



FITNESSBETRIEBE

Wir bewegen

Der Fitness-Markt in Österreich

Zahlen zu Fitness in rot-weiß-rot

Etwa 1.239 Fitness-Studios gibt es in Österreich, rund zwei Drittel davon allein in Wien, Niederösterreich, Steiermark und Oberösterreich (Wien: 212, NÖ: 228, STMK: 213, OÖ: 190). Der Gesamtumsatz heimischer Fitnesscenter belief sich im Jahr 2018 auf rund 554 Millionen Euro, wie eine Analyse von DELOITTE belegt. Die Zahl der eingeschriebenen Mitglieder in Fitness-Studios stieg auf 1.073.000. Das sind etwa 12,3 Prozent der Bevölkerung. Die Österreicher haben damit im europäischen Vergleich noch immer „Trainings-Rückstand“, sagt KommR. Gerhard Span, der als Obmann des WKÖ-Fachverbandes Freizeit- & Sportbetriebe für die gesamte Fitnessbranche spricht. Allein in den letzten 5 Jahren wuchs die Zahl der rot-weiß-roten Fitness-Mitglieder jedoch um knapp 300.000.“ Der durchschnittliche Monatspreis bei den Mitgliedschaften ist in Österreich in den letzten 2 Jahren um 15% gesunken und beträgt momentan ca. 43 Euro.

Interessant ist, dass sich der Fitness-Wachstumstrend in Österreich auch auf die Anzahl der Studio Standorte auswirkt. Dieser steigerte sich 2018 um 5,3% (2017: 5,9%; 2016: 6,1%). Träger dieses Wachstums sind ganz klar Diskontanbieter wie Fitinn, Happy Fit, Clever Fit und McFit, die mit Niedrigst-Flat-Fees die Werbekeule schwingen. Meist sind es stark reduzierte Services, die ihre billigen Grundgebühren erst möglich machen. Dies hat zur Folge, dass trotz der steigenden Mitgliederanzahlen der Gesamtumsatz der Branche stagniert. Und: Der Umsatz pro Fitness-Gast schrumpfte zum fünften Mal in Folge, denn in den Hallen der Low-Budget-Clubs gibt er keinen Cent mehr aus, als die Werbeangebote verlangen. Die Leidtragenden: die klassischen mittelpreisigen Multifunktionsstudios. Sie mussten ihre Erlöse im vergangenen Jahr um etwa 3,2% schrumpfen sehen – der Umsatz pro Mitglied ging in ihren Büchern sogar um mehr als fünf Prozent zurück.

„Wir erleben schon seit einiger Zeit einen harten Verdrängungswettbewerb. Aktuell zeigt sich ein ganz klarer Trend hin zur Spezialisierung des Angebots am Fitnessmarkt“, analysiert Branchensprecher Gerhard Span, der als Prokurist der Manhattan Fitnessanlagen (www.manhattan.at) täglich am Puls des Marktgeschehens ist.

„Qualifying“ für den Fitness-Job

Diese Entwicklung stellt auch immer höhere Ansprüche an die Dienstleistungsqualität der Mitarbeiter in den Studios. Die Branche arbeitet daher an einer Ausweitung des qualifizierten Fitness-Jobprofils. Ohne scharfes Leistungsprofil wird ein Fitnessanbieter vom Kunden gar nicht mehr wahrgenommen. Im Wesentlichen gruppieren sich die Studios heute um drei ganz klar abgegrenzte Marktpositionen, sagt Span: „Das sogenannte All-In-Konzept (6%), welches etwa auch bei Manhattan Fitness verfolgt wird, bietet den Gästen großflächige Multifunktionsstudios, in denen von Fitnesstraining – egal, ob allein, in der Gruppe oder mit Personal-Trainer – über medizinische und therapeutische Beratung bis hin zu Wellness-Angeboten alles zu finden ist.“ Diese Anbieter sind im Premium-Segment angesiedelt und legen sehr viel Wert auf Beratungsqualität, die individuelle Trainingsprogramme ermöglicht.

Premium- und Diskont-Markt profitieren in Österreich

Demgegenüber finden sich die Fitness-Diskont-Anbieter (18%), die in Österreich ebenfalls sehr stark boomen. „Dort erwartet die Gäste ein standardisiertes Trainings-Angebot zu einem monatlichen Flat-Fee-Beitrag, der zum Teil sogar schon unter 20,- EUR angeboten wird“, so Span. Zusatzleistungen müssen dafür gesondert bezahlt werden. Bei manchen Anbietern wird auch das Duschen nach dem Sport extra verrechnet.

Schließlich – und das sei der jüngste Trend – wendet sich eine stark wachsende Gruppe von Fitnessstudio-Betreibern ganz speziellen Kundengruppen zu (31%). Am begehrtesten sind zurzeit die Frauen, aber auch Senioren, die mit hoch spezialisiertem Marketing umworben werden.

Diese Bewegung sei natürlich nicht ausschließlich auf erfolgreiche Werbung zurückzuführen, sondern entspräche vielmehr einem gesellschaftlichen Trend. Noch Anfang der 90er Jahre war die Fitness-Branche ein männlich dominiertes Feld, speziell Krafttraining für Frauen war verpönt, erinnert sich Gerhard Span: „Heute ist in der Bevölkerung bereits viel stärker verankert, dass ein gekräftigter Bewegungs- & Stützapparat im Alltag vieles erleichtert. Von rund 6.700 Mitgliedern bei Manhattan Fitness etwa sind heute 50 Prozent Frauen. Um den künstlich angeschwollenen Bizeps geht's da längst nicht mehr!“

Gute Wachstumsaussichten bei Frauen und Älteren

Frauen gelten – vor allem im Alter – auch als die stärkeren Motivatoren, wenn's um den Besuch eines Fitness-Studios geht. „Für Frauen hat der Besuch einer Fitness-Einrichtung auch eine soziale Komponente. Sie nehmen ihre Partner mit.“ Dabei ist es häufig sogar von Vorteil, wenn diese in ihrem Leben zuvor wenig bis keinen Sport gemacht haben, sagt Gerhard Span. Bei ihnen ist die Bereitschaft ausgeprägter, einmal etwas Neues zu wagen, als beim klassischen Hobby-Tennispieler oder Schiläufer, der sich in seinem Sport bereits zu Hause fühlt.

Das Potenzial, „Neugierige“ zur Fitness zu bringen, ist in Österreich jedenfalls groß. Laut Studie des Instituts für Freizeitforschung haben 68 Prozent der Österreicher überhaupt noch nie ein Fitnesscenter besucht. Das größte Wachstums-Potenzial im Markt sieht Fitness-Branchen-Sprecher Span derzeit bei den über 50-Jährigen: „Dass heute schon jedes vierte Fitnessclub-Mitglied Rentner ist, lässt sich 1:1 aus der Bevölkerungsentwicklung ableiten, die genau in diese Richtung weist.“ Während nämlich zwischen 2002 und 2007 die Altersgruppe der Österreicher bis 39 Jahre um 100.000 Personen schrumpfte, wuchs jene der 50plus um 200.000.

Betriebliche Gesundheitsvorsorge – Bewegung und Gesundheit in Unternehmen integrieren

Seit 2017 haben Firmen endlich die Möglichkeit, ziel- und wirkungsorientierte Programme im Bereich Gesundheitsförderung und -prävention für ihre Mitarbeiter steuerlich abzusetzen. „Damit wurde eine langjährige Forderung der Wirtschaft erfüllt. Entsprechende Kompetenzprogramme in unterschiedlichsten Bereichen, wie etwa Bewegung (z.B. zur Stärkung der Rückenmuskulatur, des gesamten Stütz- und Bewegungsapparates, zum Aufbau von Kondition oder zur Vorbeugung von Herz-Kreislaufkrankungen) – können nun von Unternehmen gemeinsam mit gewerblichen Fitnessbetrieben erarbeitet und steuerlich abgesetzt werden“, zeigt sich Span zufrieden.

Der Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe in der Wirtschaftskammer Österreich vertritt die Interessen von 34 Berufsgruppen und rund 20.000 Betrieben. Diese leisten einen wesentlichen Beitrag zur direkten und indirekten Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in der Höhe von rund 46,5 Milliarden Euro. Das sind 14,8 Prozent des BIP. Mit der Website www.fitnessbetriebe.at stellt er eine Branchenplattform für gewerbliche Studios und Fitnessinteressierte zur Verfügung.

Zur Person – KommR. Gerhard Span:

KommR. Gerhard Span wurde 1955 in Wien geboren. Sport hatte in seinem Leben immer einen hohen Stellenwert. So war er Mitglied im ÖSV-Juniorenkader, allerdings beendete ein schwerer Skiunfall mit 19 seine Profikarriere. Dem Sport blieb er als Ski- und Tennislehrer trotzdem treu. Nach seiner Lehrtätigkeit für die „Turn- und Sportanstalt an den pädagogischen Akademien Wien“ (TSA), wurde ihm später die Leitung der TSA-Schischule übertragen. Seit 1988 ist Span Prokurist der Manhattan Süd Fitnessanlagen GmbH (www.manhattan.at). Das Unternehmen verfügt heute über zwei Standorte in Wien Heiligenstadt (Nord) sowie am Campus 21 in Brunn am Gebirge/NÖ (Süd). Aktuell frequentieren rund 7.700 Mitglieder die Einrichtungen von Manhattan Fitnessanlagen. Seit 2000 engagiert sich Gerhard Span in der Sparte Tourismus der Wirtschaftskammer Österreich als Obmann des Fachverbandes Freizeit- & Sportbetriebe (<http://wko.at/freizeitbetriebe>) und wurde 2015 erneut in dieser Funktion als Sprecher der gesamtösterreichischen Fitness-Branche bestätigt.