

André Schulz

Regionalanalyse des Fitnessmarktes Ostdeutschland

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2003 Diplom.de
ISBN: 9783832479855

André Schulz

Regionalanalyse des Fitnessmarktes Ostdeutschland

André Schulz

Regionalanalyse des Fitnessmarktes Ostdeutschland

Diplomarbeit
Deutsche Sporthochschule Köln
Fachbereich Geistes- und Sozialwissenschaften
Institut für Sportökonomie und Sportmanagement,
Abgabe Oktober 2003



Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 7985

Schulz, André: Regionalanalyse des Fitnessmarktes Ostdeutschland

Hamburg: Diplomica GmbH, 2004

Zugl.: Deutsche Sporthochschule Köln, Diplomarbeit, 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2004

Printed in Germany

1. Referent: Herr Prof. Dr. Heinz – Dieter Horch,
Institut für Sportökonomie und Sportmanagement
2. Referent: Herr Dr. Manfred Schubert,
Institut für Sportökonomie und Sportmanagement

Eidesstattliche Versicherung:

Ich versichere hierdurch an Eides statt, dass ich diese Arbeit selbständig und nur unter Benutzung der angegebenen Quellen angefertigt habe. Wörtlich angegebene Textstellen, auch Einzelsätze oder Teile davon, sind als Zitate kenntlich gemacht.

A handwritten signature in dark ink, reading "André Schulz". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underlining the name.

I	Inhaltsverzeichnis	
II	Abbildungsverzeichnis	
III	Tabellenverzeichnis	
IV	Abkürzungsverzeichnis	
V	Gespräche	
1	Einleitung	11
2	Methode	14
3	Marketing	16
3.1	Umfeldanalyse.....	17
3.2	Marktanalyse.....	18
3.2.1	Marktabgrenzung / Marktsegmentierung.....	20
3.2.2	Nachfrage- und Konsumentenanalyse.....	23
3.2.3	Markt- und Absatzprognosen.....	24
4	Demographie und Wirtschaft der BRD im West – Ost – Vergleich	28
4.1	Demographische Faktoren.....	28
4.1.1	Bevölkerung.....	28
4.1.2	Lebenserwartung.....	30
4.1.3	Haushalte.....	32
4.2	Wirtschaftliche Faktoren.....	33
4.2.1	Bruttoinlandsprodukt.....	33
4.2.2	Erwerbssituation.....	34
4.2.3	Einkommen.....	35
4.2.4	Konsum / Ausgaben / Sparquote.....	38
4.3	Regionalanalyse der Länder.....	40
4.3.1	Theoretische Grundlagen.....	40
4.3.1.1	Indikatorsystem.....	41
4.3.1.2	Typisierung der Kreise und Regionen.....	43
4.3.2	Länderbetrachtung.....	46

4.3.2.1	Berlin / Brandenburg.....	46
4.3.2.2	Mecklenburg – Vorpommern.....	48
4.3.2.3	Sachsen.....	50
4.3.2.4	Sachsen – Anhalt.....	52
4.3.2.5	Thüringen.....	54
4.3.3	Aspekte ausgewählter Großstädte und Kreise.....	56
4.3.4	Dienstleistungsaspekte in Ostdeutschland.....	58
4.3.5	Regionale Entwicklungsperspektiven / Umfeldprognose.....	59
5	Die Fitness – Branche	63
5.1	Eckdaten der gesamten BRD.....	63
5.1.1	Anlagen – Zahlen.....	63
5.1.2	Mitglieder.....	64
5.1.3	Umsatz.....	66
5.1.4	Fitness – Ketten.....	67
5.1.5	Interdependenzanalyse.....	67
5.1.6	Entwicklungsprognosen für den Gesamtmarkt.....	72
5.2	Eckdaten der östlichen Bundesländer.....	75
5.2.1	Entwicklungen der ostdeutschen Fitness – Branche.....	76
5.2.2	Allgemeine Strukturdaten.....	78
5.2.3	Anlagenarten.....	81
5.2.4	Standortfaktoren.....	83
5.2.5	Regionale Verteilung.....	84
5.2.6	Quantitative Entwicklungsprognose.....	91
5.2.7	Standortempfehlungen.....	96
6	Zusammenfassung / Fazit	100
7	Literaturverzeichnis	102
8	Anhang	107

Adressliste der Fitness - Anlagen

II **Abbildungsverzeichnis**

- Abb. 1 : Marketing – Management; aus: Freyer, W.; Handbuch des Sport – Marketing; 2. Auflage; Forkel – verlag; Wiesbaden 1991; 56
- Abb. 2 : Informationsbedarf der Absatzplanung; modifiziert nach: Wöhe, G.; Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre; Verlag Franz Vahlen; München 2000, 491
- Abb. 3 : Gruppen von Segmentierungskriterien; aus: Hüttner, M. / von Ahsen, A. Schwarting, U.: Marketing – Management: Allgemein – Sektoral – International; 2., ergänzte Auflage; R. Oldenbourg Verlag München 1999, 110
- Abb. 4 : Interdependenzanalyse; aus: Berekoven, L. / Eckert, W. / Ellenrieder, P.: Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung; 6., aktualisierte Auflage; Gabler Verlag 1993, 211
- Abb. 5 : Detailmodell der Einflussfaktoren auf das Kaufverhalten; aus: Kotler, P. Bliemel, F.: Marketing – Management: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung; 9., überarbeitete und aktualisierte Auflage; Schäffer – Poeschel Verlag; Stuttgart 1999, 309
- Abb. 6 : aus: Kastin, K. S.: Marktforschung mit einfachen Mitteln: Daten und Informationen beschaffen, auswerten und interpretieren; 2. Auflage; Deutscher Taschenbuch Verlag; München 1999, 252
- Abb. 7 : Bevölkerungsentwicklung in Ostdeutschland bis zum Jahr 2009; modifiziert nach: Landwehrkamp, A.: Publikationen des IWH: Wirtschaft im Wandel 3 / 1997; Halle (Saale); 13
- Abb. 8 : Altenquotient „60“; aus: Stat. Bundesamt Juli 2000: Bevölkerung: Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2050; Ergebnisse der 9. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung; Wiesbaden Juli 2000; 1
- Abb. 9 : Zuwachsraten des Bruttoinlandsprodukts in jeweiligen Preisen in % zum Vorjahr; aus: <http://www.vgrdl.de>; Zugriff: 25.09.2003

- Abb. 10 : Erwerbstätige je 1000 Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt in %; modifiziert nach StLa MV; Statistisches Jahrbuch 2002, 434
- Abb. 11 : Jährliche Veränderungen der Bruttolöhne / Gehälter je Arbeitnehmer in %; aus: <http://www.statistik-bw.de>; Zugriff: 26.05.2003
- Abb. 12 : Jährliche Zuwächse des verfügbaren Einkommens je Einwohner in %; aus: <http://www.vgrdl.de>; Zugriff: 23.08.2003
- Abb. 13 : private Konsumausgaben in jeweiligen Preisen je Einwohner 1995, 1998, 2001; aus: <http://www.statistik-bw.de>; Zugriff: 26.05.2003)
- Abb. 14 : Clustereinteilung Ostdeutschland; aus: Barjak, F. / Franz, P. / Heimpold, G. / Rosenfeld, M.T.W.: Regionalanalyse Ostdeutschland: Die wirtschaftliche Situation der Länder, Kreise und kreisfreien Städte im Vergleich; In: Publikationen des IWH: Wirtschaft im Wandel 2 / 2000; Halle (Saale),47
- Abb. 15 : Raumkategorien in Berlin und Brandenburg; modifiziert nach: <http://www.bbr-bund.de>; Zugriff: 08.07.2003
- Abb. 16 : Raumkategorien in Mecklenburg - Vorpommern; modifiziert nach: <http://www.bbr-bund.de>; Zugriff: 08.07.2003
- Abb. 17 : Gebietskategorien Sachsen; modifiziert nach: <http://www.bbr-bund.de>; Zugriff: 08.07.2003-09-02
- Abb. 18 : Raumkategorien in Sachsen – Anhalt; modifiziert nach: <http://www.bbr-bund.de>; Zugriff: 08.07.2003
- Abb. 19 : Raumkategorien in Thüringen; modifiziert nach: <http://www.bbr-bund.de>; Zugriff: 08.07.2003

- Abb. 20 : Siedlungsstrukturelle Dynamik im Städtesystem; aus: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung: Raumentwicklung und Raumordnung in Deutschland: Kurzfassung des Raumordnungsberichts 2000; Stegwiesenstrasse 6 – 10; 76646 Bruchsaal; 2000, 38
- Abb. 21 : Wirtschaftliche Dynamik im Städtesystem; aus: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung: Raumentwicklung und Raumordnung in Deutschland: Kurzfassung des Raumordnungsberichts 2000; Stegwiesenstrasse 6 – 10; 76646 Bruchsaal; 2000, 37
- Abb. 22 : Anlagen - Entwicklung; aus: DSSV Eckdaten 2002; SSV Verlag; Hamburg 2002, 8
- Abb. 23 : Anzahl der Fitness – Anlagen je 100.000 Einwohner; aus: DSSV Eckdaten 2002; SSV Verlag; Hamburg; 2002, 16
- Abb. 24 : Sportlerbefragung – Motive; aus: N.N.: Fitnessfakten 2001; Bodylife 12 / 2001; 33
- Abb. 25 : Umsatzentwicklung des gesamtdeutschen Fitness – Marktes in Mrd. €; aus: DSSV Eckdaten 2002; SSV Verlag; Hamburg 2002, 12
- Abb. 26 : Interdependenzen zwischen BIP - Wachstum in % und Anlagenwachstum in % zum Vorjahr
- Abb. 27 : Interdependenzen zwischen Wachstumsraten der Mitgliederzahlen, privaten Konsumausgaben und Bruttolöhnen in % zum Vorjahr
- Abb. 28 : Interdependenzen zwischen Wachstumsraten des verfügbarem Einkommens, der Sparquote, Mitgliederzahlen und den Umsätzen in % zum Vorjahr
- Abb. 29 : Entwicklung der Anlagenzahlen der östlichen Bundesländer von 1992 bis Herbst 2003