

Der umfassende Branchenreport 2015

Eckdaten der schweizerischen Fitnessbranche

Berufsbildung

Die eidgenössischen Abschlüsse
in der Bewegungsbranche



Volksinitiative «Ja zur Bewegungsmedizin»

Bewegung wirkt wie ein Medikament



Fitness Guide

Positionierung und Angebot auf einen Blick

Fitnessguide



Kräftig altern

Länger beweglich und mobil bleiben



Inhaltsverzeichnis

Die Autoren der Studie	8	5. Die Kunden von Fitnessunternehmen	48
I. Vorwort	9	5.1 Kunden pro Unternehmen	48
II. Methodik der Studie	10	5.2 Neukunden / Fluktuation	48
III. Erläuterungen	11	5.3 Durchschnittsalter	49
IV. Begriffsdefinitionen von Fitnessunternehmen	11	5.4 Geschlecht	50
V. Zahlen, Daten, Fakten	12	5.5 Ausgewählte Ergebnisse der Kundenbefragungen	50
1. Die Fitnessunternehmen in der Schweiz	12	6. Investitionen	54
1.1 Positionierung	12	6.1 Informationsquellen	54
1.2 Anschluss an Franchise-Unternehmen	12	6.2 Investitionsbereitschaft 2015/2016	53
1.3 Ausrichtung der gemischten Fitnessunternehmungen	13	6.3 Investitionssummen 2015/2016	55
1.4 Grösse der Fitnessunternehmungen	14	6.3.1 Investitionen 2015	56
1.5 Verteilung der Fläche auf einzelne Bereiche	14	6.3.1 Investitionen 2016	57
1.6 Marktstrukturen / Kettenbetriebe	16	6.4 EDV-Ausstattung (Verwaltungssoftware)	57
1.7 Präventionsbeiträge von Krankenversicherungen an Fitnessabos	17	6.5 Geplante Investitionen für Prävention/Gesundheit	57
1.8 Qualitätslabel Fitness Guide	18	7. Entwicklungen/Trends	58
1.9 Qualitätslabel Qualitop	19	7.1 Problemfelder im eigenen Umfeld	58
2. Angebotsstruktur der Fitnessunternehmen	20	7.2 Einschätzung Fitnesstrend für die nächsten zwei Jahre	60
2.1 Angebotene Dienstleistungen	20	7.3 Erwarteter persönlicher Trend 2015	60
2.2 Trainingsgeräte / Wellnesseinrichtungen	22	7.4 Kooperationen von Fitnessclubs mit Partnerunternehmen	62
3. Die Unternehmensstrukturen und die finanziellen Kennzahlen	24	7.5 Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Unternehmen	63
3.1 Jahresumsatz	24	7.6 Zukünftige Zielgruppen	64
3.2 Durchschnittlicher Jahresbeitrag	25	7.7 Zukunft Umsatzpotenzial	65
3.3 Vertragsdauer	26	7.8 Kürzere Trainingskonzepte	66
3.4 Monatliche Zusatzeinnahmen	27	7.9 Messung von Trainingszielen	67
3.5 Rechtsform	27	7.10 Instrumente zur Messung von Trainingszielen	68
3.6 Zugehörigkeit Unternehmensgruppe / Franchise / Standorte	27	7.11 Wachstumsmarkt Gesundheit	69
3.7 Unternehmensentwicklung in den letzten drei Jahren	28	7.12 Dienstleistungen im Bereich Gesundheit	70
3.8 Marketing / Werbung / Verkauf	30	8. Dienstleistungen des SFGV für seine Kunden	72
3.9 Jahresabschluss / Revision / Budget / Leasing	31	8.1 Berufsbildung – Die eidgenössischen Abschlüsse in der Bewegungsbranche	72
3.10 Finanzierung / Banken	32	8.2 Volksinitiative «Ja zur Bewegungsmedizin»	74
3.11 Immobilie / Miete / Besitz / Mietpreise	34	8.3 Fitness Guide – Ein wichtiges Label für eine wichtige Branche	78
3.12 Personalkosten	35	8.4 Kräftig altern – Förderung der Volksgesundheit dank Muskelkraft	80
4. Die Mitarbeiter in Fitnessunternehmen	36	9. Statistische Daten der Befragten	82
4.1 Anzahl der Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter	36	10. Auf einen Blick	86
4.2 Anzahl der Mitarbeiter nach Vertragsstatus	37	10.1 Eckdaten 2015	86
4.3 Funktionen der Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter	38	10.2 Ausstattung – Kunden – Beschäftigte	88
4.4 Durchschnittsalter der Mitarbeiter / Altersstruktur	40	10.3 Investitionen 2015/2016	89
4.5 Mitarbeiter nach Geschlecht	40	11. Disclaimer	90
4.6 Berufsqualifikation	41	Impressum	91
4.7 Bedeutung der Fortbildung	41		
4.8 Teilnahme an Schulungen und Fortbildungen – Themengebiete	42		
4.9 Ausbildungsinstitutionen	44		
4.8 Teilnahme an Schulungen / Fortbildungen – Anzahl Mitarbeiter	42		
4.11 Ausgewählte Ergebnisse von Mitarbeiterbefragungen des FIW Würtenberger	46		
4.12 Berufsbildung	47		



Bild: © Soledor



Bild: © HWS Huber Wüstemann Schule, Bewegung und Gesundheit



Bild: © Technogym



Bild: © SAFS

