

# **De Nationale Fitnessmonitor**

Methodiek ontwikkeling voor longitudinaal onderzoek

in opdracht van het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en  
Sport

**drs. Maartje Delnoij**  
**drs. Jo Lucassen**  
**prof. dr. Maarten van Bottenburg**  
**m.m.v. Marieke van Schendel MSc., drs. Janine**  
**van Kalmthout en Marcia de Jong**

© *W.J.H. Mulier Instituut*  
*'s-Hertogenbosch, februari 2007*

*W.J.H. Mulier Instituut  
Centrum voor sociaal-wetenschappelijk sportonderzoek*

*Postbus 188  
5201 AD 's-Hertogenbosch*

*t 073-6126401  
f 073-6126413  
e [info@mulierinstituut.nl](mailto:info@mulierinstituut.nl)  
i [www.mulierinstituut.nl](http://www.mulierinstituut.nl)*

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>5</b>
<b>1. Aanleiding</b>	<b>6</b>
1.1 Eerder onderzoek	6
1.2 Relevantie	7
1.3 Doel	7
<b>2. Werkwijze</b>	<b>9</b>
2.1 Vragenlijst	9
2.2 Draagvlakontwikkeling voor de monitor	9
2.3 Voorbereiding dataverzameling	10
2.4 Dataverzameling	11
2.5 Strategisch marketing plan	12
<b>3. Projectplanning</b>	<b>13</b>
<b>4. Belanghebbenden, rollen en verplichtingen</b>	<b>14</b>
<b>5. Financiering</b>	<b>15</b>
<b>6. Bijlagen</b>	<b>17</b>
<b>Vragenlijst NATIONALE FITNESSMONITOR</b>	<b>18</b>
<b>Voorlopig Productenoverzicht Nationale Fitnessmonitor</b>	<b>25</b>
<b>Database management</b>	<b>27</b>
<b>Persberichten</b>	<b>28</b>
<b>Literatuurreferenties</b>	<b>32</b>



## Samenvatting

Fitness is een zeer populaire sport in Nederland. Volgens Rapportage Sport 2006 van het SCP, dat zich baseert op gegevens uit de AVO en RSO onderzoeken, doet 17% (meting AVO in 2003) resp. 20% (meting RSO in 2005) van de bevolking aan fitness en/of aerobics. Alleen toerfietsen/wielrennen (AVO: 20% resp. RSO: 11%) en zwemmen (AVO: 38% resp. RSO: 21%) worden méér beoefend (Breedveld & Tiessen-Raaphorst 2006)<sup>1</sup>.

Kenmerkend voor fitness is dat het vooral in commercieel verband beoefend wordt. Er is echter weinig bekend over deze markt en de aanbiedende partijen. Zelfs het exacte aantal aanbiedende organisaties is onbekend. Volgens gegevens van de Vereniging van Kamers van Koophandel waren per 1 januari 2006 bijna 1400 fitnessbedrijven ingeschreven bij de kamers (Kamer van Koophandel 2006). Daarnaast zijn er ook 1150 bedrijven als sportschool ingeschreven, waaronder een aantal aanbieders van fitness.

De weinige brancherapportages die er zijn, zijn gebaseerd op gegevens van een klein aantal ondernemingen. Om die reden ontwikkelt het Mulier Instituut op dit moment een instrument, de nationale fitness monitor, om ontwikkelingen in de fitnessindustrie en onder fitnessbeoefenaren periodiek te kunnen vaststellen. Deze fitnessmonitor bestaat uit een database waarin gegevens over alle fitnesscentra in Nederland worden vastgelegd, zoals het aantal personeelsleden, het aantal (cardio)toestellen, het lesaanbod, maar ook ledentallen. Met behulp van dit instrument kan het Mulier Instituut ontwikkelingen en trends in de fitnessbranche gaan volgen.

Brancheorganisaties zoals Fit!vak en het internationale IHRSA (the International Health and Racquet Sports Association), maar ook het ministerie van VWS ondersteunen het initiatief. In 2007 wordt begonnen met de dataverzameling en de verwachting is dat eind 2007 de eerste officiële rapportage zal verschijnen.

1. De verschillende percentages van AVO en RSO komen voort uit verschillen in de vraagstelling.

# 1. Aanleiding

Medio 2005 kwamen het WJH Mulier Instituut (Maarten van Bottenburg), The Leisure Database Company (David Minton) en de Sport and Leisure Group (Theo Hendriks) overeen om samen te gaan werken aan het verzamelen van gegevens over de zich explosief ontwikkelende fitnesssector in Nederland. The Leisure Database Company, gevestigd in Londen, is al twintig jaar actief bezig met het verzamelen van gegevens over de fitnessmarkt in Engeland. Inmiddels is David Minton's bedrijf uitgegroeid tot hét kennisinstituut op het terrein van fitnessaanbod voor het Verenigd Koninkrijk. Het is de bedoeling om in Nederland een soortgelijke databank tot stand te brengen.

## 1.1 Eerder onderzoek

Voor de situatie in Nederland geldt, dat er (net als voorheen in het Verenigd Koninkrijk) weinig precieze gegevens zijn over het aantal fitnesscentra en het aantal actieve beoefenaren van fitness. Er is wel onderzoek naar gedaan, maar dit betrof altijd onderzoek met behulp van beperkte steekproeven<sup>2</sup>. Uit deze onderzoeken komen dan ook vaak sterk verschillende gegevens over de actieve bedrijven en over de deelname aan fitness naar voren. Het percentage fitnessbeoefenaren in deze onderzoeken loopt uiteen van 14% (Centerdata 2005) tot 30% (NSO 2005). Een veel geciteerd onderzoek van GfK uit 2006 wijst uit dat 15.5% van de Nederlandse bevolking een abonnement heeft bij een fitnessclub: 'Fitness is de grootste sport van Nederland!'.

De fitnessparticipatie van de Nederlandse bevolking varieert dus nogal in de verschillende onderzoeken. Dit heeft te maken met verschillen in de grootte van de steekproefomvang, de manier waarop fitness gedefinieerd wordt, welke leeftijdsgroepen worden onderzocht en of de frequentie van de fitnessbeoefening wordt meegenomen in het onderzoek. Daarbij zijn sportdeelnamecijfers die middels een vragenlijst zijn verkregen gevoelig voor selectieve respons. Dat wil zeggen dat inactieve en weinig sportieve mensen in sportonderzoek meestal ondervertegenwoordigd zijn. Daarom is het voor fitnessondernemers, maar ook voor gemeenten en overheid, lastig om beleid te maken dat gebaseerd is op deze uiteenlopende participatiecijfers.

<sup>2</sup> Zo is in opdracht van Fit!vak in 2003 weliswaar onderzoek gedaan onder 1800 fitnesscentra, maar het uiteindelijke rapport (Luttikhuis 2003) is gebaseerd op de gegevens van 80 bedrijven. Voor het meest recente brancherapport van Van Es Marketing zijn 1000 bedrijven benaderd, waarvan er 132 medewerking verleenden (Van Es Marketing Services 2006). Ook de reikwijdte van het EFAA kengetallen online systeem is beperkt. Hieraan werken hooguit 120 centra mee (EFAA Health Management 2007). Van het oudere kengetallenonderzoek van Middelkamp is onbekend op hoeveel centra het overzicht is gebaseerd (Middelkamp 2001).

## 1.2 Relevantie

Wat wel zeker is, is dat fitness in Nederland een heel populaire ‘sport’ is; zelfs de meest beoefende sport, als de vermoedelijk grote aantallen ‘slapende leden’ (zijn wel lid maar komen nooit) buiten beschouwing worden gelaten. Ook is zeker, dat als de overheid (het ministerie van VWS) sportparticipatie wil stimuleren, om bijvoorbeeld overgewicht tegen te gaan, fitnesscentra hierin een grote rol kunnen spelen. Ze zijn immers vaak midden in woonwijken gelegen, altijd geopend, en bieden een variatie aan trainingsmogelijkheden voor alle leeftijden. Terwijl ze steeds meer mensen bereiken, ook jeugdigen, zijn fitnesscentra als potentiële beleidspartners ook bij gemeenten nog nauwelijks in beeld (Bottenburg 2005). Met het oog op de ontwikkeling van het sportbeleid van rijk en gemeenten is een beter inzicht in de ontwikkeling van fitness uitermate nuttig. Het is mede daarom van belang dat er betrouwbare data boven tafel komen over fitnessbeoefening in Nederland.

Het Mulier Instituut heeft zich tot nu toe met name gericht op de zogenaamde traditionele sporten en sportverenigingen. Omdat het Mulier Instituut zichzelf als het kenniscentrum van alle (georganiseerde en ongeorganiseerde) sporten in Nederland ziet, is het van belang dat de ontwikkeling van fitness van de afgelopen decennia niet langer buiten beschouwing wordt gelaten. De sportmarkt raakt in toenemende mate gedifferentieerd en andere aanbods vormen (fitness, ongebonden sportbeoefening) lijken in belang toe te nemen (Lucassen & Tiessen-Raaphorst 2006). Het Mulier Instituut ziet uitbreiding van haar onderzoeksterrein naar de meest omvangrijke commerciële sportaanbieder, de fitnessindustrie, daarom tevens als een interessante wetenschappelijke uitdaging. In haar meerjarenprogramma voor de periode 2007-2010 vormt de problematiek van innovatie en aanpassing in de sector één van de zwaartepunten. Daar komt bij dat ook vanuit de fitnessaanbieders zelf grote behoefte bestaat aan een betrouwbare inventarisatie van het fitnessaanbod. De enorme groei van het aantal fitnesscentra in de jaren negentig lijkt immers voorbij. Naar verwacht zal door de toenemende concurrentie die hiervan het gevolg is de vraag naar actuele en juiste informatie over de fitnessmarkt groeien. Er zal vanuit de fitnessmarkt steeds meer het besef gaan groeien dat adequate, up-to-date data over de stand van zaken in de branche van groot belang is. Klantenbinding, specialisatie naar een bepaalde doelgroep toe en *benchmarking* zullen voor fitnessaanbieders de komende jaren middelen worden om hun positie in de markt vast te houden. Het Mulier Instituut heeft de ambitie in dit kader de belangrijkste landelijke databank van gegevens te ontwikkelen.

## 1.3 Doel

Het verzamelen van informatie over fitnessaanbieders heeft dus een wetenschappelijk belang en is op den duur ook voor commerciële exploitatie interessant. Het doel van de fitness monitor is daarom tweeledig:

1. De database zal dé bron voor betrouwbare kengetallen over fitness in Nederland worden. De database biedt onder andere een totaaloverzicht van alle fitnesscentra in Nederland. Eens per jaar zal de database een update krijgen waardoor op de langere termijn trends en ontwikkelingen in de markt kunnen worden gesignaleerd. De voornaamste output hiervan is een jaarlijkse rapportage met daarin de stand van zaken in de fitnessindustrie. Daarnaast valt te denken aan een terugkerend hoofdstuk over fitness in Rapportage Sport van het SCP en verschillende wetenschappelijke artikelen.

2. Ad-hoc onderzoeksvragen over fitness vanuit geïnteresseerde partijen (het ministerie van VWS, gemeenten, fitnessondernemers, leveranciers van fitnessapparatuur etc.) kunnen worden beantwoord met behulp van de gegevens uit de database. Een voorbeeld van zo'n vraag is: hoeveel procent van de fitnesscentra biedt een afvalprogramma aan voor mensen met overgewicht? De gegevens uit de database komen op die manier ten goede aan andere partijen. De output zal hierbij de vorm aannemen van op maat gesneden rapportages.
3. De ontwikkeling van dit segment van de sportsector beter te volgen door periodieke verzameling van gegevens over de aanbieders en gebruikers van fitnessactiviteiten en na te gaan of hieruit voor het breedtesportbeleid (bewegen, meedoen, presteren) interessante nieuwe aanknopingspunten ontstaan.



## 2. Werkwijze

### 2.1 Vragenlijst

De dataverzameling zal plaatsvinden vanuit het Mulier Instituut door middel van website analyse, een landelijke webenquête en het telefonisch benaderen van managers van fitnesscentra. Schriftelijke enquêtering ligt minder voor de hand vanwege de verwachte hoge non-respons op basis van ervaring bij soortgelijk onderzoek in de branche. Bij de managers wordt een aantal vragen afgenomen. De onderwerpen die in de vragenlijst aan bod komen zijn onder andere:

- Aantal leden
- Aantal medewerkers
- Aantal cardio/en krachttoestellen
- Oppervlakte van het centrum
- Welke groepslessen
- Aanwezigheid zwembad, sauna, zonnebanken e.d.

In de bijlage is de volledige vragenlijst opgenomen.

Het is van belang dat de vragen zowel vanuit wetenschappelijk oogpunt als vanuit het perspectief van geïnteresseerde commerciële partijen interessant en bruikbaar zijn. De vragenlijst is ook aan een testgroep bestaande uit een aantal fitnessondernemers voorgelegd. Hun input is in de vragenlijst verwerkt.

De vragenlijst zal bij de 0-meting van beperkte omvang zijn. Op die manier, is de gedachte, zal gemakkelijker medewerking verkregen worden van de fitnessaanbieders. In de daaropvolgende jaren (1,2,3-meting enz.) hoeven de reeds bij de 0-meting ingevoerde gegevens alleen gecontroleerd te worden. Dat schept ruimte om jaarlijks een aantal nieuwe, actuele vragen aan de vragenlijst toe te voegen. Op die manier wordt de fitnessmonitor steeds uitgebreider en gedetailleerder.

### 2.2 Draagvlakontwikkeling voor de monitor

De dataverzameling ten bate van de fitness monitor zal alleen dan slagen, wanneer de fitnessaanbieders aan het onderzoek meewerken en het belang ervan inzien. Het Mulier Instituut zal als sportonderzoeksinstituut ook meer bekendheid moeten verwerven in deze commerciële 'tak van sport'. Het Mulier Instituut heeft daarom de afgelopen maanden veel activiteiten ondernomen om het draagvlak binnen de fitnessbranche te vergroten en de monitor aan te kondigen. Er werd daarbij in aanpak onderscheid gemaakt tussen managers van fitnessketens, zelfstandige fitnessondernemers en andere geïnteresseerde partijen uit de fitnessindustrie. Het Mulier Instituut heeft drie bijeenkomsten georganiseerd. In augustus 2006 heeft Maarten van Bottenburg de plannen gepresenteerd aan een aantal managers van fitnessketens (o.a. Health City, Fitness First en Fit4Lady) en andere belanghebbenden. In oktober 2006 is de fitness monitor succesvol gelanceerd op de Europese conferentie van de IHRSA, de grootste internationale fitnessbrancheorganisatie. Hierbij waren vooral geïnteresseerde derde partijen (o.a. leverancier Technogym) aanwezig. Aan de hand van de lancering van de fitness monitor

op deze conferentie is een persbericht geschreven en verstuurd. Het persbericht is in de bijlagen opgenomen. Het vakblad Fit!magazine van Fit!vak heeft er naar aanleiding het IHRSA congres een artikel aan gewijd.

Voor januari 2007 is een bijeenkomst gepland met een aantal zelfstandige fitnessondernemers en brancheorganisatie Fit!vak. De bijeenkomst met zelfstandige fitnessondernemers die geen deel uitmaken van een keten vond op 23 januari plaats en leverde een groot aantal adviezen op over de meest effectieve benadering van de zelfstandige fitnessondernemers. In het voorjaar van 2007 zal nog een vierde bijeenkomst plaatsvinden waarvoor enkele leveranciers en fabrikanten van fitnessapparatuur uitgenodigd worden. Het doel van die bijeenkomst zal zijn het vergaren van potentiële klanten en financiers (de monitorfunctie moet immers gefinancierd worden).

## 2.3 Voorbereiding dataverzameling

Ter voorbereiding op de dataverzameling hebben enkele vergaderingen plaatsgevonden met David Minton, waarin hij zijn instrument en de toepassingen ervan verduidelijkte. Er is ook uitgebreid kennisgenomen van de *knowhow* en manier van werken van TLDC. Daartoe is het kantoor van TLDC in Londen bezocht en is meegekeken met de dataverzameling van de onderzoekers aldaar. Aan de hand van dit bezoek is onder meer de database tot stand gekomen. De database is in Excel gemaakt (zie tabel 2 voor een *snap shot* van de database). In de toekomst kan deze Excel database gemakkelijk overgezet worden in een SQL database, die iets gebruikersvriendelijker is. De database wordt om te beginnen gevuld met de NAW gegevens en telefoonnummers van alle fitnesscentra en sportscholen in Nederland. Ook de namen van de managers en/of eigenaars worden aangekocht. Deze gegevens worden voordat met de benadering van fitnesscentra begonnen wordt 'ontdubbeld'. In de database zullen uiteindelijk alle gegevens over fitness opgeslagen worden.

Tabel 2 Snap shot van een gedeelte van de (nu nog lege) database

IDnummer	Naam onderzoeker	Datum telefonische benadering	Resultaat benadering	Datum invoer in database	Status fitnesscentrum	Naam fitnesscentrum
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						

## 2.4 Dataverzameling

De daadwerkelijke dataverzameling kent een aantal vaste stappen. Ten eerste wordt de website van het betreffende fitnesscentrum of de sportschool bezocht. Informatie die hierop staat en van belang is voor de fitnessmonitor wordt direct overgenomen in de database. Daarna wordt de manager/eigenaar van het fitnesscentrum, na een korte introductie, via een brief uitgenodigd om alle gegevens via een webenquête in te vullen. Hiervoor wordt een website aangemaakt, [www.\(nationale\)fitnessmonitor.nl](http://www.(nationale)fitnessmonitor.nl), waarop de ondernemers kunnen inloggen om de enquête in te vullen. Hoewel het persoonlijk afnemen van vragenlijsten bij TLDC zeer succesvol is gebleken, achten Nederlandse fitnessondernemers deze kans van slagen klein. Er is gekozen voor het benaderen van de centra via een webenquête, omdat tijdens de bijeenkomst met fitnessondernemers in januari 2007 de voorkeur voor deze enquête werd geuit ten opzichte van een telefonische enquête. De fitnessondernemers gaven aan meer vrijheid nodig te hebben voor het invullen van de vragenlijst, wat telefonisch niet mogelijk is. Zij hebben wellicht op dat moment geen tijd om de enquêteur te woord te staan of hebben niet meteen een antwoord klaar, waarna de enquêteur terug moet bellen. Volgens hen werkt een webenquête beter, omdat de ondernemer dan zelf het tijdstip van inloggen kan kiezen om de vragenlijst in te vullen. Hierbij moet er wel op gelet worden dat de respons niet te laag uitvalt. Fitnesscentra zullen dan ter herinnering alsnog een e-mailbericht of telefoontje ontvangen.

## 2.5 Strategisch marketing plan

Het Mulier Instituut wil de Nationale Fitnessmonitor in Nederland goed op de markt zetten, zodat zij de doelstellingen die zij ermee wil verwezenlijken, ook daadwerkelijk kan bereiken. Daarvoor wordt door stagiaire Marcia de Jong, vierdejaars studente van de opleiding Sport, Economie en Communicatie van Fontys Economische Hogeschool Tilburg, in de periode januari t/m mei een strategisch marketingplan opgesteld, waarin marketinggerichte adviezen met betrekking tot de fitnessmonitor zullen worden gegeven.

Het eindresultaat betreft een strategisch marketingplan waarin aanbevelingen worden gegeven aan het Mulier Instituut betreffende de volgende probleemstelling:

*'Hoe kan de Nationale Fitnessmonitor (met de daarbij behorende afgeleide deelproducten) met gegevens over alle fitnesscentra uit heel Nederland (intelligence) het best aan de verschillende interessante doelgroepen verkocht worden?'*

Op basis van een aantal onderzoeksvragen zal uiteindelijk antwoord op bovenstaande probleemstelling gegeven worden. De volgende onderwerpen komen in het marketingplan uitvoerig aan de orde: inleiding en achtergrond, interne analyse, externe analyse, koppeling van de in- en externe analyse in de SWOT-analyse, strategische alternatieven en keuze marketingstrategie, marketingdoelstellingen, marktsegmentatie, doelgroepbepaling en positionering, invulling instrumenten van de marketingmix, implementatieplan en financiële indicatoren en budgetten.

Op dit moment wordt een behoefteonderzoek voorbereid, waarmee inzicht zal worden verkregen in de verschillende behoeften die uiteenlopende doelgroepen hebben met betrekking tot het beschikken over data van de Nederlandse fitnessmarkt. Binnen het behoefteonderzoek zijn naar analogie van TLDC een aantal mogelijke producten omschreven (zie bijlagen). Het behoefteonderzoek vormt de leidraad voor het verdere vervolg van het strategische marketingplan om de eerste Rapportage Fitness aantrekkelijk te maken voor de geïnteresseerde en interessante doelgroepen.

### 3. Projectplanning

Het eerste officiële projectjaar van de fitnessmonitor is het jaar 2006. De jaren daar aan voorafgaand is door Maarten van Bottenburg ook al uitgebreid overlegd met David Minton en Theo Hendriks. In 2006 is begonnen met de voorbereiding van de dataverzameling. In 2007 wordt begonnen met het onderzoek. De komende maanden zullen dan ook voornamelijk benut worden om data te verzamelen over de circa 1.800 fitnesscentra die Nederland heeft (de 0-meting).

Naar verwachting zal de dataverzameling tondom de 0-meting eind 2007 voltooid zijn. Aan het eind van dat jaar zal ook een rapport worden geschreven. Dit rapport is het eerste zichtbare product van de fitness monitor, en zal de belangrijkste kengetallen over de Nederlandse fitnesscentra beschrijven.

De jaren daaropvolgend (vanaf 2008) worden alle managers van fitnesscentra opnieuw benaderd voor een update van de database. Dit zal naar verwachting minder tijd kosten dan de nulmeting. Hierdoor ontstaat ruimte om nieuwe vragen aan de vragenlijst toe te voegen waardoor de database elk jaar uitgebreider en specifieker wordt. Ook zullen vanaf de 1-meting nieuwe en geplande fitnesscentra aan de database worden toegevoegd. Zie tabel 1 voor de projectplanning.

**Tabel 1 Projectplanning fitness monitor**

jaar	onderzoeksfase	output
2006	voorbereiding	monitoringsinstrument
2007	0-meting fitnesscentra	1 e Rapportage Fitness
2008	1-meting fitnesscentra	2 e Rapportage Fitness
2009	2-meting fitnesscentra	3 e Rapportage Fitness
2010	3-meting fitnesscentra	4 e Rapportage Fitness
2011	etc.	etc

In de toekomst kan gedacht worden aan een uitbreiding van de diensten met een Customer Segmentation Systeem zoals Mosaic van Experian; ook kan gedacht worden aan het opzetten van een Active Places Website voor de fitnessindustrie (wellicht wil de overheid hier aan meewerken, zoals in Engeland waar Sport England de website beheert; etc.)

## 4. Belanghebbenden, rollen en verplichtingen

Het Mulier Instituut treedt voor de Nederlandse fitness monitor op als projectleider en werkt bij ontwikkeling en uitvoering nauw samen met een aantal andere instanties. We gaan in deze paragraaf kort op dit 'partnership in ontwikkeling' in.

Voor advies en ondersteuning op het gebied van de bevragings-, database- en distributie methoden wordt samengewerkt met de TLDC. The Leisure Database Company is ruim 20 jaar actief op het gebied van dataverzameling over sportcentra in Groot Brittannië. Op dit moment registreert zij data over zo'n 4000 publieke en 2000 private sportcentra. Als kenniscentrum werkt ze onder meer in opdracht van de FIA en van Sport England. Jaarlijks worden verschillende analyses verricht en rapporten uitgegeven op basis van de verzamelde gegevens. Ieder jaar wordt over de ontwikkeling in de fitnessbranche gerapporteerd in de vorm van een State of the Industry Report. De Leisure Database Company werkt samen met 39 van de 50 grootste fitnessketens in GB. Naast brancheanalyses worden locatieanalyses uitgevoerd ten behoeve van de voorbereiding van nieuwe vestigingen. In 2003 verrichtte de LDC ruim 100 van dergelijke sites analysis reports. In de afgelopen twee jaar is met Mosaic ook een systeem ontwikkeld voor de analyse van de consumenten actief in de fitnessbranche.

Voor advies en ondersteuning ten behoeve van het verwerven van inzicht in en leggen van contacten met de Nederlandse fitnessbranche wordt samengewerkt met de Sport en Leisure Group (dhr. Th. Hendriks). Deze keten van vrijetijdsvoorzieningen heeft momenteel 12 vestigingen in Nederland.

Bij de ontwikkeling van de monitor wordt eveneens samengewerkt met de landelijke brancheorganisaties van fitnessondernemingen Fit!Vak en IHRSA. Hierover is gesproken met dhr. Tilanus en dhr. Wouters. Fit!Vak en dhr. Rutgers van IHRSA. Fit!Vak zal de aangesloten leden informeren en stimuleren om aan de dataverzameling mee te werken.

Tenslotte zijn contacten gelegd met EFAA Health en Fitness, dat in de afgelopen jaren het zogenoemde 'kengetallen online' systeem voor fitnesscentra heeft ontwikkeld, om na te gaan in hoeverre bij de dataverzameling kan worden samengewerkt. Voor de 0-meting is hierover overeenstemming bereikt.

## 5. Financiering

### Orientatie

De verkennende gesprekken in 2005 en voorjaar 2006 zijn gefinancierd uit eigen middelen van het WJH Mulier Instituut. The Leisure Database Company en Sport and Leisure Group hebben eveneens uit eigen middelen hieraan bijdragen geleverd.

### Methodiekontwikkeling

In het najaar van 2006 is een subsidie van 19.997 Euro (incl. BTW) toegewezen door het Ministerie van VWS voor de methodiekontwikkeling van de fitnessmonitor.

De onderhavige rapportage is mede het resultaat van deze methodiekontwikkelingsactiviteiten.

De toegewezen subsidie is ingezet om de volgende ontwikkelingsactiviteiten uit te voeren:

- Draagvlakbijeenkomsten en –gesprekken met belanghebbenden voorbereiden en uitvoeren
- Ontwikkelen van voorlichtingsmateriaal
- Oriëntatie op de aanpak van The Leisure Database Company, o.m. door een werkbezoek aan hun kantoor in London
- Ontwikkeling van vragenlijst en begeleidende stukken voor de 0-meting (zie bijlage)
- Ontwikkeling van draaiboek voor de 0-meting
- Ontwikkeling van database voor de 0-meting

In totaal zijn voor deze activiteiten bijna 200 uren geïnvesteerd. Daarnaast zijn materiële uitgaven gedaan, zoals voor het huren van vergaderlocaties.

De personele inzet is als volgt gepleegd:

#### Uren tot en met december 2006

J.M.H. Lucassen 12 uur á € 111,00	€	1.332,00
M. van Bottenburg 3 uur á € 135,00	€	405,00
M. Delnoij 105,25 uur á € 91,00	€	9.577,75
<i>Totaal uren 2006</i>	€	<i>11.314,75</i>

#### Dagdelen (3,75 uur) januari 2007

J.M.H. Lucassen 2,5 dd á € 427,00	€	1.067,50
M. Delnoij 10 dd á € 350,00	€	3.500,00
M. van Schendel 2,25 dd á € 277,00	€	623,25
Assistenten 3,5 dd á € 165,00	€	577,50
<i>Totaal dagdelen 2007</i>	€	<i>5.768,25</i>

### Uitvoering 0-meting en vervolgmetingen

De kosten voor de 0-meting worden geraamd op €35.000 (ex BTW). In een deel van deze kosten kan worden voorzien via het subsidie voor het meerjarige werkprogramma van het Mulier Instituut. Met betrokken belanghebbende brancheorganisaties zal worden overlegd over een redelijke bijdrage in deze kosten. Voor zover mogelijk zullen de uiteindelijk producten tegen een gematigd tarief worden verkocht.





## 6. Bijlagen

## Vragenlijst NATIONALE FITNESSMONITOR

### In te vullen door de onderzoeker:

ID nummer	
Naam onderzoeker	
Status fitnesscentrum	<input type="checkbox"/> open <input type="checkbox"/> gesloten <input type="checkbox"/> gepland

### Introductie

In de onderstaande lijst staan een aantal invulschema's. Daarin wordt gevraagd naar de aanwezigheid van bepaalde faciliteiten en het aanbod van activiteiten. Vaak wordt daarbij gevraagd om aantallen, c.q. afmetingen. Als u niet beschikt over exacte aantallen, afmetingen, oppervlakte geef dan een reële schatting. Om een totaal overzicht van de branche te kunnen maken is het van belang om te kunnen beschikken over alle gegevens van faciliteiten en activiteiten in de branche. Belangrijk is dat u een schatting maakt i.p.v. de vraag niet te beantwoorden. Daarmee verliezen we gegevens en kunnen we geen goed beeld geven van de branche.

### Bedrijfsgegevens

*Vul het onderstaande schema in en kruis de juiste antwoordcategorie aan.*

Naam fitnesscentrum	
Adres	
Telefoonnummer	
Faxnummer	
E-mail adres	
URL van de website	
Naam manager	
Naam eigenaar (persoon of organisatie)	
Datum opening (dd/mm/jjjj)	
Totale oppervlakte van het centrum (m <sup>2</sup> )	<input type="checkbox"/> <500 m <sup>2</sup> <input type="checkbox"/> 2.000-5.000 m <sup>2</sup> <input type="checkbox"/> 500-1.000 m <sup>2</sup> <input type="checkbox"/> 5.000-10.000 m <sup>2</sup> <input type="checkbox"/> 1.000-2.000 m <sup>2</sup> <input type="checkbox"/> >10.000 m <sup>2</sup>
Franchise formule	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee

### Personeel

*Vul de juiste aantallen in.*

*Als u niet beschikt over exacte aantallen, maak dan een reële schatting.*

	aantal
Totaal fte in dienst	
Medewerkers fulltime	
Medewerkers parttime	

**Leden**

Vul onderstaand schema in en kruis de juiste antwoordcategorie aan.

Aantal leden	<input type="checkbox"/> minder dan 250 <input type="checkbox"/> 3500-4500 <input type="checkbox"/> 250-500 <input type="checkbox"/> 4500-5500 <input type="checkbox"/> 500-950 <input type="checkbox"/> 5500-6500 <input type="checkbox"/> 950-1500 <input type="checkbox"/> 6500-7500 <input type="checkbox"/> 1500-2500 <input type="checkbox"/> 7500-8000 <input type="checkbox"/> 2500-3500 <input type="checkbox"/> 8000+
Primaire klantenkring / doelgroep	
Contributie volwassene (onbeperkt per maand)	€
Contributie volwassene (onbeperkt per jaar)	€
Inschrijfgeld	€
All-in-one concept	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee
Leden Management System	<input type="checkbox"/> nee <input type="checkbox"/> ja →
	Welk systeem? <input type="checkbox"/> Coach, <input type="checkbox"/> Cashline, <input type="checkbox"/> b.o.s.s., <input type="checkbox"/> FitMan, <input type="checkbox"/> Shape2Fit, <input type="checkbox"/> DMS Lite, <input type="checkbox"/> MRM.Plus2 <input type="checkbox"/> Centremaster <input type="checkbox"/> Anders namelijk:
Retentieprogramma	<input type="checkbox"/> nee <input type="checkbox"/> ja →
	Welke leverancier? <input type="checkbox"/> SLIM <input type="checkbox"/> Greinwalder & Partner <input type="checkbox"/> Anders, namelijk:

**Ruimtes**

Vul de onderstaande schema's in.

Als u niet beschikt over exacte aantallen, maak dan een reële schatting.

**Cardio en krachtsporthallen (exclusief aerobics/danszalen en teamsportvelden)**

Aantal ruimtes: ...

Afmetingen (lengte, breedte en totale oppervlakte per ruimte aangeven a.u.b.)

Cardio/kracht	Lengte (m)	Breedte (m)	Oppervlakte (m <sup>2</sup> )
Zaal 1			
Zaal 2			
Zaal 3			

### Dans of aerobicszalen

Aantal zalen: ...

*Afmetingen (lengte, breedte en totale oppervlakte per zaal aangeven a.u.b.)*

Dans/aerobic	Lengte (m)	Breedte (m)	Oppervlakte (m <sup>2</sup> )
Zaal 1			
Zaal 2			
Zaal 3			

### Zwembaden

Aantal zwembaden: ...

*Afmetingen (lengte, breedte en totale oppervlakte per bad aangeven a.u.b.)*

Zwembaden	Lengte (m)	Breedte (m)	Oppervlakte (m <sup>2</sup> )
Bad 1			
Bad 2			
Bad 3			

### (Team)sporthallen

Aantal sporthallen: ...

*Afmetingen (lengte, breedte en totale oppervlakte per hal aangeven a.u.b.)*

Sporthallen	Lengte (m)	Breedte (m)	Oppervlakte (m <sup>2</sup> )
Hal 1			
Hal 2			
Hal 3			

### Kleedruimten

	Aantal
Kleedruimte dames	
Kleedruimte heren	
Douches	

## Faciliteiten

### Fitness faciliteiten

Vul het onderstaande schema in en indien van toepassing ook de leverancier.

Als u niet beschikt over exacte aantallen, maak dan een reële schatting.

	Aantal	Leverancier
Cardiotoestellen		<input type="checkbox"/> Technogym <input type="checkbox"/> Life Fitness <input type="checkbox"/> Move to Live <input type="checkbox"/> HDD <input type="checkbox"/> Schwinn <input type="checkbox"/> Innovex <input type="checkbox"/> Byloth <input type="checkbox"/> Helisports <input type="checkbox"/> Anders, namelijk:
Krachttoestellen		<input type="checkbox"/> Technogym <input type="checkbox"/> Life Fitness <input type="checkbox"/> Move to Live <input type="checkbox"/> Byloth <input type="checkbox"/> Innovex <input type="checkbox"/> Nautilus <input type="checkbox"/> P&A Sport <input type="checkbox"/> Anders, namelijk:
Trilplaten		<input type="checkbox"/> Galileo2000 <input type="checkbox"/> Power Plate <input type="checkbox"/> Anders, namelijk:
Spinningfietsen		<input type="checkbox"/> Technogym <input type="checkbox"/> Life Fitness <input type="checkbox"/> Move to Live <input type="checkbox"/> HDD <input type="checkbox"/> Schwinn <input type="checkbox"/> Innovex <input type="checkbox"/> Anders, namelijk:
Vrije gewichten	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee	

## Activiteiten

Bedrijfsfitness	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee																			
Medisch fitness	<input type="checkbox"/> nee <input type="checkbox"/> ja →	Welk aanbod? <table style="width: 100%; border: none;"> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> Manuele therapie</td> <td><input type="checkbox"/> Vrije training</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sport-fysiotherapie</td> <td><input type="checkbox"/> Groepstraining</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Therapie o.b.v. arbeids-integratie</td> <td><input type="checkbox"/> Personal training</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Compressietherapie</td> <td><input type="checkbox"/> Fittest</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Mensendieck</td> <td><input type="checkbox"/> anders, namelijk:</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Podotherapie</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Afslanktrainingen</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Kinesio therapie</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Hydrotherapie</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	<input type="checkbox"/> Manuele therapie	<input type="checkbox"/> Vrije training	<input type="checkbox"/> Sport-fysiotherapie	<input type="checkbox"/> Groepstraining	<input type="checkbox"/> Therapie o.b.v. arbeids-integratie	<input type="checkbox"/> Personal training	<input type="checkbox"/> Compressietherapie	<input type="checkbox"/> Fittest	<input type="checkbox"/> Mensendieck	<input type="checkbox"/> anders, namelijk:	<input type="checkbox"/> Podotherapie		<input type="checkbox"/> Afslanktrainingen		<input type="checkbox"/> Kinesio therapie		<input type="checkbox"/> Hydrotherapie	
<input type="checkbox"/> Manuele therapie	<input type="checkbox"/> Vrije training																			
<input type="checkbox"/> Sport-fysiotherapie	<input type="checkbox"/> Groepstraining																			
<input type="checkbox"/> Therapie o.b.v. arbeids-integratie	<input type="checkbox"/> Personal training																			
<input type="checkbox"/> Compressietherapie	<input type="checkbox"/> Fittest																			
<input type="checkbox"/> Mensendieck	<input type="checkbox"/> anders, namelijk:																			
<input type="checkbox"/> Podotherapie																				
<input type="checkbox"/> Afslanktrainingen																				
<input type="checkbox"/> Kinesio therapie																				
<input type="checkbox"/> Hydrotherapie																				

**(Groeps)activiteiten**

Vul in het onderstaande schema de aangeboden formules en groepslessen en per activiteit het aantal groepslessen per week in. Als u niet beschikt over exacte aantallen, maak dan een reële schatting.

Welke formule?	Welke groepslessen?	Aantal lessen per week
<input type="checkbox"/> Les Mills	<input type="checkbox"/> Bodybalance	
	<input type="checkbox"/> Bodycombat	
	<input type="checkbox"/> Bodyjam	
	<input type="checkbox"/> Bodypump	
	<input type="checkbox"/> Bodystep	
	<input type="checkbox"/> Bodyvive	
	<input type="checkbox"/> RPM	
<input type="checkbox"/> Club Joy	<input type="checkbox"/> Bootclub	
	<input type="checkbox"/> Clubbattle	
	<input type="checkbox"/> Clubcycle	
	<input type="checkbox"/> Clubpower	
	<input type="checkbox"/> Clubshow	
	<input type="checkbox"/> Clubstep	
	<input type="checkbox"/> Clubswing	
<input type="checkbox"/> AALO		

Vul in het onderstaande schema in of een activiteit wordt aangeboden en het aantal lessen per week. Als u niet beschikt over exacte aantallen, maak dan een reële schatting.

Andere groepslessen	Aantal lessen per week
<input type="checkbox"/> Pilateslessen	
<input type="checkbox"/> Yogalessen	
<input type="checkbox"/> Steps	
<input type="checkbox"/> Aerobics	
<input type="checkbox"/> Streetdance	
<input type="checkbox"/> Buikspierkwartier	
<input type="checkbox"/> Aquarobics/Aquafit	
<input type="checkbox"/> Kick Fun	
<input type="checkbox"/> Zelfverdediging	
<input type="checkbox"/> BBB (Buik Billen Benen)	
<input type="checkbox"/> 50/55+ Fitness	
<input type="checkbox"/> Spinninglessen	

Indien er nog andere soorten groepslessen in uw centrum aangeboden worden, hoeveel lessen zijn er hiervan per week? .....

*Kruis aan welke van deze activiteiten worden aangeboden, indien gevraagd met aantal.*

- Personal training
- Vibratietraining
- Afslankprogramma's
- Outdoor groepsactiviteiten (skaten, hardlopen) → Welke activiteiten:.....

.....

- Outdoor tennisbanen, aantal ...
- Squashbanen, aantal ...
- Tafeltennistafels, aantal ...
- Indoor klimwanden, aantal ...

### **Beauty**

*Vul in het onderstaande schema in of er beautyactiviteiten worden aangeboden en per activiteit het aantal hiervan. Als u niet beschikt over exacte aantallen, maak dan een reële schatting.*

Schoonheidssalon	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee
------------------	--

	Aantal
<input type="checkbox"/> Behandelkamers	
<input type="checkbox"/> Stoomcabines	
<input type="checkbox"/> Sauna's	
<input type="checkbox"/> Jacuzzi's	
<input type="checkbox"/> Zonnebanken	

**Horeca**

*Vul in het onderstaande schema in of er horecagelegenheden aanwezig zijn en het aantal hiervan.*

	Aantal
<input type="checkbox"/> Bar	
<input type="checkbox"/> Restaurant	
<input type="checkbox"/> Cafeteria	
<input type="checkbox"/> Anders, namelijk...	

**Parkeren**

*Vul in het onderstaande schema in of er parkeergelegenheden aanwezig zijn. Als u niet beschikt over het exacte aantal, maak dan een reële schatting.*

<input type="checkbox"/> Fietsenstalling	
<input type="checkbox"/> Eigen parkeerterrein →	Aantal parkeerplaatsen:

**Locatie**

*Waar is het fitnesscentrum gevestigd?*

- Industrierrein
- Winkelgebied
- Woonwijk
- Anders, namelijk:.....

**Kinderopvang**

Mogelijkheid kinderopvang	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nee
---------------------------	--

**Geplande nieuwe ontwikkelingen**

*Beschrijf a.u.b. alle plannen bijv. de aankoop van fitnessstoestellen, een uitbreiding van (bepaalde delen van) het fitnesscentrum, nieuwe faciliteiten etc.*

**Deze vragenlijst is ingevuld door:**

Naam	
Functie	
Datum	

**Hartelijk dank voor het invullen van de vragenlijst!**



## Voorlopig Productenoverzicht Nationale Fitnessmonitor

### Totaaloverzicht fitnessaanbod

Samenvatting van alle verzamelde gegevens van de Nederlandse

fitnesscentra. U kunt hierbij denken aan:

- Aantal centra
- (Gemiddelde) ledenaantallen
- Penetratiecijfers
- Hoogte van abonnementsprijzen
- (Gemiddelde) aantallen personeelsleden
- Gemiddelde vloeroppervlakte
- Gemiddeld aantal cardio- en kracht fitnessstoestellen
- Top 5 leveranciers van fitnessapparatuur
- Aard van de faciliteiten
- Geplande ontwikkelingen/ investeringen
- Top 3 namen ledenmanagementsystemen
- Nationale marktaandeelen
- Gedeelte van de Nederlandse bevolking dat binnen een straal van 2 kilometer van fitnesscentrum woont
- (Gemiddelde) omzet

### Regionale rapportages

Rapportage over faciliteiten en andere belangrijke kenmerken van concurrerende fitnesscentra die zich binnen een straal van 5 kilometer bevinden.

Rapportage van alle fitnesscentra en hun kenmerken in een betreffende regio.

### Specifieke rapportages

#### Soorten fitnesscentra

Rapportage over soorten fitnesscentra in Nederland. U kunt hierbij denken aan:

- Aantallen multifunctionele centra en overige centra
- Relatie tussen soort club en ledenaantal, hoogte van abonnementsprijzen, oppervlakte en (gemiddeld) aantal medewerkers

#### Top 10 fitnesscentra/ fitnessketens

Rapportage over de 10 grootste fitnesscentra/ fitnessketens in Nederland.

#### Rapportage over nieuw geopende en gesloten fitnesscentra

Rapportage over de aantallen en kenmerken van nieuw geopende en gesloten centra in een bepaald jaar.

#### Rapportage over trends, ontwikkelingen en methode van onderzoek

Een rapportage over trends en ontwikkelingen in de Nederlandse fitnessmarkt: het laatste nieuws.

#### Rapportage over de vraagzijde van de fitnessmarkt

Informatie over de bezoekers/ leden van fitnesscentra in Nederland of in een bepaalde regio.



## Database management

- De vragenlijsten worden ingevoerd in een database. De database is gebouwd in Excel en bestaat uit circa 60 kolommen en net zoveel rijen als er fitnesscentra in Nederland zijn.
- Ingevulde vragenlijsten worden op een later moment in de database ingevoerd.
- Sommige cellen in de database hebben een zogenaamde *drop down* lijst met tekst waaruit een keuze gemaakt kan worden. Dit geldt in het bijzonder voor alle ja/ nee vragen. In de toekomst kunnen meer van deze lijsten aangemaakt worden.
- Het is met het oog op de latere data-analyse van belang dat de gegevens binnen een kolom in hetzelfde formaat worden ingevoerd, dus bijvoorbeeld alles in kleine of juist in hoofdletters. Bijvoorbeeld overal DAVID LLOYD FITNESS CLUBS.
- In de database is voor elke vraag (ofwel variabele) uit de vragenlijst een kolom gereserveerd. Ook zijn er extra kolommen gemaakt die allerlei administratieve doeleinden dienen, zoals de kolom ‘naam onderzoeker’.
- Het zal voorkomen dat meerdere onderzoekers met de database werken. De database manager beheert en onderhoudt de database. Er wordt regelmatig een *back-up* gemaakt. De invoer in de database door de onderzoekers wordt steekproefsgewijs door de database manager gecontroleerd.
- De database krijgt eens per jaar een update. Alle fitnesscentra worden dan opnieuw benaderd. Er worden dan ook nieuwe vragen toegevoegd. De informatie die verzameld wordt over fitnesscentra wordt daardoor steeds uitgebreider.
- Het is belangrijk ook fitnesscentra die gepland zijn in de database op te nemen. Dit kan bijvoorbeeld door gemeentes te benaderen of de hoofdkantoren van grote ketens. Dit is zeer belangrijk voor het up-to-date houden van de database. Er kan mee begonnen worden direct na de nulmeting.

## Persberichten

### Nationale Fitness Monitor gelanceerd op IHRSA congres 2006

*Den Haag.*

Ruim 400 Europese fitnessondernemers verenigd in IHRSA Europe zijn deze week bij elkaar in het Haagse World Forum Convention Centre. Bijna de helft daarvan is afkomstig uit Nederland. Fitness is op dit moment de meest beoefende sport in Nederland. Fitnesscentra schieten als paddestoelen uit de grond en de werkgelegenheid in deze sector neemt sterk toe. Toch is er geen goed beeld van de totale omvang van de activiteiten in deze vrijetijdsindustrie en hoe ondernemingen het ten opzichte van elkaar doen. Of de groei door zal zetten of afvlakt is onduidelijk. Dat er een groot tekort is aan betrouwbare branche-informatie erkennen ook de brancheorganisaties Fit!vak en IHRSA. Met hun steun en die van het Ministerie van VWS wordt nu een nationale fitness monitor opgezet. De feitelijke dataverzameling zal worden gedaan door het WJH Mulier Instituut, het landelijk centrum voor sportonderzoek, dat al een aantal soortgelijke monitors uitvoert over sportverenigingen, topsport en de sportarbeidsmarkt. De dataverzameling zal op dezelfde manier plaatsvinden als dat in Engeland gebeurt door de Leisure Database Company. Organisaties uit de branche treden als stuurgroep op. Veel aandacht wordt besteed aan het betrekken van de ondernemers zelf bij het onderzoek. De monitor zal een beeld geven van de spreiding van fitnessvoorzieningen, hun klanten, hun groeipotentieel en tal van andere kenmerken van de centra. Het eerste Fitness Industrie Rapport wordt in 2007 verwacht.

Nadere informatie verkrijgbaar via: 073 – 612 6401



DATE: 26th September 2006

### UK Health & Fitness Sector in Best Shape Ever

The UK Health & Fitness Sector, valued at almost £2.5 billion, has grown in value by 4% over the last 12 months. It now has more members than at any time in its 20-year history.

The strongest growth in membership was amongst the top 10 brands.

These are some of the key findings of the annual review of the UK industry - 2006 State of the UK Fitness Industry Report - which was commissioned by the Fitness Industry Association (FIA), the industry body which represents almost 2,500 public and private organisations across the UK, compiled by The Leisure Database Company and published on 26<sup>th</sup> September 2006.

#### CONSUMER CHOICE

Another major conclusion of the report is the fact that almost 90% of the UK population live within two miles of a private health club or public health and fitness facility.

UK consumers now have a choice, on average, of seven private health clubs within two miles of where they live and two public health and fitness facilities.

In London, consumer choice is even greater with 31 private clubs and six publicly owned health and fitness facilities within two miles of where they live.

These findings will force public health strategists to rethink their plans to build more facilities – a well publicised part of the Government's public health strategy.

#### NEW BUILD

In 2005, fitness only and multipurpose facilities accounted for almost 85% of new clubs in the UK. This suggests that the demand from time-starved consumers is for destination sites (i.e. facilities which offer a range of activities such as swimming, tennis, squash, etc), as well as facilities which afford them total flexibility and allow them to choose when and for how long they exercise – as opposed to signing up for scheduled classes.

#### EMPLOYEES

The total number of people employed in the private sector has risen by 2.6% to almost 52,000 full and part-time employees. In addition, the number of trained fitness professionals has risen by over 30% to almost 40,000 over the last 12 months.

MORE...

" We now have two very clear choices: either tap into a proven national resource and make a real impact on the health of the nation, or ignore the fact that almost everyone is within two miles of an exercise facility, as well as trained fitness professionals and continue to bemoan the fact that the UK is getting fatter and sicker," said Andree Deane, CEO, Fitness Industry Association.

" There is a mountain of research which proves that being active does help to combat Type 2 diabetes, chronic heart disease, stress-related illnesses and of course, obesity-related ailments therefore what we need now is not investment in new facilities, or further research but investment in increasing utilisation of existing facilities.

" There is absolutely no excuse for further deliberation and procrastination."

David Minton, director, The Leisure Database Company said: "It is encouraging to see the growth in both market value and members. The industry is developing into a mature sector which demands recognition for the potential it can play in improving the health of the nation".

- ENDS -

#### Contact

##### Fitness Industry Association

FREYA CHURCHARD, Tel 0207 202 4706 / Email [freya@fia.org.uk](mailto:freya@fia.org.uk)

HOWARD DE SOUZA, Mobile 07734 956 132

[www.fia.org.uk](http://www.fia.org.uk)

##### The Leisure Database Company

DAVID MINTON, Tel 0207 395 6171 or mobile 07860 237008

Email [david@theleisuredatabase.com](mailto:david@theleisuredatabase.com)

#### Note to editors

The State of the UK Fitness Industry report is the only audit of the entire health and fitness industry covering public and private sector sites. The report is published in association with the FIA and compiled by The Leisure Database Company, the official data collection agency of the FIA.

#### About The Leisure Database Company

As leading independent leisure market analysts, The Leisure Database Company, have been focused on providing quality leisure intelligence for over 20 years. Our leisure databases power the Active Places public access website for Sport England, [www.activenplaces.com](http://www.activenplaces.com).

Working with 40 of the top 50 UK health and fitness brands, we provide and analyse consumer and membership data alongside demographics for strategic decision making.

The Leisure Database Company is the one source for leisure market intelligence and has been appointed the official data suppliers to the FIA and BISL. Annually we audit and report for the FIA's State of the UK Fitness Industry, due to be published at the end of September 06. We also now have national benchmarking statistics for fitness participation from the 2006 National Audit of Fitness Consumers.

For more information, visit the company's website on

[www.theleisuredatabase.com](http://www.theleisuredatabase.com)

## **PRESS RELEASE 17th January 2003**

### **THE STATE OF THE INDUSTRY REPORT 2003**

The results of The State of The Industry Report 2003 are published today by The Leisure Database Company..

#### **UK Fitness Market - Report reveals gym is fixing it for new joiners**

The latest audit by The Leisure Database Company, The State of the Industry Report 2003 has revealed more Britons than ever are signing up to get fit by joining a gym.

An estimated 9.9 per cent of the total population are members of these facilities, a rise of 1 per cent on 8.9 per cent in 2001. The current UK penetration of 9.9 per cent compares with 13.5 per cent of the US population as quoted by International Health Racquet & Sportsclub Association in its '2002 Profiles of Success' report.

For the UK market to reach the 13.5 per cent level of the US there would need to a further 2,096,977 members. This is the equivalent of 1,205 new private clubs.

There are an estimated 5,839, 565 public and private health and fitness members across the combined 2,328 public fitness facilities and 1,943 private health clubs in the UK. This is an increase of 9.5 per cent on last year's figure of 5,331,358.

The health and fitness industry will support a further 300-400 health and fitness clubs over the next four to five years.

At least 933 more clubs are either under development or in planning in the private sector, a 30 per cent increase on 2001 and 641 more sites in the public sector, which represents a 60 per cent increase on 2001.

New club openings are predicted to dip to 114 sites in 2003. The report indicates openings have dipped from 172 openings in 2001 to 146 clubs in 2002.

The Leisure Database Company director David Minton attributes the slowdown to two main factors.

"A number of main operators are slowing growth partly because of a drop in new business and partly because the management structure is not there to cope with the pace of consolidation," says Minton. "You can't expand a company and consolidate at the same time - a period is needed to incorporate new additions. The last three years of growth have been unsustainable but predictions for 2003 are more realistic."

For the first time the report also gives some indication of year on year club closure rate. In 2002 51 sites closed all of which were single sites apart from two branded offerings a rise from the 32 closures in 2001.

The report showed all of the clubs charge a joining fee, the average of which was £119.75 a slight decrease on the 2001 figure of £122.73.

## Literatuurreferenties

- Bottenburg, M. v. (2005, 17 juni 2005). *Nieuwe verbindingen...waar dan???* Paper presented at the Nieuwe verbindingen in de sport.
- Breedveld, K., & Tiessen-Raaphorst, A. (Eds.). (2006). *Rapportage sport 2006*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- EFAA Health Management. (2007, 2007 jan 16). *Personeel en lonen kengetallen onderzoek Kengetallen Online*. EFAA. Retrieved januari 19, 2007, from the World Wide Web: <http://www.efaa.nl/>
- Kamer van Koophandel. (2006). *Branche informatie: Fitness centra*. Association of Chambers of Commerce. Retrieved mai 22, 2006, from the World Wide Web:
- Lucassen, J., & Tiessen-Raaphorst, A. (2006). De kwaliteit van dienstverlening in een pluriforme sportmarkt. In K. Breedveld & A. Tiessen-Raaphorst (Eds.), *Rapportage Sport 2006* (pp. 342-369). Den Haag: SDU.
- Luttikhuis, S. R. v. E. (2003). *Brancheonderzoek Fitnesscentra; Technologie en kengetallen*. Delft/Oosterbeek: MKB Adviseurs/FitVak.
- Middelkamp, J. (2001). *Kengetallen van fitnesscentra. Speurtocht naar bedrijfsmatige gegevens van Nederlandse fitnesscentra*. Weert: European Fitness and Aerobic Association.
- Van Es Marketing Services. (2006). *Marketingrapport Fitnessbranche 2006*. Almelo: Van Es Marketing Services.