

Der deutsche Fitnessmarkt

Studie 2022

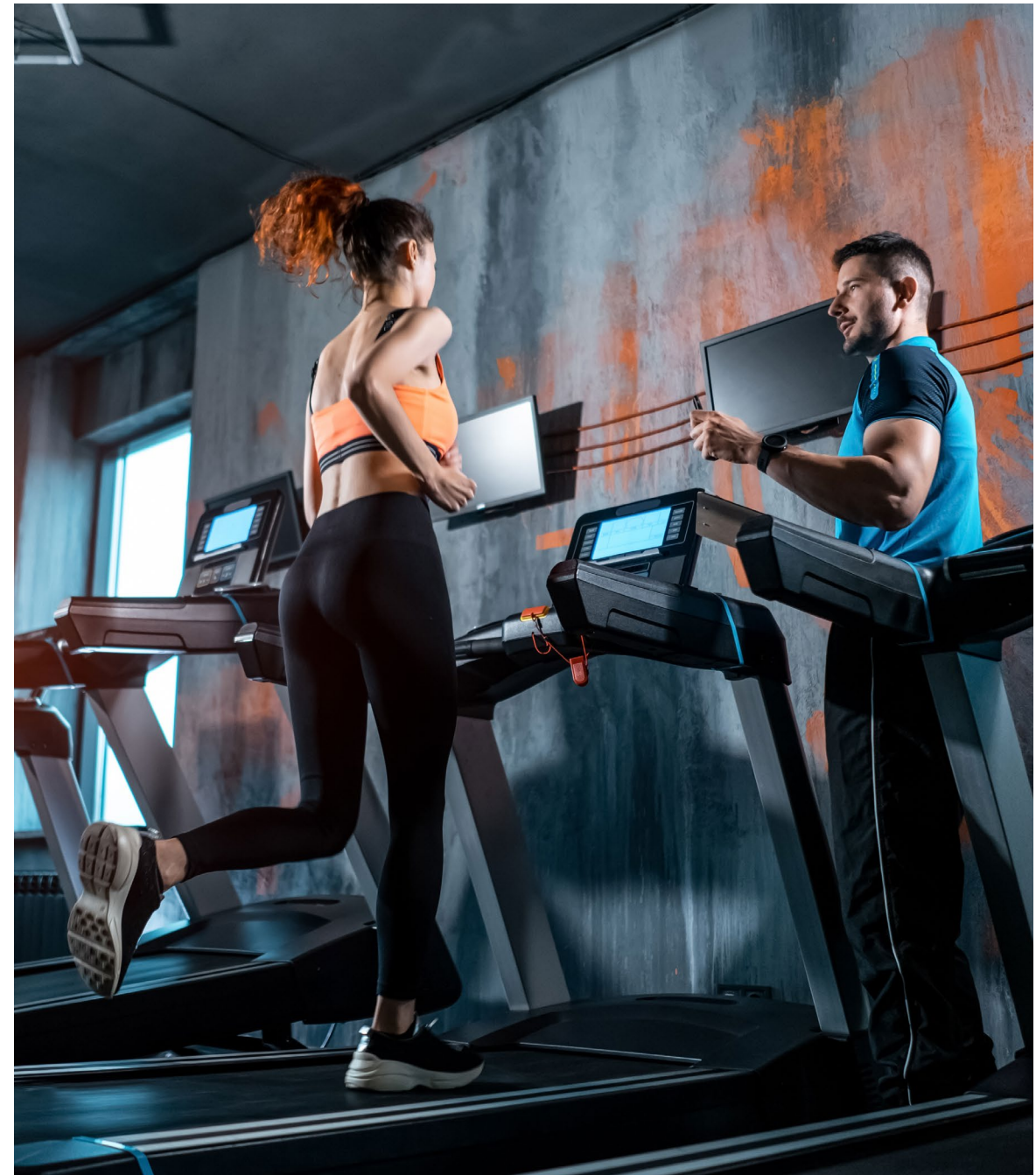


Deloitte.



Inhaltsverzeichnis

01	Vorwort	Seite	3
02	Der deutsche Gesamtmarkt	Seite	6
03	Kettenbetriebe in Deutschland	Seite	15
04	Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie	Seite	22
05	Effekte der COVID-19-Pandemie auf den europäischen Fitnessmarkt	Seite	27
06	M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt	Seite	31
07	Anhang	Seite	38



01

Vorwort



01

02

03

04

05

06

07





Liebe Leserinnen, liebe Leser,
wir freuen uns, Ihnen hiermit die 19. 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.

Bis zum Beginn der COVID-19-Pandemie in Deutschland im Februar bzw. März 2020 konnte der nationale Fitnessmarkt stets eine positive Entwicklung der Kernkennzahlen aufweisen. Durch eine rund zweimonatige, behördlich angeordnete Schließungsperiode ab Mitte März sowie zwei weiteren Monaten am Jahresende infolge der COVID-19-Pandemie musste die Branche bereits im Jahr 2020 eine negative Entwicklung der Kernkennzahlen hinnehmen. Da sich die Schließungsperiode des zweiten landesweiten Lockdowns bis zum Mai/Juni 2021 erstreckte, welche die unter normalen Bedingungen mitgliederzugangsstarken Monate zu Jahresbeginn umfasste, verzeichnete der deutsche Fitnessmarkt auch im Jahr 2021 einen weiteren Rückgang der Anlagen auf 9.492 (-0,5%) und der Mitgliedschaften auf 9,26 Millionen (-10,2%).

Dabei konnten bestimmte Kettenbetriebe entgegen der Marktentwicklung ihre Expansion weiter vorantreiben, was vor allem durch Anbieter

aus dem Discountsegment wie beispielsweise den vier mitgliederstärksten Betreibern des Landes – der RSG Group, FitX, clever fit und EASYFITNESS – bedingt ist. In der Folge liegt der Mitgliederrückgang des Kettensegments (-7,5%) unterhalb des Marktdurchschnitts (-10,2%).

Infolge des Mitgliederrückgangs sowie der angeordneten Schließungen sank zudem der Umsatz des Gesamtmarktes im Jahr 2021 um 46,4 Prozent auf 2,23 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. Diese werden buchhalterisch nicht dem Umsatz zugerechnet. Da der Gegenwert hierfür in einer späteren Periode erbracht werden muss, stehen den Leistungen der Fitnessbetreiber nach Wiedereröffnung zum Teil keine direkten Einnahmen gegenüber.



01

02

03

04

05

06

07

Trotz der negativen Entwicklung in den vergangenen beiden Jahren blicken viele Marktteilnehmer mit Zuversicht in die Zukunft. Grund hierfür ist unter anderem ein gestiegenes Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung. So zeigen die Ergebnisse des EuropeActive Consumer Survey 2022 für den deutschen Markt, dass die während der Pandemie gestiegene Popularität des Trainings in den eigenen vier Wänden von vielen Konsumenten mit dem Training in einer Fitnessanlage verbunden wird – ein hybrides Fitnesstreiben.

Auch der Blick auf den vergangenen Sommer, als die Fitnessanlagen in Deutschland unter vergleichsweise geringen Auflagen geöffnet waren, und auf andere europäische Märkte, die wenig bis keine COVID-19-bedingten Auflagen ab dem Sommer erfüllen mussten wie beispielsweise das Vereinigte Königreich, deutet auf eine Rückkehr zum Nettomitgliederwachstum nach der Pandemie hin. Die Voraussetzung hierfür ist ein Ausbleiben weiterer behördlich angeordneter Schließungen sowie strenger Zugangsbeschränkungen (z.B. 2G+), wie sie Ende 2021 und zum Jahresbeginn 2022 vorherrschten. Zusätzliche Herausforderungen, neben der geringeren Mitgliederbasis, stellen aktuell steigende Kosten infolge von Inflation und Ressourcenknappheit dar. Daher steht die Branche auch im Jahr 2022 vor einer großen Aufgabe, die es neben einer Rückkehr zum Mitgliederwachstum zu bewältigen gilt.

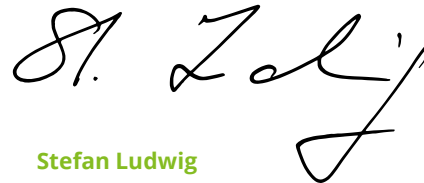
Gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern, dem Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV) und der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), möchten wir mit unserer jährlichen Studie zur Erhöhung der Transparenz und zur weiteren Professionalisierung 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 19. 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

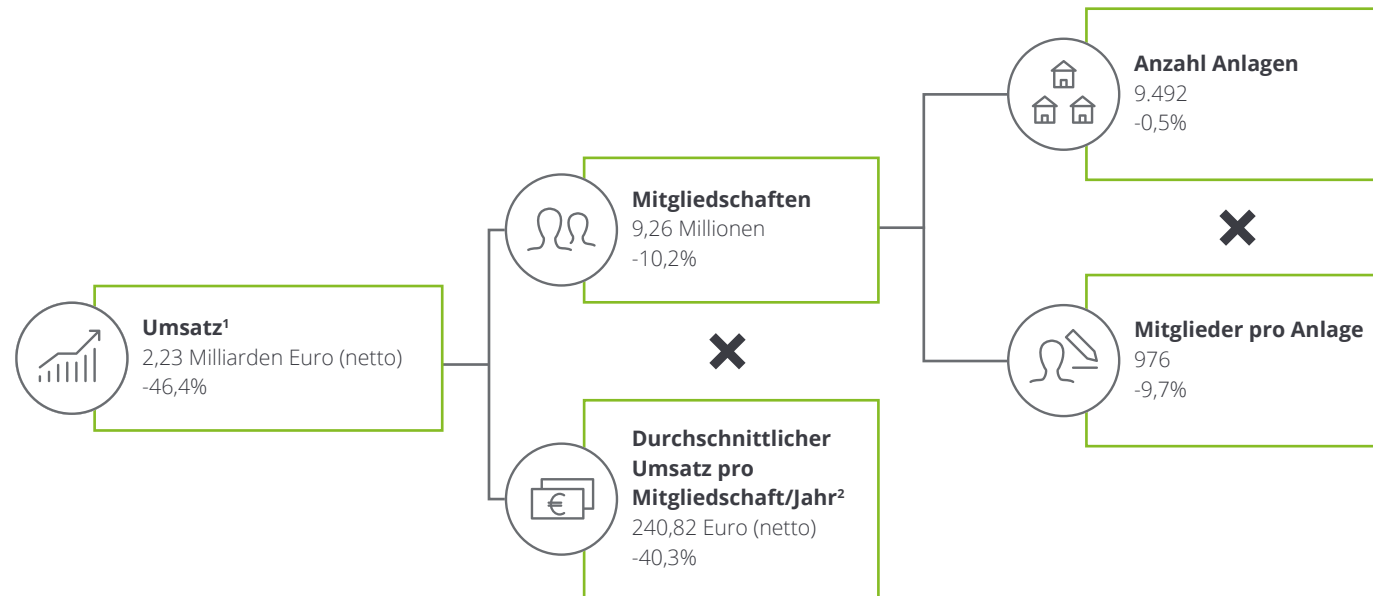
07



Gesamtmarktzusammensetzung

Auch im Jahr 2021 musste die Branche eine negative Entwicklung der Kernkennzahlen hinnehmen – 46,4 Prozent Umsatzrückgang und 10,2 Prozent Mitgliederrückgang. Hauptgrund hierfür sind die pandemiebedingten Schließungen, die sich im Jahr 2022 auf fünf bis sechs Monate zu Beginn des Jahres erstreckten. Des Weiteren wurden bundesweit ab spätestens Oktober Einlassbeschränkungen festgesetzt.

Abb. 1 – Gesamtmarktzusammensetzung 2021



Anmerkungen: 1) Exklusive staatliche Hilfen; 2) Der durchschnittliche Umsatz pro Mitgliedschaft/Jahr stellt eine rechnerische Größe auf Basis des anhand der betriebswirtschaftlichen Auswertung der befragten Unternehmen angegebenen Umsatzes (Zeitraum 2021) sowie der Mitgliedschaften zum Jahresende (Zeitpunkt Ende Dezember 2021) 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 2017

COVID-19 wirkt sich weiterhin stark auf den deutschen Fitnessmarkt aus

Die Kernkennzahlen der deutschen Fitness-industrie entwickelten sich 2021 wie bereits im Vorjahr rückläufig. Aufgrund der im November 2020 behördlich angeordneten Schließungen, welche sich bis Mai/Juni 2021 erstreckten, kam es 2021 zu einem über 10-prozentigen Rückgang der Mitgliedschaften und einem Umsatzrückgang von 1,93 Milliarden Euro (-46,4%) auf 2,23 Milliarden Euro (exklusive staatliche Hilfen), welcher lediglich rund 40 Prozent des Umsatzes aus dem Vor-krisenjahr 2019 darstellt. Letzteres bedingt sich durch den langen Schließungszeitraum sowie das gesunkene Niveau an Mitgliedschaften.

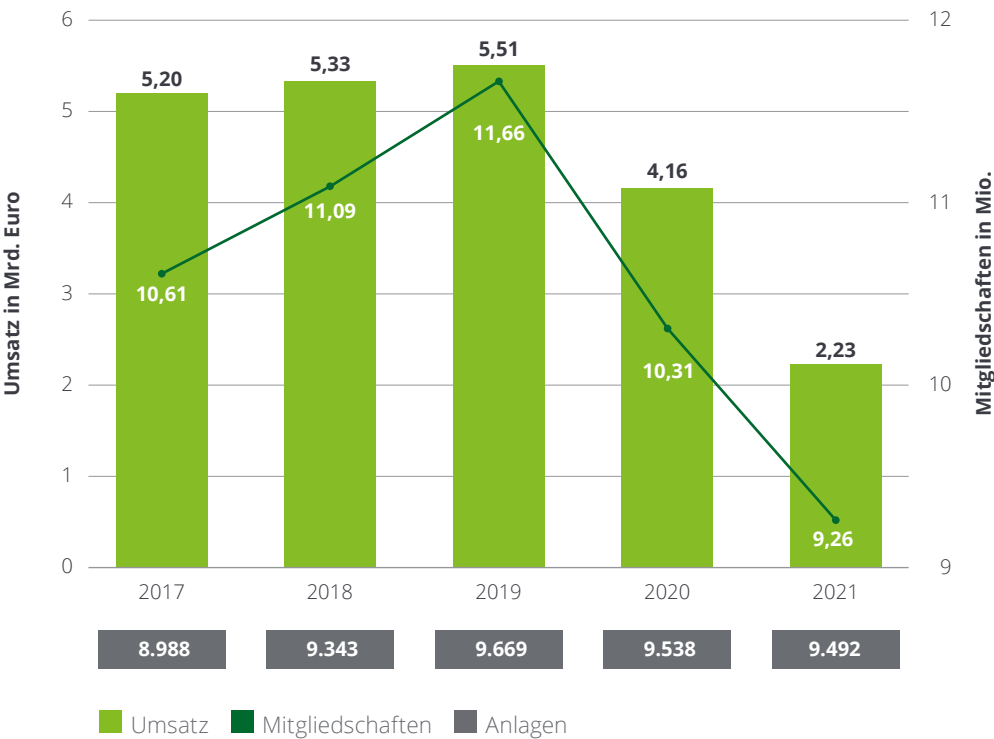
Die angeordneten Schließungen zu dem für Fitnessanlagen wichtigen Jahresbeginn in Ver-bindung mit den zusätzlich erhobenen Einlass-beschränkungen bei Wiedereröffnung führten zu einem Nettorückgang von 1,05 Millionen Mitglied-schaften, welche somit deutlich unter das Niveau von 2017 auf eine ursprünglich schon zwischen 2014 und 2015 erreichte Größe sanken.

Tab. 1 – Prozentuale Entwicklung der Kernkennzahlen

CAGR	2017–2019	2019–2020	2020–2021
Umsatz	+2,9%	-24,5%	-46,4%
Mitgliedschaften	+4,8%	-11,6%	-10,2%
Anlagen	+3,7%	-1,4%	-0,5%

Verglichen mit dem Umsatz und den Mitglied-schaften kam es im Bereich der Gesamtanlagen-zahl zu einem moderaten prozentualen Verlust von 0,5 Prozent (Nettorückgang von 46 Anlagen). 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 Insolven-zen in substanziellem Ausmaß vorerst vermieden werden. Dennoch ist davon auszugehen, dass der signifikante Rückgang an Mitgliedschaften manche Betreiber mittelfristig vor große Heraus-forderungen stellen wird.

Abb. 2 – Entwicklung der Umsätze (netto)¹, Mitgliedschaften und Anlagen seit 2017



Anmerkung: 1) Exklusive staatliche Hilfen.
Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.

Umsatzentwicklung nach Betriebsstruktur

Schließung von sechs Monaten

Durch beinahe zwei Jahre Pandemie und die damit verbundenen Mitgliederverluste sowie vor allem die im Jahr 2021 beinahe halbjährige Schließungsperiode sank der Umsatz (exklusive staatliche Hilfen) der Branche gegenüber dem Vorjahr um 46,4 Prozent.

Dabei fiel der prozentuale Nettoumsatzrückgang bei den Mikroanbietern am geringsten aus (-42,1%). Dies ist hauptsächlich auf Anbieter von Elektromuskelstimulation (EMS) zurückzuführen, welchen es aufgrund ihres kleinflächigen Konzepts mit vergleichsweise geringer simultaner Kundenzahl bereits früher gewährt war wieder zu öffnen. Da der prozentuale Nettoumsatzrückgang bei den Kettenanbietern (-44,7%) etwas besser als bei den Einzelanbietern (-48,4%) ausfiel, was unter anderem durch ein Nettoanlagenwachstum der Ketten getrieben war, erreicht der Marktanteil der Kettenbetriebe mittlerweile beinahe die 40-Prozent-Marke.

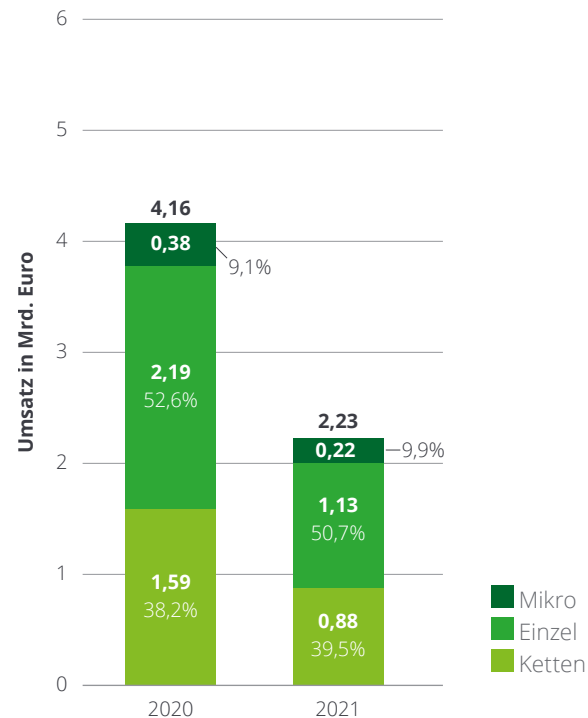
Mitgliedsbeiträge steigen leicht

Im Jahr 2021 betrug der durchschnittliche monatliche Mitgliedsbeitrag 42,14 Euro brutto (2020: 42,09 Euro brutto). Inklusive Einnahmen aus Zusatzbeiträgen, welche beispielsweise Erlöse aus Tageskarten, Massagen oder Personal Training beinhalten, betrug der durchschnittliche Jahresnettoerlös rechnerisch 240,82 Euro pro Mitglied.

Speziell bei den Kettenbetrieben zeichnet sich eine Trendwende ab. Während der Durchschnittsbeitrag hier in den Vorjahren stets gesunken ist, stieg der Wert 2021 leicht an (+0,81 Euro brutto; +2,6%). Hierzu trägt beispielsweise eine Preiserhöhung beim mitgliederstarken Anbieter FitX bei. Zudem bieten viele aus dem Discount-Segment stammende Betreiber vermehrt höherpreisige Premium-Verträge an. Diese ermöglichen üblicherweise den Zugang zu weiteren Leistungen. Im Gesamtmarkt war des Weiteren die vermehrte Einführung von höherpreisigen, monatlich kündbaren Flex-Verträgen zu beobachten.

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

Abb. 3 – Umsatzentwicklung (netto) nach Betriebsstruktur¹



Anmerkung: 1) Exklusive staatliche Hilfen.
Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07



01

02

03

04

05

06

07

Aufgrund der behördlich veranlassten Schließungen, welche sich teilweise bis in die Sommermonate des Jahres 2021 zogen, fehlten den Anbietern die traditionell hohen Neuansmeldungen zu Beginn des Jahres. Einlassbeschränkungen sowie die allgemeine Sorge vor Ansteckungen wirken sich zudem negativ auf Neu- bzw. Wiederansmeldungen aus.

Mitgliedschaften nach Betriebsstruktur

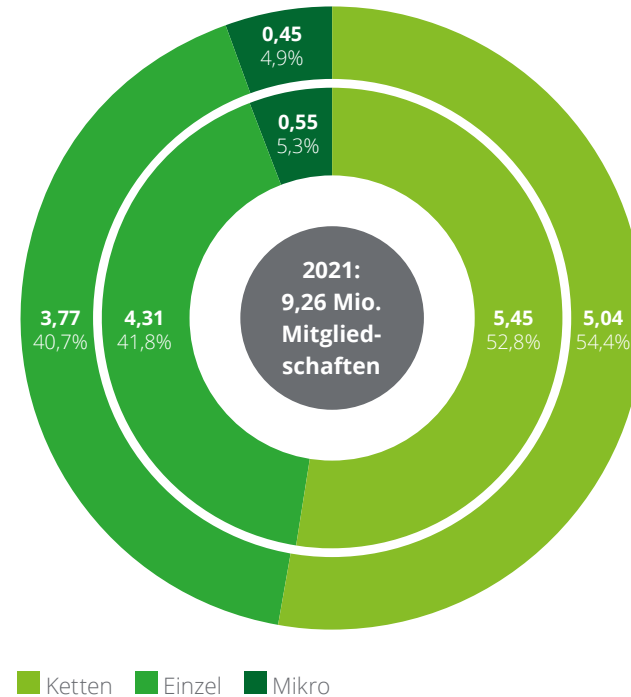
Zahl der Mitgliedschaften bei allen Betriebstypen gesunken

Über alle zuvor genannten Betriebstypen hinweg sind im Jahr 2021 etwa 1,05 Millionen Mitgliedschaften (-10,2%) weniger als im Vorjahr zu verzeichnen. Die erneut negative Entwicklung ist mit den behördlich veranlassten Schließungen der Fitnessbetreiber vor allem in den so wichtigen ersten Monaten des Jahres, in denen auf Jahres-sicht normalerweise überproportional viele Neuanmeldungen abgeschlossen werden, zu begründen. Hinzu kommt, dass auch bei Wiedereröffnung erhebliche Einlassbeschränkungen wie zum Beispiel temporär kostenpflichtige Tests oder vollständiger Impfstatus potentielle Neu- bzw. Wiederanmeldungen verwehrten. Die allgemeine Sorge vor Ansteckungen spielte hier auch eine nicht zu unterschätzende Rolle.

Dennoch sind sich Branchenteilnehmer einig, dass es zu einer Rückkehr des vorangegangenen Mitgliederwachstums kommen wird, sobald die Einlassbeschränkungen wegfallen. Die der Branche zugrundeliegenden Trends und Treiber, wie vor allem ein hohes Gesundheitsbewusstsein, sei durch die Pandemie noch einmal verstärkt worden, was aktuelle Konsumentenbefragungen bestätigen.

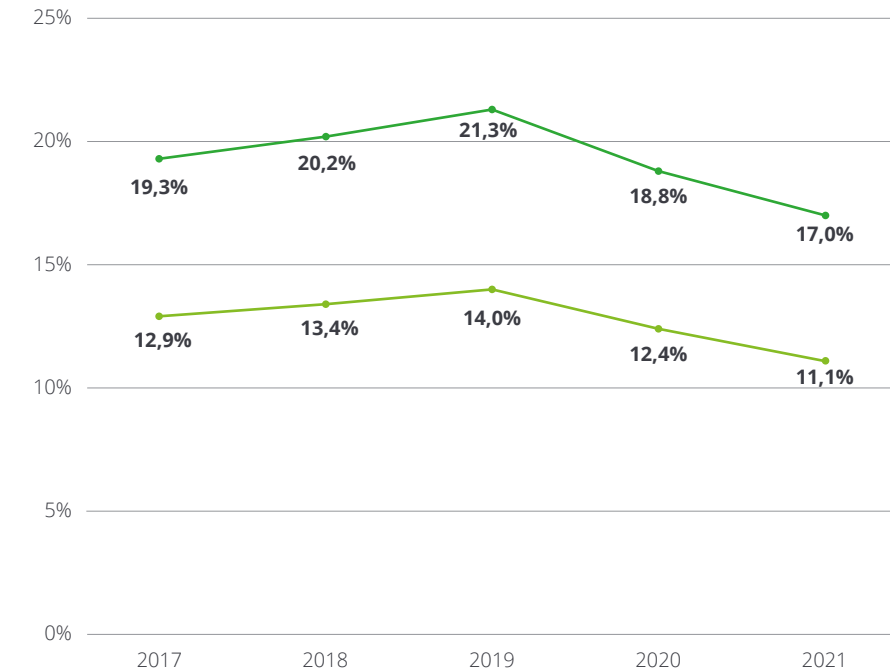
Abb. 4 – Marktanteil der Mitgliedschaften (in Mio.) nach Betriebsstruktur 2021 (äußerer Ring) im Vergleich zu 2020 (innerer Ring)

Anzahl in Mio.



Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.

Abb. 5 – Entwicklung der Penetrationsquote seit 2017



■ Anteil an der Gesamtbevölkerung ■ Anteil an den 15- bis 65-Jährigen

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



01

02

03

04

05

06

07

Anlagen nach Betriebsstruktur

Anlagenzahl erneut leicht rückläufig

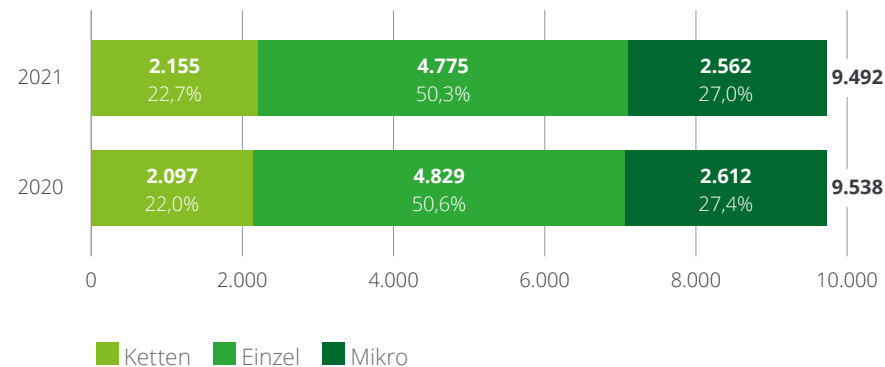
Mit insgesamt 46 Anlagen weniger als im Vorjahr setzte sich im Jahr 2021 der rückläufige Trend bei der Anlagenzahl fort. Dieser fiel in Relation zu den Veränderungen bei Umsatz und Mitgliedschaften jedoch sehr moderat aus (-0,5%), sodass die prozentuale Aufteilung zwischen den einzelnen Betriebsstrukturen relativ unverändert blieb.

Wesentlich getrieben wird der Rückgang durch den Wegfall von 54 Filialen im Einzelsegment, was einem Rückgang von 1,1 Prozent zum Vorjahr entspricht. Auch der Anlagenbestand des Mikrosegments nahm ab und verzeichnete zum Jahresende 50 Anlagen weniger als im Vorjahr (-1,9%).

Einzig die Kettenbetreiber konnten ihre Anlagenzahl insgesamt ausbauen (+58 Anlagen; +2,8%). Grund hierfür ist vor allem die langfristig geplante Expansionspolitik, sodass auch im Jahr 2021 trotz der Pandemie weitere Standorte eröffnet werden konnten. Diese ist hauptsächlich auf das Discount-Segment zurückzuführen.

Abb. 6 – Anlagenentwicklung nach Betriebsstruktur

Anzahl der Anlagen



Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.

Wesentlicher Treiber für die Entwicklung der Anlagenzahl ist der Nettorückgang von 54 Filialen im Einzelsegment. 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

Die jeweilige Anlagengröße ist der wesentliche Grund für den Unterschied der Marktanteilsverhältnisse zwischen den jeweiligen Betriebsstrukturen in den Bereichen Mitgliedschaften, Umsatz und Anlagen. Diese typenbedingten Unterschiede werden insbesondere bei Betrachtung der durchschnittlichen Mitgliederzahl pro Anlage deutlich.

Da die Anzahl der Mitgliedschaften im Jahr 2021 prozentual deutlich stärker gesunken ist (-10,2%) als die Anzahl der Anlagen (-0,5%), ist im Zuge der COVID-19-Pandemie auch die durchschnittliche Mitgliederzahl pro Anlage zurückgegangen. Entfielen im Jahr 2020 über alle Anlagentypen hinweg noch durchschnittlich 1.081 Mitglieder auf eine einzelne Anlage, waren es im Jahr 2021 nur noch 976, was einem Rückgang von 9,7 Prozent entspricht.

In absoluten Zahlen ist dieser Effekt bei den Kettenbetrieben am deutlichsten ausgeprägt. Während diese im Jahr 2020 noch durchschnittlich 2.597 Mitgliedschaften pro Anlage erzielten, kamen sie im Jahr 2021 nur noch auf 2.339, was einem Rückgang von 258 (-9,9%) Mitgliedschaften pro Anlage entspricht.

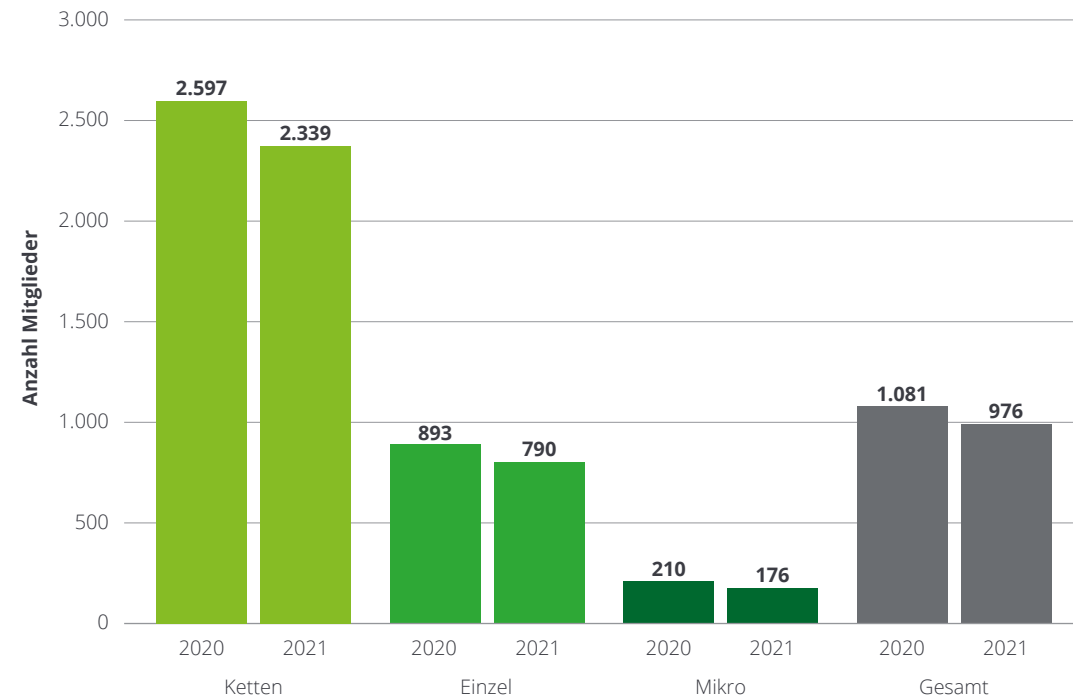
Die Einzelbetriebe hingegen verbuchten einen Rückgang von 103 Mitgliedschaften pro Anlage (-11,6%), während die Mikrobetriebe mit einem Verlust von 34 Mitgliedern pro Anlage den prozentual höchsten Rückgang (-16,4%) hinnehmen mussten.

Die traditionell im Vergleich zu den anderen Betriebsstrukturen geringsten Mitgliederzahlen der Mikrostudios können durch die geringe Größe der Anlagen sowie durch das Konzept dieser Betriebsstruktur erklärt werden. 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 2021

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 2020 und 2021



Quellen: DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Perspektivisch potentiell positiver Effekt von COVID-19 auf die Branche

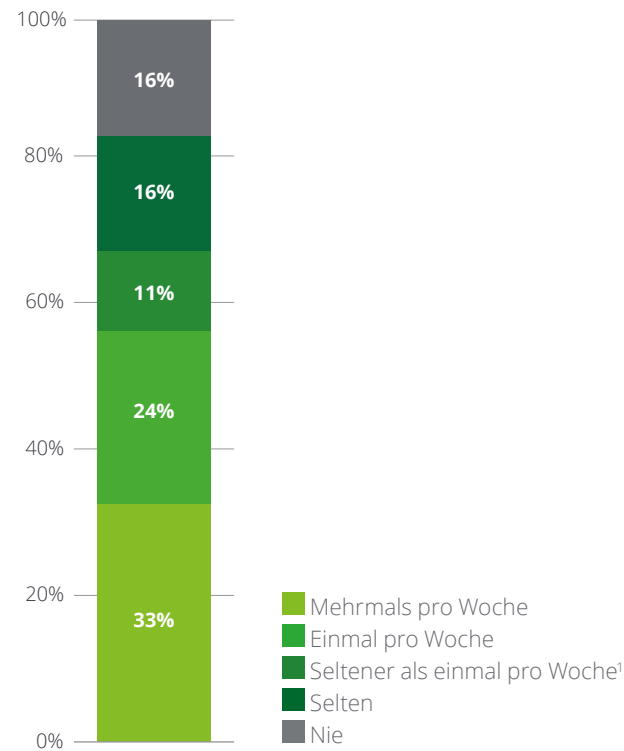
COVID-19 ändert Trainingsgewohnheiten deutscher Fitnesskonsumenten

Im Januar 2022 führte Deloitte im Auftrag des europäischen Fitnessverbandes EuropeActive eine Konsumentenbefragung in 19 europäischen Ländern durch. Die Teilnehmer wurden unter anderem zu ihrem aktuellen und erwarteten Fitnessverhalten im Vergleich zu vor der Pandemie befragt.

Aus den Ergebnissen geht hervor, dass die Konsumenten in Deutschland ihre Trainingsgewohnheiten infolge der Pandemie eingeschränkt haben, was sich entsprechend auch in den Mitgliederzahlen der deutschen Fitnessbranche widerspiegelt. Dennoch gaben rund 68 Prozent der Teilnehmer an, zum Zeitpunkt der Befragung regelmäßig oder zumindest mit einer gewissen Regelmäßigkeit Sport zu betreiben. Der Vergleich von nach der Pandemie zu vor der Pandemie lässt auf ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein schließen, welches sich langfristig positiv auf die Fitnessbranche auswirken kann.

Abb. 8 – Fitnesshäufigkeit der Befragten

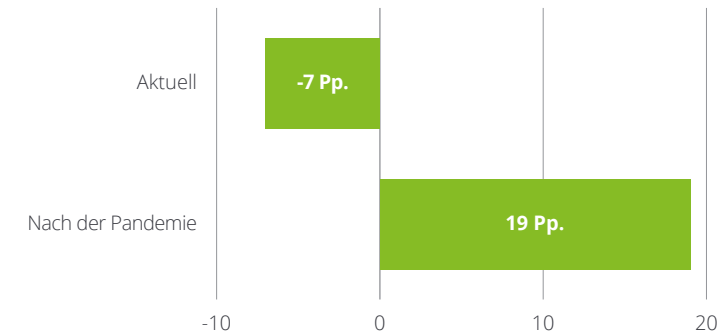
„Wie oft treiben Sie Fitness?“ (n=755 in Deutschland)



Anmerkung: 1) Seltener als einmal pro Woche jedoch mit einer gewissen Regelmäßigkeit.
Quelle: EuropeActive Consumer Survey 2022.

Abb. 9 – Fitnesshäufigkeit im Vergleich zu vor der Pandemie¹

„Treiben Sie aktuell häufiger oder seltener Fitness als vor der COVID-19-Pandemie?“; „Erwarten Sie, dass Sie nach der COVID-19-Pandemie häufiger oder seltener Fitness treiben?“ (n=755 in Deutschland)



Anmerkung: 1) Nettowert des zustimmenden Befragtenanteils gegenüber dem ablehnenden Befragtenanteil.
Quelle: EuropeActive Consumer Survey 2022.



01

02

03

04

05

06

07

Kettenbetriebe in Deutschland



01

02

03

04

05

06

07

Top 10 der mitgliederstärksten Kettenbetriebe

Keine Veränderung der Zusammensetzung der Top 10

Innerhalb der Mitglieder unter den Kettenbetrieben (5,04 Mio.) vereinten deren Top 10 wie bereits im Vorjahr rund 78 Prozent der Mitgliedschaften auf sich und zählten somit in Summe 3,95 Millionen Mitgliedschaften zum Ende des Jahres 2021. Dabei setzen sich die Top 10 aus den gleichen Unternehmen wie im Vorjahr zusammen.

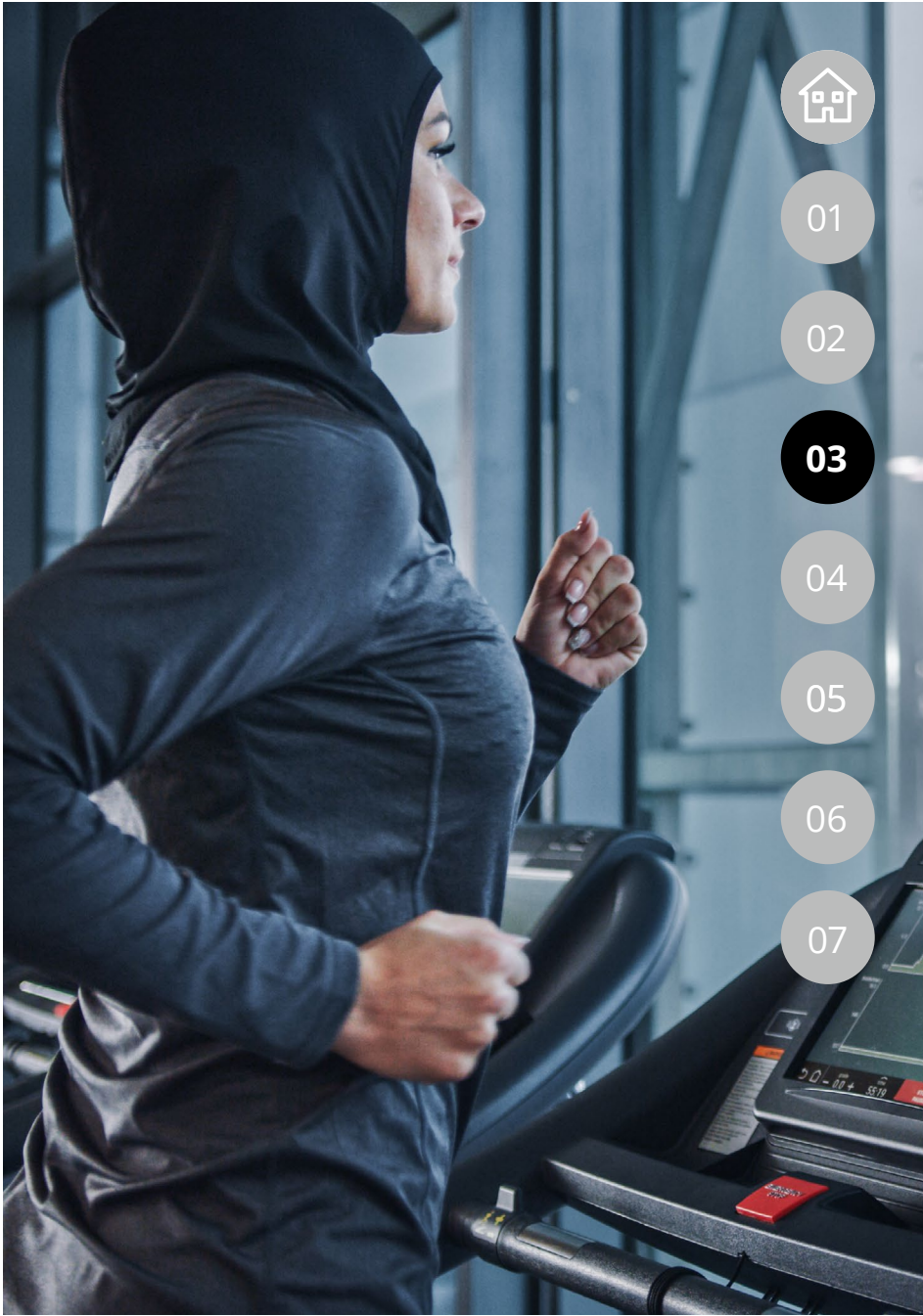
Auch die Konstellation an der Spitze entspricht derjenigen der vorangegangenen zwei Jahre: Die RSG Group verteidigt mit geschätzten 1,12 Millionen Mitgliedern den ersten Platz, gefolgt von FitX (716 Tsd.) und clever fit (688 Tsd.).

Neben FIT/ONE konnte auch die BestFit Group, welche sich 2020 durch den Zusammenschluss von jumpers und Ai Fitness gebildet hatte, gegenüber dem Vorjahr zwei Plätze nach vorne rücken. Dies ist im Wesentlichen durch die Akquisition von EuroFit und dessen fünf Anlagen im Nordwesten Deutschlands getrieben.

Abb. 10 – Mitglieder- und Anlagenzahl der Top-10-Kettenbetriebe Deutschlands nach Mitgliederzahl per Dezember 2021

			 Mitgliederzahl in Tsd. ¹	 Anlagenzahl ¹
	²			
1	◄◄	RSG Group ³	1.118	212
2	◄◄	FitX	716	95
3	◄◄	clever fit ^{3,4,5}	688	427
4	◄◄	EASYFITNESS ⁵	391	154
5	▲	BestFit Group	203	69
6	◄◄	Kieser Training ⁵	200	117
7	▼	LifeFit Group	200	89
8	▲	FIT/ONE ⁶	162	30
9	▼	Pfitzenmeier UG	137	47
10	▼	ACISO ⁵	134	128

Anmerkungen: 1) Ungeprüfte Unternehmensinformationen; 2) Pfeile zeigen Veränderung der Platzierung gegenüber dem Vorjahr an; 3) Mitgliederzahl geschätzt; 4) Anlagenzahl geschätzt; 5) Ganz oder teilweise Franchisebetrieb; 6) Mitgliederzahl für 2020 aktualisiert gegenüber der Schätzung der vorherigen Studie. Ranking-Veränderung gegenüber der Vorjahresplatzierung auf Basis des Schätzwertes. Quellen: Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.



Entwicklung der Top 10 im Jahr 2021

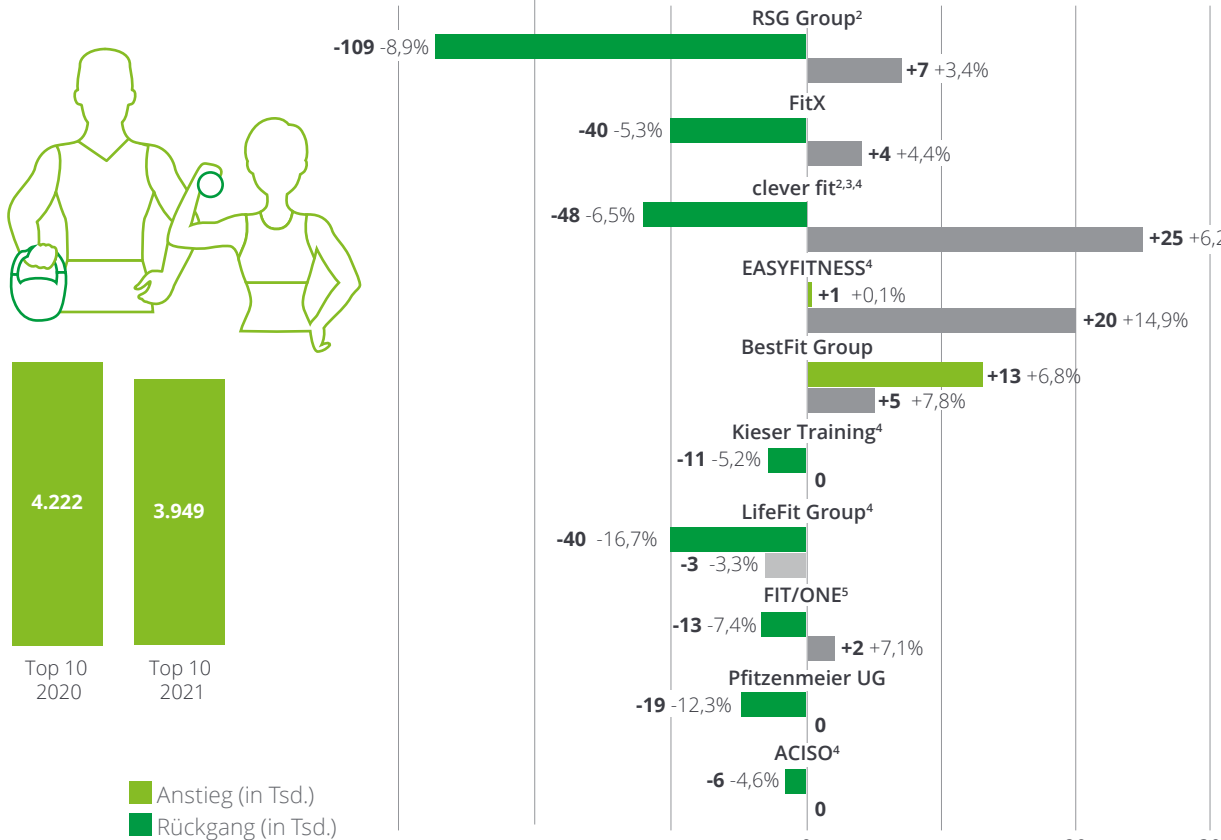
Weitere Expansion kann Mitgliederrückgang nicht vollständig kompensieren

Kumuliert mussten die Top-10-Kettenbetriebe aufgrund der durch die Pandemie bedingten Einschränkungen und trotz 60 zusätzlicher Anlagen einen Nettomitgliederrückgang von insgesamt rund 273.000 Mitgliedschaften hinnehmen. Von diesen sind alleine die Top-3-Anbieter für 197.000 Mitgliedschaften verantwortlich.

Mit EASYFITNESS, welche unter anderem durch 20 Neueröffnungen (+14,9%) das Mitgliederniveau des Vorjahres in etwa halten konnte, und der BestFit Group, die durch den Zukauf von fünf bestehenden Anlagen (+7,8%) des Anbieters EuroFit einen Mitgliederzuwachs (+6,8%) verzeichnete, konnten zwei Anbieter aus den Top 10 einen Nettomitgliederrückgang vermeiden.

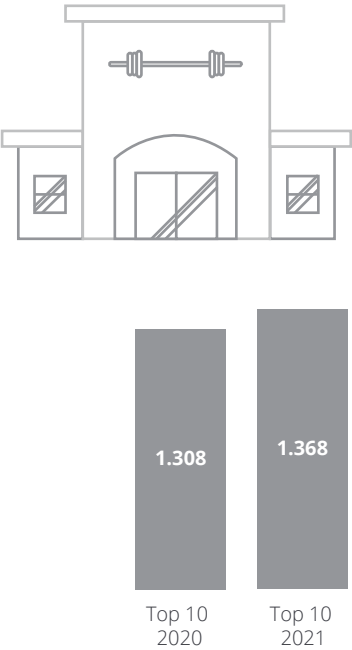
Abb. 11 – Mitglieder- und Anlagenentwicklung der Top-10-Kettenbetriebe im Jahr 2021

Mitgliederentwicklung (in Tsd.)



■ Anstieg (in Tsd.)
■ Rückgang (in Tsd.)

Anlagenentwicklung



■ Anstieg
■ Rückgang

Anmerkungen: 1) Ungeprüfte Unternehmensinformationen; 2) Mitgliederzahl geschätzt; 3) Anlagenzahl geschätzt; 4) Ganz oder teilweise Franchisebetrieb; 5) Mitgliederzahl für 2020 aktualisiert gegenüber der Schätzung der vorherigen Studie. Quellen: Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.

Langfristige Entwicklung der Top-10-Kettenbetriebe

Stetiges Voranschreiten der Konsolidierung

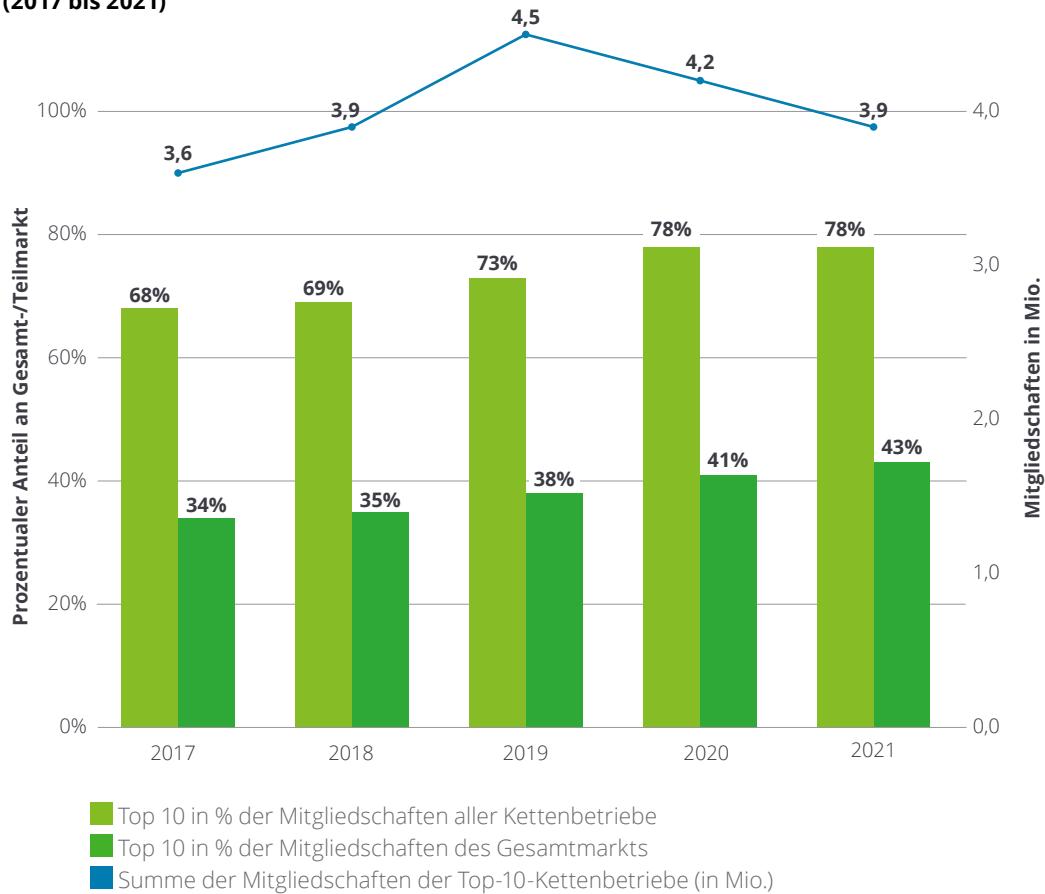
Die nebenstehende Abbildung zeigt die langfristige Entwicklung der jährlichen Top-10-Kettenbetriebe des deutschen Fitnessmarktes sowie deren Anteile an den Mitgliedschaften aller Kettenbetriebe sowie des Gesamtmarktes.

Hier wird deutlich, dass die Kettenbetriebe und die darin enthaltenen Top 10 stetig an Marktanteilen in Bezug auf Mitgliedschaften dazugewinnen. Dabei entwickelten sich die Kettenbetriebe (-7,5%), wie in allen betrachteten Vorjahren, besser als der Gesamtmarkt (-10,2%) und die Top 10 (-6,5%) wiederum leicht besser als die Kettenbetriebe. Dies ist insbesondere auf die Expansion der Discount-Anbieter in den vergangenen Jahren (sechs der Top-10-Kettenbetriebe sind in diesem Segment aktiv) zurückzuführen. Auch 2021 haben diese, trotz schwieriger Rahmenbedingungen, mehr als 60 Anlagen dazugewonnen. So zählten die Top-10-Kettenbetriebe Ende 2021 rund 3,95 Millionen Mitgliedschaften.

Tab. 2 – Prozentuale Entwicklung der Mitgliedschaften der Top-10-Kettenbetriebe, Kettenbetriebe insgesamt und Gesamtmarkt

CAGR	2017–2019	2019–2020	2020–2021
Top 10	+12,2%	-5,7%	-6,5%
Kettenbetriebe	+8,4%	-11,4%	-7,5%
Gesamtmarkt	+4,8%	-11,6%	-10,2%

Abb. 12 – Langfristige Entwicklung der Mitgliedschaften der Top-10-Kettenbetriebe (2017 bis 2021)



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-Kettenanbieter verzeichneten auch weitere Kettenbetriebe im zweiten durch die Pandemie beeinflussten Jahr Rückgänge bei den Mitgliedschaften.

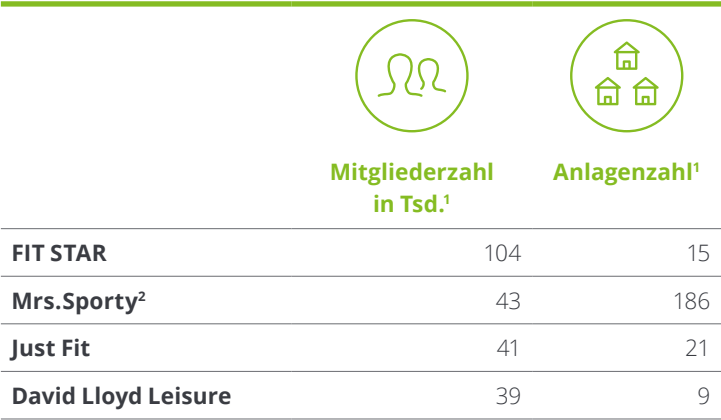
Mit 104.000 Mitgliedern (-6,3%) bleibt der vor allem in Bayern vertretene Anbieter FIT STAR den Top 10 auf den Fersen. Gegenüber der in diesem Jahr zehntplatzierten ACISO weist FIT STAR rund 30.000 Mitglieder weniger aus. Gemeinsam mit FitX (rund 7.500) zählt FIT STAR (rund 6.900) die höchste durchschnittliche Mitgliederzahl je Anlage unter den betrachteten Unternehmen.

Auch Just Fit verzeichnete einen Mitgliederrückgang in Höhe von rund 7.000 (-14,2%), was neben den pandemiebedingten Einschränkungen auch auf eine Anlage weniger als im Vorjahr zurückzuführen ist.

Nach der Akquisition von Meridian Spa & Fitness durch David Lloyd Leisure am Anfang des Jahres 2020 zählt Letztere in Deutschland mittlerweile acht Anlagen unter der Marke „Meridian Spa & Fitness“ und eine Anlage in Bad Homburg unter „David Lloyd“.

Auf Mrs.Sporty als Anbieter des Mikrosegments wird auf der übernächsten Seite detaillierter eingegangen.

Abb. 13 – Mitglieder- und Anlagenzahl weiterer ausgewählter Betreiber per Dezember 2021



Anmerkungen: 1) Ungeprüfte Unternehmensinformationen; 2) Ganz oder teilweise Franchisebetrieb.
Quellen: Unternehmensangaben, Deloitte-Analyse.

Ausgewählte Projekterfahrungen der Sport Business Gruppe



Commercial Due Diligence

Im Juli 2021 ging die Fortress Investment Group, eine Investment-Management-Firma und Tochtergesellschaft der japanischen SoftBank, eine Finanzpartnerschaft mit Aspria Holdings ein, welche acht Premium-Anlagen für Fitness und Wellness in Deutschland, Belgien und Italien betreibt. Im Rahmen der Transaktion unterstützte Deloitte das Unternehmen in Form von Commercial-Due-Diligence-Services inklusive einer Verplausibilisierung der erwarteten Umsatzentwicklung von Aspria. Aufgrund des Zeitpunkts der Transaktion wurden COVID-19-bedingte Effekte in allen Teilen des Prozesses adressiert.



01

02

03

04

05

06

07

Entwicklung des Mikrosegments

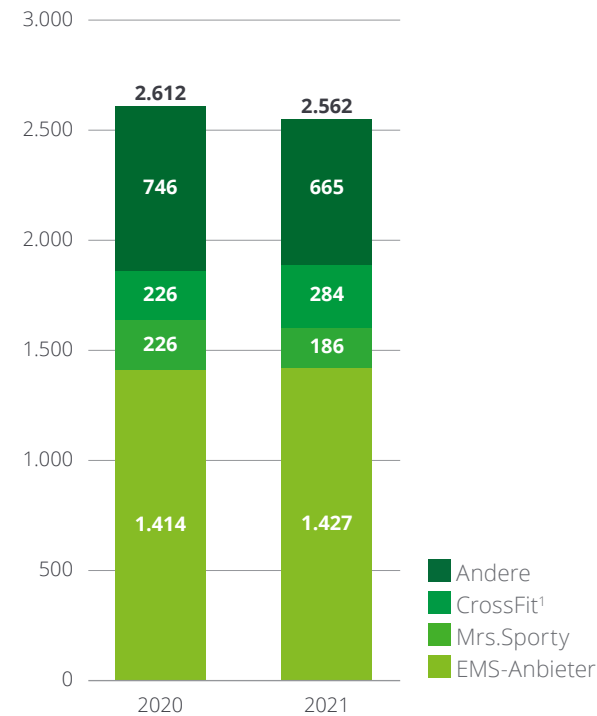
EMS- und CrossFit-Anbieter können den Anlagenrückgang des Mikrosegments nicht vollkommen ausgleichen

Nachdem das Mikrosegment in den Jahren vor der Pandemie ein starkes Anlagenwachstum vorweisen konnte (CAGR 2016–2019: 9,6%), musste dieses in der Gesamtbetrachtung auch im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge einen Anlagenrückgang hinnehmen. Insgesamt weist das Mikrosegment im Vergleich zum Vorjahr 50 Anlagen (-1,9%) weniger auf, was sich auch in einem Rückgang von etwa -100.000 (-18,0%) Mitgliedschaften widerspiegelt.

Betrachtet man die kleinflächigen Fitnesskonzepte im Detail, ist ein deutlicher Anlagenrückgang des in diesem Segment größten Anbieters Mrs.Sporty zu beobachten (-40 Anlagen; -17,7%). Gleichermäßen ist auch die Gesamtanlagenzahl weiterer Anbieter in diesem Segment, welche unter anderem diverse Kursarten anbieten, zurückgegangen. Im Gegensatz dazu ist ein Anlagenzuwachs der CrossFit-Boxen (+58 Anlagen; 25,7%) zu beobachten.

Im EMS-Segment verbuchen die Anbieter bei unveränderter Mitgliederzahl (ca. 180.000) auch im Jahr 2021 ein leichtes Anlagenwachstum (+13; +0,9%). Zu den Anbietern dieses Konzepts sind in Deutschland unter anderem Bodystreet, Körperformen, fitbox, EMS-Lounge und terrasports zu zählen. Aufgrund eines Kunden-Trainer-Verhältnisses von 2:1 oder gar 1:1 waren EMS-Anbieter auch im Jahr 2021 nicht im selben Umfang von den behördlich angeordneten Schließungen wie beispielweise Betreiber größerer Anlagen betroffen.

Abb. 14 – Anlagenzahl ausgewählter Mikrostudio-Betreiber



Anmerkungen: 1) CrossFit-Boxen in Deutschland per 31.01.2022.
Quellen: Unternehmensangaben, DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie



01

02

03

04

05

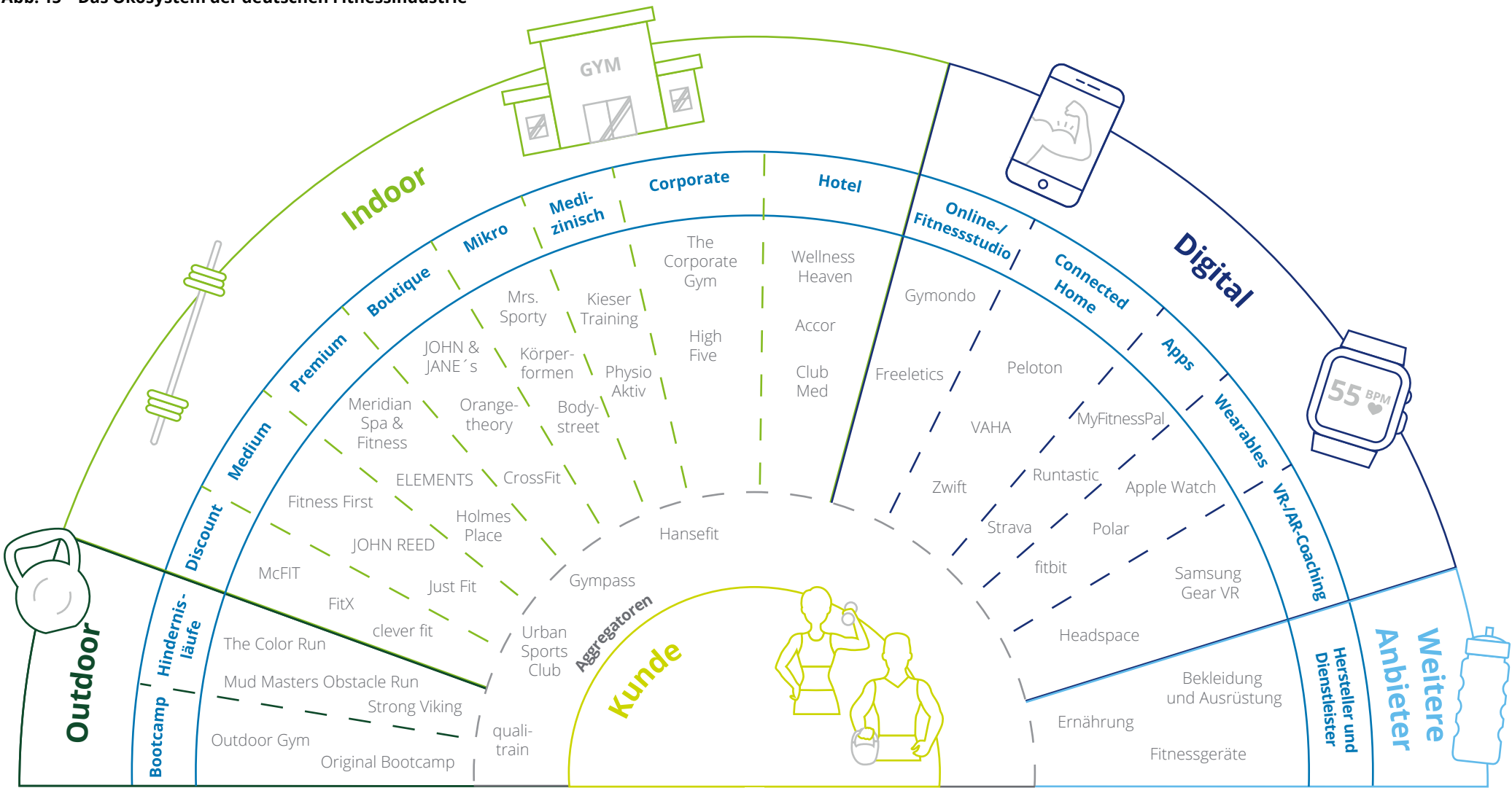
06

07



04 | Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie

Abb. 15 – Das 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

Die hybride Fitnesswelt für den Kunden

Der Kunde im Zentrum aller Angebote führt zur Verschmelzung der Segmente

Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie hat zahlreiche neue Entwicklungen ausgelöst oder bestehende Trends weiter beschleunigt. Die aktuelle Herausforderung für Anbieter besteht darin, nicht nur auf die unterschiedlichen persönlichen Vorlieben der Konsumenten bezüglich Trainingsinhalt, sondern auch bezüglich Zeit und Ort des Trainings angemessen einzugehen.

Segmentübergreifend streben Anbieter danach, sich für die Zukunft aufzustellen, indem sie nicht nur ihr Kerngeschäft stärken, sondern auch für sie neue Aktivitäten aufgreifen, sodass die Grenzen des Ökosystems weiter verschwimmen und die Segmente immer stärker verschmelzen.

Stationäre Fitnessunternehmen passen sich an aktuelle Kundenbedürfnisse an

Angesichts der pandemiebedingten Unsicherheit und der damit verbundenen Einschränkungen haben viele Betreiber, teils direkt zu Beginn der ersten temporären Schließungsperiode, begonnen, sich proaktiv anzupassen und die strategischen Weichen für die Zukunft zu stellen. Mehrere führende Betreiber diversifizieren ihre Angebotsbandbreite vor allem durch Ergänzungen in der digitalen Welt. Der Umfang der Nutzung derartiger Angebote nach Beendigung der Zugangs- und Hygienebeschränkungen in den stationären Studios bleibt abzuwarten. Märkte mit weniger Einschränkungen, wie beispielsweise das Vereinigte Königreich, aber auch die vergangenen beiden Sommer mit vergleichsweise geringen Einschränkungen in Deutschland deuten auf eine zügige Rückkehr der Konsumenten in die stationären Studios hin. In der Branche herrscht ein breiter Konsens, dass auch zukünftig stationäre Angebote durch digitale Leistungen ergänzt werden und so langfristig eine hybride Fitnesswelt für den Kunden geschaffen wird.

Der skandinavische Fitnessanlagenbetreiber SATS Group hat durch die Einführung eines digitalen Fitnessspiegels Rflex für zu Hause (Mentra by SATS) einen der weitreichendsten Schritte stationärer Betreiber in die übrigen Segmente des Fitnessökosystems gemacht. Rflex wurde im Dezember 2021 an die ersten Kunden in Norwegen und Schweden ausgeliefert.



01

02

03

04

05

06

07

Kombination mehrerer Fitnessumfelder ist bereits bei der Hälfte der Fitnesstreibenden der Fall

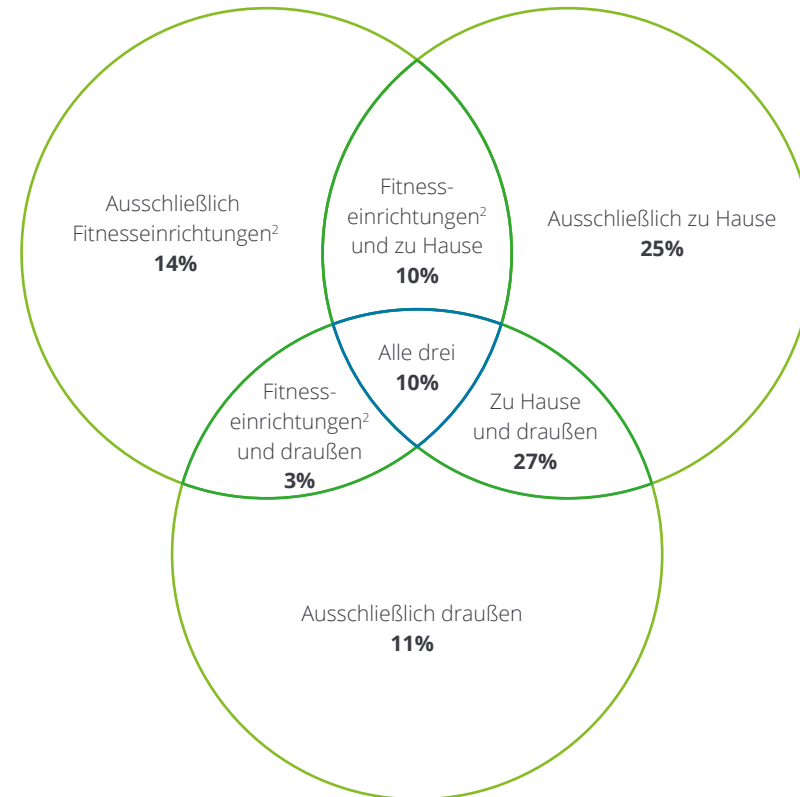
Kombination mehrerer Fitnessumfelder

Im Januar 2022 führte Deloitte im Auftrag des europäischen Fitnessverbandes EuropeActive eine Konsumentenbefragung in 19 europäischen Ländern durch. Die Teilnehmer wurden unter anderem zu den Umfeldern befragt, in denen sie Fitnesstraining betreiben.

Die Ergebnisse verdeutlichen die weit verbreitete Kombination diverser Fitnessumfelder. Rund 50 Prozent der Teilnehmer nutzen mindestens zwei verschiedene Umfelder, um ihren Fitnes sport auszuüben. Vor allem die mehr als 20 Prozent der Befragten, die angaben, Fittnesseinrichtungen mit dem Training zu Hause und/oder draußen zu kombinieren, unterstützen die Bemühungen vieler stationärer Fitnessbetreiber, die vor allem während der Pandemie ihr Angebot um digitale Kanäle für zu Hause und im Freien ausgebaut haben.

Abb. 16 – Genutzte Fitnessbereiche von Fitnesstreibenden

„In welchen Umfeldern betreiben Sie Fitness?“ (n=635 in Deutschland)¹



Anmerkungen: 1) Es wurden diejenigen befragt, die angaben, mindestens „selten“ Fitnesstraining zu betreiben;
2) Fittnesseinrichtungen können Fitnessstudios, EMS-Studios, Yoga-Studios und/oder Aggregatoren beinhalten.
Quelle: EuropeActive Consumer Survey 2022.



01

02

03

04

05

06

07

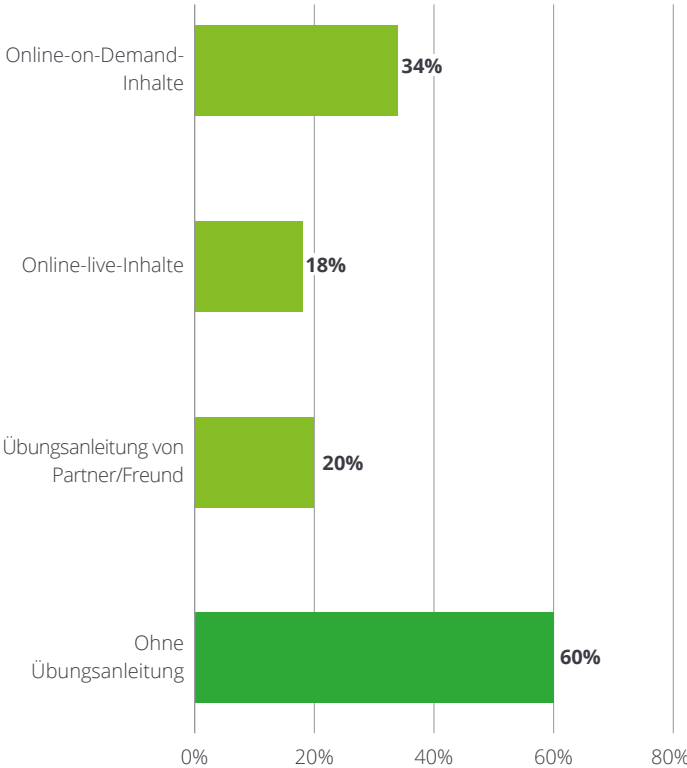
Training in den eigenen vier Wänden

Mit Geräten, aber ohne Anleitung

Eine nähere Betrachtung der Befragten, die angaben, mindestens „selten“ in den eigenen vier Wänden Fitness zu betreiben, offenbart einen hohen Anteil an Personen, der zu Hause ohne jegliche Übungsanleitung trainiert (60%). Sofern auf inhaltliche Unterstützung zurückgegriffen wird, passiert dies in den meisten Fällen über Online-on-Demand-Inhalte (34%) wie etwa YouTube-Videos oder App-basierte Übungsanleitungen.

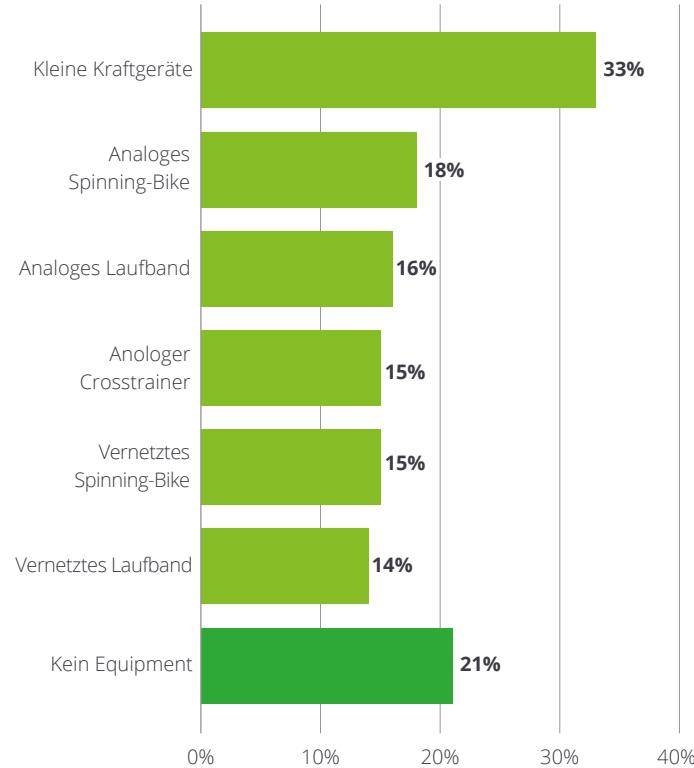
Als technische Hilfsmittel sind dabei kleine Kraftgeräte (z.B. Gewichte und Hanteln) am beliebtesten (33%). Laut der Befragung sind in Deutschland mittlerweile vernetzte Spinning-Bikes und Laufbänder (z.B. von Peloton) ähnlich weit verbreitet wie deren analoge Entsprechungen. Lediglich 21 Prozent der Befragten trainiert gänzlich ohne Equipment. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass eine hohe Selbstständigkeit beim Training in den eigenen vier Wänden herrscht. Hinsichtlich der Attraktivität steht bei einem Großteil der Befragten die zeitliche Flexibilität im Vordergrund.

Abb. 17 – Genutzte Anleitung beim Training zu Hause
„Welche Art der Übungsanleitung nutzen Sie, wenn Sie zu Hause Fitness treiben?“ Mehrfachnennungen möglich (n=455 in Deutschland)¹



Anmerkung: 1) Es wurden diejenigen befragt, die angaben, mindestens „selten“ zu Hause Fitness zu betreiben.
Quelle: EuropeActive Consumer Survey 2022.

Abb. 18 – Genutzte Ausrüstung beim Training zu Hause
„Welche Ausrüstung nutzen Sie, wenn Sie zu Hause Fitness treiben?“ Mehrfachnennungen möglich (n=455 in Deutschland)¹



Anmerkung: 1) Es wurden diejenigen befragt, die angaben, mindestens „selten“ zu Hause Fitness zu betreiben.
Quelle: EuropeActive Consumer Survey 2022.



01

02

03

04

05

06

07

Effekte der COVID-19-Pandemie auf den europäischen Fitnessmarkt



01

02

03

04

05

06

07

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.

Mit sieben bis acht Monaten, davon Januar bis Mai/Juni in 2021, dauerte der zweite Lockdown für Fitnessanlagen in Deutschland im internationalen Vergleich länger als in vielen anderen europäischen Staaten an. Im Vereinigten Königreich durften die Betreiber bereits Mitte April 2021 wiedereröffnen, während in Spanien keine zweite landesweite Lockdown-Periode auferlegt wurde.

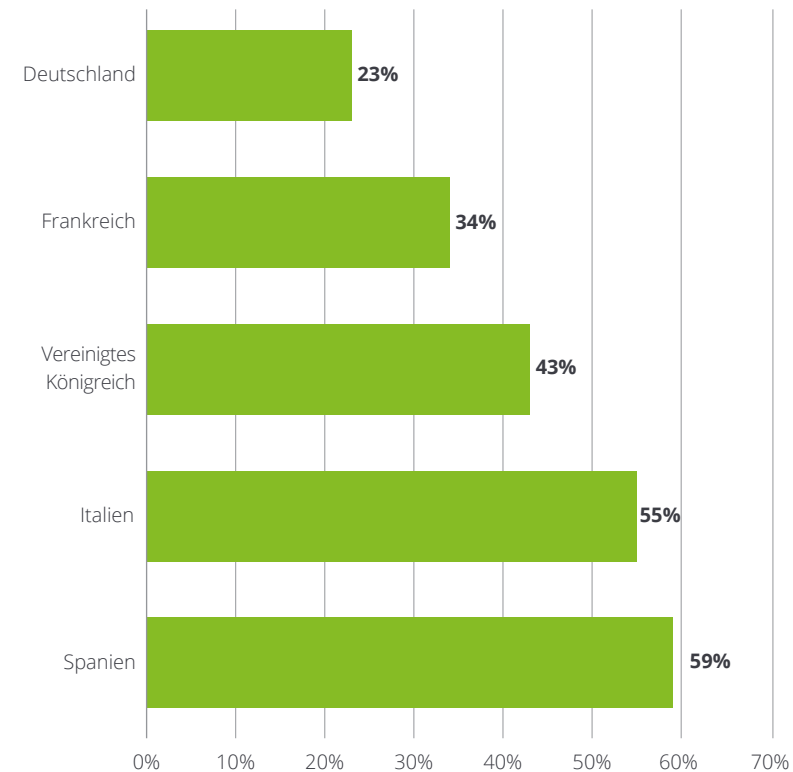
Im deutschen Fitnessmarkt fielen die Kündigungszahlen allerdings deutlich geringer aus, als dies bei einem derart langen Lockdown in anderen Ländern zu erwarten gewesen wäre. Das liegt unter ande-

rem daran, dass langfristige Mitgliedschaftsverträge über zwölf oder sogar 24 Monate in Deutschland sehr verbreitet sind. In der nebenstehenden Grafik ist deutlich zu erkennen, dass Deutschland im Vergleich zu den übrigen Top-5-Fitnessmärkten Europas einen deutlich geringeren Anteil an kurzzeitigen Mitgliedschaften (bis zu sechs Monaten) aufweist.

Wie bereits im Jahr 2020 verhielten sich zudem viele Mitglieder solidarisch und zahlten, zum Teil über die gesamte Schließungsperiode hinweg, weiterhin Mitgliedsbeiträge, was vielen Betreibern vorerst das wirtschaftliche Überleben sichern konnte.

Abb. 19 – Anteil Mitgliedschaften bis zu sechs Monaten

„Wie lange ist/war die Vertragsdauer Ihrer Mitgliedschaft?“
(n=312–472 je Land)¹



Anmerkung: 1) Im Januar und Februar 21 wurden diejenigen befragt, die angaben, entweder innerhalb der zwölf Monate vor und/oder während der COVID-19-Pandemie Mitglied eines Fitnessstudios gewesen zu sein.
Quelle: Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

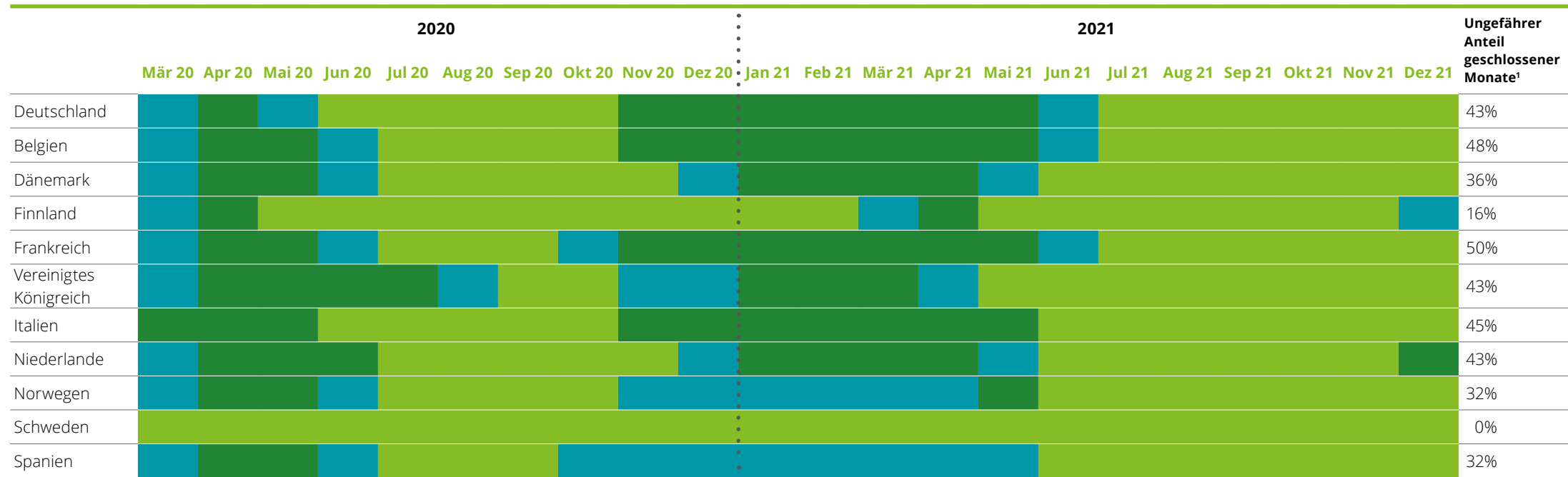
06

07

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

Behördlich angeordnete Schließungsperioden für Fitnessanlagen in Europa

Abb. 20 – Indikative Übersicht der Öffnungs- und Schließungsperioden von Fitnessstudios in Europa



Anmerkung: 1) Clubschließungen in wesentlichen Teilen des Monats und/oder des Landes werden als 50% der Öffnungszeiten des Monats berücksichtigt.

Quelle: Deloitte-Analyse.

- Geöffnet (unter Auflagen)
- Schließung in wesentlichen Teilen des Monats und/oder des Landes
- Schließung im gesamten Monat und Land



01

02

03

04

05

06

07

Effekte der Pandemie auf ausgewählte Länder

Pandemie mit starkem Einfluss auf europäischen Fitnessmarkt

Nach dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 hat die Pandemie den europäischen Fitnessmarkt auch 2021 stark beeinträchtigt. Die Mitgliedschaften stiegen um rund 1 Million (+2,0%) von 55,2 Millionen im Jahr 2020 auf 56,3 Millionen. Die Zahl der Anlagen ist ebenfalls leicht gestiegen, von 63.059 im Jahr 2020 auf 63.173 im Jahr 2021 (+0,2%). Der Umsatz ging im Vergleich zu 2020 (19,3 Milliarden Euro) um 11,4 Prozent auf rund 17,1 Milliarden Euro zurück.

Allerdings muss – gerade im Hinblick auf die unterschiedliche Dauer der COVID-19-bedingten Anlagenschließungen und die vielfältigen Geschäftsmodelle in den europäischen Märkten – beachtet werden, dass „der europäische Fitnessmarkt“ als solcher nicht existiert und die Entwicklungen dementsprechend von Land zu Land stark variieren.

Gegensätzliche Entwicklungen in den europäischen Fitnessmärkten

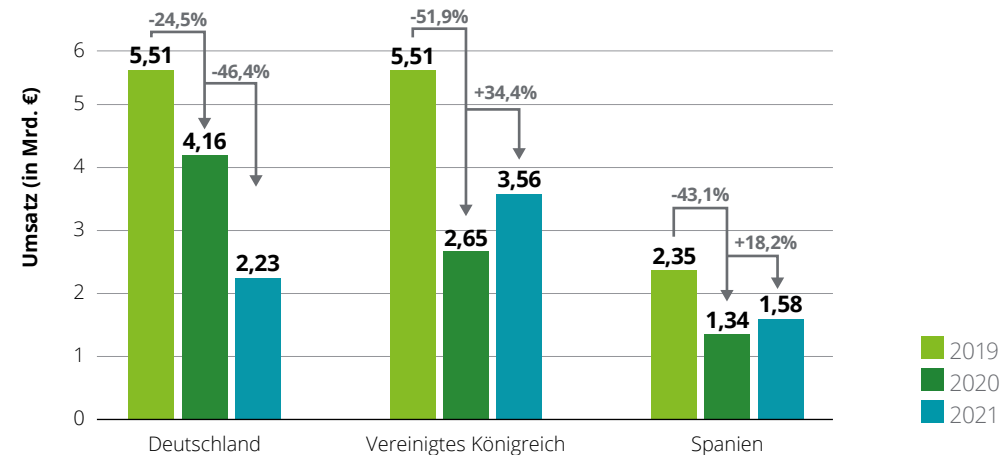
Deutschland und das Vereinigte Königreich, die in der Vergangenheit die bei Weitem größten europäischen Fitnessmärkte in Bezug auf Marktgröße und Mitgliedschaften waren und daher

die gesamte Marktentwicklung überproportional beeinflussen, haben im Jahr 2021 eine gegenläufige Entwicklung gezeigt.

So konnte der britische Markt 2021 nach einem sehr schwierigen Jahr 2020 den Weg der Erholung einschlagen: Während die Anlagen 2020 für die Hälfte des Jahres (und damit die längste Zeit im europäischen Vergleich) geschlossen waren, gehörten sie zu den ersten in Europa, die im Jahr 2021 wieder vollständig öffnen durften. Infolgedessen erlebte die britische Fitnessbranche eine starke Erholung und steigerte die Gesamteinnahmen um 34,4 Prozent auf 3,56 Milliarden Euro.

Als eines der am stärksten von COVID-19 betroffenen Länder im Jahr 2020 konnte sich auch der spanische Markt mit einem prozentualen Umsatzwachstum von +18,2% Jahr 2021 erholen, was hauptsächlich auf kürzere Sperrfristen im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen ist. Dennoch ist der spanische Markt mit einer Gesamtgröße von 1,58 Milliarden Euro immer noch 32,7 Prozent unter dem Niveau vor der Pandemie.

Abb. 21 – Umsatzentwicklung in ausgewählten Märkten



Quelle: Deloitte-Analyse.



European Health & Fitness Market Report 2022

Die im April 2022 erschienene Studie, welche gemeinsam von Deloitte und dem europäischen Fitnessverband EuropeActive herausgegeben wurde, ermöglicht einen detaillierten Einblick in die jeweiligen europäischen Märkte sowie die größten Fitnessunternehmen Europas. Zudem beinhaltet die Studie die Ergebnisse der im Auftrag von EuropeActive durchgeführten Konsumentenbefragung, welche das Fitnesskonsumverhalten in 19 europäischen Ländern genauer beleuchtet.



01

02

03

04

05

06

07

M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt



01

02

03

04

05

06

07



M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt

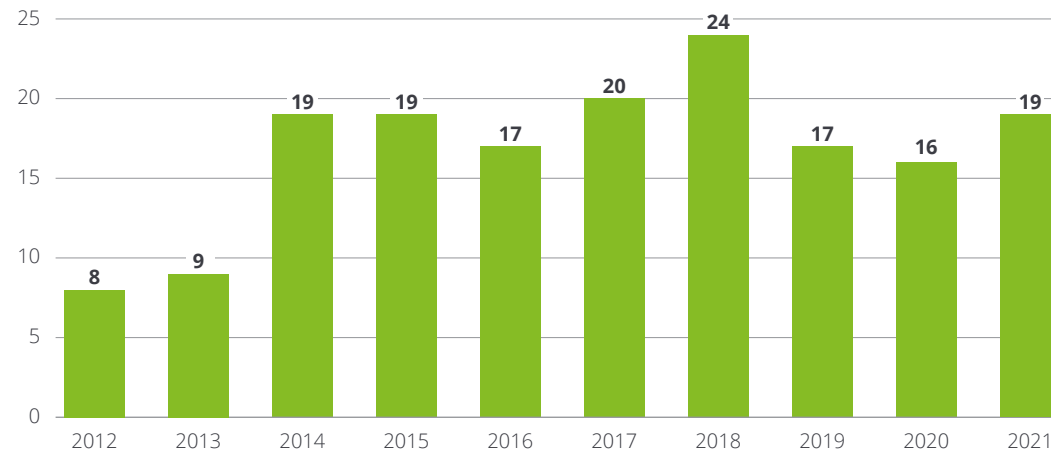
Anhaltender Konsolidierungstrend hält M&A-Aktivität trotz COVID-19 auf hohem Niveau

Seit 2014 hat sich das Niveau der M&A-Aktivitäten im europäischen Fitnessmarkt bei etwa 16 bis 20 Transaktionen pro Jahr eingependelt, mit einem Höhepunkt im Jahr 2018, als 24 Transaktionen abgeschlossen wurden. Diese Konstanz ist ein Beleg für den fortwährenden Marktkonsolidierungstrend in der europäischen Fitnessbranche.

Mit 19 Transaktionen ist die Zahl der M&A-Deals im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr (16 Transaktionen) gestiegen und entspricht der Entwicklung seit 2014 (durchschnittlich 19 Transaktionen pro Jahr). Das stabile Transaktionsniveau der letzten beiden Jahre im Vergleich zum letzten Jahr vor der Pandemie 2019 (17 Transaktionen) zeigt, dass COVID-19 die M&A-Dynamik auf dem europäischen Fitnessmarkt nicht wesentlich verändert hat.

Für diese Studie haben wir nur Transaktionen berücksichtigt, an denen europäische stationäre Fitnessunternehmen beteiligt waren und bei denen mindestens vier Fitnessstudios sowie mindestens 50 Prozent der Anteile des Zielunternehmens erworben wurden.

Abb. 22 – Anzahl M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt¹



Anmerkung: 1) Transaktionen, bei denen mindestens vier Fitnessstudios sowie mindestens 50 Prozent der Anteile des Zielunternehmens erworben wurden.

Quellen: Mergermarket, Unternehmensangaben, EuropeActive, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt

Im ersten Quartal wurden die umfangreichsten Transaktionen des Jahres abgeschlossen

Im Februar kaufte Svenska Nergy den schwedischen Fitnessbetreiber Puls & Träning, was die größte Transaktion hinsichtlich Anlagenzahl im Jahr 2021 war. Svenska Nergy, das Fitnessstudios unter der Marke STC betreibt, konnte so nicht nur eine geografische Lücke in der Region Stockholm schließen, sondern auch das Portfolio von STC, das hauptsächlich aus größeren Fitnesszentren besteht, mit den kleineren Puls-&-Träning-Fitnessstudios ergänzen.

Ebenfalls im Februar 2021 erhielt der in Spanien ansässige Konzessionsbetreiber Forus eine Finanzinvestition von J.P. Morgan Asset Management und Ben Oldman Partners, die gemeinsam eine Mehrheitsbeteiligung an dem spanischen Fitnessbetreiber erwarben. Später im Jahr konnte Forus seine Clubanzahl auf insgesamt 47 steigern, indem es über einen von J.P. Morgan verwalteten Fonds zehn spanische Holmes-Place-Clubs erwarb.

Medicover baut Fitnessclub-Portfolio weiter aus

Mit insgesamt vier Transaktionen im Jahr 2021 war Medicover das aktivste Unternehmen Europas hinsichtlich der Anzahl an Transaktionen. Im September führte der internationale Gesundheits- und Diagnosedienstleister über seine lokale Tochtergesellschaft zwei Transaktionen auf dem polnischen Fitnessmarkt durch (Mehrheitsbeteiligung an Just GYM und Erwerb der Schwesterunternehmen FITARENA und Quanfit (100% der Anteile)). Medicover übernahm des Weiteren vier Holmes-Place-Clubs im März und acht Fit-Forma-Clubs im November 2021. Das Unternehmen hatte bereits Ende 2020 in Fitness World investiert (19 Clubs).



01

02

03

04

05

06

07

M&A-Transaktionen im deutschen Fitnessmarkt

Waterland führt größte Transaktion mit deutscher Beteiligung hinsichtlich Anlagenzahl im Jahr 2021 durch

In der ersten Transaktion im Jahr 2021 erwarb Waterland Private Equity einen Anteil von 50 Prozent an FIT/ONE, Betreiber von 30 Clubs hauptsächlich in Deutschland. Mithilfe von Waterland will das Familienunternehmen dessen Konsolidierungsstrategie durch weitere Akquisitionen in den kommenden Jahren fortsetzen. 2017 hatte FIT/ONE bereits vier Anlagen im Osten Deutschlands von 4everFITNESS übernommen.

Muscle Club (MC) Shape beschleunigt Expansion im Süden

Die zweite Transaktion des Jahres 2021 mit deutscher Beteiligung stellte der Kauf von sechs Fitness4you-Clubs durch MC Shape dar. Durch die Integration der sechs Fitness4you-Clubs wuchs MC Shape, welches hauptsächlich im Raum Stuttgart und Ulm tätig ist, zu einer Gruppe bestehend aus insgesamt 26 Anlagen. Das von Yasin Oerenc geführte Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2023 mit 50 Clubs zu den zehn führenden deutschen Betreibern zu gehören. Die sechs Fitness4you-Clubs rund um den Bodensee waren zuvor im Besitz von Daniel Haymann.

BestFit Group wächst weiter

In einer weiteren, jedoch kleineren Akquisition auf dem deutschen Markt hat die BestFit Group die Integration von EuroFit (insgesamt fünf Clubs) vorangetrieben und damit die Gruppe auf 69 Clubs vergrößert. Die BestFit Group entstand erst 2020 aus dem Zusammenschluss zweier regionaler Betreiber, Jumpers Fitness und Ai Fitness (AI). Das erklärte Ziel der BestFit Group ist es, bis 2023 100 Anlagen in ganz Deutschland zu erreichen.

FITNESSLAND übernimmt regionalen Konkurrenten HYGIA

Die letzte Transaktion mit deutscher Beteiligung im Jahr 2021 stellt die Übernahme von HYGIA durch die norddeutsche Fitnesskette FITNESSLAND dar. Durch die Akquisition erhöhte FITNESSLAND die Anzahl der Fitnessstudios auf insgesamt 28.



01

02

03

04

05

06

07

Übersicht der M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt im Jahr 2021

Tab. 3 – Ausgewählte M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt 2021

Nummer	Datum	Unternehmen	# Clubs	Land	Verkäufer	Käufer
1	Feb 21	FIT/ONE	30	AT/DE/PL	Privatinvestor(en)	Waterland Private Equity
2	Feb 21	Fitness4you	6	DE	Privatinvestor(en)	MC Shape
3	Feb 21	Puls & Training¹	94	SE	Privatinvestor(en)	Svenska Nergy (STC)
4	Feb 21	Forus	37	ES/PO	Privatinvestor(en)/Baring PE Partners	J.P. Morgan Asset Management, Ben Oldman Partners
5	Mär 21	Holmes Place Poland	4	PL	Holmes Place Poland	Medicover
6	Apr 21	JIMS	27	BE/LU	Privatinvestor(en)	Colruyt
7	Mai 21	EuroFit	5	DE	Privatinvestor(en)	BestFit Group
8	Jun 21	Fitness Illes	6	ES	Privatinvestor(en)	Viding Fitness
9	Jul 21	Holmes Place Spain	10	ES	Holmes Place Spain	Forus
10	Jul 21	HYGIA	10	DE	Privatinvestor(en)	FITNESSLAND
11	Aug 21	Third Space	6	UK	Encore Capital	KSL Capital Partners
12	Sep 21	BPXport	20	ES	Privatinvestor(en)	Sherpa Capital
13	Sep 21	Just GYM	22	PL	Privatinvestor(en)	Medicover
14	Sep 21	Quantfit/FITARENA	11	PL	Privatinvestor(en)	Medicover
15	Sep 21	Marea Fitness	5	DE	Privatinvestor(en)	Viva Fitness
16	Okt 21	Inacua	15	ES	Ferrovial	Portobello Capital
17	Nov 21	Total Fitness	14	PL	Privatinvestor(en)	Benefit Systems
18	Nov 21	Fit Forma	8	PL	Privatinvestor(en)	Medicover
19	Dez 21	Sportoase	17	BE	Equans	Groep van Roey

Anmerkung: 1) Inkl. Franchisebetrieben.

Quellen: Mergermarket, Unternehmensangaben, EuropeActive, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Die konstant hohe Zahl an M&A-Aktivitäten in den letzten Jahren ist ein Beleg für die anhaltende Nachfrage durch strategische Investoren, aber auch Finanzinvestoren, welche trotz temporärer Herausforderungen aufgrund der Pandemie der Zukunft des Marktes positiv entgegenblicken.



01

02

03

04

05

06

07

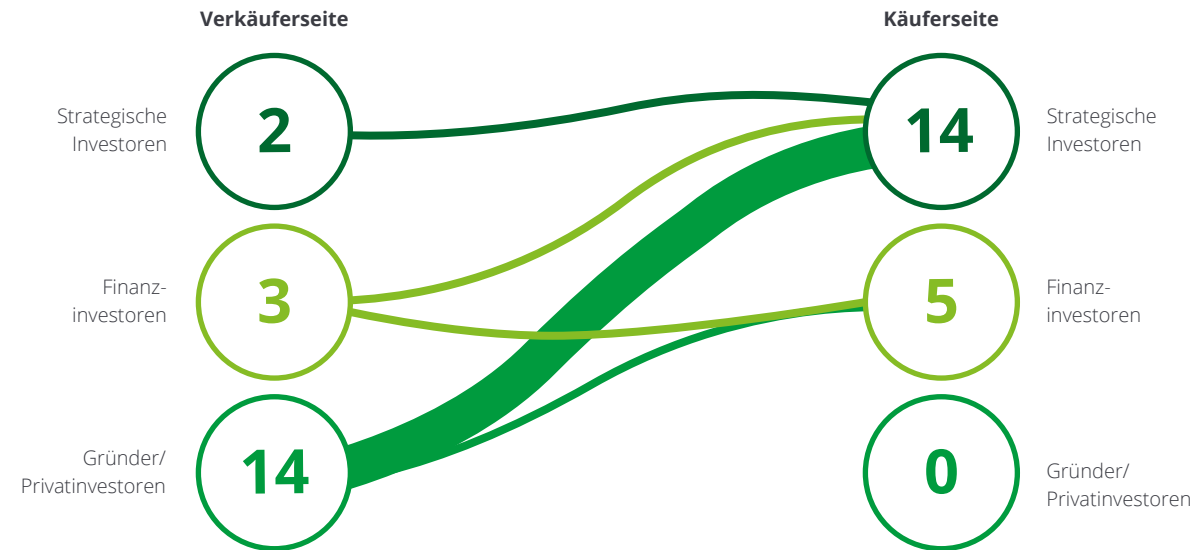
Marktkonsolidierung nach Anzahl und Art der Transaktionen im Jahr 2021

Konsolidierungstrend setzt sich fort

Auch im Jahr 2021 ist eine Fortsetzung des bereits in den vergangenen Jahren zu beobachtenden Trends hin zur Konsolidierung vor allem auf strategischer Investorensseite zu erkennen. Von den 19 identifizierten Transaktionen stellen 14 einen Verkauf an einen strategischen Investor, also einen anderen Marktteilnehmer, dar.

Bei zwei der durch Finanzinvestoren getätigten Veräußerungen standen Finanzinvestoren auf der Käuferseite, bei einer weiteren waren es strategische Investoren. Elf der 14 durch Gründer bzw. Privatinvestoren verkauften Unternehmen wurden ebenfalls von strategischen Investoren übernommen. Fünf weitere Unternehmen wurden an Finanzinvestoren verkauft, während dieses Jahr bei keiner Transaktion ein Gründer oder Privatinvestor auf der Käuferseite stand.

Abb. 23 – Marktkonsolidierung nach Anzahl und Art der Transaktionen 2021



Quellen: Mergermarket, Unternehmensangaben, EuropeActive, Deloitte-Analyse.



01

02

03

04

05

06

07

Anhang



01

02

03

04

05

06

07

Kontakt und Methodik

Kontakt

Deloitte GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Sports Business Group
Rather Straße 49 g
40476 Düsseldorf

Tel: +49 211 8772 3701
sportbusiness@deloitte.de
www.deloitte.com/de/fitness

Autoren und Teammitglieder

Mandy Brockscothen, Steffen Gausselmann,
Tobias Henneke, Stefan Ludwig,
Jakob Papenbrock, Christian Rump

April 2022

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 Fitness-einrichtungen 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 Finesseinrichtungen mit einer Gesamtfläche von weniger und mehr als 200 m² durchgeführt. Es wurde im Rahmen der Datenerhebung eine Zwei-Instrumenten-Strategie angewandt: Am 12. November 2021 startete die Befragung der Einzelbetriebe mittels eines elektronischen Fragebogens. Die Zentralen der Ketten- und Franchiseanbieter wurden ebenfalls ab dem 12. November

2021 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 2021.

Mit 255 verwertbaren Einzeldatenerhebungen und einer Beteiligung von Kettenbetreibern mit 2.518 Betriebsstätten und damit insgesamt 2.773 Datensätzen der 9.492 Anlagen (Teilnehmerquote: 29,2%) wurde die geforderte Mindestanzahl an verwertbaren Rückläufern von 620 zur Sicherung der Repräsentativität der Ergebnisse weit übertraffen.

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 2021 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

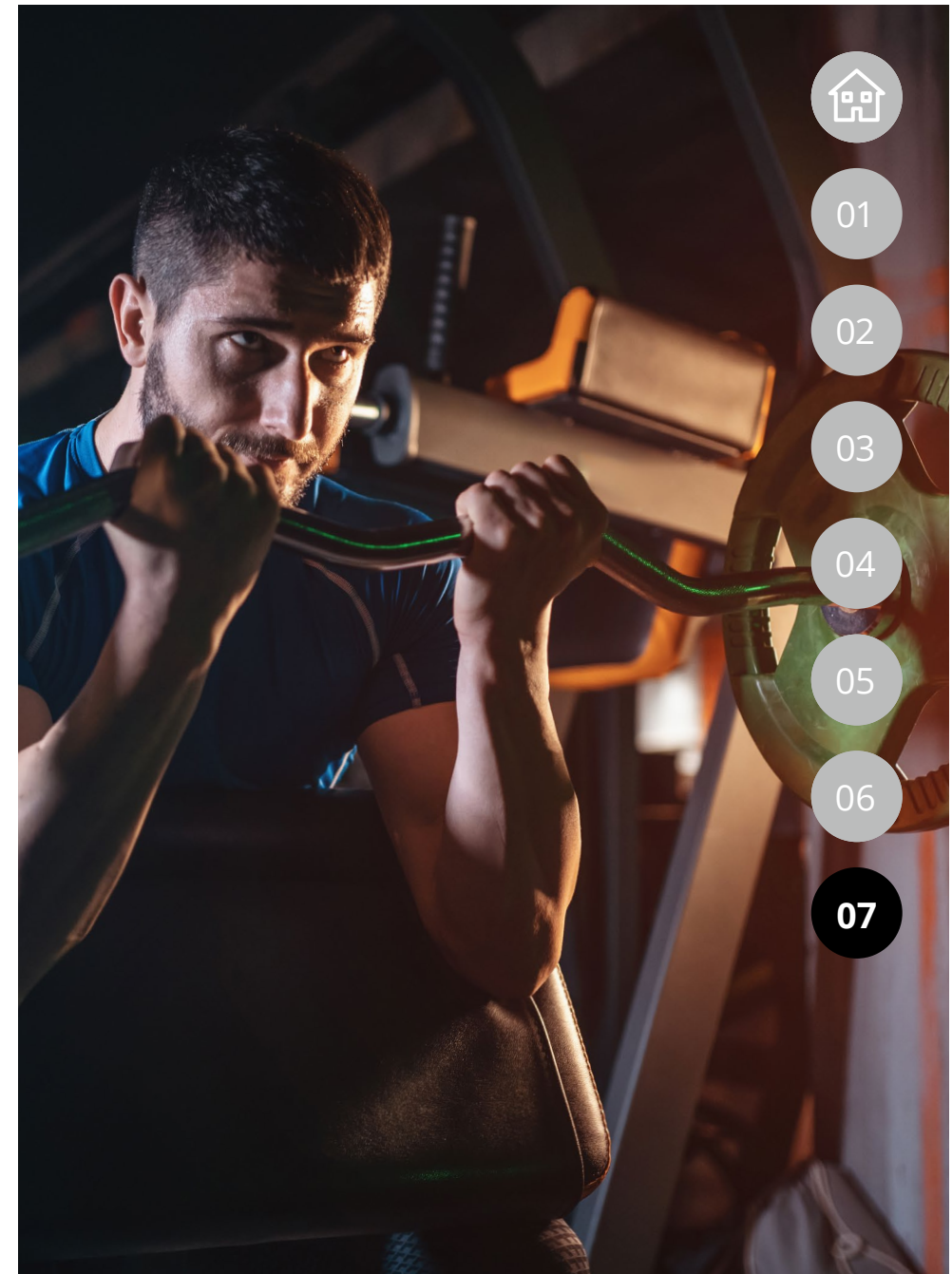
Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1 – Gesamtmarktzusammensetzung 2021
- Abb. 2 – Entwicklung der Umsätze, Mitgliedschaften und Anlagen seit 2017
- Abb. 3 – Umsatzentwicklung (netto) nach Betriebsstruktur
- Abb. 4 – Marktanteil der Mitgliedschaften nach Betriebsstruktur 2021 im Vergleich zu 2020
- Abb. 5 – Entwicklung der Penetrationsquote seit 2017
- Abb. 6 – Anlagenentwicklung nach Betriebsstruktur
- Abb. 7 – Durchschnittliche Mitgliederzahl pro Anlage in den Jahren 2020 und 2021
- Abb. 8 – Fitnesshäufigkeit der Befragten
- Abb. 9 – Fitnesshäufigkeit im Vergleich zu vor der Pandemie
- Abb. 10 – Mitglieder- und Anlagenzahl der Top-10-Kettenbetriebe Deutschlands nach Mitgliederzahl per Dezember 2021
- Abb. 11 – Mitglieder- und Anlagenentwicklung der Top-10-Kettenbetriebe im Jahr 2021
- Abb. 12 – Langfristige Entwicklung der Mitgliedschaften der Top-10-Kettenbetriebe (2017 bis 2021)
- Abb. 13 – Mitglieder- und Anlagenzahl weiterer ausgewählter Betreiber per Dezember 2021
- Abb. 14 – Anlagenzahl ausgewählter Mikrostudio-Betreiber
- Abb. 15 – Das Ökosystem der deutschen Fitnessindustrie
- Abb. 16 – Genutzte Fitnessbereiche von Fitnesstreibenden
- Abb. 17 – Genutzte Anleitung beim Training zu Hause
- Abb. 18 – Genutzte Ausrüstung beim Training zu Hause
- Abb. 19 – Anteil Mitgliedschaften bis zu sechs Monaten
- Abb. 20 – Indikative Übersicht der Öffnungs- und Schließungsperioden von Fitnessstudios in Europa
- Abb. 21 – Umsatzentwicklung in ausgewählten Märkten
- Abb. 22 – Anzahl M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt
- Abb. 23 – Marktkonsolidierung nach Anzahl und Art der Transaktionen 2021

Tabellenverzeichnis

- Tab. 1 – Prozentuale Entwicklung der Kernkennzahlen
- Tab. 2 – Prozentuale Entwicklung der Mitgliedschaften der Top-10-Kettenbetriebe, Kettenbetriebe insgesamt und Gesamtmarkt
- Tab. 3 – Ausgewählte M&A-Transaktionen im europäischen Fitnessmarkt 2021



Glossar

Aggregatoren

Aggregatoren sind Dienstleistungsunternehmen, die Fitness-, Gesundheits- und weitere Anlagen-typen 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 standort-unabhängig 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 von 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, Fitnessstudioketten, 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



01

02

03

04

05

06

07

Ihre Ansprechpartner



Stefan Ludwig

Partner

Leiter Sport Business Gruppe

Tel: +49 211 8772 4701

sludwig@deloitte.de



Karsten Hollasch

Partner

Leiter Consumer Business

Tel: +49 211 8772 2804

khollasch@deloitte.de



Christian Rump

Manager

Sport Business Gruppe

Tel: +49 211 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 bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die mehr als 345.000 Mitarbeiterinnen und 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.