



Von der Wirtschaftskrise unberührt



Fitness läuft Fußball den Rang als Breitensport Nummer 1 ab.

Kerngesund statt kränkelnd, krisenresistent statt konjunkturgeschüttelt: Mit Rekordumsätzen, neuen Bestmarken und einem ungebrochenen Boom in der Fitness- und Gesundheitsbranche zeigte sich die FIBO 2009 von ihrer besten Seite.

Anzeige

<p>AV</p> <p>5 Tipps für Flachen Bauch</p> <p>Vermeiden Sie diese 5 Fehler & Sie werden Ihr Bauchfett verlieren. www.flacherbauch.com</p> <p>Google-Anzeigen</p>	<p>AV</p> <p>günstige Fitnessmode</p> <p>Aktuelle Fitness- & Sportbekleidung zu absoluten Schnäppchenpreisen</p> <p>Google-Anzeigen</p>
--	---

Neun Prozent mehr Aussteller, ein Plus von drei Prozent bei der Zahl der Besucher und eine ausgeprägt hohe Investitionsbereitschaft prägten den Verlauf der internationalen Leitmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit. Insgesamt registrierte der Veranstalter, die Reed Exhibitions Deutschland GmbH, mit 517 Ausstellern (+ 9,1% gegenüber Vorjahr) und 48.800 Besuchern (+3,2%) einen neuen Ausstellerrekord und gute Zuwächse bei der Zahl der Besucher.

„Von der FIBO als wichtigstem internationalen Gradmesser gingen richtungsweisende Impulse aus“, fasst Hans-Joachim Erbel, Geschäftsführer der Reed Exhibitions Deutschland GmbH, den viertägigen Messeverlauf zusammen. Aussteller sprachen von der „besten FIBO aller Zeiten“, die von Investitionen in Millionenhöhe geprägt war. Nahezu einheitlicher Tenor: Die Fitness- und Gesundheitsbranche ist aktuell nicht von der Finanz- und Wirtschaftskrise betroffen. „Die Innovation schlägt die Krise“, so Luca Ceccaroni, International Trade Marketing Manager von Technogym – The Wellness Company.

Das unterstreichen auch die Ergebnisse einer unabhängigen und repräsentativen Konjunkturbefragung, die im Rahmen der FIBO erhoben wurde. Gut zwölf Prozent der Fachbesucher erteilten bereits im Messeverlauf Aufträge in einer Größenordnung von mehr als 200.000 Euro, ein Viertel davon sogar von mehr als einer Million Euro. Besonders gefragt waren dabei neben Trainingsgeräten speziell Studio- und Praxisausstattungen in den Bereichen Gesundheitsförderung und Wellness.

Warum das so ist, erklärt Markus Hodyas, der Marketing Director der ERGO-FIT GmbH & Co. KG so: „Die allgemeine Wirtschaftslage ist eigentlich positiv für die Gesundheits- und Sportbranche, denn bei den steigenden Kosten im Gesundheitswesen sind die Menschen fast dazu gezwungen, in ihr Wohlbefinden zu investieren und sich fit zu halten.“ Vor diesem Hintergrund sei die Bereitschaft, in das eigene Ego zu investieren und etwas für sich zu tun, deutlich gestiegen, wie auch FaM-Geschäftsführer Reinhold Stärk betont. Ein Boom, auf den sich derzeit viele Studios und Gesundheitszentren gezielt vorbereiten, wie auch FIBO-Chef Olaf Tomscheit hervorhebt: „Die Branche hat sich sehr flexibel und frühzeitig auf die sich wandelnden Gesundheitsbedürfnisse der Bundesbürger eingestellt.“



Foto: FIBO

Denn mit inzwischen fast sechs Millionen Trainierenden in den Fitnessstudios hat sich die ursprüngliche Fitnessbewegung längst zum Breitensport entwickelt: „Rechnet man die Aktiven in den Vereins- und Firmenstudios dazu, kommen wir auf 7,36 Millionen Fitness-Sportler – mehr als der Deutsche Fußball-Bund als größter DOSB-Einzelverband an Mitgliedern zählt“, so FIBO-Chef Olaf Tomscheit, der als Vorsitzender des Deutschen Industrieverbandes Fitness & Gesundheit (DIFG) zugleich die Interessen der Industrie vertritt. Vor diesem Hintergrund sei es an der Zeit, dass auch die Sport- und Gesundheitspolitik umdenkt und die meistausgeübte Sportart in ihre Überlegungen stärker einbezieht; bislang werden in Deutschland ausschließlich Sportvereine, nicht aber Fitnessstudios und Gesundheitszentren, in ihren Aktivitäten gefördert.

Wie groß das Interesse der Fitness-Community an ihrem Sport ist, wurde auch in den Messehallen deutlich, deren Programm und Angebot speziell auf den fitnessbegeisterten Trainierenden zugeschnitten waren. Ausgebuchte Les-Mills- und DFAV-Conventions und dicht gedrängte Besucherströme im Bereich der FIBOactive sorgten dafür, dass auch hier Teilnehmer und Aussteller wie beispielsweise Flexi-Sports von einer „bemerkenswert guten FIBO sprachen“. Denn auch das Shoppen kam nicht zu kurz: Fast jeder dritte der insgesamt rund 20.000 Fitness-Begeisterten kaufte Waren im Wert von über 100 Euro, jeder siebte davon griff noch tiefer in die Tasche und gab mehr als 500 Euro für aktuelle Sportbekleidung und neue Sportartikel aus.

Die kommende FIBO findet vom 22. bis 25. April 2010 in Essen statt.

Ausstellerstimmen:

- „Die Innovation schlägt die Krise. Wir sind überrascht über die hohe Investitionsbereitschaft. Die Besucherfrequenz auf unserem Stand hat unsere Erwartungen übertroffen - trotz Finanzkrise hatten wir sehr viele und hochwertige Kontakte. Produkte und Business-Solutions standen dabei im Zentrum des Interesses. Wir sind sehr zufrieden! Unser Auftritt hier ist ein Muss im Terminkalender. Schließlich ist die FIBO im Business-to-Business-Segment europaweit die wichtigste Messe für uns.“ - **Luca Ceccaroni, International Trade Marketing Manager, Technogym – The Wellness Company**
- „Die Stimmung auf der FIBO ist sehr positiv und spiegelt die aktuellen Marktstudien voll und ganz wider. In diesem Jahr waren die Besucher und Investoren besonders gut vorbereitet, verbrachten viel Zeit auf unserem Messestand und wussten genau, was sie wollten. Insbesondere haben unsere neuen Schwinn A.C.-Bikes eingeschlagen wie eine Bombe.“ - **Volker Lichte, Verkaufsleiter Deutschland/Österreich, Nautilus International GmbH**



Foto: FIBO

- „Wir können eine sehr gute Stimmung als Resümee der Präsenz von Precor und Amer Sports auf der FIBO kommunizieren. Wir investieren in eine der stabilen Branchen in der heutigen Zeit und unsere Kunden ziehen eine gute Zwischenbilanz nach dem ersten Quartal.“ - **Mark Fest, Senior Sales Director Central Europe Precor Amer Sports Deutschland**
- „Die vier Tage FIBO sind für uns wieder einmal das Highlight des Jahres. Der Zuspruch der Kunden, das Vertrauen in unsere Industrie ist ungebrochen und stark motivierend.“ - **Mathias Kiehn, Vice President Commercial Sale EMEA, Johnson Health Tech. Deutschland GmbH, Matrix**
- „Mit unserem Messeerfolg und unserem Standort auf der Messe sind wir sehr zufrieden. Vor allem aus dem Bereich Gesundheit und Medizin hat gegenüber 2008 die Qualität noch einmal zugelegt. Gleiches gilt für die während der Messe getätigten Umsätze.“ - **Dean Gröning, Leiter Marketing milon industries GmbH**
- „Es war die beste FIBO aller Zeiten. Die Mischung von Besuchern aus der Fitness- und Gesundheitsbranche ist perfekt. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten besinnen sich die Menschen verstärkt auf ihr eigenes Ego und Wohlbefinden und sind bereit, für hochwertige Angebote auch Geld auszugeben.“ - **Reinhold Stärk, Geschäftsführung FaM Einrichtungssysteme GmbH**
- „Die allgemeine Wirtschaftslage ist eigentlich positiv für die Gesundheits- und Sportbranche, denn bei den steigenden Kosten im Gesundheitswesen sind die Menschen gezwungen, in ihr Wohlbefinden zu investieren und sich fit zu halten. Die Anzahl und Qualität der Messekontakte auf der FIBO hat uns positiv überrascht.“ - **Markus Hodyas, Marketing Director, ERGO-FIT GmbH & Co. KG**
- „Das Interesse am Thema Gesundheit ist in der Fitness-Branche angestiegen. Ebenso verspüren wir eine gestiegene Nachfrage an ganzheitlichen Konzepten. Die Qualität der Kunden ist sehr gut. Besucher kommen mit gezielten Anfragen zu uns und sind bestens über die aktuelle Marktentwicklung informiert. Insgesamt wurden unsere Erwartungen um rund 50 Prozent übertroffen.“ - **Roland Stephan, Leiter Geschäftsbereich Sportgerätevertrieb proxowell**
- „Die FIBO 2009 zeigt eindeutig, dass die Marktteilnehmer einen starken Investitionsdrang haben und hierfür Kapital zur Verfügung steht. Glücklicherweise wird die Fitness- und Gesundheitsbranche aktuell nicht von der Finanzkrise tangiert!“ - **Patrick Schlenz, Sales & Marketing Manager WHL Leasing Gesellschaft mbH**



Foto: FIBO

- „Auf der FIBO sind alle Altersgruppen vertreten. Von Jugendlichen bis zu den Senioren – eine große Bandbreite an Kunden besuchte unseren Stand. Dabei wird die Qualität der Produkte immer wichtiger. Die Verbraucher sind bereit mehr Geld für ihre Fitness auszugeben.“ - **Timo Wuttke, Filialleiter cardiofitness GbR**
- „Wir erlebten eine bemerkenswert gute FIBO. Für uns war die diesjährige FIBO mit Abstand die Beste. Studiobetreiber und Verbraucher setzten auf hochwertige Produkte, Qualität steht im Vordergrund.“ - **Barbara Klein, Geschäftsführerin Flexi-Sports GmbH**
- „Wir sind sehr zufrieden mit der Messe und der Frequentierung unseres Standes. Wir haben sehr hochwertige Kundschaft. Ich habe das Gefühl, dass die Kunden mehr auf die Qualität der Produkte achten und dann auch bereit sind, den entsprechenden Preis zu bezahlen.“ - **Christine Deutsch, Geschäftsführerin Sportlädchen GmbH**

Diskutiere zu diesem Thema in unserem [Forum](#).

Weitere Informationen unter www.fibo.de

[LP]

<http://www.fitness1.de/de/specials/drucken/n-7253332-von-der-wirtschaftskrise-unberuehrt.htm>

Weitere Artikel zum Thema:

- » Playgrounds triumphierten vor ausverkaufter Halle
- » Deutschland rudert für notleidende Kinder
- » Weltspitze im Dirt Jump und Slopestyle
- » Schlank und schön in nur 15 Minuten?
- » Schlank und schön in nur 15 Minuten
- » Trainieren wie ein Profi
- » Cromatophobia
- » Fitmacher-Erlebnisse für's Frühjahr
- » Frühlings-Camp
- » „Euroforce“-World-Tour 2008/2009