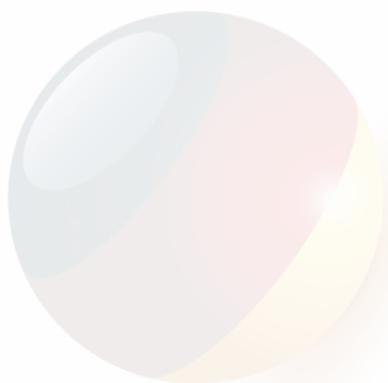




Studienbrief

Fitnessmarkt



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Vorwort von Albert Busek	3
Ergänzende Hinweise zum Studienbrief.....	10
Übergeordnete Lernziele des Studienmoduls.....	11
1 Verständnis und Bedeutung der Fitnessökonomie	13
1.1 Der Begriff „Fitnessökonomie“	14
1.2 Theoriegerüst der Fitnessökonomie	17
1.3 Neue Institutionenökonomie (NIÖ) im Fitnesssport am Beispiel der Prinzipal-Agent-Theorie	21
1.4 Emotionsmanagement im Fitnesssport.....	28
2 Einführung in den Fitnessmarkt	36
2.1 Grundlagen der Marktlehre	36
2.1.1 Was ist ein Markt?	38
2.1.2 Wie funktioniert ein Markt?	41
2.2 Anbieter und Nachfrager von Fitness.....	42
2.3 Branchenanalyse Porter Five Forces	43
2.4 Exkurs: Sportsatellitenkonto (SSK)	46
2.5 Theoretische Betrachtung des Fitnessmarkts	49
2.6 Vom historischen Ursprung der Fitness-Studios bis heute.....	50
2.6.1 Antike	50
2.6.2 Mittelalter	51
2.6.3 Neuzeit.....	52
2.6.4 19. Jahrhundert	52
2.6.5 Nach dem Zweiten Weltkrieg bis heute	54
2.7 Die Bedeutung von Fitness in der Gesellschaft	59
3 Der Fitnessmarkt im deutschsprachigen Raum.....	64
3.1 Fitness- und Gesundheits-Anlagen.....	65
3.1.1 Nationale Daten – Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft.....	65
3.1.2 Fitnessanbieter: Rankings	69
3.1.3 Weitere Publikationen der Branchendaten des Fitnessmarktes	69
3.1.4 Spezialangebote von Fitness- und Gesundheits-Anlagen	71
3.1.4.1 Functional Training	71
3.1.4.2 Zirkeltraining	72
3.1.4.3 EMS-Training.....	73
3.1.4.4 Vibrationstraining	74
3.1.4.5 Ernährungskonzepte.....	75
3.1.4.6 Krankenkassen	76
3.1.4.7 Präventionssport nach § 20 SGB V	76
3.1.4.8 Rehabilitationssport nach § 64 SGB IX	78
3.1.4.9 Personal Training	80
3.2 Fitnessindustrie	84

3.2.1	Gerätehersteller	84
3.2.1.1	Technogym – The Wellness Company	85
3.2.1.2	gym80 International	87
3.2.1.3	Milon Industries.....	89
3.2.1.4	miha bodytec.....	90
3.2.1.5	Power Plate.....	91
3.2.1.6	Exkurs: Globale Kennzahlen der kommerziellen Geräteindustrie	93
3.2.2	Nahrungsergänzungsmittelhersteller	96
3.2.2.1	All-Stars.....	98
3.2.2.2	Multipower	99
3.2.2.3	Inkospor	99
3.2.3	Softwarehersteller.....	100
3.2.3.1	easySolution.....	101
3.2.3.2	Magicline	103
3.2.3.3	M.A.C. Centercom	103
3.3	Verbände	105
3.3.1	Begriff und allgemeine Handlungsfelder von Verbänden.....	105
3.3.2	Allgemeine Funktion und Rolle von Verbänden in der Gesellschaft	106
3.3.3	Allgemeine Aufgaben von Verbänden	107
3.3.4	Gliederung und Einteilung von Verbänden.....	108
3.3.5	Fitness- und Sportverbände: Die Keyplayer in Deutschland.....	109
3.3.5.1	Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen e.V. (DSSV)	110
3.3.5.2	Deutscher Industrieverband für Fitness und Gesundheit e.V. (DIFG)	112
3.3.5.3	Deutscher Fitness und Aerobic Verband e.V. (DFAV)	113
3.3.5.4	Bundesverband Gesundheitsstudios Deutschland e.V. (BVGSD).....	113
3.3.5.5	Verband Deutscher Fitness- und Gesundheitsunternehmen e.V. (VDF).....	114
3.3.5.6	Deutscher Bodybuilding und Fitness Verband e.V. (DBFV).....	115
3.3.5.7	Bundesverband Personal Training e.V. (BPT).....	115
3.4	Unternehmensberatungen	116
3.4.1	Berufsbild Unternehmensberater	116
3.4.2	Aufgaben einer Unternehmensberatung.....	117
3.4.3	Worauf bei Unternehmensberatungen geachtet werden sollte	119
3.4.4	Beispielhafte Unternehmensberatungen für die Fitnessbranche	120
3.5	Berufsausbildungen und Weiterbildungen	121
3.5.1	Exkurs: Das Bildungssystem in Deutschland	121
3.5.1.1	Subakademische Berufsausbildungen im Allgemeinen	122
3.5.1.2	Akademische Berufsausbildungen im Allgemeinen	123
3.5.2	Berufsausbildungsmöglichkeiten in der Fitnessbranche	124
3.5.2.1	Subakademische Berufsausbildungen.....	125
3.5.2.2	Akademische Berufsausbildungen	126
3.5.3	Weiterbildungsmöglichkeiten in der Fitnessbranche	128
3.5.3.1	Subakademische Weiterbildung.....	130
3.5.3.2	Akademische Weiterbildung	131
3.6	Zertifizierungen.....	132
3.6.1	Ausgewählte Zertifizierungsmöglichkeiten in der Fitnessbranche	134
3.6.1.1	Vorteile einer Studio-Zertifizierung.....	135
3.6.1.2	DIN EN 17229 und DIN 33961: Sicherheits-/ Notfallmanagement.....	137
3.6.1.3	DIN 33961: Personalanforderungen	137
3.6.2	Zertifizierung nach ZertFit	144
3.7	Kongresse und Events	145
3.7.1	Bedeutung und Entwicklung von Events.....	146
3.7.2	Begriffserklärung und Abgrenzung von Events.....	149
3.7.3	Kongresse	152
3.7.4	Ausgewählte Kongresse und Events im deutschsprachigen Raum	153

3.7.4.1	MEDICA	155
3.7.4.2	ACISO Congress.....	155
3.7.4.3	aquanale.....	156
3.7.4.4	FSB.....	156
3.7.4.5	ISPO.....	157
3.7.4.6	Meet the Top	157
3.7.4.7	Corporate Health Convention	158
3.7.4.8	FIBO.....	158
3.7.4.9	World Fitness Day	159
3.7.4.10	Krämer Fitness Event	160
3.7.4.11	Body LIFE Award-Verleihung	160
3.7.4.12	Aufstiegskongress	161
3.7.5	Ausgewählte Kongresse und Events international.....	162
3.7.5.1	IHRSA.....	162
3.7.5.2	European Health & Fitness Forum	163
3.7.5.3	Rimini Wellness.....	163
3.7.5.4	Sportmesse Salzburg.....	164
3.7.5.5	FitnessExpo	164
3.8	Medien der Fitnessbranche	165
3.8.1	Magazine und Zeitschriften	165
3.8.1.1	Magazine für den Endverbraucher.....	165
3.8.1.2	Magazine für Fachleute	167
3.8.2	Online-Kanäle.....	169
3.8.3	Fitness Management International.....	171
4	Fitness-Ecosystem	178
4.1	Home-Fitness	179
4.2	Digitalisierung.....	180
4.2.1	Online-Fitness-Studio	183
4.2.2	Fitness-Applikationen (Fitness-Apps)	184
4.2.3	Wearables	185
4.2.4	Gamification.....	186
4.2.5	Cyber-Kurse.....	188
4.3	Influencer	191
4.3.1	Social Media.....	193
4.3.2	Blogger	195
4.4	Ausblick	196
4.4.1	Fitnessbranche im Wandel	196
	Nachwort.....	201
	Anhang	203
	Lösungen und Kommentare zu den Übungen, Glossar und Literatur des Studienbriefs in ILIAS.....	203
	Prüfungsleistung Klausur.....	203
	Tabellenverzeichnis.....	204
	Abbildungsverzeichnis.....	204

2 Einführung in den Fitnessmarkt



Lernziele

Nach der Bearbeitung des Kapitels

- wissen Sie, was man unter einem „Markt“ versteht,
 - wissen Sie, wie ein Markt funktioniert,
 - können Sie unterschiedliche Fitness-Anbieter unterscheiden,
 - können Sie die Vielfalt der Fitness-Nachfrage darstellen,
 - können Sie einen Markt anhand der Five-Forces-Analyse nach Porter analysieren,
 - können Sie die Bedeutung von Fitness in der Gesellschaft sowie der Volkswirtschaft einschätzen,
 - kennen Sie die bedeutende Rolle der griechischen Antike, welche die ersten Grundsteine für den Fitnessmarkt gelegt hat,
 - wissen Sie, welche drei europäischen Strömungen im 19. Jahrhundert die Körperkultur ausgemacht haben,
 - sind Sie in der Lage, die Entwicklung von Fitness-Studios in Deutschland ab dem Zweiten Weltkrieg bis heute zusammenzufassen.
-

Wie bereits im Kapitel „Verständnis und Bedeutung der Fitnessökonomie“ beschrieben, befasst sich die Ökonomie im Allgemeinen mit der Untersuchung und Erforschung der Wirtschaft. Sie unterteilt sich grundsätzlich in zwei Teilwissenschaften – in die Volkswirtschaftslehre und in die Betriebswirtschaftslehre. Die Volkswirtschaftslehre betrachtet die gesamtwirtschaftlichen Prozesse und Zusammenhänge sowohl national als auch international, während die Betriebswirtschaftslehre den wirtschaftlichen Aspekt eines Unternehmens innerhalb einer Volkswirtschaft zum Gegenstand hat. Jeder Ökonom sollte daher über einen allgemeinen Einblick und über wesentliche Grundkenntnisse in beiden Bereichen verfügen.

2.1 Grundlagen der Marktlehre

In der Volkswirtschaftslehre werden die Teilbereiche Makroökonomie und Mikroökonomie unterschieden. Die Makroökonomie befasst sich mit den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhängen ganzer Sektoren, sogenannter Globalgrößen. Diese übergeordneten Globalgrößen entstehen aus der Aggregation einzelwirtschaftlicher Aspekte. Ziel der Makroökonomie ist es, übergeordnete Zusammenhänge erkennen und abschätzen zu können. Allerdings gehen bei der Aggregation der einzelwirtschaftlichen Daten zu Gesamtgrößen auch Informationen verloren (Gabler Wirtschaftslexikon, 1997, S. 2526). Mit diesen einzelwirtschaftlichen Daten befasst sich daher die

Mikroökonomie. Sie untersucht die einzelnen Wirtschaftssubjekte. Hauptuntersuchungsgegenstand sind im Wesentlichen die einzelnen Akteure einer Wirtschaftsgesellschaft wie Haushalte, Unternehmen und auch der Staat selbst. Die einzelnen Unternehmen einer Volkswirtschaft können nicht isoliert betrachtet werden, da jedes Unternehmen vielfältige Beziehungen zu seiner Umwelt unterhält und damit Teil eines Ganzen ist. Dieses System aus Unternehmen, Märkten sowie Rahmenbedingungen nennt man Wirtschaftssystem.

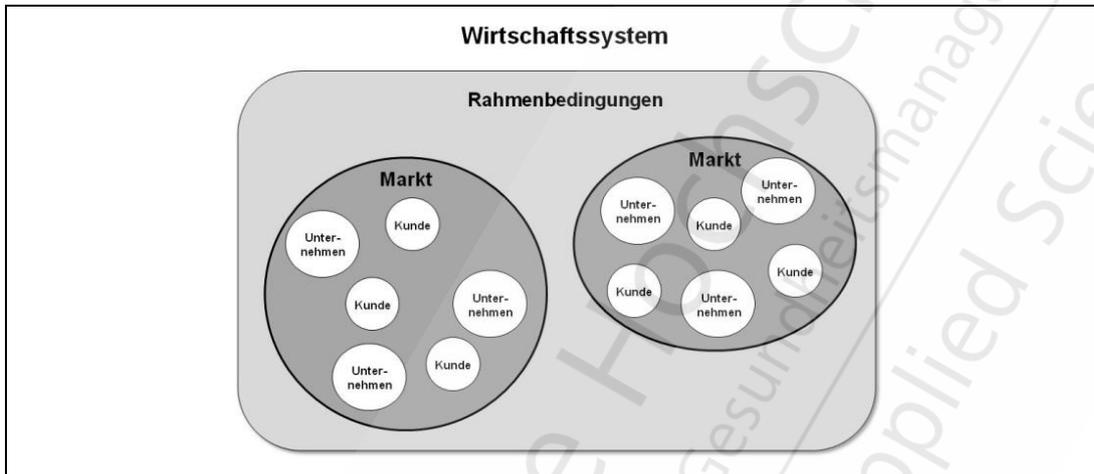


Abb. 10: Wirtschaftssystem (© BSA/DHfPG)



Beispiel

Für ein Fitness-Studio benötigen Sie zunächst eine bestimmte Ausstattung (zum Beispiel Räumlichkeiten, Fitnessgeräte, Theke). Sie benötigen ein Kundenpotenzial und unterhalten Geschäftsbeziehungen zu unterschiedlichen Unternehmen (Banken, Lieferanten für Cardio- und Kraftgeräte). Damit sind Sie bereits zum Teil eines Wirtschaftssystems geworden.

Generell lassen sich zwei grundlegend verschiedene Wirtschaftssysteme unterscheiden: die Marktwirtschaft und die Planwirtschaft. Charakteristisch für eine Marktwirtschaft sind die dezentrale, nicht staatliche Steuerung der wirtschaftlichen Prozesse und die Regulierung des Marktes über das freie Spiel von Angebot und Nachfrage. Die Unternehmen haben in ihrem Handeln weitgehende Entscheidungsfreiheit. Bei der Planwirtschaft hingegen greift eine zentrale Instanz – in der Regel der Staat – in die Entscheidungsautonomie der Unternehmen ein und plant und koordiniert den wirtschaftlichen Leistungserstellungsprozess. Die wesentlichen Unterschiede dieser beiden Wirtschaftssysteme werden in der folgenden Gegenüberstellung aufgezeigt:

Tab. 2: Unterschiede der Wirtschaftssysteme (Olfert & Rahn, 2010, S. 25)

	Marktwirtschaft	Planwirtschaft
Leistungserstellung	Erwerbswirtschaftliches Prinzip • Streben nach Gewinn	Planbestimmte Leistungserstellung • Mehrjahrespläne
Ordnungsprinzip (Abhängigkeit des Unternehmens)	Autonomieprinzip • Selbstständigkeit des Unternehmers	Organprinzip • Betrieb als unselbstständiges Organ
Betriebsführung	Alleinbestimmungsprinzip • Entscheidungsfreiheit des Unternehmers	Mitbestimmung • Mitwirkung der Belegschaft

Eine derart klare Trennung findet man in der Realität in der Regel nicht. Im Gegenteil: Meistens findet man verschiedene Mischformen beziehungsweise Untergruppen. Auch das Wirtschaftssystem der Bundesrepublik Deutschland stellt eine Mischform dar, die als soziale Marktwirtschaft bezeichnet wird. Grundlegend ist das deutsche Wirtschaftssystem der Marktwirtschaft zuzuordnen, jedoch werden nicht alle Bereiche dem freien Spiel der Kräfte von Angebot und Nachfrage ausgesetzt. Eine soziale Marktwirtschaft ist ein gemischtwirtschaftliches System, in das der Staat korrigierend eingreift. Ziel dabei ist es, das Prinzip der Freiheit auf dem Markt mit dem sozialen Ausgleich zu verbinden (Olfert & Rahn, 2010, S. 21).

Beispiele für das staatliche Eingreifen sind unter anderem das deutsche Sozialversicherungssystem und die aktive Arbeitsmarktpolitik.



Merke

Ein **Wirtschaftssystem** ist ein System aus Unternehmen, Märkten, Rahmenbedingungen und deren Beziehungen untereinander.

2.1.1 Was ist ein Markt?

Ein wichtiger Teil eines Wirtschaftssystems ist der Markt. In der volks- und betriebswirtschaftlichen Literatur findet man eine Reihe unterschiedlicher und umfangreicher Definitionen des Begriffes „Markt“. Ein Markt ist ein ökonomischer Ort des Tausches, wo Angebot und Nachfrage zusammentreffen und eine Preisbildung erfolgt (Sell, 2009, S. 3). Der Markt besteht damit „aus potentiellen Kunden mit Bedürfnissen oder Wünschen, die willens und fähig sind, durch einen Austauschprozess die Bedürfnisse oder die Wünsche zu befriedigen“ (Kotler, Keller & Bliemel, 2007, S. 16).

Im Rahmen dieses Studienbriefes soll der „Markt“ wie folgt beschrieben werden:



Definition – Markt

Der **Markt** ist Teil eines Wirtschaftssystems, auf dem die Austauschbeziehungen zwischen Anbieter und Nachfrager erfolgen (Mankiw, 2004, S. 67).

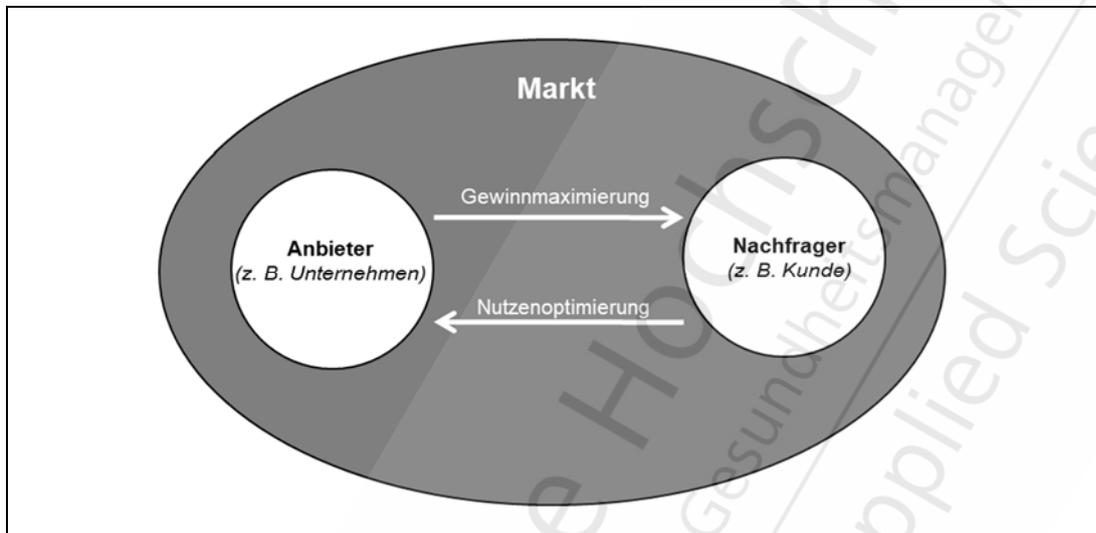


Abb. 11: Der Markt (© BSA/DHfPG)

Allerdings gibt es nicht nur einen einzigen Markt, sondern ein Unternehmen ist in einer Vielzahl von verschiedenen Märkten aktiv. Für die meisten Unternehmen stellen der Beschaffungs- und der Absatzmarkt zwei der wichtigsten Märkte dar. Ein Goldschmied benötigt beispielsweise Lupen, Maschinen, Gold und Edelsteine, die er auf dem Beschaffungsmarkt erhält. Auf dem Absatzmarkt verkauft der Goldschmied anschließend seine Leistungen (Ringe, Ohrringe, Ketten) an seine Kunden. Weitere wichtige Märkte sind zum Beispiel der Personal- und der Arbeitsmarkt.

Folgende Tabelle gibt eine kleine Auswahl der für ein Unternehmen wichtigen Märkte. Wie die Beispiele zeigen, lässt sich jeder Markt in weitere Untermärkte gliedern.

Tab. 3: Unterschiedliche Ausprägungen von Märkten (© BSA/DHfPG)

Märkte	Beispiele
Beschaffungsmarkt für Verbrauchsgüter	Rohstoffe, Nahrungsergänzungen
Beschaffungsmarkt für Investitionsgüter	Maschinen, Gebäude, Geräte
Personal-/Arbeitsmarkt	Arbeiter, Manager, Trainer, Reinigungspersonal
Absatzmarkt	Kunden/Mitglieder, Konkurrenz

Wie in der Definition beschrieben, finden auf diesen Märkten „Austauschbeziehungen“ statt, das heißt, die verschiedenen Anbieter und Nachfrager tauschen verschiedene Leistungen aus.



Beispiel

Auf dem Arbeitsmarkt wird das Gut „Arbeitsleistung“ gegen das Gut „Lohn“, also Geld getauscht. Das bedeutet für einen Unternehmer: Sein Angestellter arbeitet 20-Stunden im Unternehmen und erhält dafür den mit dem Unternehmer vereinbarten Betrag. Dadurch wird Arbeitsleistung gegen Geld getauscht.

Die Betriebswirtschaftslehre betrachtet alles (wirtschaftliche) Handeln, das sich in Betrieben vollzieht. Gegenstand sind alle im Unternehmen ablaufenden Prozesse. Vereinfacht dargestellt befasst sich die Betriebswirtschaft ganz allgemein mit Unternehmen. Im Gegensatz zur Volkswirtschaft befasst sich die Betriebswirtschaftslehre mit den einzelnen Wirtschaftssubjekten und deren Verhalten im Markt.

Die Notwendigkeit wirtschaftlichen Handelns ergibt sich aus den nahezu unbegrenzten Bedürfnissen der Menschen auf der einen Seite und der Knappheit der Güter beziehungsweise der Mittel auf der anderen Seite. Dieses Spannungsfeld besteht auch für Unternehmen, so dass diese ebenfalls zum Wirtschaften gezwungen sind.

Jedes Unternehmen handelt nach dem erwerbswirtschaftlichen Prinzip. Danach ist es das oberste Ziel jedes Unternehmens, (einen möglichst großen) Gewinn zu erzielen. Auf der Basis des erwerbswirtschaftlichen Prinzips haben sich für Unternehmen drei wirtschaftliche Handlungsmaximen, die auch als das „magische Dreieck der Betriebswirtschaftslehre“ (Olfert & Rahn, 2010, S. 21) bezeichnet werden, als elementar herauskristallisiert:

- das ökonomische Prinzip,
- das Humanitätsprinzip und
- das Umweltschonungsprinzip.

Jedes wirtschaftliche Unternehmen strebt im Rahmen seiner Aktivitäten nach Gewinnerzielung beziehungsweise -maximierung. Das Ziel des **ökonomischen Prinzips** besteht darin, ein möglichst gutes Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag zu realisieren.

Das **Humanitätsprinzip** stellt den Menschen in den Mittelpunkt. Hierbei soll neben den wirtschaftlichen Aspekten auch den Anforderungen und Bedürfnissen der Menschen Rechnung getragen werden. Beispiele hierfür sind eine menschengerechte Arbeitsorganisation, Führung und Arbeitsplatzgestaltung. In der Bundesrepublik Deutschland wird ein Teil dieses Prinzips zum Beispiel durch die Arbeitsstättenverordnung geregelt.

Beim **Umweltschonungsprinzip** sollen die ökologischen Faktoren Berücksichtigung finden, indem man Umweltbelastungen so gering wie möglich hält, um die Rahmenbedingungen für ein langfristiges Wirtschaften in einer gesunden Umwelt zu erhalten. In der Bundesrepublik Deutschland wird dieses Prinzip zum Beispiel durch Umweltschutzauflagen und Steuervergünstigungen beziehungsweise Zuschüsse umgesetzt.

2.1.2 Wie funktioniert ein Markt?

Der mikroökonomische Kreislauf resultiert im Wesentlichen aus der bereits erwähnten Gegebenheit, dass ein Unternehmen nicht isoliert betrachtet werden kann, da es alleine für sich nicht existieren könnte. Durch die vielfältigen Beziehungen zu anderen Marktteilnehmern, wie zum Beispiel zu Lieferanten, Kunden, anderen Unternehmen, aber auch zu Banken, Investoren und dem Staat, werden Güter- und Finanzbewegungen ausgelöst. Dieser Zusammenhang zwischen den verschiedenen Marktteilnehmern und den durch deren Beziehungen untereinander ausgelösten Real- und Nominalgüterströmen (Geldmittel) wird auch als der Güter- und Geldkreislauf oder allgemeiner als der Wirtschaftskreislauf bezeichnet.

Ein Unternehmen muss zunächst an Geldmittel (Eigen- und/oder Fremdkapital, gegebenenfalls Unterstützung von Seiten des Staates) gelangen, um auf dem Beschaffungsmarkt jene „Güter“ zu besorgen, die für die Betriebsbereitschaft des Unternehmens notwendig sind (Arbeitskräfte, Einrichtung, verschiedene Produkte zum Verkauf). Mit diesen „Gütern“ wird dann im Unternehmen dessen betriebliche Leistung erstellt (zum Beispiel Herstellen eines Produktes oder Erstellen einer Dienstleistung). Diese betriebliche Leistung wird anschließend auf dem Absatzmarkt an die Kunden verkauft. Mit den durch den Verkauf eingenommenen Mitteln werden dann die Arbeitskräfte entlohnt, Lieferanten bezahlt, Kredite getilgt, Steuern entrichtet und bestenfalls das Eigenkapital erhöht oder Ersatz- beziehungsweise Erweiterungsbeschaffungen getätigt. Der Kreislauf beginnt nun von vorn (Wöhe, 1996, S. 12).



Beispiel

Stellen Sie sich vor, Sie möchten ein Fitness-Studio eröffnen. Als Erstes müssen Sie die notwendigen Geldmittel beschaffen (das eigene Geld oder zum Beispiel durch die Aufnahme eines Kredites oder mithilfe von bestimmten Fördermitteln des Staates), um damit entsprechende Räumlichkeiten anzumieten oder zu kaufen und diese einzurichten (Büroausstattung, Gerätepark, Musikanlage im Kursraum). Weiterhin brauchen Sie Arbeitskräfte zur Betreuung der Kunden. Diese Arbeitskräfte müssen entlohnt werden. Die Kunden wiederum zahlen einen gewissen Betrag für die Mitgliedschaft und für die Produkte, die sie kaufen. Mit dem so erwirtschafteten Umsatz werden dann Ihre Mitarbeiter entlohnt, die Lieferanten von zum Beispiel Nahrungsergänzungsmitteln bezahlt, Steuern entrichtet und – sollten danach immer noch Geldmittel übrig sein – zum Beispiel das Eigenkapital erhöht, weitere Geräte angeschafft oder neue Mitarbeiter eingestellt.

Folgende Abbildung zeigt die schematische Darstellung des betrieblichen Güter- und Geldkreislaufes (in vereinfachter Form).