

Der deutsche Fitnessmarkt Studie 2021

Sport Business Gruppe

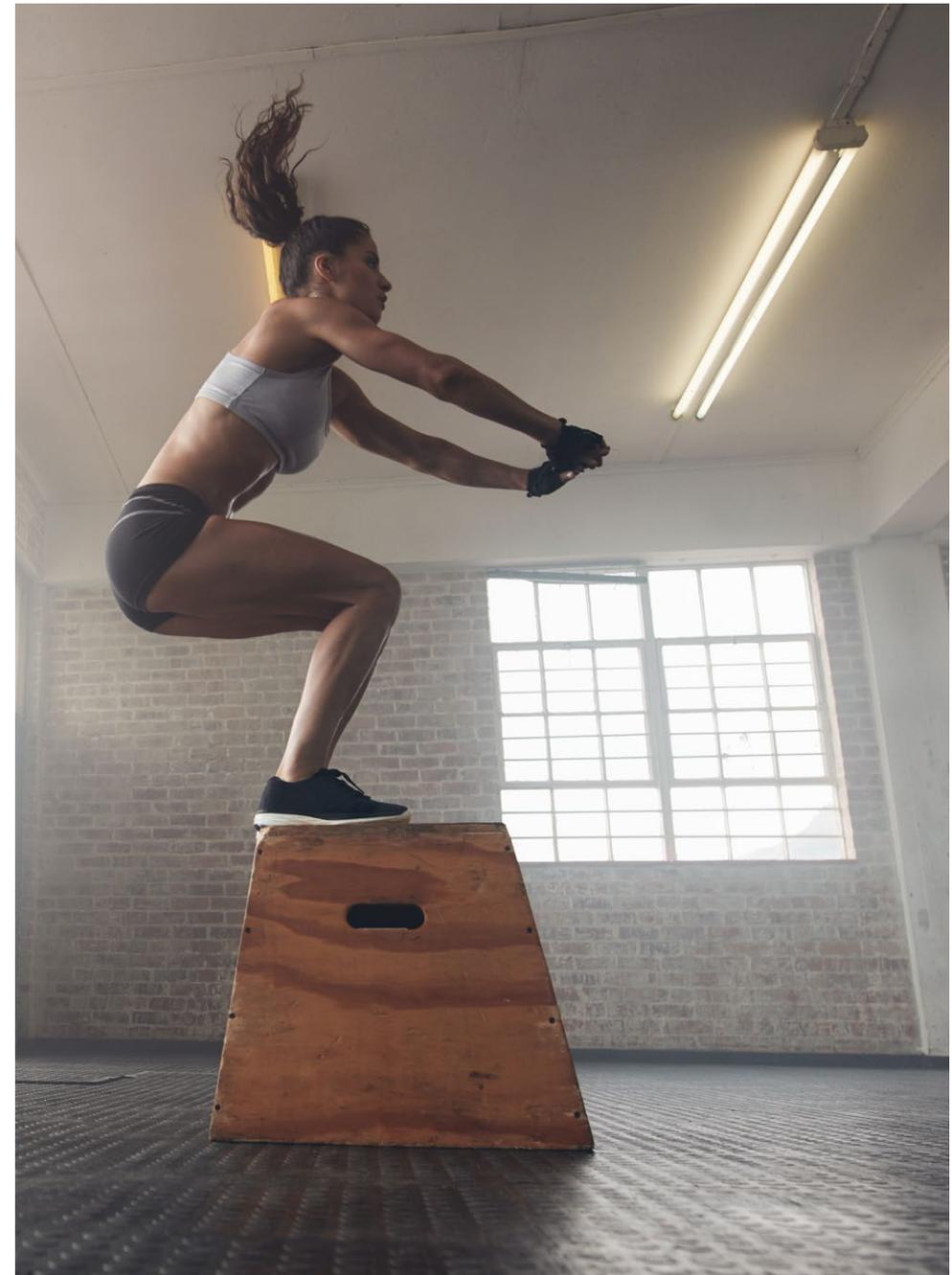


Deloitte.

MAKING AN
IMPACT THAT
MATTERS
since 1845

Inhaltsverzeichnis

01	Vorwort	Seite	3
02	Der deutsche Gesamtmarkt	Seite	6
03	Kettenbetriebe in Deutschland	Seite	17
04	Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie	Seite	25
05	Effekte der COVID-19-Pandemie auf den europäischen Fitnessmarkt	Seite	30
06	M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt	Seite	37
07	Anhang	Seite	43



Vorwort



01

02

03

04

05

06

07



Liebe Leserinnen, liebe Leser,
wir freuen uns, Ihnen nachfolgend die 18. Auflage der Deloitte-Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“ zu präsentieren, in der wir wie gewohnt die wirtschaftliche Situation und die jüngsten Marktdynamiken der deutschen Fitnessbranche darstellen und kommentieren.

Nach den stets positiven Entwicklungen des deutschen Fitnessmarktes in den vergangenen Jahren spiegelt sich die COVID-19-Pandemie in einem Rückgang der Kernkennzahlen des Marktes wider. Durch die im Jahr 2020 insgesamt rund viermonatigen, behördlich angeordneten Schließungen der Fitnessanlagen wurde die positive Entwicklung von Umsatz, Mitgliedschaften und Anlagenzahl vorerst ausgebremst. Dabei zählte die Branche trotz der Rückgänge in diesen Bereichen Ende Dezember 2020 in ihren 9.538 Fitnessanlagen (-1,4%) weiterhin 10,31 Millionen Mitgliedschaften (-11,6%), was einer Penetrationsrate von 12,4 Prozent entspricht.

Wenngleich die Folgen der Lockdownperioden derzeit noch nicht vollständig absehbar sind, wird ihre mindestens bis in den April 2021 hinein geltende Verlängerung weitere Negativeffekte auf die Mitgliederzahlen haben. So blieben Neuanmeldungen in den ersten Monaten des Jahres

größtenteils aus, während die Vertragslaufzeitbedingt traditionell hohe Kündigungsrate zu Jahresbeginn auf Vorjahresniveau oder darüber liegen dürfte. Entsprechend blickt die Branche – wie weite Teile anderer Wirtschaftszweige – auch im Jahr 2021 einem durch die Pandemie geprägten Jahr entgegen.

Infolge des Mitgliedschaftenrückgangs sowie der angeordneten Schließungen sank COVID-19-bedingt zudem der Umsatz im Jahr 2020 um 24,5 Prozent auf 4,16 Milliarden Euro. Angesichts dieser Zahlen ist das wirtschaftliche Überleben mancher Betreiber neben eigenen finanziellen Rücklagen auch der Solidarität ihrer Mitglieder zu verdanken, die teilweise trotz geschlossener Anlagen weiterhin Mitgliedsbeiträge gezahlt haben. Da der Gegenwert hierfür aber in einer späteren Periode erbracht werden muss, werden zahlreichen Leistungen nach Wiedereröffnung keine direkten Einnahmen gegenüberstehen.



01

02

03

04

05

06

07

Obwohl die deutsche Fitnessindustrie durch die behördlich angeordneten Schließungen unter substanziellen Einschränkungen leidet, haben sich die grundsätzlichen Markttreiber wie beispielsweise ein steigendes Gesundheitsbewusstsein nicht verändert oder sind durch die Pandemie sogar verstärkt worden. So zeigen von Deloitte durchgeführte Konsumentenbefragungen, dass ein großes Interesse an der Rückkehr zu stationären Fitnessangeboten erwartet werden kann, sobald die Pandemie abgeflacht ist.

Ein Blick in andere europäische Länder deutet darauf hin, dass manche Märkte unter Umständen noch stärkere Einbußen hinnehmen mussten als der deutsche Markt. Als Treiber sind vor allem die im Ausland üblicherweise kürzeren Vertragslaufzeiten und zum Teil längeren Lockdownperioden zu nennen.

Die Digitalisierung der Branche wurde als Konsequenz der Pandemie hingegen beschleunigt, sowohl innerhalb Deutschlands als auch in Europa. Nie zuvor stand dem Konsumenten ein größeres Angebot digitaler Trainingsmöglichkeiten zur Verfügung, wobei auch stationäre Anbieter ihre entsprechenden Angebote im Sinne der Kundenbindung ausgebaut haben. Um dieser

Entwicklung Rechnung zu tragen, widmen wir uns dem Digitalisierungstrend detailliert im Kapitel zum Ökosystem der Fitnessbranche.

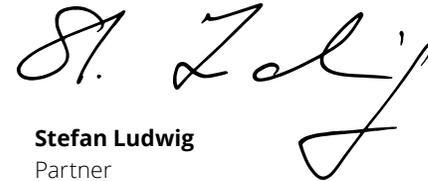
Gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern, dem Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV) und der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), möchten wir mit unserer jährlichen Studie zur Erhöhung der Transparenz und zur weiteren Professionalisierung der Branche beitragen. Unser Dank gilt daher den Betreibern der Einzel- und Kettenbetriebe, die uns seit vielen Jahren durch ihre aktive Beantwortung unserer Fragen bei der Erhebung der Daten unterstützen. Nicht zuletzt möchten wir uns bei allen Mitwirkenden bedanken, welche diese Studie mit ihrem Know-how und Engagement begleitet haben.

Im Sinne der Lesbarkeit wird in der vorliegenden Studie auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Es wird das generische Maskulinum verwendet, wobei die gewählten Formulierungen alle Geschlechter gleichermaßen umfassen. Alle Personen sind selbstverständlich und ausdrücklich gleichberechtigt angesprochen.

Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre mit der 18. Ausgabe der Deloitte-Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“.



Karsten Hollasch
Partner
Leiter Consumer Business



Stefan Ludwig
Partner
Leiter Sport Business Gruppe



01

02

03

04

05

06

07

02

Der deutsche Gesamtmarkt



01

02

03

04

05

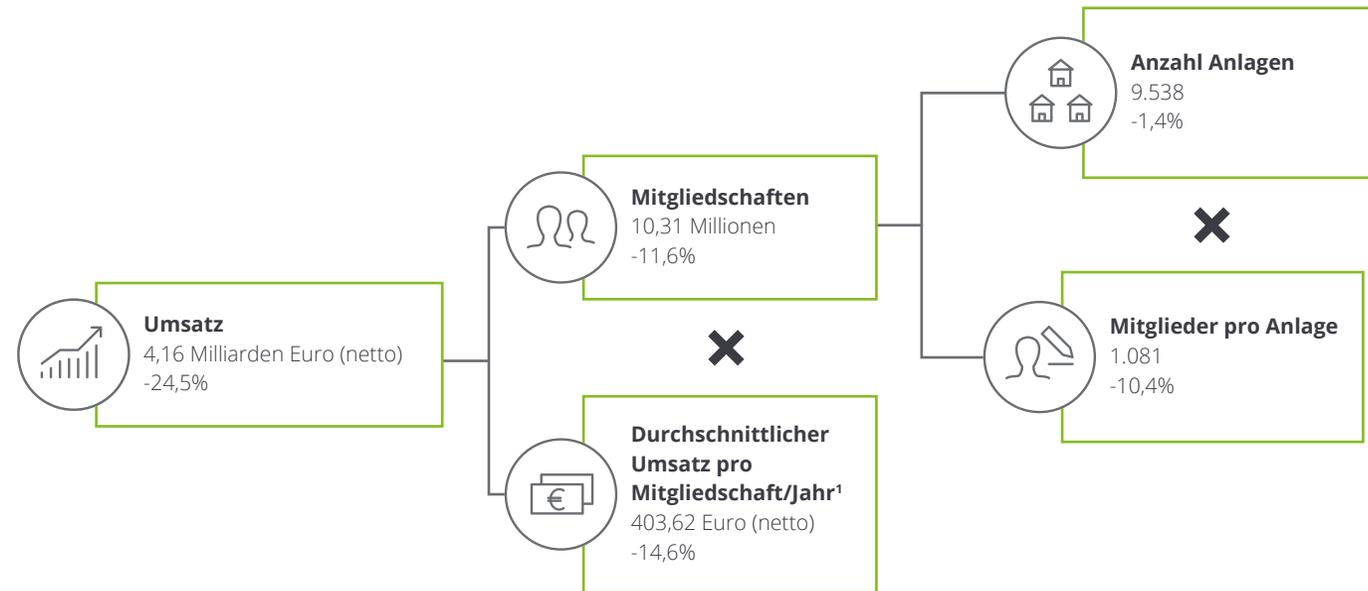
06

07

Gesamtmarktzusammensetzung

Nach langjähriger positiver Entwicklung musste die Branche im Jahr 2020 erstmalig Umsatz- einbußen von 24,5 Prozent sowie Rückgänge der Mitgliedschaften von 11,6 Prozent ver- kraften. Primärer Grund hierfür sind die pandemiebedingten Schließungen, die auch zum Zeit- punkt der Erstellung dieser Studie im April 2021 größtenteils weiter- hin gültig sind und in weiten Teilen keinen Betrieb von Fitnessanlagen ermöglichen.

Abb. 1 – Gesamtmarktzusammensetzung 2020



Anmerkungen: 1) Der durchschnittliche Umsatz pro Mitgliedschaft/Jahr stellt eine rechnerische Größe auf Basis des anhand der betriebswirtschaftlichen Auswertung der befragten Unternehmen angegebenen Umsatzes (Zeitraum 2020) sowie der Mitgliedschaften zum Jahresende (Zeitpunkt Ende Dezember 2020) dar. Es gilt zu beachten, dass die Zahl der Mitgliedschaften im Laufe des Jahres im Vergleich zu den Vorjahren stark zurückgegangen ist.
Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Entwicklung der Umsätze, Mitgliedschaften und Anlagen seit 2016

COVID-19 mit starken Auswirkungen auf den deutschen Fitnessmarkt

Bis zu den COVID-19-bedingten Schließungen entwickelten sich die Kernkennzahlen der deutschen Fitnessindustrie nachhaltig positiv. Zwischen 2016 und 2019 wurde ein durchschnittliches jährliches Umsatzwachstum von 3,0 Prozent erzielt. Im gleichen Zeitraum wuchsen Anlagenzahl und Mitgliedschaften im Schnitt um 3,6 Prozent beziehungsweise 5,0 Prozent. Infolge der behördlich angeordneten Schließungen musste die Branche 2020 allerdings einen Umsatzrückgang von 1,35 Milliarden Euro (-24,5%) auf 4,16 Milliarden Euro verbuchen. Bei den Mitgliedschaften kam es durch den Nettorückgang von 1,35 Millionen ebenfalls zu Verlusten im zweistelligen Prozentbereich (-11,6%). Zwar bewegt sich der Rückgang hier auf einem geringeren Niveau als bei den Umsätzen, jedoch sank die Zahl der Mitgliedschaften damit auf eine ursprünglich schon zwischen 2016 und 2017 erreichte Größe.

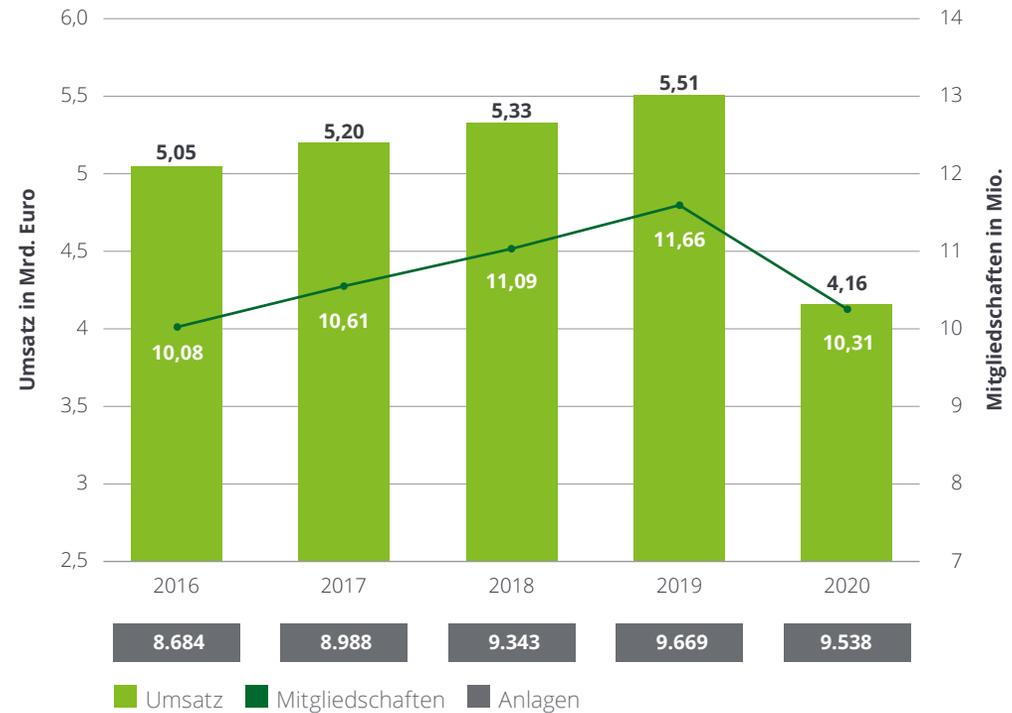
Tab. 1 – Prozentuale Entwicklung der Kernkennzahlen

CAGR	2016–2019	2019–2020
Umsatz	+3,0%	(24,5%)
Mitgliedschaften	+5,0%	(11,6%)
Anlagen	+3,6%	(1,4%)

Mit einem Nettorückgang von 131 Anlagen kam es zu einem – verglichen mit Umsatz und Mitgliedschaften – moderaten prozentualen Verlust von 1,4 Prozent in diesem Bereich. Dies ist neben der Solidarität der Mitglieder, welche oftmals ihre Mitgliedsbeiträge trotz der behördlich angeordneten Schließungen weiterhin leisteten, auf staatliche Maßnahmen und den erfolgreichen Aufbau finanzieller Rücklagen in den Vorjahren zurückzuführen.

So konnten Insolvenzen in substantiellem Ausmaß vorerst vermieden werden. Mit jedem Monat, in dem die Anlagen nicht öffnen können, werden die Rücklagen der Betreiber jedoch weiter aufgezehrt, wodurch ohne zusätzliche Unterstützung die Möglichkeit eines erneuten und möglicherweise stärkeren Anlagenrückgangs im Jahr 2021 besteht.

Abb. 2 – Entwicklung der Umsätze (netto), Mitgliedschaften und Anlagen seit 2016



Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



Umsatzentwicklung nach Betriebsstruktur

Umsatzrückgänge bei allen Betriebsarten

Der Nettoumsatzrückgang belief sich über alle Betriebsstrukturen hinweg auf 24,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dabei gab es nur leichte Unterschiede zwischen Ketten- (-26,0%), Mikro- (-25,5%) und Einzelanbietern (-23,2%), wobei Letztere aufgrund ihres hohen Marktanteils mit 660 Millionen Euro die höchsten absoluten Umsatzeinbußen verkraften mussten. Während die Kettenbetriebe in den Vorjahren ihren Marktanteil aufgrund ihrer expansiven Entwicklung stets ausbauen konnten, entsprechen die Anteilsverhältnisse der Betriebsarten am Gesamtumsatz im Jahr 2020 etwa denen des Vorjahres.

Mitgliedsbeiträge sinken leicht

Im Jahr 2020 betrug der durchschnittliche monatliche Mitgliedsbeitrag 42,09 Euro brutto (2019: 42,59 Euro brutto). Gemeinsam mit den Einnahmen aus Zusatzbeiträgen ergaben sich daraus durchschnittliche Jahresnettoerlöse von 403,62 Euro pro Mitglied. Die Zusatzeinnahmen beinhalten beispielsweise Erlöse aus Tageskarten, Massagen oder Personal Training.

Die Verminderung des durchschnittlichen Bruttomonatsbeitrags um 1,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr resultierte dabei insbesondere aus der leichten Steigerung des Anlagenanteils der Kettenanbieter, von denen manche Betreiber des Discount-Segments wie beispielsweise McFIT (Teil der RSG Group) und FitX Mitgliedschaften für rund 20 Euro pro Monat anbieten.

Eine Erläuterung der Betriebsstrukturen befindet sich im Glossar im Anhang dieser Studie.

Abb. 3 – Umsatzentwicklung nach Betriebsstruktur



Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Entwicklung der Penetrationsquote

Penetrationsquote geht unter COVID-19 deutlich zurück

Nachdem sich im vergangenen Jahrzehnt immer mehr Menschen in Deutschland für eine Mitgliedschaft bei einem Fitnessbetreiber entschieden hatten, war die Zahl der Mitgliedschaften im Jahr 2020 pandemiebedingt zum ersten Mal rückläufig.

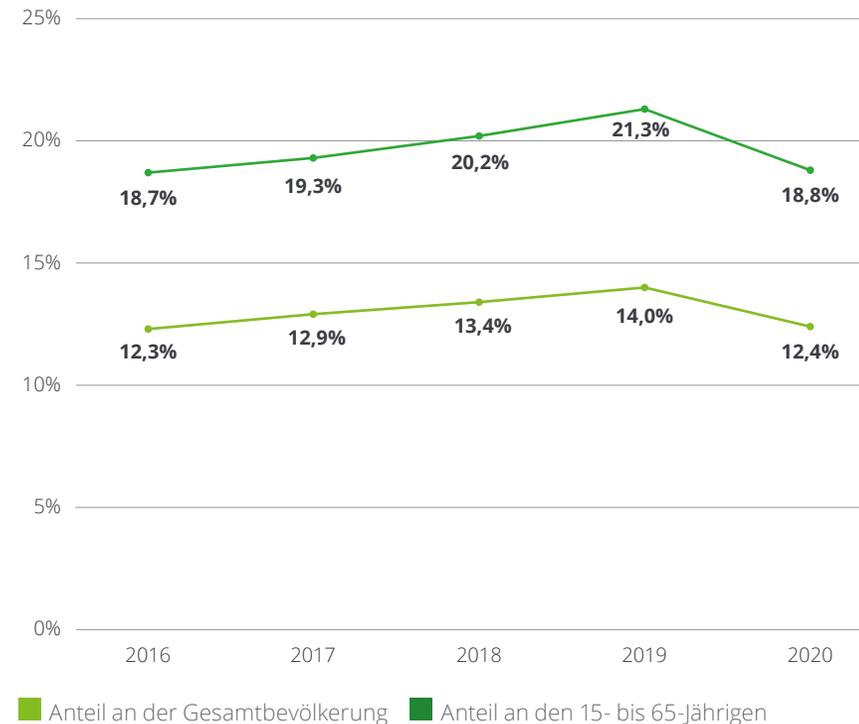
Die Penetrationsquote sank, basierend auf insgesamt 10,31 Millionen Mitgliedschaften, in der Kernzielgruppe der 15- bis 65-Jährigen von 21,3 auf 18,8 Prozent (-2,4 Prozentpunkte), was in etwa dem vier Jahre zuvor erreichten Wert entspricht (18,7% im Jahr 2016).

Der Start ins neue Jahr 2021 versprach an dieser Stelle zudem keine baldige Erholung. Die behördlich angeordneten Schließungen der Fitnessanlagen sind zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Studie im April 2021 weiterhin größtenteils gültig. In den für die Betreiber so wichtigen ersten Monaten des Jahres, in denen auf Jahressicht normalerweise überproportional viele Neuanmeldungen abgeschlossen werden, konnten durch die Schließungen keine Neumitglieder geworben werden.

Die vertragslaufzeitbedingt in dieser Zeit traditionell gleichsam hohen Kündigungen werden sich voraussichtlich dennoch mindestens auf dem üblichen Niveau bewegen, sodass für den Jahresbeginn mit einer weiteren Reduzierung der Mitgliederzahl und der Penetrationsquote gerechnet werden kann. Der weitere Jahresverlauf ist zu diesem Zeitpunkt nicht absehbar.

Da sich die grundsätzlichen Markttreiber der Fitnessbranche, wie beispielsweise ein steigendes Gesundheitsbewusstsein, nicht geändert haben beziehungsweise durch die Pandemie tendenziell eher verstärkt wurden, erwarten viele Branchenteilnehmer nach der Pandemie und den Schließungen relativ zeitnah eine Rückkehr zum Mitgliederwachstum.

Abb. 4 – Entwicklung der Penetrationsquote seit 2016



Quellen: DESTATIS, DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07



01

02

03

04

05

06

07

Aufgrund der anhaltenden Schließungsperiode in den ersten Monaten des Jahres 2021 fehlt den Anbietern der Großteil der in diesen Monaten üblicherweise hohen Neuanmeldungen. Gleichzeitig herrscht aufgrund der Vertragslaufzeiten ein hohes Kündigungsaufkommen vor.

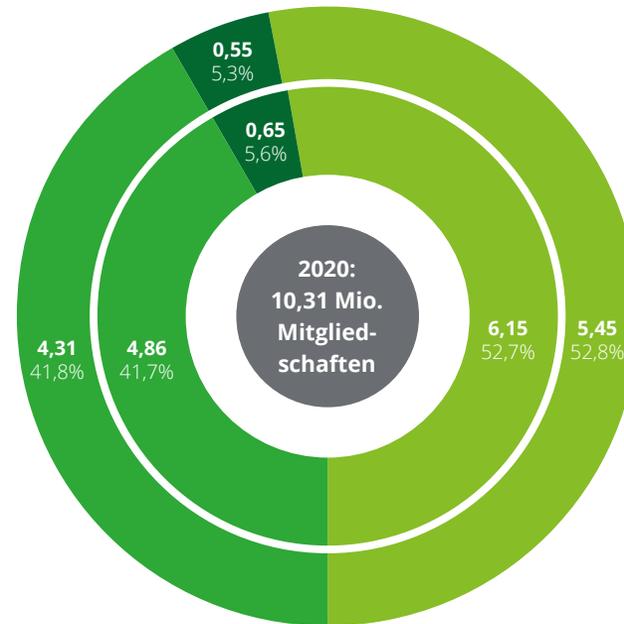
02 | Der deutsche Gesamtmarkt

Mitgliedschaften nach Betriebsstruktur

Zahl der Mitgliedschaften bei allen Betriebs-typen gesunken

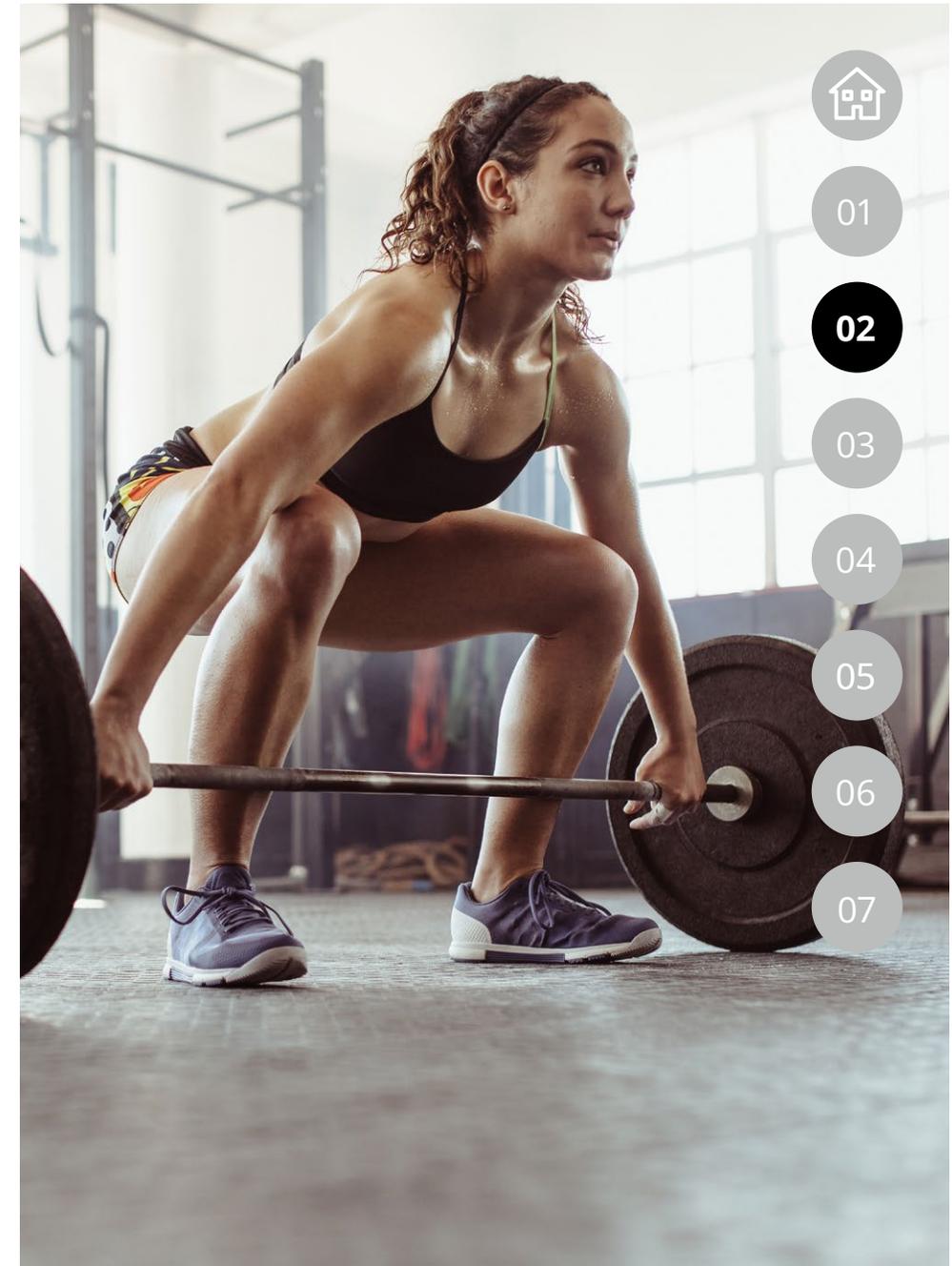
Die drei zuvor genannten Betriebstypen weisen ähnliche COVID-19-bedingte prozentuale Mitgliederrückgänge auf, sodass die Verteilung der Marktanteile der Mitgliedschaften im Jahr 2020 in etwa der Verteilung des Vorjahres entspricht. Den stärksten absoluten Rückgang verzeichneten dabei die Kettenbetriebe. Deren Mitgliedschaften sind um etwa 704.000 gesunken, was einem prozentualen Rückgang von 11,4 Prozent entspricht. Mit etwa 548.000 weniger Mitgliedschaften und einem ähnlich hohen prozentualen Rückgang (-11,3%) folgen die Einzelbetreiber. Mikrobetriebe haben entsprechend ihrem deutlich kleineren Marktanteil den geringsten absoluten Rückgang bei den Mitgliedschaften (etwa 101.000 weniger), weisen jedoch prozentual den höchsten Rückgang auf (-15,6%). Insgesamt sind im Jahr 2020 etwa 1,35 Millionen Mitgliedschaften weniger als im Vorjahr zu verzeichnen (-11,6%).

Abb. 5 – Marktanteil der Mitgliedschaften (in Mio.) nach Betriebsstruktur 2020 (äußerer Ring) im Vergleich zu 2019 (innerer Ring)



■ Ketten ■ Einzel ■ Mikro

Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



Anlagen nach Betriebsstruktur

Anlagenzahl leicht rückläufig

Hatte sich das Filialnetz im vergangenen Jahrzehnt beständig verdichtet, so kam es auch bei der Anlagenzahl unter dem Einfluss der Pandemie zu einem Rückgang. Dieser fiel zwar in Relation zu den Veränderungen bei Umsatz und Mitgliedschaften moderat aus (-1,4%), dennoch wurden 131 Anlagen weniger gezählt als im Vorjahr.

Wesentlich getrieben wird diese Entwicklung durch den Nettorückgang von 95 Filialen im Mikrosegment, was einer Verringerung von 3,5 Prozent entspricht. Zudem bestanden im Einzelsegment zum Jahresende 59 Anlagen weniger als im Vorjahr (-1,2%).

Einzig die Kettenbetreiber konnten ihre Anlagenzahl insgesamt ausbauen (+23 Anlagen). Gründe hierfür sind vor allem die langfristig geplante Expansionspolitik sowie die finanziellen Rücklagen aus den Vorjahren, sodass auch im Jahr 2020 trotz der Pandemie weitere Standorte eröffnet wurden.

Abb. 6 – Anlagenentwicklung nach Betriebsstruktur



Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.

Wesentlicher Treiber für die Entwicklung der Anlagenzahl ist der Nettorückgang von 95 Filialen im Mikrosegment. Unter den Betreibertypen konnten einzig die Kettenanbieter ihre Anlagenzahl ausbauen, was vor allem an der langfristig geplanten Expansionspolitik liegt.



01

02

03

04

05

06

07

Durchschnittliche Mitgliederzahl pro Anlage

Durchschnittliche Mitgliederzahl der Kettenanbieter am höchsten

Wesentlicher Grund für die unterschiedlich hohen Marktanteile der Ketten-, Einzel- und Mikrobetriebe bei Umsatz, Mitgliedschaften und Anlagenzahl ist die durchschnittliche Anlagengröße in den jeweiligen Betriebsstrukturen. Diese typenbedingten Unterschiede werden insbesondere bei Betrachtung der durchschnittlichen Mitgliederzahl pro Anlage deutlich.

Da die Anzahl der Mitgliedschaften im Jahr 2020 prozentual deutlich stärker gesunken ist als die Anzahl der Anlagen, hat sich im Zuge der COVID-19-Pandemie auch die durchschnittliche Mitgliederzahl pro Anlage reduziert. Entfielen im Jahr 2019 über alle Anlagentypen hinweg noch 1.206 Mitglieder auf eine einzelne Anlage, waren es im Jahr 2020 nur noch 1.081, was einem Rückgang von 10,4 Prozent entspricht.

Dabei ist dieser Effekt bei den Kettenbetrieben am deutlichsten ausgeprägt. Während hier im Jahr 2019 noch durchschnittlich 2.964 Mitgliedschaften auf eine Anlage kamen, reduzierte sich diese Zahl im Jahr 2020 netto um 367 auf 2.597 (-12,4%).

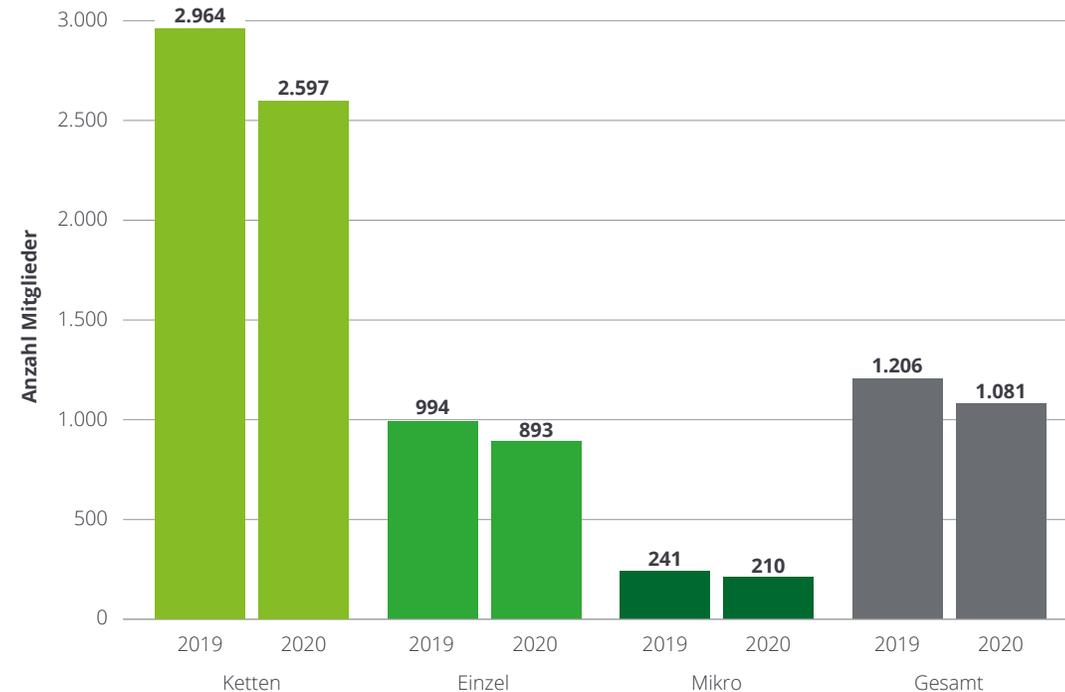
Bei den Einzelbetrieben belief sich der Rückgang auf 101 Mitglieder pro Anlage (-10,2%), während die Mikrobetriebe 31 Mitglieder pro Anlage verloren (-12,9%).

Ohnehin entfallen auf ein Mikrostudio traditionell die geringsten Mitgliederzahlen, was durch die geringe Größe der Anlagen sowie durch ihre Betriebskonzepte bedingt wird. Bei Mikroanbietern erhalten Kunden meist eine intensive Betreuung oder sogar regelmäßiges Personal Training, wie es beispielsweise bei EMS-Anbietern der Fall ist. Somit zielen solche Anlagen meist auf eine im Vergleich geringere Mitgliederzahl ab.

Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft 2020

Für weitere detaillierte Analysen und Entwicklungen des deutschen Fitnessmarktes verweisen wir auf die diesjährige Eckdatenstudie der DHfPG und des DSSV in Zusammenarbeit mit Deloitte.

Abb. 7 – Durchschnittliche Mitgliederzahl pro Anlage in den Jahren 2019 und 2020



Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Deloitte Sport-Konsumentenbefragung 2021

COVID-19 ändert Trainingsgewohnheiten deutscher Fitnesskonsumenten

Im Februar und März 2021 führte Deloitte eine hinsichtlich Alters- und Geschlechterverteilung repräsentative Konsumentenbefragung in 20 europäischen Ländern durch. Die Teilnehmer wurden unter anderem zu ihrem Fitnessverhalten vor und während der Pandemie sowie dem erwarteten Verhalten nach der Pandemie befragt.

Aus den Ergebnissen geht hervor, dass die Konsumenten in Deutschland ihre Trainingsgewohnheiten infolge der Pandemie eingeschränkt haben. So gaben mehr als die Hälfte (etwa 55%) der Befragten an, vor Ausbruch der Pandemie mindestens einmal pro Woche Fitness getrieben zu haben. Dieser Wert fiel laut unserer Umfrage während der Pandemie auf etwa 49 Prozent zurück. Nach der Pandemie erwarten etwa 56 Prozent der Befragten, wieder mindestens einmal pro Woche zu trainieren.

Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich bei der Betrachtung der Mitgliedschaften. Dabei ist der Anteil derjenigen, die Mitglied in einem Fitnessstudio sind, während der Pandemie zurückgegangen. Nach der Pandemie kann jedoch laut unserer Umfrage erwartet werden, dass der Anteil der Konsumenten mit einer Fitnessstudiomitgliedschaft wieder in etwa auf das vorherige Niveau zurückkehren wird.

Abb. 8 – Häufigkeit des Fitnessstrainings



Anmerkung: 1) Erwartete Trainingshäufigkeit, wenn die Pandemie überwunden ist.
Quelle: Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

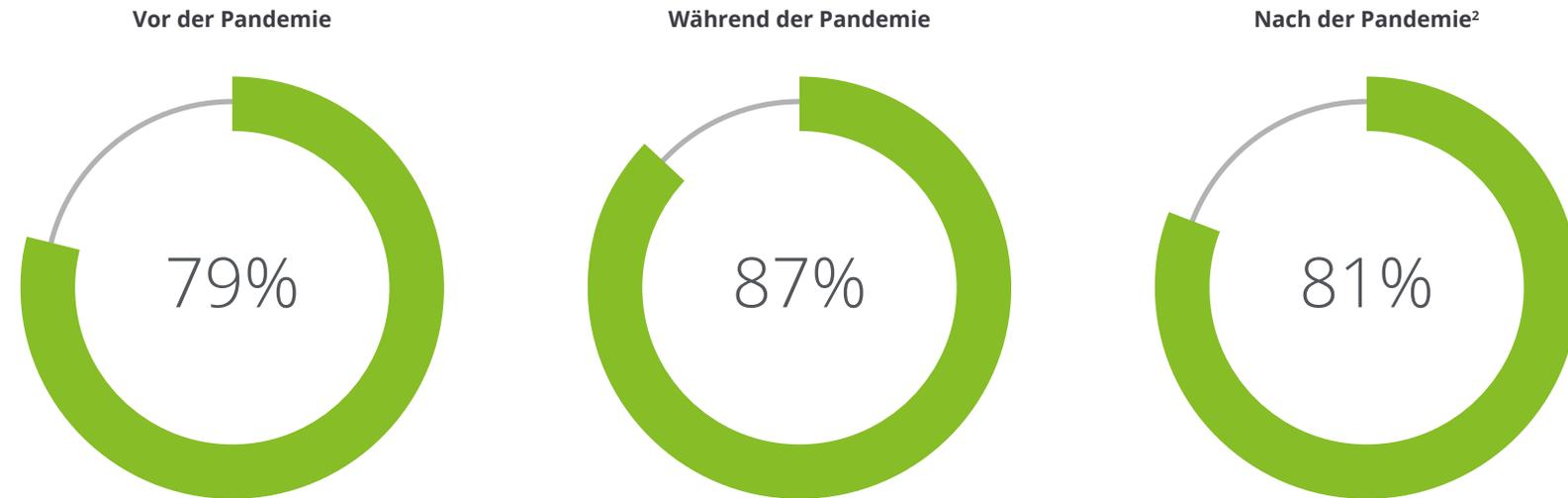
07

Deloitte Sport-Konsumentenbefragung 2021

Anteil individueller Trainingsformen nach der Pandemie voraussichtlich rückläufig

Die Nutzung individueller Trainingsformen gewann unter den Fitnesstreibenden während der Pandemie hingegen an Beliebtheit. Aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen stellten die Konsumenten auch die Form ihres Trainings um, sodass etwa 87 Prozent (+8 Prozentpunkte gegenüber vor der Pandemie) der Fitnesstreibenden während der Pandemie mindestens eine individuelle Trainingsform für sich nutzten (Home- oder Outdoor-Fitness, mit oder ohne digitale Unterstützung und/oder Geräte beziehungsweise Kleinmaterialien). Es wird erwartet, dass dieser Wert in Zukunft in etwa auf das Niveau vor der Pandemie zurückkehrt.

Abb. 9 – Nutzung individueller Trainingsformen¹



Anmerkungen: 1) Individuelle Trainingsformen umfassen Home- oder Outdoor-Fitness, mit oder ohne digitale Unterstützung und/oder Geräte beziehungsweise Kleinmaterialien;
2) Erwartete Trainingshäufigkeit, wenn die Pandemie überwunden ist.
Quelle: Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Kettenbetriebe in Deutschland



01

02

03

04

05

06

07



Top 10 der mitgliederstärksten Kettenbetriebe

FitX übernimmt den zweiten Platz, BestFit Group erreicht durch Zusammenschluss die Top 10

Pandemiebedingt mussten alle drei betrachteten Betriebsformen einen Nettorückgang der Mitgliedschaften hinnehmen. Bei den Kettenbetrieben lag dieser Wert bei rund 704.000 Mitgliedschaften (-11,4%). Davon entfallen in etwa 310.000 Mitgliedschaften auf die Top-10-Kettenbetriebe nach Mitgliedern, welche im Jahr 2020 in ähnlichem Ausmaß wie der Rest der Branche von den pandemiebedingten Herausforderungen betroffen waren.

Einige expandierende Kettenbetriebe unterlagen in den vergangenen Jahren einer ausgeprägten Wachstumsdynamik. Hieraus ergeben sich bei den einzelnen Betreibern teils deutliche Unterschiede hinsichtlich der Nettomitgliederentwicklung, was insgesamt fünf Veränderungen in unserem Ranking der Top-10-Kettenbetriebe zur Folge hat.

So nimmt der aus dem Ruhrgebiet stammende Discount-Anbieter FitX hinsichtlich der Mitgliederzahl erstmals die zweite Position hinter der RSG Group in Deutschland ein. Trotz reduzierter Neueröffnungen im Vergleich zu den Vorjahren konnte die aus früheren Neueröffnungen resultie-

rende Wachstumsdynamik die Negativeffekte der behördlich angeordneten Schließungen zumindest abfedern.

Die zweite große Veränderung des Rankings ergibt sich aus der Gründung der BestFit Group, welche sich durch den Zusammenschluss von jumpers und Ai Fitness direkt auf dem siebten Platz positioniert. Die von der Beteiligungsgesellschaft NORD Holding geführte Gruppe ist vor allem im Westen und Süden Deutschlands präsent. Dabei beabsichtigt die NORD Holding laut Pressemitteilung, die BestFit Group als „Plattform“ für weitere Akquisitionsaktivitäten zu nutzen.

Abb. 10 – Mitglieder- und Anlagenzahl der Top-10-Kettenbetriebe Deutschlands nach Mitgliederzahl im Jahr 2020

			 Mitgliederzahl in Tsd. ¹	 Anlagenzahl ¹
	²			
1	◄►	RSG Group ³	1.227	205
2	▲	FitX	756	91
3	▼	clever fit ⁴	737	402
4	◄►	EASYFITNESS ⁴	390	134
5	◄►	LifeFit Group ⁴	240	92
6	◄►	Kieser Training ^{3,4}	211	117
7	neu	BestFit Group	190	64
8	◄►	Pfitzenmeier UG	156	47
9	▼	ACISO ⁴	140	128
10	▼	FIT/ONE ³	120	28

1) Ungeprüfte Unternehmensinformationen; 2) Pfeile zeigen Veränderung der Platzierung gegenüber Vorjahr an; 3) Mitgliederzahlen geschätzt; 4) Ganz oder teilweise Franchisebetrieb.
Quellen: Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.

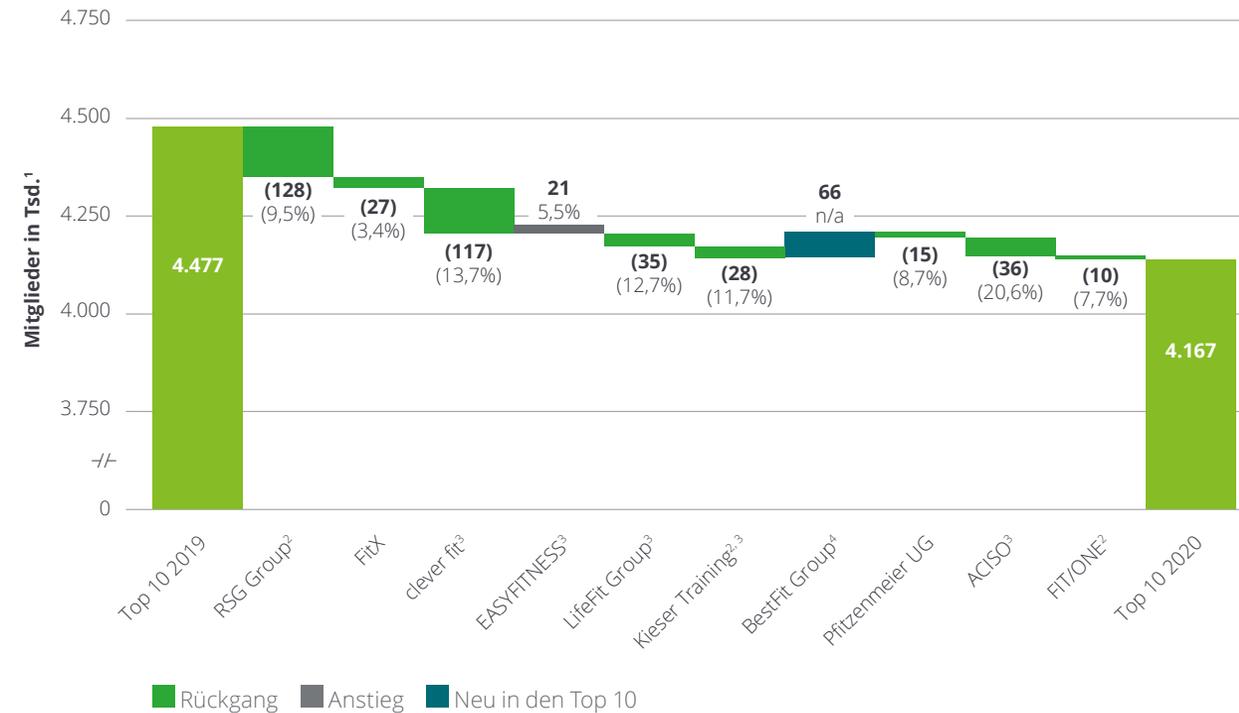


Entwicklung der Top 10 im Jahr 2020

Anbieterentwicklung abhängig von individuellen Dynamiken

In Summe zählten die Top-10-Kettenbetriebe infolge der Pandemie etwa 310.000 Mitgliedschaften weniger als im Vorjahr. Die Entwicklungen auf Anbieterebene unterschieden sich in Abhängigkeit von den individuellen Bedingungen und Dynamiken, denen die einzelnen Betreiber auch über die Pandemie hinaus unterlagen. Dabei nutzten vor allem Discount-Anbieter ihr positives Momentum, das sie durch Expansionsaktivitäten im von der Pandemie geprägten Jahr 2020 sowie in den Vorjahren aufgebaut hatten. Hierzu zählen beispielsweise FitX (etwa -27.000; -3,4%) oder auch EASYFITNESS (etwa +21.000; +5,5%) mit vergleichsweise geringen Nettomitgliederrückgängen oder sogar leichtem -wachstum.

Abb. 11 – Mitgliederentwicklung der Top-10-Kettenbetriebe im Jahr 2020



Anmerkungen: 1) Ungeprüfte Unternehmensinformationen; 2) Mitgliederzahlen geschätzt; 3) Ganz oder teilweise Franchisebetrieb; 4) Da die BestFit Group in die Top 10 aufgestiegen ist, stellt deren Wachstum die Differenz gegenüber der vorjährigen Mitgliederzahl von FIT STAR dar, die im Vorjahr auf dem zehnten Platz rangierte.

Quellen: Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Ausgewählte Projekterfahrungen der Sport Business Gruppe



Financial & Commercial Due Diligence

Im Rahmen des Zusammenschlusses von jumpers und Ai Fitness benötigte die NORD Holding detaillierte Analysen in Form einer Financial sowie Commercial Due Diligence. Dabei wurden die bereits bestehende Beteiligungsgesellschaft jumpers vor allem unter finanziellen Gesichtspunkten beleuchtet und im Rahmen der Commercial Due Diligence sowohl jumpers als auch Ai Fitness betrachtet. Nach dem Zusammenschluss konnte sich die BestFit Group Ende 2020 auf dem siebten Platz der größten Fitnessunternehmen nach Mitgliedern in Deutschland positionieren.



Im Rahmen des Due-Diligence-Prozesses konnten wir sowohl auf das branchenspezifische Wissen der Sport Business Gruppe als auch die umfangreiche Erfahrung von Deloitte mit Financial-Due-Diligence-Prozessen im Fitnessbereich setzen. Mit den Due-Diligence-Analysen wurden wesentliche kommerzielle und finanzielle Aspekte der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen tiefgehend adressiert. Damit leistete die Due Diligence einen wichtigen Beitrag zum erfolgreichen Abschluss der Transaktion.

Maximilian Frey

Investment Manager, NORD Holding Unternehmensbeteiligungsgesellschaft mbH



01

02

03

04

05

06

07

Langfristige Entwicklung der Top-10-Kettenbetriebe

Weitere Verstärkung der Marktkonsolidierung infolge der Pandemie erwartet

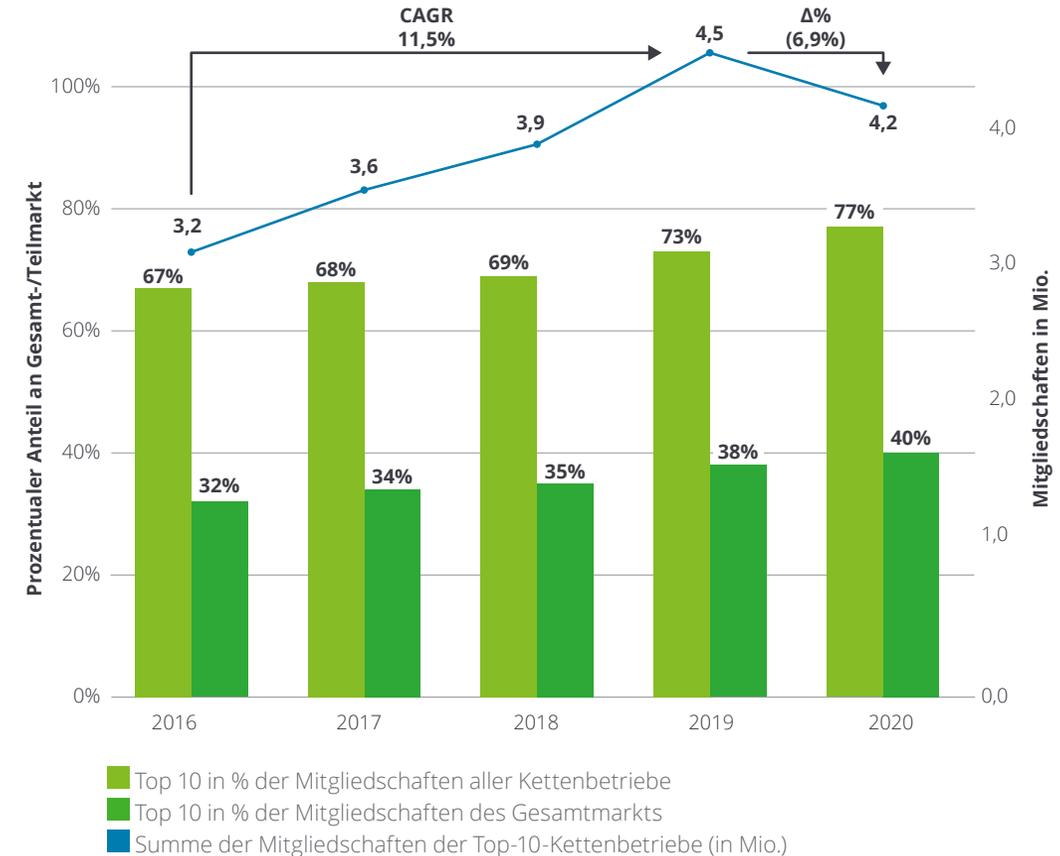
Die nebenstehende Abbildung zeigt die langfristige Entwicklung der jährlichen Top-10-Kettenbetriebe des deutschen Fitnessmarktes sowie deren Anteile an den Mitgliedschaften aller Kettenbetriebe sowie des Gesamtmarktes.

Nachdem der Gesamtmarkt bis einschließlich 2019 vor allem durch die Discount-Anbieter innerhalb der Top-10-Kettenbetriebe gewachsen war, wiesen Letztere im Jahr 2020 pandemiebedingt einen Rückgang auf. Dabei steht dem überproportionalen Wachstum der Top-10-Ketten von 2016 bis 2019 (CAGR: +11,5%) ein unterdurchschnittlicher Nettomitgliederrückgang (-6,9%) sowohl im Vergleich zu den Kettenbetrieben (-11,4%) als auch zum Gesamtmarkt (-11,6%) gegenüber.

Insgesamt vereinten die Top-10-Kettenbetriebe Ende 2020 rund 4,2 Millionen Mitgliedschaften auf sich. Von diesen entfielen etwa 3,4 Millionen auf Anbieter aus dem Discountsegment wie beispielsweise die RSG Group, FitX oder clever fit.

Infolge ihres Wachstums stieg der Anteil der Mitgliedschaften der Top-10-Kettenbetriebe sowohl an der Gesamtheit der Kettenbetriebe als auch am deutschen Gesamtmarkt von 2016 bis 2019 beständig an. Auch im von der Pandemie betroffenen Jahr 2020 konnten die Top-10-Kettenbetriebe ihre Anteile trotz absoluter Rückgänge noch einmal erhöhen, was unter anderem auf die in den Vorjahren angestoßene Wachstumsdynamik zurückzuführen ist. Es ist zu erwarten, dass sich die mit dieser Dynamik einhergehende Marktkonsolidierung infolge der Pandemie mittel- sowie langfristig weiter verstärkt.

Abb. 12 – Langfristige Entwicklung der Mitgliedschaften der Top-10-Kettenbetriebe (2016 bis 2020)



Quellen: DSSV, DHfPG, Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Weitere Kettenbetriebe

Auch weitere ausgewählte Kettenbetriebe mit negativer Entwicklung

Neben dem Großteil der Top-10-Kettenbetriebe verzeichneten auch weitere Kettenbetriebe Rückgänge bei den Mitgliedschaften.

Nach zwei Jahren innerhalb der Top 10 schied FIT STAR im Jahr 2020 aufgrund des Zusammenschlusses von jumpers und Ai Fitness zur BestFit Group zwar aus dem Ranking aus, wies allerdings bei stabiler Anlagenzahl einen Mitgliederrückgang (-10,5%) leicht unterhalb des Durchschnitts der Kettenbetriebe (-11,4%) zum Dezember 2020 aus.

Während Just Fit (-14,3%) einen etwas stärkeren Mitgliederrückgang als FIT STAR verzeichnete, wies Premium-Anbieter Meridian Spa & Fitness (-7,1%) den geringsten Rückgang nach FitX (-3,4%) unter den in der Studie vertretenen, großflächigen Kettenbetrieben aus.

Im Gegensatz zu vielen Discount-Anbietern, welche meist die Mitgliedsbeiträge weiter einzogen, verzichtete Premium-Anbieter Meridian Spa & Fitness auf eine Abbuchung der Beiträge in beiden Schließungsperioden im Jahr 2020.

Auf Mrs.Sporty und Bodystreet als Anbieter des Mikrosegments wird auf der kommenden Seite detaillierter eingegangen.

Abb. 13 – Mitglieder- und Anlagenzahl weiterer ausgewählter Betreiber im Jahr 2020



	Mitgliederzahl in Tsd. ¹	Anlagenzahl ¹
FIT STAR	111	13
Mrs.Sporty²	70	226
Just Fit	48	22
Bodystreet	38	290
Meridian Spa & Fitness	37	8

Anmerkungen: 1) Ungeprüfte Unternehmensinformationen; 2) Ganz oder teilweise Franchisebetrieb.

Quellen: Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Entwicklung des Mikrosegments

EMS-Anbieter können den Rückgang des Mikrosegments nicht vollkommen ausgleichen

Nach Jahren des starken Anlagenwachstums (CAGR 2016-2019: 9,6%) musste das Mikrosegment in der Gesamtbetrachtung einen Anlagenrückgang hinnehmen (-95 Anlagen; -3,5%), was sich auch in einer Verringerung der Mitgliedschaften (-101.000) widerspiegelt.

Eine detaillierte Betrachtung der kleinflächigen Fitnesskonzepte zeigt, dass sowohl die Zahl der CrossFit-Boxen, die Zahl der Anlagen des in diesem Segments größten Anbieters Mrs.Sporty sowie die Zahl der sonstigen Anbieter, welche unter anderem diverse Kursarten offerieren, zurückgegangen ist.

Im Gegensatz hierzu konnten EMS-Anbieter ein Anlagen- (+80 Anlagen; +6,0%) sowie Mitgliederwachstum (+10.000 Mitgliedschaften; +8,1%) verzeichnen. Zu den Anbietern dieses Konzepts zählen in Deutschland vor allem Bodystreet, Körperformen, fitbox, EMS-Lounge und terra-sports.

Das als komplementär zum Ausdauer- und Mannschaftssport zu betrachtende EMS-Training punktet mit seiner hohen Zeiteffizienz, da eine Trainingseinheit in der Regel lediglich 20 Minuten dauert. Zudem setzt die Trainingsform auf eine intensive Betreuung mit einem Kunden-Trainer-Verhältnis von 2:1 oder gar 1:1. Aufgrund dieser außergewöhnlichen Konstellation waren EMS-Anbieter nicht im selben Umfang von den behördlich angeordneten Schließungen im Jahr 2020 betroffen wie Betreiber größerer Anlagen.

EMS-Anbieter setzen auf eine intensive Betreuung mit einem Kunden-Trainer-Verhältnis von 2:1 oder gar 1:1. Aufgrund dieser außergewöhnlichen Konstellation waren EMS-Anbieter nicht im selben Umfang von den behördlich angeordneten Schließungen im Jahr 2020 betroffen wie Betreiber größerer Anlagen.



01

02

03

04

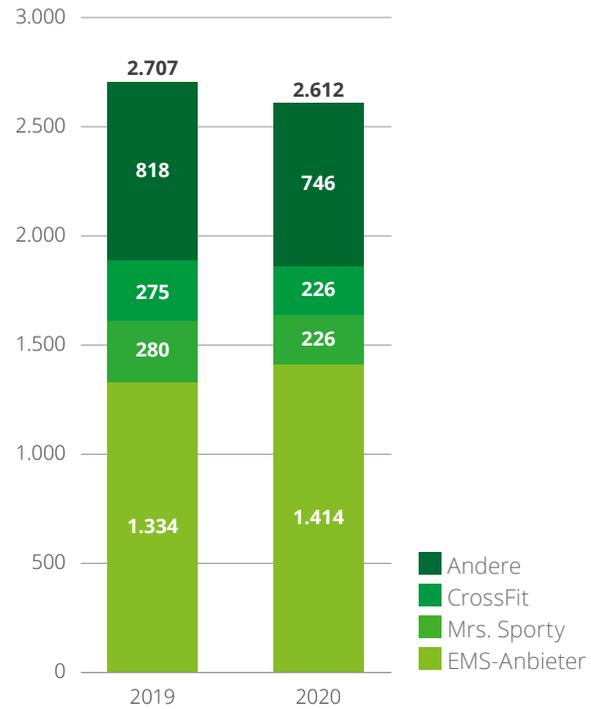
05

06

07

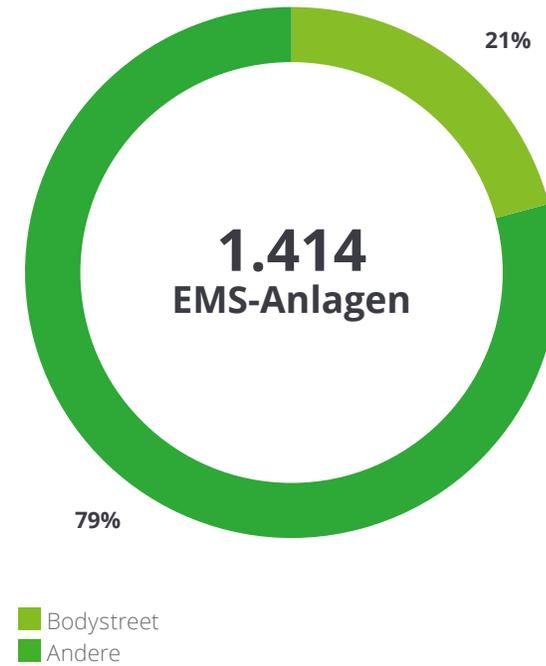
03 | Kettenbetriebe in Deutschland

Abb. 14 – Anlagenzahl ausgewählter Mikrostudio-Betreiber

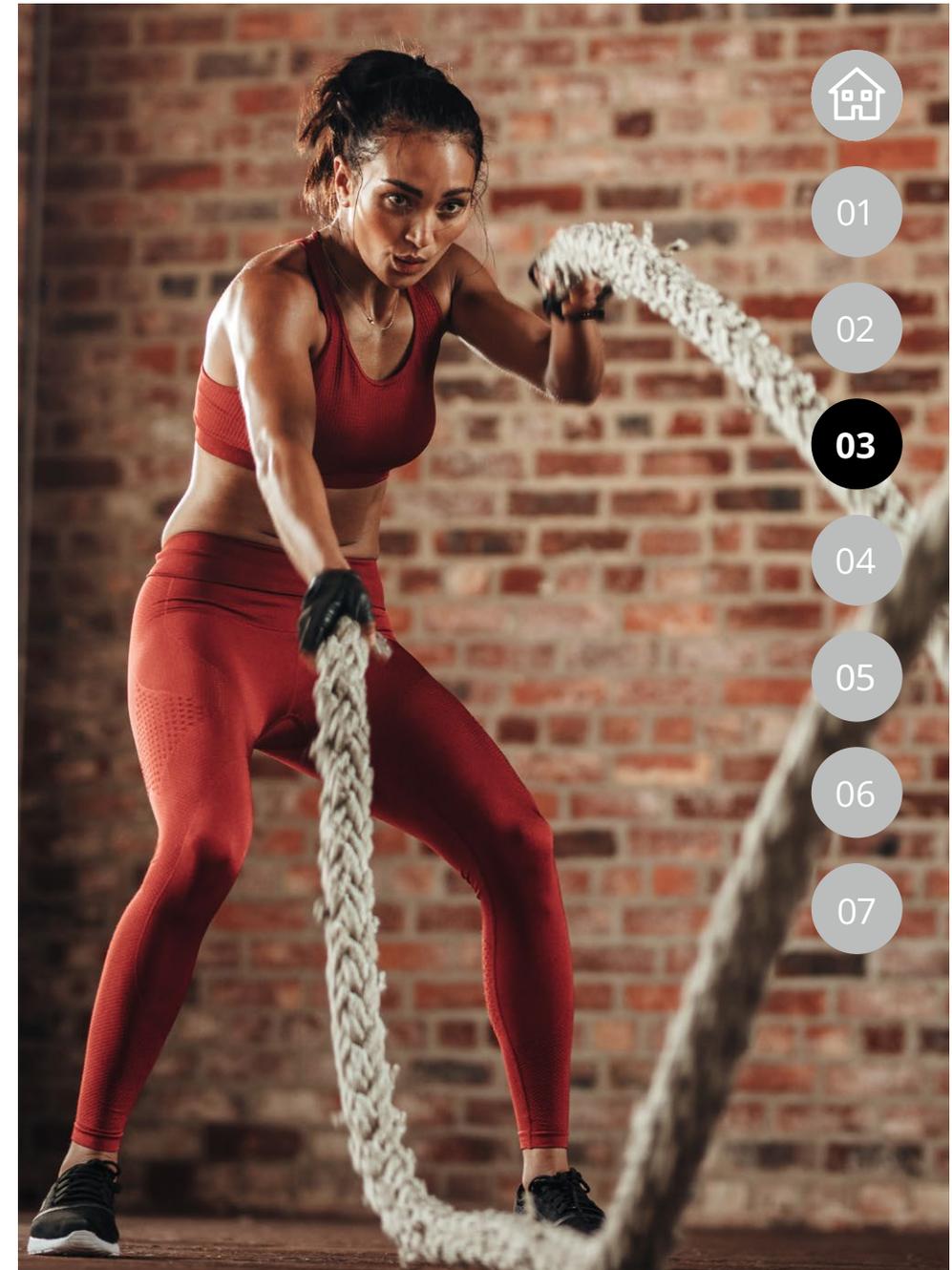


Anmerkung: 1) CrossFit-Boxen in Deutschland per 02.03.2021.
 Quellen: Unternehmensangaben, DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.

Abb. 15 – Aufteilung der Anlagen von EMS-Anbietern



Quellen: Unternehmensangaben, DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie



01

02

03

04

05

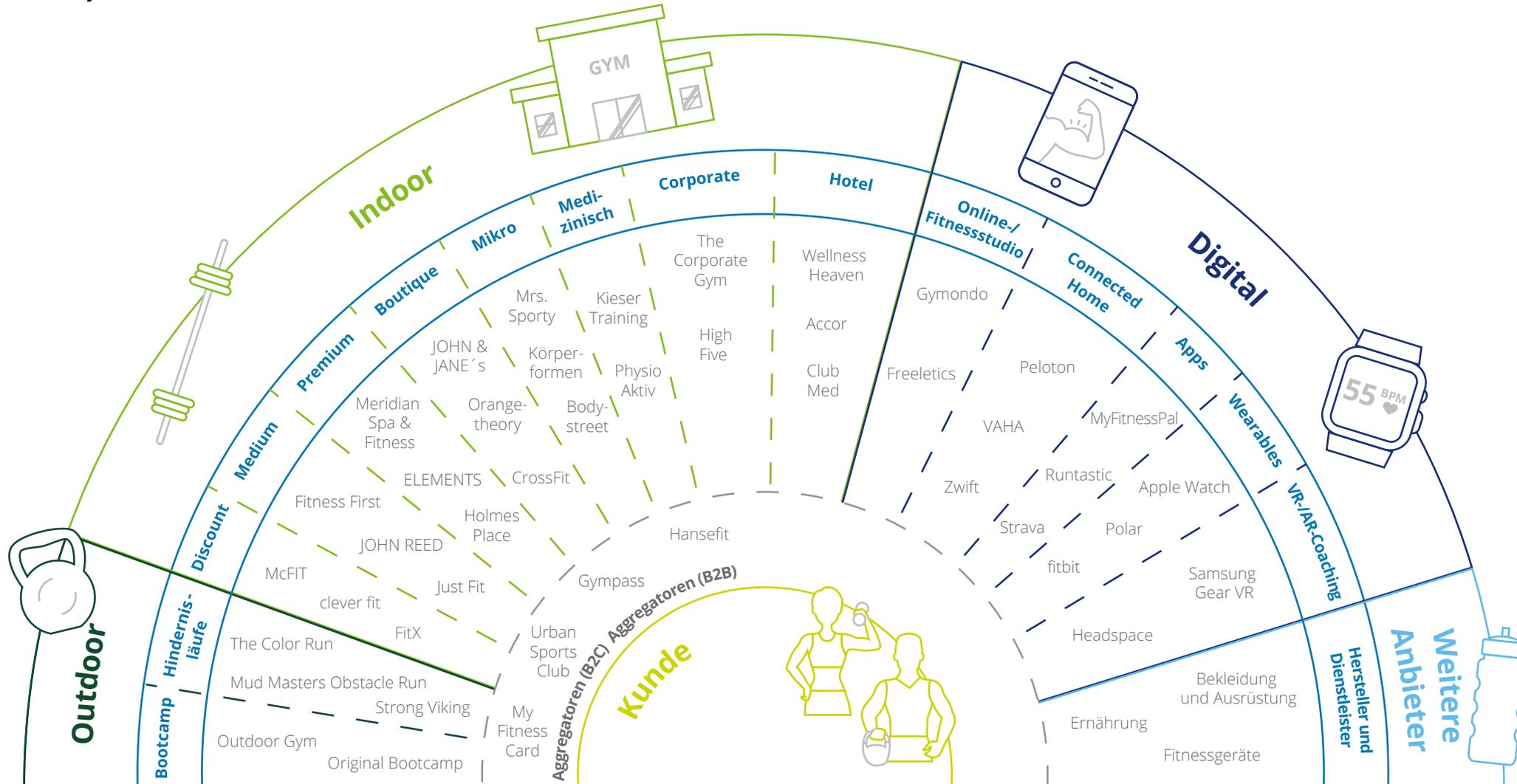
06

07



04 | Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie

Abb. 16 – Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie¹



Anmerkung: 1) Ausgewählte Marken stehen repräsentativ für die einzelnen Marktkategorien. Geschäftsbereiche der dargestellten Marken können auch über die zugeordneten Bereiche hinausreichen. The Corporate Gym ist nicht in Deutschland aktiv.

Quellen: Abbildung in Anlehnung an Vision 2030, the future of health & fitness (Jan Middelkamp, Herman Rutgers; 2019), Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

COVID-19 als Katalysator aktueller Fitnessstrends

Digitale Angebote mit großem Momentum

Die COVID-19-Pandemie hat zu disruptiven Veränderungen in vielen Branchen geführt. Auf das Ökosystem der europäischen Fitnessbranche wirkte sie als Katalysator für bestehende Fitness-trends.

Bereits vor COVID-19 war ein anhaltender Trend hin zu digitalen und individuellen Fitnessangeboten zu beobachten, die sich an den Bedürfnissen des jeweiligen Nutzers in Bezug auf Zeit, Ort und Budget orientieren. Die angeordneten Schließungen stationärer Fitnessbetriebe trieben mehr Menschen in Deutschland dazu, digitale sowie Outdoor-Fitnessangebote in Anspruch zu nehmen. So vermeldete etwa der Tracking-App-Anbieter Strava Anfang Mai 2020, dass die Zahl der wöchentlichen Aktivitäten weltweit die 30-Millionen-Grenze überschritten habe, während die unternehmenseigenen Prognosen aus dem Vorjahr für diesen Zeitraum weniger als 20 Millionen Aktivitäten erwartet hatten.

Fließende Grenzen innerhalb des komplexer werdenden Ökosystems der Fitnessbranche

Des Weiteren verschwimmen die Grenzen zwischen den verschiedenen Segmenten des Ökosystems der Gesundheits- und Fitnessbranche zunehmend, wobei Marktteilnehmer verstärkt in mehr als einem der Ökosystemsegmente aktiv sind. So positionieren sich beispielsweise vermehrt Hersteller klassischer Fitnessgeräte, entweder durch eigene Entwicklungen oder durch Zukäufe, im Segment der digitalen oder hybriden Produktangebote, wie die digitale App „Mywellness“ von Technogym exemplarisch zeigt. Ein weiteres Beispiel stellt die Akquisition von Mirror durch die hauptsächlich yogabezogene Sportartikelmarke Lululemon dar. Mirror bietet interaktive, smarte Spiegel an, welche Übungsanleitungen bereitstellen oder sogar ein digitales Personal Training in den eigenen vier Wänden ermöglichen.

Ursprünglich stationäre Fitnessanlagen entwickeln sich zu hybriden Fitnessanbietern

Auch stationäre Fitnessanbieter weiteten ihre digitalen Angebote im Jahr 2020 verstärkt aus. Um ihre Mitglieder auch während der angeordneten Schließungen erreichen zu können, stellten die Unternehmen entweder kostenfreie, für jeden abrufbare Inhalte über bekannte Plattformen wie YouTube und Instagram zur Verfügung oder boten ihren Mitgliedern Live-Kurse über Kommunikations-Tools wie Zoom oder Skype an. Dabei dienten kostenfreie Inhalte primär der Kundenbindung, aber auch mittelfristig der Kundengewinnung mit nur bedingt möglicher direkter Monetarisierung. So bot beispielsweise die RSG Group zeitweise allen Interessierten kostenfreien Zugang zu ihrer digitalen Kursplattform CYBEROBICS an. Auch FitX stellte umfangreiche YouTube-Workouts zur Verfügung. Einige Anbieter, vor allem aus dem Mikrosegment, ersetzten ihr stationäres Angebot vollkommen durch digitale Interaktion mit den Mitgliedern, wodurch sie weiterhin ihre Kernleistung erbringen und die abgebuchten Mitgliedsbeiträge als Umsatz verbuchen konnten.



01

02

03

04

05

06

07

04 | Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie

At-Home-Fitness im Jahr 2020 auf einem neuen Allzeithoch

Anbieter digitaler Fitnesslösungen etablieren sich zunehmend

Infolge der Pandemie erfuhren Anbieter digitaler Leistungen innerhalb der Fitnessbranche einen starken Auftrieb. Insbesondere als die ersten behördlich angeordneten Einschränkungen in europäischen Ländern einsetzten, erlebten Gesundheits- und Fitness-Apps eine bisher unerreichte Nachfrage.

Laut Angaben des Datenanbieters App Annie verzeichneten Gesundheits- und Fitness-Apps allein in der Woche vom 22. März 2020 – also zu Beginn der angeordneten Schließungen in Europa – weltweit einen Anstieg von 40 Prozent in Bezug auf App-Downloads und von 10 Prozent bei den Umsatzerlösen im Vergleich zu den Wochen durchschnitten aus Januar und Februar 2020.

Der Hersteller vernetzter Fitness-Bikes und Laufbänder Peloton ist ein weiteres Beispiel dieser Entwicklung. Im Geschäftsjahr 2020, das für Peloton am 30. Juni 2020 endete, konnte das Unternehmen seinen Umsatz um 100 Prozent auf 1,8 Milliarden US-Dollar steigern. Für Q4 2020 gab der Anbieter eine Rate der durchschnittlichen monatlichen Trainingsfrequenz von 24,7 Einheiten pro Abonnement an, wobei Letztere in Q1 2020 noch bei 11,7 pro Abonnement lag.

Als die ersten behördlich angeordneten Einschränkungen in europäischen Ländern einsetzten, erlebten Gesundheits- und Fitness-Apps eine bisher unerreichte Nachfrage.

Darüber hinaus vermeldete der Tracking-App-Anbieter Strava, 2020 mit 73 Millionen App-Nutzern abgeschlossen und zwei Millionen neue Nutzer pro Monat hinzugewonnen zu haben. Zwift, Anbieter virtueller Radrennen und Läufe, sicherte sich mit 450 Millionen US-Dollar im Jahr 2020 die höchste einzelne Investorenfinanzierung unter allen Anbietern digitaler Fitnesslösungen und hat damit seit Gründung insgesamt etwa 620 Millionen US-Dollar erhalten.

Abb. 17 – Übersicht ausgewählter digitaler Fitness-Anbieter¹ inklusive der insgesamt seit Gründung bis Ende 2020 erhaltenen Finanzierungssummen (in Mio. USD)

Hardware (B2C)	Software (B2C)	Software (B2B)
Peloton 995 ²	Zwift 620	Mindbody 115 ²
Tonal 200	Calm 218	Glofox 23
	Strava 152	

Anmerkungen: 1) Ausgewählte Marken stehen repräsentativ für die einzelnen Angebotsarten. Die Gruppierung dient ausschließlich der Veranschaulichung anhand des wesentlichen Angebots der dargestellten Firmen; 2) Finanzierungssumme bis zum Börsengang.
Quellen: Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Ausgewählte Projekterfahrungen der Sport Business Gruppe



HANSEFIT

Financial & Commercial Due Diligence

Im Rahmen der Übernahme von fitbase, einem deutschen Anbieter digitaler Präventionslösungen, durch Hansefit, ein internationales Netzwerk für betriebliche Fitnessangebote (seit 2018 im Besitz der Private-Equity-Investment-Gesellschaft Waterland), benötigte Hansefit eine detaillierte Commercial sowie Financial Due Diligence. Hierbei nahmen vor allem die Besonderheiten des deutschen Marktes für Präventionskurse, welcher u.a. durch seine Zertifizierungspflicht sowie die Erstattungsmöglichkeit durch Krankenkassen einige regulatorische Außergewöhnlichkeiten mit sich bringt, eine entscheidende Rolle ein.



Mithilfe der Branchenexpertise der Sport Business Gruppe von Deloitte konnten wir sowie weitere Transaktionsbeteiligte ein tiefgreifendes Verständnis dieses für uns neuen Marktes erlangen. Neben der gewohnten fachlichen Kompetenz im Finanzbereich unterstützte uns Deloitte somit durch umfassende Analysen des deutschen Präventions- und Gesundheitsmarktes. Die erarbeiteten Berichte stellten einen wesentlichen Baustein für eine erfolgreiche Transaktion dar.

Jens Pracht

Geschäftsführender Gesellschafter, Hansefit GmbH & Co. KG



01

02

03

04

05

06

07

Effekte der COVID-19-Pandemie auf den europäischen Fitnessmarkt



01

02

03

04

05

06

07

05 | Effekte der COVID-19-Pandemie auf den europäischen Fitnessmarkt

Behördlich angeordnete Schließungsperioden für Fitnessanlagen in Europa

Unterschiede in Schließungsperioden und Kündigungsraten

Wie bereits in einer von Deloitte für EuropeActive durchgeführten Analyse im September 2020 herausgestellt, hatte der erste Lockdown im Frühling 2020 nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen europäischen Ländern deutliche Spuren bei den Betreibern hinterlassen. Aufgrund der unterschiedlichen Dauer der behördlich angeordneten Schließungsperioden sowie der teils unterschiedlichen verfolgten Geschäftsmodelle in den verschiedenen europäischen Märkten waren die pandemiebedingten Effekte in den jeweiligen Ländern unterschiedlich ausgeprägt.

So kam es beispielsweise in Großbritannien und Spanien zu höheren Kündigungsraten in direkter Folge der Schließungen als in Deutschland. Dies ist unter anderem auf eine höhere Verbreitung von monatlichen Vertragslaufzeiten in diesen beiden Ländern zurückzuführen. In Deutschland sind hingegen Einjahresverträge am weitesten verbreitet.

Zudem waren Betreiber in Spanien und Großbritannien im Hinblick auf die angeordneten Schließungsperioden im Frühling 2020 stärker betroffen als deutsche Fitnessanlagen, da der deutsche Markt gemeinsam mit dem schwedischen und finnischen Markt innerhalb Europas zu den weniger stark vom ersten Lockdown betroffenen Regionen zählte.

Mit Beginn der zweiten Infektionswelle in Deutschland wurden Fitnessbetriebe jedoch bereits Anfang November landesweit geschlossen. In einigen anderen – erneut vor allem den skandinavischen – Ländern wurden Schließungen teilweise von regionalen Faktoren abhängig gemacht, sodass durch diese geografische Differenzierung mindestens ein Teil der Anlagen geöffnet bleiben konnte.



01

02

03

04

05

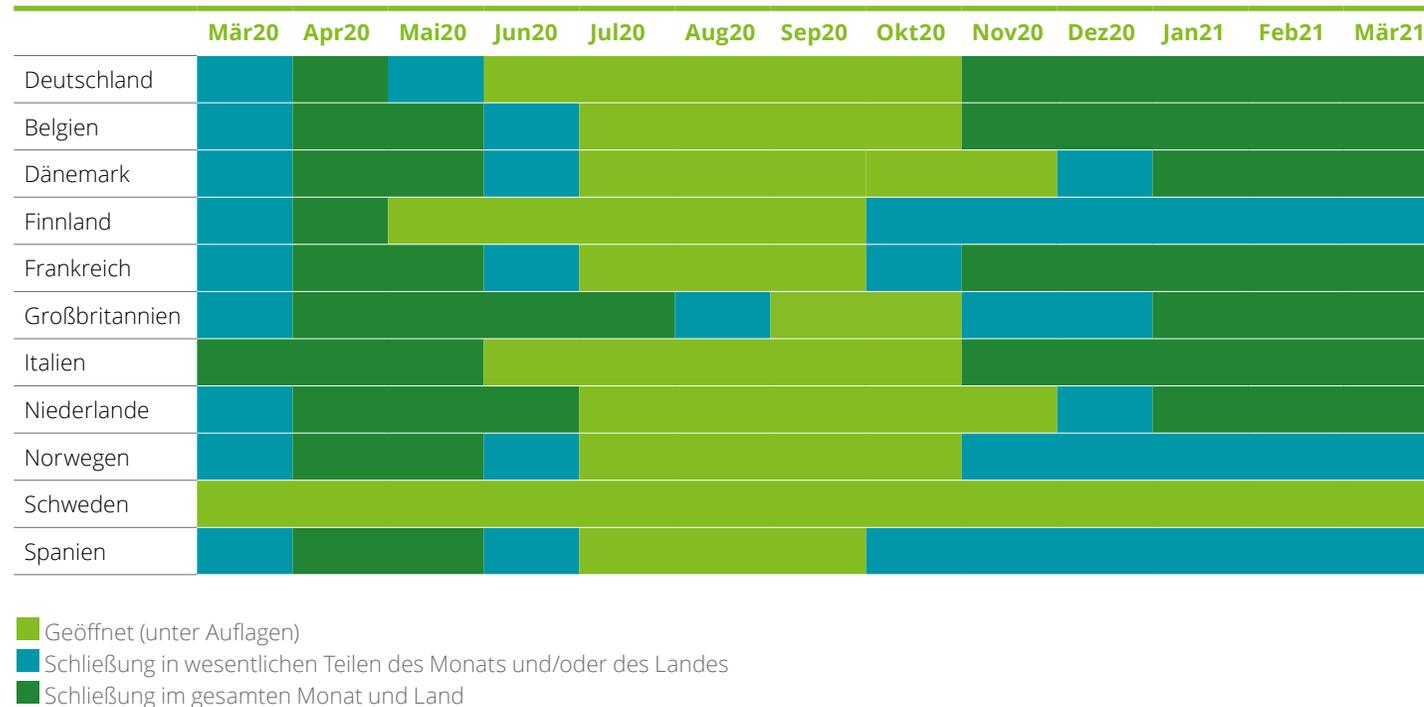
06

07

05 | Effekte der COVID-19-Pandemie auf den europäischen Fitnessmarkt

Behördlich angeordnete Schließungsperioden für Fitnessanlagen in Europa

Abb. 18 – Schematische Übersicht der geöffneten und geschlossenen Perioden von Fitnessstudios in Europa



Quelle: Deloitte-Analyse.

Aufgrund der unterschiedlichen Dauer der behördlich angeordneten Schließungsperioden sowie der teils unterschiedlichen verfolgten Geschäftsmodelle in den verschiedenen europäischen Märkten waren die pandemiebedingten Effekte in den jeweiligen Ländern unterschiedlich ausgeprägt.



Ausgewählte Projekterfahrungen der Sport Business Gruppe



COVID-19 impact study „Quo vadis?“

Infolge der Pandemie standen die deutsche und auch europäische Fitnessbranche vor einer nie da gewesenen Herausforderung. Zwar war ein kurz- und mittelfristig negativer Effekt auf die Branche erwartbar, das genaue Ausmaß war jedoch weitestgehend unbekannt. Mithilfe einer Befragung unter zahlreichen Fitnessketten Europas konnten der Effekt der Krise bis zum Sommer 2020 quantifiziert und eine Einschätzung der weiteren Marktentwicklung erreicht werden. Hierdurch stand der Branche eine faktenbasierte Grundlage für weitere politische Diskussionen sowie kritische Entscheidungen zur Verfügung.



As a result of our continuous collaboration in the fitness industry, the Sports Business Group of Deloitte Germany was our go-to partner when it came to evaluating the impact that the COVID-19 pandemic had on the fitness industry after the first lockdown in spring 2020. With the same reliability and thoroughness that the Sports Business Group approaches the European Health & Fitness Market Reports with, we were able to publish a well-informed report that shows not only the impact the pandemic had on the European fitness industry as a whole until summer 2020, but also provided indications for country-specific effects.

Andreas Paulsen
Executive Director, EuropeActive



01

02

03

04

05

06

07

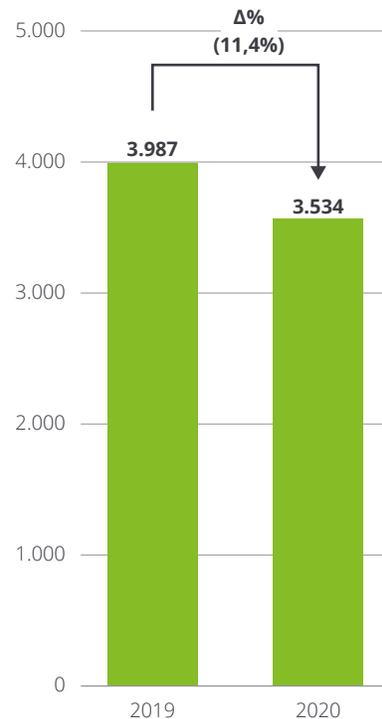
Effekte der Pandemie auf ausgewählte Kettenbetriebe

Auswirkungen von COVID-19 wiegen auch auf europäischer Ebene schwer

Ein konkreter Eindruck der verschiedenen Auswirkungen der zuvor genannten unterschiedlichen Schließungsperioden und Geschäftsmodelle kann durch eine Betrachtung der Umsatzentwicklung ausgewählter börsennotierter Fitnessunternehmen Europas gewonnen werden.

Unter den betrachteten Unternehmen ist die britische The Gym Group am stärksten betroffen. Infolge des im europäischen Vergleich langen Lockdowns in Großbritannien und eines hinsichtlich der Vertragsmodelle in den europäischen Märkten vergleichsweise hohen Anteils kurzer Vertragslaufzeiten in Großbritannien musste das Unternehmen für 2020 einen Umsatzrückgang von 47,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr hinnehmen. Basic-Fit, Europas mitgliederstärkste Fitnesskette mit Anlagen in den Benelux-Staaten, Frankreich und Spanien, büßte 26,8 Prozent der Vorjahresumsätze ein, was leicht oberhalb des Niveaus des Umsatzrückgangs des deutschen Marktes liegt. Die norwegische SATS Group wies für 2020 einen Umsatzrückgang von im Vergleich geringeren 11,4 Prozent aus.

Abb. 19 – Umsatzentwicklung der SATS Group (in Mio. NOK)



Quellen: Unternehmensangaben.



01

02

03

04

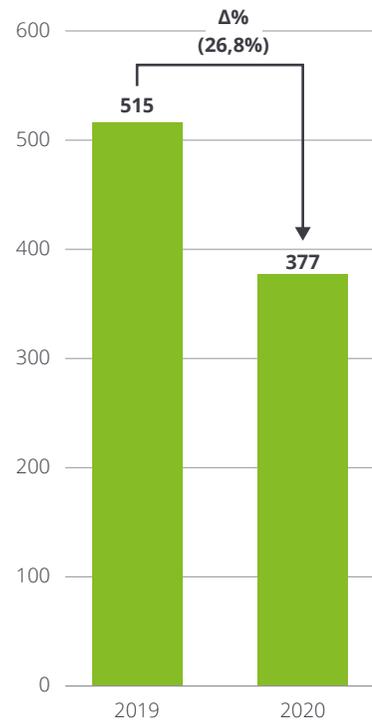
05

06

07

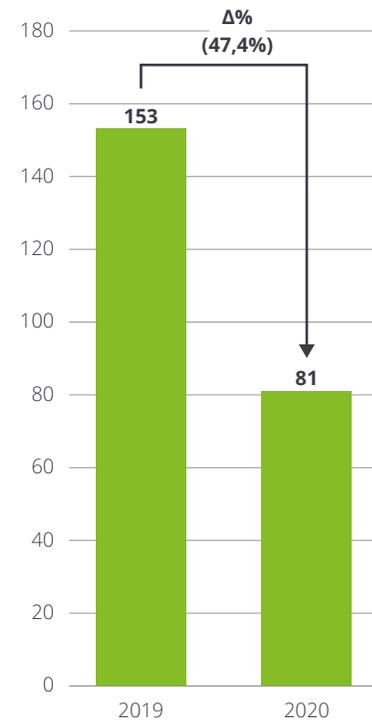
05 | Effekte der COVID-19-Pandemie auf den europäischen Fitnessmarkt

Abb. 20 – Umsatzentwicklung von Basic-Fit (in Mio. Euro)



Quellen: Unternehmensangaben.

Abb. 21 – Umsatzentwicklung von The Gym Group (in Mio. GBP)



Quellen: Unternehmensangaben.



The European Health & Fitness Market Report 2021

Die voraussichtlich im Juni 2021 erscheinende Studie „The European Health & Fitness Market Report 2021“, welche gemeinsam von Deloitte und dem europäischen Fitnessverband EuropeActive herausgegeben wird, ermöglicht einen detaillierten Einblick in die jeweiligen europäischen Märkte sowie die größten Fitnessunternehmen Europas.



01

02

03

04

05

06

07

Interview mit Sondre Gravir, SATS Group



Sondre Gravir
Chief Executive Officer
SATS Group

Sondre, you have held various executive and board positions at a number of media-related firms in Scandinavia. What do you consider the key advantages and disadvantages of the fitness industry compared to other industries in times of the current pandemic?

Sondre:

We have a great starting point. We have a product our customers love. What we do gives our customers improved life quality and our product offering is supported by a megatrend around health and lifestyle in society. So I think we are truly privileged in the fitness industry. We just have to

make sure that we, as an industry, are embracing the new opportunities enabled by technology and created by new customer needs.

Compared to other European regions, fitness clubs in Scandinavia were closed for a shorter period. In Sweden, clubs were not obliged to close but SATS Group decided to voluntarily do so in March 2020. How have customers reacted to the crisis in the Scandinavian countries?

Sondre:

The governmental restrictions for our industry have been very different across Scandinavian countries. In Denmark and Norway, our clubs have been closed for a large share of 2020 and the beginning of 2021 – just as in many other European countries. In Sweden and Finland, clubs have mostly remained open but with very heavy restrictions on capacity. So, overall, I don't think the situation for our industry has been that different in Scandinavia compared to the rest of Europe.

Going out of 2020, we had 628.000 members which is a decline of about 9% compared to 2020. This is mainly driven by lower sales due to closed clubs rather than by increased fall-offs. We have been very focused on keeping an active dialogue with our members and providing them with many

new digital solutions. In 2020, we had a 400% increase of usage on our digital platform. So we saw a very high engagement both in our app and web.

It is unclear to what extent further lockdowns and restrictions might affect the market in 2021. What are your long-term expectations for the European fitness market and how has the pandemic impacted those expectations?

Sondre:

We are very optimistic on behalf of our industry. In the Nordic population, the pandemic has accelerated the focus on having an active and healthy lifestyle. So we expect to see an increased demand after re-openings.

We have to make sure that we, as an industry, are embracing the new opportunities enabled by technology and created by new customer needs.

We experienced a rapid recovery of visits and new sales after re-opening our clubs in Q3 2020 following the first lockdown. In some selected clusters we have now opened our clubs after the second lockdown and the visit recovery was actually even stronger than after the first lockdown. Hence, we are opening more new clubs than ever before – and in the timeframe of 2020 and 2021 we will open more than 30 new clubs in our clusters.

In addition, we believe that the growth of our digital platform will continue, and we are investing in expanding both our product offering and usage. We see this as an important complementary offering to our members and a way to engage new people in our community – also in areas where we don't have a physical footprint.



01

02

03

04

05

06

07

M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt



01

02

03

04

05

06

07



Anzahl der M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt

Anzahl der M&A-Transaktionen trotz Pandemie auf dem Niveau der Vorjahre

Seit 2014 herrscht im europäischen Fitnessmarkt ein hohes Transaktionsniveau hinsichtlich der Anzahl an M&A-Aktivitäten pro Jahr. So wurden in diesem Zeitraum jährlich zwischen 16 und 24 Transaktionen registriert. Im Vergleich hierzu lag die durchschnittliche Anzahl der Akquisitionen von 2011 bis 2013 bei acht Transaktionen.

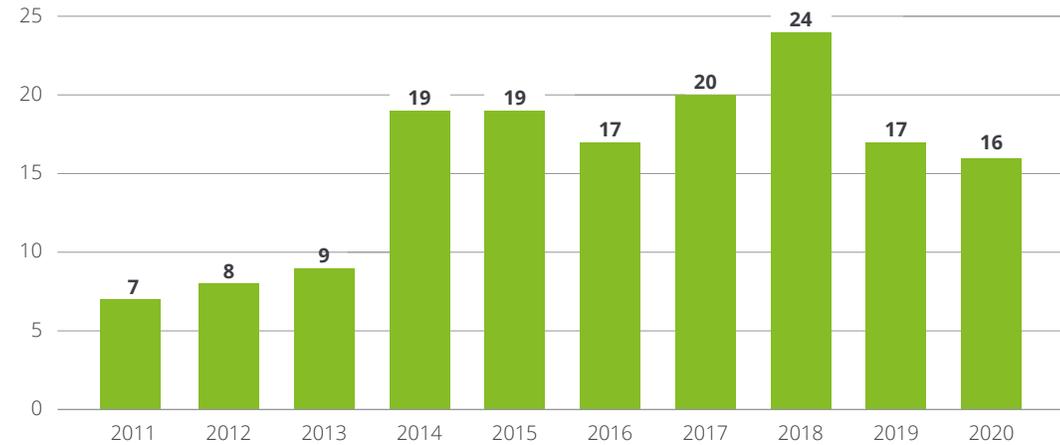
Auch im Jahr 2020 blieb dieser Wert trotz der COVID-19-Pandemie mit insgesamt 16 Transaktionen auf dem Niveau des Vorjahres (17 Transaktionen). Nachdem fünf der 16 Transaktionen im Jahr 2020 bereits vor Eintreten der pandemiebedingten Einschränkungen durchgeführt wurden, zeigen die elf darauffolgenden, dass die Pandemie zwar große Störungen im Betrieb der stationären Fitnessanbieter mit sich brachte, M&A-Aktivitäten jedoch auch unter den erschwerten Marktbedingungen weiterhin im europäischen Fitnessmarkt stattgefunden haben. Für unsere Übersicht haben wir nur Transaktionen berücksichtigt, die europäische stationäre Fitnessunternehmen und mindestens vier Fitnessstudios sowie den Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung beinhalten.

Größte Transaktionen hinsichtlich Anlagenzahl erfolgten bereits im Januar

Im Januar 2020 schloss der in Großbritannien ansässige Discount-Betreiber PureGym die Übernahme des dänischen Marktführers Fitness World ab. Durch die bereits im Dezember 2019 angekündigte Transaktion weitete PureGym seine Aktivitäten auf den dänischen, schweizerischen und polnischen Markt aus. Im November 2020 meldete jedoch der polnische Teil der Gruppe Insolvenz an, woraufhin diese im Dezember vergangenen Jahres von Medicovert übernommen wurde.

Ebenfalls im Januar 2020 erwarb die Holdinggesellschaft Group3S eine Mehrheitsbeteiligung am Franchisegeber ihrer eigenen Fitnessanlagen, der französischen Keep-Cool-Gruppe. Group3S, die sich hauptsächlich im Besitz von David Amiouni und Grégory de Radiguès befindet, kündigte bei der Übernahme des Unternehmens mit 240 Franchise-Clubs an, die Gruppe als Marktführer in Frankreich etablieren zu wollen.

Abb. 22 – Anzahl M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt



Anmerkung: Transaktionen, die mindestens vier Anlagen sowie den Transfer eines Mehrheitsanteils umfassen.
Quellen: Mergermarket, Unternehmensangaben, EuropeActive, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

M&A-Transaktionen im deutschen Fitnessmarkt

David Lloyd Leisure baut deutsche Marktpräsenz aus

In einer weiteren Transaktion zu Beginn des Jahres 2020 erweiterte der britische Premium-Betreiber David Lloyd Leisure (DLL) seine Präsenz in Deutschland mit der Übernahme von Meridian Spa & Fitness, einem Premium-Betreiber von acht Anlagen mit umfangreichen Fitness- und Wellnessangeboten. Ende 2019 hatte Meridian Spa & Fitness rund 39.000 Mitglieder, die in fünf Clubs in Hamburg und drei weiteren in Berlin, Kiel und Frankfurt trainierten. DLL war bereits im Juni 2018 mit der Übernahme eines ehemaligen Health-City-Clubs in Bad Homburg nach Deutschland gekommen.

jumpers und Ai Fitness fusionieren zur BestFit Group

Die zweite Transaktion des Jahres 2020 mit deutscher Beteiligung stellte die Zusammenführung der Discount-Anbieter jumpers und Ai Fitness dar. Während jumpers bereits seit 2013 von der NORD Holding Investmentgesellschaft gehalten wird, war Ai Fitness in der Hand des Gründungsgesellschafters Marius Neugebauer.

Mit 64 Anlagen per Dezember 2020 – hauptsächlich im Westen und Süden Deutschlands – stieg die Gruppe infolge der Transaktion unmittelbar auf Platz 7 der mitgliederstärksten Fitnessunternehmen Deutschlands ein. Nach Angaben der NORD Holding werden weitere Akquisitionen angestrebt, um die Marktposition in Deutschland künftig weiter auszubauen.

Trotz der geschlossenen Anlagen weiterhin Transaktionen im deutschen Fitnessmarkt

Im Februar 2021 gab Waterland Private Equity eine 50-prozentige Beteiligung am vor allem im deutschsprachigen Raum aktiven Discount-Anbieter FIT/ONE bekannt. Die Investmentgesellschaft erwartet laut eigenen Angaben eine Branchenkonsolidierung und strebt entsprechend weitere Übernahmen an.



01

02

03

04

05

06

07

06 | M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt

Tab. 2 – Ausgewählte M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt 2020

Nummer	Datum	Unternehmen	Land	Verkäufer	Käufer
1	Jan 20	Fitness World	DK	Kirkbi, FSN Capital Partners	PureGym
2	Jan 20	Meridian Spa & Fitness	DE	Afinum Management; Privatinvestor(en)	David Lloyd Leisure
3	Jan 20	Everytime Fitness	SE	Privatinvestor(en)	Member 24
4	Jan 20	Keep Cool ¹	FR	Privatinvestor(en)	Group3S
5	Feb 20	Gym Plius	LT	Privatinvestor(en)	MyFitness
6	Apr 20	Always Fitness	SE	Privatinvestor(en)	Nordic Wellness
7	Jun 20	énergie Fitness ¹	UK	Bridges Fund Management	Management buyout
8	Jul 20	Xercise4Less ²	UK	Xercise4Less	JD Sports Gyms
9	Aug 20	DW Sports ²	UK	DW Sports	Frasers Group
10	Aug 20	Fitness1	DK	Privatinvestor(en)	Fitness X
11	Okt 20	Run Up	FR	Privatinvestor(en)	Planète Fitness
12	Okt 20	Ai Fitness	DE	Privatinvestor(en)	NORD Holding (jumpers fitness)
13	Nov 20	Bare Trening	NO	Kif Trading	SATS Group (Fresh Fitness Norge)
14	Nov 20	Ab LL International ¹	FI	Privatinvestor(en)	Korpi Capital; Privatinvestor(en)
15	Dez 20	Duet Spa Sports	ES	Grupo Duet	Sixth Street Partners; Ithaka
16	Dez 20	Fitness World ²	PL	PureGym	Medicover

Anmerkung: 1) Hauptsächlich Franchise-basierte Clubs; 2) Aus der Insolvenz verkauft.
 Quellen: Mergermarket, Unternehmensangaben, EuropeActive, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Nachdem fünf der 16 Transaktionen im Jahr 2020 bereits vor Eintreten der pandemiebedingten Einschränkungen durchgeführt wurden, zeigen die elf darauffolgenden Transaktionen, dass die Pandemie zwar große Störungen im Betrieb der stationären Fitnessanbieter mit sich brachte, M&A-Aktivitäten jedoch auch unter den erschwerten Marktbedingungen weiterhin im europäischen Fitnessmarkt stattgefunden haben.



01

02

03

04

05

06

07

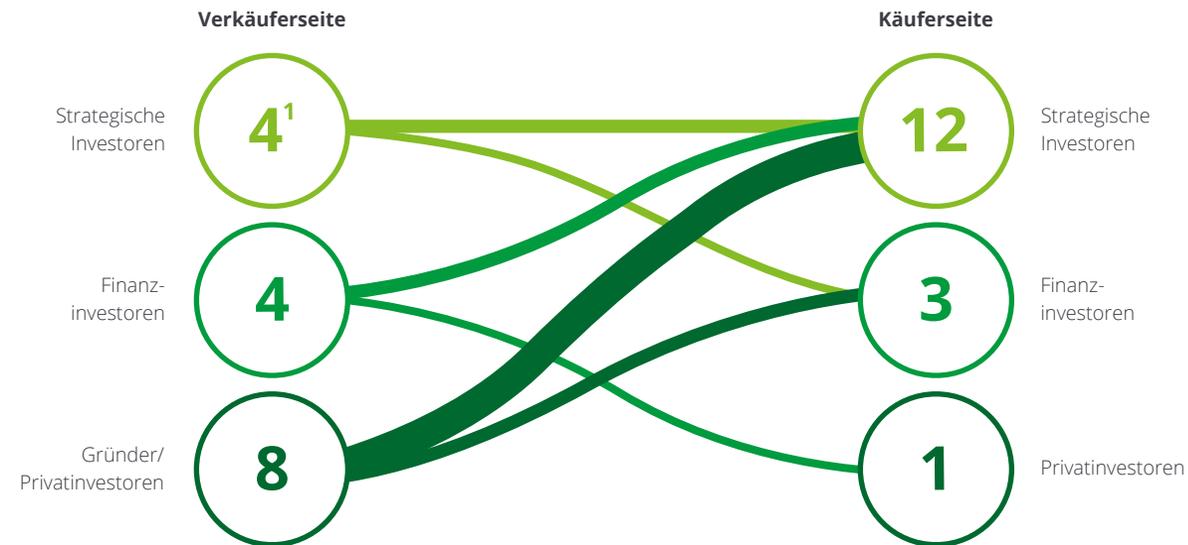
Marktkonsolidierung nach Anzahl und Art der Transaktionen im Jahr 2020

Konsolidierungstrend setzt sich fort

Eine Analyse nach Investorentyp zeigt, dass sich der Branchentrend der vergangenen Jahre hin zur Konsolidierung auf strategischer Investorenseite auch im Jahr 2020 weiter fortgesetzt hat. Von den 16 identifizierten Transaktionen stellten zwölf Übernahmen einen Verkauf an einen strategischen Investor, also einen anderen Marktteilnehmer, dar.

Bei drei von den vier durch Finanzinvestoren getätigten Veräußerungen standen strategische Investoren auf der Käuferseite. Alle Unternehmen, die sich vor dem Verkauf in Insolvenz befanden, wurden ebenfalls an strategische Investoren verkauft. Infolge der Pandemie und der damit verbundenen angeordneten Schließungen ist damit zu rechnen, dass im Jahr 2021 die Anzahl der Fitnessanbieter, die sich in finanziellen Schwierigkeiten befinden, weiter steigt und sich somit im Jahr 2021 weitere Investitionsmöglichkeiten – vor allem für strategische Investoren – ergeben.

Abb. 23 – Marktkonsolidierung nach Anzahl und Art der Transaktionen 2020



Anmerkung: 1) Einschließlich drei Unternehmen in Insolvenzverwaltung.
Quellen: Mergermarket, Unternehmensangaben, EuropeActive, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Anhang



01

02

03

04

05

06

07



Kontakt und Methodik

Deloitte Sport Business Gruppe

Schwannstraße 6
40476 Düsseldorf
Tel: +49 (0)211 8772 3701
sportbusiness@deloitte.de
www.deloitte.com/de/fitness

Autoren und Teammitglieder

Mandy Brockscothen, Steffen Gausselmann,
Jan Halter, Christopher Kerlin, Kim Lachmann,
Stefan Ludwig, Dr. Felix Mutter, Marc Nordbruch,
Jakob Papenbrock, Christian Rump

April 2021

Methodik der Untersuchung

Die vorliegende Marktstudie basiert auf Daten, welche vom Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV), der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und Deloitte direkt von den Betreibern von Fitnessanlagen erhoben wurden. Zudem wurden Informationen aus Sekundärquellen verwendet, um beispielsweise Zusammenhänge zwischen der Entwicklung der Fitnessbranche und weiteren relevanten Rahmenbedingungen zu untersuchen.

Die Sport Business Gruppe von Deloitte begleitet seit über 20 Jahren die Entwicklung der deutschen Fitnessbranche. Mit Beginn der Zusammenarbeit zwischen Deloitte, dem DSSV und der DHfPG im Jahr 2013 wurde, basierend auf der Zusammenführung der jeweiligen Marktuntersuchungen, eine detaillierte Analyse der Anzahl und Verteilung von Fitnessanlagen mit einer Gesamtfläche von weniger und mehr als 200 m² durchgeführt.

Es wurde im Rahmen der Datenerhebung eine Zwei-Instrumenten-Strategie angewandt: Am 16. November 2020 erfolgte die Befragung der Einzelbetriebe mittels eines elektronischen Fragebogens. Die Zentralen der Ketten- und Franchiseanbieter wurden ebenfalls am 16. November 2020

mit einer auf deren Struktur angepassten Version des elektronischen Fragebogens befragt. Für die weitere Ermittlung von Neueröffnungen wurden neben Eintragungen im Handelsregister auch Inserate in Publikumszeitschriften, Berichte in Fachzeitschriften, Mitteilungen der Branchenverbände und Branchenverzeichnisse ausgewertet. Alle beschriebenen Maßnahmen dienten der Bestimmung der Grundgesamtheit zum Stichtag 31. Dezember 2020.

Mit 963 verwertbaren Einzeldatenerhebungen und einer Beteiligung von Kettenbetreibern mit 2.462 Betriebsstätten und damit insgesamt 3.646 Datensätzen der 9.538 Anlagen (Teilnehmerquote: 38,2%) wurde die geforderte Mindestanzahl an verwertbaren Rückläufern von 620 zur Sicherung der Repräsentativität der Ergebnisse weit übertroffen.

Zur Ermittlung des Gesamtumsatzes der Branche wurden die Umsatzangaben der Betreiber auf Basis ihrer Betriebswirtschaftlichen Auswertung (BWA) als Grundlage herangezogen.

Informationen zu einzelnen Unternehmen basieren in der Regel auf von den Unternehmen erhaltenen Angaben. Sollten keine Informationen zur Verfügung gestellt worden sein und es sich

nicht um öffentliche Informationen handeln, sind die Angaben als Schätzung mithilfe von Fußnoten ausgewiesen.

Falls neue Werte für vergangene Jahre durch den Zugang zu neuen Informationen erzielt wurden, wurden die historischen Zahlen gegebenenfalls angepasst. Für Umrechnungen von anderen Währungen in Euro wurde der durchschnittliche Wechselkurs von 2020 verwendet, basierend auf den Daten von Eurostat.

Die Zahlen in dieser Studie sind typischerweise auf zwei Nachkommastellen für absolute und eine Nachkommastelle für prozentuale Werte gerundet. Es kann daher bei einzelnen Summen zu rundungsbedingten Abweichungen kommen.



01

02

03

04

05

06

07

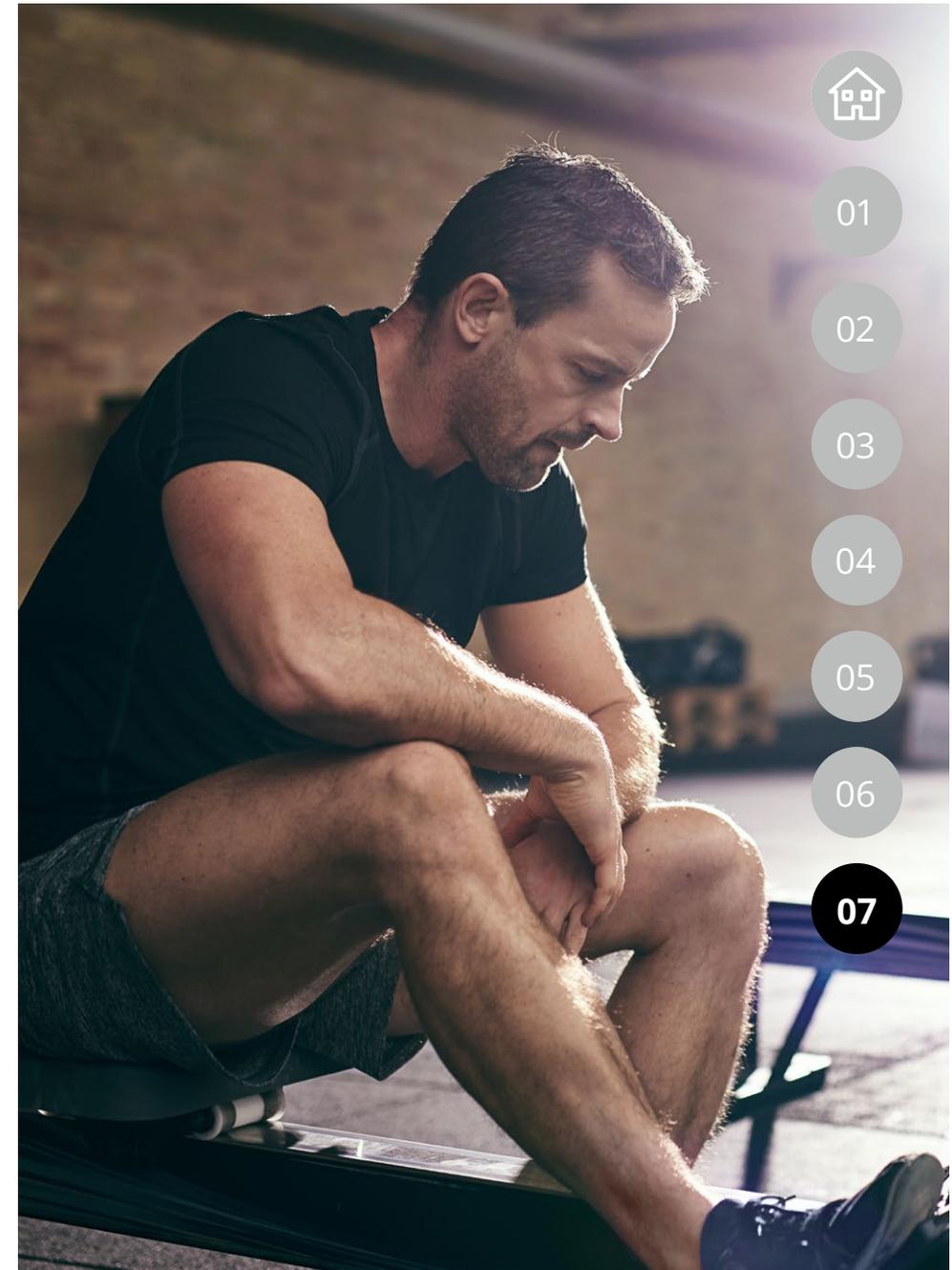
Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1 - Gesamtmarktzusammensetzung 2020
- Abb. 2 - Entwicklung der Umsätze (netto), Mitgliedschaften und Anlagen seit 2016
- Abb. 3 - Umsatzentwicklung nach Betriebsstruktur
- Abb. 4 - Entwicklung der Penetrationsquote seit 2016
- Abb. 5 - Marktanteil der Mitgliedschaften (in Mio.) nach Betriebsstruktur 2020 (äußerer Ring) im Vergleich zu 2019 (innerer Ring)
- Abb. 6 - Anlagenentwicklung nach Betriebsstruktur
- Abb. 7 - Durchschnittliche Mitgliederzahl pro Anlage in den Jahren 2019 und 2020
- Abb. 8 - Häufigkeit des Fitnessstrainings
- Abb. 9 - Nutzung individueller Trainingsformen
- Abb. 10 - Mitglieder- und Anlagenzahl der Top-10-Kettenbetriebe Deutschlands nach Mitgliederzahl im Jahr 2020
- Abb. 11 - Mitgliederentwicklung der Top-10-Kettenbetriebe im Jahr 2020
- Abb. 12 - Langfristige Entwicklung der Mitgliedschaften der Top-10-Kettenbetriebe (2016 bis 2020)
- Abb. 13 - Mitglieder- und Anlagenzahl weiterer ausgewählter Betreiber im Jahr 2020
- Abb. 14 - Anlagenzahl ausgewählter Mikrostudio-Betreiber
- Abb. 15 - Aufteilung der Anlagen von EMS-Anbietern
- Abb. 16 - Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie
- Abb. 17 - Übersicht ausgewählter digitaler Fitness-Anbieter inklusive der insgesamt seit Gründung bis Ende 2020 erhaltenen Finanzierungssummen (in Mio. USD)
- Abb. 18 - Schematische Übersicht der geöffneten und geschlossenen Perioden von Fitnessstudios in Europa
- Abb. 19 - Umsatzentwicklung von SATS Group (in Mio. NOK)
- Abb. 20 - Umsatzentwicklung von Basic-Fit (in Mio. Euro)
- Abb. 21 - Umsatzentwicklung von The Gym Group (in Mio. GBP)
- Abb. 22 - Anzahl M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt
- Abb. 23 - Marktkonsolidierung nach Anzahl und Art der Transaktionen 2020

Tabellenverzeichnis

- Tab. 1 - Prozentuale Entwicklung der Kernkennzahlen
- Tab. 2 - Ausgewählte M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt 2020



Glossar

Aggregatoren

Aggregatoren sind Dienstleistungsunternehmen, die Fitness-, Gesundheits- und weitere Anlagentypen unabhängig von Standort, Segment oder Positionierung zu Netzwerken zusammenfassen. Der Kunde erwirbt eine Mitgliedschaft bei einem Aggregator und erhält damit die Berechtigung, die Angebote der partizipierenden Anlagen standortunabhängig zu nutzen.

Anlagen – Einzelbetriebe

Fitness- und Gesundheitsanlagen mit mindestens einer und maximal vier Betriebsstätten sowie einer Fläche von mindestens 200 m².

Anlagen – Kettenbetriebe

Betreiber von fünf oder mehr Fitnessanlagen sowie einer Fläche von mindestens 200 m². Hinzu kommt ein in der Regel einheitliches Auftreten am Markt. Eine Kette kann Studios im Eigenbetrieb oder als Franchisekonzept führen.

Anlagen – Mikrostudios

Anbieter, die eine Fläche von weniger als 200 m² haben, ein spezielles Segment besetzen und mit einem bewusst begrenzten Angebot auf eine spezifische Zielgruppe spezialisiert sind. Die Anbieter treten sowohl als Einzelbetreiber als auch im Ketten- und Franchisebetrieb am Markt auf.

Marktvolumen

Kumulierte Nettoeinnahmen aus Mitgliedsbeiträgen und zusätzlichen Erlösquellen wie beispielsweise Tageskarten, Personal Training oder Thekenverkäufen der Fitnessanbieter.

Monatsbeitrag und Gebühren

Diese werden als Bruttosumme dargestellt, d.h. inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Bei den Monatsbeiträgen wird immer von einer 12-monatigen Vertragslaufzeit ausgegangen.

Penetrationsrate

Anteil der Mitglieder in Fitness- und Wellnessanlagen gemessen an der Gesamtpopulation eines Gebiets in Prozent.

Preissegment – Discount

Die Monatsbeiträge (brutto) reichen bis zu 30 Euro.

Preissegment – Medium

Die Monatsbeiträge (brutto) befinden sich zwischen 30 und 65 Euro.

Preissegment – Premium

Die Monatsbeiträge (brutto) befinden sich oberhalb von 65 Euro.



01

02

03

04

05

06

07

Über die Sport Business Gruppe

Die Sport Business Gruppe und Deloitte

Die Sport Business Gruppe der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Deloitte beschäftigt sich seit mehr als 20 Jahren ausschließlich mit der Beratung und Analyse der nationalen und internationalen Sport- und Fitnessindustrie. Im Rahmen unserer Arbeit greifen wir auf das multidisziplinäre Netzwerk von Deloitte zurück und vereinen Fachwissen der Kernkompetenzen mit der Branchenexpertise der Sport Business Gruppe. Insbesondere der multidisziplinäre Ansatz unseres Teams ermöglicht eine stringente Ausrichtung unserer Arbeit an den verschiedenen Bedürfnissen von Investoren, Fitnessstudiotketten, Verbänden und Immobiliengesellschaften.

Um die Transparenz in der Sport- und Fitnessindustrie zunehmend zu erhöhen, veröffentlicht Deloitte regelmäßig Studien zu den aktuellen Entwicklungen der Branche und kooperiert dabei unter anderem eng mit den Fitnessverbänden „Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen“ (DSSV) und „Deutscher Industrieverband für Fitness und Gesundheit e.V.“ (DIFG) sowie der „Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheit“ (DHfPG). Neben den nationalen Studien veröffentlicht Deloitte als Kooperationspartner des europäischen Fitnessverbandes EuropeActive Publikationen über den europäischen Fitnessmarkt.

Unsere jahrelangen Erfahrungen in der Sportbranche führen zu einem unmittelbaren Projektstartschuss ohne Vorlaufzeit. Kontaktieren Sie uns für weitere Informationen sowie detaillierte Auskünfte zu durchgeführten Projekten.

Kernkompetenzen

- Wirtschaftsprüfung
- Financial Advisory
- Consulting
- Tax & Legal
- Risk Advisory



Branchenkompetenz: Sport Business Gruppe

- Betriebs- und finanzwirtschaftliche Beratung
- Unterstützung bei IT-/digitalen Transformationsprozessen und Geschäftsmodellen
- Beratung und Implementierung von digitalen Marketing- und Commerce-Aktivitäten
- Begleitung bei der Organisationsentwicklung und Veränderungsprozessen
- Beratung bei Unternehmenstransaktionen
- Commercial, Financial, Vendor und Tax Due Diligence
- Businessplanerstellung und -prüfung
- Bewertung von Sport- und Fitnessunternehmen
- Markt- und Standortanalysen
- Benchmarking-Analysen
- Bereitstellung von Branchenwissen
- Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung



Ihre Ansprechpartner



Karsten Hollasch

Partner

Leiter Consumer Business

Tel: +49 (0)211 8772 2804

khollasch@deloitte.de



Stefan Ludwig

Partner

Leiter Sport Business Gruppe

Tel: +49 (0)211 8772 4701

sludwig@deloitte.de



Christian Rump

Senior Consultant

Sport Business Gruppe

Tel: +49 (0)211 8772 3701

crump@deloitte.de



01

02

03

04

05

06

07



Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/ueberUns.

Deloitte ist ein weltweit führender Dienstleister in den Bereichen Audit und Assurance, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting und damit verbundenen Dienstleistungen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unser weltweites Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften und verbundenen Unternehmen in mehr als 150 Ländern (zusammen die „Deloitte-Organisation“) erbringt Leistungen für vier von fünf Fortune Global 500®-Unternehmen. Erfahren Sie mehr darüber, wie rund 330.000 Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.