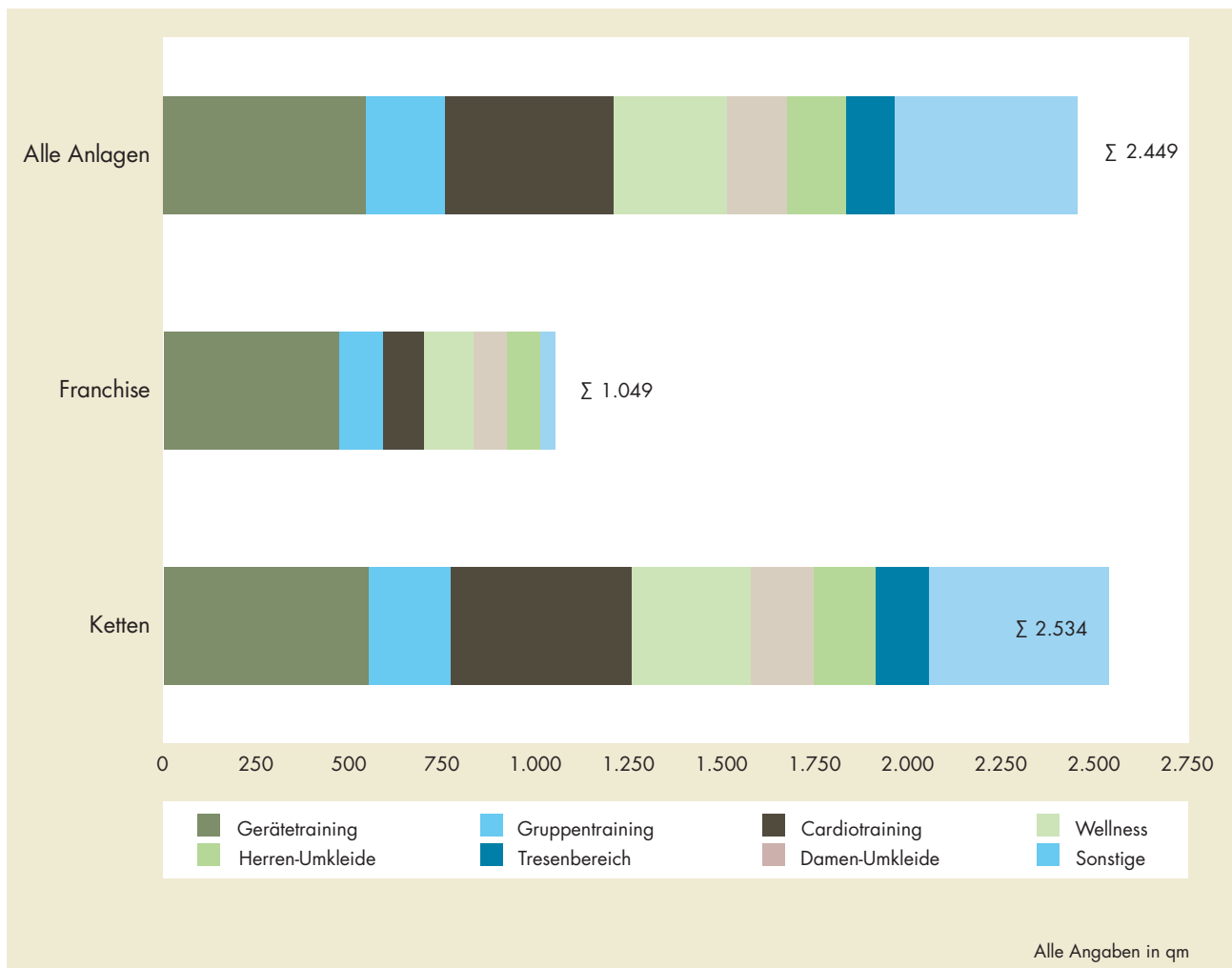


Abb. 67 Flächenstruktur, grafisch

Flächenstruktur bei den Ketten- und Franchise-Studios

Da dieses Jahr zum ersten Mal die Ketten- und Franchise-Studios losgelöst von den unabhängigen Studios betrachtet werden, liegen keine Vergleichswerte aus den vergangenen Jahren vor.

Das durchschnittliche Studio wies im Jahr 2006 eine Gesamtfläche von 1.338 qm auf. Dieser Wert ergab sich aus der Gesamtheit aller Studios in Deutschland mit einer Fitnessfläche von mindestens 200 qm. Wie aus der Abbildung 67 zu erkennen ist, liegt die Gesamtfläche eines durchschnittlichen Kettenstudios deutlich darüber. Ein durchschnittliches Franchise-Studio besitzt eine Gesamtfläche von 1.049,40 qm und ist somit mit einem unabhängigen Studio, welches Trainingsangebote für Frauen und Männer bereitstellt, vergleichbar.

Der Gerätetrainingsbereich fällt sowohl bei den Ketten- als auch bei den Franchise-Studios groß aus und liegt mit einer durchschnittlichen Größe von 542,66 qm deutlich über dem Durchschnittswert der unabhängigen Studios. Ansonsten sind die durchschnittlichen Flächenangaben der Franchise-Studios mit einem durchschnittlich Gemischten unabhängigen Studio vergleichbar.

Bei den Ketten-Studios sind die einzelnen Bereich sehr großzügig gestaltet. So ist allein der Umkleidebereich fast doppelt so groß wie bei den Franchise-Studios. Der Cardioreich ist sogar mehr als viermal so groß wie der eines durchschnittlichen Franchise-Studios.

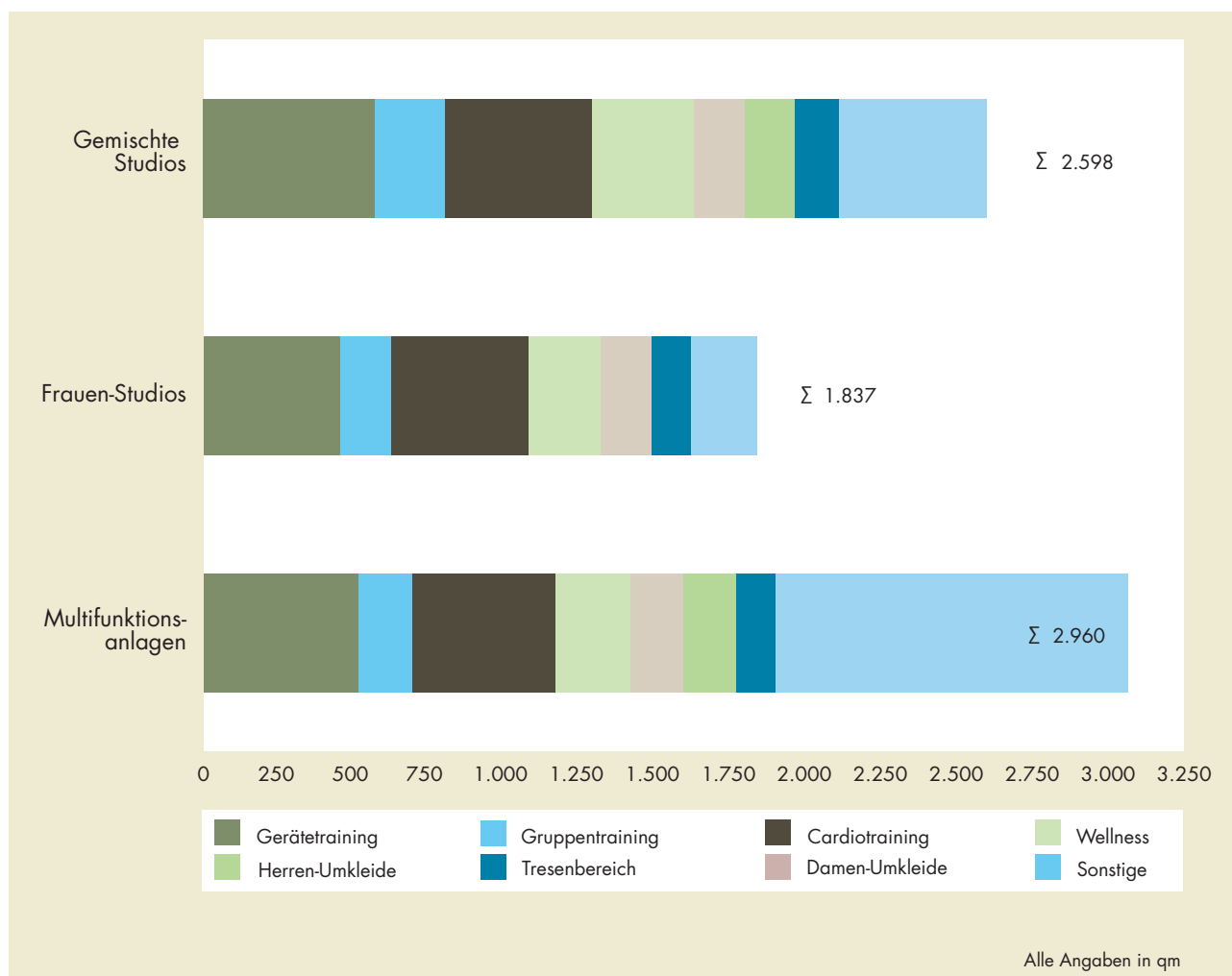


Abb. 68 Flächenstruktur der Ketten-Studios nach Anlageart

Kaum Unterschiede bei Vergleich der Anlagearten

Werden die Ketten-Studios größenmäßig nach ihre Anlagenart betrachtet, treten dort teils erheblich Größenunterschiede auf. Die Frauen-Studios sind, wie nicht anders zu erwarten war, mit 1.837 qm am kleinsten, gefolgt von den Gemischten Studios und den Multifunktionsanlagen. Beträgt der Unterschied zwischen den Frauen-Studios und den Gemischten Studios bzw. Multifunktionsanlagen 700 bzw. 1.100 qm, so beträgt der Unterschied zwischen den Gemischten Studios und den Multifunktionsanlagen lediglich knapp 400 qm.

Ebenfalls auffällig ist, das sich die Größen des Cardio- und Tresenbereichs kaum unterscheiden. Auch die Fläche der Umkleidebereiche ist in allen drei Anlagearten nahezu identisch groß.

Die höchste Differenz tritt bei den sonstigen Flächen auf. Diese ist bei den Multifunktionsanlagen am größten, da hierrunter auch die Flächen für die Ballsportarten fallen.

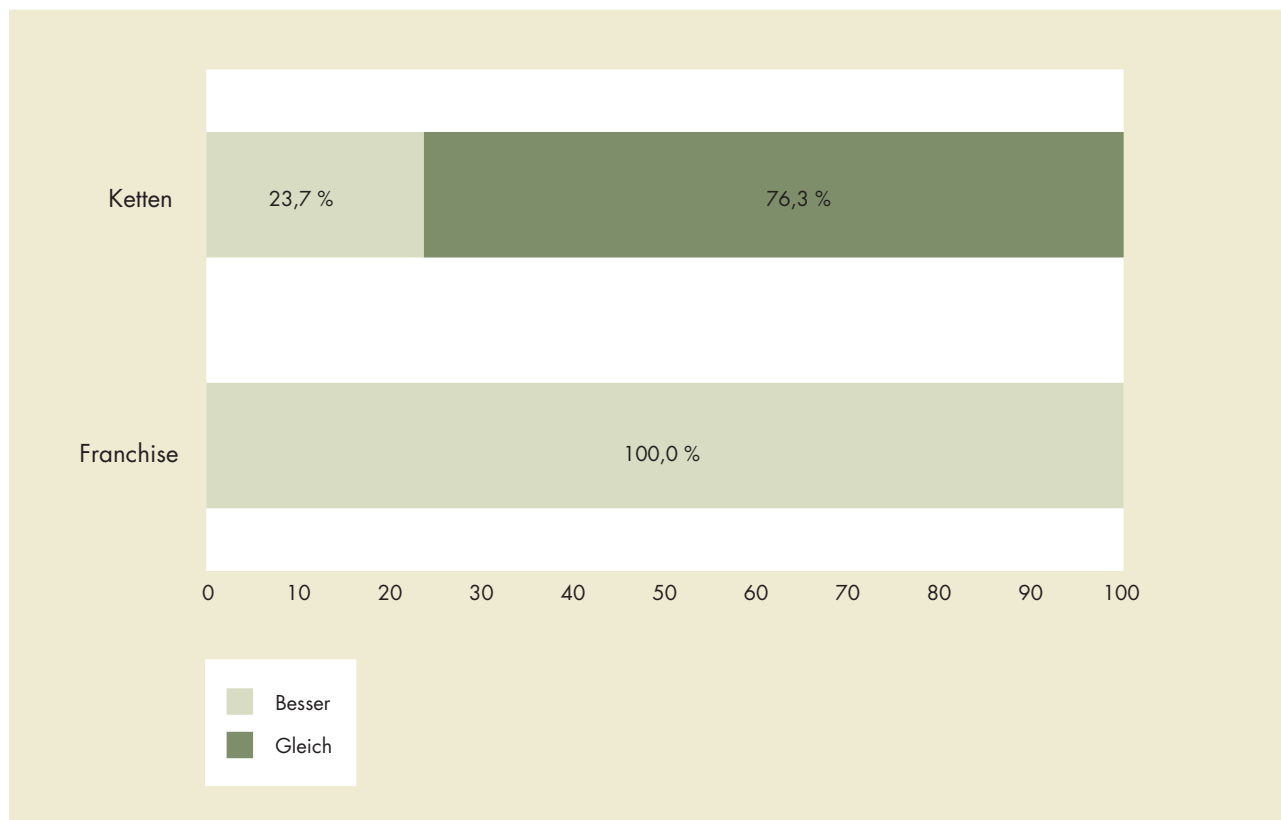


Abb. 69 Beurteilung der wirtschaftlichen Situation im Vergleich zum Vorjahr

Alle Franchisenehmer sehen ihre Marktsituation 2007 besser als 2006. Auch bei den Ketten ist das Jahr 2007 mindestens so gut wie das Vorjahr gelaufen.

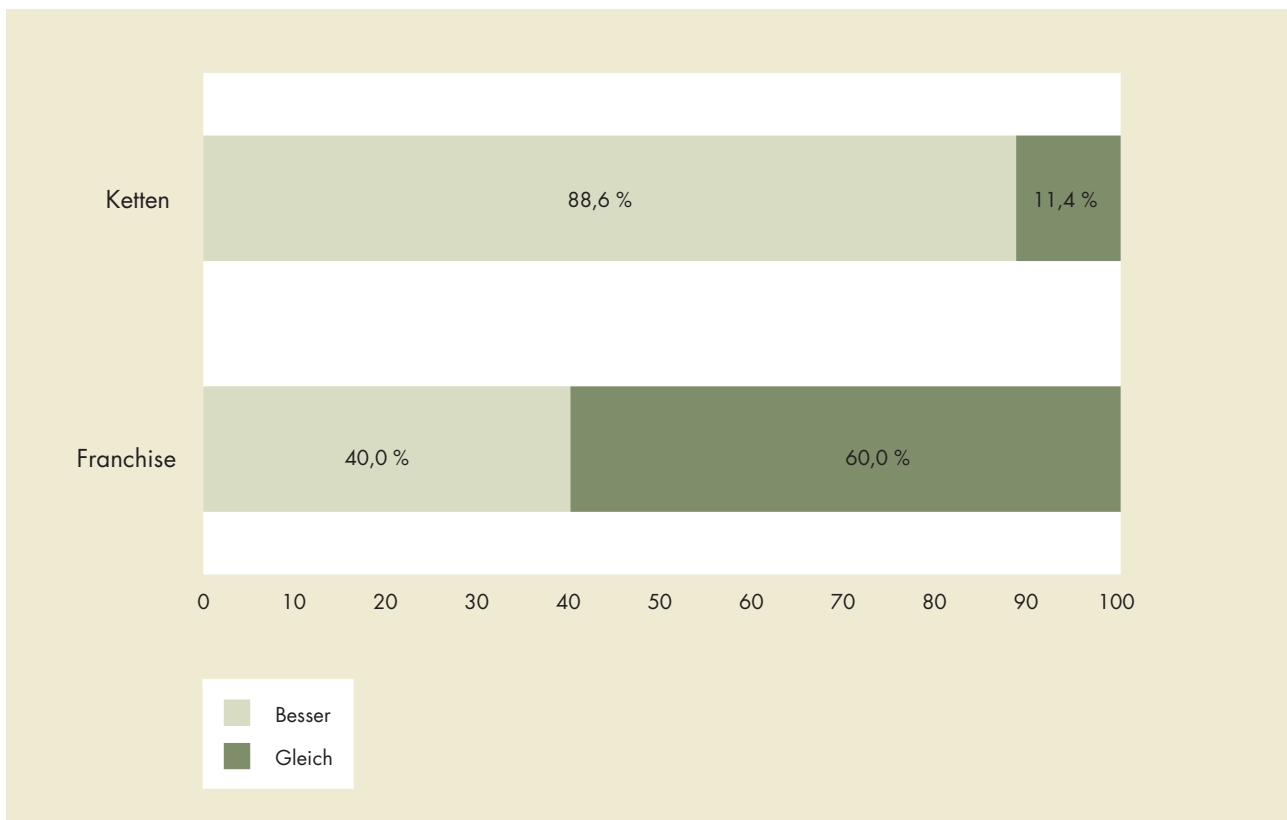


Abb. 70 Erwartete wirtschaftliche Situation für 2008

Positive Zukunft

Die Erwartungen an das Jahr 2008 steigen – kein Betrieb erwartet eine Verschlechterung. Die Zahlen decken sich mit den Prognosen der Konsumforscher, die für 2008 ein höheres verfügbares Einkommen bei den Verbrauchern angeben.

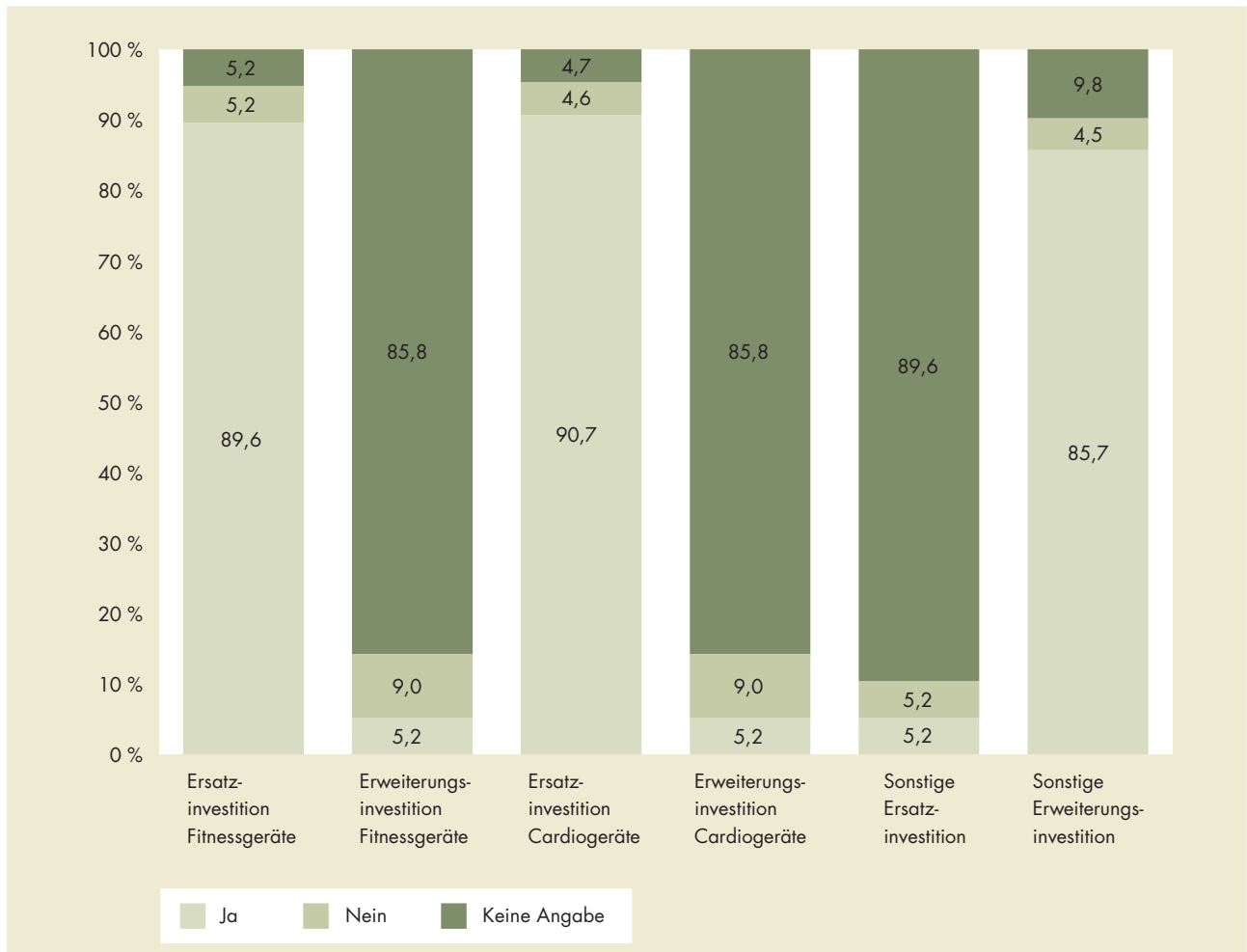


Abb. 71 Geplante Investitionen bei Ketten-Studios

Viele Investitionen geplant

Die Mehrzahl der befragten Ketten-Studios hat zu den Fragen, die Investitionen betreffend, Stellung genommen. Aus der Abbildung 71 ist zu erkennen, dass hauptsächlich Ersatzinvestitionen sowohl im Fitness- wie auch im Cardibereich geplant sind.

Hier gaben ca. 90 % der Studios an, im Jahr 2008 zu investieren. Die Anschaffung von zusätzlichen Geräten im Fitness- und Cardibereich streben lediglich 5,20 % der Studios an.

Unentschieden waren ca. 4 %. Diese Zahl findet sich bei „Keine Angabe“.

Anders als bei den Geräten, wo es sich hauptsächlich um Ersatzinvestitionen handelt, sind bei den sonstigen Investitionen Erweiterungsinvestitionen geplant.

3.2. Marketing und Angebotspolitik

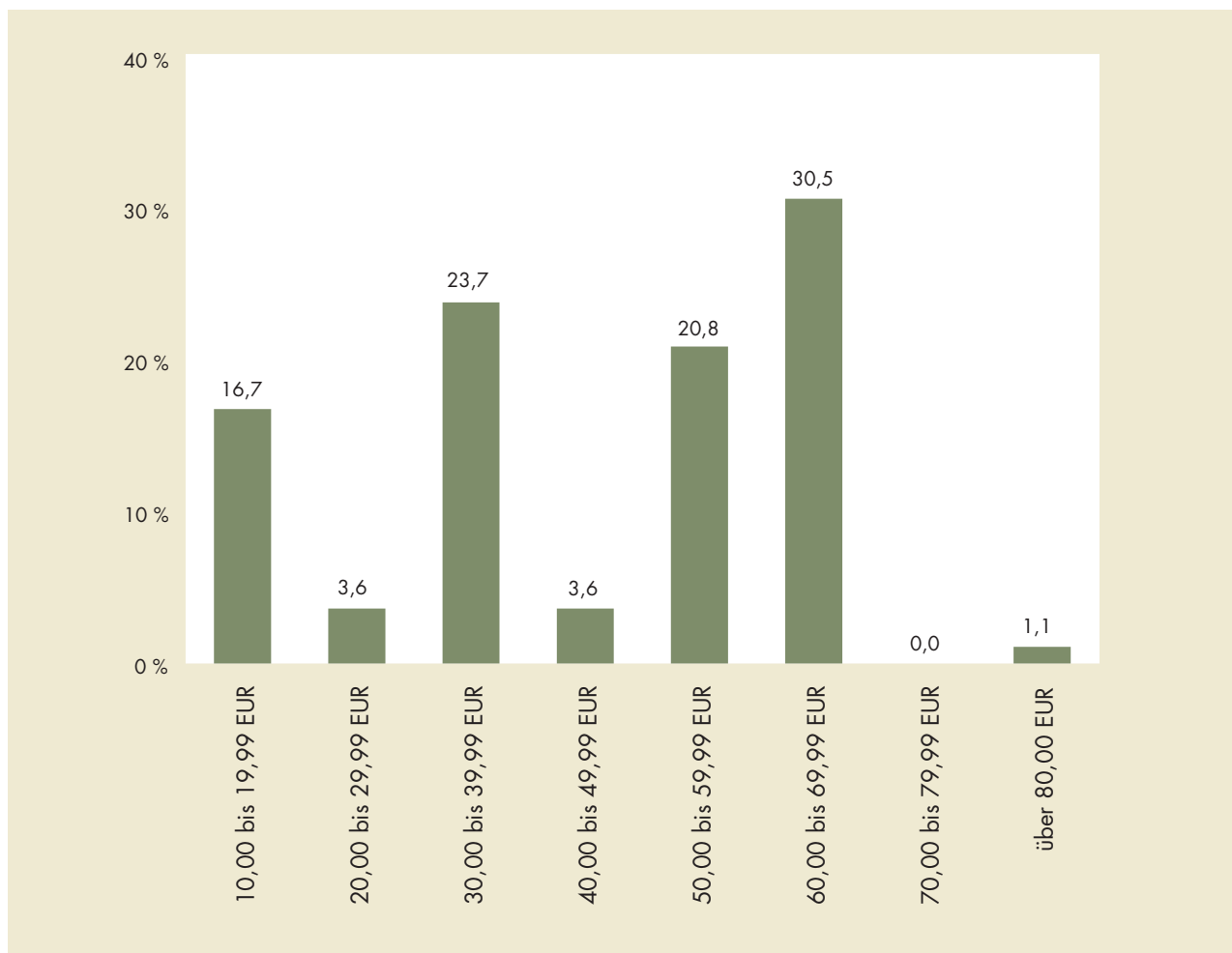


Abb. 72 Preisstruktur

Unterschiede bei den Monatsbeiträgen

Der durchschnittliche Monatsbeitrag liegt bei den Ketten-Studios bei 41,68 EUR. Dieser liegt somit um ca. 20,66 % unter dem Durchschnittsbeitrag der Franchise-Studios, welche einen Beitrag von 50,29 EUR erzielen. Dieser hohe Durchschnittsbeitrag der Franchisestudios ist auf dem hohen durchschnittlichen Beitrag der IN-JOY-Studios zurückzuführen (Angaben brutto).

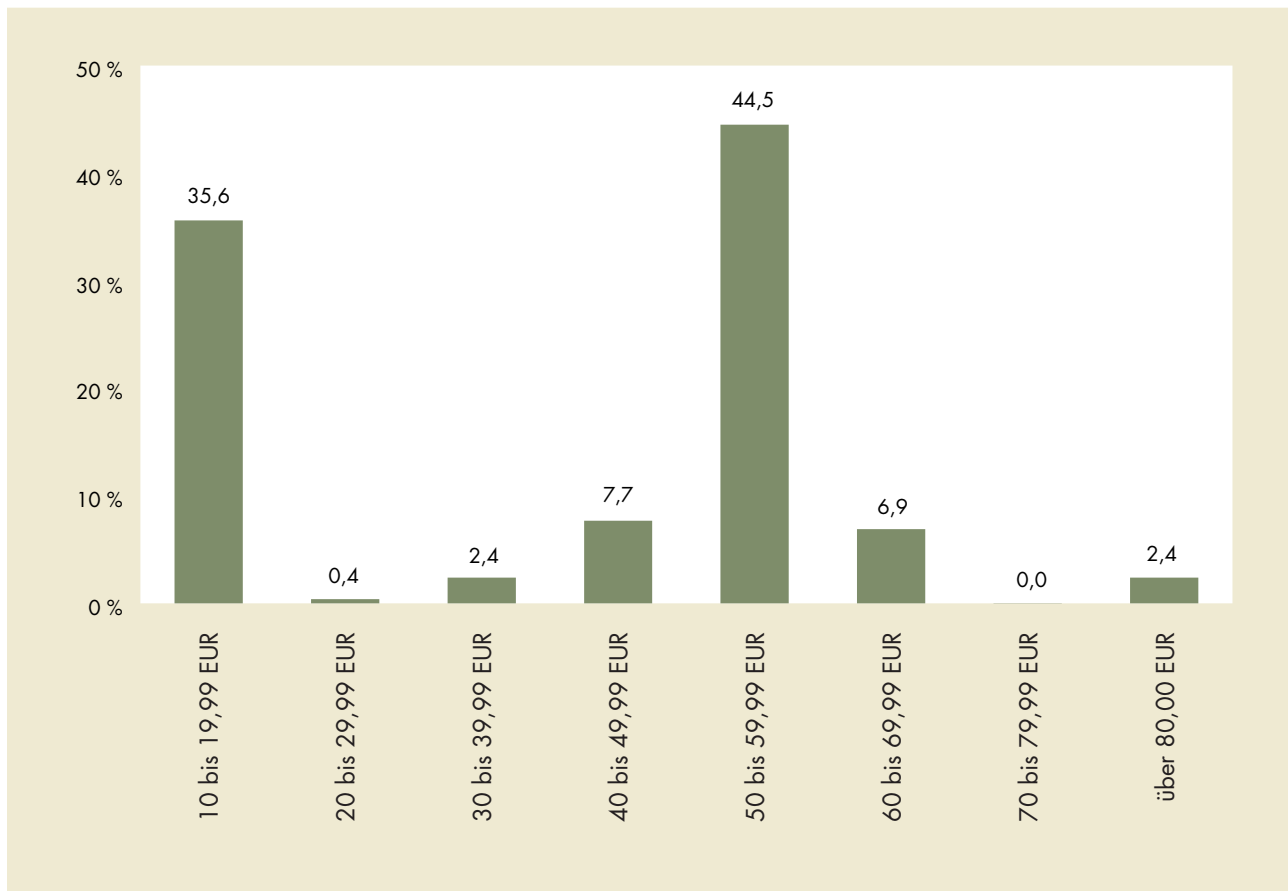


Abb. 73 Preisstruktur, Ketten-Studios

Komplettes Preisspektrum vorhanden

Bei den Ketten ist das komplette Spektrum der Preissegmente vorhanden. 38,40 % der Kettenstudios sind im Niedrigpreissegment, 52,20 % im mittleren und 9,30 % im Hochpreissegment angesiedelt.

Die Höhe des Monatsbeitrags hat direkten Einfluss auf das Angebot der Studios. Im Niedrigpreissegment bieten lediglich 19,50 % der Studios Präventionskurse nach § 20 SGB V an. Rehakurse werden überhaupt nicht angeboten. Auch kooperieren nur 9,70 % mit einem Arzt bzw. einer Ärztin. Im mittleren Preissegment werden immerhin schon von 97,70 % bzw. 1,60 % der Studios Präventionskurse bzw. Rehakurse angeboten. Auch arbeiten 96,10 % mit Ärzten zusammen.

Im Hochpreissegment bieten alle Studios Präventions- und Rehakurse an und kooperieren mit Ärzten. Die Preisstruktur der Franchisestudios fällt sehr „eintönig“ aus. Entweder sind sie im Hochpreissegment oder aber im Niedrigpreissegment angesiedelt.

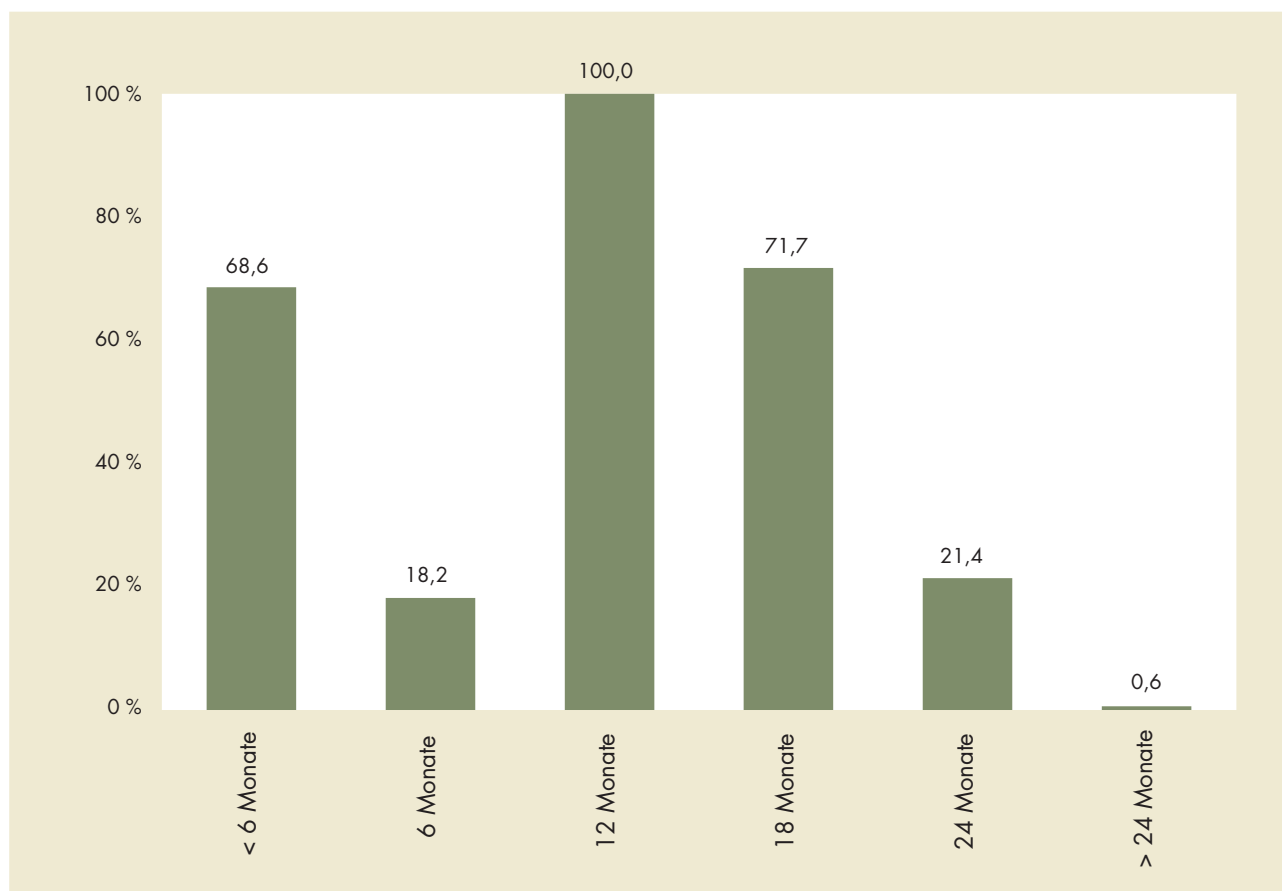


Abb. 74 Angebotene Vertragslaufzeiten bei Ketten-Studios

Vertragslaufzeiten

Die Vertragslaufzeiten sind bei den Ketten- und Franchisestudios sehr flexibel. Vertragslaufzeiten von bis zu 18 Monaten sind in fast jedem Studio möglich. Die häufigste Vertragsart macht jedoch die 12-Monatsmitgliedschaft aus. Diese wird sowohl bei allen befragten Kettenstudios wie auch bei allen Franchisestudios angeboten. 18-Monatsverträge werden von insgesamt 71,70 % der Kettenstudios und allen Franchisestudios angeboten. Laufzeiten von mehr als 24 Monaten sind eher die Seltenheit und werden lediglich von 0,60 % der Kettenstudios angeboten. Bei den Franchisestudios werden solche Laufzeiten gar nicht angeboten.

Die Flexibilität der Vertragslaufzeiten wird daran erkennbar, dass 68,60 % der Kettenstudios und alle Franchisestudios Laufzeiten von weniger als 6 Monaten anbieten. Somit haben die Kunden die Möglichkeit, das Studio zu testen ohne sich gleich langfristig an das Studio binden zu müssen.

Häufig gesundheitsorientierte Konzepte

Wie aus der Abbildung 76 zu sehen ist, bauen die Ketten vorwiegend auf Leistungen/Kooperationen die in den Gesundheitsbereich hineinzielen. So bietet die überwiegende Zahl der Ketten-Studios Präventionskurse an. Auch Kooperationen mit Ärzten und Krankenkassen sind häufig bei Ketten zu finden. Rehakurse, Kurse, die von Kunden genutzt werden können um ihre Motorik nach einer Operation

Abb. 75
Angebotene Vertragslaufzeiten bei Franchise-Studios

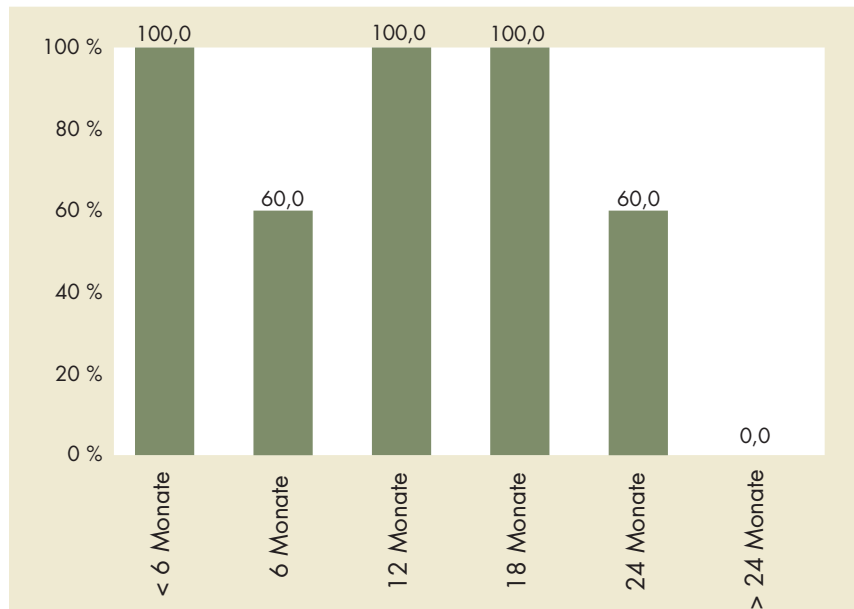
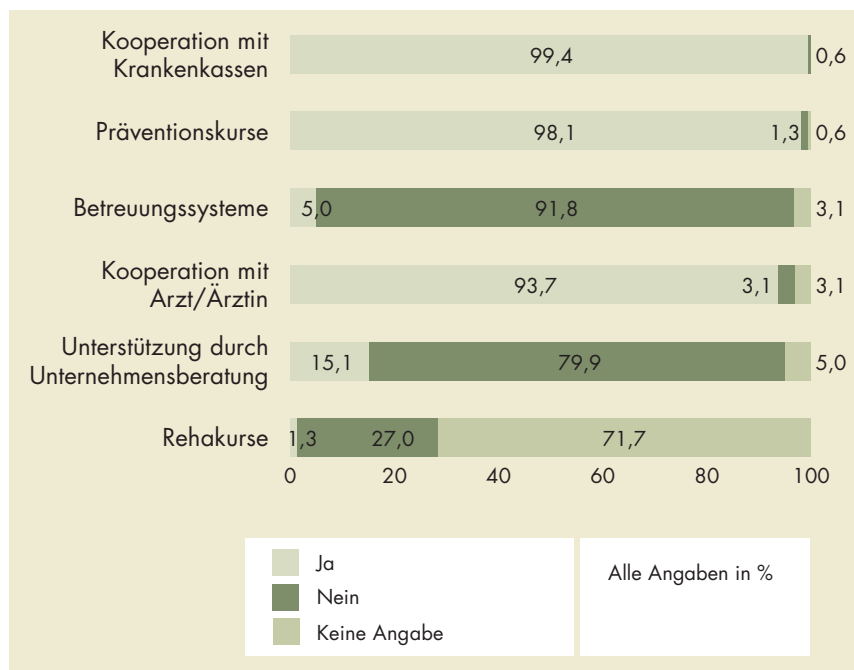


Abb. 76
Angebotene Leistungen/
Kooperationen bei Ketten-
Studios



wiederzuerlangen, werden von lediglich 1,30 % aller Ketten-Studios angeboten. Betreuungssysteme, z. B. Ernährungskurse, die ein bestimmtes Konzept verfolgen, werden ebenfalls nur von einem geringen Prozentsatz verwendet.

Etwas mehr als 15 % ziehen den Rat einer Unternehmensberatung hinzu um ihren Unternehmenserfolg zu maximieren.

Bei den Franchise-Studios ergibt sich in der Regel aus dem Konzept, welche Kooperationen und Leistungen angeboten werden.

3.3. Beschreibung typischer Anlagen

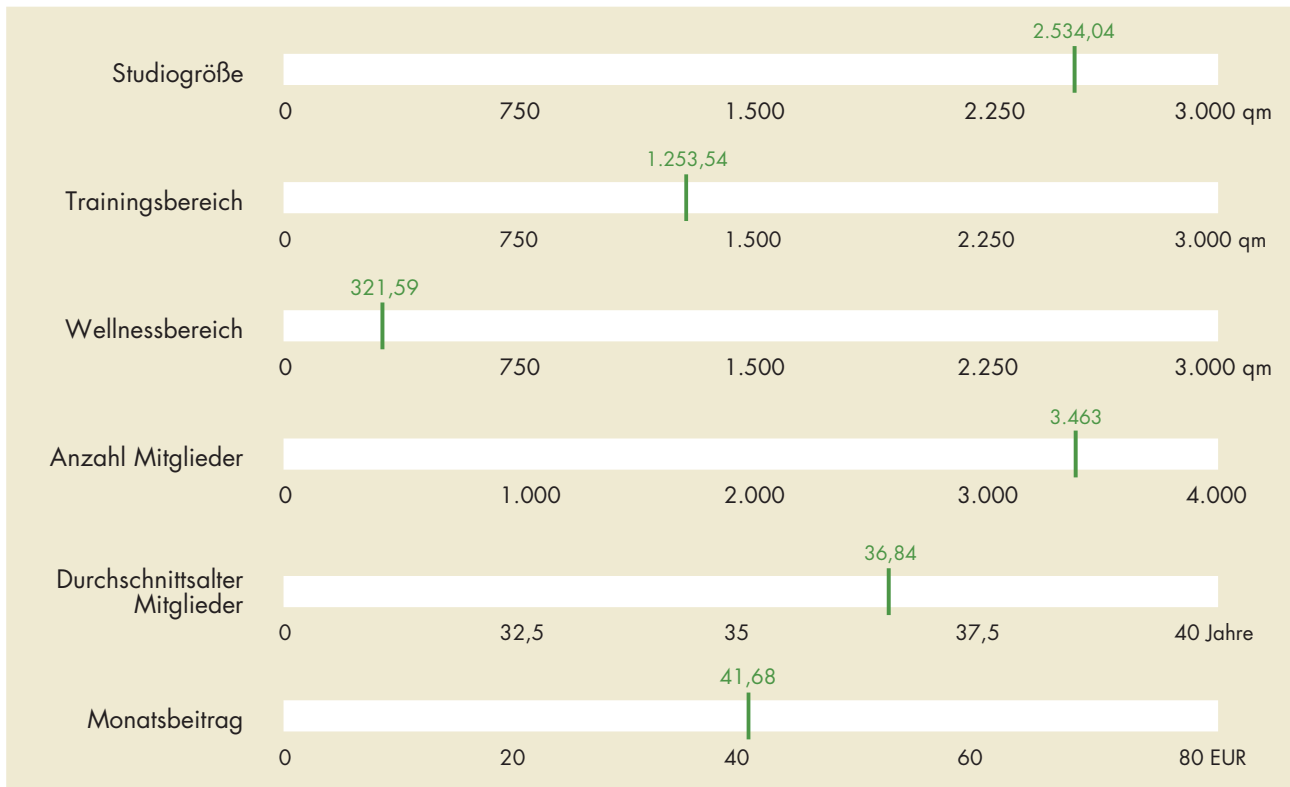


Abb. 77 Durchschnittswerte eines typischen Ketten-Studios

Typisches Ketten-Studio

Zu sehen sind hier die Werte eines durchschnittlichen Ketten-Studios. Die Studiogröße liegt bei 2.534,04 qm, davon nimmt der Trainingsbereich 49,47 % ein. Der Wellnessbereich umfasst eine Fläche von 321,59 qm. Bei einem Bruttomonatsbeitrag von 41,68 EUR trainieren 3.463 Mitglieder. Das durchschnittliche Alter liegt bei 36,84 Jahren. Da es in den verschiedenen Anlagearten der Ketten-Studios teils erhebliche Unterschiede der Durchschnittswerte gibt, sind in den nachfolgenden Grafiken die einzelnen Anlagearten der Ketten-Studios dargestellt.

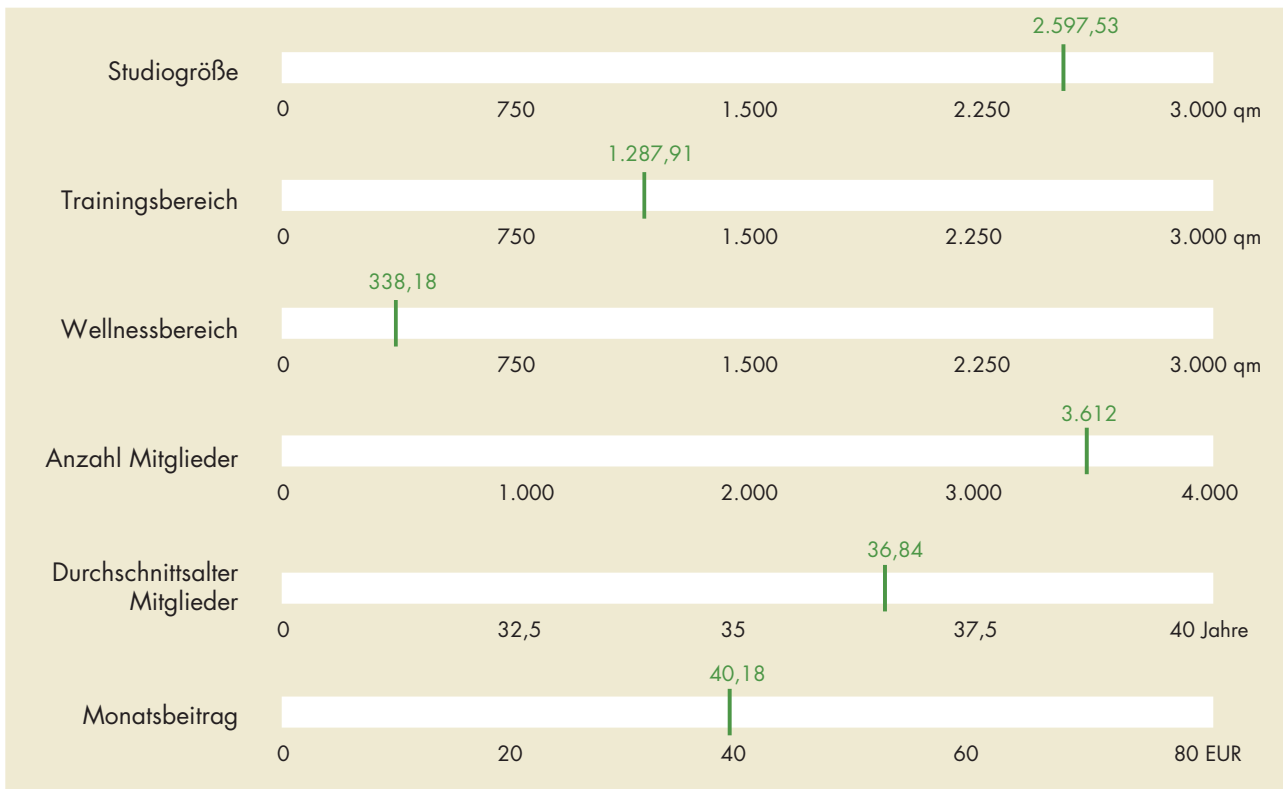


Abb. 78 Durchschnittswerte eines typischen gemischten Ketten-Studios

Ein typisches gemischtes Ketten-Studio

Das gemischte Studio hat eine Gesamtfläche von ca. 2.598 qm, wobei die Trainingsfläche hiervon knapp 50 % ausmacht. Der Wellnessbereich beträgt 338 qm.

Bei Durchschnittsalter der Frauen-Studios und der Gemischten Studios ist kaum ein signifikanter Unterschied festzustellen. Das Alter beträgt hier 36,84 Jahre. Allerdings brauchen die Mitglieder fast 11 EUR brutto weniger zu bezahlen als bei den Frauen-Studios, um die Leistungen des Studios zu nutzen.

Die Auslastung liegt bei 1,39 pro qm.



Abb. 79 Durchschnittswerte eines typischen Frauen-Ketten-Studios

Ein typisches Frauen-Ketten-Studio

Die Abbildung 79 zeigt die Durchschnittswerte eines typischen Ketten-Studios der Anlagenart „Frauen“.

Die durchschnittliche Fläche beträgt 1.837 qm, wobei 1.077 qm auf den Trainingsbereich, dies sind die Flächen des Cardio-, Geräte- und Gruppentrainingsbereichs, entfallen. Der Wellnessbereich macht rund 13,11 % der Gesamtfläche aus. Die Auslastung beträgt 1,21 Mitglieder je qm. Das Alter der Mitglieder beträgt 36,76 Jahre und sie zahlen einen Beitrag von 51,05 EUR brutto je Monat.

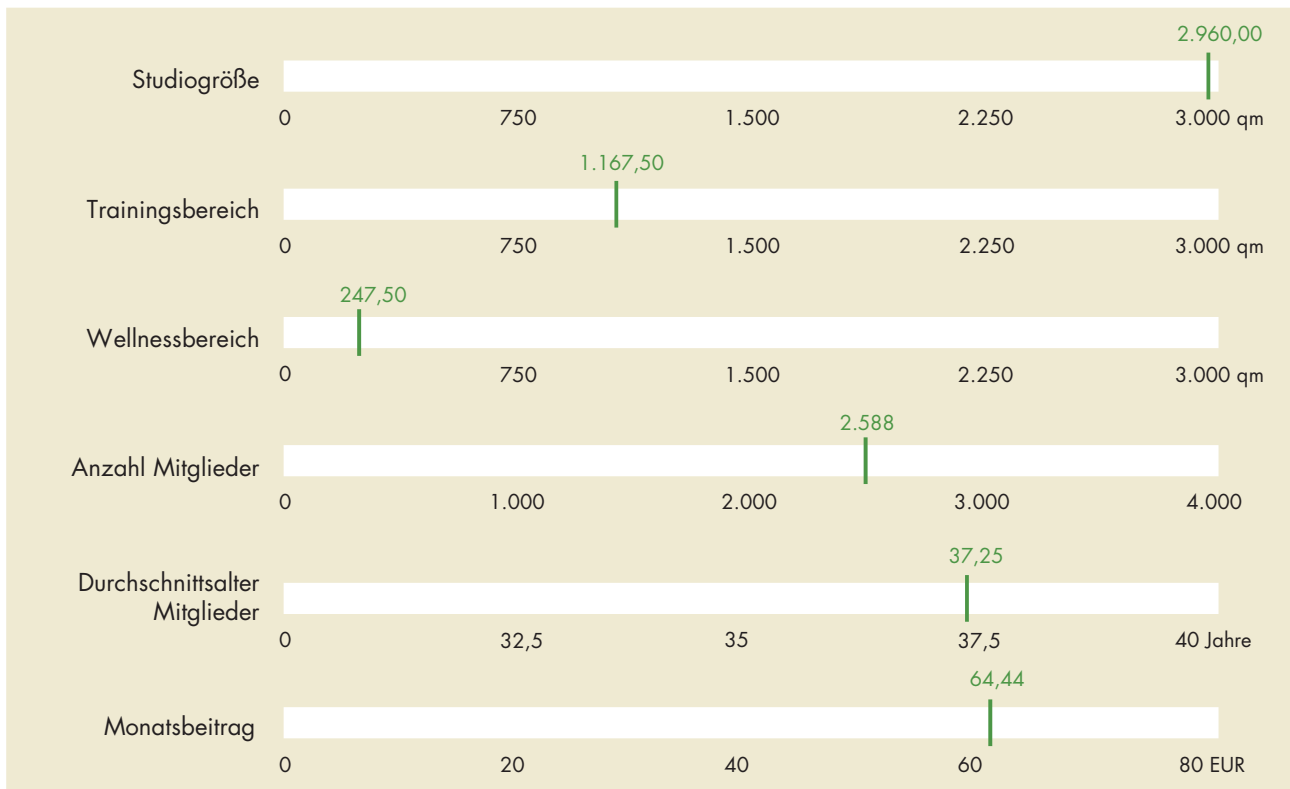


Abb. 80 Durchschnittswerte eines typischen Multifunktions-Ketten-Studios

Eine typische Multifunktionsanlage

Die Multifunktionsanlagen sind die größten Anlagen im Segment der Ketten-Studios. Ihre Größe beträgt 2.960 qm. Der Trainingsbereich ist mit 1.167,50 qm kleiner als der in einem Gemischten Studio. Der Wellnessbereich ist mit 8,36 % am kleinsten bei den drei Anlageformen.

Im Durchschnitt trainieren hier 2.588 Mitglieder, was einer Auslastung von 0,87 Mitgliedern je qm entspricht.

Zu zahlen ist ein Monatsbeitrag von 64,44 EUR (brutto). Das Alter der Mitglieder liegt bei 37,25 Jahren.

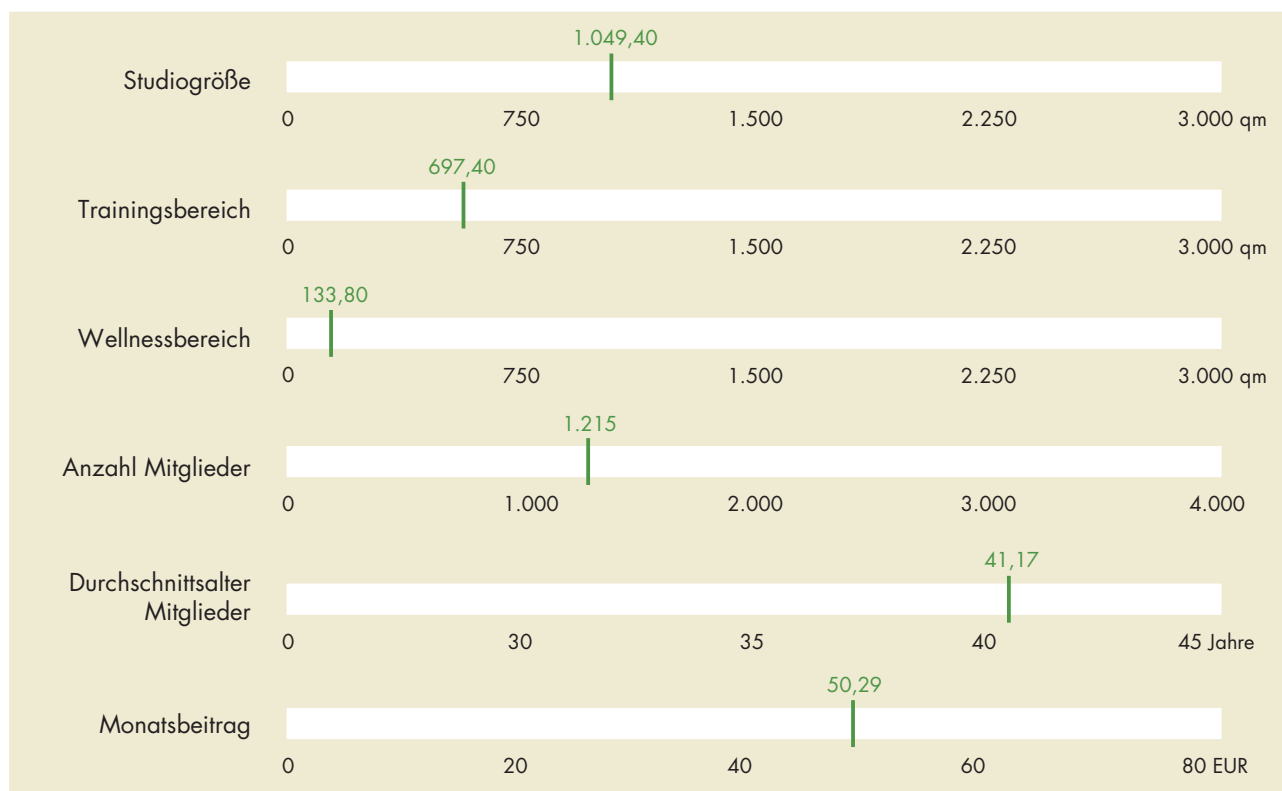


Abb. 81 Durchschnittswerte eines typischen Franchise-Studios

Ein typisches Franchise-Studio

Im Durchschnitt ist ein Franchise-Studio 1.049,40 qm groß. Der Trainings- und Wellnessbereich nehmen 79,21 % der Fläche ein.

Das Alter der Mitglieder beträgt 41,17 Jahre und ist somit deutlich höher als das der Ketten-Mitglieder. Die 1.215 Mitglieder zahlen einen Beitrag von 50,29 EUR brutto.

3.4. Arbeitsmarkt

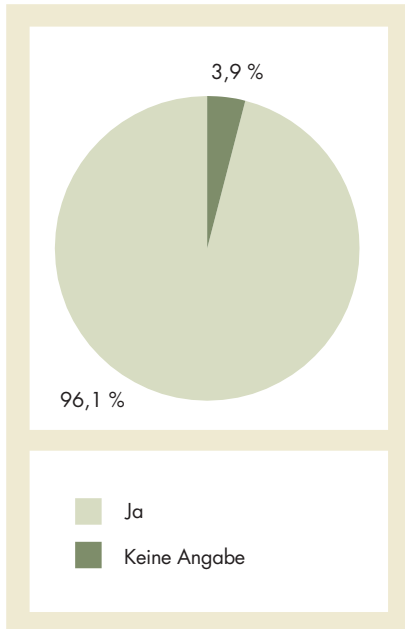


Abb. 82
Fortbildung Mitarbeiter, Ketten-Studio

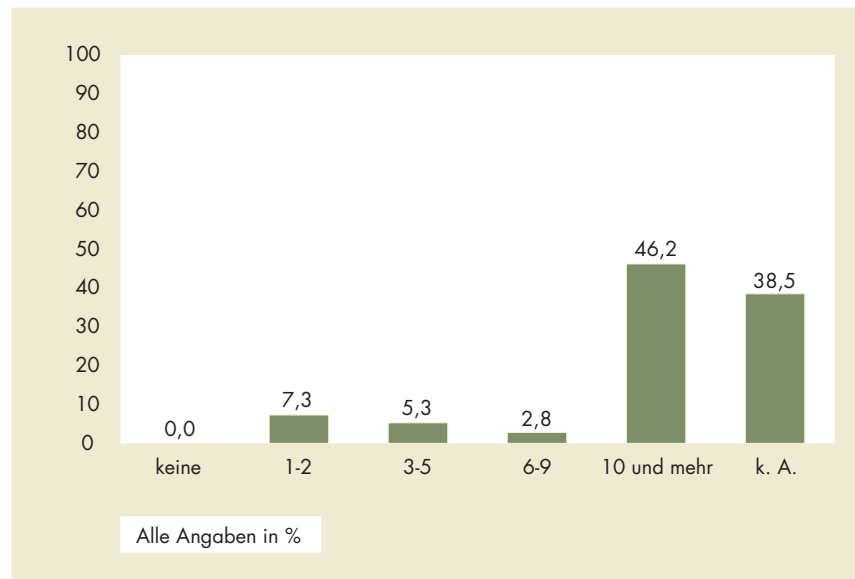


Abb. 83 Festangestellte, Ketten-Studio

Fortbildung der Mitarbeiter wichtig

Die Fortbildung der Mitarbeiter wird von den Ketten und Franchise-Studios als sehr wichtig erachtet. Nur mit qualifizierten Mitarbeitern ist die Kundenzufriedenheit und somit auch der Unternehmenserfolg gesichert.

Bei den Ketten-Studios gaben 96,10 % der Studios, die diese Frage beantwortet haben, an ihre Mitarbeiter fortbilden zu lassen. Die restlichen 3,90 % waren sich noch nicht sicher. Bei den Franchise-Unternehmen gaben alle antwortetenden Studios an, ihre Mitarbeiter fortbilden zu wollen.

Im Durchschnitt wollen die Ketten- und Franchise-Studios in diesem Jahr 3.818,18 EUR für Fortbildungen ausgeben.

Festangestellte in Ketten

Aufgrund der hohen Anzahl von Mitgliedern, die es zu betreuen gilt, benötigt ein Ketten-Studio auch Festangestellte. Dabei kann es sich um Vollzeit- oder Teilzeitkräfte handeln. Diese werden vorwiegend an der Rezeption eingesetzt. Was auch bei Abbildung 83 auffällt ist der doch relativ hohe Prozentsatz von Ketten-Studios, die 10 und mehr Festangestellte beschäftigen.

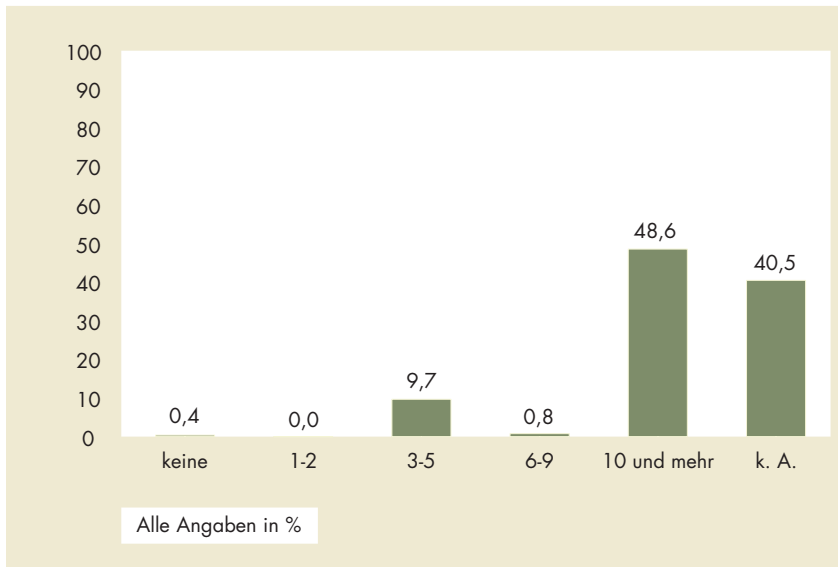


Abb. 84
Aushilfen, Ketten-Studio

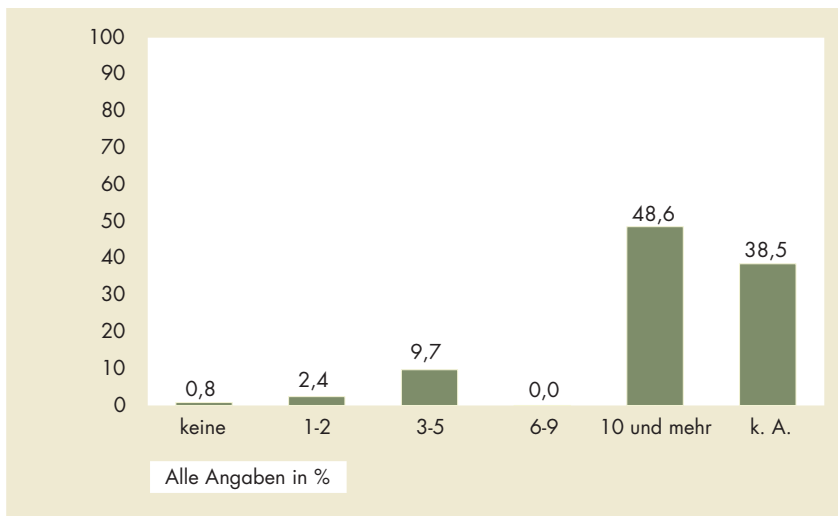


Abb. 85
Freiberufler, Ketten-Studio

Aushilfen

Die Beschäftigung von Aushilfen im Fitness-Studio ist sehr verbreitet. Die Vielzahl von Kursen und oft auch die Betreuung auf der Trainingsfläche erfordert den Einsatz von Aushilfen. Die Anstellung von einer solch hohen Zahl von Festangestellten wäre für die Studios unrentabel.

48,60 % der Ketten-Studios beschäftigen 10 und mehr Aushilfen. Bei den Franchise-Studios verhält sich die Verteilung ähnlich der unabhängigen Studios.

Freiberufler

Freiberufler stellen eine weitere wichtige Gruppe in der Fitnessbranche dar. Genauso wie bei den Aushilfen beschäftigt die Mehrheit der Ketten-Studios 10 und mehr Freiberufler. Knapp 10 % arbeiten mit 3 bis 5 Freiberuflern zusammen und 2,40 % immerhin mit 1 bis 2 Freiberuflern. Ein kaum nennenswerter Teil von Ketten-Studios arbeitet überhaupt nicht mit Freiberuflern zusammen.

Ausblick

Mit fast 6.000 Fitness-Anlagen in Deutschland im kommerziellen Marktsegment haben sich die Betriebe 2007 sehr gut platziert und ihre Position gefestigt. Begünstigt wurde dies durch die Belebung der Konjunktur und ein grundsätzlich sehr positives Standing der Fitness-Anlagen in den Medien – sowohl im Print- als auch im audiovisuellen Bereich.

Das größte Wachstum konnten im letzten Jahr die Discounter verzeichnen – sie profitieren ähnlich wie die Billig-Fluglinien von dem großen Potential an Menschen, die bislang diese Konsumschiene für sich noch gar nicht wahrgenommen haben, jetzt aber durch den günstigen Preis angesprochen werden.

Ebenfalls gewachsen ist das Segment der Fitness-Ketten, die sich preislich oberhalb des Discountbereiches angesiedelt haben – sie profitieren vom übergeordneten Marketing und der Möglichkeit, zu normalen Konditionen ein breit gefächertes Angebot bieten zu können, auch im Wellnessbereich.

Sehr gut stabilisiert haben sich die unabhängigen Fitnessanbieter mit ein bis fünf Anlagen – sie profitieren von ihrer Flexibilität und schnellen Reaktionsfähigkeit bei überschaubaren Kostenblöcken. Diese Anlagen sind am besten in der Lage, sich auf die Bedürfnisse von Zielgruppen einzustellen und nutzen die Entwicklung der Altersstruktur in der Bevölkerung. Hierzu gehört auch die Einsicht wachsender Potentiale, für Lebensqualität in Geld und Zeit zu investieren.

Prognose für die nächsten Jahre

Jede Prognose muss unter der Maßgabe erstellt werden, dass der Anteil von Vereinsangeboten ständig wächst, ebenso die Investitionen in Betriebsfitness und hoteleigene Fitness- und Wellnessbereiche. Vergessen darf man auch nicht den wachsenden Anteil von so genannten „Abnehm-Studios“, die mit verschiedenen Konzepten arbeiten und besonders auf das Marktpotential Frauen ausgerichtet sind.

Dies vorangeschickt prognostizieren wir für die nächsten Jahre eine Anzahl von über 7.000 kommerziellen Fitness-Anlagen in Deutschland mit 8 Mio. Mitgliedern.

Methodik der Studie

Den Auswertungen der vorliegenden Studie liegt die folgende Klassifikation von Fitness- und Wellness-Anlagen zu Grunde:

Gemischte Anlagen sind Fitness- und Gesundheitsanlagen mit in der Regel typischen Angebotskomponenten wie Fitness, Aerobic, Wellness, Gesundheitsvorsorge etc. für Frauen und Männer. Frauen-Studios verfügen regelmäßig über ein den Gemischten Anlagen entsprechendes Angebot, stehen aber ausschließlich Frauen zum Training zur Verfügung.

Multifunktionsanlagen sind Gemischte Anlagen die, neben den beschriebenen Angeboten, auch mindestens eine Ballsportart oder sonstige Sportarten anbieten, die nicht unter den Bereich Fitness/Wellness/Gesundheit fallen.

Eine weitere davon abweichende Klassifikation der Studie haben wir in der Unterscheidung zwischen Ketten-/Franchise-Anlagen und Unabhängigen Anlagen getroffen. Diese erfüllen in der Regel ebenfalls eine der oben genannten Klassifikationen.

Ketten-Studios werden von einer zentralen Verwaltung eröffnet, verwaltet und gemanagt. Die für jeden Standort zuständigen Studioleiter haben relativ wenige Einflussmöglichkeiten auf den täglichen Betrieb.

Franchise-Studios sind dadurch gekennzeichnet, dass der Inhaber die Rechte an einem Namen erwirbt, mit dem er unter mehr oder weniger starken Vorgaben des Franchise-Gebers sein eigenes Studio betreiben kann.

Unabhängige Anlagen kennzeichnen sich durch unabhängige Inhaber, die völlig frei über alle wirtschaftlichen und organisatorischen Abläufe im Studio entscheiden können.

Grundlage der Studie bildet ein vom DSSV zur Verfügung gestelltes Gesamtverzeichnis aller Fitness- und Gesundheitsanlagen in Deutschland, das durch konsequente jahrelange Datenpflege den Gesamtmarkt der Branche in Deutschland in einmaliger Qualität abbildet.

Die Grundgesamtheit bilden 5.711 unabhängige Fitness-Studios jeder Größe, aus denen eine Stichprobe von $n=366$ Interviews realisiert wurde. Zusätzlich wurden die Verwaltungen der 21 Ketten- und Franchiseunternehmen schriftlich befragt. Die Ergebnisdaten bilden den Gesamtmarkt nahezu repräsentativ ab.

In die Auswertungen fließen $n=348$ Datensätze von unabhängigen Fitness-Anlagen sowie die gesammelten Daten von 13 Ketten- und Franchise-Verwaltungen ein. Hierbei wurden nur Anlagen mit einer Mindestgröße von 200 qm Fitnessfläche beachtet. Daraus ergibt sich ein Gesamtmarkt im Sinne dieser Studie von 5.960 Fitness-Anlagen.

Die Datenerhebung erfolgte in schriftlicher sowie telefonischer Form im Zeitraum November/Dezember 2007.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Anlagen- und Mitgliederentwicklung seit 1999	7
Abb. 2 Anlagenstruktur, Gesamtmarkt	8
Abb. 3 Anlagenstruktur, unabhängige Anlagen	8
Abb. 4 Anzahl Unabhängige vs. Ketten-/Franchise-Anlagen	9
Abb. 5 Mitgliederzahlen Unabhängige vs. Ketten-/Franchise-Anlagen	9
Abb. 6 Entwicklung des durchschnittlichen Kundenalters seit 2003	10
Abb. 7 Anlagenzahl nach Bundesland	10
Abb. 8 Studiodichte: Anlagenzahl je 100.000 Einwohner nach Bundesland	11
Abb. 9 Mittlere prozentuale Abweichung der Studiodichte (Anlagen je 100.000 Einwohner) in den ostdeutschen Bundesländern	11
Abb. 10 Mitglieder je Anlage	12
Abb. 11 Mitgliederentwicklung im Zeitverlauf	12
Abb. 12 Umsatzentwicklung im Zeitverlauf	13
Abb. 13 Anzahl der Studierenden an der BSA-Privaten Berufsakademie	14
Abb. 14 Anzahl Studierender pro Studiengang	15
Abb. 15 Immatrikulationen pro Jahr	16
Abb. 16 Absolventen pro Jahr	17
Abb. 17 Ausbildungsverhältnisse zum/r Sport- & Fitnesskaufmann/-frau	18
Abb. 18 Durchschnittsmiete, Entwicklung seit 1998	19
Abb. 19 Ausgewählte Kostenarten in Prozent vom Netto-Umsatz	20
Abb. 20 Steigerung wichtiger Branchen Kennzahlen im Vergleich zu 2006	21
Abb. 21 Entwicklung der Marktanteile verschiedener Anlagesegmente	22
Abb. 22 Beurteilung der unternehmerischen Situation	23
Abb. 23 Anteil Wellness-orientierter Anlagen in den verschiedenen Anlagen-Segmenten	24
Abb. 24 Studioleitung	25
Abb. 25 Anteil der Anlagen mit kaufmännischer Qualifikation	25
Abb. 26 Korrelation Studiogröße und kaufmännische Qualifikation	26
Abb. 27 Anteil der Anlagen mit kfm. Qualifikation, monostrukturierte- und Multifunktions-Anlagen	26
Abb. 28 Beurteilung der unternehmerischen Situation in Abhängigkeit von der kaufmännischen Qualifikation	27
Abb. 29 Beurteilung der eigenen wirtschaftlichen Situation im Vergleich zum Vorjahr	28
Abb. 30 Branchenbarometer: Erwartete Geschäftsentwicklung 2008	29
Abb. 31 Branchenbarometer im Zeitverlauf	29
Abb. 32 Lage von Fitness-Anlagen	30
Abb. 33 Flächenstruktur	31
Abb. 34 Flächenstruktur, grafisch	31
Abb. 35 Entwicklung der Studiogröße nach Anlagentyp	32
Abb. 36 Entwicklung der Flächenauslastung nach Anlagentyp	33
Abb. 37 Preisstruktur 2007	34
Abb. 38 Geschäftslage in Abhängigkeit vom Preissegment	34
Abb. 39 Angebotene Vertragslaufzeiten	35
Abb. 40 Angebotene Leistungen/Kooperationen	35
Abb. 41 Zahlung von Lizenzgebühren	36
Abb. 42 Inanspruchnahme einer Unternehmensberatung	37

Abb. 43 Planung, sich an ein Betreuungssystem anzuschließen	38
Abb. 44 Ungestützte Frage nach den angewandten Werbe- und Marketingkonzepten zur Kundengewinnung und -bindung	39
Abb. 45 Ungestützte Frage nach den Zielgruppen der Studios	40
Abb. 46 Durchschnittswerte eines typischen unabhängigen Gemischten Studios	41
Abb. 47 Durchschnittswerte eines typischen unabhängigen Frauen-Studios	42
Abb. 48 Durchschnittswerte einer typischen unabhängigen Multifunktionsanlage	43
Abb. 49 Anzahl Festangestellte	44
Abb. 50 Anzahl Aushilfen	45
Abb. 51 Anzahl Freiberufler	46
Abb. 52 Fitness-Trainer	47
Abb. 53 Aerobic-Trainer	48
Abb. 54 Kaufmännische Mitarbeiter/innen	49
Abb. 55 Mitarbeiter/innen mit medizinischer Qualifikation	50
Abb. 56 Personalqualifikation, Entwicklung 2005 bis 2007	51
Abb. 57 Geplante Mitarbeiter-Fortbildungen für 2008	52
Abb. 58 Investitionsplanung	53
Abb. 59 Höhe der geplanten Investitionen	54
Abb. 60 Geplante Erweiterungs-Investitionen im Fitness-Bereich	55
Abb. 61 Geplante Erweiterungs-Investitionen im Cardio-Bereich	55
Abb. 62 Geplante Ersatz-Investitionen im Fitness-Bereich	56
Abb. 63 Geplante Ersatz-Investitionen im Cardio-Bereich	56
Abb. 64 Anlagenstruktur, Ketten- & Franchise-Unternehmen	57
Abb. 65 Anlagenstruktur, Ketten-Studios	58
Abb. 66 Flächenstruktur	59
Abb. 67 Flächenstruktur, grafisch	60
Abb. 68 Flächenstruktur der Ketten-Studios nach Anlageart	61
Abb. 69 Beurteilung der wirtschaftlichen Situation im Vergleich zum Vorjahr	62
Abb. 70 Erwartete wirtschaftliche Situation für 2008	63
Abb. 71 Geplante Investitionen bei Ketten-Studios	64
Abb. 72 Preisstruktur	65
Abb. 73 Preisstruktur, Ketten-Studios	66
Abb. 74 Angebotene Vertragslaufzeiten bei Ketten-Studios	67
Abb. 75 Angebotene Vertragslaufzeiten bei Franchise-Studios	68
Abb. 76 Angebotene Leistungen/Kooperationen bei Ketten-Studios	68
Abb. 77 Durchschnittswerte eines typischen Ketten-Studios	69
Abb. 78 Durchschnittswerte eines typischen Gemischten Ketten-Studios	70
Abb. 79 Durchschnittswerte eines typischen Frauen-Ketten-Studios	71
Abb. 80 Durchschnittswerte eines typischen Multifunktions-Ketten-Studios	72
Abb. 81 Durchschnittswerte eines typischen Franchise-Studios	73
Abb. 82 Fortbildung Mitarbeiter, Ketten-Studio	74
Abb. 83 Festangestellte, Ketten-Studio	74
Abb. 84 Aushilfen, Ketten-Studio	75
Abb. 85 Freiberufler, Ketten-Studio	75

Realisiert mit freundlicher Unterstützung durch die DSSV Fördermitglieder

