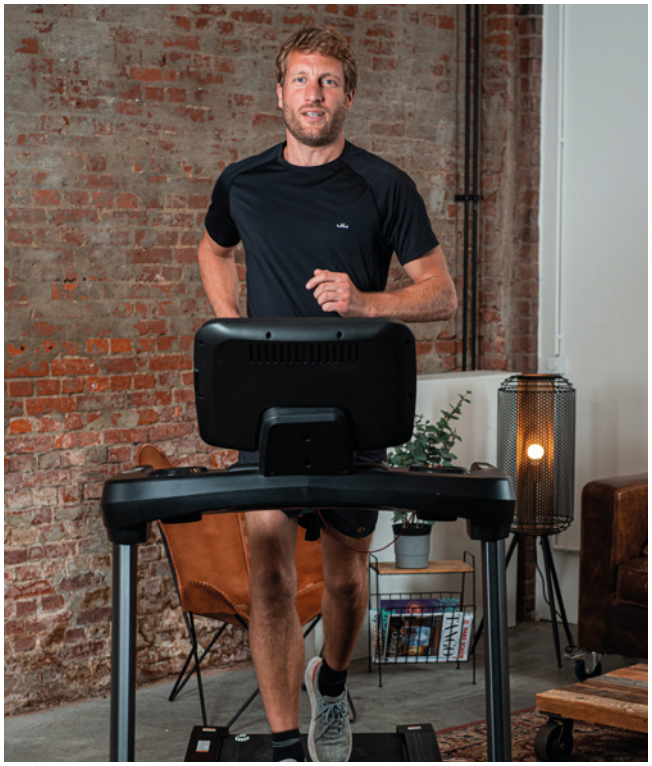
SPORT-TIEDJE GROUP

Sport-Tiedje GmbH
Flensburger Straße 55 | 24837 Schleswig
04621 42 10 0 | info@sport-tiedje.de | sport-tiedje.de

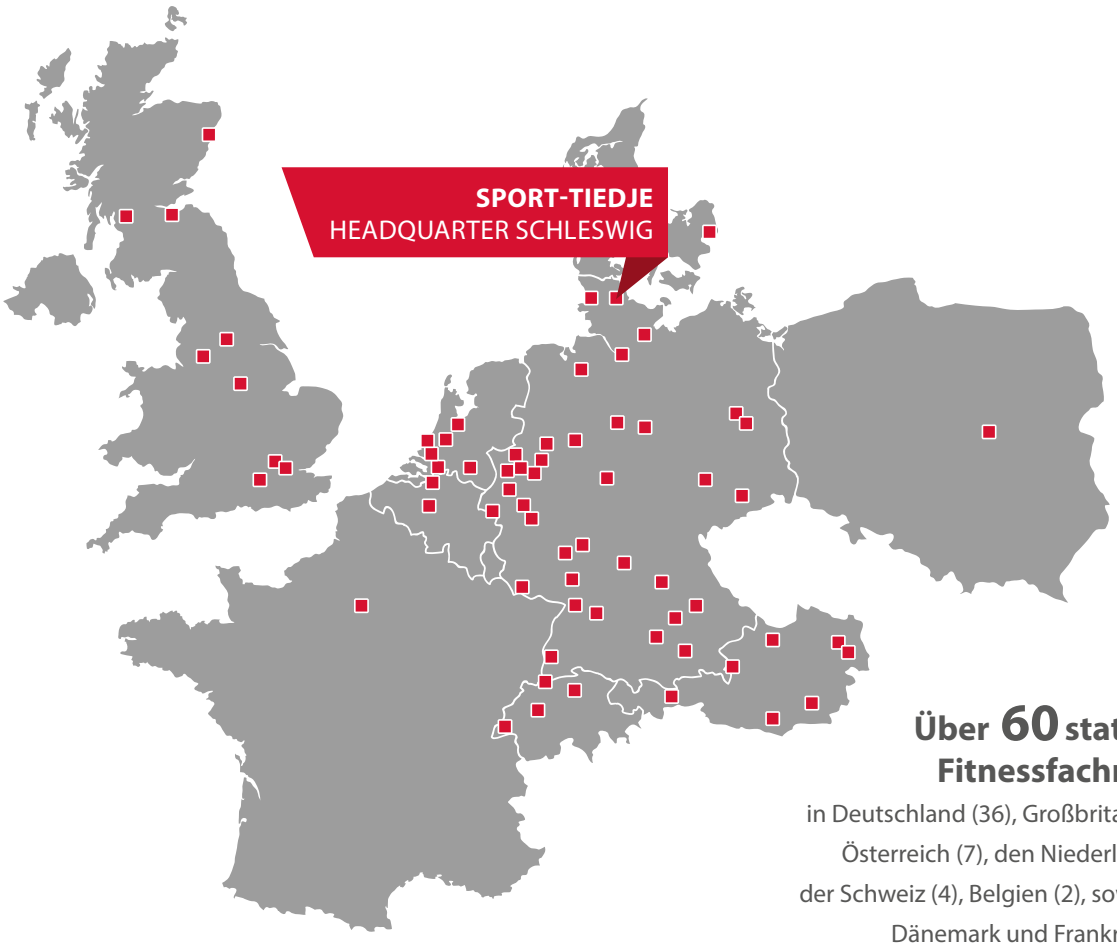
Pressekontakt
Christian Werner | Tel.: 04621 4210 825
christian.werner@sport-tiedje.de

INHALT

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



EUROPAS GRÖSSTER HÄNDLER FÜR HEIMFITNESSGERÄTE UND -ZUBEHÖR



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)

Sport-Tiedje
Europas Nr. 1 für Heimfitness

FITSHOP
Europe's No. 1 for Home Fitness

POWERHOUSE fitness
EUROPE'S Nº.1 FOR HOME FITNESS

Filialen und Webshops firmieren unter Sport-Tiedje, Powerhouse Fitness und Fitshop

---

25 Webshops in 12 Sprachen	**203 Mio. € Umsatz (2020)**	**über 650 Mitarbeiter**	**★★★★★ über 3 Mio. zufriedene Kunden**

FACT SHEET

Unternehmen	Sport-Tiedje GmbH
Kurzprofil	Sport-Tiedje 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. Sport-Tiedje 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
Alleinstellungs-merkmale	+ 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	+ Heimfitnessgeräte sowie Zubehör und Sporternährung aller renommierten Hersteller + 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, der Schweiz, Benelux, Skandinavien und Frankreich; 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 3,1 Millionen (2020)
Umsatz und Wachstum	Im Geschäftsjahr 2020 hat die Sport-Tiedje Group über 200 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet. Im gleichen Jahr wurden über 500.000 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 Sport-Tiedje 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 1999 haben Kunden die Möglichkeit, Fitnessgeräte bei Sport-Tiedje im Online-Shop zu bestellen – der Grundstein für das Wachstum von Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje Heimfitnessgeräte und -zubehör über 25 Online-Shops in 12 Sprachen.

Auf den Ausbau der Onlinepräsenz folgte der Aufbau von Filialen. Im Jahr 2003 eröffnete Sport-Tiedje Fitnessfachmärkte in München, Düsseldorf und Berlin. Die internationale Expansion begann 2004 mit 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 unter der Marke Fitshop vorangetrieben, die seit der Übernahme des niederländischen Unternehmens OZI Sport zur Sport-Tiedje Gruppe gehört. Mit diesem Namen soll der Fokus auf den Fitnessmarkt (statt des nicht mehr zutreffenden allgemeinen Sportbezugs im Namen der Muttergesellschaft) herausgestellt werden. 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 Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje seitdem auch über ein Zentrallager in den Niederlanden, das als Hub für das Benelux-Geschäft fungiert.
Im November 2015 übernahm Sport-Tiedje den britischen Fitnessspezialisten Laidir Leisure Ltd., der unter der Marke Powerhouse Fitness Heimfitnessgeräte über neun Fachgeschäfte in England und Schottland sowie über die Website powerhouse-fitness.co.uk vertrieb. Das Filialgeschäft wird seit der Übernahme beständig weiterentwickelt. 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.

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 Fitness-trainer – 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. „Unser Umsatz ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen", sagt Grau. „Und das bisher hauptsächlich aufgrund der Empfehlungen unserer Kunden." 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 4-5 Bestellungen anstieg und die Mund-zu-Mund-Propaganda sich kontinuierlich die Westküste Grönlands hochgearbeitet hat.

Die Zielgruppe ist breit: Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje Boxartikel, Sporternährung sowie Spiel- und Freizeitgeräte für Kinder im Programm.

Sport-Tiedje-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 Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje 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 Sport-Tiedje: „Das überträgt sich auch auf unsere Kunden." Nach dem Kauf in einer Filiale liefern die Sport-Tiedje-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 Sport-Tiedje 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 russischen Oligarchen. Als ein amerikanischer Präsident bei einer wichtigen Sicherheitskonferenz im Fitnessbereich des Hotels sein Lieblingsgerät vermisste, konnte Sport-Tiedje innerhalb kürzester Zeit Abhilfe schaffen. Das blieb nicht ohne Folgen: In den letzten fünf Jahren hat Sport-Tiedje mehr als 100 Botschaften und Konsulate im In- und Ausland mit Fitnessgeräten ausgestattet.

ERFOLGREICHE EIGENMARKEN

Ein weiterer Pluspunkt des Sport-Tiedje-Angebots sind die Eigenmarken cardiostrong, Taurus, Darwin Fitness, Bodymax, 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, Fitness-Studios sowie Behörden (Polizei, Feuerwehr, Gefängnisse, Militär) schätzen die Langlebigkeit, die hohe Verarbeitungssqualität 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.

cardiostrong

TAURUS

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

Die Marke Bodymax, eingeführt 2011, ist eine Eigenmarke der britische Tochtergesellschaft von Sport-Tiedje; die Geräte wer den überwiegend bei Powerhouse Fitness 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 cardiojump, eingeführt 2019, konzentriert sich auf Garten- und Fitnesstrampoline 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 Taurus Wellness, eingeführt 2020, steht für Massage und Wohlbefinden. Aktuell werden Massagesessel in verschiedenen Größen und Farbvarianten sowie Handmassagegeräte angeboten.

Mehr Informationen über die Auzeichnungen der einzelnen Geräte und Marken senden wir ihnen gerne auf Anfrage zu: *christian.werner@sport-tiedje.de*

DER MARKT FÜR FITNESSGERÄTE – B2B UND B2C

Der Fitnessgerätemarkt unterteilt sich im Wesentlichen in zwei Bereiche:

1. Ausrüstung von Fitness-Studios und Firmen, Hotels, Vereinen, medizinischen Einrichtungen sowie sonstigen Institutionen wie 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. Sport-Tiedje 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 2018 ca. 40 Mrd. € groß. Die größten Sportmärkte in Europa sind:

+ Frankreich (mit einem Volumen von ca. 9,5 Mrd. €),
+ Deutschland (mit einem Volumen von ca. 8 Mrd. €) und
+ Großbritannien (mit einem Volumen von ca. 6 Mrd. GBP).

Weitere für Sport-Tiedje wichtige Märkte sind z. B. die Schweiz mit einem Marktvolumen im Sportfachhandel von ca. 2 Mrd. CHF sowie Österreich mit einem Marktvolumen von ca. 1,5 Mrd. €.

Vor der Corona-Pandemie betrug der Anteil des Fitnessgerätehandels am allgemeinen Sportfachhandel ca. 2 – 4 %, was ein europäisches Marktvolumen von 800 Mio. € bis 1,6 Mrd. € impliziert. Ein amerikanischer Hersteller von Heimfitnessgeräten schätzte im Januar 2021, dass sich der weltweite Markt für Heimfitnessgeräte durch die Corona-Pandemie von 3,6 Mrd. US-$ auf über 6 Mrd. US-$ erhöhen wird.
Dazu Sport-Tiedje-CEO Christian Grau:

„Aufgrund der Vielfalt der Marktteilnehmer in Größe und Sortiment gibt es kaum verlässliche Zahlen. Wir gehen jedoch davon aus, dass die Corona-Pandemie das Interesse der Kunden an Heimfitness nachhaltig steigert."

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 Sport-Tiedje herstellerunabhängig, multinational, online und stationär mit einem umfassenden Analyse- und Beratungsangebot aktiv sind, gibt es außer Sport-Tiedje 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 Fitnesstraining.

+ 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.

Der Online-Versandhandel mit Sportgeräten ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Sport-Tiedje profitiert davon mit einem Wachstum, das deutlich über dem allgemeinen Marktwachstum liegt.

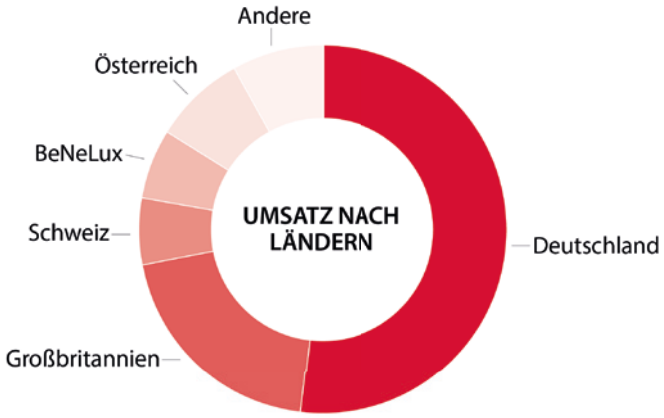
„Als Marktführer im Vertrieb von Heimfitnessgeräten konnten wir unseren Marktvorsprung konsequent ausbauen“,

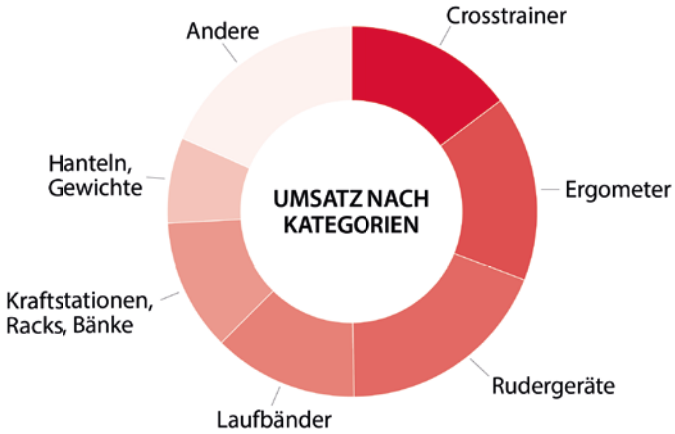
Inhaber und CEO Christian Grau

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 Sport-Tiedje: 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 Fitnesstraining, das häufig vor oder nach der Arbeit erledigt wird, in die eigenen vier Wänden verlegen.

FAKTEN ZUR SPORT-TIEDJE GROUP

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





+ 203 Mio. € Umsatz in 2020
+ Über 35 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 26.000 m² Verkaufsfläche)
+ Onlineangebot mit über 7.000 Artikeln
+ 30.000 m² Hochregallager in Büdelsdorf (DE), Bodegraven (NL) und Glasgow (GB)
+ Lagerverfügbarkeit von 98 %
+ Mehr als 3,1 Millionen Kunden
+ Über 500.000 bearbeite Bestellungen im Jahr 2020

WEBSHOPS, WEITERE WEBSITES UND SOCIAL MEDIA

Webshops

www.sport-tiedje.com
www.sport-tiedje.de
www.sport-tiedje.at
www.sport-tiedje.ch
www.sport-tiedje.co.uk
www.sport-tiedje.fi
www.fitshop.gl
www.sport-tiedje.li
www.powerhouse-fitness.co.uk
www.fitshop.be
www.fitshop.ch
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.t-fitness.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

sport-tiedje.de/blog
youtube.com/user/sporttiedje
facebook.com/SportTiedje
instagram.com/sporttiedje

Christian Grau,
Geschäftsführer Sport-Tiedje GmbH

CEO, IT, Logistik, Vertrieb & Service B2C

Schon zu Studentenzeiten 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 Sport-Tiedje zu Europas größtem Fachmarkt und Onlinehändler für Heimfitnessgeräte ausgebaut. Seit 2011 ist Christian Grau Alleininhaber der Sport-Tiedje GmbH. Er ist geschäftsführender Gesellschafter und CEO von Sport-Tiedje.

Sebastian Campmann,
Geschäftsführer Sport-Tiedje GmbH

Einkauf, Filialgeschäft & B2B, Fitshop Iberica

Sebastian Campmann (Jhg. 1980) ist seit 2010 als Geschäftsführer für Sport-Tiedje 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 nun um die Fachmarktbetreuung, den Ausbau des nationalen und internationalen Standortnetzes sowie den Einkauf und die Entwicklung der Eigenmarken.

Dr. Bernhard Schenkel,
Geschäftsführer Sport-Tiedje GmbH

Marketing, Unternehmensentwicklung, Finanzen, Personal, Powerhouse und Fitshop

Dr. Bernhard Schenkel (Jhg. 1977) verstärkt seit Juli 2012 die Geschäftsführung von Sport-Tiedje und ist für die Bereiche Marketing, Unternehmensentwicklung, Personal, die Tochtergesellschaften in United Kingdom 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.

UNTERNEHMENSAUSZEICHNUNGEN

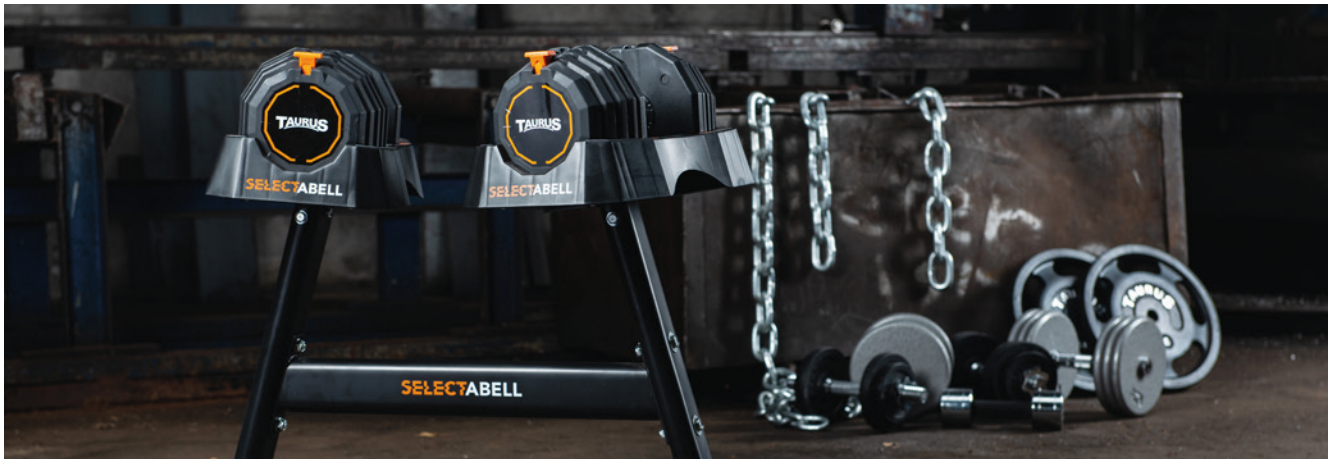
Sport-Tiedje wird regelmäßig als Händler für Fitnessgeräte ausgezeichnet. In der bundesweiten Befragung von Focus und Deutschland Test zur Kundenzufriedenheit mit Online-Shops erhielt Sport-Tiedje 2023 in der Kategorie Fitnessgeräte die besten Kundenbewertungen und damit den Titel „Bester Online-Shop“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

Auch 2022 erhält Sport-Tiedje wieder die Auszeichnung „Deutschlands beste Online-Händler“. Unter allen ausgezeichneten Fitnessgeräte-Shops belegt Sport-Tiedje zum fünften Mal in Folge den ersten Platz. In der repräsentativen Kundenumfrage wurden zum sechsten Mal die besten (Online)-Händler ausgezeichnet. Die Umfrage wurde vom Marktforschungsunternehmen ServiceValue im Auftrag des Handelsblatts durchgeführt.

In der Verbraucherbefragung „Deutschlands beste Online-Shops 2021“ des Deutschen Instituts für Service-Qualität und des Nachrichtensenders n-tv wurde Sport-Tiedje mit dem Titel „Gesamtsieger Shops Sportgeräte“ ausgezeichnet. Außerdem belegte Sport-Tiedje den 1. Platz in den Bereichen „Kundenservice“, „Preis-Leistungs-Verhältnis“ sowie „Versand und Rücksendung“. Die Auszeichnung erhielt Sport-Tiedje 2022 zum siebten Mal in Folge.

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

MARKENAUSZEICHNUNGEN



cardiostrong

TAURUS

ntv DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE ANBIETER Life & Living Award 2021 Fitnessgeräte cardiostrong Kundenurteil zu 15 Unternehmen/Marken Preisträger Platz 1-3 · www.disq.de DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG

ntv DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE ANBIETER Life & Living Award 2022 Fitnessgeräte cardiostrong Kundenurteil zu 13 Unternehmen/Marken Preisträger Platz 1-3 · www.disq.de DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG

ntv DEUTSCHLANDS BELIEBTESTE ANBIETER Life & Living Award 2021 Fitnessgeräte TAURUS Kundenurteil zu 15 Unternehmen/Marken Preisträger Platz 1-3 · www.disq.de DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG

german brand award '18 winner

german brand award '19 winner

german brand award '19 special

german brand award '21 winner

german brand award '21 special

german brand award '23 winner

german brand award '21 special

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG 1. PLATZ Sieger Kunden-Favoriten Höchste Weiterempfehlung Sport Jahresanalyse Dez. 2021 70 Anbieter www.disq.de Privatwirtschaftliches Institut ntv

PLUS X AWARD ausgezeichnet als: BESTE MARKE DES JAHRES 2022 www.plusxaward.de

PLUS X AWARD ausgezeichnet als: BESTE MARKE DES JAHRES 2019 www.plusxaward.de

PLUS X AWARD ausgezeichnet als: BESTE MARKE DES JAHRES 2020 www.plusxaward.de

PLUS X AWARD honoured as: BEST BRAND OF THE YEAR 2021 www.plusxaward.com

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

WIR LEBEN FITNESS