

Klassiek fitnesscentrum wordt langzaam verdrongen

31-10-2017 16:05

De afgelopen tien jaar heeft het aantal fitnesscentra in Nederland zich gestaag ontwikkeld. In 2017 telde Nederland bijna 1.700 fitnesscentra terwijl dit aantal in 2008 nog circa 1.450 bedroeg, een stijging van 16%. De groei zat voornamelijk in de periode 2008 – 2011, toen er bijna 200 nieuwe locaties bijkwamen. De afgelopen zes jaar vlakke het af en groeide het aanbod met 3%. Dit en meer blijkt uit onderzoek van Van Spronsen & Partners



horeca-advies.

Fitnessketens in Nederland

Basic-Fit is de grootste fitnessketen in Nederland met ruim 150 vestigingen gevolgd door Fit For Free die 88 verschillende locaties heeft. Beiden ketens hanteren een low-budget formule en hebben de afgelopen jaren veel terrein gewonnen op de Nederlandse fitnessmarkt, mede dankzij de steeds prijsbewuster wordende consument. Andere snelgroeiende ketens zijn Anytime Fitness (alle clubs zijn 24/7 open) en Fitland (een veelzijdig concept met onder meer hotels, wellnessresorts, restaurants en fitnesscentra). **Specialisatie** Sporters die niet voor low-budget gaan, kiezen vaker voor ketens die luxe of “gericht sporten” aanbieden. Voorbeelden hiervan zijn vrouwenfitness en ketens die 24/7 open zijn, al dan niet zonder begeleiding. Klassieke, vaak kleinschalige, fitnesscentra in het middensegment hebben het daardoor moeilijk. Zij zullen zich in de toekomst meer moeten segmenteren. Dit kan door middel van doelgroep (vrouwen, ouderen, LHBT) of door zich te profileren als zorgcentrum en ‘one-stop shopping’ aan te bieden (meerdere soorten fitness in combinatie met andere zorgverleners). Een andere opkomende trend zijn de kleinschalige boutique studio’s die zich richten op het hogere segment. **Consument** Fitness is in Nederland al jarenlang de meest beoefende sport. Dit hoeft niet persé te betekenen dat dit in een sportschool gebeurt, bootcamp en andere outdoor activiteiten vallen ook onder dit begrip. Ook ouderen (65+) doen vaker aan fitness, lag dit percentage in 2008 nog op 6% inmiddels is dit gegroeid naar 14%. Dit is deels te verklaren doordat ouderen vaker fitnessen met ziektepreventie/revalidatie als reden. Ook bieden fitnesscentra tegenwoordig meer mogelijkheden om als oudere in groepsverband te fitnessen dan pakweg 10 jaar geleden. Voor sportscholen liggen hier kansen. **Trends** Trends binnen de fitnessbranche zijn personal trainers en trainen in kleinere groepen. Ook functionele fitness (meer gericht op beweging, minder op spiermassa) als bijvoorbeeld CrossFit wordt steeds populairder. Verder heeft de consument bij veel bedrijven vaker de keuze uit flexibele contracten en zijn er aanbieders op de markt waarbij je met één pas kunt sporten bij een groot aantal verschillende sportscholen. Op technologisch gebied zijn de draagbare wearables (FitBit, Apple watches) populair. **Toekomst** De groei van populaire low-budget formules zal door blijven gaan. De klassieke sportschool (man/vrouw) die buiten apparaten en dumbbells geen andere faciliteiten aanbiedt is hier de dupe van. Kansen liggen er voor sportscholen die zich zullen profileren als zorgcentrum, waarbij de consument direct ook terecht kan voor

bijvoorbeeld fysiotherapie, medisch fitness, diëtisten en massages. Het kan ook lonen om je als sportschool te richten op een specifieke doelgroep, naast vrouwen zijn ook de 65+ plussers een doelgroep waar mogelijkheden liggen. Bekijk het brancheboekje op : www.spronsen.com/brancheinfo/het-fitnesscentrum-in-beeld-2017

Redactie