

Branchenporträt | 26.06.2017 | Lesezeit 4 Min.

Fitnesswirtschaft lässt Muckis spielen

Mehr als 10 Millionen Menschen sind in Deutschland Mitglied in einem Fitnessstudio - und es könnten noch mehr werden: Denn die Branche will kräftig investieren.

Deutschland, einig Fußballland? Von wegen: Der beliebteste Sport der Deutschen ist - zumindest gemessen an den aktiven Mitgliedern - das Fitnesstraining. Im Jahr 2016 hat die Branche nach Angaben des Arbeitgeberverbands deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV) die magische Marke von 10 Millionen Mitgliedern geknackt. Das heißt:

Mehr als 12 Prozent aller Deutschen gehen mehr oder weniger regelmäßig in ein Fitnessstudio.

Zum Vergleich: In den deutschen Fußballvereinen waren laut Deutschem Olympischen Sportbund (DOSB) im Jahr 2016 nur 6,9 Millionen Menschen aktiv (Grafik).

Fitnessstudios beliebter als Fußballvereine

- Mitglieder 2016 in Millionen
- Veränderung gegenüber 2015 in Prozent

Fitnessstraining



Fußball



Turnen



Tennis



Schützenverein



Alpenverein



Leichtathletik



Handball



Reiten



Behindertensport



Golf



Quellen: Deutscher Olympischer Sportbund, Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen
© 2017 IW Medien / iwd

 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

Wie weit verbreitet die Fitnessbewegung in Deutschland ist, wird noch deutlicher, wenn man nur die Mitglieder zwischen 15 und 65 Jahren betrachtet - in dieser

Altersgruppe geht sogar knapp jeder Fünfte regelmäßig in ein Fitnessstudio. Und es sieht nicht so aus, als würde sich der Trend bald umkehren:

Mit einem Mitgliederplus von 6,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist die Fitnessbranche 2016 erneut deutlich gewachsen.

Einen besonders kräftigen Zuwachs verzeichneten die Fitnessketten. In diese Kategorie fallen Betriebe, die fünf oder mehr Studios mit jeweils mehr als 200 Quadratmetern betreiben. Die Ketten haben ihre Mitgliederzahl im vergangenen Jahr um gut 11 Prozent auf nunmehr 4,8 Millionen Mitglieder gesteigert.

Die Fitnessstudios in Deutschland haben 10 Millionen Mitglieder – gut 3 Millionen mehr als die Fußballvereine.

Aber auch Einzelbetriebe mit bis zu vier Filialen und sogenannte Mikrostudios, also solche mit weniger als 200 Quadratmetern Trainingsfläche, haben Mitglieder dazugewonnen. Die Mikrostudios übertrafen mit einem Zuwachs von 7 Prozent sogar die Ketten.

Dass die Branche boomt, zeigt sich auch an der Zahl der Studios: Im vergangenen Jahr eröffneten laut DSSV rund 350 neue Muckibuden – ein Plus von mehr als 4 Prozent.

Damit betreibt die Fitness- und Gesundheitsindustrie nun fast 8.700 Anlagen in Deutschland. Der Zulauf an Mitglieder und die wachsende Zahl der Anlagen spiegeln sich auch in den Bilanzen wider (Grafik):

Mit mehr als 200.000 Mitarbeitern konnte die deutsche Fitness- und Gesundheitsbranche ihre Umsätze im vergangenen Geschäftsjahr um fast 5 Prozent auf mehr als 5 Milliarden Euro steigern.

Immer mehr Muckis in der Bude

- Umsatz in Milliarden Euro
- Mitglieder in Millionen
- Anzahl der Anlagen



4,83 **5,05**

2015 2016



9,46 **10,08**

2015 2016



8.332 **8.684**

2015 2016

Gesamtmarkt

2,80 **2,81**

2015 2016

4,65 **4,74**

2015 2016

4.819 **4.844**

2015 2016

darunter:

1,68 **1,85**

2015 2016

4,31 **4,80**

2015 2016

1.637 **1.786**

2015 2016

Einzelbetriebe

Kettenbetriebe

Einzelbetriebe: bis zu 4 Betriebsstätten mit jeweils mehr als 200 Quadratmeter Fläche; Kettenbetriebe: 5 und mehr Betriebsstätten mit jeweils mehr als 200 Quadratmeter Fläche; Rest: Mikrobetriebe mit weniger als 200 Quadratmeter Fläche; Umsatz: netto; Monatsbeitrag: brutto

Quelle: Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen
© 2017 IW Medien / iwd

i7 Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

Knapp 90 Prozent des Umsatzes entfielen auf Mitgliedsbeiträge. Angebote wie der Verkauf von Getränken waren mit einem Anteil von rund 10 Prozent an den Erlösen eher nachrangig.

Schaut man sich die Verteilung der Umsätze auf die unterschiedlichen Studioarten an, ergibt sich folgendes Ranking:

Einzelbetriebe. Die 4.844 Einzelbetriebe stellen mehr als 55 Prozent aller Trainingsstätten und bekamen deshalb im vergangenen Jahr mit rund 2,8 Milliarden Euro auch das größte Stück vom Umsatzkuchen. Im Durchschnitt verlangen sie etwas mehr als 50 Euro pro Mitglied und Monat; ihre Kunden sind im Schnitt 44 Jahre alt.

Fitnessketten. Diese Betriebe konnten ihren Umsatz im vergangenen Jahr um 10 Prozent auf knapp 1,9 Milliarden Euro steigern. Da die Ketten vergleichsweise niedrige Mitgliedsbeiträge von durchschnittlich knapp 34 Euro im Monat haben, sind sie gerade bei jüngeren Menschen beliebt.

Mikrostudios. Sie haben im vergangenen Jahr knapp 390 Millionen Euro umgesetzt; das war im Vergleich zu 2015 eine Steigerung um mehr als 10 Prozent. Mikrostudios heben sich von Einzel- und Kettenbetrieben durch ihre Spezialisierung ab. Viele bieten zum Beispiel Personal Training an. Da die Angebote der Mikrostudios oft individuell ausgelegt sind, verlangen sie im Schnitt Monatsbeiträge von mehr als 65 Euro.

Vor dem Hintergrund der guten wirtschaftlichen und strukturellen Entwicklung in Deutschland gehen mehr als 80 Prozent der Fitnessbetriebe von weiterem Wachstum in den kommenden Jahren aus:

Insgesamt will die deutsche Fitnessindustrie fast 1,5 Milliarden Euro in ihre Studios investieren.

Die Betriebe haben bereits konkrete Vorstellungen, wohin das Geld fließen soll: Mehr als 90 Prozent der Studios sagten in einer Umfrage des DSSV, dass sie in die Fortbildung ihrer Mitarbeiter investieren würden. Gut zwei Drittel der Studios setzen darüber hinaus auf die Digitalisierung ihrer Trainingsstätten.

Fitnessbranche blickt optimistisch in die Zukunft

Die Kettenbetriebe planen außerdem mehr Geräte für das Krafttraining anzuschaffen, während Einzelbetriebe weiterhin auf den Mix aus Kraft-, Herz-Kreislauf- und

Gruppentraining setzen. Die Mikrostudios dagegen wollen in Spezialangebote wie das Elektrostimulationstraining investieren.

Befeuert wird die Investitionsbereitschaft von der guten Stimmung in der Branche:

Über 75 Prozent der Studio-Betreiber gehen davon aus, dass sich ihre Lage verbessern wird.

Bei den Mikrostudios blicken sogar 90 Prozent der Chefs positiv in die Zukunft. Sie rechnen unter anderem mit über 9 Prozent mehr Mitgliedern; Einzelstudios erwarten ein Mitgliederplus von fast 8 Prozent und Kettenbetriebe immerhin noch knapp 5 Prozent.

Gerade junge Menschen gelten als Zielgruppe. Denn auch wenn Fitnessstudios oft mit einer jüngeren Zielgruppe assoziiert werden, liegt das tatsächliche Durchschnittsalter der Mitglieder derzeit bei fast 40 Jahren.

Sollten es die Studios schaffen, ihre Mitgliederzahlen wie geplant zu erhöhen, wären auch die Umsatz-Hoffnungen der Betreiber realistisch: Mehr als 80 Prozent der Studios erwarten eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Lage.

Kernaussagen in Kürze:

- Im Jahr 2016 hat die Fitnessbranche in Deutschland die magische Marke von 10 Millionen Mitgliedern geknackt.
- Die große Mehrheit der Studios will im laufenden Jahr in die Fortbildung ihrer Mitarbeiter investieren.
- Drei Viertel der Betriebe rechnen damit, dass sich ihre wirtschaftliche Lage weiter verbessern wird.