



# ITRIM SUCHT GESCHÄFTSPARTNER FÜR DEUTSCHLAND

**Beteiligungs- und Master-Franchise-Broschüre**

# Die schwedische Franchise-Kette Itrim, die im Bereich Gewichtsreduktion und Bewegungstraining tätig ist und internationale Spitzenergebnisse aufweisen kann, beabsichtigt eine Ausweitung ihrer Geschäftstätigkeit nach Deutschland und sucht dafür einen Unternehmer bzw. Joint-Venture-Partner.

Itrim ist eine schwedische Franchise-Kette, die im Bereich Gewichtsreduktion und Bewegungstraining tätig ist und international die effektivsten Ergebnisse bei der Gewichtsreduktion nachweisen kann. Seit dem Unternehmensstart im Jahr 2003 hat sich Itrim mit 26 Zentren in Schweden etabliert und eröffnet alle anderthalb Monate ein neues Zentrum. Das Potential des deutschen Marktes liegt dabei um ein mehr als Zehnfaches über dem Schwedens.

Itrim wurde sowohl 2007 als auch 2008 in Schweden als Franchise-System des Jahres nominiert. Im November 2008 konnte sich Itrim über einen 11. Platz bei einem von Schwedens führender Wirtschaftszeitung „Dagens Industri“ erstellten Ranking der am schnellsten wachsenden schwedischen Unternehmen freuen. Das Ranking umfasst knapp 1500 Wachstums-Unternehmen – so genannte Gazellenunternehmen –, die

alle die Ranking-Anforderungen erfüllen. Außerdem wurden mehrere Betreiber von Itrim-Zentren als Unternehmer des Jahres (Årets företagare) ausgezeichnet.

## Das Itrim-Abnehmprogramm

Das Itrim-Programm wurde in Zusammenarbeit mit Forschern des Stockholmer Karolinska Instituts entwickelt. Dieses renommierte Institut entscheidet unter anderem über die Vergabe des Nobel-Preises für Medizin. Das Programm wird von Itrim kontinuierlich evaluiert und weiterentwickelt. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Beirat des Unternehmens, dem führende Adipositas- und Kardiologie-Experten des Karolinska Instituts und der Universität Uppsala angehören.

In den 200-350 m<sup>2</sup> großen Itrim-Zentren erhalten übergewichtige Menschen die

notwendige Hilfe, um eine dauerhafte Gewichtsreduzierung erzielen zu können. Die Unterstützung umfasst dabei Mahlzeiterersatz, individuelle Beratung, Gruppensitzungen und körperliche Bewegung in den eigenen Trainingsanlagen. Das Ziel ist die Umstellung von Ernährungsgewohnheiten, veränderte Bewegungsroutinen und anhaltende Motivation. Itrim-Kunden verlieren während des ersten Jahres bei einem anfänglichen BMI von 32 durchschnittlich 10,8 kg. Dabei beträgt die Erfolgsrate 73%. Dieses Ergebnis wird nur von chirurgischen Eingriffen übertroffen.

Die international führenden Erfolgsraten von Itrim haben unter anderem auf dem Europäischen Adipositas-Kongress 2008 in Genf und auf der jährlichen wissenschaftlichen Konferenz der amerikanischen Adipositas-Gesellschaft 2008 in Phoenix ein positives Echo hervorgerufen.



## Die Zielgruppe von Itrim und das Marktpotenzial in Deutschland

Zur Zielgruppe von Itrim gehören Menschen, die an Übergewicht bzw. Adipositas leiden und durch Abnehmen sowie die Umstellung von Gewohnheiten eine dauerhafte Gewichtsreduktion erreichen wollen. Mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung ist übergewichtig bzw. fettleibig. Itrim ist es gelungen, insbesondere stark Übergewichtige mit einem BMI von über 30 als Kunden zu gewinnen. Diese Zielgruppe umfasst in Deutschland 16,4 Millionen Menschen. Die Mehrzahl der Itrim-Kunden ist zwischen 35 und 65 Jahren alt. 85% der Kunden sind Frauen. Mehr als die Hälfte der Itrim-Kunden können über Empfehlungen von Menschen gewonnen werden, die durch Itrim erfolgreich und dauerhaft abgenommen haben. Dadurch wird das weitere Wachstum garantiert.

Bisher haben mehr als 20.000 Kunden die ein Jahr dauernden Programme zur Gewichtsreduktion und zum Bewegungstraining absolviert. Im Durchschnitt bezahlt ein Kunde in Schweden 1.280 Euro für das Itrim-Abnehmprogramm.

## Mitbewerber in Deutschland

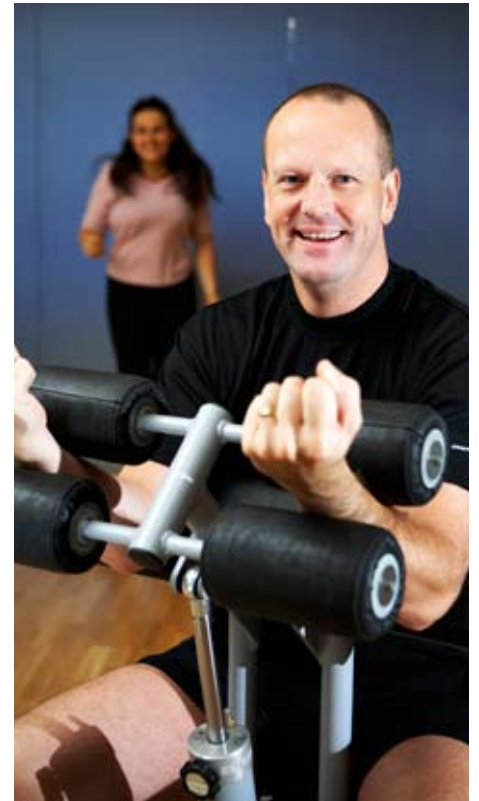
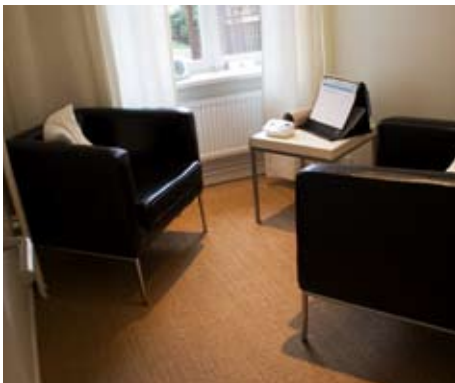
Die Branche lässt sich vereinfacht in vier Hauptbereiche unterteilen:

a) Anbieter mit einfacheren Abnehmprogrammen im Rahmen bestehender Trainingseinrichtungen, wie z.B. My Line, b) Unternehmen ohne Anbindung an Trainingseinrichtungen, die Kurse und Abnehmprogramme anbieten, wie z.B. BCM und Formmed, c) Angebote im Internet und d) Programme für Übergewicht und Adipositas, einschließlich chirurgischer Eingriffe, die in Einrichtungen des Gesundheitswesens durchgeführt werden. Itrim verfolgt einen davon abweichenden Ansatz: Es werden alle erforderlichen Ressourcen und Kompetenzen an einer Stelle gebündelt, um das Angebot und Umfeld optimal auf die Zielgruppe anpassen zu können. Von zentraler Bedeutung ist dabei die wissenschaftliche Fundierung aller Itrim-Programme.

## Die wichtigsten Mitbewerber von Itrim in Deutschland

• Weight Watchers ist Marktführer in Deutschland und bietet Kurse zu Ernährung und Motivation an, [www.weightwatchers.de](http://www.weightwatchers.de)

- Optifast führt seine Abnehmprogramme an 35 klinischen Einrichtungen durch und richtet sich vorrangig an Menschen, bei denen im Zusammenhang mit Adipositas weitere gesundheitliche Beschwerden auftreten, [www.optifast.de](http://www.optifast.de)
- BodyCur betreibt 13 Einrichtungen in West- und Südwestdeutschland, [www.bodycur.de](http://www.bodycur.de)
- Mobilis ist ein Abnehmprogramm, das gemeinsam von der Universitätsklinik in Freiburg, der Deutschen Sporthochschule Köln und der Krankenkasse BARMER angeboten wird. Für die Treffen werden Räume in örtlichen Trainingslokalen angemietet, [www.mobilis-programm.de](http://www.mobilis-programm.de)
- BCM und Formmed bieten Abnehmprogramme ohne organisierte Trainingsmöglichkeiten an, [www.formmed.de](http://www.formmed.de), [www.de.bcm.info](http://www.de.bcm.info)
- CaloryCoach stellt eine Niedrigpreis-Alternative mit einer Kombination aus Ernährungsumstellung und Bewegungstraining dar und konnte sich innerhalb kurzer Zeit mit 132 Einrichtungen auf dem deutschen Markt etablieren. Im Februar 2008 teilte die Fitnesskette Keep fit AG mit, dass sie die Mehrheit von CaloryCoach übernommen hat, [www.caloriecoach.de](http://www.caloriecoach.de)



Des Weiteren sind auf dem deutschen Markt eine Reihe größerer Fitness-Ketten aktiv, wie z.B. Fitness Company, Elixia, Kieser Training, Injoy und MrsSporty. Diese betreiben jedoch hauptsächlich klassisches Kraft- bzw. Zirkeltraining und bieten nur in geringem Umfang Abnehmprogramme an.

Itrim eröffnet häufig seine Zentren in der Nähe zu etablierten Fitness-Studios und -Ketten, da diese Einrichtungen keine direkte Konkurrenz darstellen.

### **Das Geschäftsmodell von Itrim**

Der Franchisegeber Itrim International AB ist Eigentümer des Konzepts und der Rechte an den Dienstleistungen und Produkten von Itrim. Für Schweden ist die Firma Itrim Sverige AB Master-Franchise-Nehmer von Itrim. Sie besitzt drei eigene Zentren und betreibt weitere 23 Einrichtungen auf Franchise-Basis. Itrim Sverige AB erhebt ein Entgelt für die Nutzung des Konzepts. Dieses beträgt 15% des Umsatzes des jeweiligen Centers. Außerdem finanziert sich Itrim Sverige AB über den Gewinn aus den Produkten, die an die Itrim-Zentren verkauft werden. Dabei handelt es sich in erster Linie um

Mahlzeigersatz, der unter dem eigenen Markennamen verkauft wird. Die Itrim Sverige AB wird 2008 voraussichtlich bei einem Umsatz von 3 Mio. Euro eine Gewinnspanne von 10% erzielen. Itrim-Kunden werden in diesem Jahr insgesamt etwa 6,4 Mio. Euro für Itrim-Dienstleistungen und -Erzeugnisse ausgeben. Damit ist Itrim nach Weight Watchers der zweitgrößte Akteur der Branche. Das Geschäftsmodell der Itrim-Center basiert auf Einnahmen aus Gewichtsreduktions- und Bewegungsprogrammen sowie auf dem Gewinn, der durch den Verkauf von Mahlzeigersatzprodukten der haus-eigenen Marke erzielt wird.

Während der Startup-Phase hat ein neues Itrim-Center einen Finanzierungsbedarf von ca. 100.000 Euro, bevor ein positiver Cashflow erreicht wird. Dafür benötigt es etwa 300 Kunden. In der Regel wird diese Kundenzahl innerhalb des ersten Jahres erreicht. Die erfolgreichsten Zentren haben derzeit eine Gewinnspanne von mehr als 25%.

### **Das Gründerteam**

Das Gründer- und Management-Team von Itrim besteht aus Geschäftsleuten

mit langjähriger nationaler und internationaler Erfahrung bei Unternehmen wie Accenture, Ernst & Young, McDonald's, McKinsey & Co und Price Waterhouse Coopers. Darüber hinaus können sie auf eine Reihe erfolgreicher Unternehmensgründungen und -etablierungen verweisen. Itrim ist ein solide finanziertes Unternehmen, dessen Gesellschafter Itrim-Gründungs- und Vorstandsmitglieder sind.

### **Itrim in Deutschland**

Der Vorstand von Itrim möchte das Unternehmen jetzt auch in Deutschland etablieren. Dieser Beschluss wurde auf der Grundlage sorgfältiger Analysen zu Zielgruppe, Marktlage, Konkurrenzsituation und zur Akzeptanz kommerzieller Angebote für Gewichtsreduzierung gefasst. Dabei fanden auch juristische und gesellschaftliche Aspekte in Deutschland Berücksichtigung.

Deutschland gehört zu den Ländern Europas mit dem höchsten Anteil übergewichtiger Menschen: 50% der Bevölkerung im Alter von 35-55 Jahren sind übergewichtig (BMI>25) und 20% fettleibig (BMI>30). Ausgehend von der



Anzahl übergewichtiger Erwachsener ist der Markt für Itrim-Dienstleistungen in Deutschland elfmal größer als in Schweden. In Schweden geht das Unternehmen davon aus, dass innerhalb von 5 Jahren 70 Zentren eröffnet werden. Bei denselben Annahmen würde das für Deutschland eine Anzahl von nahezu 800 Neueröffnungen in den ersten 10 Jahren bedeuten.

#### Etablierungsstrategie

Itrim will innerhalb eines Jahres drei bis fünf eigene Zentren in einer größeren deutschen Stadt eröffnen (Proof of Concept). Das Ziel dieser geografisch begrenzten Einführung soll die Überprüfung der Marktakzeptanz für das Konzept sein. Man will eventuell notwendige Marktanpassungen vornehmen und somit die Voraussetzungen für eine erfolgreiche landesweite Markteinführung schaffen. Ab 2011 ist dann eine Eröffnung zwischen 12 und 20 neuen Zentren pro Jahr geplant, wobei es sich dabei sowohl um eigene als auch um Franchise-Einrichtungen handelt.

#### Entwicklungsprognose

Die Prognose für Deutschland basiert auf den schwedischen Erfahrungen, die

wiederum landesspezifisch für Deutschland angepasst worden sind. Es werden folgende zentrale Annahmen getroffen:

- Eröffnung von drei eigenen Zentren im Herbst 2009
- Eröffnung von sechs Franchise-Zentren pro Jahr ab März 2010
- Eröffnung von sechs eigenen Zentren pro Jahr ab Juli 2010

Mio. Euro	2009	2010	2011	2012	2013
Umsatz	0,2	2,3	6,0	10,2	14,5
Ergebnis	-0,5	-0,6	0,3	1,9	3,7

Wächst die Anzahl der Franchise-Zentren schneller als die der eigenen Zentren verlangsamt sich die Umsatzentwicklung. Allerdings verbessert sich dabei das Ergebnis, was wiederum zu einem geringeren Finanzierungsbedarf führt.

#### Anforderungen an einen deutschen Geschäftspartner

Itrim sucht in Deutschland einen Partner, der folgende Kriterien erfüllt:

- Im deutschsprachigen Raum ansässig und hat eingehende Kenntnisse des

Einzelhandels sowie ein gründliches Verständnis von Verbraucherverhalten und Dienstleistungen

- Bereitschaft, 1-2 Mio. Euro für eine Beteiligung an der Itrim Deutschland GmbH zu investieren
- Übernahme der operativen Verantwortung für die Etablierung der ersten zwei Zentren

Die Markteinführung kann dabei entweder als Joint Venture erfolgen, wobei Itrim und ein lokaler unternehmerischer Akteur gemeinsam die Itrim Deutschland GmbH gründen, oder durch den Verkauf der Master-Franchise-Rechte für ganz Deutschland oder für Teile Deutschlands.

Haftungsvorbehalt: Dieser Prospekt sowie andere zur Verfügung gestellte Dokumente dienen ausschließlich Informationszwecken. Itrim übernimmt keinerlei Haftung für den Inhalt dieses Prospektes oder anderer zur Verfügung gestellter Dokumente.

Auf dem Foto: Martina Ekström, Ahlséns foto und Hans Ericsson.



### **Ansprechpartner**

Bei Interesse wenden Sie sich bitte an:  
Anders Lindgren, Vorstandsvorsitzender Itrim International AB,  
[anders.lindgren@itrim.se](mailto:anders.lindgren@itrim.se), +46 8 120 00 122, [www.itrim.de](http://www.itrim.de)

