

La industria del *fitness* en Alemania

A. CIFRAS CLAVE

Alemania se posiciona como la primera industria europea del *fitness* con unos ingresos de más de cinco mil millones de euros en el año 2017 y un total de 10,61 millones de usuarios miembros de algún club de *fitness* en el país. En términos porcentuales, esta cifra representa un 12,9% de la población y un 14,9% de la población mayor de 15 años.

Se trata de un sector que está experimentando un alto crecimiento en los últimos años debido a diversos factores, como la cada vez más popular tendencia entre la población de conservar una buena salud y un estilo de vida saludable, en el que la práctica del deporte juega un papel esencial. Estos elementos han provocado la aparición de nuevos actores en la industria, nuevas tipologías de clubs de *fitness* y un aumento considerable del número de instalaciones deportivas, así como de usuarios de estas.

Concepto	Datos 2017	Concepto	Datos 2017
Población total	82,2 millones	Número de clubs de <i>fitness</i>	8.988
Ingresos/ Renta disponibles	27.818 €	Miembros por club	1.180
% Población que realiza alguna actividad física	48%	Ingresos totales (excl. IVA)	5,2 MM €
% Población miembro de un club de <i>fitness</i>	12,9%	Precio promedio de cuota mensual	44 €
Total miembros clubs de <i>fitness</i>	10,61 millones	% Promedio de cuota mensual s/ ingresos disponibles	1,9%

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa de las actividades / productos que conforman el sector estudiado

El término *fitness* hace referencia tanto al mantenimiento de una buena condición física como a la salud, por lo que engloba una extensa categoría de productos y servicios como los siguientes: equipos y aparatos utilizados en los gimnasios, textiles para la práctica de deportes, productos para la belleza y el bienestar, la promoción de la salud, la nutrición deportiva y las tecnologías utilizadas para la práctica de deporte como los dispositivos portátiles (*wearables*) y las aplicaciones de *fitness*. Asimismo, se incluyen los centros de bienestar, clubs de *fitness* o gimnasios.

Dada la amplitud de este concepto, se va a diferenciar el sector en distintas partes:

- **Centros de *fitness*, gimnasios** y toda la **maquinaria** utilizada en este tipo de establecimientos. Estos, a su vez, están divididos de la siguiente forma:
 - Gimnasios individuales, que generalmente tienen un tamaño superior a 200 metros cuadrados y engloban una amplia oferta de servicios.
 - Cadenas de gimnasios, que cuentan con varios gimnasios en distintos puntos de la geografía nacional e incluso internacional.
 - Microgimnasios, gimnasios muy pequeños que están especializados en algún tipo de entrenamiento en concreto y no superan los 200 metros cuadrados; por ejemplo, los centros de yoga, pilates, EMS o CrossFit¹.
- **Artículos deportivos** que, pese a no aplicarse en exclusiva al sector del *fitness*, permiten dar una aproximación del volumen y la importancia de este mercado. En este apartado se han tenido en cuenta las partidas catalogadas mediante los TARIC:
 - **950691**. Artículos y material para la cultura física, gimnasia o atletismo.
 - **6112**. Prendas de deporte de entrenamiento, monos y conjuntos de esquí y trajes y pantalones de baño, de punto.
 - **6211**. Prendas de vestir para deportes de entrenamiento, monos y conjuntos de esquí y trajes y pantalones de baño, prendas de vestir, que no sean de punto.
 - **420321**. Guantes y manoplas, de cuero natural o de cuero artificial diseñados especialmente para la práctica del deporte.

B.2. Tamaño del mercado

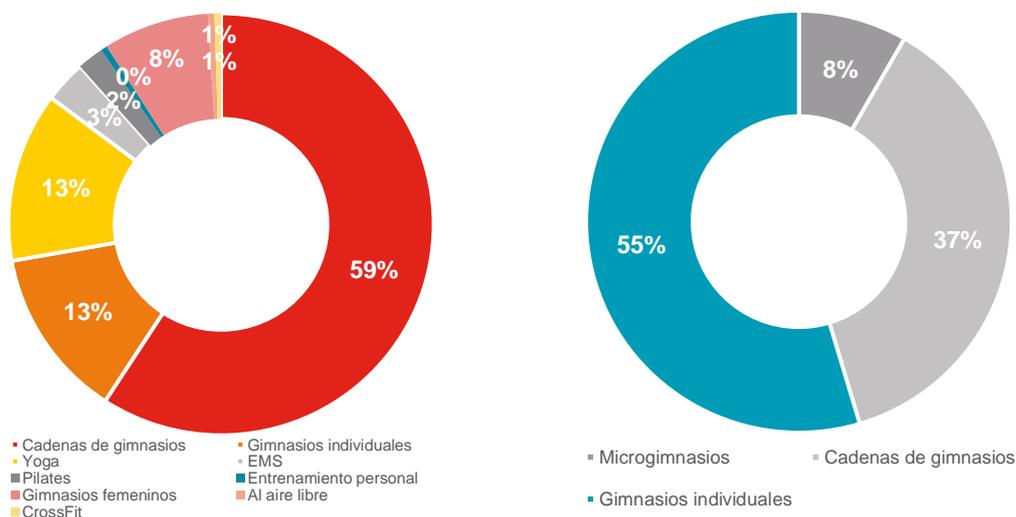
B.2.1. Centros de *fitness* y gimnasios

El mercado alemán del *fitness* se encuentra consolidado y mantiene una posición de liderazgo en Europa con sus 10,61 millones de miembros, lo que representa casi el 18% de todos los miembros registrados en Europa (56,4 millones) según el estudio *European Health & Fitness Market*. Los siguientes mercados europeos por número de miembros son: Reino Unido con 9,3 millones, Francia con 5,5, Italia con 5,3 y España con 5,1 millones de miembros. Sin embargo, cabe destacar que la proporción de la población que es miembro de un club en Alemania se sitúa en un 12,3%, mientras que en otros países del norte de Europa como Suecia y Noruega la tasa de penetración es significativamente más alta (21,1% y 19,2%, respectivamente), por lo que el potencial de crecimiento para el mercado alemán sigue siendo alto.

¹ A la hora de elaborar esta ficha se han tenido en cuenta únicamente los centros privados, ya que de los públicos no ha sido posible obtener datos relevantes.

DISTRIBUCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL *FITNESS*

Por número de instalaciones (izqda.) y por ingresos (dcha.)



Fuente: Statista (2018).

Del total de habitantes miembros de algún centro de *fitness*, el 59% están inscritos en alguna de las cadenas de gimnasios, que han experimentado un crecimiento superior al 11% respecto a 2017. El crecimiento de estas cadenas, que generalmente cuentan con un mínimo de cinco establecimientos, se basa principalmente en el segmento *low cost*, que se ha expandido considerablemente en los últimos años y ha atraído a muchos clientes a través de sus atractivas ofertas y su buena relación calidad-precio. De hecho, las tres principales cadenas *low cost* concentran una quinta parte de la cuota de mercado.

Respecto a los gimnasios individuales, si bien es cierto que también han crecido respecto al año anterior, lo han hecho en solo un 2% en términos de aumento de participación. Sin embargo, teniendo en cuenta los ingresos, como se puede ver en el gráfico circular de la derecha, los gimnasios individuales son los que siguen concentrando más de la mitad de los ingresos que obtuvo el sector en el año 2017, consiguiendo un total de 2.840 millones de euros.

Los microgimnasios también están ganando peso en el mercado, dada la creciente tendencia a practicar entrenamientos funcionales y nuevos métodos para conseguir unos entrenamientos de grupos musculares completos, como el *CrossFit*, el EMS y el pilates, entre otros.

Se trata de un sector que se encuentra cada vez más profesionalizado, donde los clientes exigen certificaciones a sus entrenadores personales y se está estableciendo un alto nivel de formación entre los profesionales del sector.

B.2.2. Artículos deportivos

Respecto a los artículos deportivos, los ingresos que obtuvieron los comercios minoristas en el año 2017 en Alemania alcanzaron una cifra total de 7.500 millones de euros.

En la tabla siguiente, se pueden observar las exportaciones e importaciones totales alemanas de los productos relacionados con artículos deportivos.

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE ALEMANIA EN 2018

Por código TARIC, en miles de euros

TARIC	Exportaciones	Importaciones
950691 Artículos y material para cultura física, gimnasia o atletismo.	354.676,7	699.735,4
611211 Prendas de deporte (de entrenamiento), de punto, de algodón.	19.803,6	21.424,7
611212 Prendas de deporte (de entrenamiento), de punto, de fibras sintéticas.	38.594,3	35.976,7
611219 Prendas de deporte (de entrenamiento), de punto, de otras materias textiles que no sean algodón o fibras sintéticas.	608,9	4.882,7
420321 Guantes y manoplas, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado, diseñados especialmente para la práctica del deporte.	4.072,6	9.207,2
621111 Trajes y pantalones de baño, que no sean de punto, para hombres o niños.	21.661	32.517,7
621112 Trajes y pantalones de baño, que no sean de punto, para mujeres o niñas.	6.713,5	12.724,6
Total:	446.130,6	816.469

Fuente: Elaboración propia con datos recogidos en Euroestacom (2019).

Por otro lado, cabe destacar que las aplicaciones *online* relacionadas con la práctica deportiva se encuentran en auge. A finales de 2016, ya había en Alemania 563.000 personas registradas en alguna aplicación móvil, de las cuales 194.000 usuarios estaban inscritos en alguna plataforma de pago.

B.3. Principales actores

B.3.1. Centros de *fitness* y gimnasios

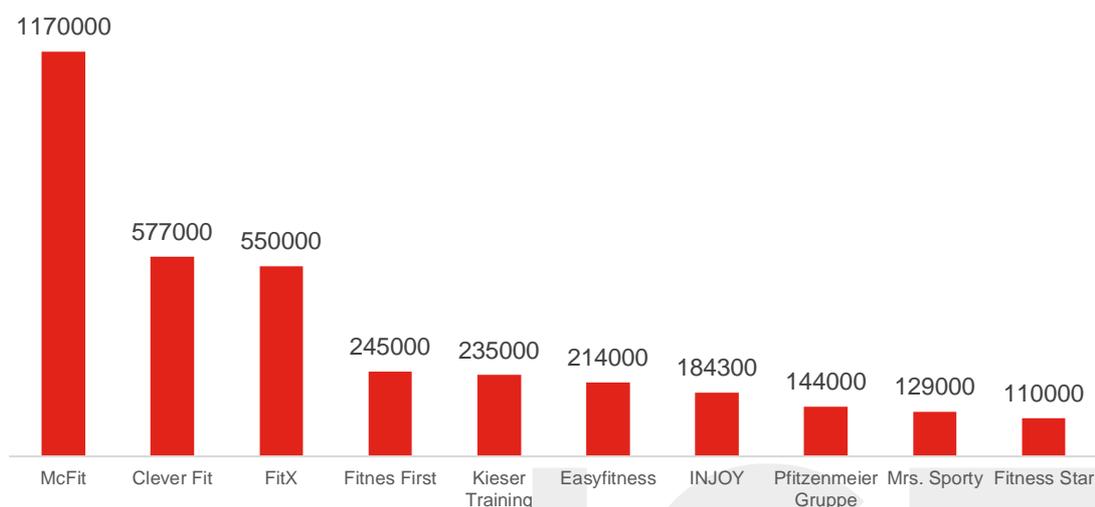
Entre los principales operadores de la industria destacan empresas alemanas como McFit, Clever Fit y FitX, que son las que cuentan con más miembros y de las más grandes por número de instalaciones. Son asimismo estas cadenas las que están registrando un crecimiento mayor en los últimos años. Las diez primeras cadenas conservan una cuota de mercado del 12% en términos de oferta de instalaciones existentes y de un 33% en términos de miembros.

Entre las principales cadenas *low cost* se encuentran la alemana McFit, que tiene el mayor número de clientes inscritos y supera el millón de miembros, Clever Fit, FitX, EasyFitness y Fit/One. Estas han sido las que han crecido en mayor proporción y cuentan con un cuarto del total de miembros en términos absolutos.

Entre otros actores relevantes del segmento *premium* y *upper mid-market* se encuentra la alemana INJOY, que fue adquirida por la suiza Migros en 2016, Kieser Training y Fitness First. Esta última ha sido pionera en integrar las nuevas tecnologías en su oferta. Además, creó FirstMove en 2014, aplicación que puede usarse dentro y fuera del gimnasio, siendo el primer proveedor en ofrecer este servicio.

PRINCIPALES CADENAS DE GIMNASIOS

Por número de miembros



Fuente: Elaboración propia con datos recogidos en Statista (2018).

B.3.2. Artículos deportivos

Respecto a los artículos deportivos, entre las principales marcas que compraron en el año 2017, los consumidores alemanes destacan las siguientes:

MARCAS PREFERIDAS POR EL CONSUMIDOR ALEMÁN

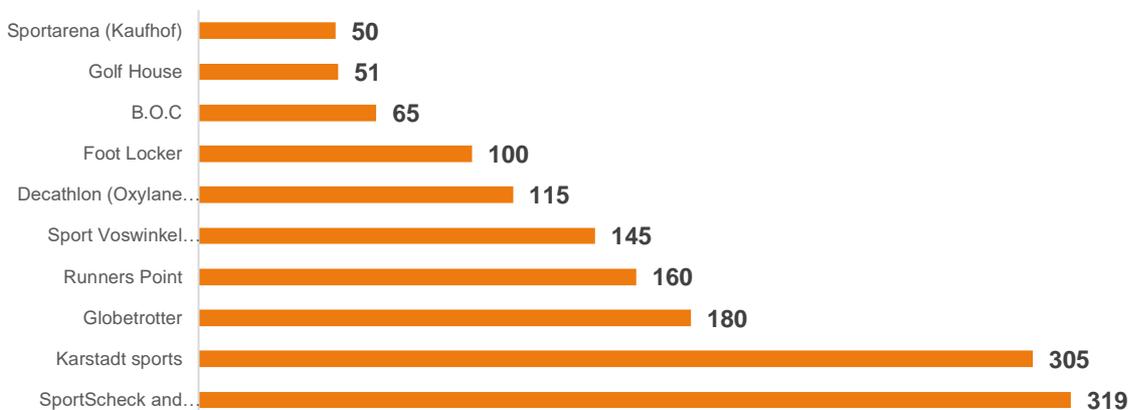
1. Adidas	6. Kappa	11. Skechers
2. Nike	7. Converse	12. Venice Beach
3. Puma	8. Schöffel	13. Salomo
4. Asics	9. New Balance	14. Speedo
5. Fila	10. Under Armour	

Fuente: Elaboración propia con datos recogidos en Statista (2018).

Por otro lado, las principales tiendas de deportes en Alemania, en términos de los ingresos obtenidos en 2016, fueron las siguientes:

PRINCIPALES EMPRESAS DE VENTA AL DETALLE DE ARTÍCULOS DE DEPORTE

Por ingresos obtenidos en 2016, en millones de euros



Fuente: Elaboración propia con datos recogidos en Statista (2018).

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

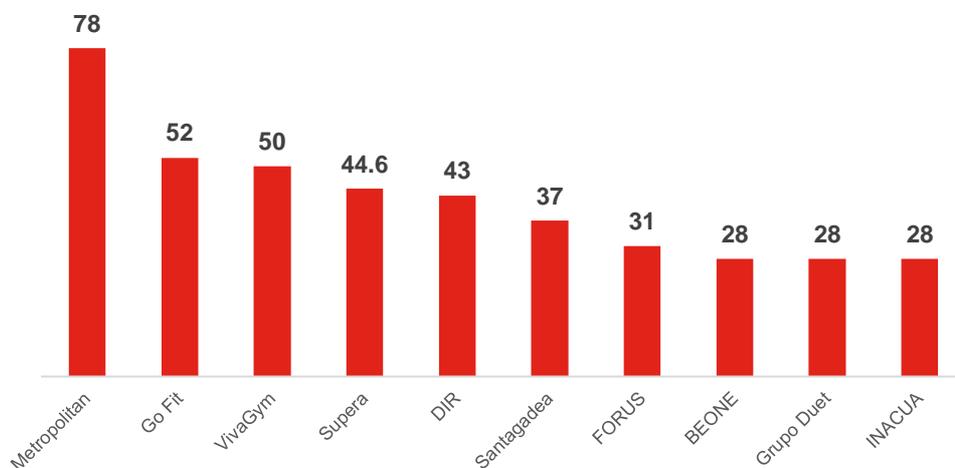
C.1. Centros de fitness y gimnasios españoles

En el sector español del fitness confluyen dos modelos: el de bajo coste y el *premium* o de alta gama. En España operan más de 50 cadenas de gimnasios que conforman una red de 3.950 instalaciones y un negocio conjunto de 950 millones de euros. Las principales cadenas que operan en España son Metropolitan, que mantiene su hegemonía en términos de facturación con 78 millones de euros en 2017; Go Fit en segundo lugar, que obtuvo unos ingresos de 52 millones de euros y si se considerara el número de abonados lideraría este *ranking*, con un total de 220.000 miembros; en tercer lugar, VivaGym, seguido de Supera y DIR.

Gracias a los buenos resultados obtenidos en el mercado nacional, algunas de estas empresas están en la actualidad intentando expandirse a otros mercados internacionales.

PRINCIPALES CADENAS DE GIMNASIOS EN ESPAÑA

Por ingresos obtenidos en 2017, en millones de euros



Fuente: Elaboración propia con datos recogidos en Palco23 (2018).

C.2. Artículos deportivos españoles

La Marca España no está muy desarrollada en Alemania (el consumidor alemán no asocia el *Made in Spain* con valor añadido); no obstante, hay empresas que gozan de buen reconocimiento internacional.

Los principales países de destino de las exportaciones españolas de artículos deportivos son los siguientes:

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS* EN 2018

País	Valor (en miles €)
1. Francia	58.176,22
2. Italia	39.332,64
3. Reino Unido	16.240,96
4. Alemania	15.859,40
5. Portugal	14.117,61
6. Polonia	7.933,97
7. Bélgica	5.832,38
8. Rumanía	2.688,94
9. Países Bajos	2.485,1
10. Hungría	1.935,81
Total	164.603,03



* Realizado a partir de los TARIC de la Tabla de la página 4.

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Euroestacom (2019).

Si bien es cierto que, como indica esta tabla, Alemania es el cuarto país al que más exporta España, la cifra es ínfima. Si se compara con la cifra total de importaciones de artículos deportivos que realiza Alemania (tabla página 4), que asciende a un total de 816.469 euros, que Alemania importe de España por valor de 15.859 euros no constituye una cifra elevada.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Como ya se ha comentado, Alemania es el principal mercado del *fitness* de Europa y su potencial de crecimiento es todavía muy alto. Las principales tendencias que se observan en el mercado alemán en los últimos años son las siguientes:

- Fuerte impulso de la **promoción de la salud y el deporte en el lugar de trabajo**, donde cada vez más empresas integran la gestión de la salud y el deporte en sus centros de trabajo.
- **Digitalización del sector**. Las nuevas tecnologías se han introducido en el mundo del *fitness* y están cambiando la estructura de la industria. Las ofertas de acondicionamiento físico digital, el número de participantes del mercado y los competidores en la industria están aumentando.
- **Deporte entre las personas mayores**. Dado el envejecimiento de la población, se están impulsando los programas de ejercicios entre las personas mayores.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

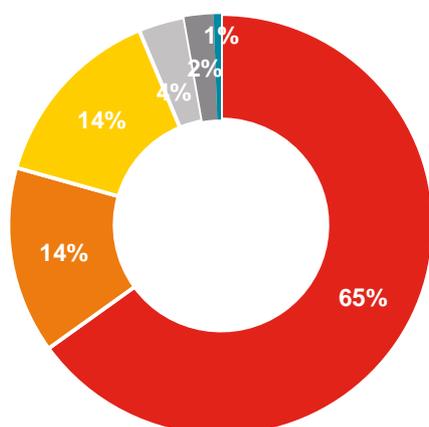
E.1. Distribución

Los canales de distribución de este sector en Alemania son cada vez más cortos y el distribuidor tiene una menor relevancia. Respecto a la **maquinaria**, los productores generalmente tienen sus propios puntos de venta en el país y la demanda está muy concentrada en los gimnasios, que tienen sus propias centrales de compra y hacen los pedidos directamente al productor o fabricante. El servicio posventa es un criterio muy relevante a la hora de tomar la decisión de compra.

Respecto a la distribución de **accesorios y artículos deportivos**, los principales canales de venta, según su volumen de ventas, vienen recogidos en el siguiente gráfico. El principal canal es la tienda especializada, que engloba un 65% del total, seguida de los grandes almacenes y del comercio en línea.

PRINCIPALES CANALES DE VENTA DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS

Porcentaje del volumen total de ventas



- Tienda física especializada
- Tienda física online
- Grandes almacenes
- Pedido por correo
- Supermercado
- Otros

Fuente: Statista (2018).



E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Alemania, como país miembro de la Unión Europea, forma parte del territorio común europeo a efectos aduaneros, lo que implica que no existe ningún arancel a este tipo de productos. El IVA aplicado a todos los productos y servicios relacionados con el sector del *fitness* se corresponde con el tipo general del 19%.

Sin embargo, existen una serie de barreras no reglamentarias, como son los certificados o sellos de calidad, que serán solicitados por el distribuidor alemán e incluso en algunos casos son de necesario cumplimiento para poder operar en el mercado, no solo alemán, sino europeo. Algunos de los principales certificados son los de calidad como, por ejemplo, el ISO 9001:2000 en los gimnasios y centros de *fitness*. Este controla la calidad del servicio prestado a los clientes, así como el manejo organizado y sistemático de los procesos que los empleados realizan en el cumplimiento de sus responsabilidades dentro de estos centros.

Asimismo, es importante considerar que en Alemania algunos de los principales mayoristas y distribuidores tienen certificaciones propias para garantizar la procedencia y calidad de los productos que ofrecen a sus clientes, por lo que es conveniente cumplir con estas certificaciones para poder actuar en el mercado alemán. En este sentido, la certificadora alemana TÜV (*Technischer Überwachungs-Verein*) juega un papel importante en el mercado.



E.3. Ayudas

El Gobierno alemán cuenta con un organismo estatal, el llamado GTAI (Germany Trade and Invest), que ayuda a la implantación empresarial en el país ofreciendo información sobre las distintas industrias, requisitos legales y fiscales y, también, las posibilidades de financiación existentes para el posible proyecto. Por otro lado, a nivel regional, los estados federados cuentan con sus organismos propios con el mismo objetivo que el GTAI. Para obtener más información se puede visitar el siguiente [enlace](#).

E.4. Ferias

Alemania es un país líder en la celebración de eventos y ferias internacionales. La mayoría de las principales ferias sectoriales se celebran en este territorio y cuentan con una alta participación de expositores y visitantes internacionales, así como con un gran despliegue de medios de comunicación. Las principales ferias que se celebran en Alemania relacionadas con la industria del *fitness* son las siguientes:

- **ISPO.** Feria anual internacional del sector de artículos deportivos, celebrada en Múnich entre los meses de enero y febrero.
- **FIBO.** Feria anual internacional de *fitness*, bienestar y salud, celebrada en Colonia en abril.
- **Outdoor.** Feria internacional de deportes al aire libre, entre junio y julio. A partir de 2019 pasará a celebrarse en Múnich y formará parte de una edición especial de ISPO.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

• Enlaces de interés:

Dirección web de la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos (afydad): <http://www.afydad.com/>

Dirección web Asociación de Empleadores de Instalaciones de *Fitness* y Salud en Alemania (Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen): <http://www.dssv.de>

Dirección web Asociación Alemana de la Industria del *Fitness* y la Salud (Deutscher Industrieverband für Fitness und Gesundheit e.V.): <http://www.difg-verband.de>

Dirección web FIBO: <https://www.fibo.com>

Dirección web ISPO: <https://www.ispo.com/>

Dirección web Outdoor: <https://www.ispo.com/en/outdoor>

Dirección web de Germany Trade & Invest (GTAI): <http://www.gtai.de>

• Fuentes de información consultadas para la elaboración de esta ficha:

Dirección web FIBO: <https://www.fibo.com>

Dirección web ISPO: <https://www.ispo.com/>

Dirección web Outdoor: <https://www.ispo.com/en/outdoor>

Estadísticas del sector: www.statista.com

Estadísticas del sector: www.euroestacom.com

Información del mercado: <https://www.palco23.com/fitness/espana-lidera-el-crecimiento-del-fitness-en-europa-y-factura-2235-millones-en-2017-un-3-mas.html>

G. CONTACTO

La Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Alemania.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a las empresas el contacto y acercamiento al mercado de Alemania, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino y estudios de mercado ajustados a sus necesidades. Para recibir información adicional sobre este sector contacte con:

Jägerhofstr. 32
Düsseldorf 40479, Alemania
Teléfono: +49 211493660
Email: info.dusseldorf@comercio.mineco.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORAS:
Alba Dueñas Franco
Fátima Lara Sánchez

Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf
dusseldorf@comercio.mineco.es
Fecha: 29/03/2019

NIPO: 114-19-040-2

www.icex.es

