

# Branchenreport 2018

Eckdaten der schweizerischen Fitness- und Gesundheitsförderungsbranche

## Bildung

- 3 eidgenössische Bildungsabschlüsse
- Einordnungsraster für die Berufsqualifikationen (EBQ) in der Bewegungsbranche



## Marktentwicklung

30% Zunahme der Fitness-Center  
in der Schweiz in den letzten 3 Jahren



## Marksegmentierung

- Traditioneller Fitness-Markt mit Fitness-Sportlern
- Gesundheitsmarkt – gesundheitsorientiertes Training mit Zielgruppen 50 plus

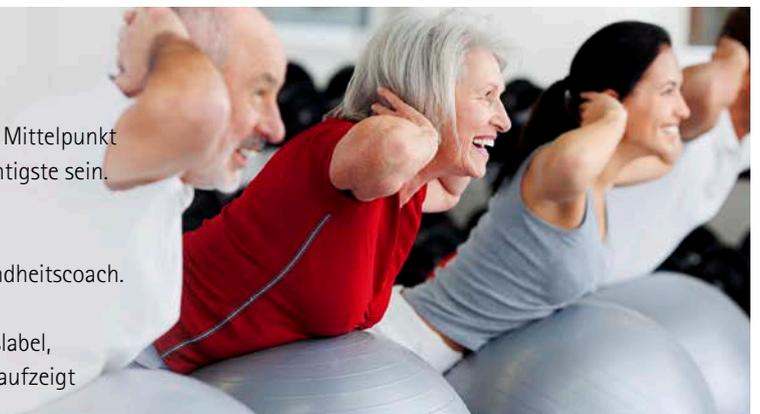


## Marktpositionierung

**Fitnessguide** - Dort wo der Mensch und seine Gesundheit im Mittelpunkt steht, muss persönliche Fachkompetenz der Coaches das Wichtigste sein.

Finden sie für Ihre individuelle Betreuung im zertifizierten Fitness- und Gesundheitscenter bei ihrem persönlichen Gesundheitscoach.

Weil die Qualität entscheidet – einziges zertifiziertes Qualitätslabel, das die individuellen Leistungen der Fitnessunternehmungen aufzeigt



## Inhaltsverzeichnis

	<b>Auf einen Blick</b> .....	<b>8</b>
a	Das Wichtigste in Kürze .....	8
b	Eckdaten 2018 .....	10
c	Ausstattung / Kunden / Beschäftigte .....	12
d	Investitionen 2018 / 2019 .....	13
I.	Vorwort .....	15
II.	Methodik der Studie .....	16
III.	Erläuterungen .....	17
IV.	Begriffsdefinitionen von Fitnessunternehmen .....	17
V.	Zahlen, Daten, Fakten .....	18
	<b>1. Der Markt der Fitnessunternehmen in der Schweiz</b> .....	<b>18</b>
1.1	Angebotsstruktur .....	18
1.2	Anschluss an Franchise-Unternehmen/Unternehmensgruppe .....	18
1.3	Ausrichtung der Fitnessunternehmungen .....	19
1.4	Grösse der Fitnessunternehmungen .....	20
1.5	Verteilung der Fläche auf einzelne Bereiche .....	20
1.6	Marktentwicklung .....	22
1.7	Marktstrukturen / Kettenbetriebe .....	22
1.8	Marktsegmentierung .....	23
1.9	Die Fitness-Branche entwickelt sich zum Spezialisten für Bewegung und Gesundheit .....	25
1.10	Marktpositionierung .....	30
1.11	Präventionsbeiträge von Krankenversicherungen an Fitness-Abos .....	31
1.12	Fitnessguide – Positionierung und Angebot auf einen Blick .....	32
1.13	Qualitätslabel Fitnessguide .....	33
1.14	Qualitätslabel Qualitop .....	33
1.15	IG Fitness Schweiz .....	34
1.16	Marktverteilung der beiden Qualitätslabel .....	35
	<b>2. Angebotsstruktur der Fitnessunternehmen</b> .....	<b>36</b>
2.1	Angebotene Dienstleistungen .....	36
2.2	Trainingsgeräte / Wellnesseinrichtungen .....	38
	<b>3. Die Unternehmensstrukturen und die finanziellen Kennzahlen</b> .....	<b>40</b>
3.1	Jahresumsatz .....	40
3.2	Durchschnittlicher Jahresbeitrag .....	41
3.3	Vertragsdauer .....	42
3.4	Monatliche Zusatzeinnahmen .....	43
3.5	Rechtsform .....	43
3.6	Zugehörigkeit Unternehmensgruppe / Franchise / Standorte .....	43
3.7	Unternehmensentwicklung in den letzten drei Jahren .....	44
3.8	Marketing / Werbung / Verkauf .....	48
3.9	Jahresabschluss / Revision / Budget / Leasing .....	49
3.10	Finanzierung / Banken .....	50
3.11	Immobilie / Miete / Besitz / Aufwand .....	52
3.12	Personalkosten .....	53

<b>4. Die Mitarbeiter in Fitnessunternehmen</b>	<b>54</b>
4.1 Anzahl der Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter	54
4.2 Anzahl der Mitarbeiter nach Vertragsstatus	55
4.3 Funktionen der Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter	56
4.4 Durchschnittsalter der Mitarbeiter/Altersstruktur	58
4.5 Mitarbeiter nach Geschlecht	58
4.6 Berufsqualifikation	59
4.7 Stellenwert staatlicher Abschluss, EFZ oder Fachausweis	59
4.8 Bedeutung der Fortbildung	61
4.9 Teilnahme an Schulungen und Fortbildungen/Themengebiete	61
4.10 Ausbildungsinstitutionen	65
4.11 Ausgewählte Ergebnisse von Mitarbeiterbefragungen des FIW	66
4.12 Berufsbildung	67
<b>5. Die Kunden von Fitnessunternehmen</b>	<b>72</b>
5.1 Kunden pro Unternehmen	72
5.2 Neukunden/Fluktuation	72
5.3 Durchschnittsalter	73
5.4 Geschlecht	74
5.5 Ausgewählte Ergebnisse der Kundenbefragungen	74
<b>6. Investitionen 2018/2019</b>	<b>78</b>
6.1 Informationsquellen	78
6.2 Investitionsbereitschaft 2018/2019	78
6.3 Investitionssummen 2018/2019	80
6.4 EDV-Ausstattung (Verwaltungssoftware)	83
6.5 Geplante Investitionen für Prävention/Gesundheit	83
<b>7. Entwicklungen/Trends</b>	<b>84</b>
7.1 Problemfelder im eigenen Umfeld	84
7.2 Einschätzung Fitness-Trend für die nächsten zwei Jahre	86
7.3 Erwarteter persönlicher Trend für 2018	87
7.4 Kooperationen von Fitness-Clubs mit Partnerunternehmen	88
7.5 Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Unternehmen	89
7.6 Zukünftige Zielgruppen	90
7.7 Zukünftiges Umsatzpotenzial	91
7.8 Kürzere Trainingskonzepte	92
7.9 Messung von Trainingszielen	93
7.10 Instrumente zur Messung von Trainingszielen	94
7.11 Wachstumsmarkt Gesundheit	95
7.12 Dienstleistungen im Bereich Gesundheit	96
<b>8. Dienstleistungen des SFGV für seine Kunden</b>	<b>97</b>
8.1 Unbetreute Öffnungszeiten	105
8.2 Kräftig altern – Förderung der Volksgesundheit dank Muskelkraft	107
<b>9. Statistische Daten der Befragten</b>	<b>108</b>
<b>10. Disclaimer</b>	<b>112</b>