



Fitshop GmbH

Flensburger Straße 55 | 24837 Schleswig
04621 42 10 0 | info@fitshop.de | fitshop.de

Pressekontakt

Christian Werner | Tel.: 04621 4210 825
christian.werner@fitshop.de

INHALT

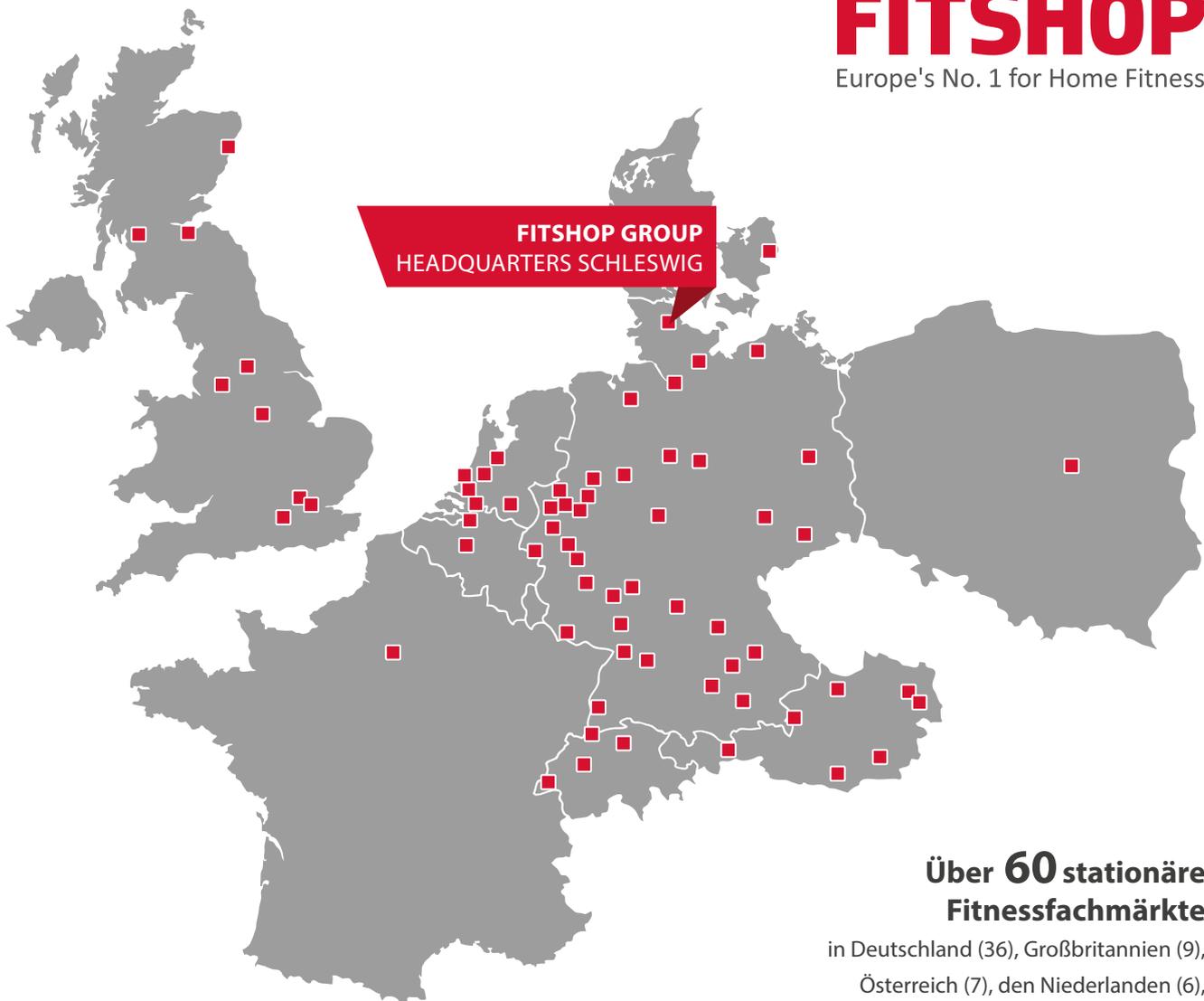
STANDORTKARTE	3
FACT SHEET	4
FIRMENGESCHICHTE UND ANGEBOT	5
ERFOLGREICHE EIGENMARKEN	8
DER MARKT FÜR FITNESSGERÄTE – B2B UND B2C	10
FAKTEN ZUR FITSHOP GROUP	12
WEBSHOPS UND SOCIAL MEDIA	13
GESCHÄFTSFÜHRUNG	14
UNTERNEHMENSAUSZEICHNUNGEN	15
MARKENAUSSZEICHNUNGEN	16



EUROPAS GRÖSSTER HÄNDLER FÜR HEIMFITNESSGERÄTE UND -ZUBEHÖR

FITSHOP

Europe's No. 1 for Home Fitness



Über 60 stationäre Fitnessfachmärkte

in Deutschland (36), Großbritannien (9),
Österreich (7), den Niederlanden (6),
der Schweiz (4), Belgien (2), sowie Polen,
Dänemark und Frankreich (je 1)



25 Webshops
in 12 Sprachen



124 Mio. €
Umsatz (2023)



über **650**
Mitarbeiter



über **3,6 Mio.**
zufriedene Kunden

FACT SHEET

Unternehmen	Fitshop GmbH
Kurzprofil	Die Fitshop Group (bis April 2024 Sport-Tiedje Group) ist mit über 60 Filialen Europas größter Fachmarkt für Heimfitnessgeräte und weltweit einer der renommiertesten Online-Versandhändler für Fitness-Equipment. Privatkunden bestellen über die 25 Webshops der jeweiligen Landessprache oder lassen sich ihre Wunschgeräte vor Ort zusammenstellen. Darüber hinaus beliefert das Unternehmen Fitnessstudios, Hotels, Sportvereine, Firmen und Physio-Praxen mit professionellen Geräten für Ausdauer- und Krafttraining. Fitshop bietet eine breite Palette an Fitnessgeräten namhafter Hersteller, hochwertige Eigenentwicklungen und umfangreiche Serviceleistungen, z. B. einen Aufbauservice und eine sportwissenschaftliche Beratung vor und nach dem Kauf. Dafür beschäftigt das Unternehmen zahlreiche Sportwissenschaftler, Fitnesstrainer und Leistungssportler.
Branche	Heimfitnessgeräte und Studioeinrichtung
Alleinstellungsmerkmale	<ul style="list-style-type: none"> + Marktführer im Vertrieb von Heimfitnessgeräten in Europa + Herstellerunabhängiges Sortiment + Hochwertige Eigenmarken, mehrfache Testsieger in ihrer Kategorie + Gute Einkaufskonditionen und damit bestes Preis-Leistungs-Verhältnis + Sportwissenschaftliche Geräte- und Trainingsberatung + Kundenservice von der Beratung über Finanzierung bis zum Geräteaufbau
Produkte	<ul style="list-style-type: none"> + Ausdauergeräte und Krafttrainingsequipment sowie Fitness Accessoires, Trampoline, Tischtennisplatten, Produkte für Wellnes und Regeneration von allen renommierten Herstellern + Größtes Online-Sortiment: über 7.000 Artikel + Eigenmarken: Taurus, cardiostrong, cardiojump, Darwin Fitness, Bodymax, Duke Fitness und Taurus Wellness + Professional-Segment für Geschäftskunden
Geschäftssitz	Flensburger Straße 55, 24837 Schleswig
Märkte	Hauptmarkt ist Deutschland, gefolgt von Großbritannien, Österreich, Benelux, der Schweiz, Skandinavien, Frankreich und Polen; über 60 Filialen: Deutschland (36), Großbritannien (9), Benelux (8), Österreich (7), Schweiz (4), Polen (1), Dänemark (1) und Frankreich (1); insgesamt über 26.000 Quadratmeter Verkaufsfläche
Gründungsjahr	1984, GmbH seit 2001
Geschäftsführung	Christian Grau (CEO), Sebastian Campmann, Dr. Bernhard Schenkel
Besitzverhältnisse	inhabergeführt (100 % Christian Grau)
Mitarbeiter	über 650
Kunden	über 3,6 Millionen (2023)
Umsatz und Wachstum	Im Geschäftsjahr 2023 hat die Fitshop Group über 124 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet. Im gleichen Jahr wurden über 250.000 Bestellungen bearbeitet. Das Unternehmen verzeichnet ein kontinuierliches Wachstum.

FIRMENGESCHICHTE UND ANGEBOT



Aus einem kleinen Sportgeschäft im norddeutschen Schleswig ist Europas größter Fachmarkt für Heimfitnessgeräte und einer der renommiertesten Online-Versandhändler für Fitness-Equipment weltweit geworden: die Fitshop Group. Das Unternehmen wurde 1984 in Schleswig von Ulrich Tiedje, einem ehemaligen Spieler der Tischtennis-Bundesliga, gegründet. Zwölf Jahre später stieg der Informatiker und ehemalige Basketball-Regionalligaspieler Christian Grau in das Unternehmen ein und wurde 2001 Mitinhaber. Seit dem Ausstieg des Namensgebers Ulrich Tiedje als Gesellschafter im Jahr 2011 führt Christian Grau das Unternehmen als Alleininhaber. Seit 2024 firmieren das Unternehmen und alle Filialen und Webshops unter der Marke Fitshop. Mit diesem Namen soll der Fokus auf den Fitnessmarkt (statt des nicht mehr zutreffenden allgemeinen Sportbezugs im Namen des Firmengründers) herausgestellt werden. Seit 1999 haben Kunden die Möglichkeit, Fitnessgeräte Online zu bestellen, damals unter sport-tiedje.de – der Grundstein für das Wachstum des Unternehmens war gelegt. Nachdem zunächst sehr viele verschiedene Sortimente Online gehandelt wurden (u.a. Inlineskates, Tischtennisplatten, Sportschuhe, Fitnessgeräte), setzte das Unternehmen schnell auf das beratungs- und serviceintensive sowie logistisch anspruchsvolle Geschäft mit Heimfitnessgeräten. „Viele andere Händler stürzten sich zunächst auf den logistisch

einfach abzuwickelnden Onlinevertrieb von Sportschuhen und -textilien und ließen das anstrengendere Großgerätegeschäft links liegen“, erklärt Inhaber Christian Grau. „Wir konzentrierten uns auf diese Nische und hatten nach wenigen Wochen schon den ersten Auftrag aus China. In der damals führenden Suchmaschine T-Online belegten wir die ersten 177 Treffer bei der Suche nach dem Begriff ‚Kettler‘“.

Konsequente Umsetzung des Multi-Channel-Ansatzes mit Online- und Filialpräsenz

Diese starke Onlinepräsenz in Deutschland bildete das Fundament der weiteren Expansion. Hier setzte Fitshop von Anfang an auf „Multi-Channel“, schon lange bevor dieses Schlagwort im Marketing-Sprachgebrauch etabliert war. Zum einen wurde der erfolgreiche deutsche Webshop in weitere Sprachen übersetzt, zum anderen begann das Unternehmen mit dem Auf- und Ausbau eines Netzes an stationären Fitnessfachmärkten.

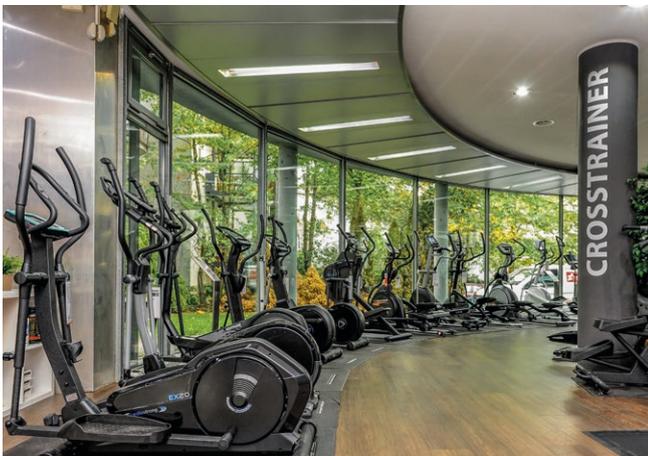
Durch die Nähe des Hauptsitzes zu Dänemark war Dänisch die erste Fremdsprache, in die der Webshop übersetzt wurde (2003); weitere Sprachen folgten. Heute vertreibt und vermietet Fitshop Heimfitnessgeräte und -zubehör über 25 Online-Shops in 12 Sprachen.

Auf den Ausbau der Onlinepräsenz folgte der Aufbau von Filialen. Im Jahr 2003 eröffnete Fitshop Fitnessfachmärkte in München, Frankfurt und Berlin. Die internationale Expansion begann 2004 mit der Eröffnung der Filialen in Wien und Zürich. Im Jahr 2013 erfolgte mit der Eröffnung der Filialen in Brüssel und Amsterdam die stationäre Expansion ins nicht-deutschsprachige Ausland, zunächst unter der Marke T-Fitness. Seit 2015 wird die europäische Expansion im nicht-deutschsprachigen Ausland unter der Marke Fitshop vorangetrieben, die seit der Übernahme des niederländischen Unternehmens OZI Sport zur Gruppe gehört. Im Juli 2017 wurde unter der Marke Fitshop der erste Fitnessfachmarkt in Polen (Warschau) eröffnet und im Juli 2019 öffnete Fitshop Paris.

Akquisitionen & Kooperationen stärken das Geschäft

Im April 2015 konnte das Unternehmen mit dem Kauf von OZI Sport einen führenden Wettbewerber in der Benelux-Region übernehmen. Das Unternehmen betrieb zu diesem Zeitpunkt unter der Marke Fitshop vier Fitness-Fachmärkte in den Niederlanden (Bodegraven, Den Haag, Rotterdam und Roosendaal) sowie die Domains fitshop.nl und fitshop.be. Darüber hinaus gehören die Domains fitness-rent.nl bzw. fitness-dump.nl zu Fitshop. Über diese wird ein innovatives Mietgeschäft sowie eine Abverkaufsplattform für Fitnessgeräte zweiter Wahl betrieben. Durch den Kauf verfügt das Unternehmen seitdem auch über ein Zentrallager in den Niederlanden, das als Hub für das Benelux-Geschäft fungiert.

Im November 2015 wurde der britische Fitnessspezialist Laidir Leisure Ltd. übernommen, der unter der Marke Powerhouse Fitness Heimfitnessgeräte über neun Fachgeschäfte in England und Schottland sowie über die Website powerhouse-fitness.co.uk vertrieb. Zudem gehört die landesweit bekannte Eigenmarke BodyMax zu Powerhouse.



„Laidir“ ist schottisch-gälisch für „Kraft“, was bezeichnend für den Gründer David P. Webster OBE ist, der ein überregional bekannter Gewichtheber, Kraftsportler und begeisterter Teilnehmer an den Scottish Highland Games war. Er gründete das Unternehmen 1980 zunächst ohne Gewinnerzielungsabsicht. Ziel seines Unternehmens war es, für den Verband der schottischen Amateur-Gewichtheber (SAWLA), dessen Präsident er zu der Zeit war, Gewichte und Kraftgeräte einzukaufen. 1995 wurde David P. Webster mit dem „Order of the British Empire (OBE)“ von Queen Elizabeth II für seine

Verdienste um den Sport ausgezeichnet. 1983 und 1986 traten die beiden Söhne Nigel und David jr. in das Unternehmen ein. Zunächst lag der Fokus auf der Ausstattung von Fitnessstudios, 1987 wurde ein erstes Ladenlokal in Glasgow eröffnet. Im Laufe der Jahre wurden zahlreiche weitere Fitnessfachmärkte in Schottland und England eröffnet. Seit 2000 bietet Powerhouse seine Produkte auch über die Website www.powerhouse-fitness.co.uk an. Im Jahr 2011 führte Powerhouse Fitness die Eigenmarke BodyMax ein. Seit März 2024 firmiert auch Powerhouse Fitness unter der Marke Fitshop.

Im Jahr 2023 eröffnete Fitshop das neue Logistikzentrum im norddeutschen Osterrönfeld. Die 51.000 Quadratmeter Lagerfläche lassen Raum für zukünftiges Wachstum. Im November 2023 eröffnete Fitshop ein Expresslager in Obernau (Kanton Luzern) in der Schweiz, um die Schweizer Kunden schneller bedienen zu können. Ebenso wie das Lager in Bodegraven (Niederlande) wird das Lager in Obernau mehrfach wöchentlich aus Osterrönfeld beliefert.

Gute Beratung ist das A und O – bei Heimfitnessgeräten ebenso wie im Profibereich

„Unsere Firmenphilosophie ist es, unseren Kunden das für sie beste Produkt mit dem besten Service zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten.“

Inhaber und CEO Christian Grau

Dass das nicht nur leere Worte sind, beweist das Unternehmen mit Fakten. Mit der größten Mannschaft an Fachpersonal im Markt – darunter zahlreiche Sportwissenschaftler, Sport- und Fitnesskaufleute, ehemalige Leistungssportler und Fitnesstrainer – wird Kundenberatung ganz nach dem Motto „Wir leben Fitness“ aktiv gelebt. Das gilt beim Kauf des geeigneten Gerätes genauso wie beim Aufbauservice und der Beratung beim anschließenden Training. Der Erfolg gibt dem Unternehmen Recht: Im August 2020 begrüßte das Unternehmen den dreimillionsten Kunden. „Zufriedene Kunden sind uns wichtig“, sagt Grau. „Wenn das Gerät zum Trainierenden passt, stellen sich schneller Erfolge ein und wir werden weiterempfohlen.“ Ein Beispiel: Nach einer ersten Bestellung

aus einer Kleinstadt in Grönland konnte beobachtet werden, dass über die Jahre die Bestellfrequenz aus Grönland von einer Bestellung im Monat auf vier bis fünf Bestellungen anstieg und die Mund-zu-Mund-Propaganda sich kontinuierlich die Westküste Grönlands hochgearbeitet hat.

Die Zielgruppe ist breit: Fitshop adressiert vom aktiven Senior-Freizeitsportler bis zum Olympia-Leistungssportler Menschen aus allen Alters- und Leistungsgruppen, die sich fit und gesund halten wollen. Aber auch diejenigen, die aktiv an ihrem Körper arbeiten, ihre Kondition und Beweglichkeit verbessern, mit Krafttraining Muskelgruppen definieren oder mit Ausdauertraining abnehmen wollen, gehören zu den Käufern. Darüber hinaus hat Fitshop Boxartikel, Artikel für Wellness und Regeneration sowie Spiel- und Freizeitgeräte für Kinder im Sortiment.

Fitshop-Kunden honorieren nicht nur Beratung und Service beim Kauf, sondern vor allem auch die Produktqualität. Das Ergebnis: so gut wie keine Retouren. Die Nähe zu den Herstellern in Europa, Asien und Amerika und der Status als einer der wichtigsten Abnehmer machen es Fitshop möglich, neue Produkte exklusiv in den Markt zu bringen. „Wenn etwas revolutionär und neu ist im europäischen Markt, haben wir es fast immer als erster im Angebot“, sagt Grau. Für viele der bekannten Markenhersteller ist das Unternehmen der größte Vertriebspartner in Europa.

Als Spezialist für Heimfitnessgeräte haben die Unternehmen der Fitshop Group mit über 7.000 Artikeln das derzeit größte Online-Sortiment auf Lager. Das erklärt Grau so:

„Für uns gehören Qualität und Service zusammen, denn Trainingserfolge und Spaß stellen sich nur ein, wenn das Gerät zu den Bedürfnissen und Zielen des Käufers passt.“

Mehr als 150 Mitarbeiter arbeiten bei Fitshop in den drei Customer Care Centern in Schleswig (für Kunden in Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen, Tschechien, Frankreich, Spanien, Skandinavien, Italien und für den weltweiten Versand), im niederländischen Bodegraven (für Kunden aus der Benelux-Region) und Glasgow (für Großbritannien und Irland). Auch in den Filialen vor Ort beraten Fitness-Experten die Kunden,



erstellen Fitnessanalysen und machen Vorschläge für Trainingspläne. „Für ein effektives Heimfitnesstraining muss der Kunde wissen, wie er richtig mit dem Gerät trainieren sollte“, sagt Grau.

Sportbegeistert wie er sind alle Mitarbeiter bei Fitshop: „Das überträgt sich auch auf unsere Kunden.“ Nach dem Kauf in einer Filiale liefern die Fitshop-Mitarbeiter das Gerät auf Wunsch in die Wohnung, helfen beim Aufbau und beantworten auch weiterhin alle Fragen zu den Themen Fitness und Gesundheit.

Neben Heimfitnessgeräten bietet Fitshop eine breite Auswahl an Profigeräten für Geschäftskunden wie Fitnessstudios, Unternehmen, Hotels, Physiotherapeuten oder Feuerwehren. Die Spezialisten aus Norddeutschland beraten bei der optimalen Planung und Umsetzung von Fitnessräumen – ein Service, den immer mehr Unternehmen für die Gestaltung eines Mitarbeiter-Fitnessraums nutzen. „Dieser Bereich wird bei uns stark ausgebaut. Wir erwarten hier ein deutliches Wachstum, da immer mehr Unternehmen den Beitrag von Fitnessmöglichkeiten für die Zufriedenheit und Gesundheit der Mitarbeiter erkennen“, erklärt Grau.

Auch die Liste prominenter Kunden ist lang: von Fußballern und anderen Leistungssportlern über Schauspieler und Moderatoren bis hin zu Unternehmern und internationalen Spitzenpolitikern. Als ein amerikanischer Präsident bei einer wichtigen Sicherheitskonferenz im Fitnessbereich des Hotels sein Lieblingsgerät vermisste, konnte Fitshop innerhalb kürzester Zeit Abhilfe schaffen. Das blieb nicht ohne Folgen: In den letzten fünf Jahren hat Fitshop mehr als 100 Botschaften und Konsulate im In- und Ausland mit Fitnessgeräten ausgestattet.

ERFOLGREICHE EIGENMARKEN

Ein weiterer Pluspunkt des Fitshop-Angebots sind die Eigenmarken cardiostrong, Taurus, Darwin Fitness, Body-Max, cardiojump, Duke Fitness sowie Taurus Wellness. Diese Marken weisen eine klare Positionierung auf und sprechen unterschiedliche Kundengruppen an.

Die Marke cardiostrong, eingeführt 2010, konzentriert sich auf Ausdauergeräte für den Heimbereich. Diese Geräte sind durch zeitloses Design, geringe Stellmaße, Klappmöglichkeiten, zahlreiche Trainingsprogramme sowie umfassende Entertainmentfunktionen für die Heimnutzung optimiert. Sie sprechen qualitätsbewusste Einsteiger, ambitionierte Ausdauersportler, Rekonvaleszenten und Familien an. Die Topgeräte der jeweiligen Kategorien sind für die semiprofessionelle gewerbliche Nutzung, z.B. in Hotels oder im Firmen-Fitnessraum, zugelassen. Unter der Marke cardiostrong werden Crosstrainer, Fahrrad-Ergometer, Liegeergometer, Laufbänder und Rudergeräte angeboten. Zahlreiche dieser Geräte erhielten in verschiedenen Tests Bestplatzierungen. Die Marke cardiostrong wurde im Jahr 2020 vom Deutschen Institut für Servicequalität und n-tv als eine der drei beliebtesten Fitnessgeräte-Marken ausgezeichnet und errang dort im Dezember 2021 den 1. Platz bei der Wahl der Kunden-Favoriten. Zudem erhielt cardiostrong mehrfach den German Brand Award, zuletzt 2021.

Die Marke Taurus, eingeführt 2008, steht für maximale Performance. Unter dieser Marke werden zahlreiche Ausdauer- und Kraftgeräte angeboten sowie eine breite Auswahl an



Kleingeräten für Functional Training, Kraftsport sowie Fitness Accessories und Boxartikel. Die Produkte sind für intensive Workouts konzipiert und entsprechend stabil gebaut. Zielgruppe sind Athleten sowie Privatkunden mit höchsten Ansprüchen an Leistung und Sicherheit. Zahlreiche Geräte von Taurus sind für den semiprofessionellen oder professionellen Einsatz zugelassen. Hotels, Gesundheitseinrichtungen (Rehakliniken, Physiotherapeuten), Personal Trainer, Fitnessstudios sowie Behörden (Polizei, Feuerwehr, Gefängnisse, Militär) schätzen die Langlebigkeit, die hohe Verarbeitungsqualität und das gute Preis-Leistungs-Verhältnis der Fitnessgeräte von Taurus. Das breite Sortiment erlaubt eine Komplettausstattung gewerblicher Kunden im einheitlichen Taurus-Look.

Die Marke Taurus wurde im Jahr 2020 vom Deutschen Institut für Servicequalität und n-tv als eine der drei beliebtesten Fitnessgeräte-Marken ausgezeichnet. Zudem erhielt Taurus von 2019 bis 2021 jeweils den Plus X Award als „Beste Marke des Jahres“ im Bereich Fitnessgeräte. Bei den German Brand Awards wurde Taurus 2021 als „Winner“ ausgezeichnet.




TAURUS



Die Marke cardiojump, eingeführt 2019, konzentriert sich auf Garten- und Fitnessstrampoline sowie weitere Produkte rund um Sport und Bewegung, wie z.B. Airtracks.

Die Marke Duke Fitness, eingeführt 2019, konzentriert sich auf preiswerte Ausdauergeräte für leichtes Training. Kunden, die mehr Bewegung in ihren Alltag bringen wollen, erfreuen sich an sicheren Geräte mit solider Verarbeitungsqualität und in einem modernem Design.



Die Marke Darwin Fitness, eingeführt 2015, konzentriert sich auf Ausdauer- und Krafttrainingsgroßgeräte mit einem jungen und modernem Design. Die Geräte richten sich an preisbewusste Fitnessneinsteiger für moderates Training. Die Fitnessgeräte von Darwin Fitness bieten auch im Einsteigersegment geprüfte Qualität, da sie ebenso wie alle anderen Eigenmarken den Fitshop-Qualitätsmanagementprozess durchlaufen.

Die Marke BodyMax, eingeführt 2011, ist eine Eigenmarke der britischen Tochtergesellschaft von Fitshop; die Geräte werden überwiegend in Großbritannien angeboten. BodyMax deckt ein breites Sortiment in fast allen Bereichen des Fitnessmarktes ab: Ausdauer- und Kraftgeräte, Kleingeräte und Fitnessaccessories, Minitrampoline sowie ein großes Sortiment an Hanteln, Hantelscheiben, Hantelbänken und Zubehör für das Krafttraining. BodyMax ist eine der stärksten Marken für Krafttraining in Großbritannien.

Die Marke Taurus Wellness, eingeführt 2020, steht für Massage und Wohlbefinden. Aktuell werden Massagesessel in verschiedenen Größen und Farbvarianten sowie Handmassagegeräte angeboten.



DUKEFITNESS

BodyMax
PERFORMANCE WITH COMFORT

cardiojump®

**TAURUS
WELLNESS**

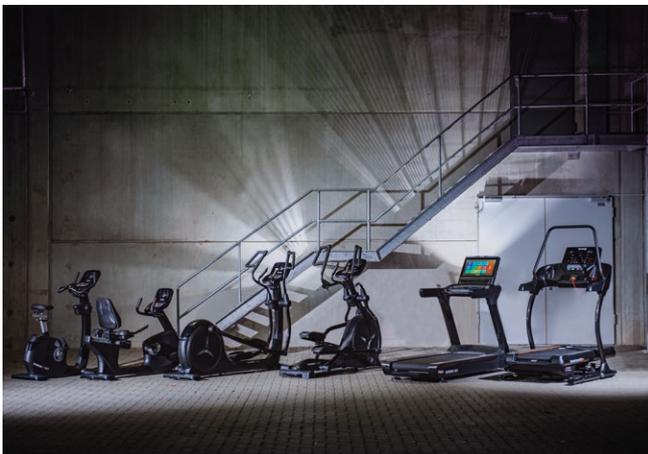


Mehr Informationen über die Auszeichnungen der einzelnen Geräte und Marken senden wir ihnen gerne auf Anfrage zu: christian.werner@fitshop.de

DER MARKT FÜR FITNESSGERÄTE – B2B UND B2C

Der Fitnessgerätemarkt unterteilt sich im Wesentlichen in zwei Bereiche:

1. Ausrüstung von Fitnessstudios und Firmen, Hotels, Vereinen, medizinischen Einrichtungen sowie sonstigen Institutionen wie z.B. Feuerwehren und Gefängnissen (Commercial und B2B),
2. Verkauf von Heimfitnessgeräten an Endkunden zur privaten Nutzung zu Hause (B2C).



Der Commercial-Markt wird im Wesentlichen dominiert durch Hersteller wie Technogym, Life Fitness, Precor und Johnson Health Tech (Matrix), die die Geräte direkt an die größeren Fitnessstudioketten vertreiben. Bei kleineren Fitnessstudioketten sowie im B2B-Bereich ist der Marktanteil von Händlern wie z.B. Fitshop deutlich höher, da hier die Projektvolumina geringer sind und damit häufig zu klein, um für einen Direktvertrieb der Hersteller interessant zu sein. Der B2C-Markt für Fitnessgeräte ist Teil des Sportmarktes. Dieser war in Europa 2022 ca. 50 Mrd. € groß. Die größten Sportmärkte in Europa sind (jeweils 2022, Quelle: Statista, McKinsey, ECDB):

- + Frankreich (mit einem Volumen von ca. 14 Mrd. €),
- + Deutschland (mit einem Volumen von ca. 13 Mrd. €) und
- + Großbritannien (mit einem Volumen von ca. 9 Mrd. GBP).

Weitere für Fitshop wichtige Märkte sind z. B. die Schweiz mit einem Marktvolumen im Sportfachhandel von ca. 2,2 Mrd. CHF sowie Österreich mit einem Marktvolumen von ca. 4 Mrd. € (jeweils 2022, Quelle: Statista, GfK).

Der Anteil des Fitnessgerätehandels am allgemeinen Sportfachhandel beträgt ca. 2–4 %, was ein europäisches Marktvolumen von 1 Mrd. € bis 2 Mrd. € impliziert.

Fitnessgeräte und -zubehör werden im Wesentlichen über folgende Kanäle vertrieben:

- + Fitnessfachhandel (stationär und online): Der Heimfitness-Markt in Europa ist gekennzeichnet durch eine Vielzahl von ganz unterschiedlichen und oft nur nationalen oder gar regionalen Marktteilnehmern. Wirkliche Heimfitness-Spezialisten, die wie Fitshop herstellerunabhängig, multinational, online und stationär mit einem umfassenden Analyse- und Beratungsangebot aktiv sind, gibt es außer Fitshop nicht.
- + Online Pure Player mit Fitnessfokus: Hier gibt es einige Anbieter, die national oder europaweit tätig sind, sich häufig jedoch auf einen Sortimentsbereich konzentrieren (Nahrungsergänzung, Kraftsport, Functional Training, CrossFit).
- + Sportfachhändler (stationär und online): Der Anteil der Sportfachhändler am Fitnessgerätemarkt sinkt stetig. Bei diesen Unternehmen wie Sports Direct, Decathlon sowie



den zahlreichen individuellen Sportfachhändlern aus der Intersport- oder Sport2000-Gruppe kann beobachtet werden, dass die Fitnessflächen sukzessive reduziert werden, da die allgemeinen Sporthändler nicht wirtschaftlich geschultes Personal für die anspruchsvolle Beratung vorhalten können und andere Sortimente (i.W. Textil) in den zumeist zentralen Innenstadtlagen dieser Sporthäuser höhere Quadratmeterumsätze generieren. Aus diesem Grund ist das Geräteangebot dort eher klein und sinkend. Im Fitnessbereich konzentrieren sich diese Händler auf Kleinteile und Accessoires (z.B. Hanteln, Matten, Massagerollen) und Bekleidung für das Fitnessstraining.

+ Onlinehändler wie Amazon, Otto, Costco, Argos etc.

+ Saisonale, zeitlich begrenzte und intensiv beworbene Einzelposten von großen Einzelhändlern aus dem Food- (Aldi, Lidl, Tesco) oder Non-Food-Bereich (Tchibo, Argos). Aufgrund der Komplexität des Geschäfts gehen diese Angebote insbesondere bei Ausdauertrainingsgeräten jedoch in den letzten Jahren deutlich zurück.

„Als Marktführer im Vertrieb von Heimfitnessgeräten konnten wir unseren Marktvorsprung konsequent ausbauen.“

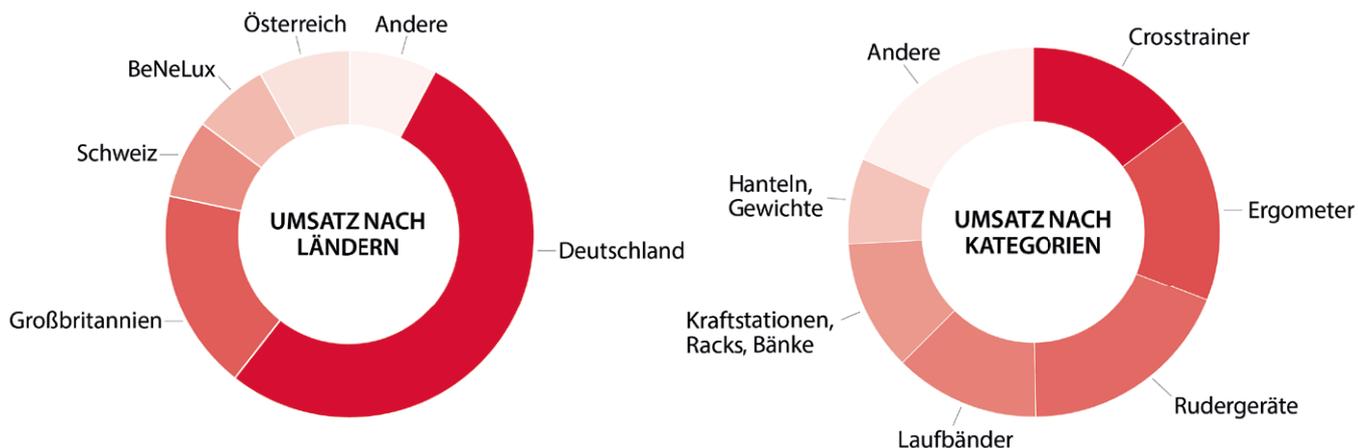
Inhaber und CEO Christian Grau

Vieles spricht dafür, dass das Wachstum ungebremst weitergeht: Das Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung wächst und damit die Einsicht, für die Gesundheit selbst verantwortlich zu sein. Auch die demografische Entwicklung birgt Chancen für Fitshop: Menschen wollen länger fit bleiben und kaufen dafür auch Geräte, die sie zu Hause nutzen können. Zudem arbeiten immer mehr Menschen auch dauerhaft im Home-Office und wollen daher auch ihr Fitnessstraining, das häufig vor oder nach der Arbeit erledigt wird, in die eigenen vier Wänden verlegen.



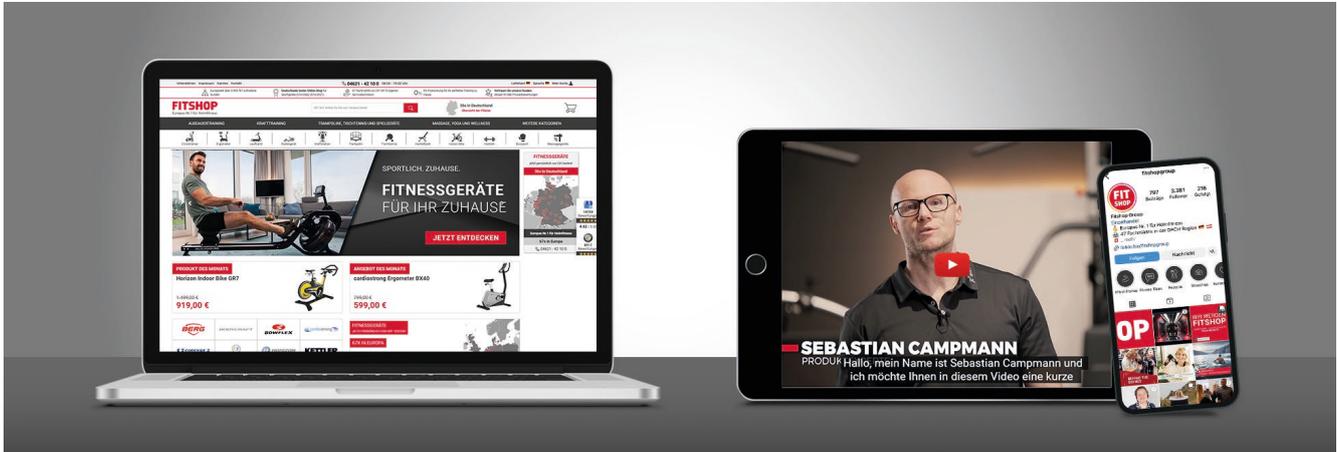
FAKTEN ZUR FITSHOP GROUP

Auf Basis der Außenumsätze der Konzerngesellschaften ist die Verteilung der Umsätze nach Ländern und Kategorien dargestellt.



- + 124 Mio. € Umsatz in 2023
- + Über 40 Jahre Erfahrung auf dem Heimfitness-Markt
- + Über 650 Beschäftigte in Europa, darunter 150 Kundendienst-Mitarbeiter aus 13 Nationen (Kundenservice in zwölf Sprachen)
- + Über 75 Servicetechniker im dezentralen Einsatz (mit über 60 eigenen Transportern)
- + Hochqualifiziertes Personal, darunter Sportwissenschaftler, Leistungssportler, Fitnesstrainer etc.
- + Über 60 Fachmärkte in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, Belgien, Polen, Dänemark und Frankreich (mehr als 20.000 m² Verkaufsfläche)
- + Onlineangebot mit über 7.000 Artikeln
- + Über 60.000 m² Hochregallager in Osterröföfeld (DE), Bodegraven (NL), Glasgow (GB) und Obernau (CH)
- + Lagerverfügbarkeit von 98 %
- + Mehr als 3,6 Millionen Kunden
- + Über 250.000 bearbeitete Bestellungen im Jahr 2023

WEBSHOPS, WEITERE WEBSITES UND SOCIAL MEDIA



Webshops

www.fitshop.de
www.fitshop.at
www.fitshop.co.uk
www.fitshop.ch
www.fitshop.fi
www.fitshop.gl
www.fitshop.li
www.fitshop.be
www.fitshop.dk
www.fitshop.es
www.fitshop.fr
www.fitshop.it
www.fitshop.nl
www.fitshop.no
www.fitshop.pl
www.fitshop.pt
www.fitshop.cz
www.fitness-dump.be
www.fitness-dump.nl
www.fitness-rent.be

www.fitness-rent.nl

www.t-fitness.com

Weitere Websites

www.cardiostrong.com
www.cardiostrong.de
www.cardiostrong.es
www.taurus-fitness.com
www.taurus-fitness.de
www.taurus-fitness.es
www.bodymax-fitness.com
www.darwin-fitness.de
www.darwin-fitness.dk
www.darwin-fitness.co.uk
www.darwin-fitness.es
www.darwin-fitness.fr
www.darwin-fitness.nl

Social media



fitshop.de/blog



youtube.com/user/fitshop



facebook.com/fitshopgroup



instagram.com/fitshopgroup



**Christian Grau,
Geschäftsführer Fitshop GmbH**

CEO, IT, Logistik, Vertrieb & Service B2C

Schon zu Studenienzeiten arbeitete Christian Grau (Jhg. 1976) als Werkstudent für das Sportgeschäft des damaligen Inhabers Ulrich Tiedje. Seitdem ist der Fitnessexperte und ehemalige Basketball-Regionalligaspieler dem Geschäft treu geblieben, wurde 2001 Mitinhaber und hat Fitshop zu Europas größtem Fachmarkt und Onlinehändler für Heimfitnessgeräte ausgebaut. Seit 2011 ist Christian Grau Alleininhaber der Fitshop GmbH. Er ist geschäftsführender Gesellschafter und CEO von Fitshop.



**Sebastian Campmann,
Geschäftsführer Fitshop GmbH**

Einkauf, Filialgeschäft & B2B, Fitshop Iberica

Sebastian Campmann (Jhg. 1980) ist seit 2010 als Geschäftsführer für Fitshop tätig. Der studierte Sportwissenschaftler absolvierte nach dem Studium eine Ausbildung zum Sport- und Fitnesskaufmann und ist bereits seit 2007 in verschiedenen Funktionen für das Unternehmen tätig, unter anderem als Filialleiter in Köln. Als Geschäftsführer kümmert er sich um die Fachmarktbetreuung, den Ausbau des nationalen und internationalen Standortnetzes sowie den Einkauf und die Entwicklung der Eigenmarken.



**Dr. Bernhard Schenkel,
Geschäftsführer Fitshop GmbH**

Marketing, Unternehmensentwicklung, Finanzen, Personal, Fitshop UK und Fitshop NL

Dr. Bernhard Schenkel (Jhg. 1977) verstärkt seit Juli 2012 die Geschäftsführung von Fitshop und ist für die Bereiche Marketing, Unternehmensentwicklung, Personal, die Tochtergesellschaften in Großbritannien und den Niederlanden, sowie Finanzen zuständig. Nach seiner Promotion an der Universität Mannheim arbeitete der sportbegeisterte Diplomkaufmann zunächst als Assistent des Vorstandsvorsitzenden der Celesio AG. Er durchlief in seiner mehr als sechsjährigen Tätigkeit bei Celesio verschiedene Stationen und war dort zuletzt verantwortlicher Director Global Strategic Marketing & Business Innovation.

UNTERNEHMENS AUSZEICHNUNGEN



Fitshop wird regelmäßig als Händler für Fitnessgeräte ausgezeichnet. In der bundesweiten Befragung von Focus und Deutschland Test zur Kundenzufriedenheit mit Online-Shops erhielt Fitshop 2023 in der Kategorie Fitnessgeräte die besten Kundenbewertungen und damit den Titel „Bester Online-Shop“ zum sechsten Mal in Folge.



Auch 2023 erhält Fitshop wieder die Auszeichnung „Deutschlands beste Online-Händler“. Unter allen ausgezeichneten Fitnessgeräte-Shops belegt Fitshop zum sechsten Mal in Folge den ersten Platz. In der repräsentativen Kundenumfrage wurden zum siebten Mal die besten (Online)-Händler ausgezeichnet. Die Umfrage wurde vom Marktforschungsunternehmen ServiceValue im Auftrag des Handelsblatts durchgeführt.



In der Verbraucherbefragung „Deutschlands beste Online-Shops 2023“ des Deutschen Instituts für Service-Qualität und des Nachrichtensenders n-tv wurde Fitshop mit dem Titel „Gesamtsieger Shops Sportgeräte“ ausgezeichnet. Außerdem belegte Fitshop den 1. Platz in den Bereichen „Kundenservice“, „Preis-Leistungs-Verhältnis“ sowie „Versand und Rücksendung“. Die Auszeichnung erhielt Fitshop 2023 zum achten Mal in Folge.



Fitshop wurde in einer Umfrage von Deutschland Test und Focus Money zu den beliebtesten Familienunternehmen Deutschlands auf den dritten Platz aus 1000 Unternehmen gewählt. In Schleswig-Holstein brachte es Fitshop sogar zum beliebtesten Familienunternehmen. Bei der Umfrage gaben mehr als 125.000 Verbraucher Ihre Stimme ab.

MARKENAUSZEICHNUNGEN



References: disq.de, plusxaward.de, german-brand-award.com

WIR LEBEN FITNESS

FITSHOP
Europas Nr.1 für Heimfitness