

Trends en evoluties in de fitnesssector

Fitnessparticipatie en het aanbod van fitness in Vlaanderen

Resultaten van het Vlaamse Fitness Panel 2.0 (VFP2.0)

Julie Borgers
Jeroen Scheerder
m.m.v. Sander Cokelaere

Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid
KU Leuven

2018

In samenwerking met Fitness.be

FITNESS.BE
WELLNESS & HEALTH

Beleid & Management in Sport (BMS)

BMS Studie 45

Trends en evoluties in de fitnesssector

Fitnessparticipatie en het aanbod van fitness in Vlaanderen: resultaten van het Vlaamse Fitness Panel 2.0 (VFP2.0)

Julie Borgers

Jeroen Scheerder

m.m.v. Sander Cokelaere

ISBN 978-9492134400

Dit is het vijfenveertigste nummer in de reeks van BMS Studies.

De BMS Studies leveren een bijdrage aan het sociaalwetenschappelijk onderzoek naar beleid en management met betrekking tot sport en fysieke activiteit. Deze publicaties zijn een product van de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid van de KU Leuven.

BMS Facts & Figures maken deel uit van de BMS Studies. In de BMS Facts & Figures ligt de nadruk op een overzichtelijke en beknopte weergave van onderzoeksresultaten, inclusief onderzoekskader en –methode.

De BMS Studies kunnen mits registratie gratis gedownload worden via www.faber.kuleuven.be/BMS.

Reekseditors: Prof. dr. J. Scheerder, Prof. dr. S. Vos, dr. J. Meganck & dr. E. Thibaut

Verantwoordelijke uitgever: Prof. dr. J. Scheerder

Technische ondersteuning: Dhr. J. Feys

Reproductie: KU Leuven

© 2018 J. Scheerder, Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid, Faculteit Bewegings- & Revalidatiewetenschappen, KU Leuven

Tervuursevest 101, 3001 Leuven (Heverlee)

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, gereproduceerd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, internet of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaandelijke schriftelijke toestemming van de uitgever.

Alle rechten voorbehouden.

D/2018/KU Leuven – Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid

INHOUDSTAFEL

Inhoud

- Inleiding
 - Situering van het onderzoek
 - De fitnesssector vanuit internationaal perspectief
- Methodologie
 - Dataverzameling
 - Dataverwerking
- Resultaten
 - Fitnessparticipatie in Vlaanderen
 - Omvang van de Vlaamse fitnessindustrie
 - Geografische spreiding van fitnesscentra
 - Structuur en werking van fitnesscentra
- Besluit
- Referentielijst
- Over de auteurs
- Reeds gepubliceerde BMS Studies

Knop om terug te
keren naar 'Inhoud'

INLEIDING

Situering van het onderzoek

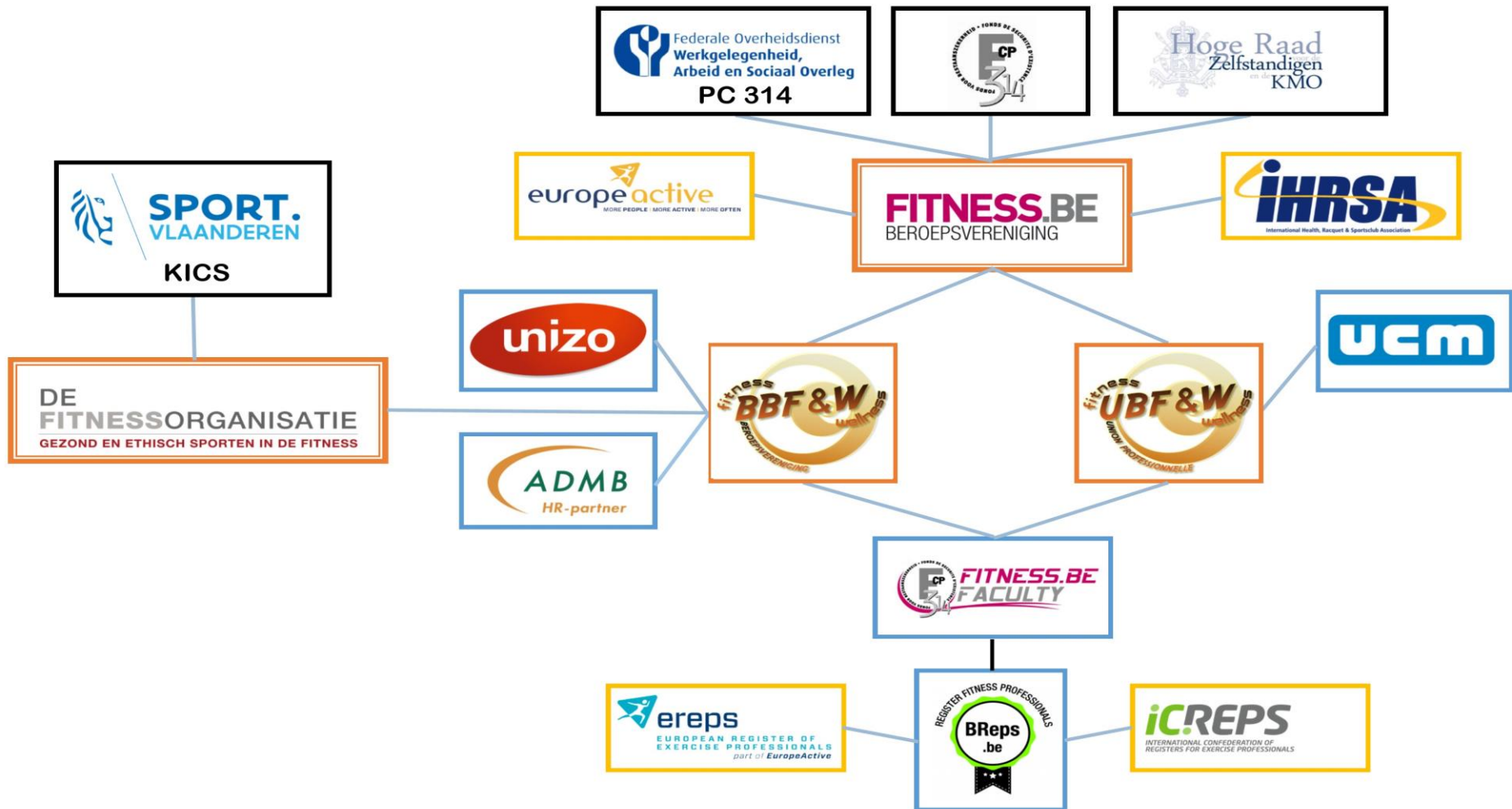
Situering van het onderzoek (1/2)

- Binnen de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid van de KU Leuven werd in 2009 het **Vlaamse Fitness Panel (VFP)** opgericht. Met het VFP wordt op regelmatige basis een beeld gegeven van de stand van zaken in het aanbod van fitnesscentra in Vlaanderen. Meer specifiek geeft de studie inzicht in de activiteiten die fitnesscentra aanbieden, hun personeels- en klantenbestand, en de wijze waarop ze zich organiseren en profileren. Na een eerste meetpunt in 2009 (VFP 1.0), werd in 2016 een tweede bevraging gelanceerd (VFP 2.0). In deze publicatie worden de eerste resultaten van het VFP 2.0 voorgesteld. Waar mogelijk en relevant worden de resultaten uit beide meetpunten vergeleken om eventuele trends en evoluties in de fitnesssector vast te stellen. Naast het VFP kent de onderzoeksgroep tevens een sterke traditie inzake **sportparticipatieonderzoek** en **onderzoek naar de omvang van de sportindustrie**. Beide studies laten toe om een beeld te geven van evoluties in de fitnesssector, zowel op het niveau van de vraag (populariteit en kenmerken van fitnessparticipatie) als op het niveau van het aanbod (evolutie in de omvang, tewerkstelling en de omzet van de fitnessindustrie).
- Met deze publicatie wensen we een omvattend beeld te geven van de stand van zaken, maar ook van trends en evoluties in de fitnesssector in Vlaanderen, zowel op het niveau van vraag als aanbod. We presenteren hiervoor een uitgebreid overzicht van resultaten uit diverse studies die uitgevoerd werden binnen de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid. Dit moet toelaten om de fitnesssector in het huidige sportlandschap te positioneren en kansen en uitdagingen voor het beleid in de fitnesssector te onderschrijven. Methodologische aspecten van de verschillende studies worden beknopt toegelicht. Na een uitgebreide rapportering van empirische resultaten, worden de belangrijkste conclusies en implicaties van de studie naar voor geschoven.

Situering van het onderzoek (2/2)

- In het kader van deze studie werd samengewerkt met *Fitness.be*, de koepelorganisatie van fitnessclubs in Vlaanderen. Fitness.be is de werknaam van de Belgische FitnessOrganisatie (DFO). De organisatie biedt sociaal-economische ondersteuning voor de sector via BBF&W vzw (Belgische Beroepsvereniging voor Fitness - en Wellness) en vormingen en bijscholingen via Fitness.be Faculty. Voor het VFP 2.0 gaf Fitness.be ondersteuning in functie van de voorbereiding van de datacollectie. Hierbij konden we gebruik maken van het fitnesscentra-bestand van Fitness.be om onze steekproef samen te stellen en te contacteren. Tevens gaf Fitness.be ondersteuning bij de opbouw van de vragenlijst.

Overzicht van het fitnesslandschap in Vlaanderen/België: actoren en stakeholders



bron: www.fitness.be

De fitnesssector vanuit internationaal perspectief

Internationale positie van de fitnesssector

- De International Health & Racket Sport Association (IHRSA) publiceert jaarlijks een rapport met gegevens over de status quo van de fitnessindustrie wereldwijd. De gegevens uit 2015 laten toe om een beeld te geven van de verhoudingen tussen globale regio's en landen voor wat betreft (i) het **aantal fitnesscentra**, (ii) het **aantal klanten in fitnesscentra**, en (iii) de **omzet van fitnesscentra**. Er wordt telkens een beeld gegeven van de verdeling tussen globale regio's en vervolgens van de verdeling tussen Europese landen (7 grootste fitnesslanden + België). België staat hierbij meestal rond de 14^{de}-15^{de} plaats. Voor gegevens met betrekking tot Vlaanderen verwijzen we naar resultaten van het Vlaams Fitness Panel verderop in deze publicatie.

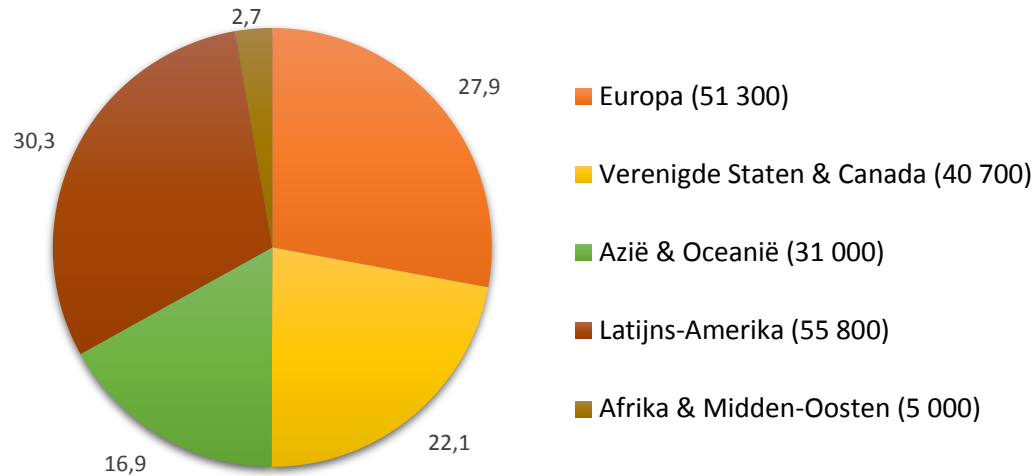
Globaal (Figuur 1)

- In totaal zijn er 183 919 fitnesscentra aangesloten bij IHRSA, 28% hiervan ligt in Europa en 22,1% in de Verenigde Staten en Canada. Opvallend is dat het aandeel van Europa en de Verenigde Staten/Canada sterk gedaald is ten opzicht van 2008 (resp. 40% en 34%). Het grootste aantal fitnesscentra ligt in Latijns-Amerika (30,3%)

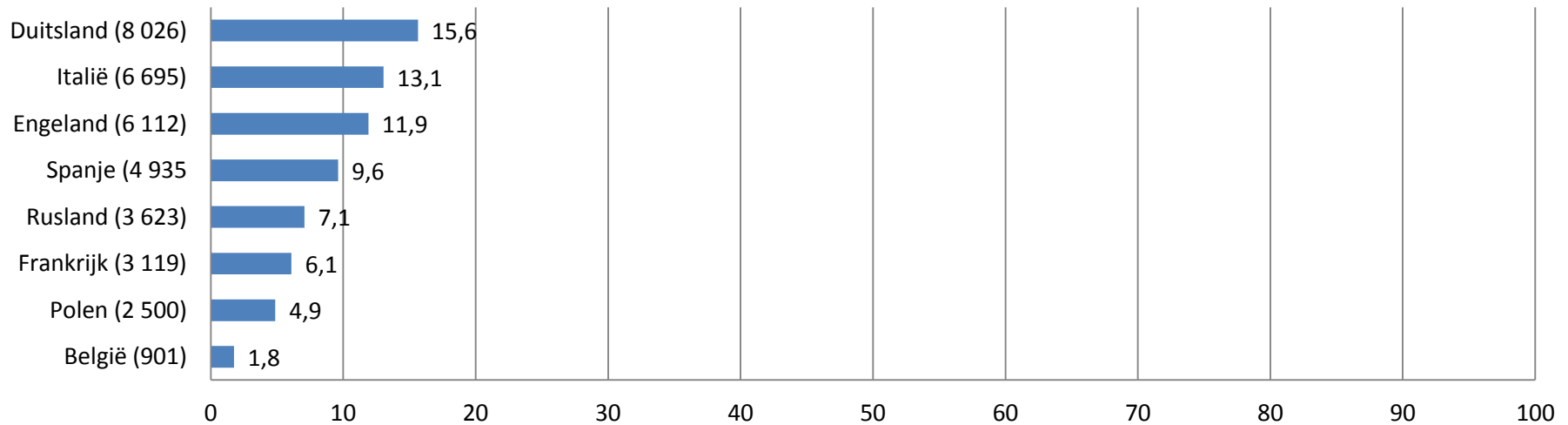
Europa (Figuur 2)

- Volgens het IHRSA-ledenbestand zijn er ongeveer 51 300 fitnesscentra in Europa. Hiervan liggen er 901 in België. Het aantal fitnesscentra aangesloten bij IHRSA in België ligt hoger dan in 2008.

Figuur 1. Percentages van totaal aantal fitnesscentra wereldwijd, per regio, anno 2015, totaal aantal fitnesscentra wereldwijd 183 919 (tussen haakjes staat het aantal fitnesscentra per regio genoteerd)



Figuur 2. Percentages van het totaal aantal fitnesscentra in Europa, per land (top zeven + België), anno 2015, totaal aantal fitnesscentra in Europa 51 299 (tussen haakjes staat het aantal fitnesscentra per land genoteerd)



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens uit IHRSA (2015)

Aantal klanten in fitnesscentra

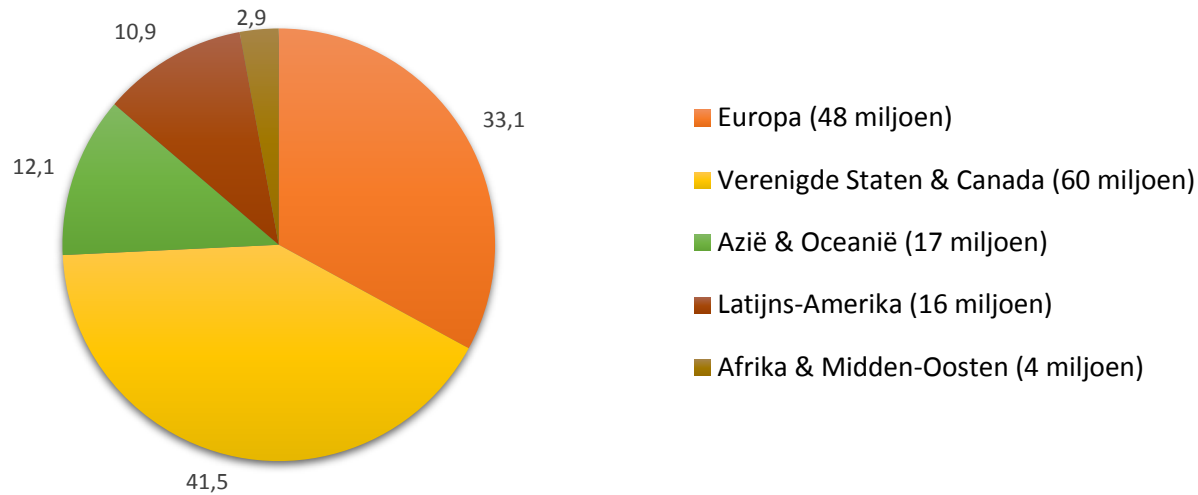
Globaal (Figuur 3)

- In totaal zijn er 144 miljoen klanten actief in fitnesscentra aangesloten bij IHRSA. Opvallend is dat een grote meerderheid van de klanten uit de Verenigde Staten & Canada komt (41,5%), terwijl slechts 22,1% van de fitnesscentra in deze regio gelegen is. Dit toont aan dat de meerderheid van de Noord-Amerikaanse fitnesscentra eerder groot zijn en een groot klantenbestand hebben.
- Een derde van de fitnessklanten komt uit Europa, en slechts 11% uit Latijns-Amerika. Dit laatste is opvallende gezien het grote aantal fitnesscentra in deze regio.

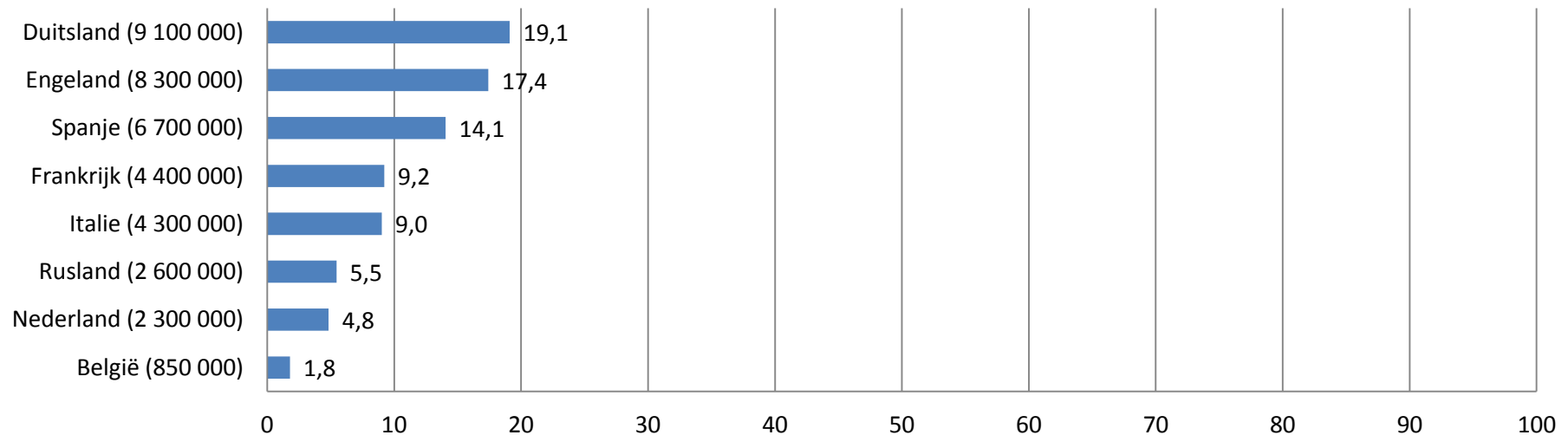
Europa (Figuur 4)

- Volgens het IHRSA-ledenbestand zijn er ongeveer 48 miljoen fitnessklanten aangesloten bij IHRSA-fitnesscentra in Europa. In België wonen er ongeveer 1,8% van deze klanten (850 000). Dit is ongeveer 7,5% van de Belgische bevolking over alle leeftijdscategorieën. Later wordt er meer in detail ingegaan op het aantal fitnessparticipanten in Vlaanderen en hun achtergrondkenmerken.

Figuur 3. Percentages van het totaal aantal klanten wereldwijd, per regio, anno 2015, totaal aantal klanten wereldwijd 144 miljoen (tussen haakjes staat het aantal fitnessklanten per regio genoteerd)



Figuur 4. Percentages van het totaal aantal klanten in Europese fitnesscentra, per land (top zeven + België), anno 2015, totaal aantal klanten in Europa 48 miljoen (tussen haakjes staat het aantal fitnessklanten per land genoteerd)



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens uit IHRSA (2015)

Omzet van fitnesscentra

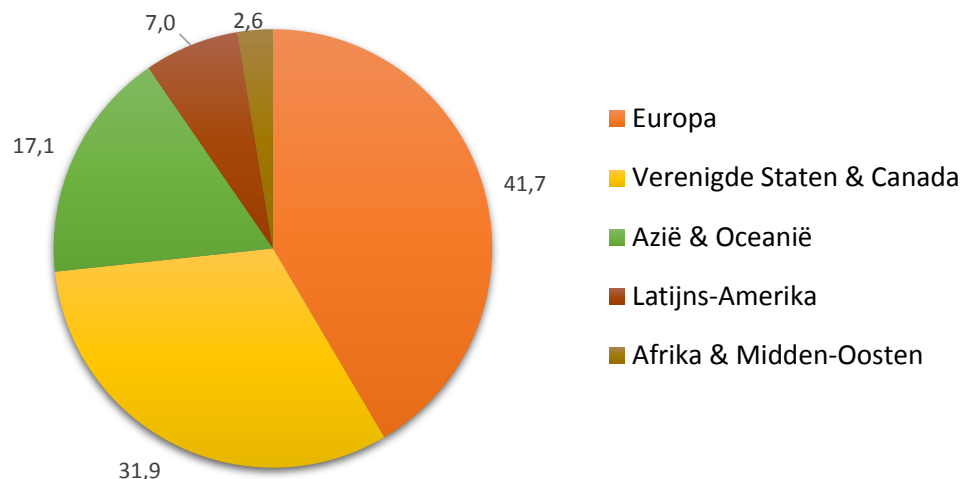
Globaal (Figuur 5)

- Wereldwijd kent de fitnessindustrie door bij IHRSA aangesloten fitnesscentra een omzet van ongeveer 84 miljard dollar. Het grootste aandeel van deze omzet (41,7%) komt uit Europa, ook al is hier niet de meerderheid van de fitnesscentra en – klanten actief. 32% van de omzet wordt gegenereerd door Noord-Amerikaanse fitnesscentra en 17% uit Azië en Oceanië. Een laag aandeel van de omzet komt uit Latijns-Amerika (7,0%) en Afrika/Midden-Oosten (2,6%).

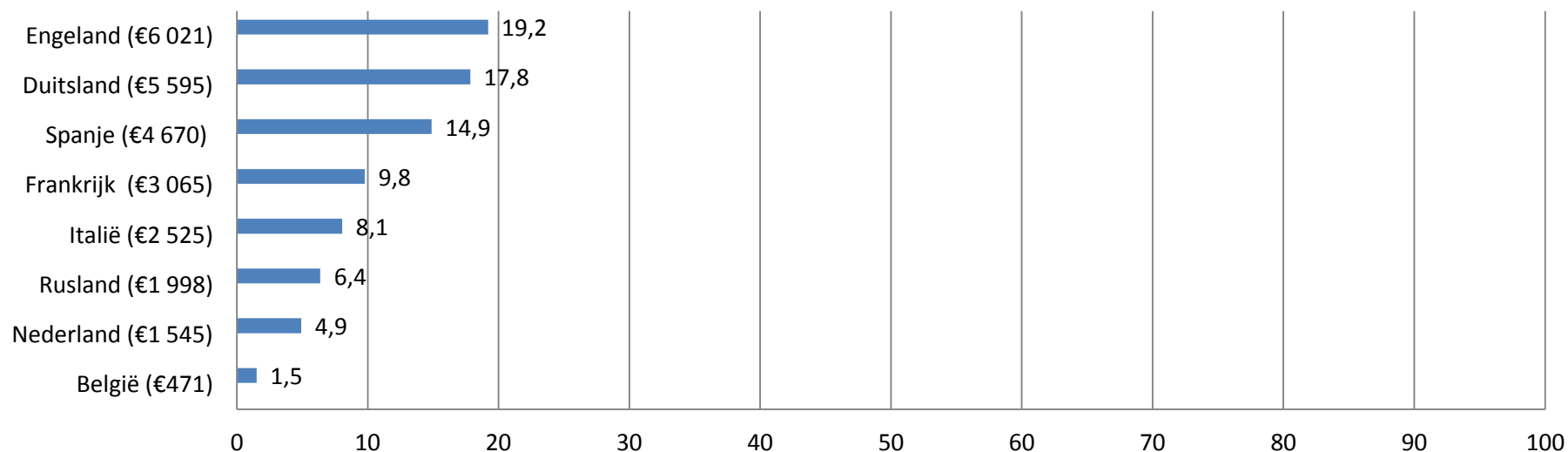
Europa (Figuur 6)

- De Belgische fitnessindustrie leverde in 2015 een omzet van €471 miljoen op, wat ongeveer 1,5% is van de Europese omzet (31 miljard). Verderop in deze studie bestuderen we verder de omzet van de fitnessindustrie in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest op basis van administratieve gegevens van beursgenoteerde ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra.

Figuur 5. Percentages van de omzet in de fitnesssector wereldwijd, per regio, anno 2015, totale omzet wereldwijd 84 miljard USD



*Figuur 6. Percentages van de omzet in de fitnesssector in Europa, per Europees land (top zeven + België), anno 2015, totale omzet Europa € 31 miljard (tussen haakjes staat de omzet per land genoteerd, bedragen * miljard)*



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens uit IHRSA (2015)

METHODOLOGIE

Definitie fitness

- Zoals zal blijken uit het vervolg van deze publicatie zullen er naargelang de bron verschillen opduiken in absolute cijfers over het aantal fitnesscentra in Vlaanderen. Dit kan te maken hebben met de gehanteerde afbakening van het begrip ‘fitnesscentrum’, maar tevens met de context waarin het aantal fitnesscentra gebracht werd. Soms wordt er namelijk verwezen naar het aantal fitnessaccommodaties, terwijl er elders verwezen wordt naar het aantal leden van een koepelfederatie (bv. IHRSA voor de internationale positionering, en Fitness.be voor cijfers met betrekking tot Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest). Bij het in kaart brengen van de fitnesssector als onderdeel van de sportindustrie, daarentegen, wordt er uitsluitend rekening gehouden met beursgenoteerde ondernemingen die de exploitatie van fitnesscentra als economische hoofdactiviteit hebben.
- Als rode draad doorheen deze publicatie hanteren we, net als in het VFP 1.0 anno 2009, de definitie die de Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen (SERV, 2005) vooropstelt om te beschrijven wat we als een fitnesscentrum beschouwen: *“Een fitnesscentrum is een dienstverlenende organisatie die minimaal over één van de volgende faciliteiten beschikt: een ruimte voor krachttraining, een ruimte voor cardiofitness of een zaal voor groepsfitness. Daarnaast kunnen er andere faciliteiten zijn zoals: een sauna, een zonnesalon, relaxatieruimtes, squash- en/of tennisbanen, bowlingbanen, een zwembad, een klimmuur, een drankgelegenheden, een shop, etc.”.*

Dataverzameling

Diverse bronnen en datasets werden geraadpleegd ten behoeve van deze publicatie. De publicatie is zo gestructureerd dat de veelheid aan gegevens op een overzichtelijke wijze gerapporteerd kan worden. Hieronder volgt een olijsting van de verschillende bronnen en datasets die per onderdeel geraadpleegd werden. Details met betrekking tot de dataverzameling en –verwerking worden weergegeven op de volgende pagina's.

- Fitnessparticipatie
 - Gegevens uit de **Studie over de Bewegingsactiviteiten in Vlaanderen (SBV): 1969, 1979, 1989, 1999, 2009**
 - Gegevens uit de **Participatiesurvey (PAS): 2009, 2014**
- Omvang van de fitnessindustrie
 - Gegevens van de **Algemene Directie Statistiek (ADS): 2008-2015**
 - Gegevens uit de **Bel-First databank**
- Geografische spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen
 - Gegevens uit het **fitnesscentra-bestand van Fitness.be**
 - Gegevens uit de **databank Sportinfrastructuur (SPAKKI) van Sport Vlaanderen**
- Structuur en werking van fitnesscentra in Vlaanderen
 - Gegevens uit het **Vlaamse Fitness Panel (VFP1.0 en VFP2.0): 2009, 2016**

Studie over de Bewegingsactiviteiten in Vlaanderen

De Studie over de Bewegingsactiviteiten in Vlaanderen (SBV) is een grootschalige herhaaldelijk cross-sectionele gezinsstudie die gecoördineerd en uitgevoerd wordt door de Onderzoeksgroep Sport- en Bewegingsbeleid van de KU Leuven (Scheerder et al., 2013). In deze studie worden schoolgaande jongeren en hun ouders bevraagd om een representatief beeld te krijgen van de graad van sportparticipatie in deze bevolkingsgroep. Gestandaardiseerde vragenlijsten worden via een representatieve steekproef van scholen en klassen verspreid om deze gegevens te verzamelen. De SBV wordt tienjaarlijks uitgevoerd sinds 1969, wat op heden reeds data uit vijf meetpunten heeft opgeleverd (1969, 1979, 1989, 1999, 2009). Jongeren uit het middelbaar onderwijs en hun ouders werden in alle meetpunten bevraagd; gegevens van kinderen uit de lagere school zijn beschikbaar voor de meetpunten 1999 en 2009.

De steekproefverdeling in de verschillende meetpunten ziet eruit als volgt:

- PF'69: $n_{\text{jongeren}(\text{♂})} = 12969$ ($\bar{X} = 15,6$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♂})} = 3806$ ($\bar{X} = 44$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♀})} = 3775$ ($\bar{X} = 42$)
- PF'79: $n_{\text{jongeren}(\text{♀})} = 5029$ ($\bar{X} = 15,2$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♂})} = 9698$ ($\bar{X} = 42$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♀})} = 9698$ ($\bar{X} = 39$)
- SBV'89: $n_{\text{jongeren}(\text{♂}+\text{♀})} = 2155$ ($\bar{X} = 15,9$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♂})} = 4312$ ($\bar{X} = 40$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♀})} = 4312$ ($\bar{X} = 38$)
- SBV'99: $n_{\text{kinderen}(\text{♂}+\text{♀})} = 2903$ ($\bar{X} = 9,6$); $n_{\text{jongeren}(\text{♂}+\text{♀})} = 2271$ ($\bar{X} = 14,4$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♂})} = 5178$ ($\bar{X} = 40$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♀})} = 5178$ ($\bar{X} = 38$)
- SBV'09: $n_{\text{kinderen}(\text{♂}+\text{♀})} = 1437$ ($\bar{X} = 9,7$); $n_{\text{jongeren}(\text{♂}+\text{♀})} = 1494$ ($\bar{X} = 15,0$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♂})} = 2883$ ($\bar{X} = 44$); $n_{\text{volwassenen}(\text{♀})} = 2968$ ($\bar{X} = 42$)

De gegevens uit de SBV zullen in deze studie gebruikt worden om de **evolutie van de populariteit van fitness** doorheen de jaren in kaart te brengen. Daarnaast werden er op basis van de verschillende meetpunten van de SBV **sociale statuspiramiden van de sportvoorkeuren** van volwassenen ontwikkeld (Scheerder et al., 2013).

Participatiesurvey

De Participatiesurvey (PAS) is een grootschalig herhaaldelijk cross-sectioneel onderzoek dat uitgevoerd wordt in opdracht van de Vlaamse overheid. Op basis van vragenlijsten worden bij een representatieve steekproef van 15 t.e.m. 85-jarige Vlamingen gegevens verzameld over de graad van participatie in de domeinen cultuur, jeugdwerk, sport en media. Gegevens uit twee meetpunten van de Participatiesurvey zijn beschikbaar, met name uit de survey van 2009 (Lievens & Waeye, 2011a, 2011b) en van 2014 (Lievens et al., 2015a, 2015b). De steekproefverdeling in beide meetpunten ziet eruit als volgt:

- PAS'09: n = 3090 (gem. lft. = $47,05 \pm 18,62$) → 63,0% sportparticipanten
- PAS'14: n = 3934 (gem. lft. = $48,29 \pm 19,01$) → 62,7% sportparticipanten

Ten behoeve van deze studie maken we gebruik van de gegevens met betrekking tot sport die in 2014 verzameld werden (Scheerder et al., 2015a; Theeboom et al., 2015). Hierin werd het organisatorisch verband en de locatie voor sportbeoefening als volgt bevestigd:

- **Organisatorisch verband:** unisportclub, omnisportclub, vereniging met sportaanbod, naschoolse sport, bedrijfssport, sportdienst, fitnesscentrum, sportkamp, sportreis, sportevenement, informele groep (=zelfgeorganiseerd met anderen), individueel (=zelfgeorganiseerd op zichzelf)
- **Locatie voor sportbeoefening:** outdoor (in natuur, bos, plein, park), openbare weg, sportzaal/sporthal, specifieke openluchtinfrastructuur, fitnesscentrum, zwembad, schoolsportinfrastructuur, andere overdekte sportinfrastructuur, thuis, tuin

Daarnaast was er een uitgebreide bevestiging van socio-demografische en socio-economische achtergrondkenmerken, de frequentie van sportbeoefening, de tijd besteed aan sport en motieven voor sportbeoefening.

De gegevens uit de PAS'14 zullen gebruikt worden om de **populariteit van fitnessdeelname** en het **profiel van fitnessparticipanten anno 2014** in kaart te brengen.

Omvang van de Vlaamse fitnessindustrie

Algemene Directie Statistiek (ADS)

ADS gegevens worden gebruikt om de omvang van de sportindustrie en evoluties in de periode 2008-2015 vast te stellen (Statistics Belgium, 2016). Deze gegevens laten toe om een schatting te maken van de evolutie in het aantal beursgenoteerde ondernemingen in de sportsector, alsook in het aantal werknemers en de omzet in deze sector.

De ADS databank omvat gegevens van 10168 sportgerelateerde bedrijven in Vlaanderen van 932 bedrijven in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Voor de selectie van ondernemingen die gericht zijn op economische activiteiten gerelateerd aan de fitnessindustrie wordt verwezen naar de beschrijving van de NACE classificatie op de volgende slide.

Bel-First databank

Gegevens uit de Bel-First databank werden geraadpleegd om een meer gedetailleerd zicht te verschaffen op bepaalde facetten van de sportindustrie (Bureau Van Dijk, 2016). In het kader van deze publicatie focussen we met deze gegevens voornamelijk op het oprichtingsjaar van ondernemingen die zich richten op de exploitatie van fitnesscentra.

De Bel-First databank bevat gegevens van 4720 beursgenoteerde ondernemingen in de sportsector in Vlaanderen en 574 in het Brussel Hoofdstedelijk Gewest. Deze aantallen liggen ietwat lager dan in de database van ADS (48%) omdat het enkel bedrijven die jaarrekeningen moeten indienen betreft.

Naast het oprichtingsjaar laat de Bel-First databank echter ook toe om andere kenmerken van individuele fitnesscentra in kaart te brengen, zoals het aantal personeelsleden, de omzet en andere financiële parameters. Deze gegevens worden echter niet verder gehanteerd in deze studie omwille van twee redenen. Ten eerste wensen we in deze publicatie geen bedrijfsgegevens van individuele organisaties te publiceren omwille van vertrouwelijkheid. Ten tweede is het zo dat de gegevens niet gegeneraliseerd kunnen worden over meerdere ondernemingen, omdat deze cijfers voornamelijk beschikbaar zijn voor middelgrote tot grote ondernemingen. Deze vormen slechts een klein aandeel van alle ondernemingen in Vlaanderen. Voor wie meer inzicht wenst in deze gegevens op het niveau van individuele fitnesscentra, verwijzen we naar de publicatie van Borgers en Scheerder (2017a).

NACE classificatie

Relevante economische activiteiten die betrekking hebben op sport werden in deze datasets geselecteerd op basis van de **NACE Rev. 2 classificatie** (Eurostat, 2008). De primaire codes van ondernemingen werden gescreend om uitsluitend bedrijven op te nemen die als hoofdactiviteit op sport gericht zijn. Dit resulteerde in tien categorieën van sportgerelateerde economische activiteiten die onderscheiden konden worden, verder ook subsectoren van de sportindustrie genoemd (zie Tabel 1). Voor de analyses met betrekking tot fitness focussen we op ondernemingen die code 9313 ('exploitatie van fitnesscentra') als hoofdactiviteit hebben.

Tabel 1. Overzicht van economische activiteiten gericht op de sportsector in Vlaanderen, gebaseerd op de NACE Rev. 2 Classificatie (2008)

Type activiteit	Categorie van economische activiteiten	NACE-codes
Dienstverlening	Exploitatie van sportaccommodaties	93110
	Activiteiten van sportclubs en -federaties	93121, 93122, 93123, 93124, 93125, 93126, 93127, 93128, 93129, 93191
	Fitnesscentra	93130
	Sport- en recreatieonderwijs	85510
	Verhuur en lease van sport- en recreatieartikelen	77210
	Exploitatie van snooker- en biljartenzalen	93291
	Overige sportactiviteiten (niet verder gespecificeerd)	93199
Distributie	Detailhandel in sport- en kampeerartikelen in gespecialiseerde winkels	47640
	Groothandel in sport- en kampeerartikelen, met uitzondering van fietsen	46496
Productie	Vervaardiging van sportartikelen	32300

Bron: Borgers & Scheerder (2016, 2017a)

Geografische spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen

Fitnesscentra-bestand Fitness.be

Om uitspraken te doen over de geografische spreiding van fitnesscentra baseren we ons op het fitnesscentra-bestand uit 2015 van Fitness.be. Dit bestand omvat informatie over 822 fitnesscentra (incl. personal coaches en personal training), waarvan er 711 in Vlaanderen, 73 in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, 36 in het Waals Gewest en 2 in Nederland gelegen zijn. De gegevens van fitnesscentra gelegen in het Waals Gewest en in Nederland worden niet verder in rekening genomen in de voorliggende studie omdat ze geen representatief beeld geven van de fitnesscentra gelegen in deze regio's.

In het fitnesscentra-bestand van Fitness.be zijn contact- en adresgegevens van de fitnesscentra, alsook informatie over het aanbod van fitnesscentra opgenomen. Het aanbod wordt hierin geregistreerd op basis van de aan- of afwezigheid van voorzieningen (faciliteiten of diensten) voor cardio- en/of krachttraining, een aanbod van groepsfitness, een aanbod van personal training, faciliteiten voor bedrijfsfitness, een afslankcentrum, wellness, zonnebank of sauna.

Om de geografische spreiding van fitnesscentra in kaart te brengen wordt gebruik gemaakt van adresgegevens. Per postcode wordt geregistreerd hoeveel fitnesscentra er in een gemeente gelegen zijn. Via de online tool www.gemeentekaart.be wordt de geografische spreiding van fitnesscentra cartografisch voorgesteld op basis van absolute aantallen, aantallen per inwoner en aantallen per vierkante kilometer. Er wordt gebruik gemaakt van kwantielen om de relatieve verhouding tussen gemeenten duidelijker voor te stellen.

SPAKKI

In de Sportinfrastructuurdatabank van Sport Vlaanderen (SPAKKI) zijn gegevens van 356 fitnessaccommodaties in Vlaanderen beschikbaar. De SPAKKI-databank is een inventaris van sportinfrastructuur die bijgehouden wordt door de Vlaamse overheid en permanent geactualiseerd wordt, voornamelijk door contacten met lokale sportdiensten. Om een beeld te geven van de spreiding en het bereik van de fitnessaccommodaties uit de SPAKKI-databank presenteren we enkele resultaten van het behoefteonderzoek inzake sportinfrastructuur van Steeland et al. (2017a, 2017b). Voor meer informatie verwijzen we naar de betreffende publicaties.

Structuur en werking van fitnesscentra in Vlaanderen

Vlaams Fitness Panel (VFP)

Het Vlaams Fitness Panel (VFP) is een grootschalige bevraging die uitgevoerd bij een steekproef van fitnesscentra in Vlaanderen. Een eerste meetpunt van deze studie werd uitgevoerd in 2009 (VFP1.0; zie Scheerder et al., 2011). In 2016 werd een nieuwe bevraging uitgevoerd (VFP2.0). De tweede bevraging vormt het uitgangspunt van de rapportering in deze studie. Waar mogelijk en relevant wordt er een vergelijking gemaakt met gegevens uit het eerste meetpunt om trends en evoluties in de fitnesssector vast te stellen. Hieronder worden enkele **algemene kenmerken van het VFP1.0 en het VFP2.0** weergegeven.

Vlaams Fitness Panel 1.0 (VFP1.0)

- Jaar van datacollectie: 2009
- Aantal respondenten (Vlaanderen + Brussels Hoofdstedelijk Gewest): n=117
 - Aantal respondenten in Vlaanderen: n=104
 - Aantal respondenten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest: n=13

Vlaams Fitness Panel 2.0 (VFP2.0)

- Jaar van datacollectie: 2016
- Aantal respondenten (uitsluitend in Vlaanderen): n=47

In 2016 werd een weerspiegeling van de steekproef van 2009 beoogd door in eerste instantie de fitnesscentra uit het VFP1.0 te contacteren voor een nieuwe bevraging. Aangezien de respons moeizaam verliep door een de sluiting, gewijzigde contactgegevens of de beperkte bereidheid tot deelname van fitnesscentra, werd in tweede instantie gezocht naar 'vervangcentra' op basis van gemeentekennmerken en kenmerken met betrekking tot het type aanbod (zie verder). Door moeilijkheden in de contactopname met fitnesscentra gelegeven in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, werd tevens geopteerd om een steekproef van **uitsluitend Vlaamse fitnesscentra** te selecteren in het VFP2.0; hier dient rekening gehouden mee te worden bij de interpretatie van resultaten. In wat volgt staan we beknopt stil bij het **verloop van de contactopname**, de **steekproefselectie en -controle**, de **opbouw van de vragenlijst** en het **verloop van de datacollectie en de respons** ten behoeve van het tweede meetpunt (VFP2.0) van deze studie.

Verloop contactopname VFP2.0

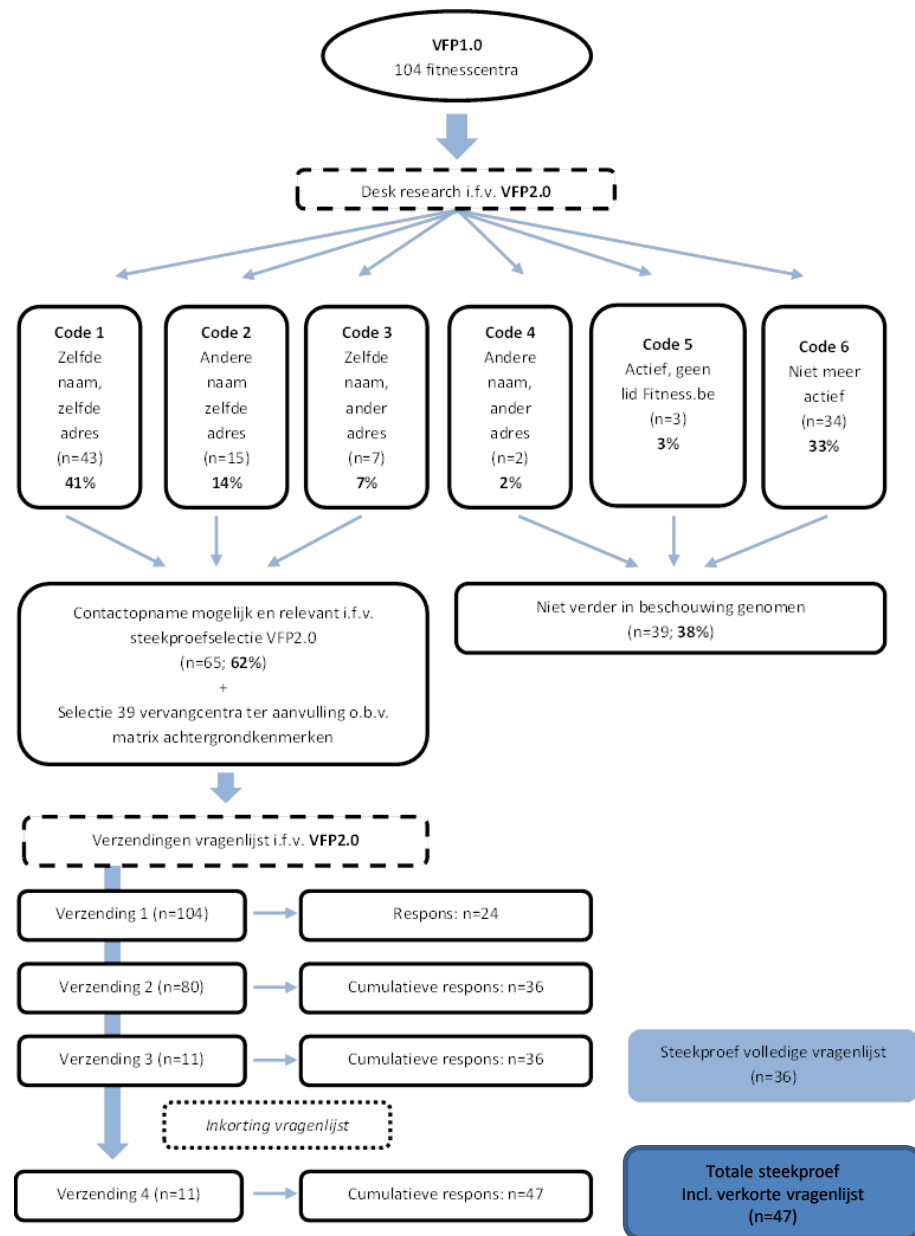
Om de vergelijkbaarheid met gegevens van het VFP1.0 te garanderen, werd ervoor gekozen om de 104 Vlaamse fitnesscentra die deelnamen aan de vorige wave van dit onderzoek opnieuw te contacteren (Scheerder et al., 2010b). Ter voorbereiding van de steekproefselectie werd nagegaan (i) welke fitnesscentra uit het VFP1.0 anno 2015 opnieuw konden teruggevonden worden in het fitnesscentra-bestand van Fitness.be, en (ii) welke fitnesscentra anno 2015 nog bestonden maar niet in het fitnesscentra-bestand teruggevonden werden. De activiteit van fitnesscentra die niet voorkwamen in het fitnesscentra-bestand van Fitness.be werd gecontroleerd via websites en pagina's op sociale media (Facebook), alsook via contactopname (telefonisch of per email) indien contactgegevens beschikbaar waren. De fitnesscentra die deelnamen aan het VFP1.0 werden als volgt geordend:

- Code 1: fitnesscentrum was nog actief en lid bij Fitness.be onder dezelfde naam en hetzelfde adres (41%)
- Code 2: fitnesscentrum was nog actief en lid bij Fitness.be onder een andere naam maar op hetzelfde adres (14%)
- Code 3: fitnesscentrum was nog actief en lid bij Fitness.be onder dezelfde naam, maar op een ander adres (7%)
- Code 4: fitnesscentrum werd teruggevonden onder een andere naam en op een ander adres (2%)
- Code 5: fitnesscentrum was nog actief, maar geen lid bij Fitness.be (3%)
- Code 6: fitnesscentrum was niet meer actief (33%)

In Figuur 7 wordt schematisch weergegeven hoe de contactopname met fitnesscentra en de respons op uitnodigingen om deel te nemen aan het VFP2.0 verder verliep. Omdat we beoogden verder te gaan met een gelijkaardige steekproef, werden enkel fitnesscentra met **code 1, 2 of 3** uitgenodigd voor deelname aan het onderzoek. Van fitnesscentra met code 4 kan verwacht worden dat de werking (type aanbod) veranderd was, waardoor het wenselijk was om doelgericht een vervangcentrum te kiezen. Fitnesscentra die geen lid waren van Fitness.be werden niet verder in beschouwing genomen. Geselecteerde fitnesscentra uit de eerste wave die niet meer bereikbaar waren, werden vervangen door een ander fitnesscentrum met dezelfde kenmerken. Bij het zoeken naar vervangcentra werd er steeds rekening gehouden met de **proportionele verhouding van gemeentekennmerken en kenmerken van het aanbod ten opzichte van de totale populatie in het fitnesscentra-bestand van Fitness.be** (zie verder, Tabel 2).

De onderzoekers waren genoodzaakt om gegevens te verzamelen op basis van verschillende verzendingen. Zo moest er na elke verzending gewacht worden op de respons, en werd de steekproef waar nodig uitgebreid met vervangcentra in functie van een nieuwe verzending. Omdat de datacollectie erg moeizaam verliep werd de **vragenlijst na de derde verzending ingekort** (zie verder).

Figuur 7. Steekproefselectie en verloop van de respons bij fitnesscentra anno 2016, i.k.v. Vlaams Fitness Panel 2.0 (VFP2.0)



Voor de steekproefselectie in het kader van het VFP2.0 werd uitgegaan van het **fitnesscentra-bestand van Fitness.be** (cf. supra). Hierin werden fitnesscentra geïnclassificeerd op basis van hun *type aanbod* en het *type gemeente* waarin ze gelegen waren. Analoot aan de steekproefselectie in het VFP1.0 kon op deze manier een matrix opgesteld worden waarin **711 Vlaamse fitnesscentra** uit het Fitness.be-bestand gepositioneerd konden worden.

Om het **type aanbod** te bepalen werden activiteiten die aangeboden worden door het fitnesscentrum als volgt gecategoriseerd:

- **Enkel groepslessen** = fitnesscentra die uitsluitend groepslessen aanbieden
- **Enkel cardio en kracht** = fitnesscentra die enkel faciliteiten en/of diensten voor kracht- en cardiotraining aanbieden
- **Cardio, kracht en groepslessen** = fitnesscentra die faciliteiten en/of diensten voor kracht- en cardiotraining en groepslessen aanbieden
- **Omnivoren** = fitnesscentra die hun aanbod van kracht, cardio en groepslessen aanvullen met nog andere faciliteiten
- **Andere** = fitnesscentra geplaatst die enkel een aanbod hadden dat niet onder hogervermelde faciliteiten of diensten valt
- **Onbepaald** = fitnesscentra waarvan geen informatie beschikbaar was in verband met hun faciliteiten

Het **gemeentetype** werd bepaald op basis van de Belfius indeling (Befius, 2016). Deze indeling houdt rekening met socio-economische, morfologische, demografische, culturele en financiële verschillen tussen gemeenten. De zes clusters van gemeentetypes die in Vlaanderen onderscheiden worden zijn: (i) woongemeenten, (ii) landelijke gemeenten, (iii) gemeenten met een concentratie van economische activiteit, (iv) agglomeratiegemeenten, (v) centrumgemeenten en (vi) toeristische gemeenten.

In Tabel 2 wordt de stratificatie van fitnesscentra op basis van het type aanbod en het gemeentetype weergegeven voor (i) de populatie van Vlaamse fitnesscentra op basis van het bestand van Fitness.be (n=711), en (ii) de gerealiseerde steekproef van fitnesscentra die deelnamen aan het VFP2.0 (n=47). Uit de **controle van de steekproef** blijkt dat steekproef van het VFP2.0 de verdeling naar gemeentetype en type aanbod relatief goed weerspiegelt, maar dat er zich op een aantal plaatsen een onevenwicht voordoet. Zo zien we dat omnivoren relatief sterk vertegenwoordigd is in de steekproef van het VFP2.0, terwijl het aantal fitnesscentra met een ‘ander’ aanbod licht ondervertegenwoordigd is. Er namen geen fitnesscentra die uitsluitend cardio- en krachttraining aanbieden deel aan het onderzoek. Dit type fitnesscentra is ook slechts beperkt vertegenwoordigd in het totale fitnesscentra-bestand van Fitness.be. Naar gemeentetype zien we dat gemeenten uit agglomeratiegemeenten en landelijke gemeenten licht ondervertegenwoordigd zijn, terwijl er een oververtegenwoordiging is van gemeenten met een concentratie aan economische activiteit.

Tabel 2. Matrix fitnesscentra in Vlaanderen gestratificeerd naar type aanbod en type gemeente op basis van het fitnesscentra-bestand van Fitness.be (n=711; vetgedrukt) en in de gerealiseerde steekproef van fitnesscentra die deelnamen aan het VFP2.0 (n=49; niet-vetgedrukt), absolute aantallen en percentages in functie van totaal

	Onbepaald	Cardio & kracht	Cardio, kracht & groepslessen	Omnivoren	Enkel groepslessen	Andere	Totaal
Agglomeratiegemeente	10 (1,4%)	1 (0,001%)	31 (4,4%)	10 (1,4%)	5 (0,7%)	21 (3,0%)	78 (11,0%)
	0 (0%)	0 (0%)	2 (4,2%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (2,1%)	3 (6,4%)
Centrumgemeente	35 (5,0%)	7 (1,0%)	77 (10,8%)	92 (12,9%)	18 (2,5%)	85 (12,0%)	314 (44,2%)
	2 (4,2%)	0 (0%)	6 (12,8%)	7 (14,9%)	0 (0%)	7 (15,0%)	22 (46,8%)
Economische gemeente	11 (1,5%)	0 (0%)	19 (2,7%)	18 (2,5%)	6 (0,8%)	15 (2,1%)	69 (9,7%)
	2 (4,2%)	0 (0%)	1 (2,1%)	3 (6,4%)	1 (2,1%)	0 (0%)	7 (14,9%)
Landelijke gemeente	8 (1,1%)	3 (0,4%)	21 (3,0%)	21 (3,0%)	6 (0,8%)	18 (2,5%)	77 (10,8%)
	0 (0%)	0 (0%)	1 (2,1%)	1 (2,1%)	1 (2,1%)	0 (0%)	3 (6,4%)
Toeristische gemeente	3 (0,4%)	1 (0,001%)	3 (0,4%)	1 (0,001%)	0 (0%)	0 (0%)	8 (1,1%)
	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Woongemeente	17 (2,4%)	1 (0,001%)	41 (5,8%)	43 (6,1%)	18 (2,5%)	45 (6,3%)	165 (23,2%)
	2 (4,2%)	0 (0%)	3 (6,4%)	3 (6,4%)	2 (4,2%)	2 (4,2%)	12 (25,5%)
Totaal	84 (11,8%)	13 (1,8%)	192 (27,0%)	185 (26,0%)	53 (7,5%)	184 (26%)	711 (100%)
	6 (12,8%)	0 (0%)	13 (27,7%)	14 (29,8%)	4 (8,5%)	10 (21,3%)	47 (100%)

Opbouw vragenlijst VFP2.0

De vragenlijst die opgesteld werd in het kader van het VFP2.0 bouwt verder op de vragenlijst die ontwikkeld werd in het kader van VFP1.0 om een vergelijking van parameters doorheen de tijd mogelijk te maken (zie ook Scheerder et al., 2011). De vragenlijst werd in samenspraak met Fitness.be geupdated om rekening te houden met recente trends en ontwikkelingen in de fitnesssector. Grosso modo bestaat de vragenlijst uit de volgende onderdelen:

- **Algemene gegevens over het fitnesscentrum** (oprichtingsjaar, rechtsvorm, lidmaatschap federaties of werkgeversorganisaties)
- **Infrastructuur** (bedrijfsgrootte, beschikbaarheid van specifieke ruimtes en voorzieningen)
- **Aanbod** (beschikbaarheid van toestellen, aanbod van diensten, gebruik van technologie, doelgroepenbeleid, lidmaatschapsformules)
- **Leden** (aantal leden, verdeling leden naar leeftijd en geslacht, ledenverloop, ledenwerving en –retentie)
- **Personeel** (geslacht, opleidingsniveau, functie, statuut, arbeidsregime, anciënniteit, personeelsverloop, inzet vrijwilligers)
- **Samenwerking** (vormen van samenwerking, stellingen met betrekking tot samenwerking)
- **Financiële gegevens** (BTW-tarief, inkomsten, uitgaven, omzet)

Verloop datacollectie en respons VFP2.0

De vragenlijst werd per post verstuurd naar de respondenten. Hierbij werd een lege enveloppe met postzegel voorzien om de ingevulde vragenlijst terug te sturen. In de eerste twee verzendingen werd de vragenlijst verstuurd zonder voorafgaandelijke instemming tot deelname vanwege de geselecteerde fitnesscentra. Na twee weken zonder respons werd er telefonisch contact opgenomen om te horen of de vragenlijst goed ontvangen was. Hieruit bleek dat heel wat fitnesscentra de vragenlijst niet ontvangen hadden en/of besloten om niet deel te nemen aan de studie. Indien de respondenten dit verkozen, kon een digitale versie van de vragenlijst bezorgd worden. Gezien de moeizame respons in de eerste twee verzendingen, werd er in latere verzendingen telefonisch contact opgenomen met de uitbaters van fitnesscentra vooraleer de vragenlijsten te versturen. De vragenlijst werd dan enkel verstuurd indien men instemde voor deelname aan het onderzoek.

Aangezien er feedback kwam van fitnesscentra dat het invullen van de vragenlijst erg tijdsintensief was omwille van zijn omvang, werd na de derde verzending besloten om de vragenlijst in te korten. In de verkorte versie van de vragenlijst bevatte een beperkter aantal vragen met betrekking tot algemene gegevens over het fitnesscentrum, de infrastructuur en het aanbod van het fitnesscentrum en het ledenbestand van fitnesscentra. In totaal vulden 36 respondenten de volledige vragenlijst in, en 11 respondenten de verkorte versie. **De totale respons is daarom gebaseerd op informatie van 47 fitnesscentra.** In dit rapport worden resultaten gepresenteerd van variabelen waarop de respons voldoende hoog en betrouwbaar geacht werd.

De **datacollectie** vond plaats tussen **januari en december 2016**. Data werden dus in 2016 verzameld, maar een aantal vragen hebben betrekking op de situatie anno 31 december 2015 om vergelijkbaarheid tussen de verschillende fitnesscentra mogelijk te maken (bv. personeels- en ledenbestand).

Dataverwerking

- In deze publicatie worden de verzamelde gegevens **vertrouwelijk** verwerkt. Om de vertrouwelijkheid van gegevens te waarborgen worden er geen uitspraken gedaan over individuele fitnesscentra of –ketens en worden geen gegevens van individuele fitnesscentra vrijgegeven aan derden.
- In deze publicatie worden de verzamelde gegevens **wetenschappelijk** verwerkt. Hierbij werd de nodige aandacht besteed aan de kwaliteitsgarantie van gegevens door een controle van de validiteit en de betrouwbaarheid. In de rapportering wordt gebruik gemaakt van grafieken en tabellen om cijfers op een overzichtelijke manier weer te geven. Elke grafiek of tabel zal besproken worden om de interpretatie hiervan te faciliteren.
- Voor bijkomende vragen met betrekking tot het onderzoeksdesign en/of de interpretatie van de resultaten kan men zich wenden tot de auteurs van deze publicatie.

RESULTATEN

Fitnessparticipatie in Vlaanderen

Overzicht resultaten m.b.t. fitnessparticipatie

1. Populariteit van fitness

- Evolutie van de populariteit van fitness
- Populariteit van fitness anno 2014
- Populariteit van fitness i.f.v. leeftijd
- Evolutie van de populariteit van fitness i.f.v. leeftijd
- Positie van fitnesscentra als organisatorisch verband voor sportbeoefening
- Positie van fitnesscentra als locatie voor sportbeoefening

2. Profiel van fitnessparticipanten

- Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten
- Vergelijking fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters
- Uitgaven aan fitness
- Verplaatsingsbereid van fitnessparticipanten

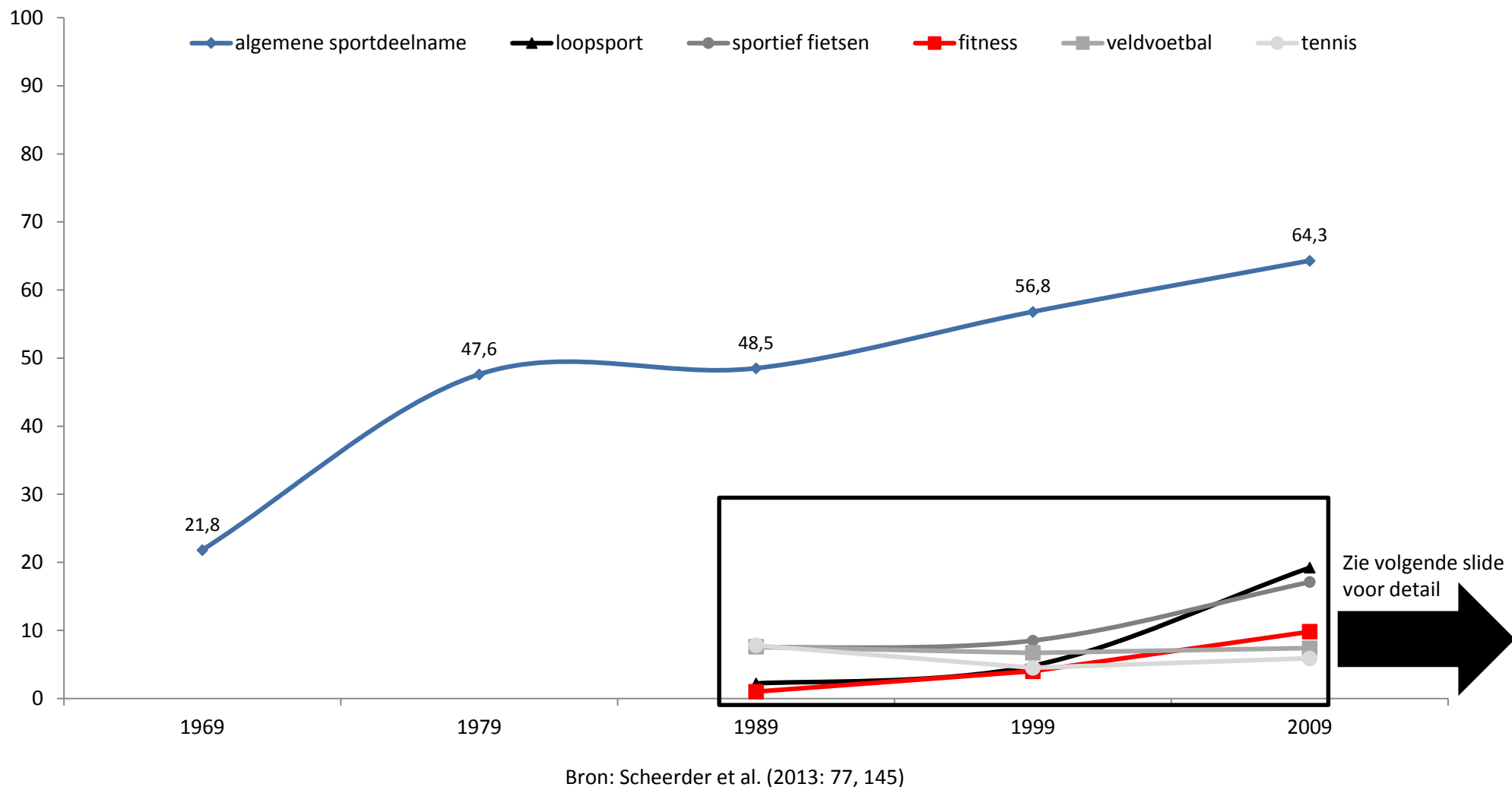
3. Positie van fitness in de sociale statuspiramide

1. Populariteit van fitness

- Op basis van de gegevens uit de SBV kan een beeld geschetst worden van de **evolutie in de populariteit van fitness sinds eind de jaren tachtig**. Hoewel de studie reeds vanaf 1969 uitgevoerd werd, werd de deelname aan varianten van fitness slechts bevraagd vanaf 1989. Dit hangt samen met de opkomst van de fitnessindustrie, die vanaf de jaren tachtig haar intrede deed in Vlaanderen (zie verder in deze publicatie). Uit de tijdstrendanalyse (Figuren 8 en 9) kunnen de volgende conclusies getrokken worden:
 - De deelname aan fitness is gradueel gestegen sinds 1989;
 - De populariteit van fitness is opvallend sterker gestegen dan de populariteit van eerder traditionele sporten zoals tennis en veldvoetbal;
 - De deelname aan fitness heeft relatief sterk bijgedragen aan de algemene stijging in sportdeelname tussen 1989 en 2009.
- Om de **populariteit van fitness anno 2014** in kaart te brengen wordt gebruik gemaakt van de gegevens van de PAS'14. Hierbij valt op dat fitness anno 2014 de vierde meest beoefende sporttak bij 15- t.e.m. 85-jarige Vlamingen is (Tabel 3). Er wordt opgemerkt dat de resultaten inzake de populariteit van sporttakken verschillen tussen de SBV en de PAS. Dit heeft te maken met kenmerken van de steekproef en mogelijk ook met het jaar van de bevraging. Bij de interpretatie van de figuren en tabellen op de volgende slides dient dan ook rekening gehouden te worden met de volgende zaken:
 - De SBV betreft gegevens uit 2009, de PAS betreft gegevens uit 2014
 - De SBV betreft schoolgaande jeugd en hun ouders, de PAS betreft 15- t.e.m. 85-jarige Vlamingen
 - Om de populariteit van fitness in functie van leeftijd te analyseren, worden inzichten uit beide studies gecombineerd
- Op basis van de cijfers uit beide studies, waarbij de deelname aan fitness opvallend hoger is in de PAS'14 dan in SBV'09, kan verwacht worden dat de deelname aan fitness nog in de lift zit.

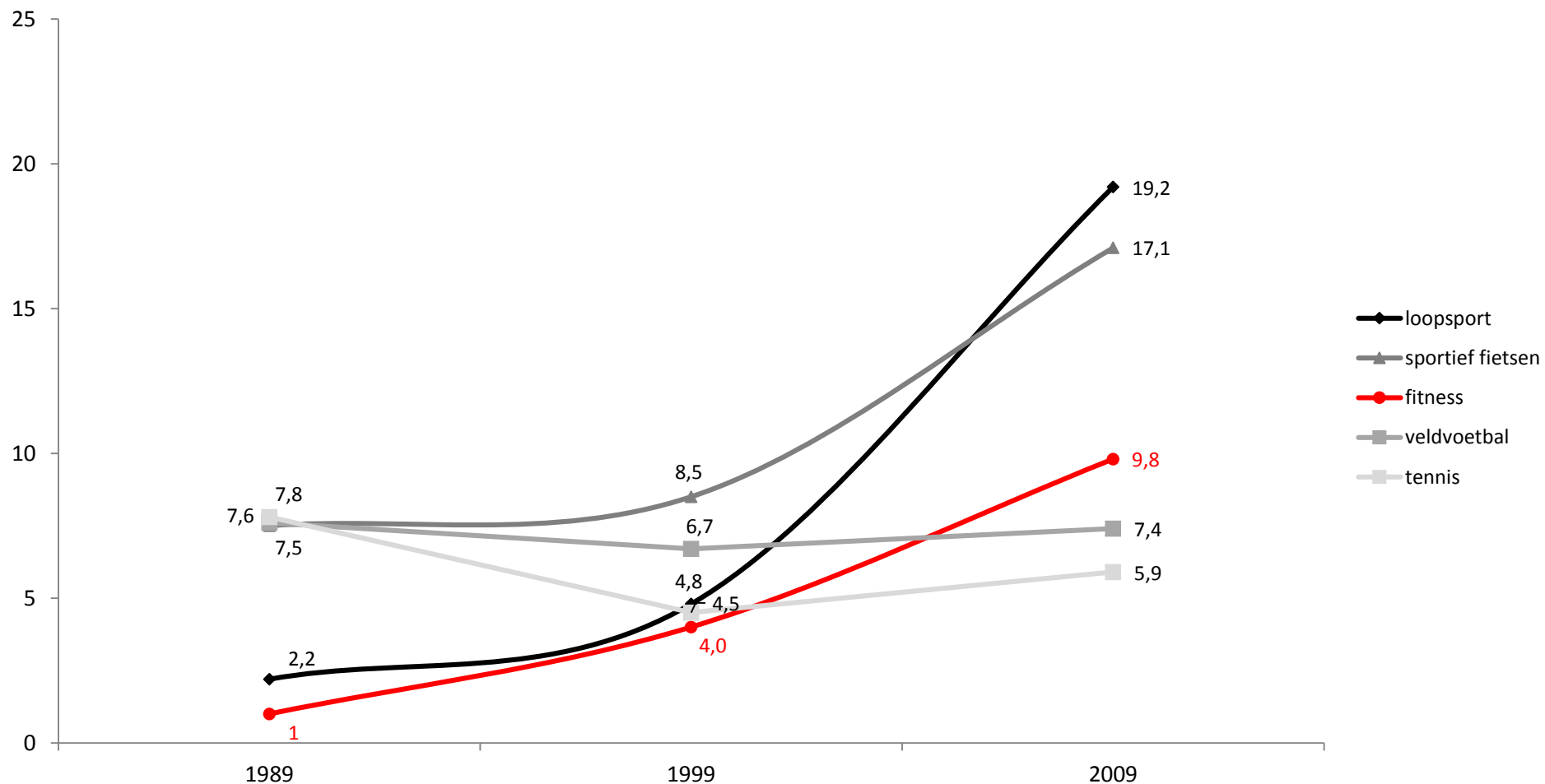
Evolutie van de populariteit van fitness (1/2)

Figuur 8. Evolutie van de actieve deelname aan sport (1969-2009) en aan loopsport, sportief fietsen, fitness, veldvoetbal en tennis (1989-2009) in Vlaanderen bij schoolgaande jongeren (13-18 jaar) en hun ouders, percentages i.f.v. totale populatie, o.b.v. SBV



Evolutie van de populariteit van fitness (2/2)

Figuur 9. Evolutie van de actieve deelname aan loopsport, sportief fietsen, fitness, veldvoetbal en tennis (1989-2009) in Vlaanderen bij schoolgaande jongeren (13-18 jaar) en hun ouders, percentages i.f.v. totale populatie, o.b.v. SBV



Bron: Scheerder et al. (2013: 145)

Populariteit van fitness anno 2014

Tabel 3. Meest beoefende sporttakken in Vlaanderen anno 2014, percentages i.f.v. sportieve populatie ($n_{\text{gewogen}} = 2472$), 15- tot en met 86-jarigen, anno 2014 (o.b.v. PAS'14)

Sporttakken
1. Recreatief fietsen (25,9%)
2. Wandelsport (21,9%)
3. Loopsport (20,0%)
4. Fitness (16,4%)
5. Recreatief zwemmen (11,8%)
6. Voetbal (9,4%)
7. Wielertoerisme (4,5%)
8. Danssport (4,4%)
9. Wintersport (4,2%)
10. Tennis (3,7%)
...
12. Aerobics (2,8%)
24. Spinning, indoor cycling (0,7%)
Bron: Scheerder et al. (2015a: 226) o.b.v. PAS 2014

- De drie meest beoefende sporttakken in Vlaanderen zijn recreatief fietsen, de wandelsport en de loopsport. In ieder van deze activiteiten is minstens een vijfde van de sportieve populatie actief.
- Fitness is de vierde meest beoefende sport in Vlaanderen: ongeveer 16% van de sportieve populatie beoefent deze sport.
- Andere varianten van de fitnesssport, zoals aerobics en spinning, behoren tevens tot de top-25 van meest beoefende sporttakken in Vlaanderen. Het aandeel van deze sporten is evenwel opvallend kleiner dan dat van klassieke fitnessvarianten.
- Deze resultaten betreffen de populariteit van fitness en fitnessvarianten in de 15 t.e.m. 86-jarige populatie. In de volgende slides wordt de populariteit geanalyseerd i.f.v. de leeftijd.
- Toelichting bij de inhoud van de gerapporteerde sporttakken:
 - **'Fitness'** omvat klassieke fitnessvarianten zoals cardio, krachttraining (powertraining/gewichtraining) en figuurtraining (bbb, powerplate, ...)
 - **'Aerobics'** omvat aerobics, step, aquarobics, aquastep, tae bo en zumba
 - **'Spinning en indoor cycling'** omvat varianten van de fietssport die indoor en op een vast fietstoestel worden uitgevoerd (geen wielrennen op de piste)

Populariteit van fitness i.f.v. leeftijd

- De meest recente meetpunten van de SBV en de PAS werden gebruikt om de sportvoorkeuren van respectievelijk kinderen/jongeren (2009) en volwassenen (2014) in kaart te brengen (Tabel 4). Dit laat toe om volgende uitspraken over de leeftijdsgebonden populariteit van fitness en varianten (aerobics, spinning, zumba) in Vlaanderen te doen:
 - **Fitnessparticipatie is het populairst bij volwassenen in de leeftijdscategorie van 19 t.e.m. 54 jaar.** In deze groep beoefent **20,4%** van de sportparticipanten fitness en neemt 3,8% en 0,9% deel aan respectievelijk aerobics en/of spinning. Fitness is in deze leeftijdsgroep dan ook de **tweede meest beoefende sport**. De jongvolwassenen vormen de enige leeftijdsgroep waar spinning een vermeldenswaardig aandeel heeft.
 - Met **8,7% van de sportende 55-plussers** die fitness beoefenen, blijkt fitnessparticipatie sterk te **dalen in functie van leeftijd**. Ook de deelname aan aerobics en spinning ligt lager bij 55-plussers dan bij jongvolwassenen.
 - Terwijl het aandeel kinderen uit de lagere school dat aan fitness doet in een fitnesscentrum verwaarloosbaar klein is, beoefent **14,3% van de jongeren uit het middelbaar onderwijs fitness** of 1,8% aerobics. Fitnessparticipatie scoort aldus relatief hoog in deze leeftijdsgroep, maar laat een aantal meer traditionele sporten zoals zwemmen, veldvoetbal, sportief fietsen, loopsport en dans voorafgaan in populariteit.
- Uit een tijdstrendanalyse van de sportvoorkeur per leeftijdsgroep blijkt dat zowel bij jongeren uit het middelbaar onderwijs (Tabel 5, Figuur 10) als bij de ouders van schoolgaande jeugd (Tabel 6, Figuur 11) de populariteit van fitness continu gestegen is tussen 1989 en 2009. De deelname aan aerobics, daarentegen, is in beide groepen gedaald.

Populariteit van fitness i.f.v. leeftijd

Tabel 4. Meest beoefende sporttakken per leeftijdsgroep in Vlaanderen, in 2009 (kinderen en jongeren, o.b.v. SBV) en 2014 (volwassenen, o.b.v. PAS), percentages i.f.v. sportieve populatie

Kinderen (lagere school, 6-12 jaar)	Jongeren (middelbaar, 13-18 jaar)	Volwassenen (19-54 jaar)	Volwassenen (55-86 jaar)
1. Vrij zwemmen (46,6%)	1. Vrij zwemmen (30,5%)	1. Loopsport (27,3%)	1. Wandelsport (47,1%)
2. Veldvoetbal (29,1%)	2. Veldvoetbal (27,5%)	2. Fitness (20,4%)	2. Recreatief fietsen (43,9%)
3. Sportief fietsen (25,3%)	3. Sportief fietsen (22,8%)	3. Recreatief fietsen (19,6%)	3. Recreatief zwemmen (9,5%)
4. Dans (22,7%)	4. Loopsport (21,0%)	4. Recreatief zwemmen (13,4%)	4. Fitness (8,7%)
5. Gymnastiek (16,9%)	5. Dans (19,2%)	5. Voetbal (12,1%)	5. Wielertoerisme (7,1%)
6. Tennis (15,2%)	6. Fitness (14,3%)	6. Wandelsport (12,0%)	6. Loopsport (5,7%)
7. Skiën (10,2%)	7. Tennis (13,7%)	7. Wintersport (5,4%)	7. Lichaamsoefeningen (5,1%)
8. Clubzwemmen (9,9%)	8. Skiën (11,8%)	8. Tennis (4,3%)	8. Petanque (3,4%)
9. Paardrijden (9,2%)	9. Badminton (10,4%)	9. Aerobics (3,8%)	9. Danssport (3,2%)
10. Basketbal (9,0%)	10. Volleybal (9,6%)	10. Wielertoerisme (3,7%)	10. Tennis (2,0%)
...	...	...	...
24. Fitness (0,9%)	23. Aerobics (1,8%)	21. Spinning (0,9%)	17. Aerobics (1,0%)
30. Aerobics (0,4%)			
Bron: Scheerder et al. (2013: 167) o.b.v. SBV 2009	Bron: Scheerder et al. (2013: 170) o.b.v. SBV 2009	Bron: Scheerder et al. (2015a: 227) o.b.v. PAS 2014	Bron: Scheerder et al. (2015a: 227) o.b.v. PAS 2014

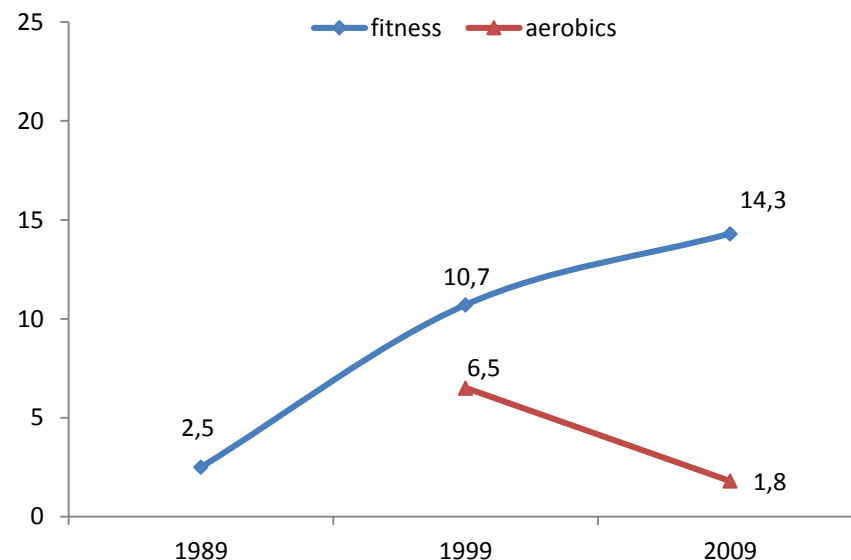
Noot: sporttakken die buiten de top-30 in een bepaalde leeftijdsgroep vallen zijn niet gerapporteerd

Evolutie van de populariteit van fitness bij jongeren

Tabel 5. Evolutie van de populariteit van sporttakken bij jongeren (middelbare school) in Vlaanderen, 1989-2009, percentages van sportieve populatie, o.b.v. SBV

1989	1999	2009
1. Vrij zwemmen (49,9%)	1. Vrij zwemmen (40,3%)	1. Vrij zwemmen (30,5%)
2. Veldvoetbal (35,7%)	2. Veldvoetbal (36,0%)	2. Veldvoetbal (27,5%)
3. Sportief fietsen (25,6%)	3. Basketbal (18,0%)	3. Sportief fietsen (22,8%)
4. Badminton (21,1%)	4. Tennis (14,5%)	4. Loopsport (21,0%)
5. Tafeltennis (20,0%)	5. Volleybal (13,3%)	5. Dans (19,2%)
6. Volleybal (13,5%)	6. Dans (12,1%)	6. Fitness (14,3%)
7. Atletiek (12,8%)	7. Badminton (12,0%)	7. Tennis (13,7%)
8. Gymnastiek (10,0%)	8. Tafeltennis (11,8%)	8. Skiën (11,8%)
9. Sportief fietsen (9,7%)	9. Fitness (10,7%)	9. Badminton (10,4%)
10. Basketbal (9,3%)	10. Sportief fietsen (9,4%)	10. Volleybal (9,6%)
...	...	...
22. Fitness (2,5%)	14. Aerobics (6,5%)	23. Aerobics (1,8%)

Figuur 10. Evolutie van de populariteit van fitness en aerobics bij jongeren (middelbare school) in Vlaanderen, 1989-2009, percentages van sportieve populatie, o.b.v. SBV



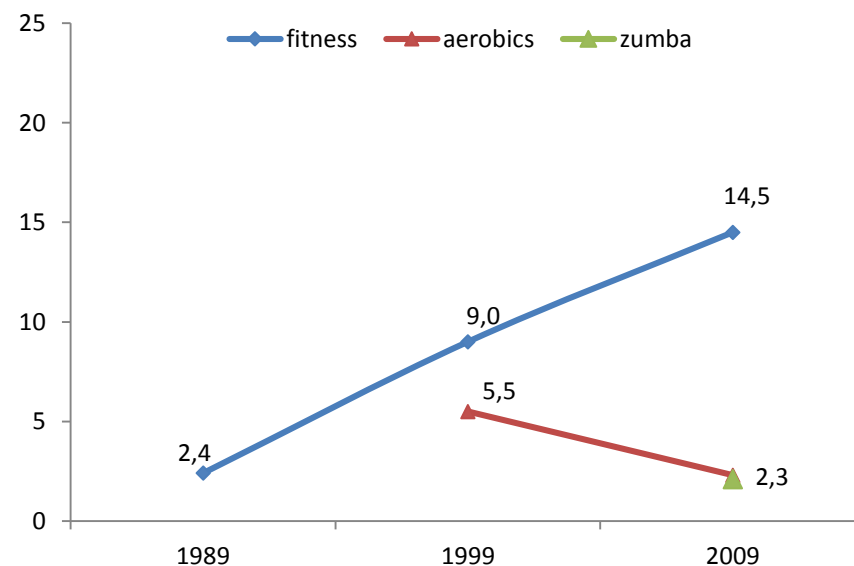
Bron: Scheerder et al. (2013: 170)

Evolutie van de populariteit van fitness bij volwassenen

Tabel 6. Evolutie van de populariteit van sporttakken bij volwassenen (ouders schoolgaande jeugd) in Vlaanderen, 1989-2009, percentages van sportieve populatie, o.b.v. SBV

1989	1999	2009
1. Zwemmen (25,4%)	1. Sportief fietsen (23,9%)	1. Loopsport (29,9%)
2. Sportief fietsen (22,3%)	2. Zwemmen (19,9%)	2. Sportief fietsen (25,8%)
3. Tennis (16,2%)	3. Loopsport (14,6%)	3. Zwemmen (15,5%)
4. Sportief wandelen (14,0%)	4. Sportief wandelen (11,9%)	4. Fitness (14,5%)
5. Veldvoetbal (10,9%)	5. Tennis (9,2%)	5. Sportief wandelen (12,3%)
6. Atletiek (8,0%)	6. Fitness (9,0%)	6. Tennis (7,5%)
7. Gymnastiek (6,4%)	7. Veldvoetbal (8,5%)	7. Veldvoetbal (7,2%)
8. Loopsport (5,8%)	8. Aerobics (5,5%)	8. Skiën (6,4%)
9. Sportief fietsen (9,7%)	9. Volleybal (4,8%)	9. Wielertoerisme (4,6%)
10. Volleybal (4,6%)	10. Onderhoudsgym (4,1%)	10. Mountainbike (3,6%)
...	...	11. Spinning (2,8%)
16. Fitness (2,4%)	14. Aerobics (6,5%)	12. Aerobics (2,3%)
		...
		16. Zumba (2,1%)

Figuur 11. Evolutie van de populariteit van fitness en aerobics bij volwassenen (ouders schoolgaande jeugd) in Vlaanderen, 1989-2009, percentages van sportieve populatie, o.b.v. SBV



Bron: Scheerder et al. (2013: 173)

Positie van fitnesscentra als *organisatorisch verband* voor sportbeoefening (1/2)

- Ondanks de vele types van sportorganisaties die het sportlandschap rijk is, is de **populairste manier om aan sport** te doen het **zelfgeorganiseerd sporten** (Tabel 7). Iets meer dan de helft van de Vlamingen (55,3%) beoefent minstens één sport individueel, ongeveer een derde doet dit in een informele groep (34,8%). Ook het aandeel sporters dat uitsluitend individueel of in een informele groep aan sport doet (respectievelijk 23,5% en 10,1%) ligt vrij hoog. Dit betekent dat een derde (33,6%) van de sportieve populatie zich niet bij een organisatie aansluit om aan sport te doen.
- De **populairste formele vorm van sportorganisatie is de sportclub**. Bijna een derde (31,6%) van de sportieve populatie beoefent minstens één sporttak in een unisportclub, ongeveer 7% is lid van een omnisportclub. Het aandeel sporters dat uitsluitend in een sportclub aan sport doet is relatief laag maar relevant (12,5% uitsluitend in een unisportclub, 2% uitsluitend in een omnisportclub).
- Met **12,7% van de Vlamingen die aan sport doen in een fitnesscentrum**, scoort deze sector relatief goed ten opzichte van andere types sportorganisaties (sportdienst, bedrijfssport, sportevenementen). **Vijf procent van de Vlamingen doet uitsluitend aan sport in een fitnesscentrum.**

Positie van fitnesscentra als *organisatorisch verband* voor sportbeoefening (2/2)

Tabel 7. Populariteit van organisatorische verbanden voor sportbeoefening (percentage participanten dat minstens één sport in een bepaald verband doet en percentage participanten dat uitsluitend in een bepaald verband aan sport doet), percentages i.f.v. sportieve populatie ($n_{\text{gewogen}} = 2472$), 15- tot en met 86-jarigen, anno 2014 (o.b.v. PAS'14)

Organisatorisch verband	Minstens één sport in...	Uitsluitend sport in...
Unisportclub	31,6	12,5
Omnisportclub	6,8	2,0
Vereniging met sportaanbod	5,3	1,6
Naschoolse sport	0,5	0,1
Bedrijfssport	1,4	0,3
Sportdienst	2,6	0,5
Fitnesscentrum	12,7	5,0
Sportkamp	0,4	0,0
Sportreis	3,3	0,5
Sportevenement	2,4	0,1
Informele groep (=zelfgeorganiseerd met anderen)	34,8	10,1
Individueel (= zelfgeorganiseerd op zichzelf)	55,3	23,5

Bron: Scheerder et al. (2015a: 261)

Positie van fitnesscentra als *locatie* voor sportbeoefening (1/2)

- Men kan in een fitnesscentrum vaak een lidmaatschap aangaan voor het volgen van begeleide trainingssessies of groepslessen, of louter voor het gebruik van de infrastructuur die het fitnesscentrum aanbiedt (toestellen of specifieke ruimtes). In dit opzicht is het interessant om een aparte analyse uit te voeren over de populariteit van fitnesscentra als locatie voor sportbeoefening (Tabel 8). Dit staat uiteraard niet los van de sporttakken die men beoefent en van het organisatorisch verband waarin men actief is. Uit voorgaande analyses onthouden we dat 16,4% van de 15- t.e.m. 86-jarige Vlamingen aan fitness doet, terwijl 2,8% aerobics en 0,7% spinning beoefent. Daarnaast gaf 12,7% van deze steekproef aan dat men zijn/haar sport in een fitnesscentrum beoefent. Dit impliceert dat fitnessactiviteiten ook buiten fitnesscentra beoefend worden.
- Uit de peiling naar het gebruik van locaties voor sportbeoefening, blijkt dat **16,2% van de steekproef zijn/haar sport in een fitnesscentrum beoefent**. Dit komt sterk overeen met het aandeel fitnessparticipanten in de populatie. Het verschil tussen de percentages betreffende de locatie voor sportbeoefening en het organisatorisch verband kan betekenen dat er ook andere sporten in de locatie van een fitnesscentrum beoefend worden.
- De **populairste plaatsen om te sporten zijn niet-sportspecifieke locaties**, met name outdoor (48,7%) en/of op de openbare weg (38,5%). Dit houdt nauw verband met de populariteit van typisch zelfgeorganiseerde sporten zoals de loopsport, de fietssport en de wandelsport.
- **Fitnesscentra scoren qua populariteit als locatie voor sportbeoefening relatief gelijk aan sporthallen/sportzalen, zwembaden en sportspecifieke vormen van openluchtinfrastructuur.**

Positie van fitnesscentra als *locatie* voor sportbeoefening (2/2)

Tabel 8. Gebruik van locaties voor sportbeoefening in Vlaanderen, percentages i.f.v. sportieve populatie ($n_{\text{gewogen}} = 2472$), 15- tot en met 86-jarigen, anno 2014 (o.b.v. PAS'14)

Organisatorisch verband	Percentage sportbeoefenaars
Outdoor (in natuur, bos, plein, park)	48,7
Openbare weg	38,5
Sportzaal, sporthal	18,0
Specifieke openlucht sportinfrastructuur	16,7
Fitnesscentrum	16,2
Zwembad	15,0
Andere overdekte sportinfrastructuur	9,0
Thuis	7,5
School	2,3
Tuin	1,1

Bron: Scheerder et al. (2015a: 264)

2. Profiel van fitnessparticipanten

- Een profiel van fitnessparticipanten wordt uitgewerkt op basis van gegevens van de PAS'14 omdat deze studie het meest gedetailleerde en het meest recente beeld van de fitnessparticipatie in Vlaanderen toelaat. In de volgende slides worden in eerste instantie enkele socio-demografische en socio-economische **achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten** voorgesteld (verdeling naar geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, inkomen, woonomgeving en sportervaring). Vervolgens wordt een **vergelijking** gemaakt tussen het **profiel van fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters**. Daarnaast wordt er ingezoomd op enkele **kenmerken van het sportconsumptiepatroon van fitnessparticipanten**, met name (i) de frequentie van sportbeoefening en de tijd die besteed wordt aan sport, (ii) de motieven voor sportbeoefening, en (iii) de uitgaven aan sport.
- Voor de analyses die in dit deel uitgevoerd werden, werden fitnessparticipanten geselecteerd op basis van het organisatorisch verband waarin men aan sport deed. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen respondenten die *uitsluitend in een fitnesscentrum* aan sport deden en respondenten die sportdeelname *in een fitnesscentrum combineerden* met deelname in een *sportclub* of een *andere setting* (andergeorganiseerde sport, informele groep of individueel). In de presentatie van resultaten zullen deze verschillende groepen telkens onderscheiden worden. Daarnaast worden er telkens cijfers opgenomen die het profiel van de volledige groep sportparticipanten beschrijven, alsook cijfers die betrekking hebben op uitsluitend clubgeorganiseerde sportparticipanten.

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten (1/3)

- Figuur 12 toont aan dat **mannen en vrouwen** een licht verschillende voorkeur hebben wat betreft het organisatorisch verband voor sportbeoefening. Het aandeel mannen en vrouwen dat aan sport doet in een fitnesscentrum dan wel in een sportclub, is omgekeerd evenredig. Vrouwen zijn hierbij beduidend sterker vertegenwoordigd in fitnesscentra, terwijl mannen eerder in sportclubs actief zijn. Van de respondenten die uitsluitend in een fitnesscentrum actief zijn is bijna 57% vrouw; daarentegen is bijna 56% van de respondenten die uitsluitend in een sportclub actief zijn man. Ongeveer evenveel mannen als vrouwen combineren sportdeelname in een fitnesscentrum met participatie in een sportclub of een andere setting. De geobserveerde verschillen zijn evenwel niet statistisch significant (Tabel 9).
- Figuur 13 illustreert duidelijk dat fitnessparticipatie het populairst is bij volwassenen met een **leeftijd** van 18 tot 55 jaar (zie ook hoger). Voornamelijk bij jongvolwassenen (leeftijd 18 t.e.m. 34 jaar) is fitness erg populair: maar liefst de helft van wie uitsluitend in een fitnesscentrum actief is (49,6%) of participatie in een fitnesscentrum combineert met een sportclub (51,9%) bevindt zich in deze leeftijdsgroep. Dit is een groot verschil met het aandeel participanten in deze leeftijdsgroep dat uitsluitend in een sportclub actief is (34,8%). De leeftijdsgebonden verschillen in het organisatorisch verband van sportbeoefening zijn statistisch significant (Tabel 10).

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten (2/3)

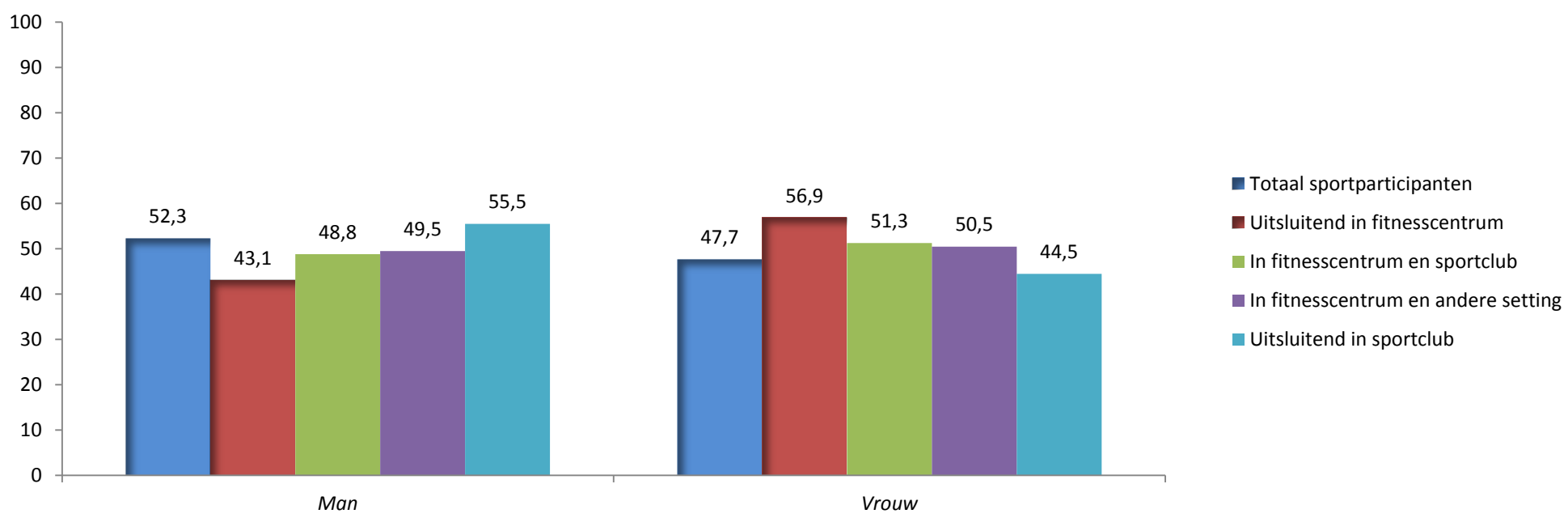
- Naar **opleidingsniveau** valt op dat er significante verschillen vastgesteld worden met betrekking tot het organisatorisch verband van sportbeoefening (Tabel 11). Het profiel van respondenten die uitsluitend in een fitnesscentrum actief zijn weerspiegelt in sterke mate de verdeling naar opleidingsniveau van de totale steekproef. Een lichte oververtegenwoordiging van mensen met maximum een diploma lager onderwijs wordt vastgesteld in deze groep (13,3%). Van de respondenten die participatie in een fitnesscentrum combineren met een andere setting (andersgeorganiseerde sport, informele groep of individueel) is daarentegen een relatief groot aandeel hoog opgeleid (40,5%). Daarnaast valt op dat mensen die minstens één sport in een sportclub beoefenen (al dan niet in combinatie met een fitnesscentrum) relatief sterkt vertegenwoordigd zijn in de groep van respondenten die nog studeren (Figuur 14).
- Naar **inkomen** worden er geen significante verschillen vastgesteld tussen organisatorische settings voor sportdeelname (Tabel 12). Mensen die aangeven moeilijk rond te komen met hun inkomen zijn over het algemeen sterk ondervertegenwoordigd in sportdeelname (Figuur 15). Opvallend is evenwel de tendens dat de meerderheid van de respondenten uitsluitend in een fitnesscentrum aan sport doen aangeven ‘tussenin’ rond te komen met hun inkomen (53,7%), terwijl respondenten die participatie in een fitnesscentrum combineren met een andere, niet-clubgeorganiseerde, setting relatief makkelijk blijken rond te komen met hun inkomen (53,2%).

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten (3/3)

- Wat betreft de **urbanisatiegraad van de woonomgeving** worden er geen significante verschillen vastgesteld in de organisatorische setting van sportdeelname (Tabel 13). De meerderheid van de sportparticipanten woont in een stedelijke omgeving, wat weerspiegeld wordt in alle bestudeerde organisatieverbanden (Figuur 16). Wel valt op dat mensen die (uitsluitend) in een fitnesscentrum actief zijn relatief sterker vertegenwoordigd zijn in stedelijke woongebieden dan clubsportparticipanten. Dit kan te maken hebben met de ligging van fitnesscentra, die ook voornamelijk in stedelijke gebieden gelegen zijn. Verder in dit rapport bestuderen we de ligging van fitnesscentra en de verplaatsingsbereidheid van sporters tot sportaccommodaties, waaronder fitnesscentra.
- Hoewel de meerderheid van de sportparticipanten met een leeftijd van 15 t.em. 85 jaar vroeger aan sport gedaan blijkt te hebben (Figuur 17), kan er een significant verband vastgesteld verschil vastgesteld worden in de **sportervaring** van clubgeorganiseerde sporters en fitnessparticipanten (Tabel 14). Terwijl maar liefst 69% van de huidige clubsporters ook tijdens de adolescentie aan clubsport deed, zien we dat dit aandeel bij de fitnessparticipanten beduidend lager ligt (53,7%). Daarentegen was een groter aandeel van de huidige fitnessparticipanten vroeger inactief (36,6% vs. 25,6%). In vergelijking met clubsporters is er ook een groter aandeel van de fitnessparticipanten (uitsluitend in een fitnesscentrum of in combinatie met een andere setting) dat tijdens zijn/haar jeugd in een niet-clubgeorganiseerd verband aan sport deed. Dit aandeel is evenwel relatief laag in alle organisatieverbanden.

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten: geslacht

Figuur 12. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar geslacht, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)



Tabel 9. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar geslacht, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)

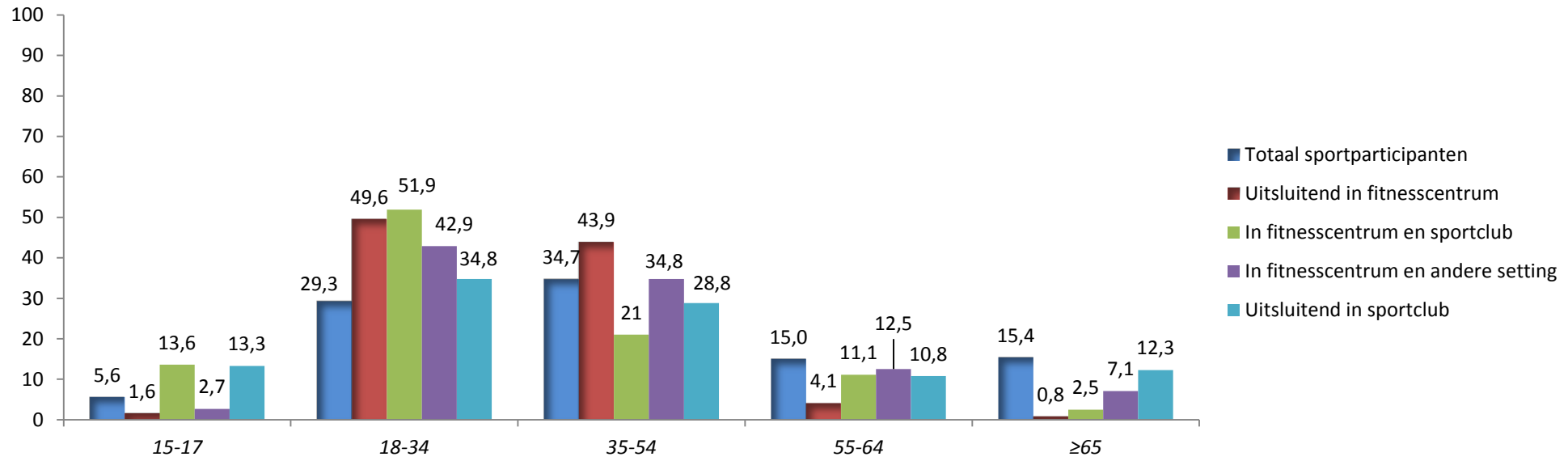
		Totaal sportparticipanten (n=2472)	Uitsluitend in fitnesscentrum	In fitnesscentrum en sportclub	In fitnesscentrum en andere setting	Uitsluitend in sportclub	Sign.
Geslacht	Man	52,3	43,1	48,8	49,5	55,5	NS
	Vrouw	47,7	56,9	51,3	50,5	44,5	

Noot: **p*<0.5, ***p*<0.1, ****p*<0.01
 NS = niet significant

Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Scheerder et al. (2015a)

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten: leeftijd

Figuur 13. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar leeftijd, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)



Tabel 10. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar leeftijd, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)

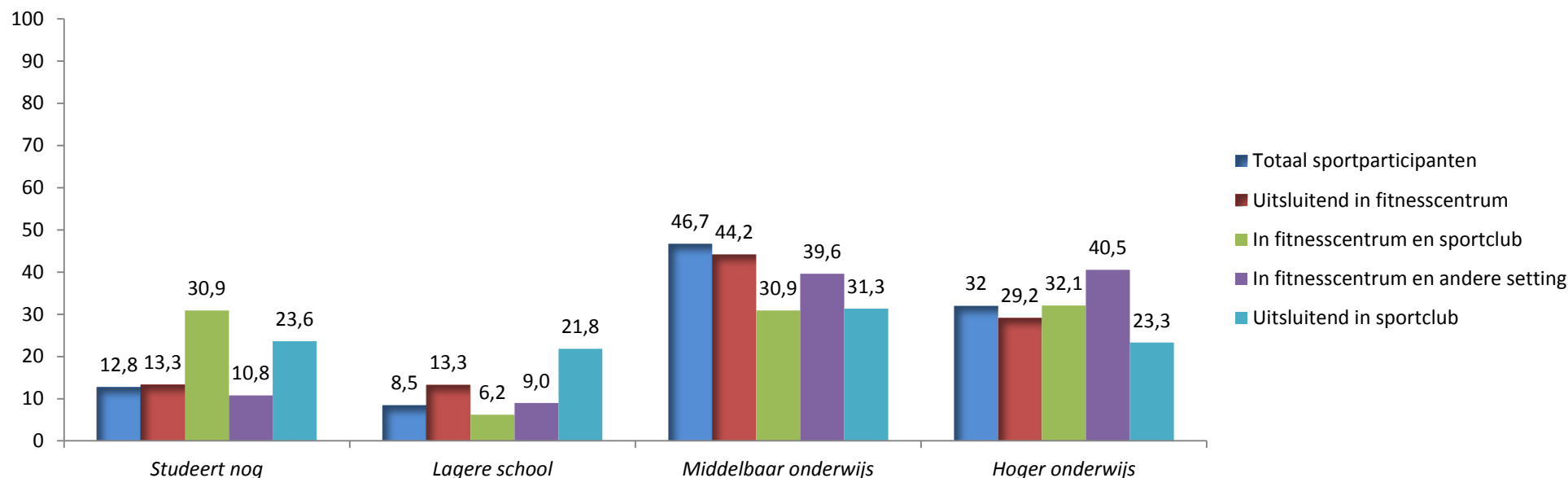
		Totaal sportparticipanten (n=2472)	Uitsluitend in fitnesscentrum	In fitnesscentrum en sportclub	In fitnesscentrum en andere setting	Uitsluitend in sportclub	Sign.
Leeftijd	15-17	5,6	1,6	13,6	2,7	13,3	***
	18-34	29,3	49,6	51,9	42,9	34,8	
	35-54	34,7	43,9	21,0	34,8	28,8	
	55-64	15,0	4,1	11,1	12,5	10,8	
	≥65	15,4	0,8	2,5	7,1	12,3	

Noot: * $p<0.5$, ** $p<0.1$, *** $p<0.01$
NS = niet significant

Bron: Borgers & Scheerder (2017b) ; Scheerder et al. (2015a)

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten: opleidingsniveau

Figuur 14. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar opleidingsniveau, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)



Tabel 11. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar opleidingsniveau, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)

		Totaal sportparticipanten (n=2472)	Uitsluitend in fitnesscentrum	In fitnesscentrum en sportclub	In fitnesscentrum en andere setting	Uitsluitend in sportclub	Sign.
Opleidingsniveau	Studeert nog	12,8	13,3	30,9	10,8	23,6	***
	Lagere school	8,5	13,3	6,2	9,0	21,8	
	Middelbaar onderwijs	46,7	44,2	30,9	39,6	31,3	
	Hoger onderwijs	31,8	29,2	32,1	40,5	23,3	

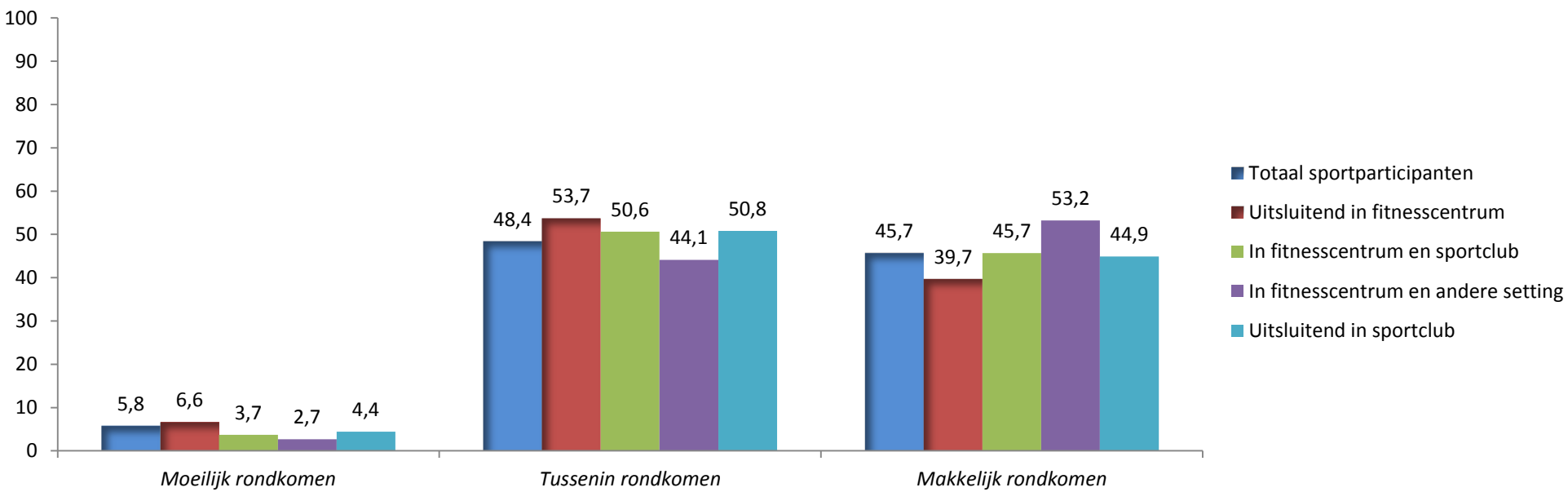
Noot: * $p < 0.5$, ** $p < 0.1$, *** $p < 0.01$

NS = niet significant

Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Scheerder et al. (2015a)

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten: inkomen

Figuur 15. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar subjectief inkomen, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)



Tabel 12. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar subjectief inkomen, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)

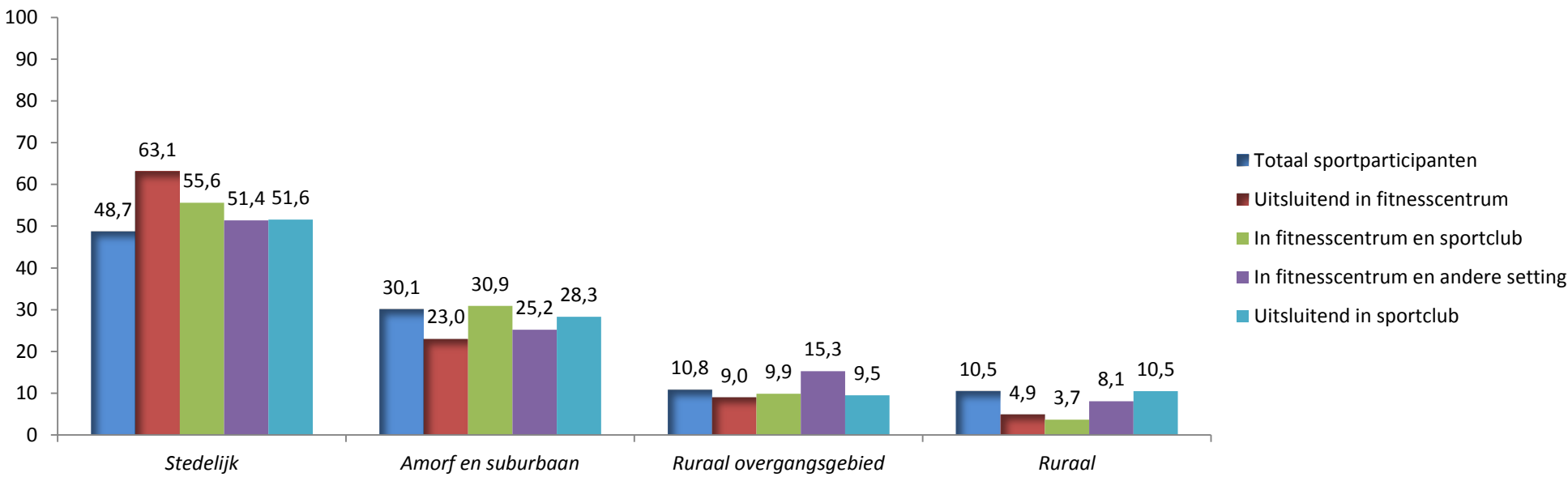
		Totaal sportparticipanten (n=2472)	Uitsluitend in fitnesscentrum	In fitnesscentrum en sportclub	In fitnesscentrum en andere setting	Uitsluitend in sportclub	Sign.
Subjectief inkomen	Moelijk rondkomen	5,8	6,6	3,7	2,7	4,4	NS
	Tussenin rondkomen	48,4	53,7	50,6	44,1	50,8	
	Makkelijk rondkomen	45,7	39,7	45,7	53,2	44,9	

Noot: *p<0.5, **p<0.1, ***p<0.01
NS = niet significant

Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Scheerder et al. (2015a)

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten: woonomgeving

Figuur 16. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar urbanisatiegraad woonomgeving, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)



Tabel 13. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar urbanisatiegraad woonomgeving, percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)

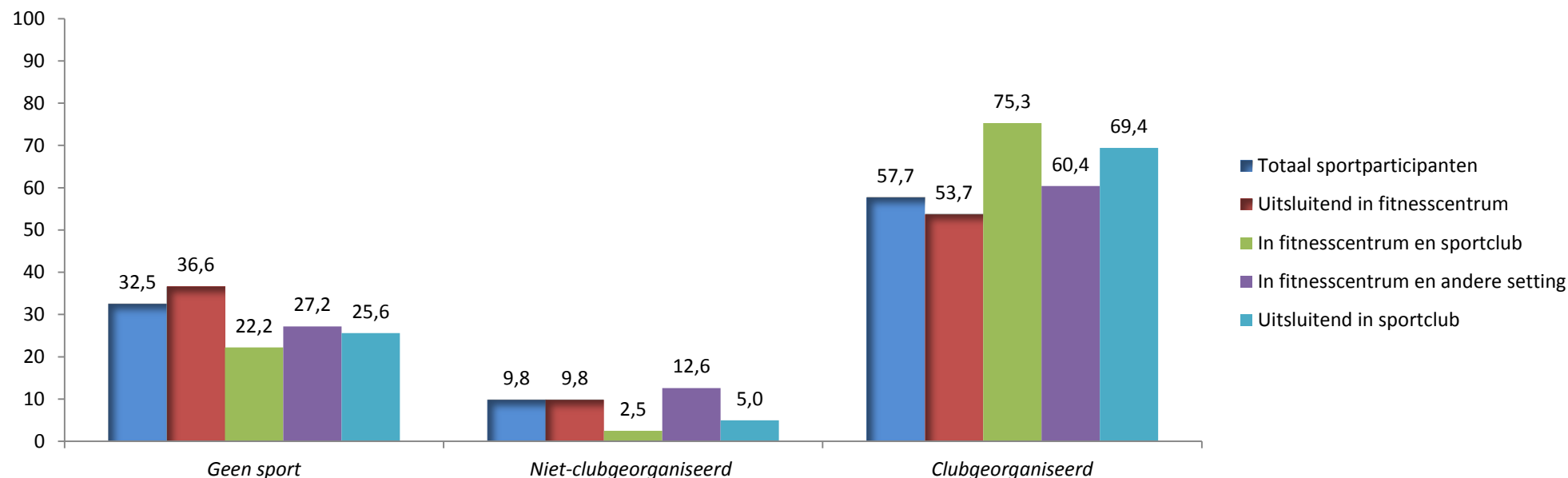
		Totaal sportparticipanten (n=2472)	Uitsluitend in fitnesscentrum	In fitnesscentrum en sportclub	In fitnesscentrum en andere setting	Uitsluitend in sportclub	Sign.
Urbanisatiegraad woonomgeving	Stedelijk	48,7	63,1	55,6	51,4	51,6	NS
	Amorf en suburbaan	30,1	23,0	30,9	25,2	28,3	
	Landelijk overgangsgebied	10,8	9,0	9,9	15,3	9,5	
	Ruraal	10,5	4,9	3,7	8,1	10,5	

Noot: * $p<0.5$, ** $p<0.1$, *** $p<0.01$
NS = niet significant

Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Scheerder et al. (2015a)

Achtergrondkenmerken van fitnessparticipanten: sportervaring

Figuur 17. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar sportervaring tijdens adolescentie (12-14 jaar), percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)



Tabel 14. Verdeling van sportparticipanten i.f.v. het organisatorisch verband waarin men actief is, naar sportervaring tijdens adolescentie (12-14 jaar), percentages van aantal sportparticipanten per setting (o.b.v. PAS'14)

		Totaal sportparticipanten (n=2472)	Uitsluitend in fitnesscentrum	In fitnesscentrum en sportclub	In fitnesscentrum en andere setting	Uitsluitend in sportclub	Sign.
Vroegere sportervaring (12-14 jaar)	Geen sport	32,5	36,6	22,2	27,2	25,6	**
	Niet-clubgeorganiseerd	9,8	9,8	2,5	12,6	5,0	
	Clubgeorganiseerd	57,7	53,7	75,3	60,4	69,4	

Noot: * $p < 0.5$, ** $p < 0.1$, *** $p < 0.01$

NS = niet significant

Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Scheerder et al. (2015a)

Vergelijking fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters (1/4)

Achtergrond bij Tabel 15

De voorgaande beschrijving van achtergrondkenmerken van sporters die in een fitnesscentrum actief zijn gaf een eerste beeld van het profiel van deze groep sporters. De bevindingen toonden dat er in zekere mate een verschil is in het profiel van fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters, en dit met name voor de parameters leeftijd, opleidingsniveau en sportervaring. Deze verschillen tekenden zich voornamelijk af wanneer sporters die *uitsluitend* in een fitnesscentrum actief zijn vergeleken werd met de groep van sporters die voor minstens één sporttak een lidmaatschap bij een sportclub heeft.

- In het vervolg van deze analyse wordt het profiel van fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters meer in detail vergeleken op basis van een *multinomiale regressieanalyse*. Deze techniek laat toe om het effect en de relatieve bijdrage van achtergrondvariabelen na te gaan in de vergelijking van specifieke groepen. Tabel 15 presenteert de resultaten van deze analyse, waarbij het profiel van fitnessparticipanten, onderverdeeld in drie groepen, vergeleken wordt met sporters die uitsluitend in een clubgeorganiseerd verband actief zijn. Analooq aan voorgaande analyses worden fitnessparticipanten onderverdeeld als (i) uitsluitend actief in een fitnesscentrum, (ii) actief in een fitnesscentrum en in een sportclub, en (iii) actief in een fitnesscentrum en een andere setting (bv. andersgeorganiseerde sport, informele groep en/of individueel). De gepresenteerde cijfers zijn *odds ratios*: deze tonen aan in welke mate een bepaalde groep meer of minder kans heeft om in een setting (bv. uitsluitend fitnesscentrum) actief te zijn dan in een sportclub. Wanneer de odds ratio groter is dan 1, heeft men meer kans dan de referentiecategorie om in een bepaalde (fitness)setting actief te zijn dan in een sportclub. Is de odds ratio kleiner dan 1, is deze kans vanzelfsprekend kleiner. De significante resultaten (*) worden besproken op de volgende slide.

Vergelijking fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters (2/4)

Interpretatie resultaten Tabel 15

- Vrouwen doen eerder uitsluitend in een fitnesscentrum aan sport dan in een sportclub in vergelijking met mannen. Dit toont aan dat **fitness voornamelijk populair is bij vrouwen**.
- Zowel jongeren (15-17 jaar) als 55-plussers zijn minder geneigd om uitsluitend in een fitnesscentrum aan sport te doen dan in een sportclub in vergelijking met 35- t.e.m. 54-jarige volwassenen. Er is geen significant verschil tussen de context van sportdeelname van jongvolwassenen (18-34 jaar) en volwassenen van middelbare leeftijd (35-54 jaar). Hieruit blijkt de **populariteit van fitness bij jongvolwassenen**.
- Er is geen significant verschil in het opleidingsniveau tussen respondenten die uitsluitend in een fitnesscentrum sporten en respondenten die uitsluitend in een sportclub actief zijn. Wel wordt vastgesteld dat mensen met maximum een diploma lager onderwijs minder sterk vertegenwoordigd zijn in de groep van respondenten die participatie in een fitnesscentrum combineren met een andere setting (sportclub of elders), dan de groep van respondenten die uitsluitend in een sportclub actief is. Dit heeft mogelijk te maken met het feit dat men wanneer men in meerdere settings actief is, ook meerdere sporttakken combineert. Eerder onderzoek toonde aan dat het combineren van meerdere sporttakken voornamelijk door hoger opgeleiden gebeurt (Taks & Scheerder, 2006). Er wordt besloten dat het **opleidingsniveau** slechts een **beperkte invloed** heeft op de keuze voor een context van sportdeelname.

Vergelijking fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters (3/4)

Vervolg interpretatie resultaten Tabel 15

- Er wordt geen significant verband vastgesteld tussen de mate waarin men aangeeft of men makkelijk, tussenin of moeilijk rondkomt met het inkomen en de organisatorische context van sportdeelname. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de grote meerderheid van de sportparticipanten (94,2%; zie Figuur 15/Tabel 12) tussenin tot makkelijk rondkomt met zijn/haar inkomen.
- De woonomgeving blijkt een relatief sterke impact uit te oefenen op de keuze voor de context van sportbeoefening: **sporters die in een stedelijke omgeving wonen hebben beduidend meer kans om uitsluitend in een fitnesscentrum actief te zijn dan in een sportclub**, in vergelijking met mensen die in een landelijke omgeving wonen. Bij mensen die naast een fitnesscentrum ook in een ander type sportorganisatie actief te zijn wordt er geen significant verband vastgesteld tussen het type woonomgeving en de organisatorische setting van sportdeelname.
- Een significant verband wordt vastgesteld tussen de vroegere sportervaring en de huidige context van sportdeelname, waarbij een duidelijk onderscheid merkbaar is tussen mensen die nu in een fitnesscentrum en in een sportclub actief zijn. Zo blijken **mensen die tijdens hun jeugd (12-14 jaar) geen sport gedaan hebben of die in een niet-clubgeorganiseerd verband aan sport deden** op latere leeftijd **meer geneigd te zijn om lid te worden van een fitnesscentrum dan van een sportclub** in vergelijking met zij die tijdens hun jeugd reeds in een club actief waren. Wie reeds in een club actief was tijdens zijn/haar jeugd, heeft een grote kans om dit ook op latere leeftijd te zijn (al dan niet in combinatie met sportdeelname in een fitnesscentrum).

Vergelijking fitnessparticipanten en clubgeorganiseerde sporters (4/4)

Tabel 15. Resultaten van de multinomiale regressieanalyse voor de vergelijking van het profiel van fitnessparticipanten (uitsluitend fitness, fitness + club, fitness + andere setting) ten opzichte van clubgeorganiseerde sporters (referentiecategorie), in Vlaanderen anno 2014 (n=714)

	Uitsluitend in fitnesscentrum (ref.=uitsluitend sportclub)	In fitnesscentrum + sportclub (ref.=uitsluitend sportclub)	In fitnesscentrum + andere setting (ref.=uitsluitend sportclub)
Geslacht (referentie = man)	1,728*	1,238	1,340
Leeftijd (referentie = 35-54 jaar)			
15-17 jaar	0,119*	1,070	0,274
18-34 jaar	1,068	1,850	1,182
55-64 jaar	0,209**	1,757	1,045
≥ 65 jaar	0,049**	0,348	0,593
Opleidingsniveau (referentie = hoger onderwijs)			
studeert nog	0,803	0,939	0,445
maximum diploma hoger onderwijs	0,867	0,225**	0,326**
maximum diploma middelbaar onderwijs	1,190	0,668	0,820
Subjectief inkomen (referentie = moeilijk rondkomen)			
tussenin rondkomen	1,088	1,770	0,715
gemakkelijk rondkomen	2,150	1,226	0,687
Urbanisatiegraad (referentie = landelijk)			
stedelijk	2,790*	2,718	1,356
amorf en suburbaan	1,906	2,746	1,211
landelijk overgangsgebied	2,024	2,759	2,225
Sportervaring leeftijd 12-14 jaar (referentie = clubsport)			
niet-clubgeorganiseerde sport	2,575*	0,410	2,474*
geen sportdeelname	2,125**	1,042	1,124
Pseudo Nagelkerke $R^2 = .205$			

Noot: * $p < 0.5$, ** $p < 0.1$, *** $p < 0.01$

NS = niet significant

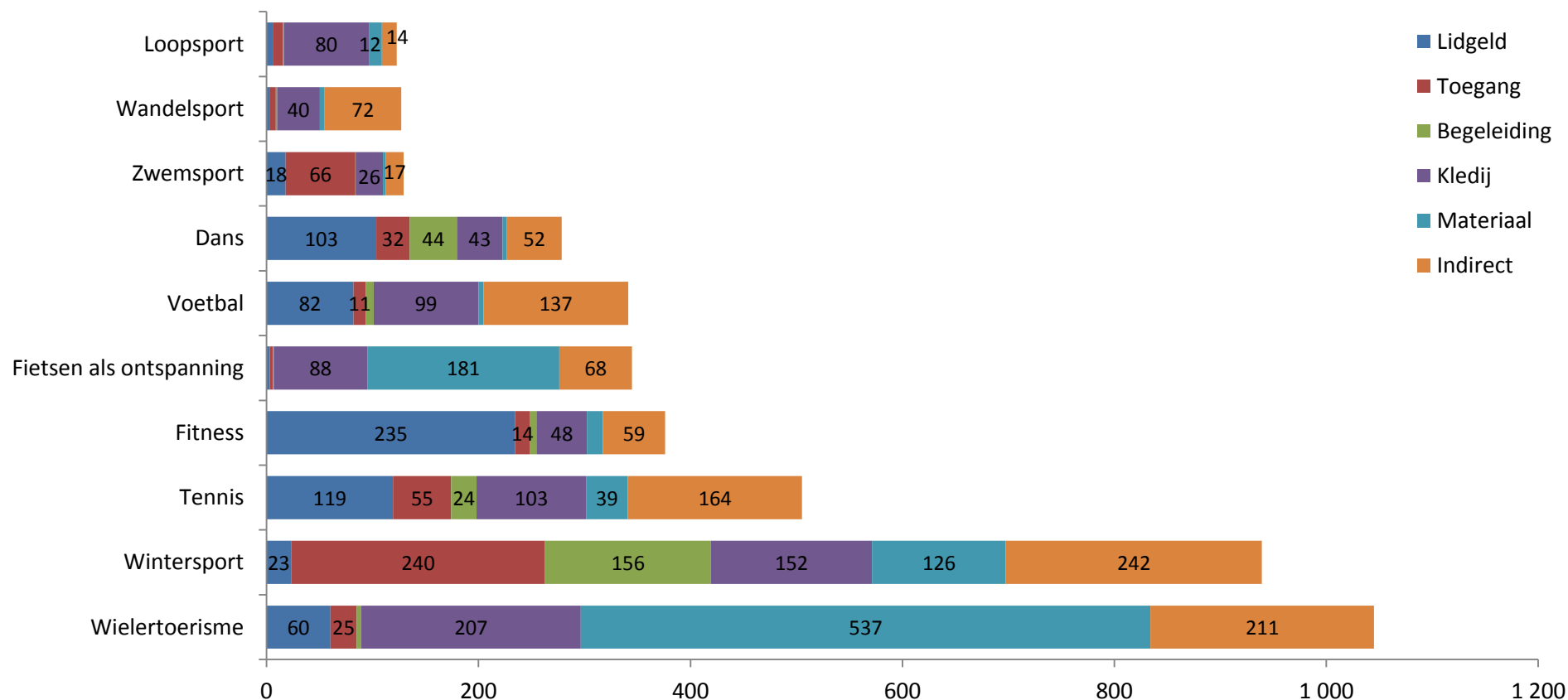
Bron: Borgers & Scheerder (2017b)

Uitgaven aan fitness (1/2)

- De Vlaming geeft jaarlijks gemiddeld 355 euro uit aan een sporttak. Per persoon, d.w.z. dat meerdere sporttakken gecombineerd kunnen worden, wordt er gemiddeld 548 euro per jaar uitgegeven aan sport. Over het algemeen wordt het grootste deel (25%) van de uitgaven besteed aan indirecte kosten (bv. sportvoeding, -drink, medische verzorging, aanvullende sportverzekering, extrasportieve activiteiten), gevolgd door sportkledij (23% van het jaarbudget aan sport) en materiaal (20% van het jaarbudget aan sport). Lidgeld bedraagt voor de gemiddelde Vlaming 18% van de jaarlijkse uitgaven aan sport (Scheerder et al., 2015c).
- In Figuur 18 worden de gemiddelde uitgaven aan verschillende kostenposten weergegeven per sporttak, en dit voor de 10 populairste sporttakken in Vlaanderen. Dit geeft een beeld van de kostprijs van fitness. De volgende conclusies kunnen hieruit getrokken worden:
 - Fitness kan beschouwd worden als een **gemiddeld dure sport (€378/jaar)**;
 - Het **lidgeld voor een fitnesscentrum** is verantwoordelijk voor **meer dan de helft van het sportbudget** bij fitnessers (€235/jaar), dit is hoger dan bij andere sporten het geval is;
 - Indirecte kosten (€59/jaar) vormen de tweede grootste kostenpost, met ongeveer 16% van de uitgaven wordt er **relatief weinig geld uitgegeven aan indirecte kosten door fitnessers**. Dit betreft wellicht voornamelijk sportvoeding en sportdrink;
 - **Kledij** (€48/jaar) vormt de derde grootste kostenpost (12,7%), echter dit bedrag is **relatief laag ten opzichte van andere sporten**;
 - De **uitgaven van fitnessparticipanten aan begeleiding en materiaal zijn zeer laag**; dit kan verklaard worden doordat men in een fitnesscentrum vaak lidgeld betaalt voor het totaalpakket aan diensten.

Uitgaven aan fitness (2/2)

Figuur 18. Gemiddelde jaarlijkse uitgaven aan de tien populairste sporttakken bij 15- t.e.m. 86-jarige Vlamingen, anno 2014 (o.b.v. PAS'14), gemiddelde bedragen per uitgavecategorie in euro



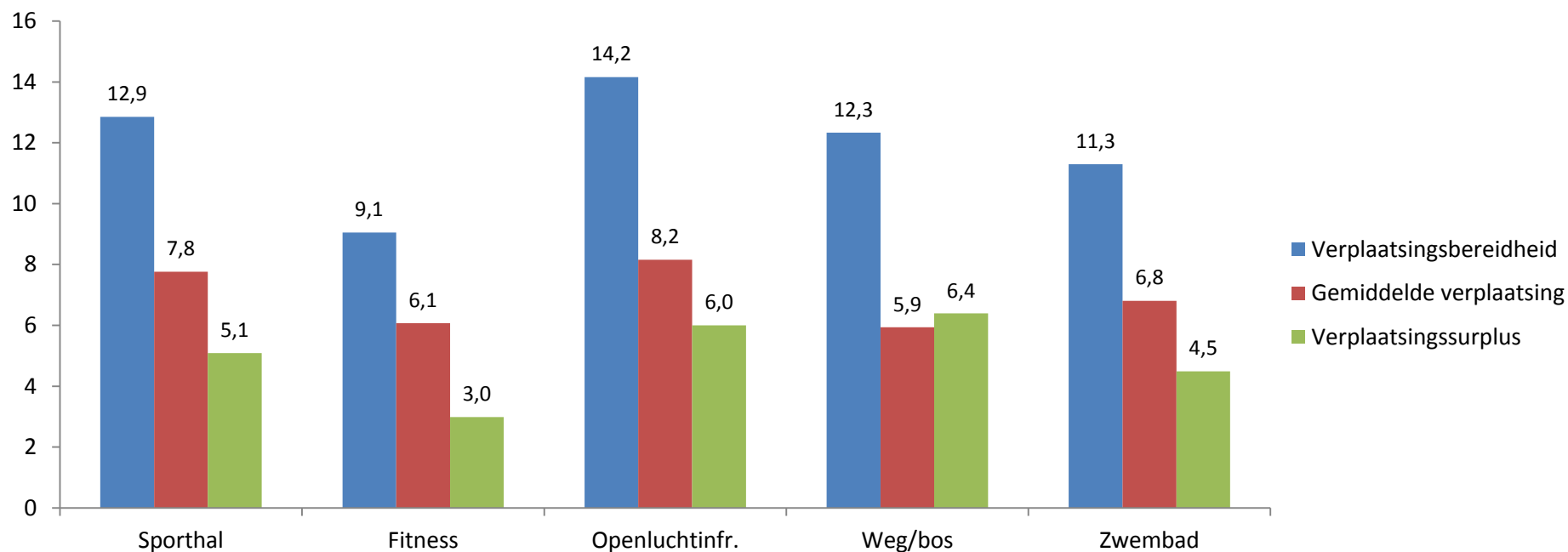
Bron: Scheerder et al. (2015c: 367)

Verplaatsingsbereidheid van fitnessparticipanten (1/2)

- In Figuur 19 wordt de verplaatsing, de verplaatsingsbereidheid en de verplaatsingssurplus van sportparticipanten naargelang verschillende types sportinfrastructuur. Fitnesscentra zijn hierbij opgenomen als een vorm van sportinfrastructuur.
- Uit deze gegevens blijkt dat men zich gemiddeld ongeveer **6 kilometer** verplaatst om in een fitnesscentrum aan sport te doen. De gemiddelde verplaatsingsbereidheid om gebruik te maken van fitnesscentra is ongeveer **9 kilometer**, wat betekent dat de **verplaatsingssurplus 3 kilometer** is.
- **In vergelijking met andere types sportinfrastructuur is de gemiddelde verplaatsing en voornamelijk de verplaatsingssurplus voor fitnesscentra relatief klein.** Zo verplaatst men zich voor specifieke openlucht sportinfrastructuur of voor een sporthal gemiddeld 8 kilometer, waarbij er nog marge is door een relatief grote verplaatsingssurplus voor deze types sportinfrastructuur (6 km voor openluchtinfrastructuur, 5 km voor sporthallen). De gemiddelde afstand die men aflegt naar fitnesscentra komt gemiddeld gezien overeen met de afstand die men aflegt om te sporten in het bos of op de weg (6 km) en ligt iets lager dan de gemiddelde verplaatsing naar zwembaden (7 km). Opvallend is evenwel dat de verplaatsingsbereidheid, en dus de verplaatsingssurplus, voor gebruik van de weg, het bos of een zwembad hoger ligt dan deze van fitnesscentra.
- **De beperkte verplaatsingsbereidheid om te sporten in een fitnesscentrum impliceert dat een goede spreiding van lokale fitnessvoorzieningen gewenst is om de deelname aan fitness te ondersteunen en/of te faciliteren.** De spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen wordt onder de loep genomen in de sectie m.b.t. de structuur en werking van fitnesscentra.

Verplaatsingsbereidheid van fitnessparticipanten (2/2)

Figuur 19. Verplaatsingsbereidheid, gemiddelde verplaatsing en verplaatsingssurplus per sportactiviteit van 15- t.e.m. 86-jarige Vlamingen, anno 2014, opgedeeld naar sportplaats/infrastructuur (o.b.v. PAS'14), afstanden in kilometer



Bron: Scheerder et al. (2015c: 378)

Verplaatsingssurplus = aantal kilometer dat men bereid is zich meer te verplaatsen dan wat men momenteel doet
(= verschil tussen verplaatsingsbereidheid en gemiddelde verplaatsing)

3. Positie van fitness in de sociale statuspiramide

- De sociale statuspiramide illustreert de **sociale stratificatie van de sportvoorkeur**. Op basis van de SBV werd voor elk meetpunt, te starten vanaf 1979, een sociale statuspiramide ontwikkeld voor volwassenen (zie Scheerder et al., 2013).
- De piramiden ordenen sporttakken van 'hoge statussporten' (bovenaan de piramide) tot 'lage statussporten' (onderaan de piramide). Binnen elke rij geldt dat de sociale status stijgt naarmate een sport meer naar links staat. Onderaan rechts staat met andere woorden de sporttak met de laagste sociale status, en bovenaan links de sport met de hoogste sociale status. De meest gedemocratiseerde sporten worden blauw gemarkeerd. Door de piramiden voor verschillende jaartallen weer te geven, worden in een oogopslag de sociale positionering van sporten en mogelijke opwaartse of neerwaartse bewegingen van sporten doorheen de tijd duidelijk (zie Figuren 20, 21, 22).
- Met betrekking tot de **sociale stratificatie van fitness** kan het volgende geconcludeerd worden:
 - De traditionele variant van fitness (kracht-, cardio- en figuurtraining) duikt voor het eerst op in de sociale statuspiramide anno 1989; deze sporttak positioneert zich als een **relatief gedemocratiseerde sport**, al bevindt het zich eerder aan de zijde van de hoge statussporten;
 - Fitness behoudt dezelfde positie in de piramide in 1989 en 1999; in 2009 is er echter een verschuiving naar rechts merkbaar, wat impliceert dat de sport **doorheen de jaren meer gedemocratiseerd** is;
 - **Aerobics** duikt voor het eerst op in de piramide in 1999 als een relatief hoge statussport; een verschuiving in 2009 toont aan dat deze sport **in sterke mate gedemocratiseerd** is doorheen de jaren;
 - **Spinning** en **zumba** doen hun intrede in de piramide in 2009; onder deze sporttakken blijkt spinning de fitnessvariant met de hoogste sociale status te zijn, terwijl **zumba het meest gedemocratiseerd** is.

Positie van fitness in de sociale statuspiramide anno 1989

Figuur 20. Sociale statuspiramide van de sportvoorkeur volgens de socio-professionele status bij volwassenen in Vlaanderen anno 1989



Bron: Scheerder et al. (2013: 156)

Positie van fitness in de sociale statuspiramide anno 1999

Figuur 21. Sociale statuspiramide van de sportvoorkeur volgens de socio-professionele status bij volwassenen in Vlaanderen anno 1999



Bron: Scheerder et al. (2013: 157)

Positie van fitness in de sociale statuspiramide anno 2009

Figuur 22. Sociale statuspiramide van de sportvoorkeur volgens de socio-professionele status bij volwassenen in Vlaanderen anno 2009



Bron: Scheerder et al. (2013: 158)

Omvang van de Vlaamse fitnessindustrie

Overzicht structuur resultaten m.b.t. omvang van de fitnessindustrie

1. Opkomst van de fitnessindustrie

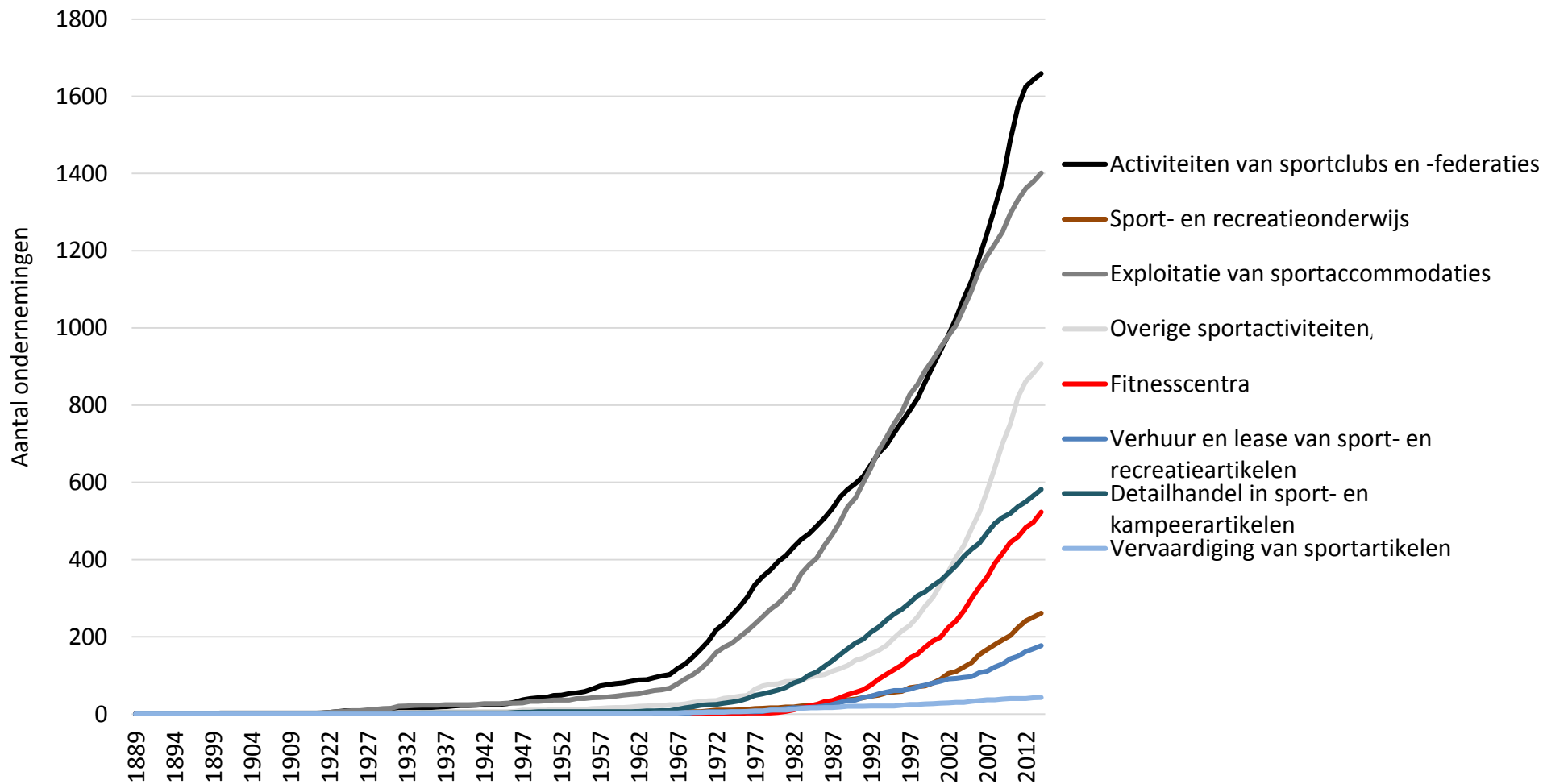
2. Fitnessindustrie ten opzichte van andere sectoren

- Aantal ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra
- Tewerkstelling in ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra
- Omzet van ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra

1. Opkomst van de fitnessindustrie

- De opkomst en de popularisering van de fitnessindustrie wordt in de literatuur vaak gelinkt aan de commercialisering van de sport, een proces waarbij sportgoederen en –diensten in toenemende mate worden uitgebaat en aangeboden vanuit een winstoogmerk (Van Bottenburg, 2006). Sinds de jaren 1980 zouden private ondernemingen zich steeds meer inlaten met deze business. Het is dan ook in deze tijdsgeschiedenis dat de eerste fitnesscentra opgericht werden als reactie op de vraag naar een meer toegankelijk sportaanbod.
- Figuur 23 bevestigt dat ondernemingen die zich richten op de exploitatie van fitnesscentra **begin de jaren 1980** hun intrede deden. Sindsdien is het aantal ondernemingen in deze subsector van de sportindustrie gradueel gestegen; een trend die zich voortzet tot in 2015 (laatste meetpunt van de studie). Dit toont aan dat ook recent nog heel wat fitnesscentra opgericht werden en dat deze business **nog steeds in de lift** zit.
- Het aanbod van fitnesscentra kwam pas relatief laat na de voorziening van andere vormen van sportfaciliteiten, zoals sporthallen en zwembaden, op de markt. Uit deze figuur valt ook af te leiden dat het aantal ondernemingen gericht op sport- en recreatieonderwijs de laatste jaren aan populariteit gewonnen heeft. Dit is mogelijk mede te wijten aan de toename van het aantal personal coaches en zelfstandigen in bijberoep die in de fitnesssector werken (Borgers & Scheerder, 2016, 2017a).
- Figuur 23 is gebaseerd op gegevens uit de Bel-First databank. Hierbij dient opgemerkt te worden dat dit enkel ondernemingen betreft die jaarrekeningen moeten indienen, wat slechts 48% van de ondernemingen opgenomen in de ADS databank betreft. Voor uitspraken in verband met het absolute aantal ondernemingen in deze sector baseren we ons daarom op ADS gegevens (zie verder).

Figuur 23. Oprichtingsjaar van ondernemingen in subsectoren van de sportindustrie in Vlaanderen en het BHG, cumulatieve aantallen (o.b.v. Bel-First)



Bron: Borgers & Scheerder (2017a)

2. Fitnessindustrie ten opzichte van andere sectoren

De gegevens van ADS laten toe om een schatting te maken van het aantal beursgenoteerde bedrijven in de sportsector. In Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest waren er op basis van deze bron naar schatting 11100 ondernemingen actief anno 2015. Hierbinnen zijn ongeveer 11554 werknemers tewerkgesteld en wordt een omzet van 3,5 miljard euro gegenereerd (Tabel 16). Figuur 24 geeft een beeld van het aandeel van de fitnesssector in deze cijfers. Hieruit kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

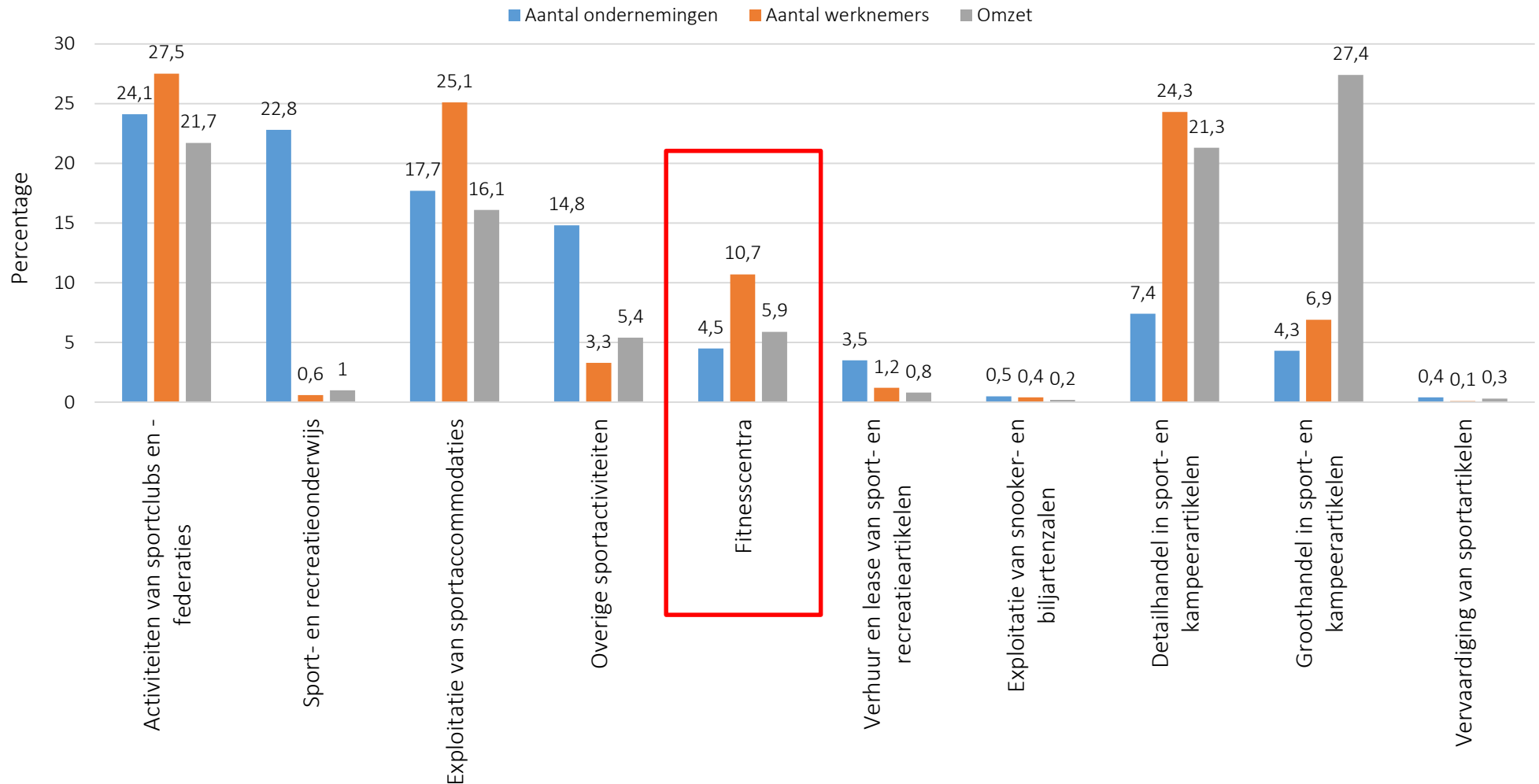
- Terwijl het aandeel van ondernemingen gericht op de exploitatie beperkt is (4,9%), leveren ze een groot deel van de tewerkstelling in de sportsector op (10,7%). Anno 2015 waren er 1 240 mensen tewerkgesteld in de exploitatie van fitnesscentra. Dit betreft uitsluitend tewerkgestelden (geen zelfstandigen).
- De fitnesssector levert ongeveer 6% van de totale omzet in de sportindustrie op, wat overeenkomt met €210 840 000.

Tabel 16. Aantal bedrijven, werknemers en omzet van bedrijven in verschillende subsectoren van de sportindustrie, in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, anno 2015 (o.b.v. ADS)

		Aantal ondernemingen	Aantal werknemers	Omzet (€*1000)
Dienstverlening	Activiteiten van sportclubs en -federaties	2 674	3 171	775 805
	Sport- en recreatieonderwijs	2 539	70	36 977
	Exploitatie van sportaccommodaties	1 962	2 894	574 654
	Overige sportactiviteiten (niet verder gespecificeerd)	1 638	381	194 002
	Exploitatie van fitnesscentra	499	1 240	210 840
	Verhuur en lease van sport- en recreatieartikelen	383	140	29 867
	Exploitatie van snooker- en biljartenzalen	59	44	7 705
Distributie	Detailhandel in sport- en kampeerartikelen in gespecialiseerde winkels	826	2 809	761 129
	Groothandel in sport- en kampeerartikelen, met uitzondering van fietsen	475	794	979 161
Productie	Vervaardiging van sportartikelen	45	11	8 799
	Totaal	11 100	11 554	3 578 938

Bron: Borgers & Scheerder (2016, 2017a)

Figuur 24. Aandeel van het aantal ondernemingen, het aantal werknemers en de omzet van ondernemingen in verschillende subsectoren van de sportindustrie in 2015 (o.b.v. ADS), percentages i.f.v. totaal aantal sportgerelateerde ondernemingen (n=11 100), totaal aantal werknemers (n=11 554) en totale omzet in de sportindustrie (€ 3 578 938 000)



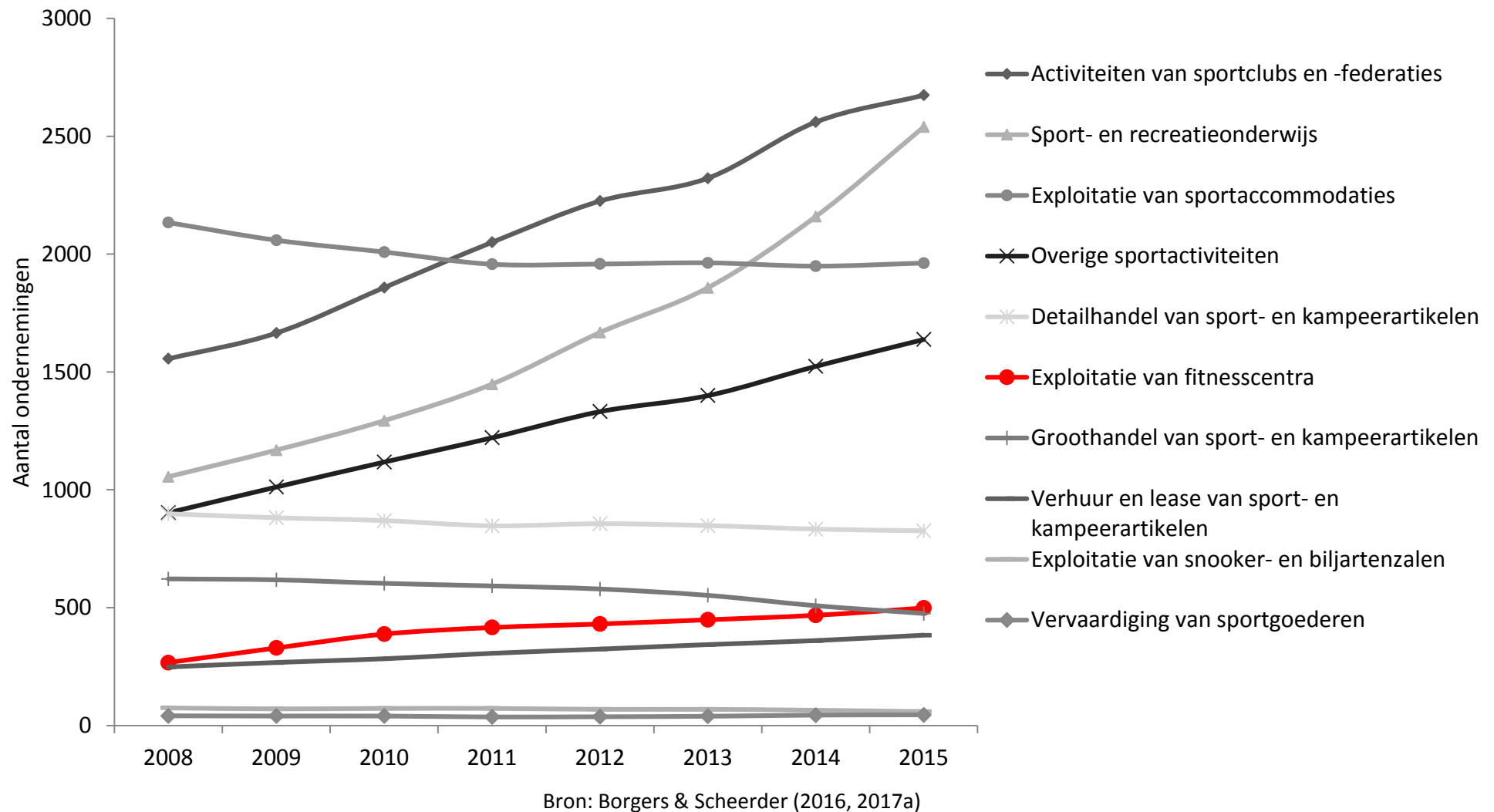
Bron: Borgers & Scheerder (2016, 2017a)

Aantal ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra (1/2)

- Het aantal ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra anno 2015 ligt op **499**. Dit betreft 4,5% van alle sportgerelateerde ondernemingen in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (cf. supra). Hierbij dient vermeld te worden dat het aantal ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra niet per se overeenkomt met het aantal fitnesscentra in de bestudeerde regio. Dit kan afwijken doordat bepaalde bedrijven meerdere fitnesscentra uitbaten (denk aan ketens als Health City, Basic Fit, Sportoase, etc., of aan zelfstandige fitnessuitbaters die meerdere vestigingen hebben). Ook is een afwijking van het totale aantal fitnesscentra mogelijk als niet alle fitnesscentra beursgenoteerd zijn. Voor kleine zelfstandigen die een fitnesscentrum uitbaten kan dit bijvoorbeeld het geval zijn. De afwijking tussen het aantal ondernemingen en het werkelijke aantal fitnesscentra wordt reeds duidelijk uit een vergelijking met het fitnesscentra-bestand van Fitness.be anno 2015, waarin 822 fitnesscentra geregistreerd staan (waarvan 711 in Vlaanderen).
- Figuur 25 geeft inzicht in de groei van het aantal ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra doorheen de jaren. Hieruit blijkt dat de **Gemiddelde Jaarlijkse Groei (GJG)** tussen 2008 en 2015 **ongeveer 9%** was, wat relatief hoog is in vergelijking met andere subsectoren van de sportindustrie. Het gemiddeld groeipercentage benadert dat van ondernemingen gericht op sport- en recreatieonderwijs (+13,4%) en ondernemingen die activiteiten in sportclubs en –federaties organiseren (+8,9%). Daarentegen is het opvallend dat het aantal ondernemingen die andere vormen van sportfaciliteiten uitbaten gedaald doorheen de jaren (-1,2%).

Aantal ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra (2/2)

Figuur 25. Evolutie van het aantal ondernemingen in subsectoren van de sportindustrie in Vlaanderen en het BHG, 2008-2015 (o.b.v. ADS)

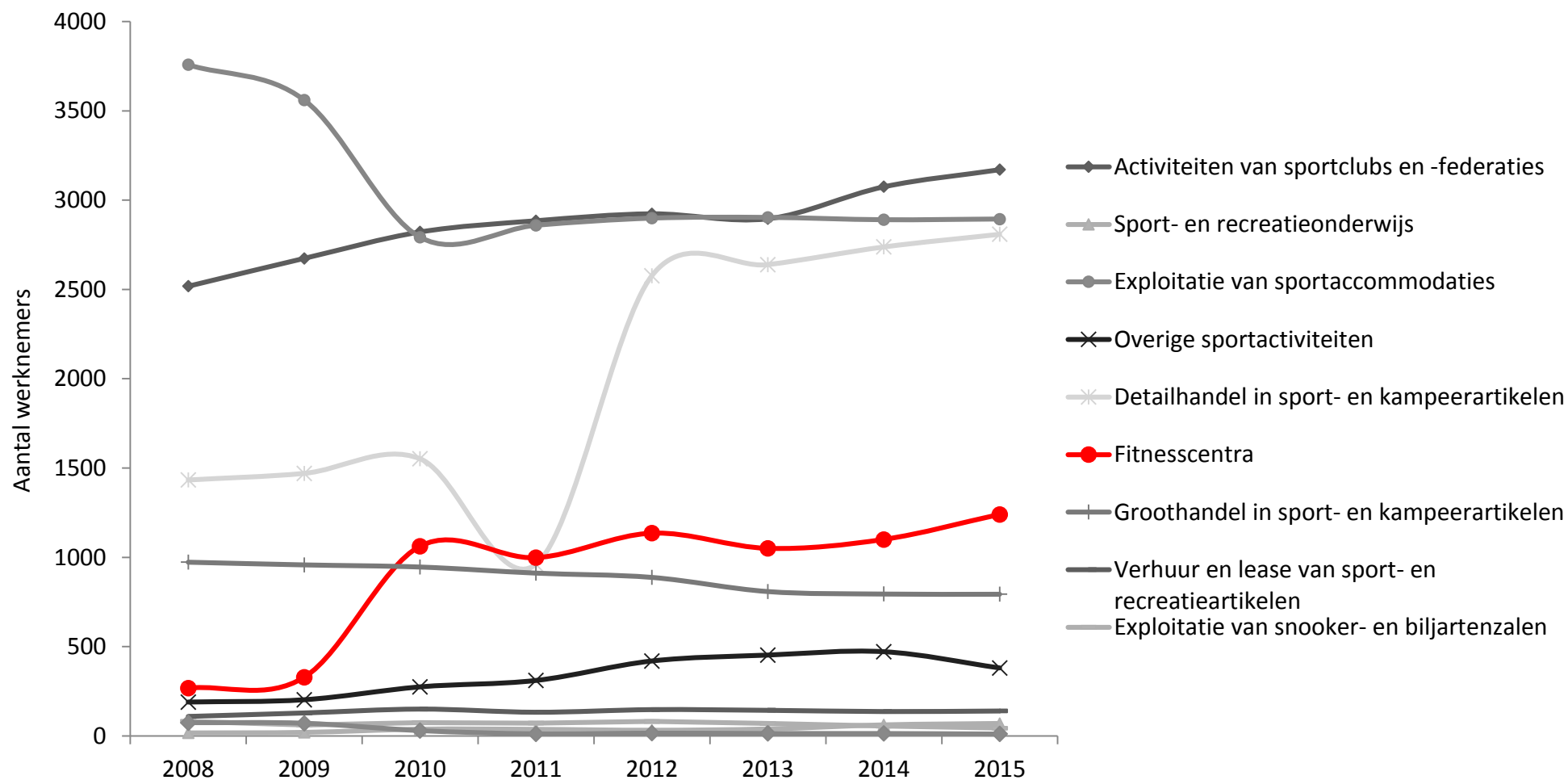


Tewerkstelling in ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra (1/2)

- Ongeveer een tiende van alle werknemers in de sportsector is tewerkgesteld in een onderneming die fitnesscentra uitbaat. Anno 2015 waren er in deze business ongeveer 1250 werknemers actief. Hierbij is het aantal zelfstandigen in de fitnesssector nog niet ingerekend. Hoewel de sportsector voor minder dan één procent van alle tewerkstelling in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest zorgt, kan gesteld worden dat de fitnesssector aanzienlijke mogelijkheden voor tewerkstelling biedt (Borgers & Scheerder, 2017a).
- Eerder onderzoek toonde reeds aan dat de tewerkstelling in de fitnesssector doorheen de jaren gestegen is. Zo brachten Scheerder et al. (2010) de evolutie van de tewerkstelling in deze sector tussen 1993 en 2007 in kaart, en gaf de studie van Scheerder et al. (2011) inzicht in de evolutie van het aantal personeelsleden in fitnesscentra tussen 1993 en 2007. Uit Figuur 26 blijkt dat deze trend zich ook doorheen de laatste jaren heeft voortgezet. Meer specifiek heeft de tewerkstelling in de ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra een **Gemiddelde Jaarlijkse Groei (GJG)** van maar liefst **24,5%** gekend tussen 2008 en 2015. Dit is relatief gezien de sterkste stijging die waargenomen werd in de verschillende subsectoren van de sportindustrie. Opvallend is dat de tewerkstelling in de fitnesssector voornamelijk steeg tussen 2009 en 2010, en daarna relatief stagneerde. In tegenstelling daalde de tewerkstelling in ondernemingen gericht op de exploitatie van andere vormen van sportinfrastructuur, en dit voornamelijk in de periode tussen 2008 en 2010.
- Verderop in deze publicatie wordt op basis van gegevens van het Vlaamse Fitness Panel 2.0 een beeld gegeven van het **profiel van personeelsleden** in fitnesscentra.

Tewerkstelling in ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra (2/2)

Figuur 26. Evolutie van de tewerkstellingsgraad in ondernemingen in subsectoren van de sportindustrie in Vlaanderen en het BHG, 2008-2015 (o.b.v. ADS)



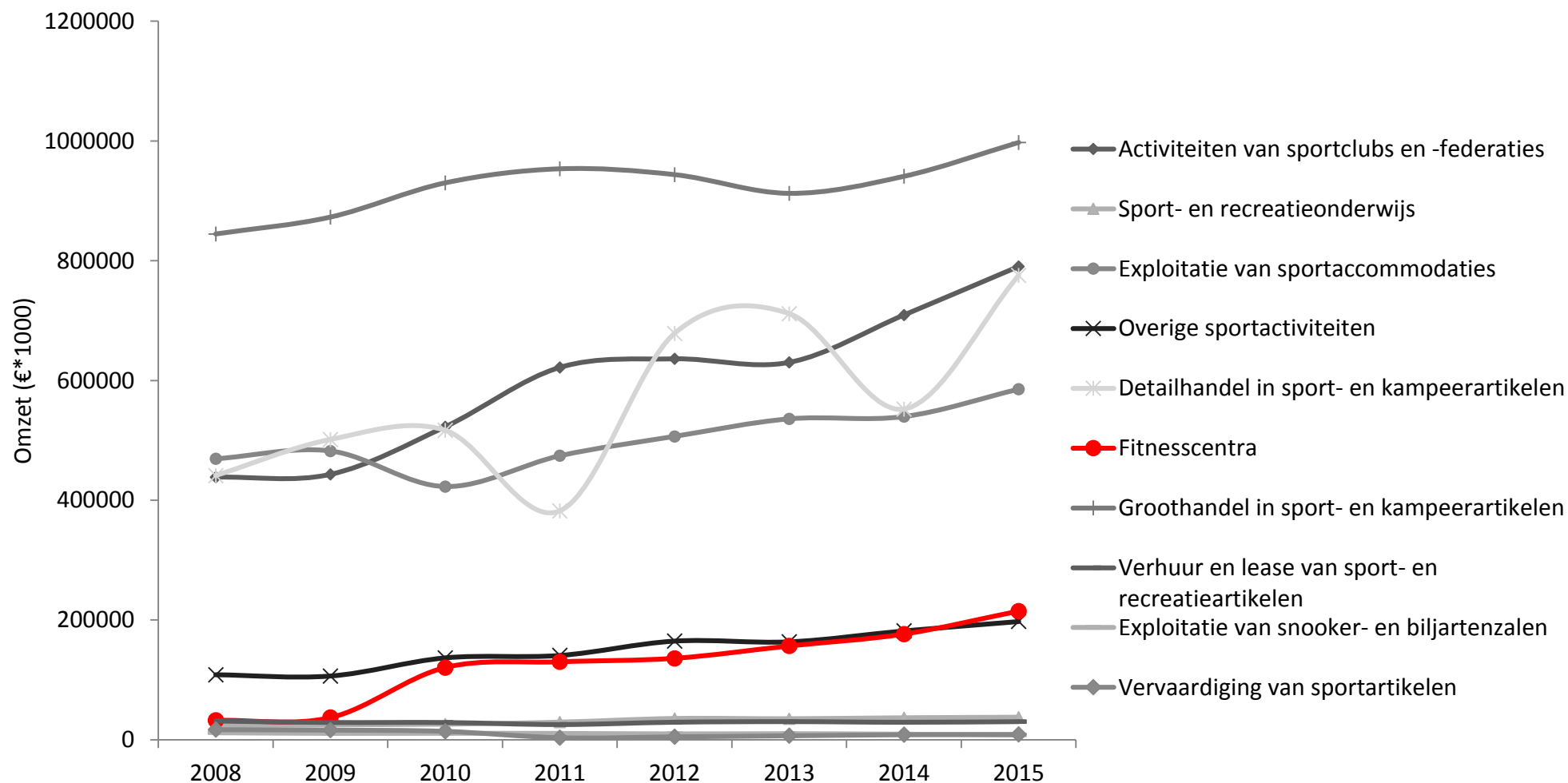
Bron: Borgers & Scheerder (2016, 2017a)

Omzet van ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra (1/2)

- In 2015 werd ongeveer 6% van de totale omzet in de sportindustrie gerealiseerd door ondernemingen die zich richten op de exploitatie van fitnesscentra (€ 210 840 000). Aangezien de sportsector minder dan één procent van de totale omzet in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest realiseert, is dit aandeel relatief klein. Toch toont het aan dat de fitnesssector een belangrijk winstgenererend vermogen heeft. Het dient tevens vermeld te worden dat de Gemiddelde Jaarlijkse Groei (GJG) in de sportsector (+6%) beduidend hoger ligt dan in de totale economie (+2,3%) (Borgers & Scheerder, 2017a).
- Ten opzichte van andere sectoren heeft de fitnesssector een grote groei gekend wat betreft de omzet (Figuur 27). Tussen 2008 en 2015 bedroeg de **Gemiddelde Jaarlijkse Groei (GJG)** van ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra maar liefst **31,1%**. Dit is relatief gezien dus veel hoger dan wat in de totale economie en de sportsector als geheel gerealiseerd werd. In tegenstelling tot de negatieve evolutie in het aantal ondernemingen en het aantal tewerkgestelden in ondernemingen gericht op de exploitatie van andere sportfaciliteiten, werd in deze subsector een positieve evolutie in de omzet waargenomen (+3,4%).

Omzet van ondernemingen gericht op exploitatie fitnesscentra (2/2)

Figuur 27. Evolutie in omzetcijfers van ondernemingen in subsectoren van de sportindustrie in Vlaanderen en het BHG, omzet in euro (*1000), 2008-2015 (o.b.v. ADS)



Bron: Borgers & Scheerder (2016, 2017a)

Geografische spreiding van fitnesscentra

Overzicht resultaten m.b.t. geografische spreiding van fitnesscentra

1. Geografische spreiding van fitnesscentra: algemene toelichting
2. Geografische spreiding o.b.v. fitnesscentra-bestand Fitness.be
 - Verdeling van fitnesscentra over gemeenten in Vlaanderen en BHG
 - Geografische spreiding: absolute aantallen
 - Geografische spreiding: aantallen per inwoner
 - Geografische spreiding: aantallen per vierkante kilometer
3. Geografische spreiding o.b.v. gegevens SPAKKI
 - Over- en ondervertegenwoordiging van fitnesscentra per gemeente
 - Bereik van fitnesscentra i.f.v. gemiddelde verplaatsingsafstand
 - Bereik van fitnesscentra i.f.v. gemiddelde verplaatsingsbereidheid

1. Geografische spreiding van fitnesscentra: algemene toelichting

- In de volgende slides wordt de geografische spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen (en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest) cartografisch weergegeven. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van twee bronnen.
- Gegevens uit het fitnesscentra-bestand van Fitness.be worden gebruikt om inzicht te geven in de verhoudingen tussen gemeenten voor wat betreft (i) het **aantal fitnesscentra per gemeente**, (ii) het **aantal fitnesscentra per inwoner binnen een gemeente**, en (iii) het **aantal fitnesscentra per vierkante kilometer per gemeente**. Voor de weergave van resultaten maken we telkens een onderscheid tussen *absolute aantallen* en *kwantielen*. De weergave in absolute aantallen heeft als voordeel dat het het meest accurate beeld geeft, echter dit toont weinig verschillen tussen gemeenten aangezien bijna drie kwart (73,9%) van de gemeenten over niet meer dan 3 fitnesscentra beschikt (Tabel 17). De weergave in kwantielen heeft als voordeel dat het op basis van kleurencodes duidelijk weergeeft in welke gemeenten relatief gezien de meeste en de minste fitnesscentra aanwezig zijn. De cartografische presentatie is gebaseerd op 784 fitnesscentra opgenomen in het bestand van Fitness.be. Hoewel we voor de discussie van de resultaten voornamelijk op de geografische spreiding van Vlaamse fitnesscentra (n=711) focussen, omvatten de kaarten ook cijfers over het aantal fitnesscentra in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (n=73).
- In een tweede deel worden gegevens gepresenteerd uit de behoeftestudie naar sportinfrastructuur in Vlaanderen van Steeland et al. (2017a, 2017b). Deze gegevens zijn afkomstig van de SPAKKI-databank, waarin de adresgegevens van 356 fitnessaccommodaties in Vlaanderen terug te vinden zijn. Deze gegevens worden gebruikt om de **over- en ondervertegenwoordiging van fitnesscentra op gemeentelijk niveau** in kaart te brengen. Daarnaast worden er cirkels met een straal van 6 km en 9 km, met als middelpunt de locatie van elke fitnessaccommodatie, toegevoegd om het **bereik in functie van respectievelijk de gemiddelde verplaatsing en de verplaatsingsbereidheid** te visualiseren.

2. Geografische spreiding o.b.v. fitnesscentra-bestand van Fitness.be

- Volgens de gegevens van het fitnesscentra-bestand van Fitness.be is er in Vlaanderen in minstens 81% van de gemeenten een fitnesscentrum aanwezig; in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest is dat in 18 van de 19 gemeenten (94,7%) (Tabel 18).
- De kaarten met betrekking tot het **absolute aantal fitnesscentra per gemeente** (Figuren 28 en 29) tonen aan dat de meeste fitnesscentra gelegen zijn in en rond centrumsteden. Uit de beschrijving van de steekproef bleek ook reeds dat 44,2% van alle Vlaamse fitnesscentra in centrumgemeenten gelegen is. De stad Gent is duidelijk de koploper met maar liefst 24 fitnesscentra op haar grondgebied.
- Kijken we naar het aantal fitnesscentra per inwoner (Figuren 30 en 31), valt op dat voornamelijk de Gentse deelgemeente Mariakerke en de gemeente Sint-Laureins goed scoren. Ondanks het grote aanbod van fitnesscentra in de buurt van centrumsteden, wordt vastgesteld dat het aanbod per inwoner hier niet noodzakelijk groter is dan in kleinere gemeenten.
- Wanneer het aantal fitnesscentra bestudeerd wordt in functie van de oppervlakte van de gemeente (Figuren 32 en 33) blijkt de omgeving van Antwerpen-Stad en Brussel-Stad (Sint-Joost-ten-Node) in absolute aantallen het hoogst te scoren. De weergave op basis van kwantielen toont aan dat het aantal fitnesscentra per vierkante kilometer over het algemeen het hoogst ligt in de buurt van centrumsteden.
- Over het algemeen zijn de fitnesscentra vrij gelijk gespreid in Vlaanderen, doch worden er blinde vlekken waargenomen in de Westhoek en de Leiestreek, in het oosten van de Groene Gordel rond Brussel en in het Hageland. In de Antwerpse Kempen (Mol, Turnhout, Herentals) zijn er relatief veel fitnesscentra, maar niet in de meest noordelijke provincies van deze regio.

Verdeling fitnesscentra over gemeenten in Vlaanderen en BHG

Tabel 17. Aantal fitnesscentra per gemeente met aantallen en (cumulatieve) percentages in functie van het aantal gemeenten die over een fitnesscentra beschikken in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (n=268), o.b.v. fitnesscentra-bestand Fitness.be (anno 2015)

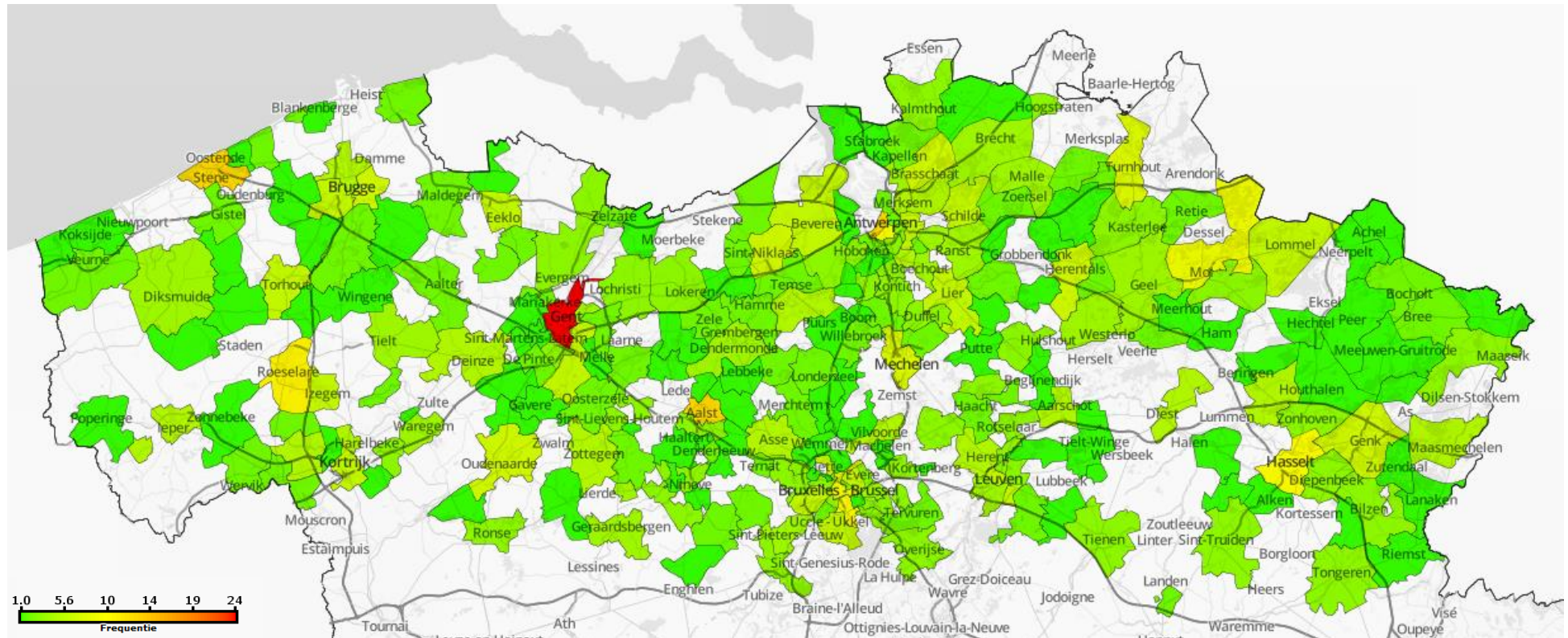
Aantal fitnesscentra in de gemeente	Aantal gemeenten met dit kenmerk (n=304)	Percentage van de gemeenten (n=304)	Cumulatief percentage i.f.v. aantal gemeenten (n=304)
1	97	36,2	36,2
2	55	20,5	56,7
3	46	17,2	73,9
4	18	6,7	80,6
5	17	6,3	86,9
6	17	6,3	93,3
7	6	2,2	95,5
8	2	0,7	96,3
9	2	0,7	97,0
10	3	1,1	98,1
11	1	0,4	98,5
13	3	1,1	99,6
24	1	0,4	100,0

Tabel 18. Aantal fitnesscentra en aantal en percentage gemeenten met fitnesscentrum gelegen in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (n=784), o.b.v. fitnesscentra-bestand Fitness.be (anno 2015)

	Aantal fitnesscentra	Aantal gemeenten met fitnesscentrum	Percentage gemeenten met fitnesscentrum
Vlaanderen	711	250	81,2% (N=308)
Brussels Hoofdstedelijk Gewest	73	18	94,7% (N=19)

Geografische spreiding: absolute aantallen (1/2)

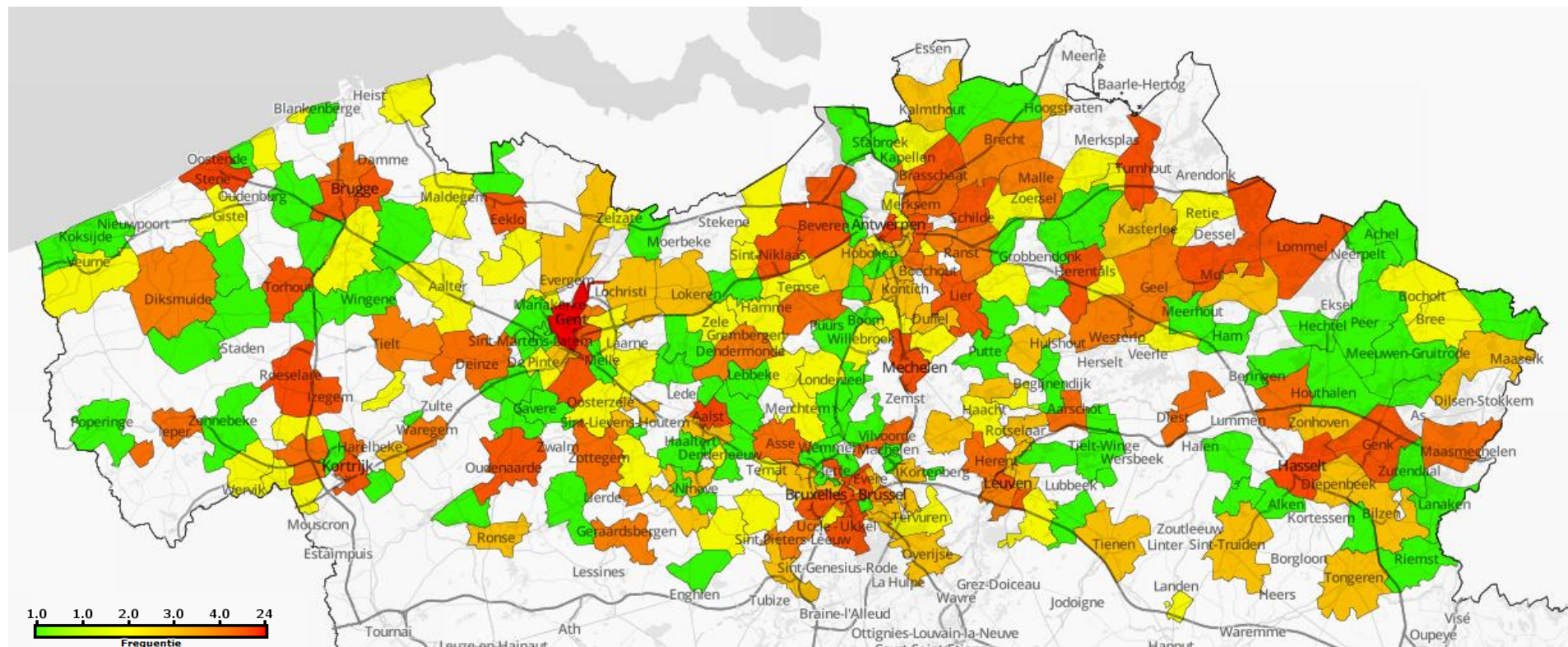
Figuur 28. Spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, absolute aantallen (n=784), anno 2015



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens fitnesscentra-bestand Fitness.be

Geografische spreiding: absolute aantallen (2/2)

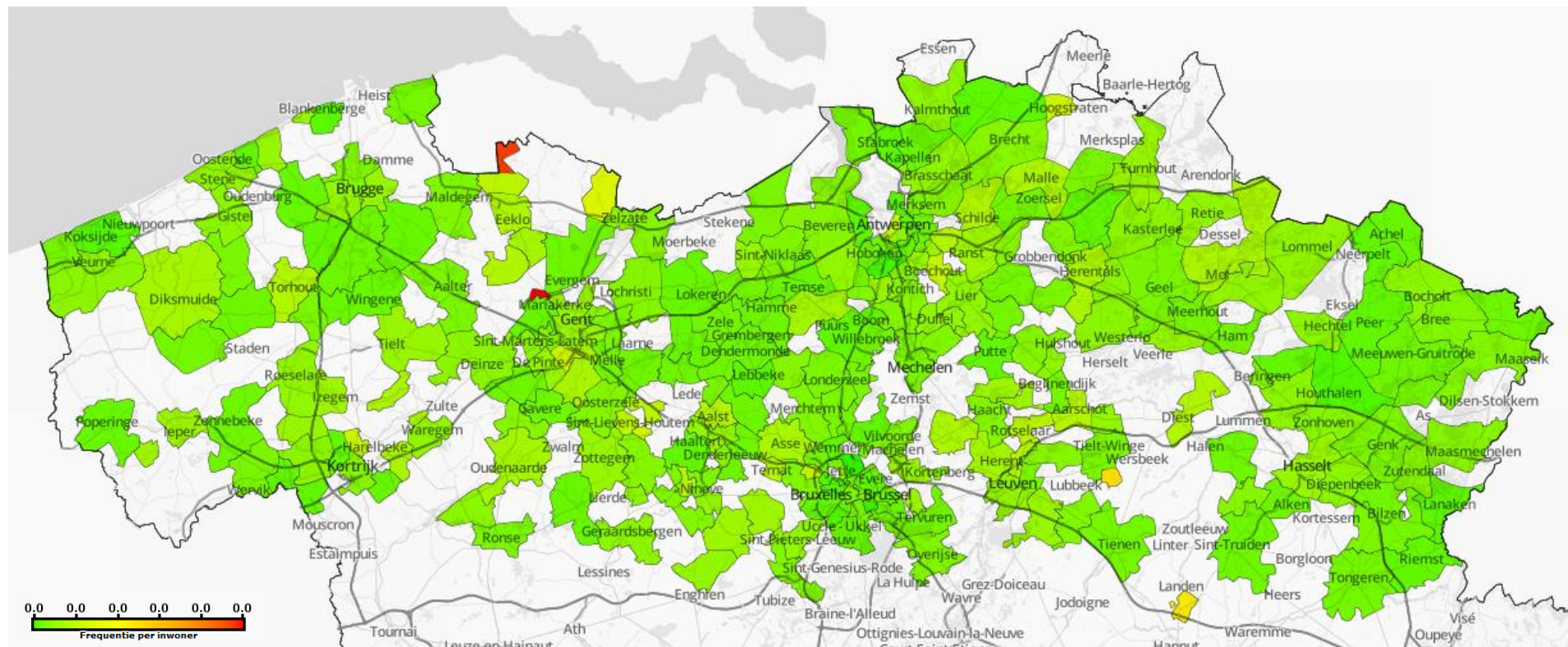
Figuur 29. Spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, absolute aantallen in kwantielen (n=784), anno 2015



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens fitnesscentra-bestand Fitness.be

Geografische spreiding: aantallen per inwoner (1/2)

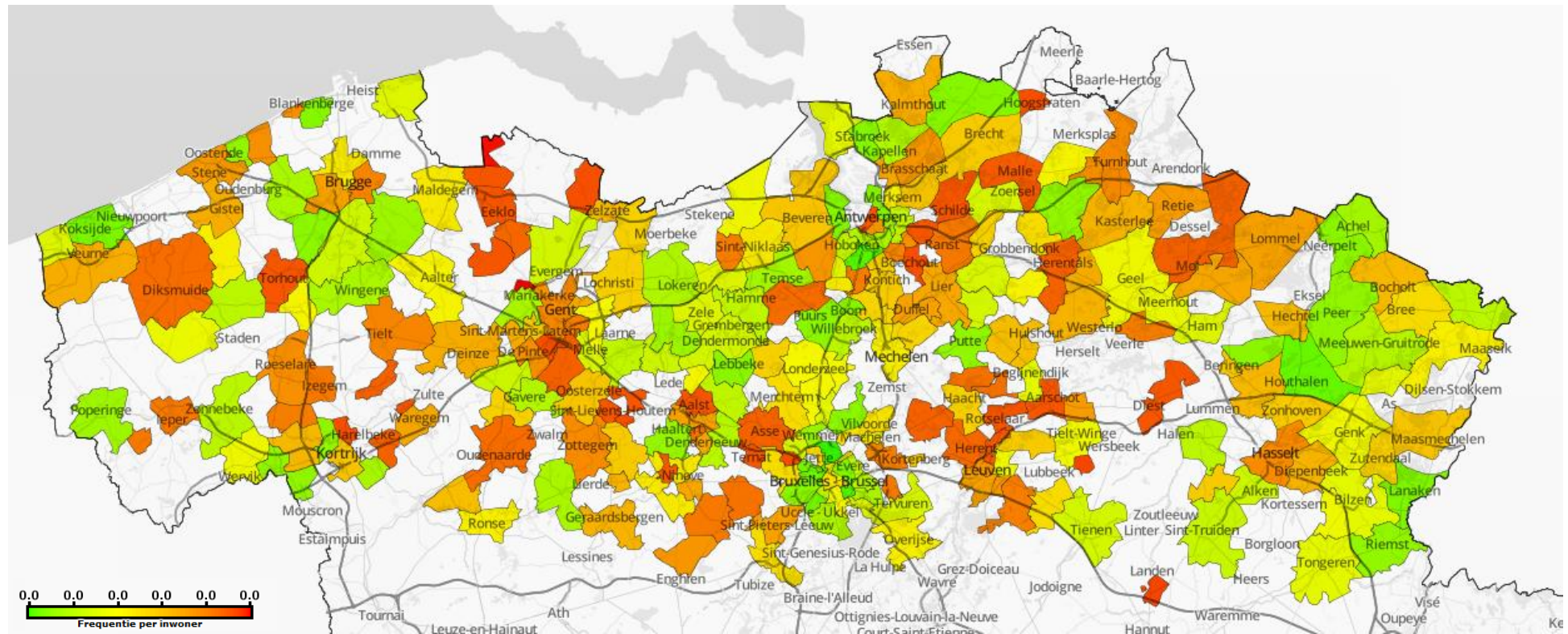
Figuur 30. Spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, aantallen per inwoner (n=784), anno 2015



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens fitnesscentra-bestand Fitness.be

Geografische spreiding: aantallen per inwoner (2/2)

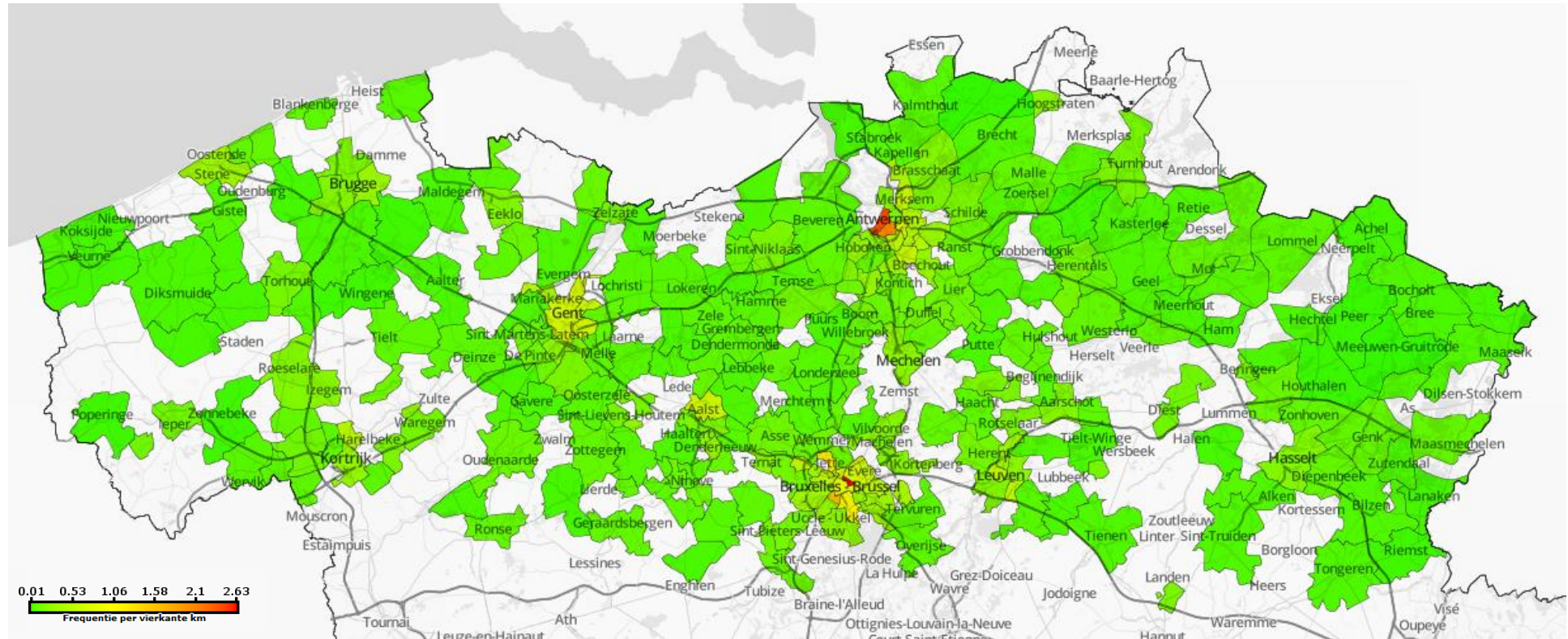
Figuur 31. Spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, aantallen per inwoner in kwantielen (n=784), anno 2015



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens fitnesscentra-bestand Fitness.be

Geografische spreiding: aantallen per vierkante kilometer (1/2)

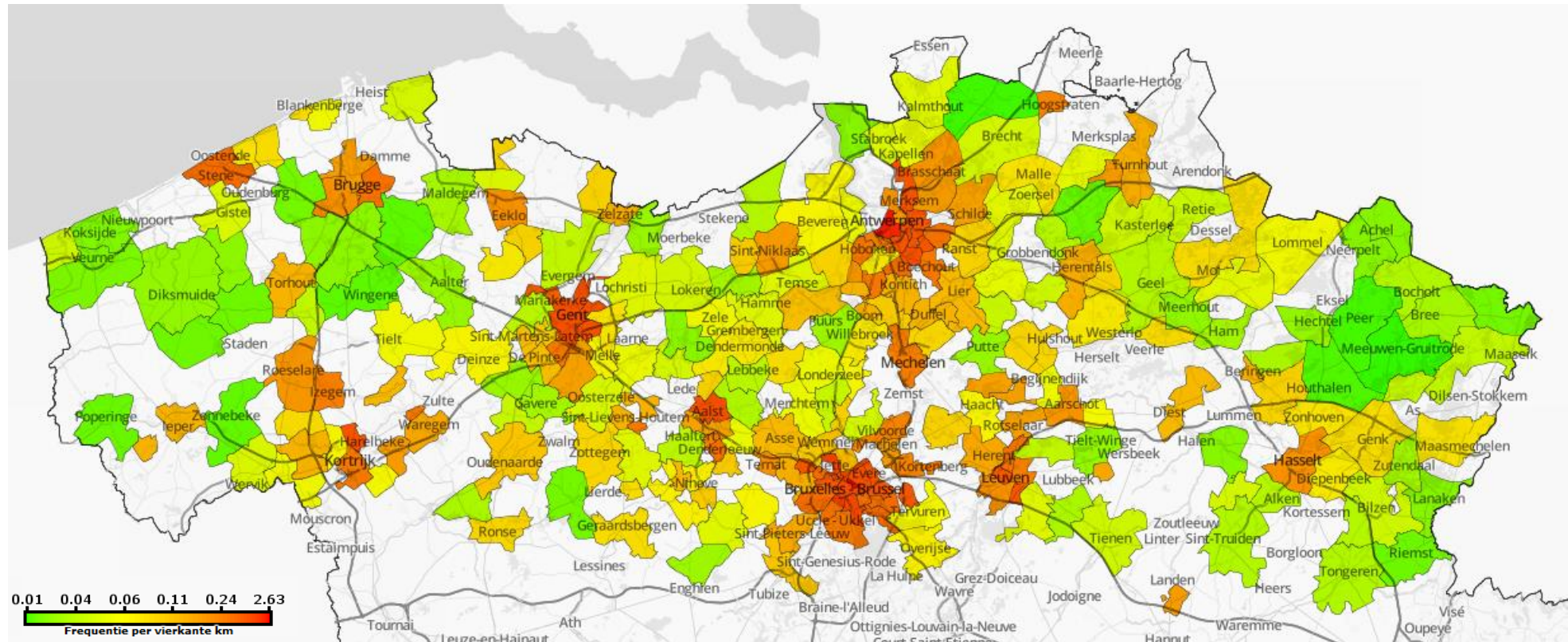
Figuur 32. Spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, aantallen per vierkante kilometer (n=784), anno 2015



Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens fitnesscentra-bestand Fitness.be

Geografische spreiding: aantallen per vierkante kilometer (2/2)

Figuur 33. Spreiding van fitnesscentra in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, aantallen per vierkante kilometer in kwantielen (n=784), anno 2015



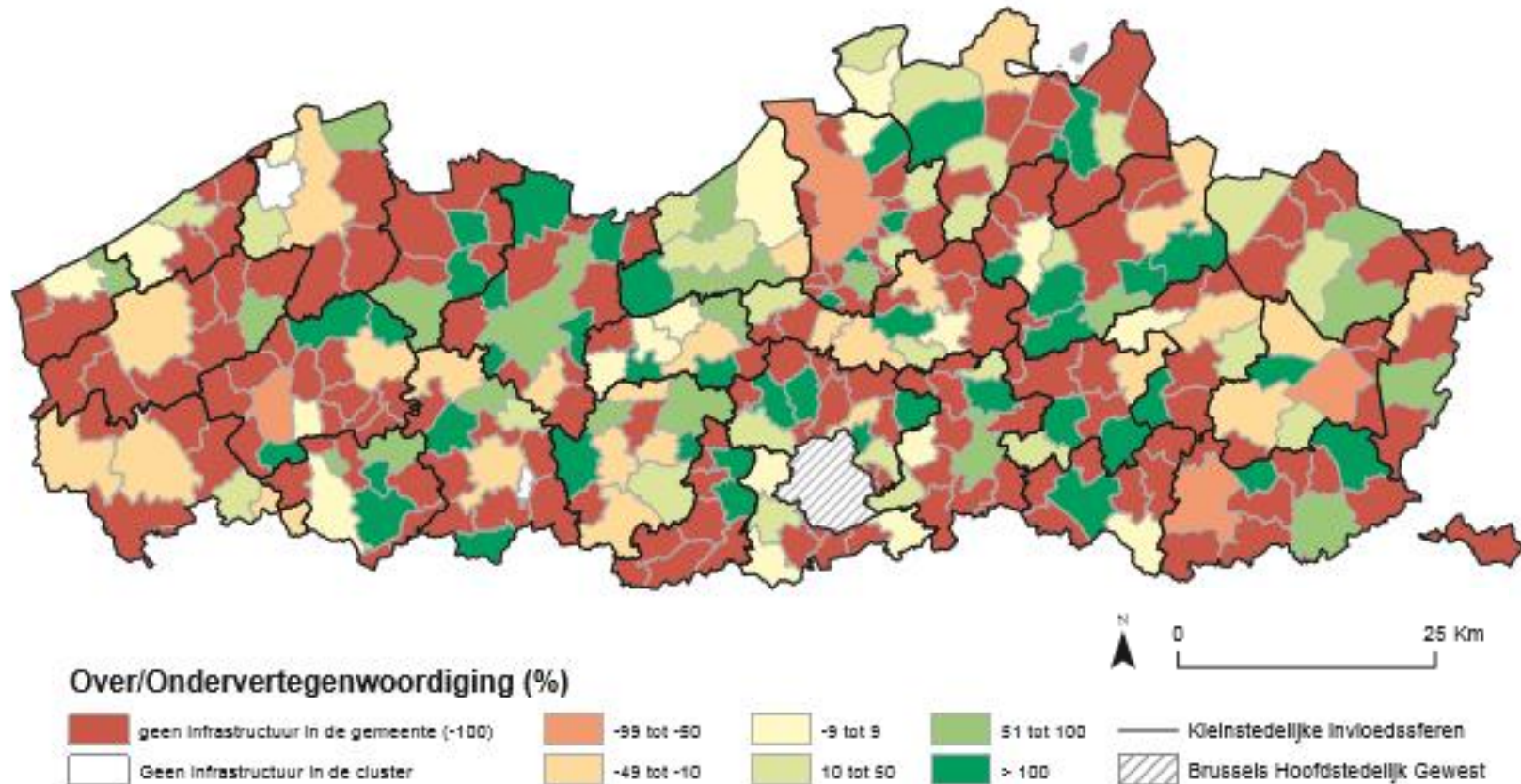
Bron: eigen verwerking o.b.v. gegevens fitnesscentra-bestand Fitness.be

3. Geografische spreiding van fitnesscentra o.b.v. gegevens SPAKKI

- Figuur 34 bouwt verder op de voorgaande resultaten met een weergave van de over- en ondervertegenwoordiging van fitnessaccommodaties in functie van een het gemeentetype waarin ze gelegen zijn. Hiervoor baseren we ons op de studie van Steeland et al. (2017a, 2017b) waarin gebruik gemaakt werd van de adresgegevens van 356 fitnessaccommodaties in Vlaanderen (o.b.v. SPAKKI-databank). Dit laat toe om vast te stellen welke gemeenten binnen een bepaald gemeentetype (volgens Belfius indeling) over meer of minder fitnesscentra beschikken in vergelijking met andere gemeenten binnen deze cluster. Zo zien we dat Gent en Leuven een sterke oververtegenwoordiging van fitnesscentra heeft binnen de centrumgemeenten, terwijl er in Antwerpen een ondervertegenwoordiging is en Hasselt en Brugge hier eerder tussenin vallen.
- Op basis van de gemiddelde verplaatsing (6 km) en de verplaatsingsbereidheid naar fitnesscentra (9 km) wordt vervolgens het bereik van fitnesscentra voorgesteld. Wanneer we kijken naar het bereik op basis van de gemiddelde verplaatsing (Figuur 35), valt op dat er een aantal blinde vlekken zijn waar burgers niet binnen de straal van de 6 km wonen. Dat betekent dat, als zij zich niet verder kunnen of wensen te verplaatsen dan de gemiddelde afstand die afgelegd wordt tot fitnesscentra, zij hier geen directe toegang tot hebben. Volgens de studie van Steeland et al. (2017a, 2017b) woont 90,6% van de bevolking binnen een straal van 6 km rond een fitnesscentrum. Als de straal uitgebreid wordt tot 9 km, dit is hoe ver men gemiddeld bereid is zich te verplaatsen naar een fitnesscentrum, woont 97,8% van de bevolking binnen het bereik van een fitnesscentrum. Er zouden dan overal in Vlaanderen voldoende fitnesscentra in eenieders buurt liggen, tenzij in de Westhoek, in het zuiden van het Pajottenland en in het noorden van de Antwerpse Kempen (Figuur 36).

Over- en ondervertegenwoordiging van fitnesscentra per gemeente

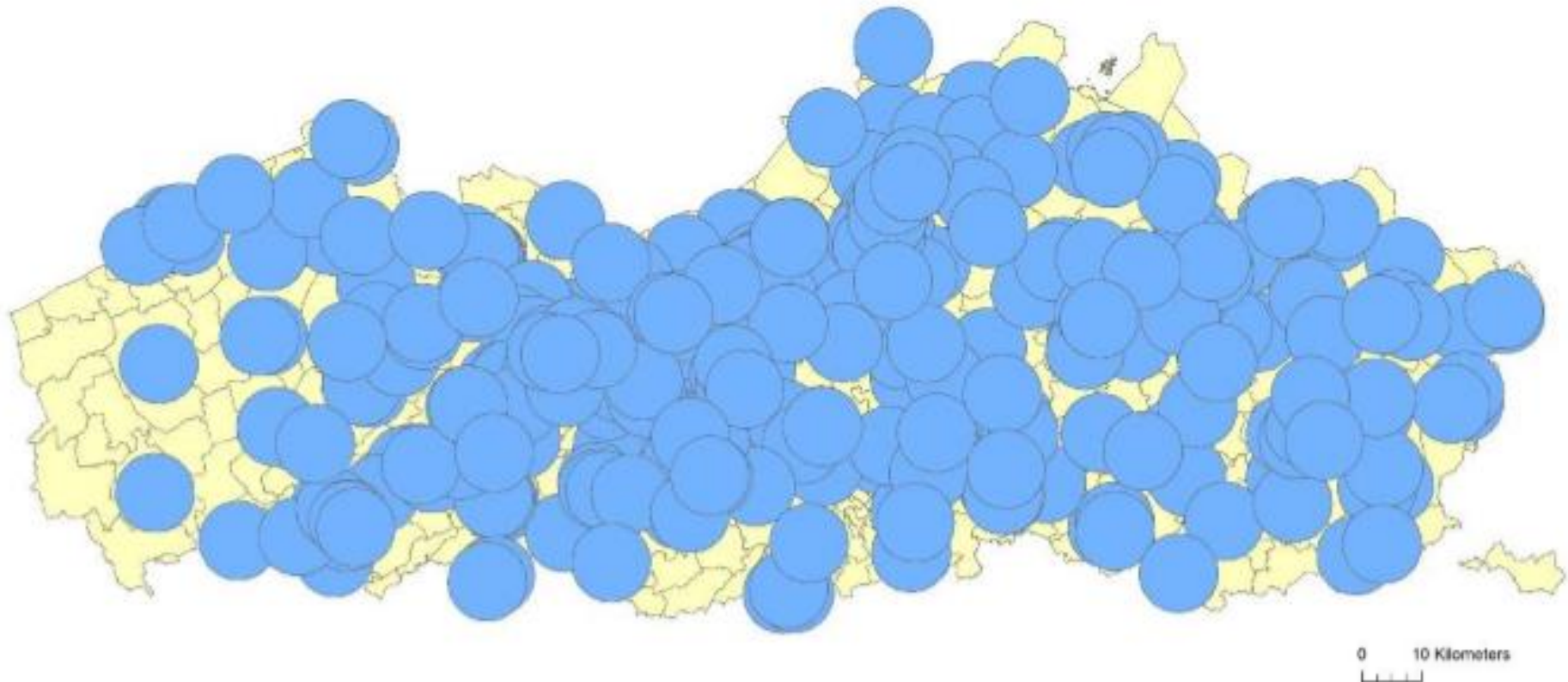
Figuur 34. Over- of ondervertegenwoordiging van fitnessaccommodaties per gemeente, ten opzichte van het Belfius gemiddelde voor het betreffende gemeentetype (n=356)



Bron: Steeland et al. (2017b) o.b.v. gegevens Sport Vlaanderen (2016) en verwerking WES Research & Strategy

Bereik van fitnesscentra i.f.v. gemiddelde verplaatsingsafstand

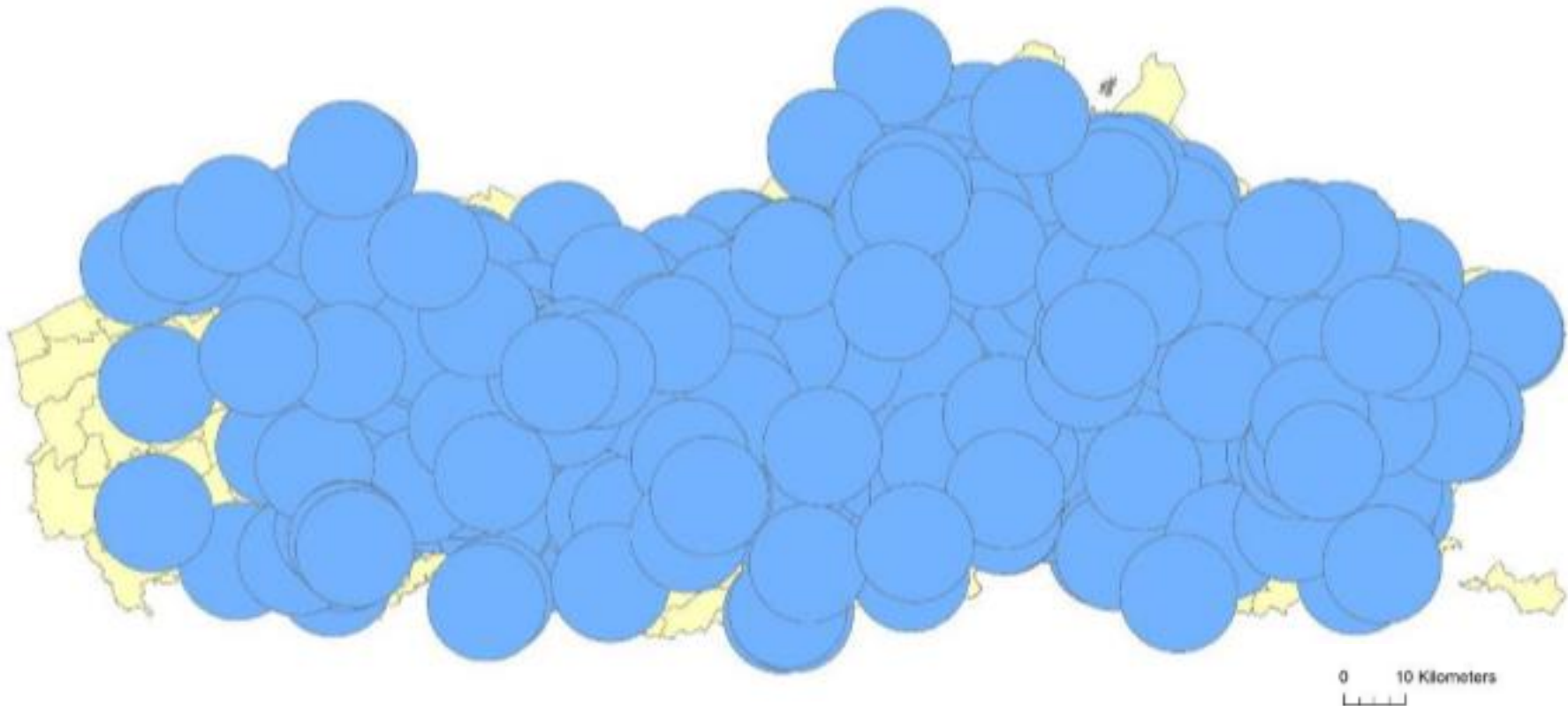
Figuur 35. Bereik van fitnessaccommodaties in Vlaanderen op basis van 6 km vogelvlucht (gemiddelde verplaatsing naar fitnesscentra) (n=356)



Bron: Steeland et al. (2017b) o.b.v. gegevens Sport Vlaanderen (2016) en verwerking WES Research & Strategy

Bereik van fitnesscentra i.f.v. gemiddelde verplaatsingsbereidheid

Figuur 36. Bereik van fitnessaccommodaties in Vlaanderen op basis van 9 km vogelvlucht (verplaatsingsbereidheid naar fitnesscentra) (n=356)



Bron: Steeland et al. (2017b) o.b.v. gegevens Sport Vlaanderen (2016) en verwerking WES Research & Strategy

Structuur en werking van fitnesscentra

Overzicht resultaten m.b.t. structuur en werking van fitnesscentra

1. Structuur van fitnesscentra

- Oprichtingsjaar
- Identiteit
- Bedrijfsprofiel
- Bedrijfs grootte
- Personeelsbestand

2. Werking van fitnesscentra

- Aanbod van faciliteiten (ruimtes)
- Aanbod van diensten (activiteiten)
- Doelgroepen
- Ledenbereik en –verloop
- Klantenwerving en –retentie
- Communicatie
- Gezond en ethisch verantwoord sporten
- Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector
- Uitdagingen voor de fitnesssector

1. Structuur van fitnesscentra

Om een beeld te geven van de stand van zaken van fitnesscentra in Vlaanderen wordt gebruik gemaakt van gegevens uit het Vlaamse Fitness Panel 2.0 (VFP2.0). De resultaten die gepresenteerd worden zijn gebaseerd op een steekproef van 47 fitnesscentra die de geografische spreiding en de verdeling van fitnesscentra naargelang type aanbod in Vlaanderen weerspiegelt.

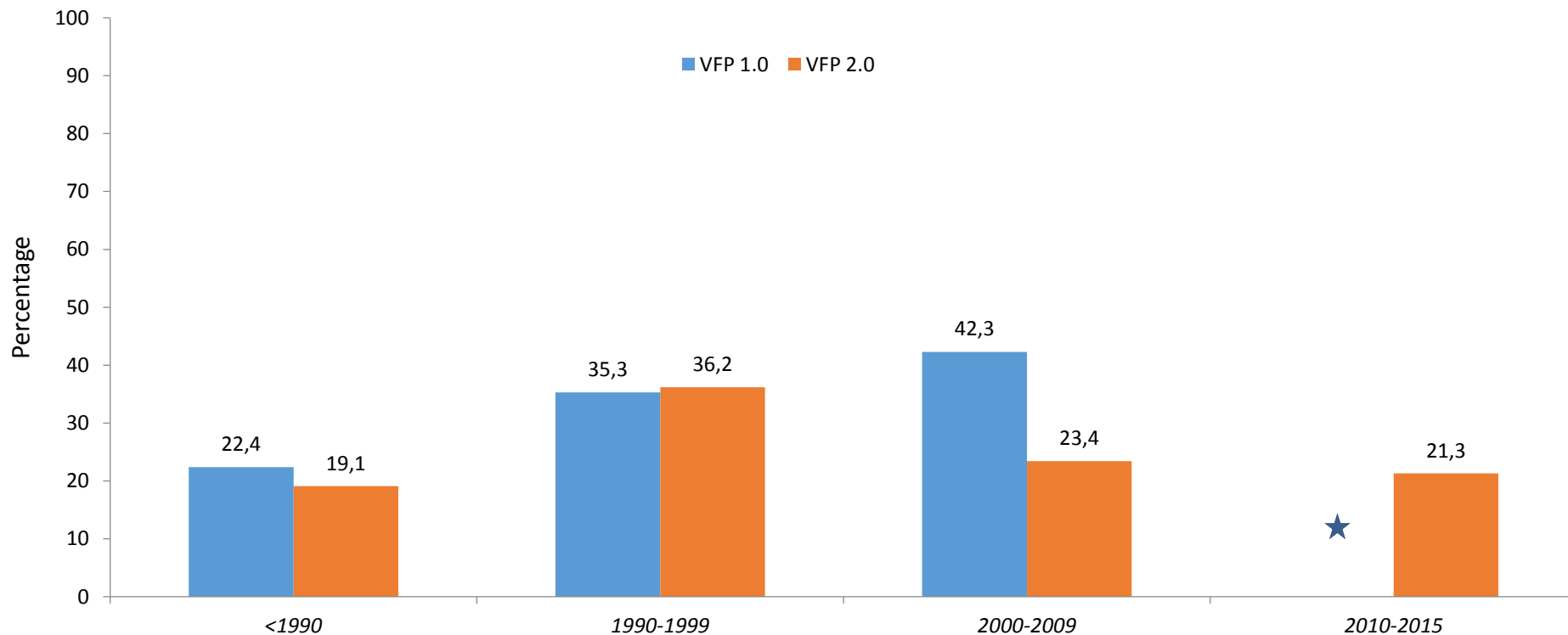
Waar mogelijk en relevant wordt er in dit deel een vergelijking gemaakt met de structuur van fitnesscentra anno 2009 op basis van gegevens uit de eerste wave van het Vlaamse Fitness Panel (Scheerder et al., 2011). Door de relatief kleine steekproef die deelnam aan het VFP2.0 was het echter niet mogelijk om, net als in het VFP1.0, specifieke kenmerken af te zetten in functie van andere achtergrondkenmerken (bv. grootte van het fitnesscentrum, anciënniteit van het fitnesscentrum, etc.).

Oprichtingsjaar (1/2)

- Eerdere analyses met betrekking tot de evolutie van het aantal ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra, op basis van gegevens van de Algemene Directie Statistiek, suggereerden reeds dat het aantal fitnesscentra doorheen de laatste jaren nog gestegen is (cf. supra). De recente stijging van het aantal fitnesscentra blijkt ook uit gegevens met betrekking tot het oprichtingsjaar van fitnesscentra (Figuur 37): maar liefst **21,3% van de fitnesscentra in Vlaanderen werd opgericht tussen 2010 en 2015**. De resultaten bevestigen dat de fitnesssector in Vlaanderen haar opmars sinds de jaren tachtig-negentig verderzet.
- Net als in het VFP1.0 werd de helft van de fitnesscentra uit de huidige steekproef opgericht na 2000. De verdeling van fitnesscentra uit de VFP2.0 weerspiegelt daarom de verdeling van fitnesscentra uit de VFP1.0 wat betreft de oudere fitnesscentra (opgericht in de jaren tachtig en negentig). Het aandeel deelnemende fitnesscentra dat opgericht werd in de periode 2000-2009 ligt beduidend lager in de steekproef van het VFP2.0 omdat er ook recent heel wat nieuwe fitnesscentra opgericht zijn.

Oprichtingsjaar (2/2)

Figuur 37. Oprichtingsjaar van fitnesscentra in Vlaanderen, verdeling in het VFP1.0 (n=116, anno 2009) en het VFP2.0 (n=47, anno 2016), percentages i.f.v. het aantal fitnesscentra per meetpunt



★ Noot: de cijfers van het VFP1.0 lopen t.e.m. 2009; per meetpunt (VFP1.0/VFP2.0) maken de percentages telkens 100% over de verschillende categorieën

Identiteit van fitnesscentra (1/3)

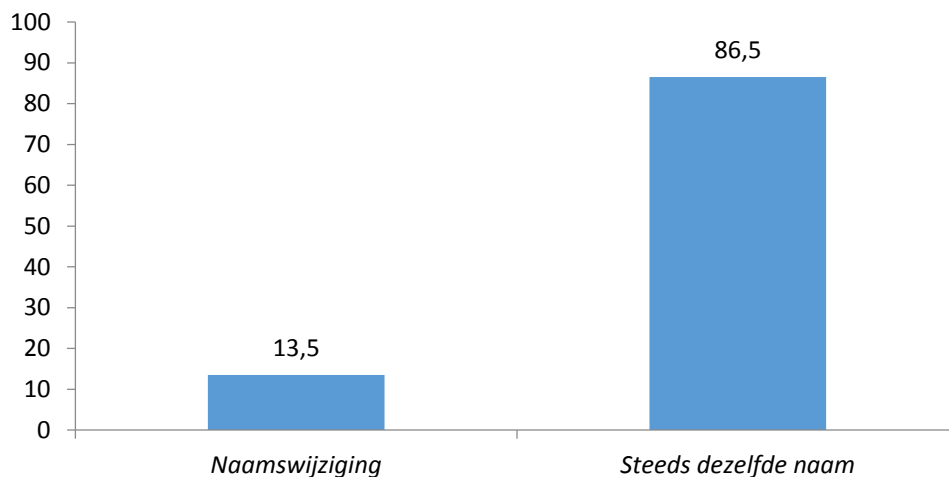
- De identiteit van fitnesscentra wordt in deze studie in kaart gebracht op basis van de consistentie in de benaming van het fitnesscentrum, het aantal vestigingen en het lidmaatschap van een keten. Daarnaast werd gevraagd of men het fitnesscentrum al dan niet als een '*low-budget club*' beschouwt.
- Een grote meerderheid van de fitnesscentra (86,5%) geeft aan doorheen de jaren dezelfde naam behouden te hebben (Figuur 38). Toch blijken ook heel wat fitnesscentra een **naamswijziging** ondergaan te hebben, mogelijk door een overname of door de nood aan vernieuwing.
- Ongeveer 84% van de fitnesscentra is zelfstandig opgericht. De meerderheid van deze fitnesscentra heeft één vestiging, doch zijn er enkele centra die aangeven over meerdere vestigingen te beschikken zonder deel uit te maken van een keten (Figuur 40). In de huidige steekproef maakte 16% deel uit van een **keten**. Dit aandeel ligt iets hoger dan in de eerste wave van het VFP anno 2009 (Scheerder et al., 2011), wat kan betekenen dat de fitnessketens een sterkere positie hebben ingenomen in het fitnesslandschap. Voorbeelden van populaire fitnessketens zijn Health City, Basic Fit, Infraligne, Jims Fitness, Life Style Fitness, Sportoase, etc. Het is vermeldenswaardig dat fitnesscentra die deel uitmaken van een keten beduidend moeilijker te bereiken waren voor deelname aan de huidige studie, onder andere door centrale diensten die geen centrumspecifieke informatie konden verschaffen. Dit bemoeilijkte enigszins de datacollectie en kan geresulteerd hebben in een ondervertegenwoordiging van fitnesscentra die deel uitmaken van een keten in de totale steekproef.

Identiteit van fitnesscentra (2/3)

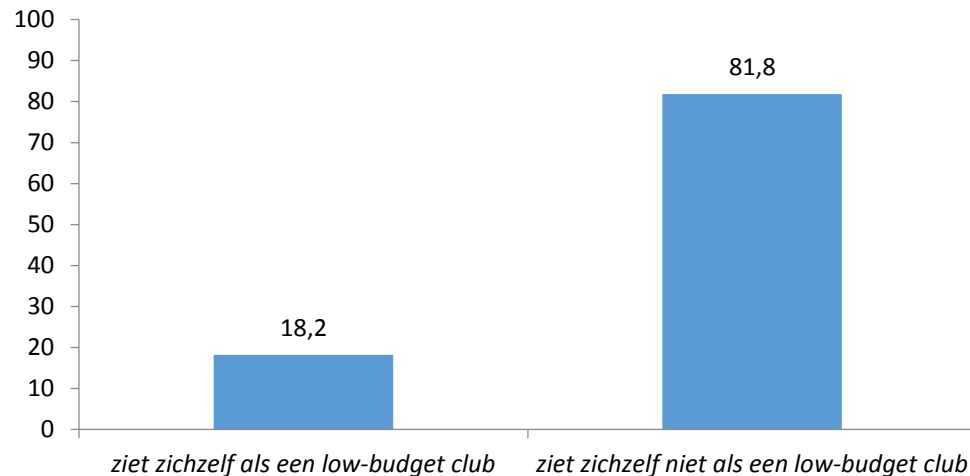
- Bijna een vijfde (18,2%) van de fitnesscentra omschrijft zichzelf als een '**low-budget club**' (Figuur 39). Bij een low budget club is het product eerder het aanbieden van infrastructuur en accommodatie, met beperkte professionele omkadering en ondersteuning van deskundigen. Door voornamelijk op de voorziening van infrastructuur en accommodatie te focussen kan de prijs van lidmaatschapsformules lager gehouden worden en wordt er veel flexibiliteit geboden aan de participanten. Deze strategie wordt toegepast om nieuwe groepen die op zoek zijn naar laagdrempelige sportfaciliteiten te bereiken. De meerderheid van de fitnessuitbaters stelt echter de kwaliteit van het aanbod en de begeleiding voorop en zal zich hierdoor niet in eerste instantie door de prijs van lidmaatschapsformules laten leiden.
- Naast bovenstaande gegevens werd ook het **lidmaatschap van een (inter)nationale koepelfederatie** bevraagd. Hierbij dient vermeld te worden dat alle fitnesscentra die deelnamen aan deze studie in 2015 aangesloten waren bij *Fitness.be*. Daarnaast gaf een beperkt aantal fitnesscentra ook aan lid te zijn van een andere regionale of nationale koepelorganisaties, zoals Het FitnessNetwerk en FEDES vzw (Federatie voor Dans en Sport), of van de *International Health & Racket Sport Association* (IHRSA). De verdeling van lidmaatschappen bij koepelfederaties komt overeen met het onderzoek van Scheerder et al. (2011) waarin resultaten uit het VFP1.0 gepresenteerd werden. De gegevens met betrekking tot het lidmaatschap van koepelfederaties worden echter niet in detail gepresenteerd omwille van een beperkte betrouwbaarheid door lage respons in een relatief kleine steekproefomvang.

Identiteit van fitnesscentra (3/3)

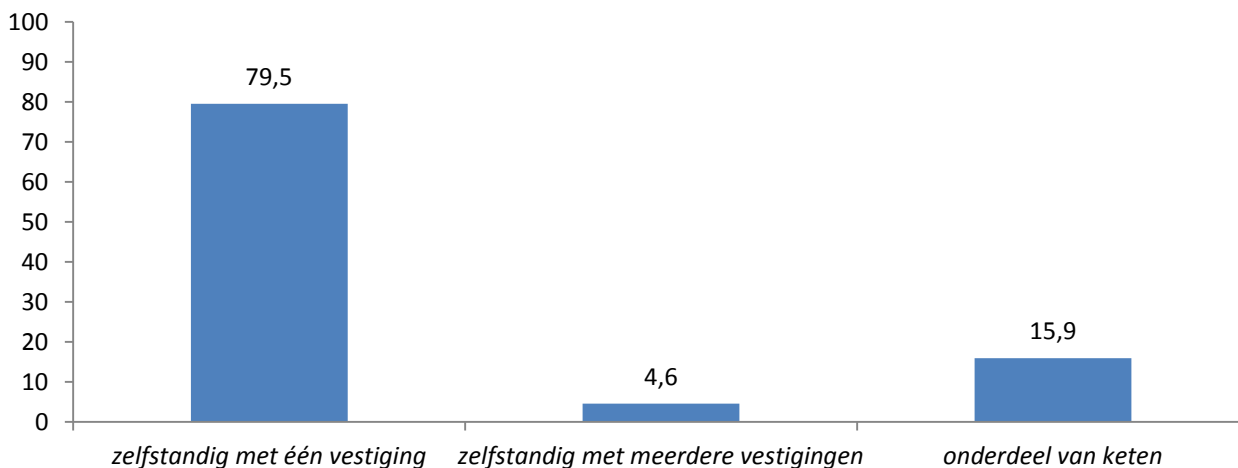
Figuur 38. Aandeel fitnesscentra dat aangeeft al dan niet een naamswijziging ondergaan te hebben in de voorbije jaren (n=37), percentages



Figuur 39. Aandeel fitnesscentra dat zichzelf als een low-budget club beschouwt (n=47), percentages*



Figuur 40. Aandeel fitnesscentra dat al dan niet deel uitmaakt van een keten (n=44), percentages

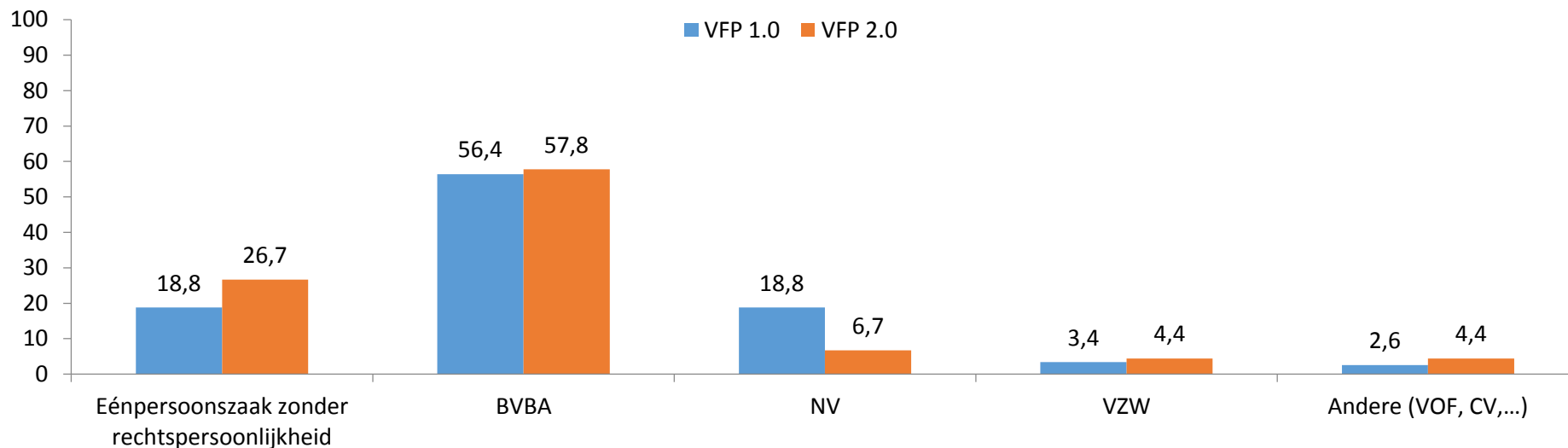


Bedrijfsprofiel van fitnesscentra (1/4)

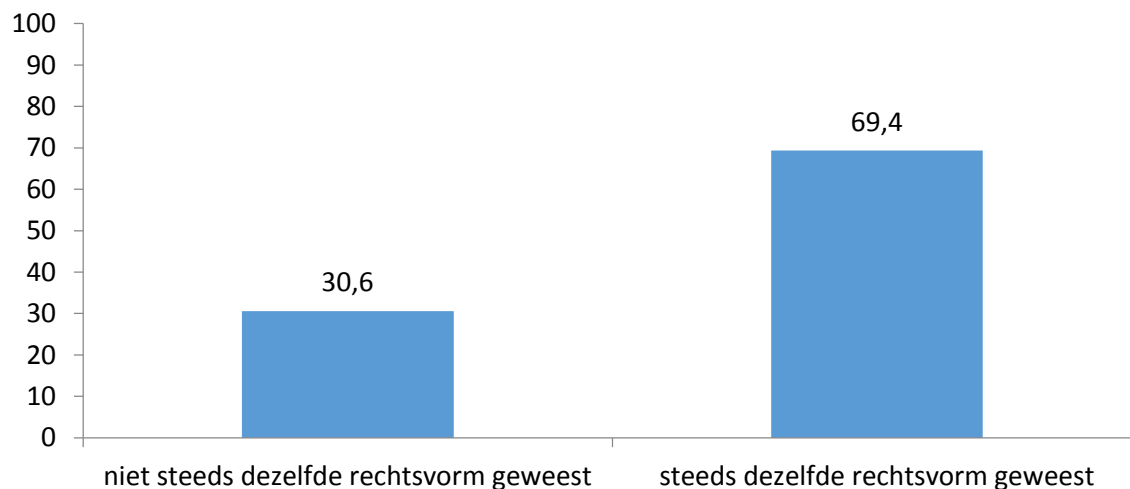
- In het Vlaamse Fitness Panel werd gepeild naar het statuut van fitnesscentra op basis van de geldende rechtsvorm en een omschrijving van het publieke en/of private karakter van de organisatie. Daarnaast werd gevraagd of men aangesloten is bij een werkgeversorganisatie. Wat betreft de rechtsvorm kan een vergelijking gemaakt worden met de gegevens uit 2009 (zie ook Scheerder et al., 2011).
- Wat betreft de **rechtsvorm** kan besloten worden dat, net als in 2009, het overgrote deel van de fitnesscentra private vennootschappen zijn. Uit Figuren 41 en 42 kunnen de volgende conclusies getrokken worden:
 - Anno 2015 heeft meer dan de helft van de fitnesscentra (57,8%) een BVBA-statuuut. Het aandeel fitnesscentra met een NV-statuuut, daarentegen, ligt erg laag (6,7%). Dit toont aan dat het eigenaarschap van fitnesscentra in Vlaanderen meestal duidelijk af te bakenen is.
 - Ongeveer een kwart (26,7%) van de fitnesscentra is een éénpersoonszaak zonder rechtspersoonlijkheid. Dit betekent dat er in een relatief groot deel van de fitnesscentra geen personeel tewerkgesteld is.
 - Ten opzichte van 2009 het aandeel van éénpersoonszaken sterk gestegen is, terwijl de naamloze vennootschappen een daling kennen. De relatieve toename van éénpersoonszaken kan toegeschreven worden aan een stijging van het aantal kleine fitnesscentra die volgens het principe van personal coaching werken. Net als in 2009 blijft het aantal fitnesscentra dat onder een vzw-statuuut of een andere rechtsvorm werkt zeer laag.
 - De meerderheid van de fitnesscentra (69,4%) heeft steeds dezelfde rechtsvorm behouden.

Bedrijfsprofiel van fitnesscentra (2/4)

Figuur 41. Rechtsvorm van fitnesscentra in Vlaanderen, verdeling in het VFP1.0 (n=116, anno 2009) en het VFP2.0 (n=45, anno 2016), percentages per meetpunt



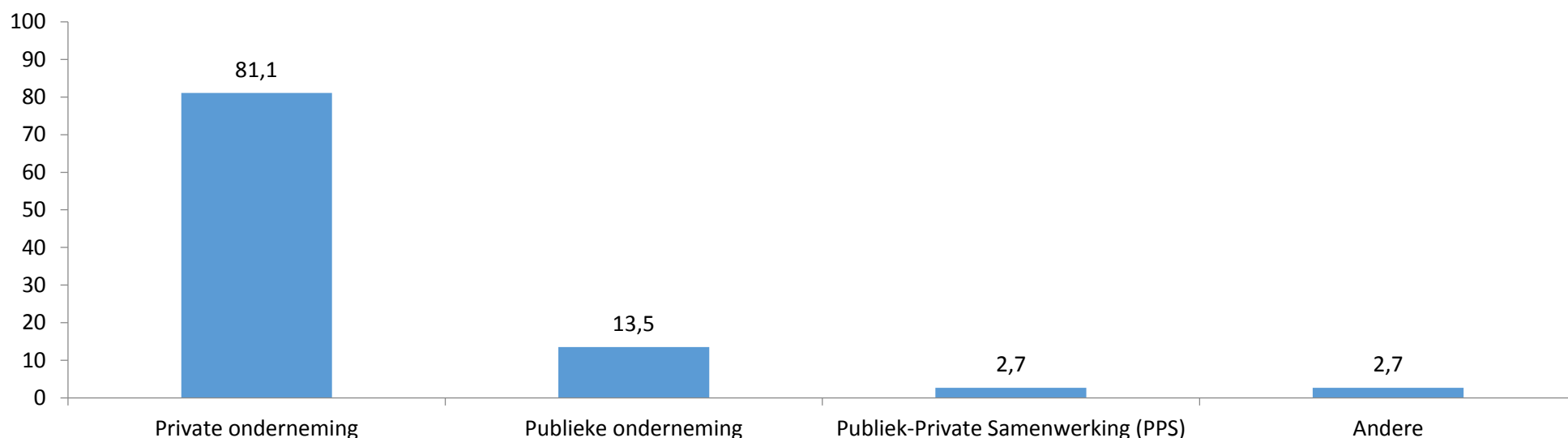
Figuur 42. Aantal fitnesscentra dat doorheen de jaren al dan niet dezelfde rechtsvorm behouden heeft (n=32)



Bedrijfsprofiel van fitnesscentra (3/4)

- De grote meerderheid van de fitnesscentra in Vlaanderen (81,1%) omschrijft zichzelf als een private onderneming (Figuur 43). Opvallend is evenwel dat 13,5% van de respondenten zichzelf als een publieke onderneming omschrijft. Daarnaast is er één fitnesscentrum uit de steekproef (2,7%) dat een publiek-private samenwerking betreft. Bij publiek-private samenwerkingen neemt de (lokale) overheid initiatief om een infrastructuur te realiseren, maar zal een private partner instaan voor de DBFMO-aspecten (Design, Build, Finance, Maintain, Operate).

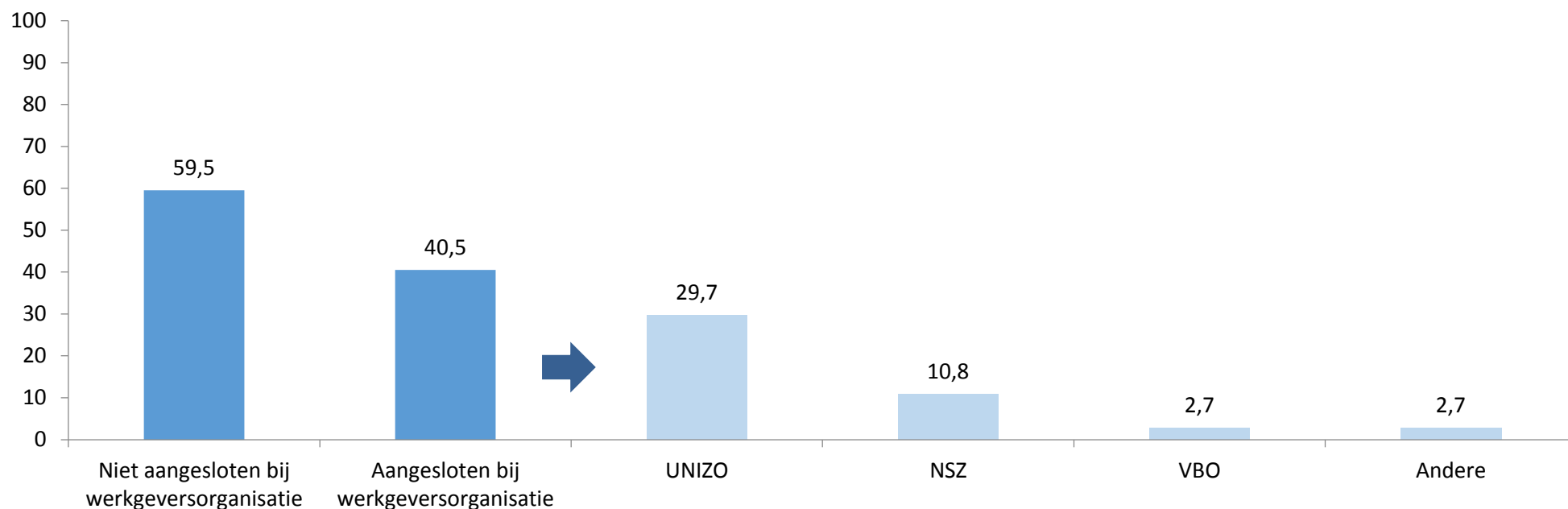
Figuur 43. Verdeling van fitnesscentra in Vlaanderen naar privaat en/of publiek karakter (n=37), percentages



Bedrijfsprofiel van fitnesscentra (4/4)

- Ongeveer 40 procent van de fitnesscentra in Vlaanderen is aangesloten bij een werkgeversorganisatie (Figuur 44). Een meerderheid hiervan (ongeveer drie kwart) is aangesloten bij UNIZO (De Unie van Zelfstandige Ondernemers). Een kleiner aandeel is aangesloten bij NSZ (=Neutraal Syndicaat voor Zelfstandigen), VBO (=Verbond van Belgische Ondernemingen) of een andere werkgeversorganisatie. Geen van de fitnesscentra in de huidige steekproef was aangesloten bij VOKA of ETION.

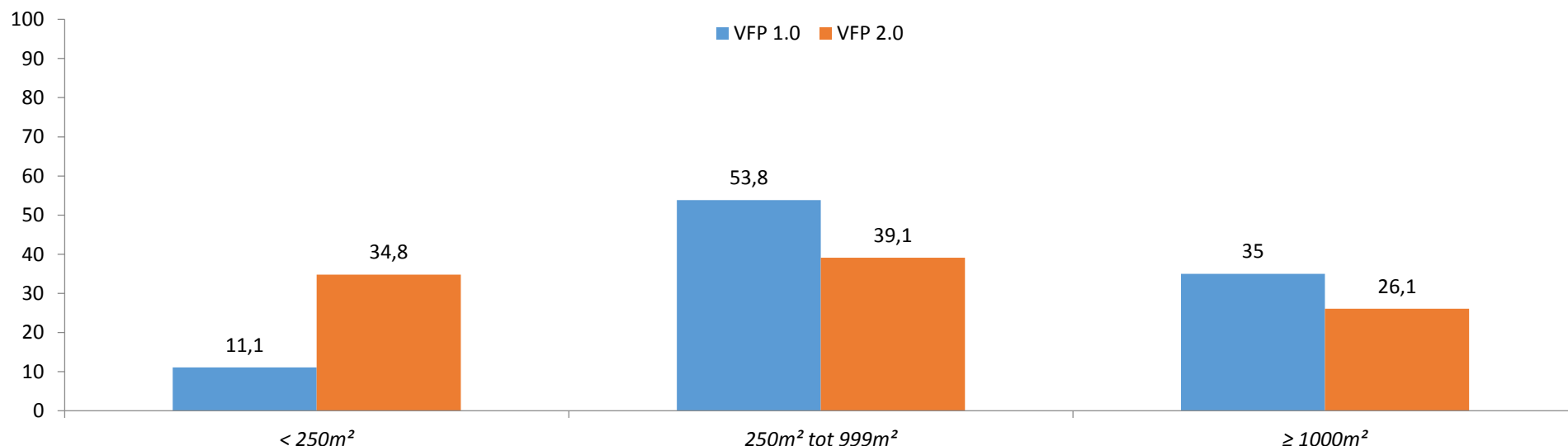
Figuur 44. Aandeel fitnesscentra dat al dan niet aangesloten is bij een werkgeversorganisatie (n=37), percentages



Bedrijfsgrootte van fitnesscentra

- De bedrijfsgrootte wordt in kaart gebracht op basis van de totale bedrijfsruimte (m²) die beschikbaar is in een fitnesscentrum. De volgende conclusies getrokken worden op basis van de gegevens voorgesteld in Figuur 45:
 - De **meerderheid** van de fitnesscentra in Vlaanderen is **klein (<250m²) tot middelgroot (250-999m²)**. Ongeveer een kwart van de fitnesscentra heeft een oppervlakte van meer dan 1000m².
 - Ten opzichte van de steekproef uit het VFP1.0 hebben er opvallend meer kleine fitnesscentra deelgenomen aan de huidige studie. Dit kan betekenen dat er de **laatste jaren voornamelijk kleine fitnesscentra** zijn opgericht, wat te verantwoorden is als we kijken naar het aantal éénpersoonsozaken (bv. personal coaching).

Figuur 45. Bedrijfsgrootte van fitnesscentra in Vlaanderen op basis van totale bedrijfsruimte, verdeling in het VFP1.0 (n=117, anno 2009) en het VFP2.0 (n=47, anno 2016), percentages per meetpunt



Personeelsbestand van fitnesscentra

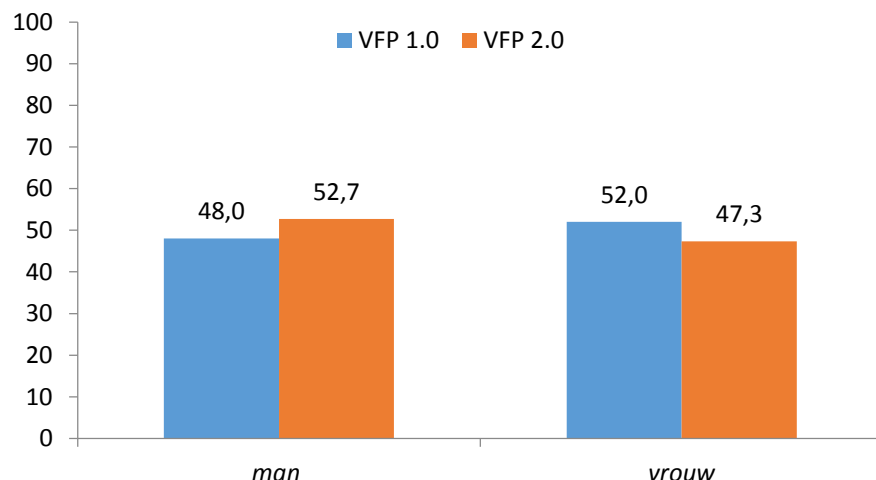
- Uit eerdere analyses op basis van gegevens van de Algemene Directie Statistiek stelden we reeds vast dat het aantal werknemers in ondernemingen gericht op de exploitatie van fitnesscentra doorheen de laatste jaren relatief sterk gestegen is ten opzichte van andere sectoren in de sportindustrie (cf. supra, zie Borgers & Scheerder, 2016a, 2017). Ook in de eerste wave van het VFP werd reeds vastgesteld dat het aantal werknemers in fitnesscentra steeg doorheen de jaren (zie Scheerder et al., 2011). Op basis van de gegevens die verzameld werden in het kader van het VFP2.0 worden verdiepende inzichten verschaft in het **profiel van werknemers van fitnesscentra**. Omwille van een te lage respons op specifieke vragen met betrekking tot het personeelsverloop, zullen we de evolutie van het personeelsbestand niet verder behandelen. Daarentegen wordt een beeld gegeven van het **personeelsverloop in fitnesscentra** op basis van de perceptie van fitnessuitbaters. Tot slot worden enkele cijfers met betrekking tot **vrijwilligerswerk in fitnesscentra** voorgesteld.
- De gegevens met betrekking tot het profiel van werknemers zijn gebaseerd op informatie die door de deelnemende fitnessuitbaters verschaft is over de verschillende medewerkers van hun fitnesscentrum. Hierdoor hebben we informatie over 74 medewerkers, verdeeld over 29 Vlaamse fitnesscentra, ter beschikking. Hoewel de vragenlijsten in het kader van de FVP 2.0 in 2016 verspreid werden, hebben de gegevens betreffende het profiel van werknemers betrekking op de samenstelling van het personeelsbestand op 31 december 2015.

Profiel van werknemers (1/4)

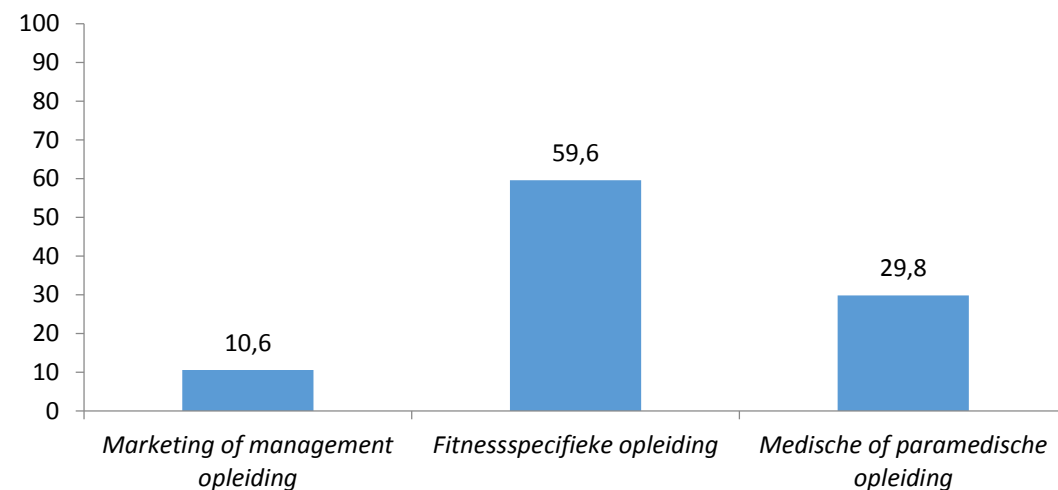
- Net als in de voorgaande wave van het VFP, wordt er wat betreft de tewerkstelling in fitnesscentra een **quasi genderpariteit** vastgesteld (Figuur 46). Wel valt op dat de lichte oververtegenwoordiging van vrouwen zoals vastgesteld in 2009 (52% ♀ vs. 48% ♂) omgeslagen is in een lichte overrepresentatie van mannen anno 2015 (52,7% ♂ vs. 47,3% ♀).
- Bijna een derde van de werknemers in fitnesscentra (31,5%) behaalde maximum een diploma hoger secundair onderwijs. Meer dan tweederde heeft echter een **diploma hoger (niet-)universitair onderwijs** op zak, meestal uit de richting **Lichamelijke Opvoeding (LO)**. Hierbij behaalde 30% een niet-universitair LO-diploma en 18,6% een universitair LO-diploma. Afgestudeerde bachelors en masters in de revalidatiewetenschappen en kinesithérapie zijn slechts beperkt vertegenwoordigd (Figuur 48).
- Ongeveer **67%** van de werknemers heeft een **bijkomende opleiding** relevant voor de fitnesssector gevolgd. Hiervan volgde de meerderheid (60%) een fitnessspecifieke opleiding, 30% een medische of paramedische opleiding en 10% een management- of marketinggerichte opleiding (Figuur 47).
- De meeste werknemers oefenen hun taken uit in de functie van **instructor** (Figuur 49). Dit betekent dat ze in volle autonomie in het kader van professionele handelingen hun taken verrichten. Ongeveer 21% oefent een **leidinggevende functie** uit (operationeel of leidinggevend).
- Meer dan de helft van de werknemers (54,8%) werkt op basis van een **zelfstandigenstatuut** (Figuur 50). Daarnaast bouwt de fitnesssector relatief sterk op de inzet van bedienden (loontrekkenden) en studenten/stagiairs.
- Drie kwart van de werknemers in de fitnesssector (74,3%) werkt volgens een **deeltijds arbeidsregime** (Figuur 51).

Profiel werknemers (2/4)

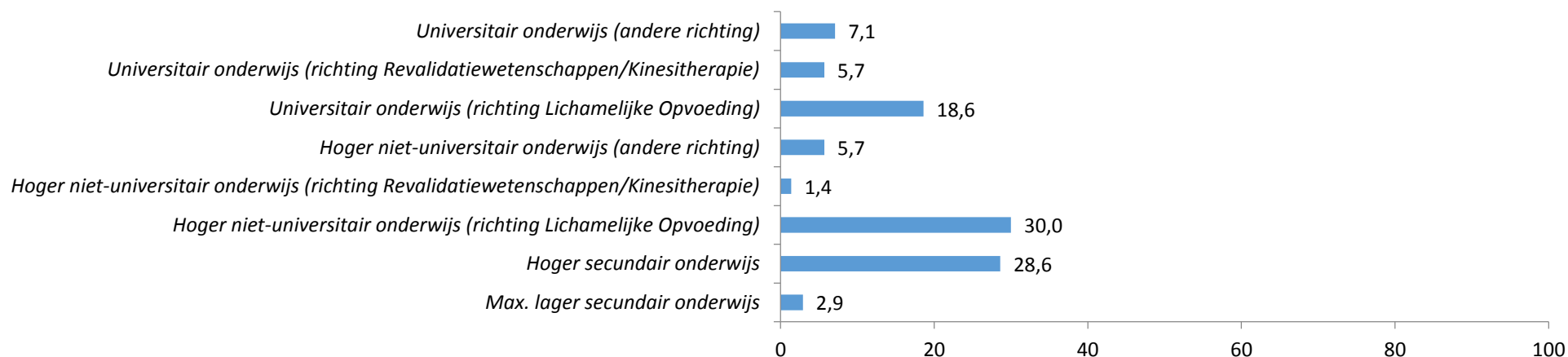
Figuur 46. Verdeling van personeelsleden in fitnesscentra naar geslacht in het VFP1.0 ($n_{\text{fitnesscentra}}=117$, anno 2009) en het VFP2.0 ($N=74$; $n_{\text{fitnesscentra}}=29$, anno 2015), percentages per meetpunt



Figuur 47. Verdeling van personeelsleden in fitnesscentra die een bijkomende opleiding gevolgd hebben, naar type opleiding, ($N=47$), $n_{\text{fitnesscentra}}=24$, anno 2015, percentages

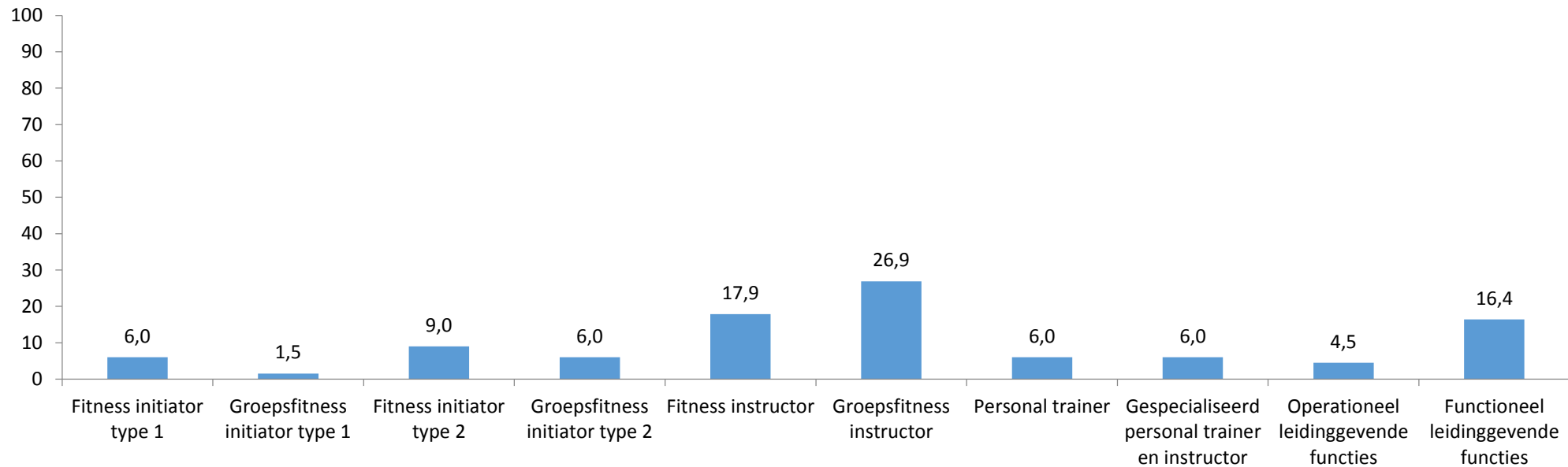


Figuur 48. Verdeling van personeelsleden in fitnesscentra naar opleidingsniveau ($N=70$), $n_{\text{fitnesscentra}}=27$, anno 2015, percentages



Profiel werknemers (3/4)

Figuur 49. Verdeling van personeelsleden in fitnesscentra naar functieniveau (N=67), $n_{\text{fitnesscentra}}=24$, anno 2015, percentages

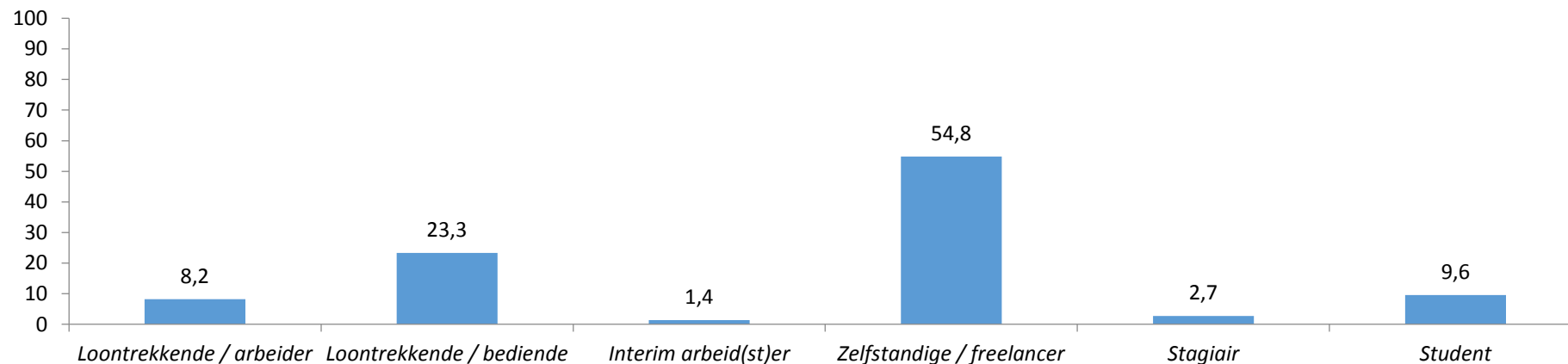


Toelichting bij functieniveaus

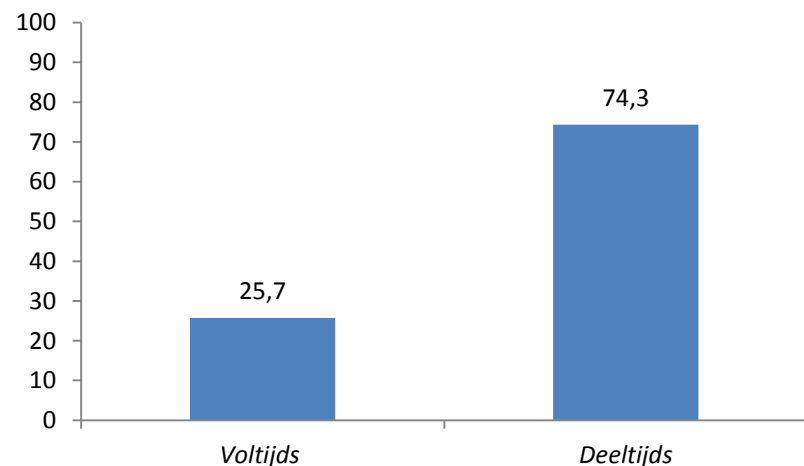
- **Fitness initiator type 1** = zonder diploma, zonder ervaring en minder dan 6 maand anciënniteit in de sector;
- **Groepsfitness initiator type 1** = zonder diploma, zonder ervaring en minder dan 6 maand anciënniteit in de sector;
- **Fitness initiator type 2** = erkend diploma of deelcertificaat, OF zonder erkend diploma of deelcertificaat en 6 maand anciënniteit in de sector;
- **Groepsfitness initiator type 2** = erkend diploma of deelcertificaat, OF werknemer zonder erkend diploma of deelcertificaat en 6 maand anciënniteit in de sector.
- **Fitness instructor** = taken uitgevoerd in volle autonomie in het kader van professionele handeling;
- **Groepsfitness instructor** = taken uitgevoerd in volle autonomie in het kader van professionele handeling;
- **Personal trainer** = taken uitgevoerd in volle autonomie in het kader van professionele handeling, ook in een één tot één relatie;
- **Gespecialiseerd personal trainer en instructor** = taken uitgevoerd in volle autonomie in het kader van professionele handeling, ook in een één tot één relatie gericht naar bijzondere risicogroepen;
- **Operationeel leidinggevende functies** = leidinggevende functies op de werkvloer;
- **Functioneel leidinggevende functies** = leidinggevende functies met strategisch beslissingsrecht (administratieve, financiële zaken/ HR).

Profiel werknemers (4/4)

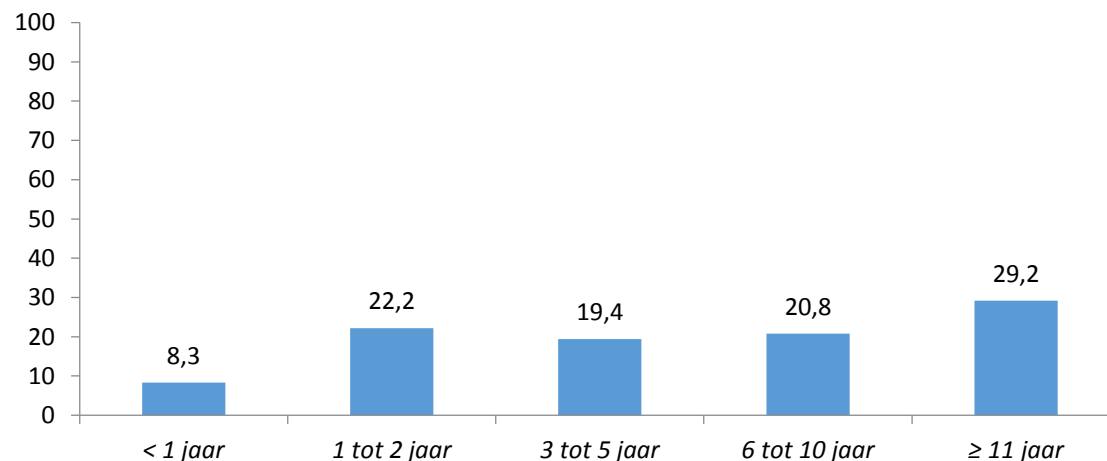
Figuur 50. Verdeling van personeelsleden in fitnesscentra naar statuut (N=73), $n_{\text{fitnesscentra}}=29$, anno 2015, percentages



Figuur 51. Verdeling van personeelsleden in fitnesscentra naar arbeidsregime (N=70), $n_{\text{fitnesscentra}}=27$, anno 2015, percentages



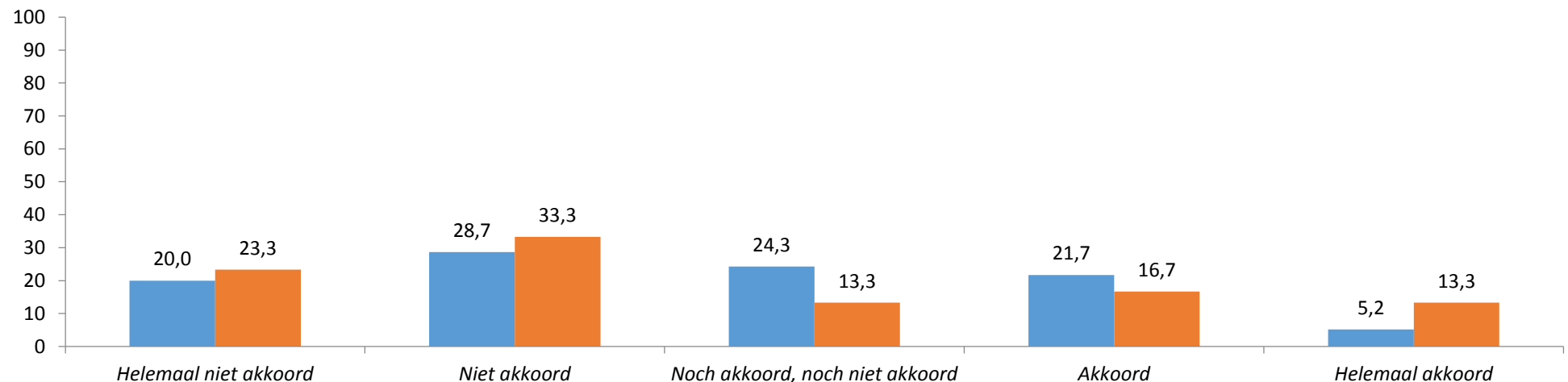
Figuur 52. Verdeling van personeelsleden in fitnesscentra naar anciënniteit (N=72), $n_{\text{fitnesscentra}}=28$, anno 2015, percentages



Personeelsverloop

- De fitnessuitbaters werden gevraagd om een inschatting te maken van hun medewerkersverloop. Concreet werd gevraagd om op basis van een 5-puntenschaal aan te geven in welke mate men het eens was met de stelling 'mijn fitnesscentrum kent een groot personeelsverloop'. De gemiddelde score op deze vraag was 2,63 op een schaal van 5. Dit betekent dat er geen eenduidig antwoord op deze vraag gegeven kan worden. Dit verdeeldheid van meningen wordt ook geïllustreerd aan de hand van Figuur 53: terwijl 56,6% niet akkoord is met de stelling, is 30% hier wel mee akkoord.
- De opinie over het personeelsverloop komt in sterke mate overeen met de resultaten uit het VFP1.0 (Scheerder et al., 2011). Opvallend is evenwel dat er ten opzichte van de vorige studie minder neutrale antwoorden zijn: een relatief groter aandeel van de respondenten is nu niet akkoord met de stelling, wat impliceert dat de tevredenheid over het personeelsbehoud hoger ligt dan in 2009.

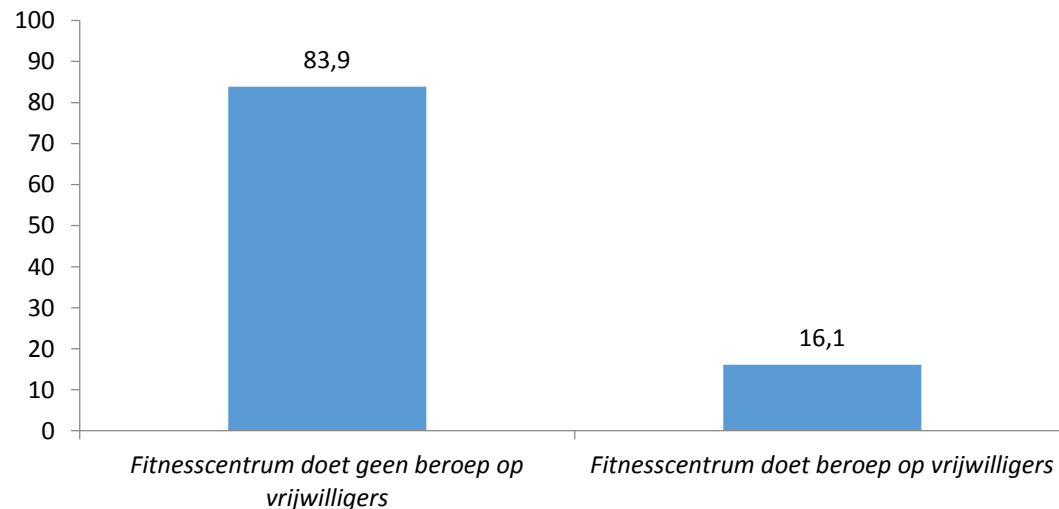
Figuur 53. Verdeling van antwoorden van fitnessuitbaters betreffende akkoord op stelling 'fitnesscentrum kent groot personeelsverloop' in het VFP1.0 (n=117, anno 2009) en het VFP2.0 (n=30, anno 2015), percentages per meetpunt



Inzet vrijwilligers (1/2)

- Een klein aandeel van de fitnesscentra (16,1%) doet beroep op vrijwilligers om de werking te ondersteunen (Figuur 54). Dit toont aan dat vrijwilligerswerk in de sport ook buiten de non-profit sector kan plaatsvinden.
- Uit extra analyses (zie Tabel 19) blijkt dat er op basis van de gegevens van het VFP2.0 geen eenduidig profiel kan vastgesteld worden van fitnesscentra die al dan niet beroep doen op vrijwilligers. Een significant kan vastgesteld worden wat betreft het type aanbod, maar niet voor kenmerken zoals het gemeentetype, de omvang van het centrum, het aantal leden in het fitnesscentrum of het oprichtingsjaar van het centrum. Uit de analyse met betrekking tot het type aanbod wordt duidelijk dat centra die uitsluitend groepslessen aanbieden beduidend minder beroep doen op vrijwilligers dan andere types fitnesscentra.

Figuur 54. Aandeel fitnesscentra dat al dan niet een beroep doet op vrijwilligers (n=31), anno 2015, percentages



Inzet vrijwilligers (2/2)

Tabel 19. Aandeel fitnesscentra dat al dan niet een beroep doet op vrijwilligers (n=31), verdeling naar achtergrondkenmerken, anno 2015, kolompercentages

		Werkt niet met vrijwilligers (n=26)	Werkt met vrijwilligers (n=5)	Sign.
Type aanbod				
	Enkel groepslessen	0	40,0	**
	Cardio, kracht en groepslessen	23,1	40,0	
	Omnivoren	26,9	0	
	Andere	26,9	20,0	
	Onbepaald	23,1	0	
Gemeentetype				
	Agglomeratiegemeenten	3,8	20,0	NS
	Centrumgemeenten	53,8	40,0	
	Gemeenten met concentratie aan economische activiteit	23,1	20,0	
	Landelijke gemeenten	3,8	0	
	Woongemeenten	15,4	20,0	
Oprichtingsjaar				
	<1990	15,4	40,0	NS
	1990-1999	34,6	20,0	
	2000-2009	38,5	20,0	
	2010-2015	11,5	20,0	
Bedrijfsgrootte fitnesscentrum				
	<250m ²	36,0	0	NS
	250-999m ²	36,0	40,0	
	≥1000m ²	28,0	60,0	
Aantal leden				
	1-199	32,0	20,0	NS
	200-499	28,0	40,0	
	500-999	24,0	40,0	
	≥1000	16,0	0	

Noot: NS = Niet significant * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.01$

2. Werking van fitnesscentra

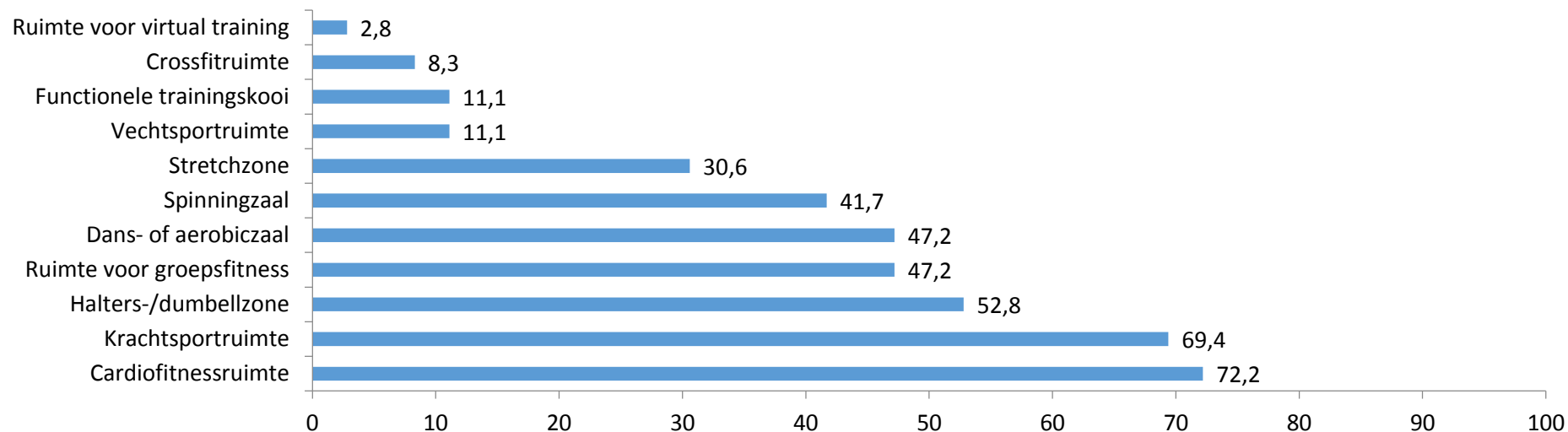
Met de werking van fitnesscentra wordt in eerste instantie verwezen naar het **aanbod** dat voorzien wordt (faciliteiten en diensten), de **doelgroepen** die men beoogt en de evolutie van het **ledenbestand** dat men bereikt. Binnen deze studie werd er een specifieke focus gelegd op aspecten van **klantenwerving en –retentie** in fitnesscentra. Er zal daarom meer uitgebreid stilgestaan worden bij strategieën voor klantenwerving en –retentie en het profiel van fitnesscentra die hierop inzetten. In een laatste onderdeel van deze studie wordt er ingezoomd op vormen van **interorganisationele samenwerking** die gerealiseerd worden tussen fitnesscentra en andere organisaties, zoals sportclubs, sportdiensten, scholen en bedrijven. Naast inzichten over samenwerkingsverbanden, beschouwen we hoe verantwoordelijken van fitnesscentra omgaan met **uitdagingen** gerelateerd aan veranderingen in de samenleving, trends in het fitnesslandschap en concurrentie van andere sportaanbieders. Voor de analyses in dit onderdeel wordt er enkel gebruik gemaakt van gegevens uit het VFP2.0.

Aanbod van faciliteiten (1/4)

- Net als in de vorige wave van het VFP zijn **cardio- en krachtruimtes** de meest voorkomende specifieke fitnessgerichte ruimtes in fitnesscentra (Figuur 55). Per fitnesscentrum zijn er gemiddeld 15 cardio- en 20 krachttoestellen en/of vrije gewichten aanwezig (Tabel 20). Opvallend is evenwel dat het aandeel fitnesscentra dat over deze ruimtes beschikt beduidend lager ligt dan in 2009 (zie Scheerder et al., 2011).
- Ongeveer de helft van de fitnesscentra beschikt over ruimtes voor oefeningen met halters of dumbbells, alsooks voor groepsfitness en dans of aerobics. Het aandeel fitnesscentra met een ruimte voor spinning ligt ietwat lager dan in 2009 (daling van 65,8% naar 41,7%). Dit is opmerkelijk gezien de populariteit van spinning doorheen de laatste jaren. Per fitnesscentrum zijn er gemiddeld 18 spinningfietsen aanwezig.
- Minder vaak voorkomend zijn ruimtes voor nieuwere trends in de fitnesssector, zoals crossfit, virtual training en functionele training. Elk van deze ruimtes wordt slechts in een beperkt aantal fitnesscentra uit de steekproef voorzien.
- Een aantal fitnesscentra uit de steekproef (13,8%) beschikte ook over een squashbaan. Eén fitnesscentrum beschikte bovendien over een indoor tennisterrein en één fitnesscentrum over een bowlingbaan. Deze cijfers zijn niet weergegeven in de grafiek omdat ze door de lage frequenties de werkelijkheid mogelijk niet weerspiegelen. Zo bleek uit het onderzoek van Scheerder et al. (2011) dat er een hoger aandeel fitnesscentra over deze faciliteiten beschikt. Eén respondent rapporteerde ook over snookerfaciliteiten en een bioscoop te beschikken; dit was niet opgenomen in de keuzemogelijkheden. Niet-fitnessgerichte faciliteiten zoals een zwembad, een (team)sportthal, een klimmuur en een skateruimte werden niet aangeduid in de huidige studie.

Aanbod van faciliteiten (2/4)

Figuur 55. Aandeel fitnesscentra dat beschikt over specifieke fitnessgerichte ruimtes (n=36), percentages (meerdere antwoorden mogelijk)



Tabel 20. Gemiddeld aantal specifieke toestellen in fitnesscentra

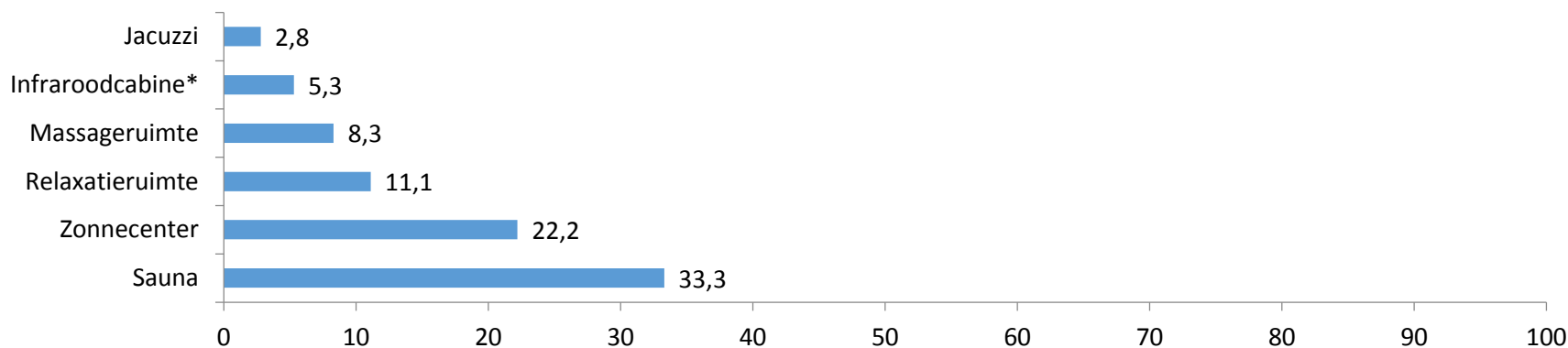
	Gemiddeld aantal toestellen
Aantal cardiotoestellen (n=28)	15
Aantal krachttoestellen (n=23)	20
Aantal vrije gewichten (n=21)	20
Aantal trilplaten (n=21)	1
Aantal spinningfietsen (n=20)	18
Materiaal voor evenwichtsoefeningen (n=20)	5
Aantal functionele kooien (n=15)	2
TRX-materiaal (n=21)	2

Aanbod van faciliteiten (3/4)

- Heel wat fitnesscentra beschikken tevens over niet-fitnessspecifieke ruimtes. Zo worden, vaak in combinatie met fitnessruimtes, **wellnessfaciliteiten** aangeboden aan de leden van het fitnesscentrum, en zijn er in het fitnesscentrum ook **niet-sportgerichte functionele ruimtes** aanwezig (bv. kleedkamers, cafeteria, vergaderzalen, speelhoek, etc.).
- Uit Figuur 56 blijkt dat saunafaciliteiten in een derde van de fitnesscentra aanwezig zijn. Het aandeel fitnesscentra met sauna ligt evenwel opvallend lager dan in de eerste wave van het VFP (55,6%) (zie Scheerder et al., 2011). Een zonnecenter wordt in meer dan een vijfde van de fitnesscentra voorzien (22,2%).
- De meest voorkomende functionele, niet-sportgerichte ruimte is de kleedkamer (Figuur 57). Opvallend is hier echter het verschil met het aandeel fitnesscentra uit het VFP1.0 dat kleedkamers aanbiedt. Terwijl er in de studie uit 2009 in 98,3% van de fitnesscentra een vrouwenkleedkamer en in 97,4% van de fitnesscentra een mannenkleedkamer aanwezig was, betreft dit aandeel anno 2016 respectievelijk 83,3% en 72,2%. Ook valt op dat in de huidige studie het aandeel fitnesscentra met een kleedkamer voor vrouwen beduidend hoger ligt dan voor mannen. Dit kan mogelijk te wijten zijn aan het feit dat er meer fitnesscentra met uitsluitend een aanbod voor vrouwen in de steekproef zitten.
- In de helft van de fitnesscentra wordt een kantine, bistro of cafeteria voorzien. Dit is eveneens lager dan in de studie van Scheerder et al. (2011). Dit kan te wijten zijn aan de opkomst van voornamelijk kleinere fitnesscentra (éénpersoonszaken) doorheen de laatste jaren.

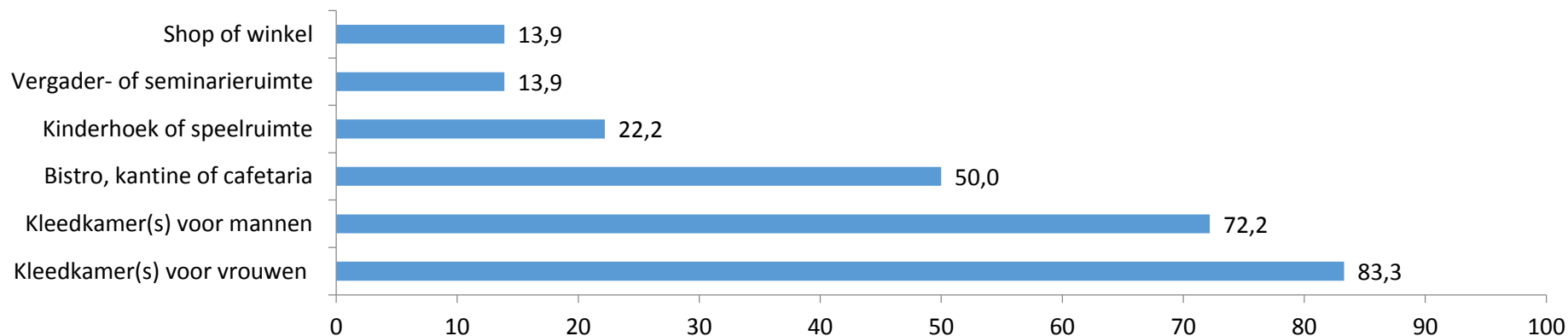
Aanbod van faciliteiten (4/4)

Figuur 56. Aandeel fitnesscentra dat beschikt over wellnessruimtes (n=36), percentages (meerdere antwoordmogelijkheden)



*Noot: het aantal infraroodcabines stond niet tussen de keuzemogelijkheden en is dus gebaseerd op het aantal fitnessuitbaters die dit spontaan rapporteerden, wat mogelijk een onderschatting impliceert

Figuur 57. Aandeel fitnesscentra dat beschikt over functionele, niet-sportgerichte ruimtes (n=36), percentages (meerdere antwoordmogelijkheden)

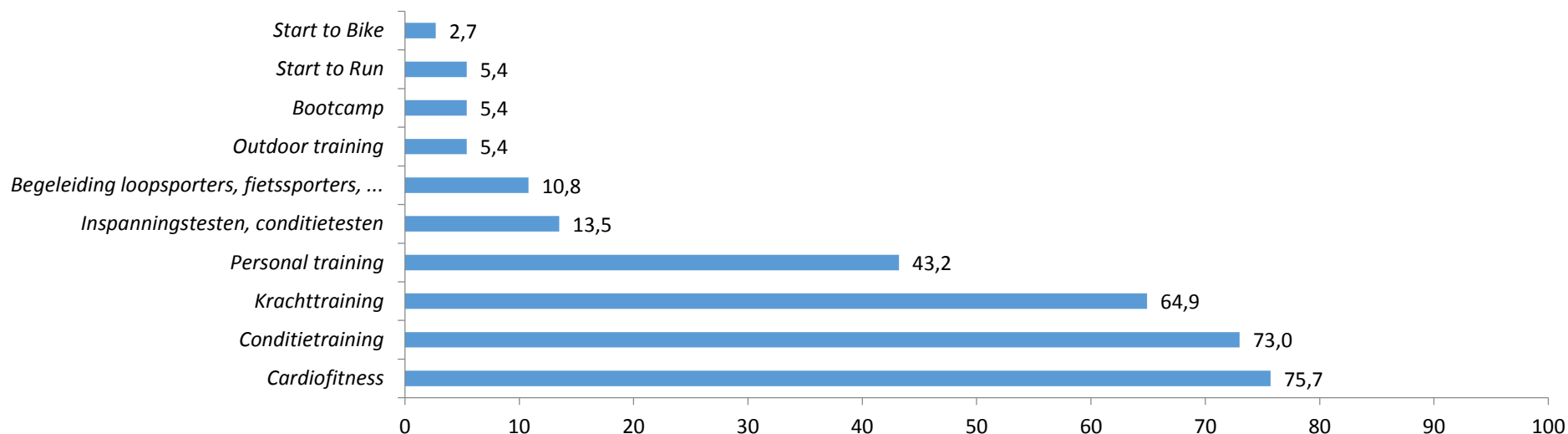


Aanbod van diensten (1/3)

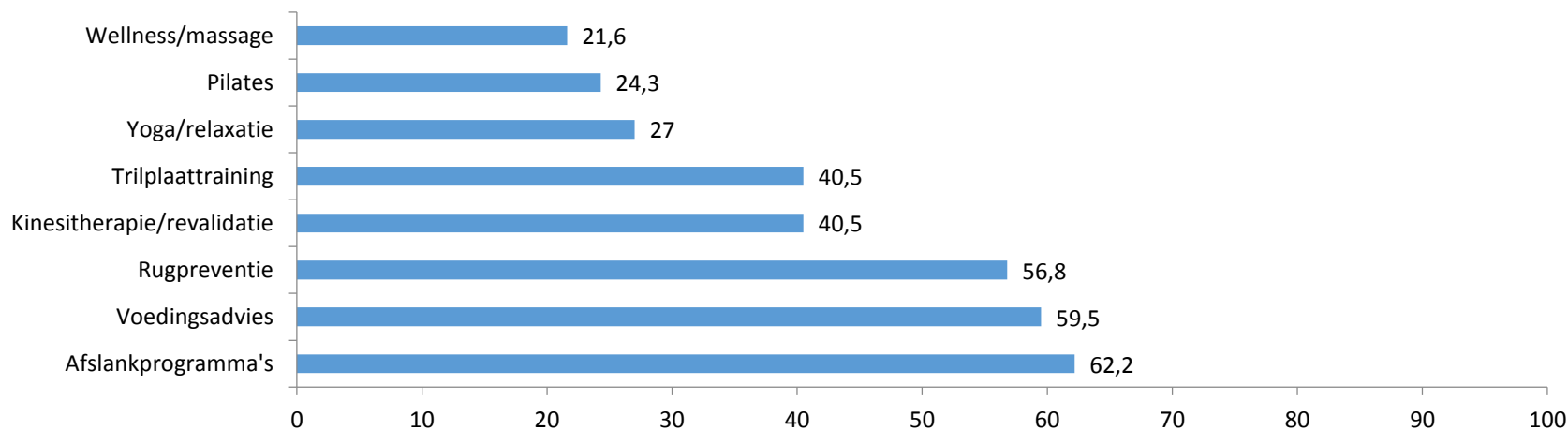
- **Cardio-, conditie- en krachttraining** zijn de meest voorkomende vormen van **individuele sport- en bewegingsbeleiding** (Figuur 58). Begeleiding gericht op cardio en conditie wordt in drie kwart van de fitnesscentra aangeboden, krachttraining in 65%. Deze activiteiten vinden logischerwijze plaats in cardio- en krachtruimtes. Het aandeel fitnesscentra die hier begeleiding in voorzien ligt evenwel iets lager dan het aandeel fitnesscentra dat de specifieke ruimtes voorziet. Dit kan verklaard worden doordat sommige fitnesscentra uitsluitend faciliteiten ter beschikking stellen, zonder persoonlijke begeleiding aan te bieden. Daarnaast kunnen fitnesscentra ook in heel wat andere, meer specifieke vormen van individuele begeleiding voorzien, zoals het afnemen van inspannings- en conditietesten (13,5%) of het begeleiden van lopers en fietsers. Deze activiteiten hoeven niet noodzakelijk binnen in het fitnesscentrum plaats te vinden.
- Naast de sport- en bewegingsgerichte begeleiding voorzien heel wat fitnesscentra daarnaast ook in **therapeutische begeleiding**, gericht op het verbeteren van het lichamelijk en/of geestelijk welzijn (Figuur 59). De meest voorkomende diensten die hierop gericht zijn betreffen **afslankprogramma's** (62,2%) of het verlenen van **voedingsadvies** (59,5%). **Rugpreventie** wordt door bijna 57% van de fitnesscentra aangeboden.
- Iets minder dan de helft van de fitnesscentra biedt groepslessen aan. De groepslessen die in het merendeel van de fitnesscentra aangeboden worden zijn conditietraining, BBB, (step)aerobics en vormen van dans. Spinning wordt in ongeveer 40% van de fitnesscentra aangeboden, wat overeenkomt met het aandeel fitnesscentra die hier ruimte voor voorzien (Figuur 60).
- Over de aanbod van diensten gericht op specifieke doelgroepen (Figuur 61) wordt in de volgende slides dieper ingegaan.

Aanbod van diensten (2/3)

Figuur 58. Aandeel fitnesscentra dat specifieke vormen van individuele sport- en bewegingsbegeleiding aanbiedt (n=37), percentages (meerdere antwoordmogelijkheden)

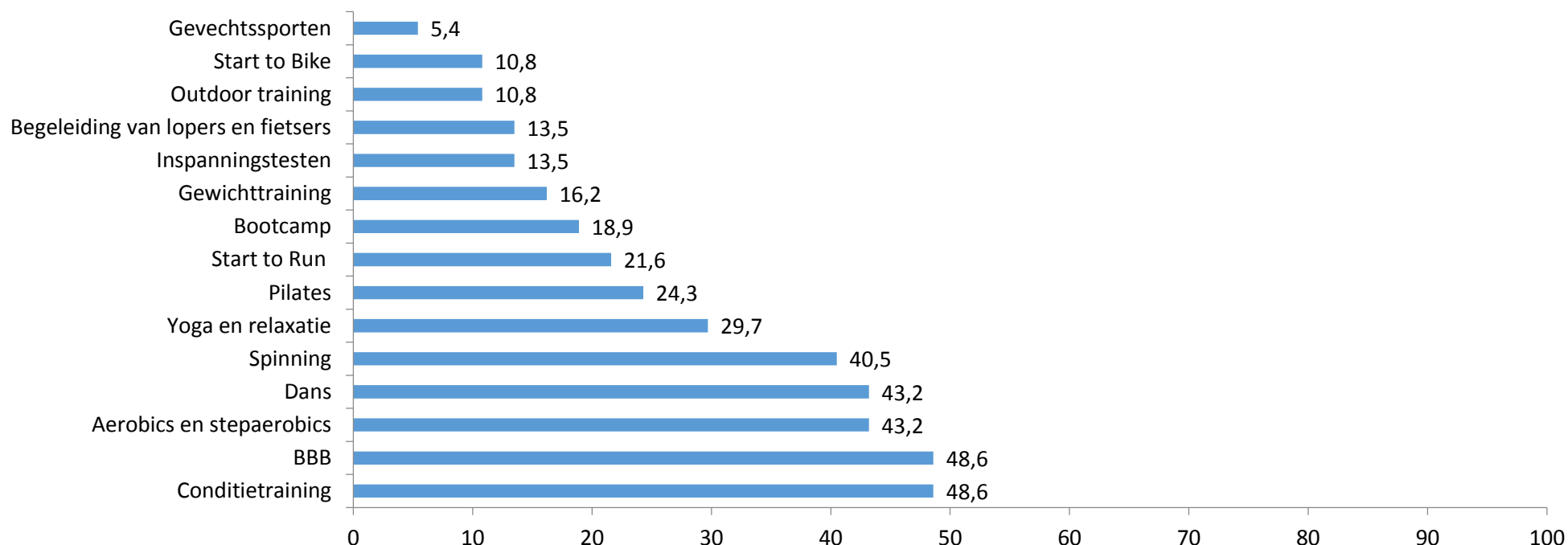


Figuur 59. Aandeel fitnesscentra dat specifieke vormen van therapeutische begeleiding, gericht op het verbeteren van het fysiek en/of lichamelijk welzijn, aanbiedt (n=37), percentages (meerdere antwoordmogelijkheden)

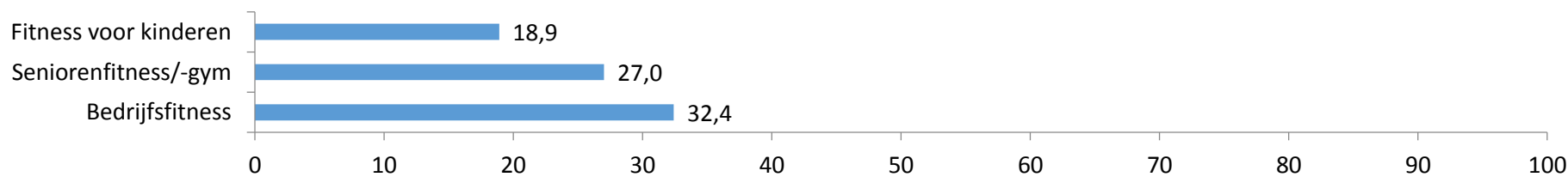


Aanbod van diensten (3/3)

Figuur 60. Aandeel fitnesscentra dat specifieke groepslessen aanbiedt (n=37), percentages (meerdere antwoordmogelijkheden)



Figuur 61. Aandeel fitnesscentra dat programma's gericht op specifieke doelgroepen aanbiedt (n=37), percentages (meerdere antwoordmogelijkheden)

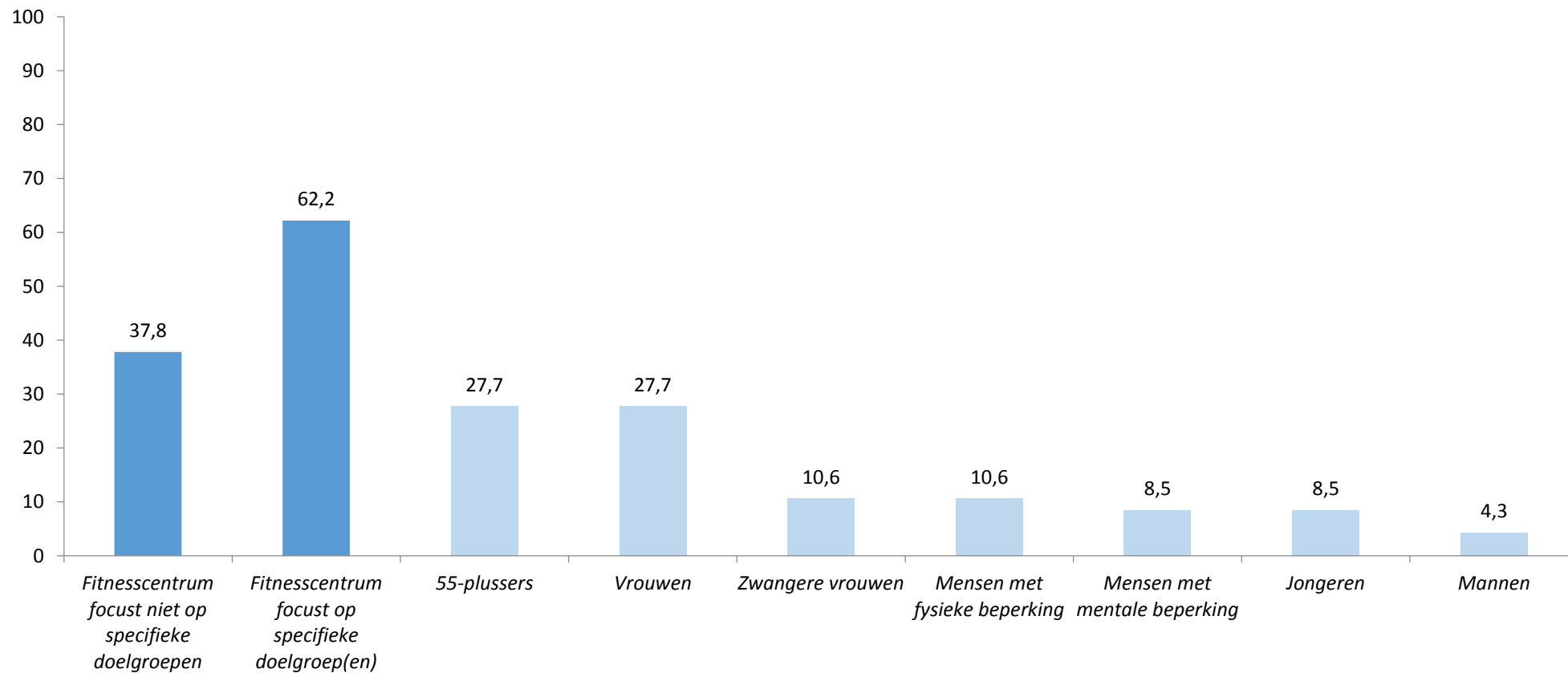


Doelgroepen (1/2)

- Figuur 61 toonde aan dat heel wat fitnesscentra een aanbod uitwerken dat op specifieke groepen gericht is, met name op kinderen (18,9%), op senioren (27,0%) en op het personeel in bedrijven (32,4%). Daarnaast werd er meer specifiek gevraagd of het fitnesscentrum doelgericht op doelgroepen inzet. Hierbij werden verschillende mogelijke doelgroepen opgelijst (jongeren, ouderen, (zwangere) vrouwen, mannen, mensen met een beperking en allochtonen), en konden de respondenten tevens doelgroepen aanvullen indien dit gewenst was. De resultaten staan gepresenteerd in Figuur 62. De volgende conclusies kunnen hieruit getrokken worden:
 - In 62% van de fitnesscentra wordt op specifieke doelgroepen gefocust. Dit toont aan dat een relatief groot deel hier ook geen rekening mee houdt in haar beleid;
 - De meerderheid van de fitnesscentra die inzetten op doelgroepen focust zich op vrouwen (27,2%) of 55-plussers (27,2%);
 - Zwangere vrouwen en mensen met een fysieke of mentale beperking worden beoogd in ongeveer 10% van de fitnesscentra;
 - Jongeren en mannen vormen de focus van het doelgroepen beleid in respectievelijk 8,5% en 4,3% van de fitnesscentra;
 - Opvallend was dat geen enkel fitnesscentrum uit de steekproef zich specifiek op allochtonen of op mensen in (kans)armoede richtte.

Doelgroepen (2/2)

Figuur 62. Aandeel fitnesscentra dat al dan niet inzet op specifieke doelgroepen (n = 36), percentages

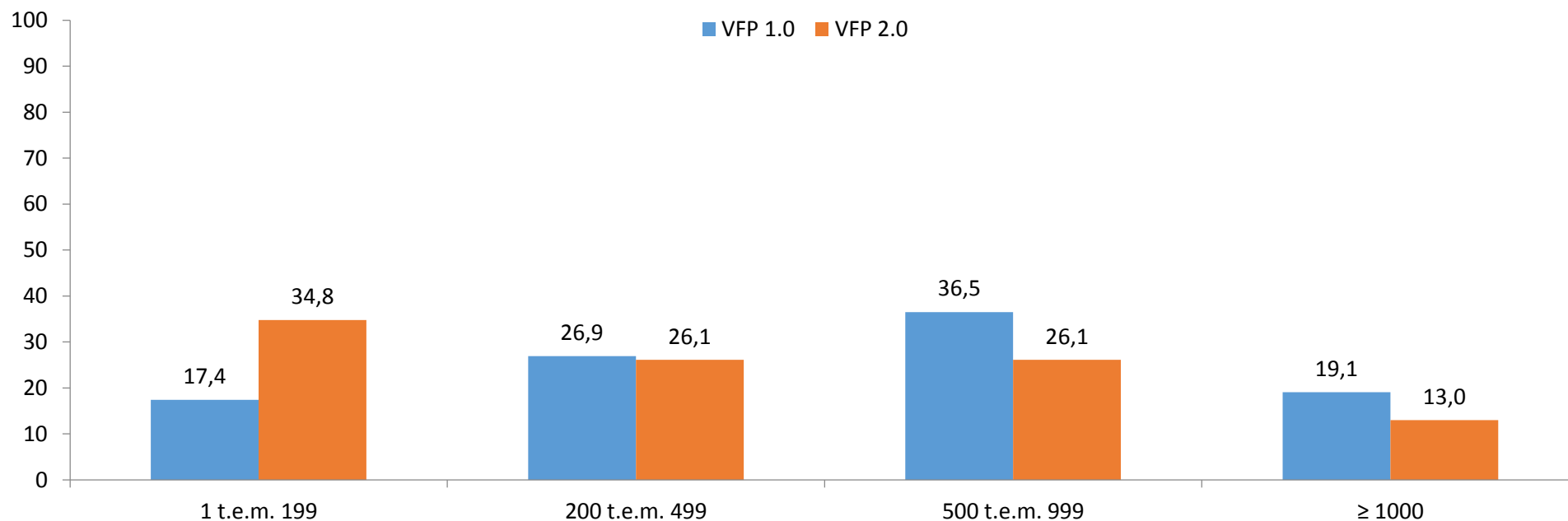


Ledenbereik

- Het ledenbereik geeft een beeld van de omvang van het fitnesscentrum en van de mate waarin bepaalde (doel)groepen hun weg vinden naar het fitnesscentrum. In eerste instantie wordt gekeken naar de verdeling van fitnesscentra op basis van het **aantal leden**. Figuur 63 illustreert dat de meerderheid (61%) van de fitnesscentra in het VFP2.0 eerder klein zijn: ongeveer een derde (34,8%) heeft minder dan 200 leden en 26% telt tussen de 200 en de 500 leden. Het aantal kleine fitnesscentra ligt in de steekproef van het VFP2.0 beduidend hoger dan in het VFP1.0 (zie Scheerder et al., 2011). Daarentegen bestond de steekproef uit het VFP1.0 uit meer middelgrote (500-999 leden) en grote (≥ 1000 leden) centra.
- Binnen het ledenbestand blijkt er een duidelijke **oververtegenwoordiging van vrouwen** te zijn (Figuur 64). In de huidige steekproef waren er enkele fitnesscentra waarin er uitsluitend vrouwen actief zijn, maar niet wat uitsluitend mannen actief zijn. Dit verklaart mede waarom er een verschil is in het aantal fitnesscentra dat een kleedkamer voor vrouwen dan wel voor mannen voorziet (cf. supra). In elk fitnesscentrum wordt geschat dat er minstens 27% vrouwen lid zijn.
- Naar leeftijd nemen we een **sterke oververtegenwoordiging van 36- t.e.m. 55-jarigen** waar in de fitnesscentra die deelnamen aan het VFP2.0 (gemiddeld 42%) (zie Figuur 65). Het aandeel jongvolwassenen wordt gemiddeld op 30% geschat. Het aandeel jongeren en 55-plussers ligt gemiddeld gezien vrij laag, ondanks initiatieven die zich op deze groepen richten (cf. supra).
- Tot slot wordt de tevredenheid met het ledenbereik in kaart gebracht op basis van een beoordeling van het aantal leden. **Meer dan de helft (57,4%) van de fitnesscentra geeft aan dat er momenteel te weinig leden zijn**, ongeveer 38 is tevreden met het huidige ledenaantal (Figuur 66). Slechts weinig fitnessuitbaters geven aan dat hun fitnesscentrum de maximale capaciteit bereikt heeft. Zo antwoordde ook niemand positief op de vraag of leden geweigerd moeten worden door een gebrek aan capaciteit. Het tekort aan leden komt sterker tot uiting anno 2016 dan anno 2009, wat impliceert dat er in toenemende groeimarge is voor fitnesscentra om een breder publiek te bereiken.

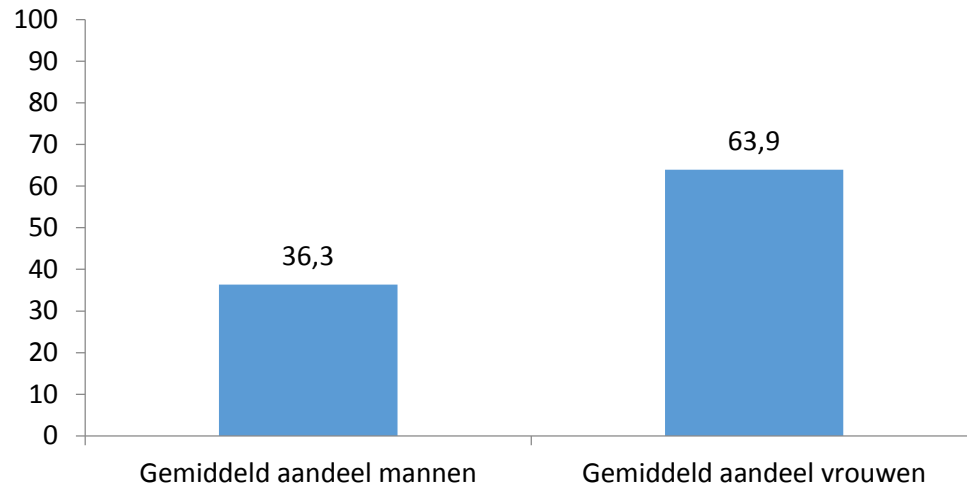
Huidig ledenbereik (1/2)

Figuur 63. Aantal leden in fitnesscentra in categorieën, verdeling in het VFP 1.0 (n=117, anno 2009) en in het VFP 2.0 (n=46, anno 2016), percentages per meetpunt

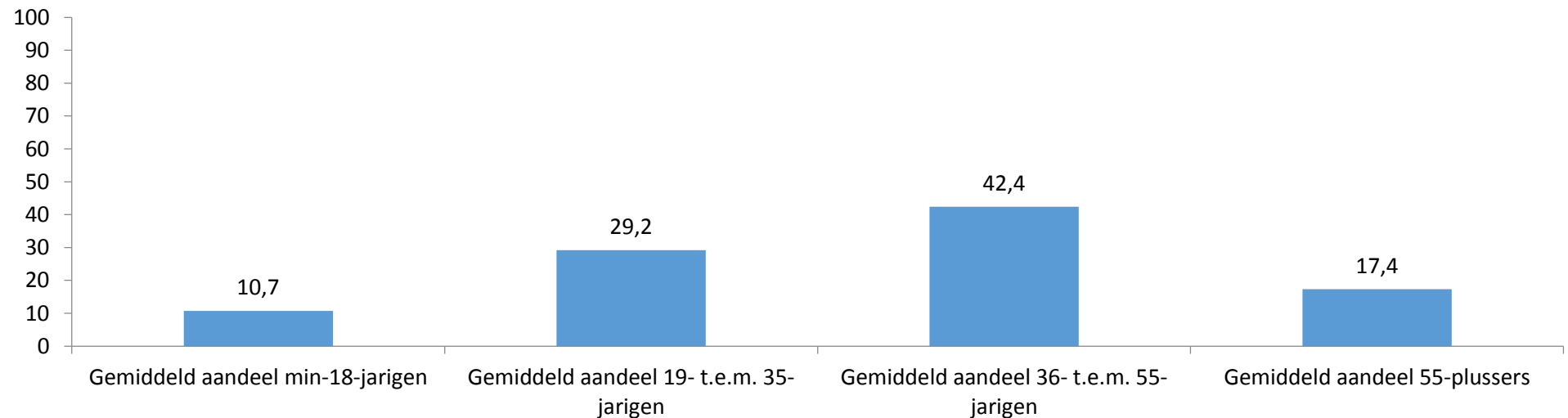


Huidig ledenbereik (2/2)

Figuur 64. Gemiddeld aandeel mannen en vrouwen in het ledenbestand van fitnesscentra in Vlaanderen (n=35), percentages

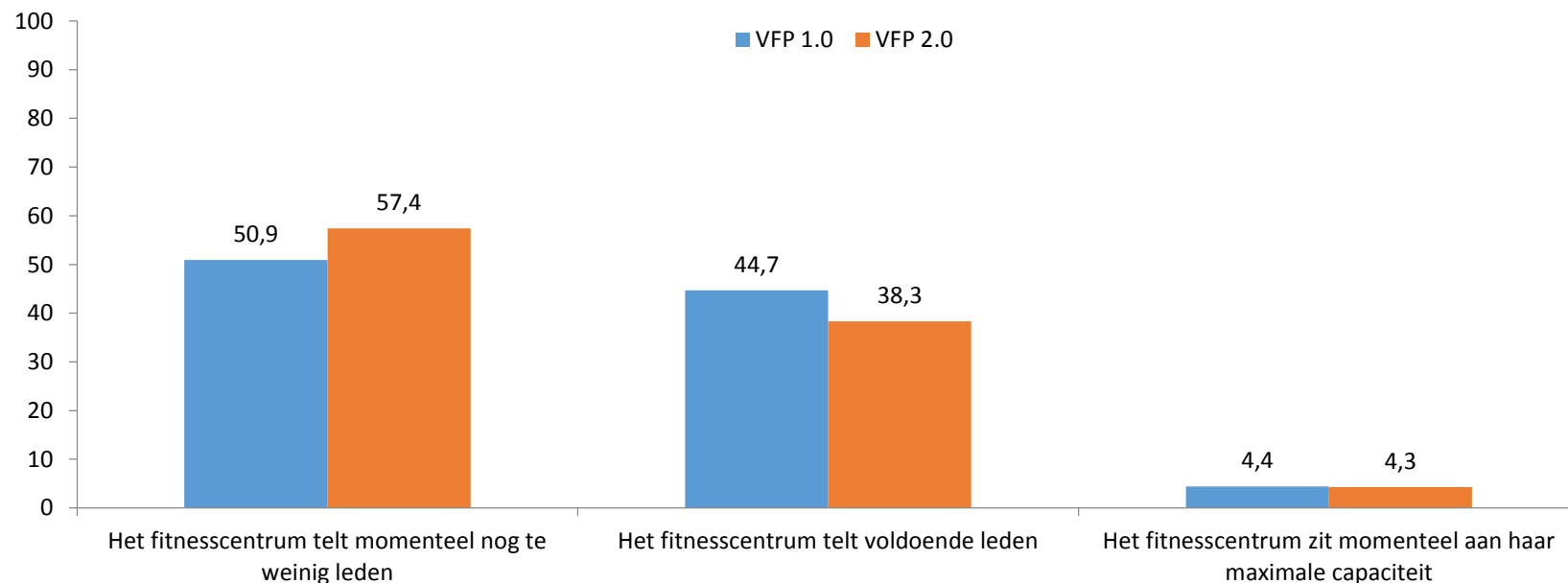


Figuur 65. Gemiddeld aandeel van verschillende leeftijdscategorieën in het ledenbestand van fitnesscentra in Vlaanderen (n=35), percentages



Tevredenheid met het huidige ledenbereik

Figuur 66. Beoordeling van het aantal leden in fitnesscentra in Vlaanderen, door verantwoordelijken van fitnesscentra, verdeling in het VFP1.0 (n=117, anno 2009) en in het VFP2.0 (n=47, anno 2016), percentages per meetpunt

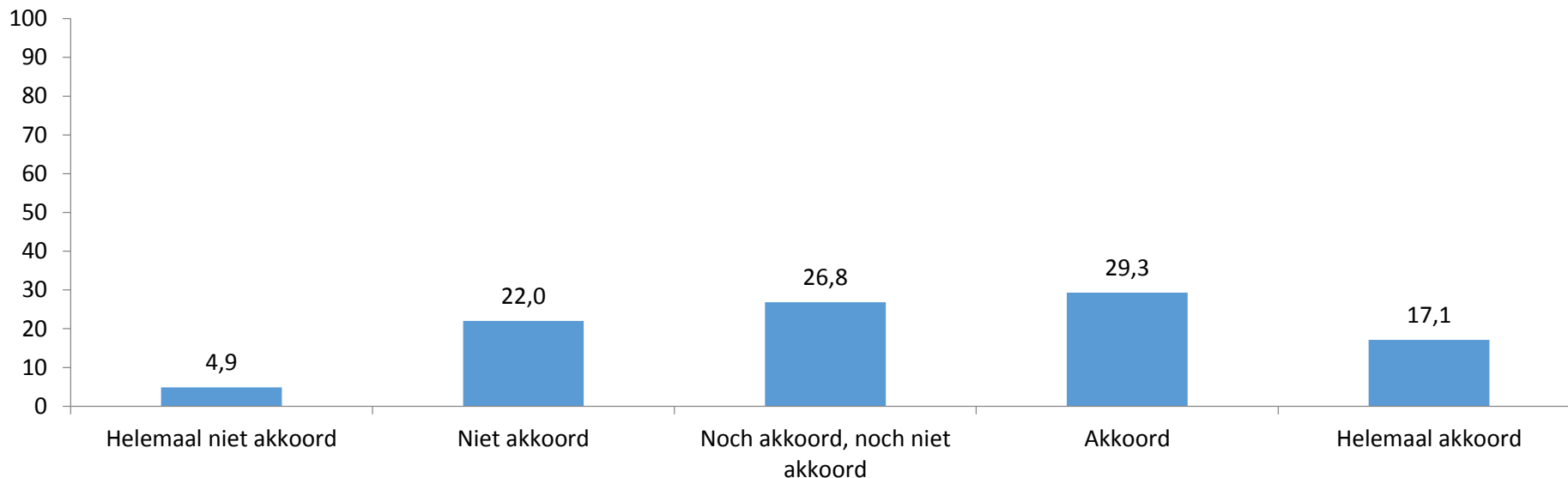


Ledenverloop (1/3)

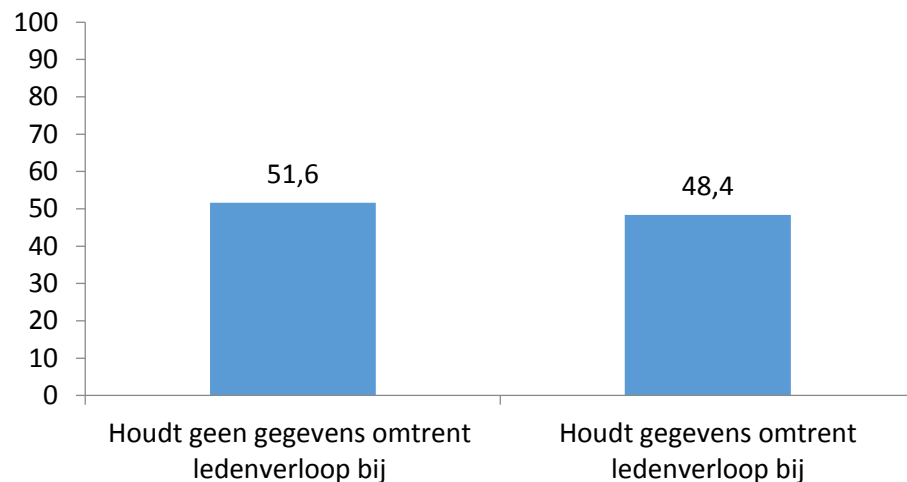
- Het ledenverloop wordt in kaart gebracht door het huidige ledenaantal te vergelijken met de ledenaantallen in de voorbije jaren. Daarnaast kan er een prospectie gemaakt worden van de te verwachten evolutie in het ledenbestand. Dit is gebaseerd op percepties van de respondenten, die al dan niet gegevens omtrent het ledenverloop bijhouden. Iets minder dan helft van de fitnesscentra (48,4%) houdt dit soort gegevens bij (Figuur 68). De volgende conclusies kunnen getrokken worden met betrekking tot het ledenverloop:
 - Bijna de helft van de fitnessuitbaters is het eens met de stelling dat zijn/haar fitnesscentrum een **groot ledenverloop** kent (Figuur 67). Ongeveer een kwart kan hier geen eenduidig antwoord op geven. De gemiddelde score op deze stelling bedraagt 3,32 op een schaal van 5, wat aantoont dat men het eerder eens is met de stelling.
 - In 39% van de fitnesscentra wordt doorheen de laatste jaren een **daling in het ledenaantal** vastgesteld, in ongeveer een kwart van de fitnesscentra neemt men een groei waar. De waargenomen daling in ledenaantallen is beduidend sterker aanwezig dan in het vorige meetpunt van het VFP; er wordt daarom geconcludeerd dat de daling in ledenaantallen zich relatief recent heeft ingezet (Figuur 69).
 - Ondanks de aanwijzingen van een daling in de ledenaantallen, zijn de meeste fitnessuitbaters positief over de toekomst: slechts 9% verwachtte een daling van het huidige ledenaantal in de toekomst, 54% verwacht een stijging (Figuur 70).

Ledenverloop (2/3)

Figuur 67. Verdeling van scores op stelling 'het klantenbestand van mijn fitnesscentrum kent een groot verloop', schaal 1 t.e.m. 5 (n=41), percentages

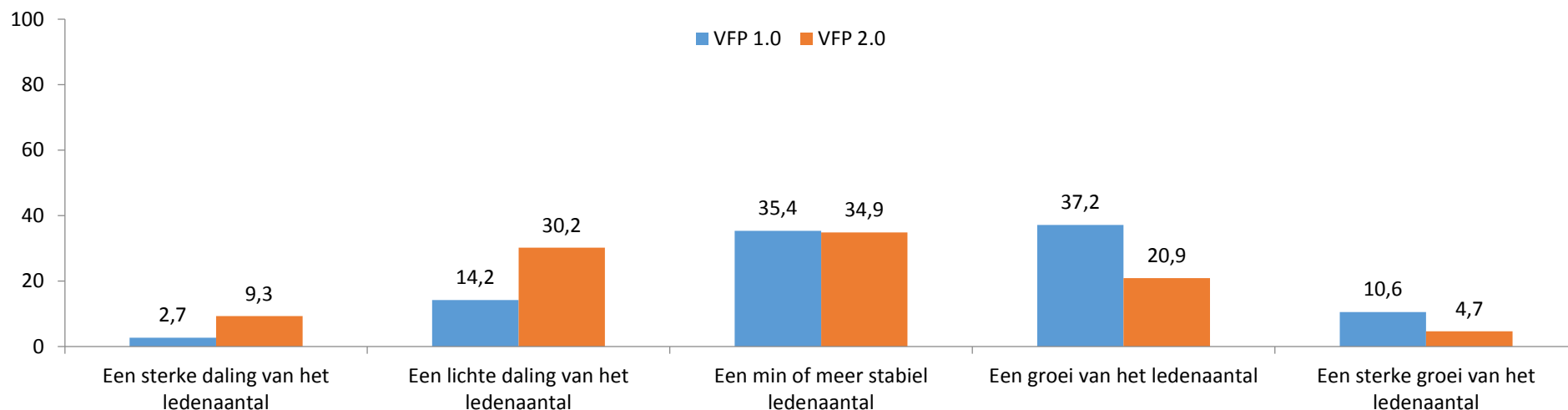


Figuur 68. Aandeel fitnesscentra dat al dan niet gegevens omtrent het ledenverloop bijhoudt (n=31), percentages

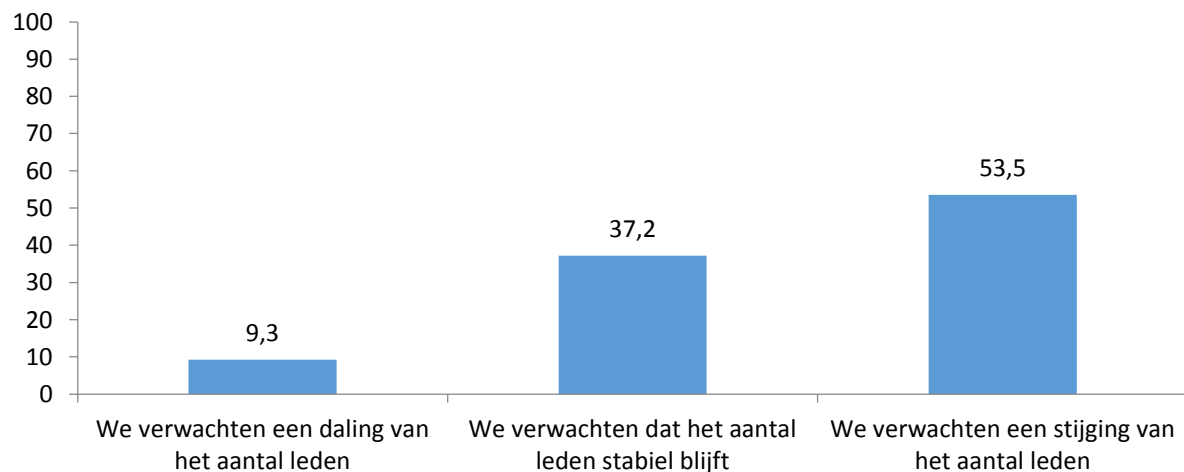


Ledenverloop (3/3)

Figuur 69. Perceptie over de verhouding van het huidige ledenbereik ten opzichte van het ledenbereik in de voorbije jaren, verdeling in het VFP1.0 (n=117, anno 2009) en in het VFP2.0 (n=43, anno 2016), percentages per meetpunt



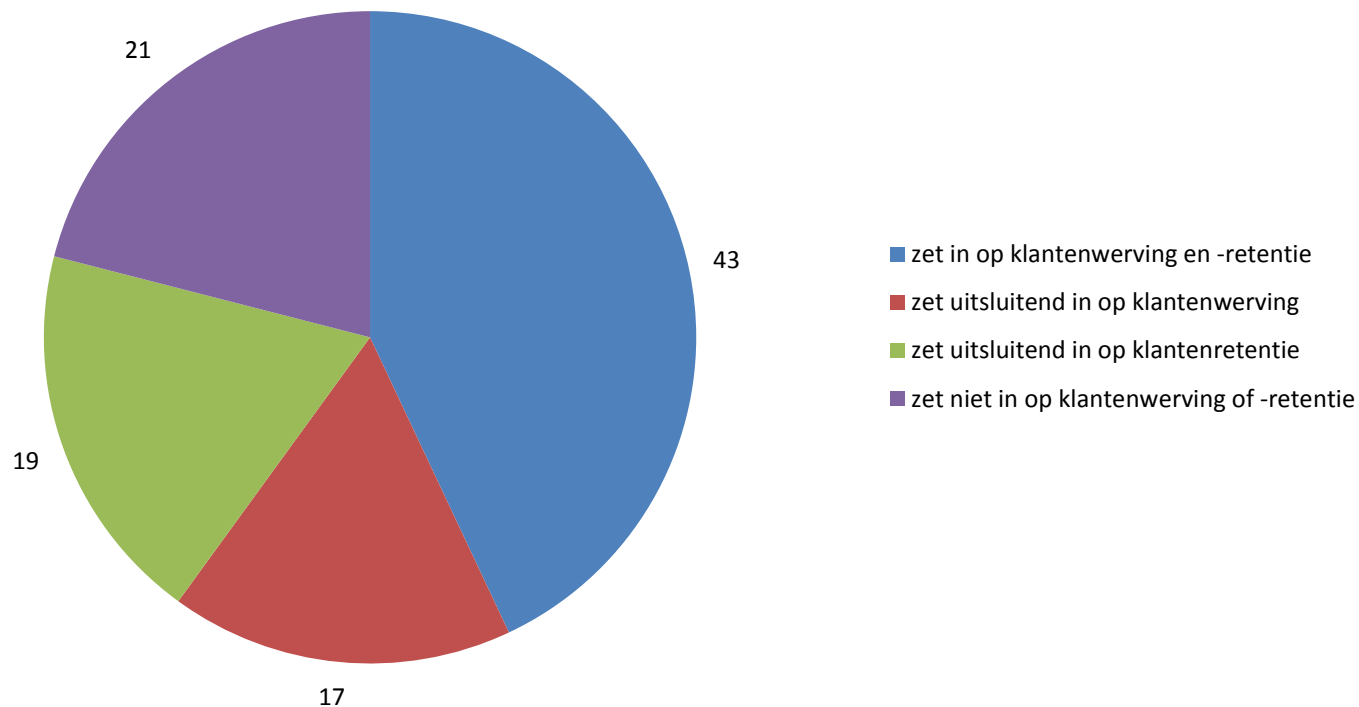
Figuur 70. Verwachtingen ten aanzien van de evolutie van ledenbestand in de toekomst (n=43), percentages



Ledenwerving en -retentie

- Uit Figuur 71 blijkt dat **43%** van de Vlaamse fitnesscentra doelgericht inzet op **ledenwerving en –retentie**. Een gelijkaardig aandeel zet uitsluitend in op ledenwerving (17%) dan wel op ledenretentie (19%). Er wordt **geen significant verband** vastgesteld tussen het al dan niet inzetten op ledenwerving en/of –retentie.
- Op basis van literatuur over ledenwerving en –retentie in fitnesscentra werd een lijst met mogelijke strategieën voor respectievelijk werving en retentie opgesteld. De **meest gehanteerde wervingsstrategieën** (Figuur 72) zijn het versturen van emailadvertenties, flyers en het aanbieden van gratis proeflessen. De **meest gehanteerde retentiestrategieën** (Figuur 73) impliceren dat een goede communicatie met de leden gewenst is, met name door via gesprekken of aan de hand van vragenlijsten betrokkenheid te tonen en rekening te houden met het advies van leden.
- Verderop wordt een profiel opgemaakt van fitnesscentra die strategieën voor ledenwerving en/of –retentie hanteren. Hiervoor richten we ons op de fitnesscentra die minstens vier wervingsstrategieën toepassen en op de fitnesscentra die hebben aangeduid doelgericht in te zetten op een retentiebeleid.

Figuur 71. Aandeel fitnesscentra dat inzet op klantenwerving en/of -retentie (n=47), percentages

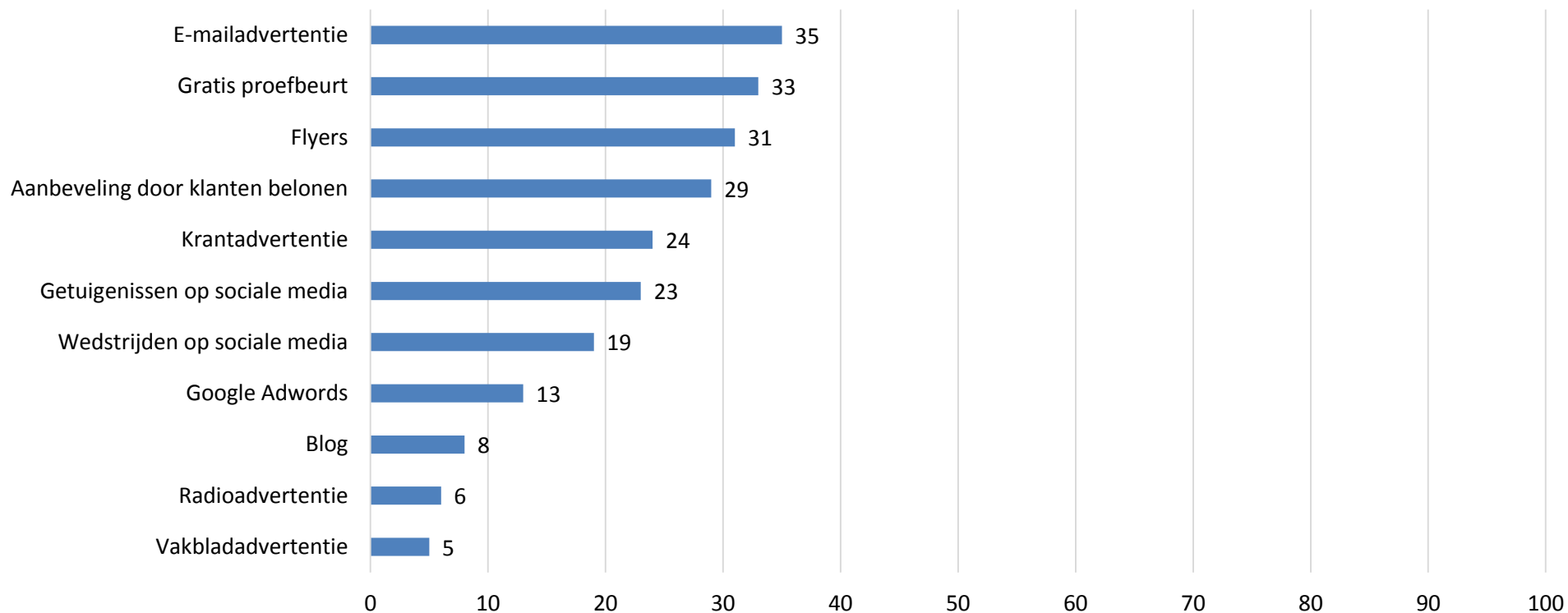


Noot: in deze figuur is er sprake van het inzetten op klantenwerving indien de organisatie minstens vier wervingsstrategieën hanteert

Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Cokelaere (2017)

Strategieën voor ledenwerving

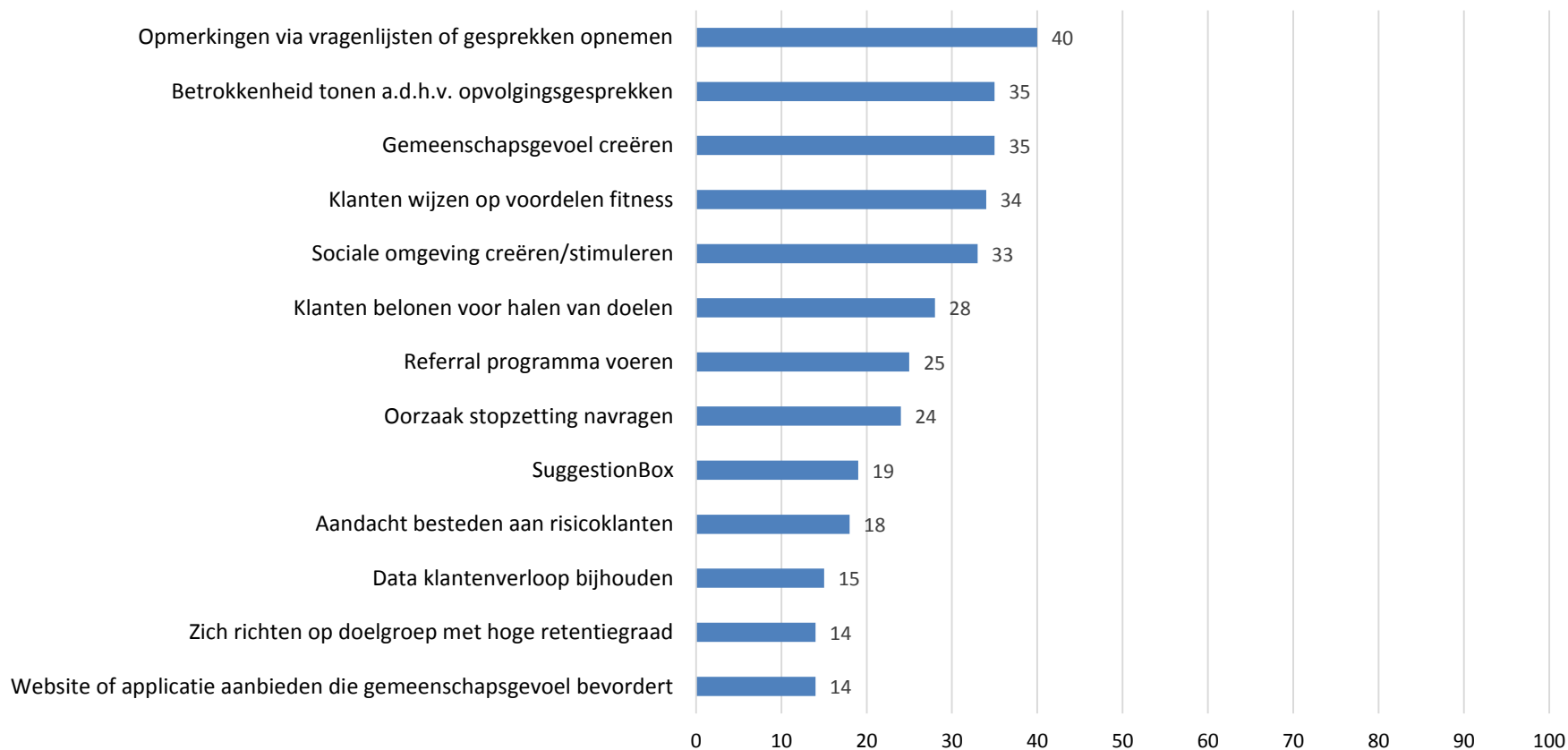
Figuur 72. Frequentie van toepassing strategieën voor ledenwerving (n=47), percentages (meerdere antwoorden mogelijk)



Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Cokelaere (2017)

Strategieën voor ledenretentie

Figuur 73. Frequentie van toepassing strategieën voor klantenretentie (n=47), percentages (meerdere antwoorden mogelijk)



Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Cokelaere (2017)

Profiel fitnesscentra i.f.v. ledenwerving en -retentie (1/2)

Toelichting bij Tabel 21

Om het profiel van fitnesscentra op te stellen die inzetten op ledenwerving en/of –retentie wordt in Tabel 21 een model voor binaire logistische regressie uitgewerkt. Op basis van achtergrondkenmerken van de fitnesscentra (oprichtingsjaar, bedrijfsgrootte, bedrijfsprofiel (low-budget / keten), type aanbod, gemeentetype) wordt nagegaan welke parameters bepalend zijn om ledenwerving en/of –retentie toe te passen. De cijfers weergegeven in de tabel betreffen odds ratios. Indien deze ratio hoger is dan 1, draagt de parameter significant positief bij aan het voorspellen van het toepassen van wervings- (model 1) of retentiestategieën (model 2).

Interpretatie resultaten Tabel 21

- Uit binaire logistische regressie-analyses blijkt dat volgende fitnesscentra voornamelijk inzetten op **ledenwerving**:
 - Jongere fitnesscentra (opgericht in 2000-2009) eerder dan oudere fitnesscentra (opgericht <1990)
 - Voor het inzetten op klantenwerving wordt geen verband met de grootte of het type aanbod van het fitnesscentrum vastgesteld
- Uit binaire logistische regressie-analyses blijkt dat volgende fitnesscentra voornamelijk inzetten op **ledenretentie**:
 - Grote fitnesscentra (≥200 members) eerder dan kleinere fitnesscentra (<200 members)
 - Voor het inzetten op klantenwerving wordt geen verband met de leeftijd, het type aanbod of de locatie van het fitnesscentrum vastgesteld

Profiel fitnesscentra i.f.v. ledenwerving en -retentie (1/2)

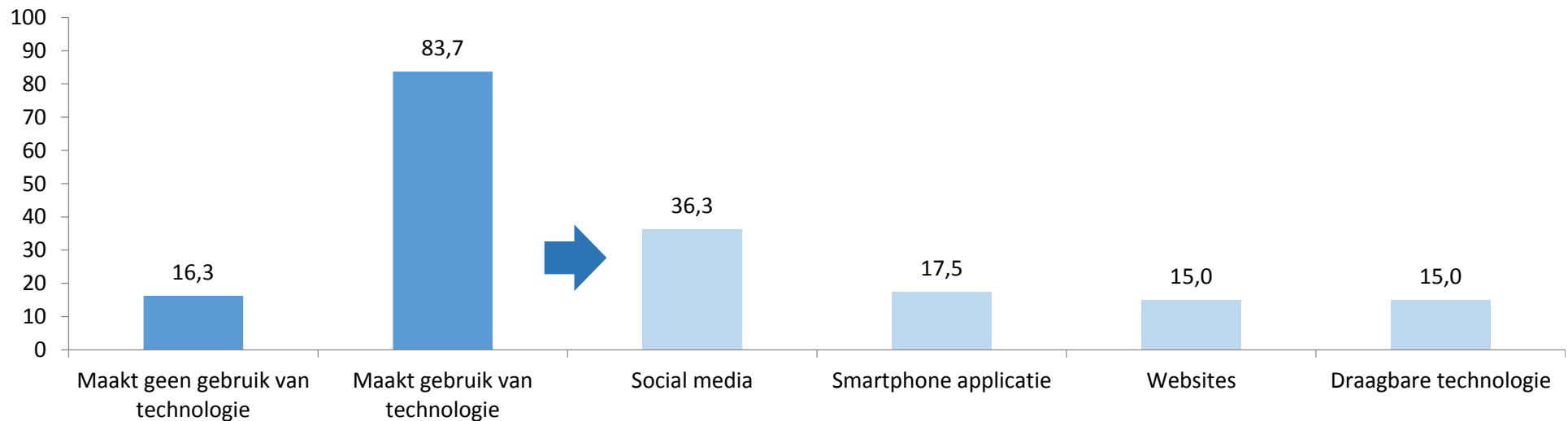
Tabel 21. Resultaten van de binaire logistische regressie voor het al dan niet sterk inzetten op werving strategieën (model 1) en retentiestrategieën (model 2), uitgedrukt in odds ratios (β)

Variabele	Categorie	Model 1: (n=47)	Model 2: (n=45)
		Wervingsstrategieën	Retentiestrategieën
Oprichtingsdatum	<1990 (ref.)	–	–
	1990-1999	6,039	0,665
	2000-2009	39,707 **	5,463
	2010-2019	15,160	0,201
Low-budget club	Nee (ref.)	–	–
	Ja	0,048	7,079
Bedrijfs grootte	Klein (<200) (ref.)	–	–
	Middelgroot (200 – 499)	5,164	115,967 **
	Groot (>499)	15,377	196,785 ***
Keten	Nee (ref.)	–	–
	Ja	0,239	2,571
Type aanbod	Omnivoor (ref.)	–	–
	Cardio, kracht & groepslessen	0,855	0,351
	Onbepaald	0,588	0,924
	Enkel groepslessen	0,335	0,231
	Andere	8,881	11,905
Gemeentetype	Centrumgemeente (ref.)	–	–
	Agglomeratiegemeente	–	0,016
	Gemeente met concentratie aan economische activiteit	–	0,336
	Landelijke gemeente	–	0,669
	Woongemeente	–	1,668
Pseudo Nagelkerke R ² Noot: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.01$ Bron: Borgers & Scheerder (2017b); Cokelaere (2017)		0,561	0,586

Communicatie

- Bijna 84% van de fitnesscentra in de huidige steekproef maakt gebruik van technologie om de communicatie en/of de begeleiding toegankelijker te maken voor de leden. De volgende kanalen blijken hiervoor het populairst (Figuur 74):
 - Sociale media zoals Facebook, Instagram en Twitter worden door 36% van de fitnesscentra gebruik i.f.v. de communicatie met klanten.
 - De vooruitgang van leden en hun trainingsschema wordt in 17,5% van de fitnesscentra bijgehouden op basis van smartphone applicaties, in 15% van de gevallen doet men dit via een website.
 - 15% van de fitnesscentra gebruikt draagbare technologie zoals fitness trackers, smart watches, hartslagmeters of GPS trackers om het trainingsproces en eventueel de communicatie tussen begeleider en klant te ondersteunen.
- Verderop zoomen we in op het gebruik van sociale media door fitnesscentra op basis van de studie van Corthouts & Denys (2017).

Figuur 74. Aandeel fitnesscentra dat al dan niet gebruik maakt van technologie om de communicatie en/of de begeleiding richting klanten toegankelijker te maken (n=43), percentages



Gebruik van sociale media (1/5)

- Op basis van de studie van Corthouts & Denys (2017) wordt een meer gedetailleerd beeld gegeven van het gebruik van sociale media door fitnesscentra. Voor deze studie werden 118 fitnesscentra geselecteerd uit eerder onderzoek van Scheerder et al. (2010). Deze fitnesscentra vormen een representatieve steekproef wat betreft geografische spreiding, het socio-economische profiel van de gemeente waarin ze gelegen zijn en hun activiteitsaanbod. Voor alle fitnesscentra werden gegevens over hun sociaal mediagebruik verzameld door middel van een grondige inhoudsanalyse van hun sociale netwerksites, met specifieke aandacht voor Facebook. Er werd ondermeer gekeken of een fitnesscentrum actief was op Facebook, hoeveel 'likes' hun pagina en posts telde en welke kenmerken deze posts hadden (lay-out en inhoud). De dataverzameling vond plaats in november 2016.
- In de volgende slides worden achtereenvolgens resultaten gepresenteerd van de analyse met betrekking tot (i) **het aantal fitnesscentra dat specifieke vormen van sociale media gebruikt** (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) en de vergelijking van proporties ten opzichte van andere sportorganisaties en (ii) de **populariteit van sociale media posts en pagina's** van fitnesscentra ten opzichte van andere sportorganisaties.

Gebruik van sociale media (2/5)

- Tabel 22 geeft de descriptieve resultaten weer van de drie geobserveerde sportorganisaties, waaronder de fitnesscentra, met betrekking tot hun gebruik van sociale media. Daarnaast is voor elke variabele een chi-kwadraat test uitgevoerd om na te gaan of de proporties van de drie organisaties significant verschillen van elkaar.
- 76,7% van de fitnesscentra beschikken over een Facebook-pagina, wat een beduidend lager aandeel is ten opzichte van sportfederaties en gemeentelijke sportdiensten. Daarentegen maakt slechts 14,4% van de fitnesscentra gebruik van Twitter, wat eveneens beduidend lager is dan in de andere sportorganisaties. Voor LinkedIn en Instagram liggen de proporties dicht bij die van de sportfederaties.
- In totaal werden er door de fitnesscentra 663 posts geplaatst. Met betrekking kenmerken van de posts onderscheiden we twee variabelen: layout en content (=inhoud). Fitnesscentra maken het meest gebruik van foto's als layout (Tabel 23). Voor inhoud zien we dat FC vooral feel-good posts posten op hun pagina. Dit zijn posten die bedoeld zijn om gebruikers blij te maken (bv. Grappige video's, bedank richting vrijwilligers/leden, leuzen,...). Daarnaast verspreiden ze ook veel posts met algemene informatie (uur van training,...) en sfeerfoto's –en video's (foto's of video's van een afgelopen eigen evenement/training).

Gebruik van sociale media (3/5)

Tabel 22. Verdeling van organisaties die al dan niet gebruik maken van verschillende vormen van sociale media, in sportfederaties, gemeentelijke sportdiensten en fitnesscentra, frequenties in absolute aantallen en percentages in functie van aantal organisaties

Organisatorische kenmerken	Sportfederaties (N=82)		Gemeentelijke sportdiensten (N=154)		Fitnesscentra (N=118)		Sign.
	Frequentie	Percentage (%)	Frequentie	Percentage (%)	Frequentie	Percentage (%)	
Facebook							**
Ja	72	87,8%	133	86,4%	87	76,7%	
Neen	10	12,2%	21	13,6%	31	26,3%	
Type Facebook pagina							***
Geen pagina	10	12,2%	21	13,6%	31	26,3%	
Specifieke pagina	69	84,1%	68	44,2%	79	67,0%	
Algemene pagina	0	0%	57	37,0%	2	1,7%	
Groep	3	3,7%	6	3,9%	3	2,5%	
Persoon	0	0%	2	1,3%	3	2,5%	
Twitter							***
Ja	39	47,6%	123	79,9%	17	14,4%	
Neen	43	52,4%	31	20,1%	101	85,6%	
LinkedIn							
Ja	15	18,3%	45	29,2%	23	19,5%	
Neen	67	81,7%	109	70,8%	95	80,5%	
Instagram							***
Ja	9	11,0%	53	34,4%	18	15,3%	
Neen	73	89,0%	101	65,6%	100	84,7%	

Noot: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

Bron: Corthouts & Denys (2017)

Gebruik van sociale media (4/5)

Tabel 23. Verdeling van kenmerken van Facebook posts bij organisaties die gebruik maken van Facebook, in sportfederaties, gemeentelijke sportdiensten en fitnesscentra, frequenties in absolute aantallen en percentages in functie van aantal posts

Kenmerken van Facebook posts	Posts door sportfederaties (N=1491)		Posts door gemeentelijke sportdiensten (N=534)		Posts door fitnesscentra (N=663)		Sign.
	Frequentie	Percentage (%)	Frequentie	Percentage (%)	Frequentie	Percentage (%)	
Layout							***
Geschreven tekst	161	10,8%	38	7,1%	34	5,1%	
Foto	456	30,5%	251	47,0%	343	51,7%	
Video	54	3,6%	24	4,5%	42	6,3%	
Gedeelde post	240	16,1%	131	24,5%	135	20,5%	
Link	580	38,9%	90	16,9%	109	16,4%	
Content							***
Sfeerfotos/-videos	287	19,2%	167	31,3%	108	16,3%	
Promoties	44	3,0%	5	0,9%	40	6,0%	
Innovaties/vernieuwingen	70	4,7%	52	9,7%	28	4,2%	
Nieuws	88	6,0%	25	4,7%	8	1,2%	
Topsport	421	28,2%	4	0,7%	0	0%	
Algemene informatie	399	26,7%	219	41,0%	185	27,9%	
Sponsoring/advertenties	16	1,1%	4	0,7%	11	1,7%	
Feel-good	127	8,5%	31	5,8%	253	38,1%	
Extrasportieve evenementen	39	2,6%	26	4,9%	30	4,6%	
Check-in posts	0	0%	1	0,2%	0	0%	
Total	1491	100%	534	100%	663	100%	

Noot: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.01$

Bron: Corthouts & Denys (2017)

Gebruik van sociale media (5/5)

- In Tabel 24 worden de variabelen *Page Popularity* en *Post Popularity* aan de hand van een Kruskal-Wallis test voor de drie sectoren met elkaar vergeleken. **Page Popularity** of pagina-populariteit werd gemeten aan de hand van het aantal likes dat er na een maand bijkwam op de Facebookpagina van een organisatie. **Post Popularity** geeft weer hoeveel likes een organisatie gemiddeld op haar post heeft gekregen. Uit de tabel blijkt dat sportfederaties zowel de hoogste Page Populariteit als de hoogste Post Populariteit creëren. Het verschil ten opzichte van sportdiensten en fitnesscentra is statistisch significant. Hoewel niet significant verschillend, blijken de fitnesscentra over het algemeen iets beter te scoren dan sportdiensten.

Tabel 24. Vergelijking van de Page Popularity en de Post Popularity tussen sportfederaties, gemeentelijke sportdiensten en fitnesscentra o.b.v. de Kruskal-Wallis test, absolute aantallen en rangwaardes

Variabele	Page Popularity		Post Popularity	
	N	Mean Rank	N	Mean Rank
Sector				
Sportfederaties	72	181,72 ^{a,b}	1491	1463,59 ^{c,d}
Gemeentelijke sportdiensten	133	132,02 ^a	534	1143,45 ^c
Fitnesscentra	87	139,48 ^b	663	1238,61 ^d

a, b, c, d. Mean Rank difference between the sub-variables of the variable is significant for the same letter at the 0.05 level (2-tailed). Both Page Popularity and Post Popularity are significant at level $p < .001$

Gezond en ethisch verantwoord sporten

- Om inzicht te geven in het belang dat fitnesscentra hechten aan medisch en ethisch verantwoord sporten, wordt enerzijds in kaart gebracht hoeveel fitnesscentra het *antidoping charter 2015-2016 van NADO Vlaanderen* ondertekend hebben, en anderzijds wat hun houding is ten aanzien van de stellingen met betrekking tot het dopingbeleid in fitnesscentra en de nood aan de voorziening van een persoonlijke sportongevallenverzekering in fitnesscentra. Voor de analyse betreffende het ondertekenen van het antidopingcharter baseerden we ons op informatie beschikbaar in het fitnesscentra-bestand van Fitness.be (n=711). De houdingen ten aanzien van stellingen werden bevraagd in het kader van het VFP2.0.
- Met betrekking tot het **voeren van een antidopingbeleid** kan het volgende geconcludeerd worden (Tabel 25):
 - Slechts 19% van de fitnesscentra ondertekenden anno 2015 het antidopingcharter;
 - Er blijkt een significant verband tussen het ondertekenen van het antidopingcharter en het type aanbod van een fitnesscentrum: in fitnesscentra die geen duidelijk aanbod vooropstellen wordt het antidopingcharter beduidend vaker ondertekend dan in fitnesscentra die een aanbod hebben voor kracht-, cardio- en groepstraining. Slechts 6% van de fitnesscentra die uitsluitend groepslessen aanbieden ondertekenden het antidopingcharter.
 - De meerderheid van fitnessuitbaters (91,2%) is ervan overtuigd dat het voeren van een antidopingbeleid geen impact heeft op de leden van fitnesscentra. De gemiddelde score op deze stelling (1,5/5) toont aan dat hier weinig belang aan gehecht wordt.
- Betreffende het voorzien van een persoonlijke sportongevallenverzekering wordt vastgesteld dat meer dan de helft van de fitnessuitbaters (57,7%) hier een nood toe voelt (Tabel 26). Gemiddeld wordt deze stelling beoordeeld met een score van 3,5 op 5. Toch valt op dat 20% van de respondenten dit niet belangrijk acht.

Tabel 25. Aantal fitnesscentra dat NADO antidopingcharter 2015/2016 ondertekend heeft (anno 2015), naar gemeentetype en type aanbod (n=711), percentages

		Antidopingcharter ondertekend	
Gemeentetype	Agglomeratiegemeenten	17,9	NS
	Centrumgemeenten	18,8	
	Gemeenten met concentratie van economische activiteit	30,4	
	Landelijke gemeenten	14,3	
	Toeristische gemeenten	12,5	
	Woongemeenten	17,6	
Type aanbod	Enkel groepslessen	5,7	***
	Enkel cardio en kracht	15,4	
	Cardio, kracht en groepslessen	10,4	
	Omnivoren	22,7	
	Andere	19,6	
	Onbepaald	38,1	
Totaal		19,0	

Achtergrond

Door het ondertekenen van het antidopingcharter neemt men als fitnesscentrum een duidelijk standpunt en engagement in tegen dopinggebruik en voor een gezonde sportbeoefening. Met dit charter verbinden Fitness.be en haar leden zich ertoe om dopingmisbruik te bestrijden en daarvoor samen te werken met NADO Vlaanderen en andere overheidsinstanties.

Voor meer info, zie: <http://www.dopinglijn.be/sporters-federaties-clubs/antidopingcharter-fitnessorganisaties/antidopingcharter-fitnessorganisaties/>

Noot: NS = Niet significant; * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.01$

Tabel 26. Verdeling van scores en gemiddelde scores (schaal 1-5) voor verschillende stellingen betreffende gezond en ethisch sporten in fitnesscentra (n=36), percentages

	Helemaal niet akkoord	Niet akkoord	Noch akkoord, noch niet akkoord	Akkoord	Helemaal akkoord	Gemiddelde (score op 5)
Dopingcontroles hebben impact op mijn klanten-/ledenbestand (n=34)	64,7	26,5	5,9	-	2,9	1,50
Fitnesscentra zouden een persoonlijke sportongevallen verzekering moeten aanbieden (n=45)	13,3	6,7	22,2	33,3	24,4	3,49

Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector (1/7)

Samenwerking tussen fitnesscentra onderling

- Uit stellingen met betrekking tot samenwerking merken we op dat de nood of de bereidheid tot samenwerking tussen fitnesscentra onderling eerder laag is. Zo wordt er een gemiddelde score van 2,56 op 5 waargenomen op de stelling dat het fitnesscentrum vragen partij is voor een samenwerkingsverband tussen meerdere fitnesscentra (Tabel 27). Meer dan de helft van de respondenten is het niet eens met deze stelling. Wel merken we op dat het aandeel respondenten dat niet akkoord is met deze stelling licht gedaald is ten opzichte van 2009 (Scheerder et al., 2011).
- Figuur 75 toont aan dat ongeveer 11% van de fitnesscentra uit het VFP2.0 samenwerkt met andere fitnesscentra. Dit aandeel ligt beduidend lager dan in de eerste wave van het VFP (21,7%).
- Fitnesscentra die onderling samenwerken doen dit voornamelijk voor het uitwisselen van ervaringen (11,1%) of in functie van de inzet van trainers en begeleiders (5,6%) (Figuur 80).

Samenwerking tussen fitnesscentra en scholen

- Een samenwerking met scholen is de meest voorkomende vorm van samenwerking in de fitnesssector: 54% van de fitnesssector geeft aan met een school samen te werken. Dit aandeel ligt evenwel iets lager dan in 2009 (Figuur 75).
- De samenwerking tussen fitnesscentra en scholen is vaak gericht op het ter beschikking stellen van sportinfrastructuur (37,8%), op de organisatie van een jaarlijkse (school)sportdag (32,4%) en op ledenwerving (29,7%) (Figuur 76).

Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector (2/7)

Samenwerking tussen fitnesscentra en gemeentelijke sportdiensten

- Ongeveer 46% van de fitnessuitbaters vindt dat er een goede samenwerking is met de gemeentelijke sportdienst. Opvallend is dat een derde van de respondenten neutraal antwoordde op deze stelling (Tabel 27). 40% van de fitnesscentra heeft een samenwerkingsverband met een sportdienst. Dit aandeel is vergelijkbaar met het aandeel in 2009 (Figuur 75).
- De samenwerkingsverbanden tussen fitnesscentra en sportdiensten zijn, vanuit het perspectief van de fitnesscentra, voornamelijk gericht op het opzetten van gezamenlijke activiteiten (20%), het opzetten van sportkampen via de sportdienst (14.3%) en de promotie van het fitnesscentrum in de gemeente (11,4%) (Figuur 77).
- Op grotere schaal blijkt er echter weinig tevredenheid over de samenwerking met de overheidssector. Zo vindt slechts 6% dat de Vlaamse overheid voldoende doet om de sportsector te ondersteunen. 66% van de fitnessuitbaters is het niet eens met deze stelling (Tabel 27). Deze resultaten liggen in lijn met resultaten van het VFP1.0.

Samenwerking tussen fitnesscentra en bedrijven

- Een gelijkaardig aandeel van de fitnesscentra (39%) werkt samen met bedrijven. Deze vormen van samenwerking zijn vooral gericht op het ter beschikking stellen van infrastructuur voor bedrijfssport (19,4%) en op het geven van kortingen aan personeelsleden om sport via het werk te promoten (Figuur 78).

Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector (3/7)

Samenwerking tussen fitnesscentra en sportclubs

- Ongeveer de helft (49%) van de fitnessuitbaters vindt dat er voldoende mogelijkheden tot samenwerking met sportclubs in de buurt zijn (Tabel 27), toch geeft slechts 30% aan een samenwerkingsverband met sportclubs te realiseren (Figuur 79). Het aantal samenwerkingsverbanden met sportclubs is sterk gedaald ten opzichte van 2009 (51,7%). Ongeveer een vijfde vindt dat er een tekort is aan mogelijkheden voor samenwerking met sportclubs.
- Samenwerkingsverbanden met clubs zijn voornamelijk gericht op de ondersteuning van clubsporters door het aanbieden van voordelige lidmaatschapsformules, het ter beschikking stellen van infrastructuur en de professionele begeleiding van clubsporters door fitnessbegeleiders (bv. conditietraining, krachttraining, stabilisatie, etc.).

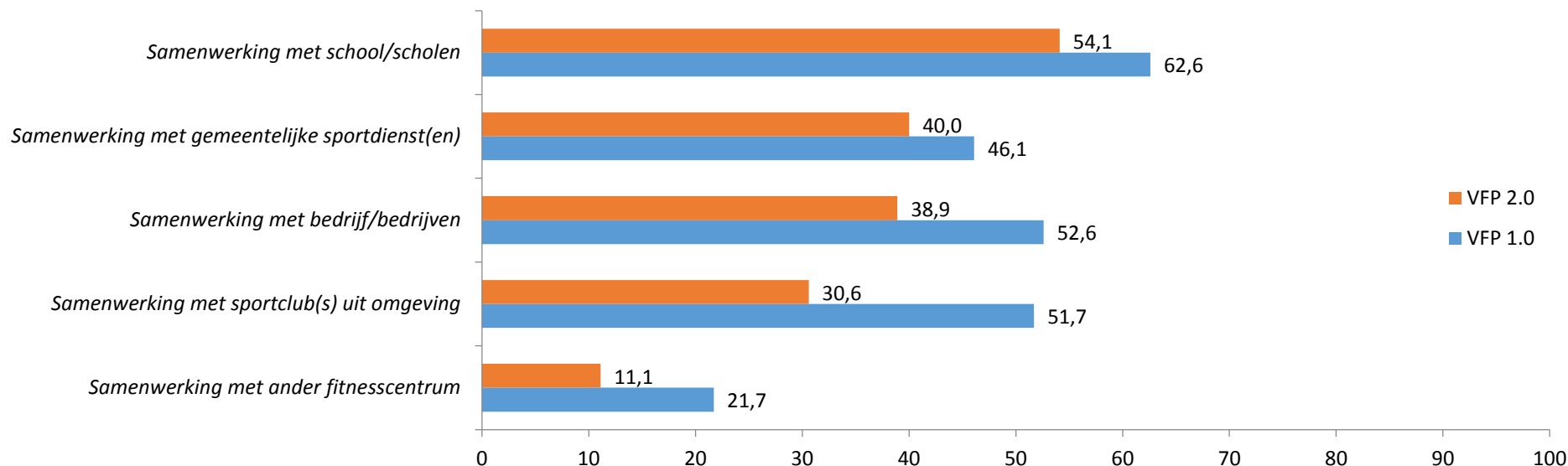
Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector (4/7)

Tabel 27. Verdeling van scores en gemiddelde scores (schaal 1-5) voor verschillende stellingen betreffende interorganisationele samenwerking tussen fitnesscentra en andere sportaanbieders in Vlaanderen (n=36)

	Helemaal niet akkoord	Niet akkoord	Noch akkoord, noch niet akkoord	Akkoord	Helemaal akkoord	Gemiddelde (score op 5)
Het fitnesscentrum is vragende partij om samenwerkingsakkoorden op te zetten met andere fitnesscentra (n=36)	16,7	36,1	30,6	8,3	8,3	2,56
De Vlaamse overheid doet voldoende om de fitnesssector te ondersteunen (n=35)	25,7	40	28,6	2,9	2,9	2,17
Het fitnesscentrum heeft voldoende mogelijkheden om een samenwerking op te zetten met sportclubs in de buurt (n=35)	5,7	17,1	28,6	40,0	8,6	3,29
Het fitnesscentrum heeft een goede samenwerking met de gemeentelijke sportdienst (n=35)	5,7	14,3	34,3	37,1	8,6	3,29

Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector (5/7)

Figuur 75. Percentage fitnesscentra dat samenwerkt met andere organisaties, meerdere antwoorden per fitnesscentrum mogelijk, vergelijking tussen VFP1.0 (anno 2009; n=104) en VFP2.0 (anno 2016; n=36), percentages per meetpunt

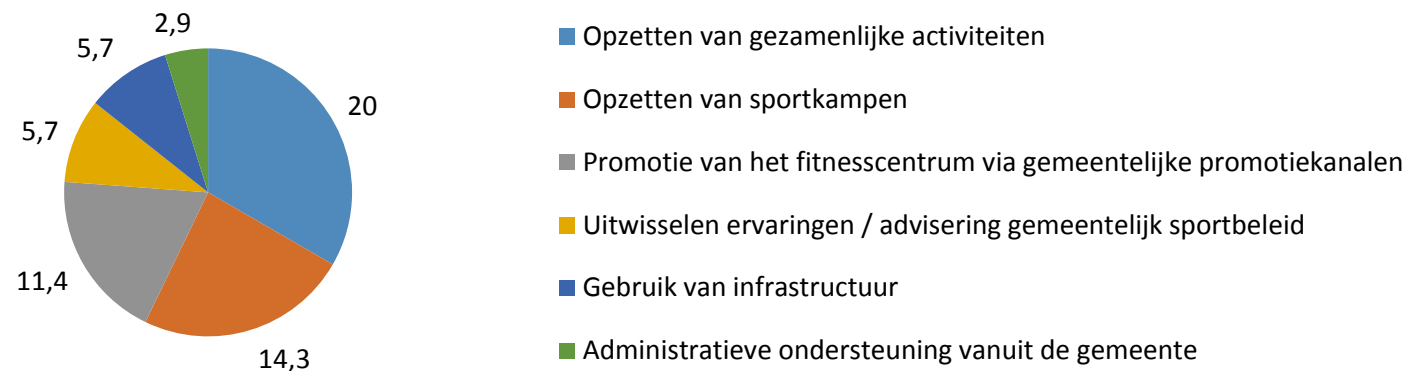


Figuur 76. Motieven voor samenwerking tussen fitnesscentra en scholen, anno 2016 (n= 37), percentages

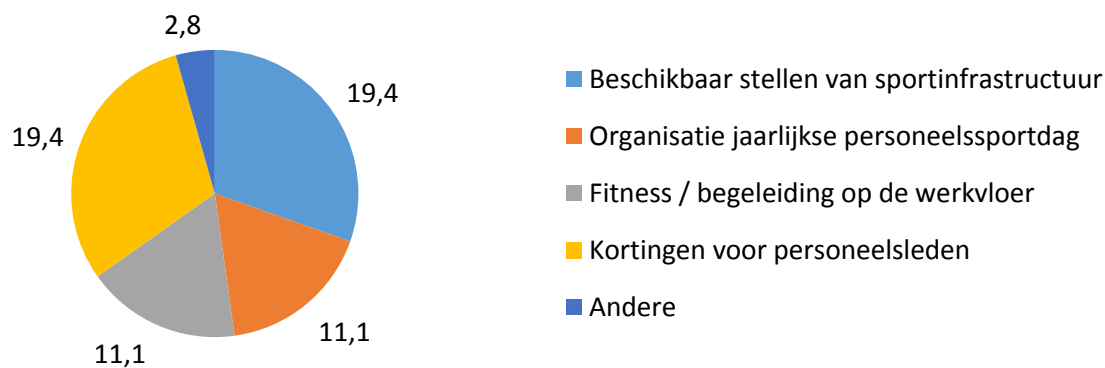


Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector (6/7)

Figuur 77. Motieven voor samenwerking tussen fitnesscentra en gemeentelijke sportdienst(en), anno 2016 (n= 35), percentages



Figuur 78. Motieven voor samenwerking tussen fitnesscentra en bedrijven (n= 36), anno 2016, percentages

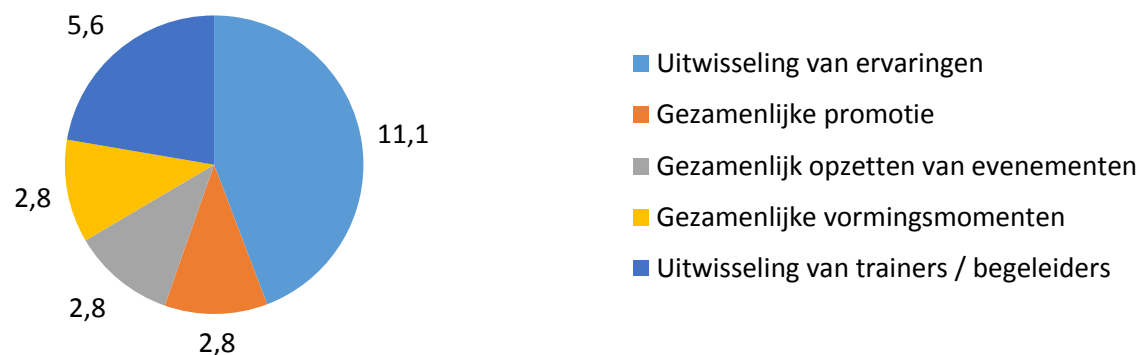


Interorganisationele samenwerking in de fitnesssector (7/7)

Figuur 79. Motieven voor samenwerking tussen fitnesscentra en sportclubs, anno 2016 (n= 36), percentages



Figuur 80. Motieven voor samenwerking tussen fitnesscentra, anno 2016 (n= 36), percentages



Uitdagingen voor de fitnesssector (1/3)

- In de vragenlijst van het VFP2.0 werden een aantal stellingen betreffende uitdagingen gerelateerd aan trends in de fitnesssector, de werking van fitnesscentra en de concurrentie van andere sportaanbieders voor fitnesscentra naar voor geschoven. Respondenten beoordeelden deze stellingen op een schaal van 1 (helemaal niet akkoord) t.e.m. 5 (helemaal akkoord). De gemiddelde scores per stelling zijn weergegeven in Tabel 28.
- Over het algemeen wordt vastgesteld dat uitbaters van fitnesscentra een hoge score toekennen aan stellingen die betrekking hebben op **concurrentie in het fitnesslandschap** (geel gemarkeerd). Voornamelijk de concurrentie van andere fitnesscentra wordt hierin opgemerkt, meer bepaald de toenemende mate van concurrentie door *low-budget* clubs. Uit hogervermelde resultaten bleek reeds dat ongeveer een vijfde van de deelnemende fitnesscentra als een low-budget club beschouwd kan worden. In de volledige steekproef wordt een hoge gemiddelde score van 4,17 op 5 vastgesteld, wat impliceert dat heel wat fitnessuitbaters deze low-budget clubs als een sterke vorm van concurrentie beschouwen. De concurrentie van andere fitnesscentra in het algemeen wordt iets lager ingeschat, maar is met een gemiddelde score van 3,69 op 5 nog steeds vrij hoog. Heel wat uitbaters vinden bovendien dat er teveel fitnesscentra zijn in Vlaanderen. Uit eerdere analyses bleek ook reeds dat fitnesscentra onderling slechts weinig samenwerken. De concurrentie van andere sportorganisaties, zoals sportclubs en gemeentelijke sportdiensten, wordt lager ingeschat dan die van andere fitnesscentra, doch blijft het gemiddelde vrij hoog (3,40 op 5).

Uitdagingen voor de fitnesssector (2/3)

- Uit stellingen die betrekking hebben op **trends in de fitnesssector** en de noodzaak om hierop in te spelen (oranje gemarkeerd), blijkt over het algemeen dat uitbaters van fitnesscentra verkiezen om zich op een kernaanbod te richten in plaats van het aanbod voortdurend aan te passen in functie van nieuwe evoluties. Er wordt wel in sterke mate akkoord gegaan met de stelling dat fitnesscentra gedwongen zijn om in te spelen op evoluties in de fitnesssector (3,67 op 5), maar er heerst in sterke mate de gedachte dat men zich best richt op enkele kernactiviteiten dan in te spelen op allerlei evoluties in de fitnessmarkt (4,00 op 5) en dat men zich best richt op een bepaalde niche dan op een totaalaanbod (3,62/5). Desalniettemin is er geen algemene consensus over het feit dat investeringen in de vernieuwing van het materiaal en het activiteitenaanbod niet zouden renderen omdat nieuwe trends elkaar te snel opvolgen. De gemiddelde score op deze stelling is 2,87 op 5.
- Daarnaast werden er een aantal stellingen geponeerd met betrekking tot de **werking van fitnesscentra**. Over het algemeen blijken veel uitbaters akkoord te zijn met de stelling dat er meer toekomst zit in kleine dan in grote fitnesscentra (3,20 op 5). We merken hierbij op dat de meerderheid van de fitnesscentra in deze steekproef als klein tot middelmatig beschouwd kan worden, zowel op basis van omvang (m²) als op basis van het aantal leden. De resultaten moeten daarom met de nodige voorzichtigheid geïnterpreteerd worden. Uit de stellingen blijkt voorts dat fitnesscentra weinig problemen ondervinden om uit te breiden of hun aanbod te verbreden, aangezien de gemiddelde scores op stellingen die betrekkingen hebben op de (infrastructurele) capaciteit van fitnesscentra eerder laag liggen.

Uitdagingen voor de fitnesssector (3/3)

Tabel 28. Gemiddelde scores (schaal 1-5) op stellingen betreffende uitdagingen gerelateerd aan trends in de fitnesssector, de werking van fitnesscentra en de concurrentie van andere sportaanbieders voor fitnesscentra in Vlaanderen, aantal respondenten per stelling is weergegeven in tabel

Stellingen m.b.t. trends en concurrentie	Gemiddelde (score op 5)
Er is een stijgende concurrentie in het fitnesslandschap door de opkomst van zogenaamde 'low-budget' fitnesscentra (n=46)	4,17
Het is beter om je als fitnesscentrum te focussen op enkele kernactiviteiten dan in te spelen op allerlei evoluties in de fitnessmarkt (n=46)	4,00
Het fitnesscentrum heeft concurrentie van andere fitnesscentra (n=35)	3,69
Fitnesscentra zijn gedwongen om in te spelen op nieuwe evoluties in het fitnesslandschap (n=46)	3,67
Kleinere fitnessondernemers moeten zich richten op een niche binnen de markt i.p.v. op een totaalaanbod (n=45)	3,62
Als fitnesscentrum ondervinden we concurrentie van sportclubs en gemeentelijke sportvoorzieningen in onze buurt (n=35)	3,40
Sportclubs met vzw-structuur vormen concurrentie voor fitnesscentra (geen btw, geen belastingen, geen personeel,...) (n=46)	3,39
Er zijn te veel fitnesscentra in Vlaanderen (n=44)	3,23
Er zit meer toekomst in kleinere fitnesscentra (<800 klanten/leden) dan in grotere fitnesscentra (>800 klanten/leden) (n=44)	3,20
Het fitnesscentrum zou graag uitbreiden maar heeft te kampen met een plaatsgebrek (n=45)	2,89
Investerings in vernieuwing van het materiaal en het activiteiten aanbod renderen vrijwel niet omdat nieuwe trends elkaar veel te snel opvolgen (n=45)	2,87
De fitnesssector zit momenteel aan het maximum van haar mogelijkheden (n=45)	2,40
Het fitnesscentrum stemt haar aanbod af op dat van haar concurrenten (n=45)	2,38

BESLUIT

- In deze studie werd de fitnesssector in Vlaanderen bestudeerd vanuit verschillende invalshoeken. Hierbij werd meer specifiek ingezoomd op de volgende aspecten:
 - **Fitnessparticipatie in Vlaanderen:** de populariteit van fitness, het profiel van fitnessparticipanten en de positie van fitness in de sociale statuspiramide
 - **De omvang van de Vlaamse fitnessindustrie:** evolutie van het aantal ondernemingen, de tewerkstelling en de omzet in het fitnessindustrie, met een focus op de exploitatie van fitnesscentra als economische activiteit
 - **Geografische spreiding van fitnesscentra:** cartografische presentatie van het aantal fitnesscentra per gemeente, in absolute aantallen, per inwoner en per vierkante kilometer (aantallen gebaseerd op fitnesscentra-bestand Fitness.be)
 - **Structuur en werking van fitnesscentra:** presentatie van resultaten uit het VFP met betrekking tot structuur (oprichtingsjaar, identiteit, bedrijfsprofiel, bedrijfsgrootte, personeelsbestand) en werking (aanbod van faciliteiten en diensten, doelgroepen, ledenbereik en –verloop, klantenwerving en –retentie, communicatie, gezond en ethisch verantwoord sporten, interorganisatiele samenwerking in de fitnesssector, uitdagingen voor de fitnesssector)
- In de volgende slides worden de belangrijkste conclusies en hieraan gerelateerde implicaties voor het beleid van fitnesscentra weergegeven. Vervolgens worden enkele suggesties voor verder onderzoek opgesteld.

Conclusies en implicaties (1/6)

Populariteit van fitness blijft stijgen, zowel op het niveau van vraag als van aanbod

- Er wordt een continue stijging in de deelname aan fitness vastgesteld sinds 1989. Anno 2014 deed ongeveer 16% van de Vlamingen aan fitness. Op basis van de meest recente metingen wordt verwacht dat fitness ook in de komende jaren nog aan populariteit zal winnen.
- Het aanbod van fitnesscentra stijgt gradueel sinds de jaren tachtig. Anno 2015 is sprake van 711 fitnesscentra in Vlaanderen. Volgens administratieve gegevens van de ADS waren er in dit jaar 499 ondernemingen met als hoofdactiviteit de exploitatie van fitnesscentra geregistreerd in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De verschillen tussen deze cijfers worden verklaard doordat er in het fitnesscentra-bestand van Fitness.be ook personal coaches geregistreerd staan. De databank van de ADS omvat bovendien uitsluitend gegevens over beursgenoteerde ondernemingen.

Fitness voornamelijk populair bij vrouwen

- Vrouwelijke sporters zijn sterker vertegenwoordigd in fitnesscentra dan mannen; ongeveer een kwart van de fitnesscentra zet in op een beleid gericht op vrouwen. Sommige fitnesscentra richten zich uitsluitend op vrouwen.

Fitness voornamelijk populair bij jongvolwassenen, groeimarge voor fitnessparticipatie bij adolescenten en senioren

- De meerderheid van de fitnessparticipanten bevindt zich in de leeftijdscategorie van 19 tot en met 54 jaar. Ongeveer een kwart van de fitnesscentra richt zich specifiek op senioren als niche. Er zijn slechts weinig fitnesscentra die inzetten op een specifiek beleid gericht op kinderen en jongeren. Door sterker in te zetten op doelgroepen in functie van leeftijd wordt verwacht dat een groeimarge bij adolescenten en 55-plussers benut kan worden.

Conclusies en implicaties (2/6)

Lager opgeleiden kiezen eerder voor fitnesscentra dan voor sportclubs

- Fitnesscentra trekken in sterkere mate lager opgeleide sporters aan dan sportclubs. Dit impliceert dat de setting van een fitnesscentrum mogelijk toegankelijker is voor deze doelgroep dan een sportclub. Naar inkomen wordt er evenwel geen significant verschil vastgesteld.

Fitness voornamelijk populair in stedelijke gebieden

- Mensen die een stedelijk gebied wonen doen eerder aan sport in een fitnesscentrum dan in een sportclub in vergelijking met inwoners van landelijke gebieden. De hoogste concentratie aan fitnesscentra wordt eveneens teruggevonden in de omgeving van centrumsteden. Aangezien de verplaatsingsbereidheid voor fitnesscentra eerder laag is, kan verwacht worden dat mensen in steden voor fitness kiezen omdat fitnesscentra in de nabije omgeving gelegen zijn. Over de oorzakelijkheid van het verband kunnen echter geen conclusies geformuleerd worden: doet men meer aan fitness in steden omdat er meer fitnesscentra zijn, of wonen er in steden meer mensen die beantwoorden aan het profiel van de fitnessparticipant (jongvolwassenen, vrouwen, lager opgeleiden, etc.)?

Fitness toegankelijk voor vroegere niet-sporters

- Mensen die tijdens hun adolescentie inactief waren of buiten een club aan sport deden, zijn op latere leeftijd eerder geneigd om in een fitnesscentrum actief te zijn dan in een sportclub. Dit toont aan dat fitnesscentra mogelijk toegankelijker/laagdrempeliger zijn om te starten met sporten voor wie pas op latere leeftijd begint.

Conclusies en implicaties (3/6)

Fitness is een gemiddeld dure sport, maar sluit geen mensen uit op basis van inkomen

- Lidmaatschapsgeld is de grootste uitgavenpost voor fitnessparticipanten. Het aandeel van het lidmaatschapsgeld ligt voor fitness hoger dan het geval is voor andere sporttakken. Er is geen significant verschil tussen deelnemers in sportclubs en fitnesscentra wat betreft het inkomen, maar een tendens wordt waargenomen dat sporters die moeilijk financieel rondkomen eerder in een fitnesscentra dan elders actief zijn (zie ook Borgers et al., 2016).

Fitnesscentra voor iedereen bereikbaar binnen straat van 9 km, behalve in Westhoek

- Fitnesscentra liggen geografische relatief gelijk verspreid over Vlaanderen, behalve in de Westhoek is er een duidelijke ondervertegenwoordiging. De meeste fitnesscentra liggen in of rond centrumsteden.
- Kijken we naar het bereik van fitnesscentra op basis van de gemiddelde verplaatsing (6 km), zijn er heel wat blinde vlekken waarin niet alle burgers binnen deze straal toegang hebben tot een fitnesscentrum. Houden we rekening met de verplaatsingsbereidheid van 9 km, zou wel bijna iedereen in Vlaanderen binnen een straal van 9km toegang tot een fitnesscentrum, behalve eveneens in de Westhoek.

Stijging in het aantal fitnesscentra wordt voornamelijk toegeschreven aan de opkomst van kleine fitnesscentra

- In vergelijking met het vorige meetpunt van het VFP anno 2009, valt op dat een groter aandeel van de fitnesscentra die anno 2016 bevraagd werden klein zijn in omvang en qua ledenbestand. Een toename in het aantal fitnesscentra kan deels toegeschreven worden aan het aantal eenmanszaken (o.a. personal coaches).

Conclusies en implicaties (4/6)

Fitnesssector biedt mogelijkheden voor tewerkstelling aan mensen met verschillende achtergrond

- Uit gegevens van de ADS mag blijken dat de exploitatie van fitnesscentra voor een aanzienlijk aandeel bijdraagt aan de tewerkstelling in de sportindustrie in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De tewerkstelling in deze sector is tevens aanzienlijk gestegen tussen 2008 en 2015.
- Uit gegevens van het VFP blijkt dat werknemers met verschillende opleidingsniveaus tewerkgesteld zijn in fitnesscentra. Ongeveer 60% van de werknemers in de fitnesssector volgde een fitnessspecifieke opleiding. De meerderheid van de werknemers heeft Lichamelijke Opvoeding gestudeerd (universitair of niet-universitair), al behaalde ook 28% maximum een diploma hoger secundair onderwijs.
- Anno 2015 waren er iets meer mannen dan vrouwen tewerkgesteld in de fitnesssector, hoewel dit quasi gelijk verdeeld is. Anno 2009 lag de verhouding omgekeerd.

Relatief klein aandeel van de fitnesscentra zet in op doelgroepenbeleid gericht op mensen met beperking

- Een tiende van de fitnesscentra richt zich specifiek op mensen met een fysieke beperking; 8% op mensen met een mentale beperking.

Er wordt weinig belang gehecht aan het voeren van een antidopingbeleid in fitnesscentra

- Slechts een vijfde van de fitnesscentra ondertekende anno 2015 het NADO Antidopingcharter. Veel fitnesscentra geven aan dat het voeren van een antidopingbeleid slechts weinig impact heeft op het gedrag van leden in fitnesscentra. Hierdoor blijken er weinig initiatieven gericht op het voeren van een antidopingbeleid genomen te worden.

Conclusies en implicaties (5/6)

Meerderheid van fitnesscentra stelt daling in het ledenaantal vast

- Meer dan een derde van de fitnesscentra stelt een daling in het ledenaantal vast en merkt hierbij op dat er een groot verloop van leden is. Meer dan de helft van de uitbaters van fitnesscentra (57%) vindt dat er momenteel te weinig leden bij hun fitnesscentrum aangesloten zijn.

Meerderheid van de fitnesscentra voert een actief ledenwervings- en/of –retentiebeleid

- 79% van de fitnesscentra voert een actief wervings- en/of retentiebeleid om leden aan te trekken en/of te behouden. Bijna de helft van de fitnesscentra zet in op beide strategieën. Het zijn voornamelijk jongere fitnesscentra die inzetten op ledenwerving, en grotere fitnesscentra die inzetten op ledenretentie.
- De meest frequent gehanteerde strategieën voor ledenwerving zijn het versturen van emailadvertenties, flyers en het aanbieden van gratis proeflessen.
- De meest frequent gehanteerde strategie voor ledenretentie is het luisteren naar leden en het verhogen van hun gevoel van betrokkenheid via gesprekken of op basis van vragenlijsten.

Groeimarge inzake gebruik van sociale media in fitnesscentra

- De resultaten tonen aan dat fitnesscentra slechts beperkt gebruik maken van technologie in functie van hun communicatie naar (potentiële) klanten. De populariteit van posts ligt lager in fitnesscentra dan bij sportfederaties. Het is raadzaam om het potentieel van sociale media in functie van interne en externe communicatie en promotie meer te benutten.

Conclusies en implicaties (6/6)

Fitnesscentra zien nood om in te spelen op trends, maar willen focus op kernproduct bewaken

- Heel wat fitnesscentra geven aan dat er rekening gehouden moet worden met trends in de fitnesssector, maar verkiezen hier niet eindeloos in mee te gaan en de focus op hun kernproduct en/of een specifieke niche of doelgroep te bewaken. Over het rendement van investeringen in nieuwe producten en diensten als antwoord op trends is weinig consensus.

Fitnesscentra zien voldoende mogelijkheden voor samenwerking met andere organisaties, maar gaan hier niet actief naar op zoek

- De meerderheid van de fitnesscentra geeft aan dat er voldoende mogelijkheden tot samenwerking zijn, en dit voornamelijk met andere types sportorganisaties (gemeentelijke sportdiensten, sportclubs, scholen, bedrijven). Slechts een klein aandeel van de fitnesscentra gaat hier actief naar opzoek. Het doel van de samenwerkingsverband is meestal functioneel van aard, voor de fitnesscentra om leden te werven en voor de partners om gebruik te maken van de accommodatie en de faciliteiten van het fitnesscentrum.
- De meerderheid van de samenwerkingsverbanden vindt plaats met scholen, gevolgd door gemeentelijke sportdiensten en bedrijven.
- Slechts 5% van de fitnesscentra vindt dat de Vlaamse overheid voldoende doet om hen te ondersteunen.

Veel concurrentie van andere fitnesscentra, weinig samenwerking tussen fitnesscentra

- Slechts 11% van de fitnesscentra werkt samen met andere fitnesscentra.
- Uitbaters van fitnesscentra geven aan dat er in sterke mate concurrentie is van andere fitnesscentra en dat er teveel fitnesscentra zijn. Voornamelijk de toename van low-budget clubs wordt als een bedreiging voor de bestaande fitnesscentra gezien.
- Fitnesscentra worden in sterkere mate dan andere types sportorganisaties (sportclubs, sportdiensten) als concurrentie beschouwd.

Suggesties voor toekomstig onderzoek

Tijdens de dataverzameling, de analyses en de interpretatie van de resultaten uit deze studie stootten de onderzoekers op een aantal beperkingen van de huidige data en vragen die niet beantwoord konden worden op basis van de beschikbare gegevens. Daarom worden een aantal suggesties voor toekomstig onderzoek, zowel op het niveau van de vraag- als de aanbodzijde, voorgesteld.

■ Onderzoek naar fitnessparticipatie:

- Opvolging van trends in fitnessdeelname door continuering sportparticipatieonderzoek (PAS, SBV)
- Deelname aan fitness door mensen met een fysieke en/of mentale beperking
 - Hoeveel procent van de bevolking met een fysieke en/of mentale beperking doet aan sport, en meer specifiek aan fitness?
 - Hoeveel procent van de fitnessparticipanten heeft een fysieke en/of mentale beperking?
- Gebruik van prestatiebevorderende middelen/doping in de fitnesssector

■ Onderzoek naar het aanbod van fitness:

- Voor de methodologie wordt voorgesteld om te werken met online vragenlijsten voor een breder bereik (alle leden Fitness.be), een snellere datacollectie en een hogere respons. Op basis van de respons kan de representativiteit van de steekproef afgetoetst worden aan de hand van de matrix die een proportionele verhouding naar geografische ligging en type aanbod faciliteert.
- Meer diepgaand onderzoek naar doelgroepenbeleid in fitnesssector is gewenst (bv. gericht op mensen in armoede, lager opgeleiden, etc.).

REFERENTIELIJST

Referentielijst (1/2)

- Borgers, J., Pilgaard, M., Vanreusel, B., & Scheerder, J. (2016). Can we consider changes in sports participation as institutional change? A conceptual framework. *International Review for the Sociology of Sport*. DOI: 10.1177/1012690216639598.
- Borgers J., Scheerder J. (2016). De sportindustrie in Vlaanderen. *Praktijkids Sportmanagement*, V.3 Cases – Afl. 53/december 2016, Sch.1-Sch.22.
- Borgers, J. & Scheerder, J (2017a). Belgium. The rise and size of the sport industry. In: A. Laine & H. Vehmas (Eds.), *Private Sport Sector in Europe*. New York / Heidelberg / Dordrecht / Londen: Springer.
- Borgers, J., & Scheerder, J. (2017b). *Fitness participation for all? The contribution of a for-profit business to reaching policy objectives*. Oral presentation at the 14th Conference of the European Association for the Sociology of Sport (The values of sport: between tradition and (post)modernity). Czech Republic: Prague.
- Bureau Van Dijk (2016). *Bel-First. Financiële en economische informatie over bedrijven in België en Luxemburg*. Geraadpleegd op 28 juni 2016 via <http://www.bvdinfo.com/nl-be/our-products/company-information/national-products/Bel-First>.
- Cokelaere, S. (2017). *Klantenwerving en -retentie in fitnesscentra in Vlaanderen* (36p.). (Leuven: KU Leuven/Faculteit Bewegings- & Revalidatiewetenschappen; masterproef aangeboden tot het behalen van de graad van Master of Science in de Lichamelijke Opvoeding en de Bewegingswetenschappen). Promotor: Prof. dr. J. Scheerder; Copromotor: dr. J. Borgers.
- Corthouts, J., & Denys, A. (2017). *Like it or not? The differences and success factors of the profit sectors' social networking sites policy* (35 p.). (Leuven: KU Leuven/Faculty of Kinesiology & Rehabilitation Sciences; master thesis submitted for the degree of Master of Science in Physical Education & Kinesiology). Supervisor: Prof. dr. J. Scheerder; Co-supervisor: dr. E. Thibaut.
- IHRSA (2008). *The IHRSA Global Report 2008. The state of the health club industry*. Boston: IHRSA.
- Lievens, J., Siongers, J., & Waage, H. (2015). *Participatie in Vlaanderen. Basisgegevens en kerncijfers van de Participatiesurvey 2014*. Leuven: Acco.
- Lievens, J., Siongers, J., & Waage, H. (2015). *Participatie in Vlaanderen. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2014*. Leuven: Acco.
- Lievens, J., & Waage, H. (2011a). *Participatie in Vlaanderen 1. Basisgegevens van de participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco.
- Lievens, J., & Waage, H. (2011b). *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de participatiesurvey 2009*. Leuven: Acco.
- Scheerder, J., Borgers, J., & Willem, A. (2015a). Sportdeelname in Vlaanderen. Trends en profielen. In: J. Lievens, J. Siongers, & H. Waage (Eds.), *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2014* (pp. 209-249). Leuven/Den Haag: Acco.
- Scheerder, J., Borgers, J., & Willem, A. (2015b). Sportdeelname in Vlaanderen. De organisatorische context van sportbeoefening. In: J. Lievens, J. Siongers, & H. Waage (Eds.), *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2014* (pp. 251-281). Leuven/Den Haag: Acco.
- Scheerder J., Thibaut E., Willem A. (2015c). Sport als consumptiegoed. Uitgaven en verplaatsing(sbereidheid) inzake sportbeoefening. In: Lievens J., Siongers J., Waage H. (Eds.), *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2014* (pp. 361-383). Leuven/Den Haag: Acco.

Rerentielijst (2/2)

- Scheerder, J., Vandermeersch, H., Borgers, J., Thibaut, E., & Vos, S. (2013). Vlaanderen sport! Vier decennia sportbeleid en sportparticipatie (Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar Bewegen & Sport 5). Gent: Academia Press.
- Scheerder, J., Vos, S., Breesch, D., Lagae, W., & Van Hoecke, J. (2010b). *De fitnesssector in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Fitness Panel 2009 (VFP09)* (Beleid & Management in Sport 3). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.
- Scheerder, J., Vos, S., Pabian, S., De Martelaer, K., Lefevre, J., & Philippaerts, R. (2011). Actieve vrijetijdssport in Vlaanderen. Trends, profielen en settings. In: Lievens J., Waeghe H. (Eds.), *Participatie in Vlaanderen 2. Eerste analyses van de Participatiesurvey 2009*. Leuven/Den Haag: Acco Academic, 43-82.
- Staeland, P., Scheerder, J., Vanden Broucke, L., Claes, E., Hoekman, R. & van der Poel, H. (2017). *Naar een globaal sportinfrastructuurplan in Vlaanderen. Onderzoek naar behoeften inzake sportinfrastructuur, ontwikkelen van een strategische visie en aanreiken van beleidsaanbevelingen* (Beleid & Management in Sport Studies 31). Leuven/Brugge: KU Leuven – Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid/wes research & strategy.
- Staeland, P., Scheerder, J., Vanden Broucke, L., Claes, E., Hoekman, R. & van der Poel, H. (2017b). *Naar een globaal sportinfrastructuurplan in Vlaanderen. Kaartenboek over- en ondervertegenwoordiging* (Beleid & Management in Sport Studies 32). Leuven/Brugge: KU Leuven – Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid/wes research & strategy.
- Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen (2005). *Beroepencluster fitness en groepsfitness*. Brussel: SERV.
- Theeboom, M., Scheerder, J., Willem, A., Nols, Z., Wittock, H., De Martelaer, K., Clarys, P., De Bosscher, V., Borgers, J., Thibaut, E., Seghers, J., Lefevre, J., De Cocker, K., Haerens, L., De Bourdeaudhuij, I., Cardon, G., & Deforche, B. (2015). Sport en fysieke activiteit. In: Lievens J., Siongers J., Waeghe H. (Eds.), *Participatie in Vlaanderen 1. Basisgegevens van de Participatiesurvey 2014*. Leuven/Den Haag: Acco, 197-249.
- Statistics Belgium (2016). Evolutie van het aantal BTW-plichtige ondernemingen volgens activiteit. Geraadpleegd op 10 oktober 2016 via <http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/economie/ondernemingen/levensloop/histo/evolutie/#.WBbgMfNTGpo>.
- Taks, M., & Scheerder, J. (2006). Youth sports participation styles and market segmentation profiles: Evidence and applications. *European Sport Management Quarterly*, 6, 85–121.
- Van Bottenburg, M. (2006). Commercialisering van de sport. Potentieel of bedreiging?. In: M. Van Bottenburg, B. Vanreusel, P. Verweel & M. Teeuwen (eds.), *Inzichten vanaf de zijlijn. Wetenschappelijke coaching van het sportbeleid?* (pp. 19-35). The Hague: WRR.

OVER DE AUTEURS

Over de auteurs

Julie Borgers

Julie Borgers (PhD) studeerde lichamelijke opvoeding en bewegingswetenschappen (master sportmanagement) aan de KU Leuven. Ze werkte binnen de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid aan verschillende projecten rond sportparticipatie en de organisatie van vrijetijdssport (2011-2017), wat resulteerde in verscheidene wetenschappelijke en praktijkgerichte publicaties. Specifiek rond het thema van fitness werkte Julie aan een internationaal project gericht op trends en evoluties in de sportindustrie in Europa, en droeg zij bij aan de datacollectie en -verwerking in het kader van de Participatiesurvey en het Vlaamse Fitness Panel 2.0. Daarnaast heeft Julie ervaring met onderwijs in het domein van sportbeleid, sportmanagement en sportsociologie. Sinds januari 2018 is Julie werkzaam bij Tennis Vlaanderen en is zij algemeen manager bij International Tennis Academy (ITA).

Jeroen Scheerder

Jeroen Scheerder (PhD) studeerde antropologie, bewegingswetenschappen en marketing. Hij is hoogleraar sportbeleid en sportsociologie aan de Faculteit Bewegings- & Revalidatiewetenschappen van de KU Leuven en staat aan het hoofd van de Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid. Hij is de coördinator van de Afstudeerrichting Sportbeleid en Sportmanagement aan de KU Leuven en de promotor-coördinator van het Onderzoekplatform Sport. Zijn onderzoek focust op sportbestuur, sportcultuur en sportparticipatie vanuit een sociaalwetenschappelijk perspectief. Hij publiceert in internationale vaktijdschriften op het gebied van beleid, management en sociologie van sport en fysieke activiteit, is editor/auteur van boeken omtrent sportbestuur en sportparticipatie en is reekseditor van de BMS Studies (<http://faber.kuleuven.be/BMS/>), de MBS-publicaties en de SBS-publicaties (uitgegeven door LannooCampus/Academia Press). Hij doceert sportbeleid, sportmanagement, sportpolitiek, sportsociologie en vrijetijdsstudies. Daarnaast is Jeroen Scheerder gastdocent aan diverse universiteiten en hogescholen in binnen- en buitenland, en was hij gastprofessor sportsociologie aan de Faculteit Politieke & Sociale Wetenschappen van de Universiteit Gent (2005-2007). Van 2014 tot en met 2016 was hij voorzitter van de *European Association for Sociology of Sport* (EASS). Samen met collega's van het Mulier Instituut in Utrecht en de German Sport University in Keulen richtte hij respectievelijk de Europese onderzoeksnetwerken MEASURE en POLIS op. Daarin staat het crossnationaal onderzoek naar sportcultuur en sportparticipatie enerzijds en sportbeleid en sportpolitiek anderzijds centraal.

Sander Cokelaere

Sander Cokelaere studeerde lichamelijke opvoeding en bewegingswetenschappen (master sportmanagement) aan de KU Leuven. In het kader van zijn masterproef droeg hij bij aan de datacollectie en dataverwerking van het Vlaamse Fitness Panel 2.0.

REEDS VERSCHENEN BMS STUDIES

Gratis te downloaden via <http://faber.kuleuven.be/BMS/>

Reeds verschenen BMS Studies (1)

Nr. 1

Scheerder, J. & Vos, S., m.m.v. Pluym, K. (2009). *Sportbeleidsplanning in Vlaanderen. Een inhoudelijke en financiële analyse* (Beleid & Management in Sport Studies 1). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 2

Vos, S. & Scheerder, J. (2009). *'t Stad sport. Onderzoek naar de sportdeelname en sportbehoeften in de stad Antwerpen* (Beleid & Management in Sport Studies 2). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 3

Scheerder, J. & Vos, S., m.m.v. Breesch, D., Lagae, W. & Van Hoecke, J. (2010). *De fitnesssector in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Fitness Panel 2009 (VFP09)* (Beleid & Management in Sport Studies 3). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 4

Scheerder, J. & Vos, S., m.m.v. Breesch, D., Késenne, S., Van Hoecke, J. & Vanreusel, B. (2010). *Sportclubs in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Sportclub Panel 2009 (VSP09)* (Beleid & Management in Sport Studies 4). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 5

Scheerder, J., Breesch, D., Pabian, S. & Vos, S. (2010). *Balanceren in een grijze zone. Een verkennende studie van de semi-agorale arbeid in de sport* (Beleid & Management in Sport Studies 5). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 6

Vos, S. & Scheerder, J. (2011). *Opleidings- en competentiebeleid in de Vlaamse fitnesssector. Sleutel tot succes?* (Beleid & Management in Sport Studies 6). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 7

Scheerder, J. & Seghers, J. (2011). *Jongeren in beweging. Over bewegingsbeleid, sportparticipatie en fysieke activiteit bij schoolgaande jongeren in Vlaanderen* (Beleid & Management in Sport Studies 7). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 8

Scheerder, J., Thibaut, E., Pauwels, G., Vandermeerschen, H. & Vos, S. (2011). *Sport in clubverband (Deel 1). Een analyse van de clubgeorganiseerde sport in Vlaanderen* (Beleid & Management in Sport Studies 8). Leuven: KU Leuven/Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement.

Nr. 9

Scheerder, J., Thibaut, E., Pauwels, G., Vandermeerschen, H., Winand, M. & Vos, S. (2012). *Sport in clubverband (Deel 2). Uitdagingen voor de clubgeorganiseerde sport* (Beleid & Management in Sport Studies 9). Leuven: KU Leuven/Onderzoekscentrum voor Sportbeleid & Sportmanagement.

Reeds verschenen BMS Studies (2)

Nr. 10

Scheerder, J., Vandermeersch, H., Van Tuyckom, C., Hoekman, R., Breedveld, K. & Vos, S. (2011). *Understanding the game: sport participation in Europe. Facts, reflections and recommendations* (Sport Policy & Management Studies 10). Leuven: KU Leuven/Research Unit of Social Kinesiology & Sport Management.

Nr. 11

Winand, M., Scheerder, J., Vos, S. & Zintz, T. (2011). *Attitude, changement et innovation. Les fédérations sportives communautaires de Belgique* (Études Gestion & Management du Sport 11). Leuven/Louvain-la-Neuve: KU Leuven/ Afdeling Sociale Kinesiologie & Sportmanagement Research Unit of Social Kinesiology & Sport Management et Université catholique de Louvain / Chaire Olympique Henri de Baillet Latour et Jacques Rogge en Management des Organisations Sportives.

Nr. 12

Seghers, J., Scheerder, J., Boen, F., Thibaut, E. & Meganck, J. (2012). *Medisch en ethisch verantwoord sporten. Het promoten van fysiek, psychisch en sociaal welbevinden van jongeren in Vlaamse jeugdsportclubs* (Beleid & Management in Sport Studies 12). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Humane Kinesiologie.

Nr. 13

Seghers, J., Scheerder, J., Boen, F., Thibaut, E. & Meganck, J. (2012). *Medisch en ethisch verantwoord sporten. Praktijkvoorbeelden in Vlaamse Jeugdsportclubs* (Beleid & Management in Sport Studies 13). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Humane Kinesiologie.

Nr. 14

Vos, S. & Scheerder, J. (2012). *Haven voor sportclubs? Analyse van de clubgeorganiseerde sport in de stad Antwerpen* (Beleid & Management in Sport Studies 14). Leuven: KU Leuven/Onderzoekscentrum voor Sportbeleid & Sportmanagement.

Nr. 15

Geeraert, A., Bruyninckx, H. & Scheerder, J. (2012). *The historic treble in football. The legal, political and economic driving forces behind football's transformation* (Sport Policy & Management Studies 15). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 16

Arts, M., Lesage, D., Bruyninckx, H. & Scheerder, J. (2013). *Sport for Development and Peace. The role of the International Olympic Committee* (Sport Policy & Management Studies 16). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 17

Derom, I., VanWynsberghe, R. & Scheerder, J. (2013). *Who participates now and in the future? A case study of the Tour of Flanders Cyclo* (Sport Policy & Management Studies 17). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Reeds verschenen BMS Studies (3)

Nr. 18

de Carvalho, M., Scheerder, J., Boen, F. & Sarmiento J. P. (2013). *What brings people into the soccer stadium? (Part 1) The case of Belgium from a marketing perspective* (Sport Policy & Management Studies 18). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 19

de Carvalho, M., Scheerder, J., Boen, F. & Sarmiento J. P. (2014). *What brings people into the soccer stadium? (Part 2) The case of Portugal from a marketing perspective* (Sport Policy & Management Studies 19). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 20

Scheerder, J., Borgers, J., Vanreusel, B. & Vos, S. (2014). *Geen loopcultuur zonder lichte loopinfrastructuur? Een studie naar het aanbod en gebruik van Finse pistes in Vlaanderen* (Beleid & Management in Sport Studies 20). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 21

Scheerder, J., Vos, S., Vandermeerschen, H. & van Poppel, M. (2014). *Sportdiensten in beeld. Basisrapportering over het Vlaamse Sportdienst Panel 1.0 (VSDP1.0)* (Beleid & Management in Sport Studies 21). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 22

Scheerder, J., Claes, E. & Vanreusel, B. (2014). *Sportief (en) innovatief in een veranderende samenleving. Een verkennende analyse van good practices als inspiratie voor de clubsport van de toekomst* (Beleid & Management in Sport Studies 22). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 23

Scheerder, J., Seghers, J., Meganck, J., Vandermeerschen, H. & Vos, S. (2015). *Sportclubs in beeld. Resultaten van het Vlaamse Sportclub Panel 2.0 (VSP2.0)* (Beleid & Management in Sport Studies 23). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 24

van Poppel, M., Scheerder, J. & Vandermeerschen, H. (2016). *Sportdiensten in beeld. Resultaten van het Vlaamse Sportdienst Panel 2.0 (VSDP2.0)* (Beleid & Management in Sport Studies 24). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 25

Scheerder, J., Claes, E. & Thibaut, E. (2015). *Ouderen in beweging. De positionering van senioren sport in het Vlaamse sportfederatielandschap* (Beleid & Management in Sport Studies 25). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Reeds verschenen BMS Studies (4)

Nr. 26

Scheerder, J., Claes, E. & Thibaut, E. (2016). *Barometer van sportfederaties in Vlaanderen: de belangrijkste resultaten. Onderzoek naar bestuurlijke, innovatieve en dienstverlenende aspecten op basis van de Leuvense GGISS-index* (Beleid & Management in Sport Studies 26). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 27

Scheerder, J., Claes, E. & Thibaut, E. (2016). *Barometer van sportfederaties in Vlaanderen: de uitgebreide resultaten. Onderzoek naar bestuurlijke, innovatieve en dienstverlenende aspecten op basis van de Leuvense GGISS-index* (Beleid & Management in Sport Studies 27). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 28

Claes, E., Scheerder, J. & Thibaut, E. (2016). *Gezinnen in beweging. De positionering van gezinssport in het Vlaamse sportfederatielandschap* (Beleid & Management in Sport Studies 28). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 29

Thibaut, E., Scheerder, J. & Pompen, E. (2016). *Geld op en rond het veld. Financiële stromen in het provinciale voetbal* (Beleid & Management in Sport Studies 29). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 30

Steeland, P., Scheerder, J., Vanden Broucke, L., Claes, E., Hoekman, R. & van der Poel, H. (2017). *Naar een globaal sportinfrastructuurplan in Vlaanderen. Managementsamenvatting* (Beleid & Management in Sport Studies 30). Leuven/Brugge: KU Leuven – Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid/wes research & strategy.

Nr. 31

Steeland, P., Scheerder, J., Vanden Broucke, L., Claes, E., Hoekman, R. & van der Poel, H. (2017). *Naar een globaal sportinfrastructuurplan in Vlaanderen. Onderzoek naar behoeften inzake sportinfrastructuur, ontwikkelen van een strategische visie en aanreiken van beleidsaanbevelingen* (Beleid & Management in Sport Studies 31). Leuven/Brugge: KU Leuven – Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid/wes research & strategy.

Nr. 32

Steeland, P., Scheerder, J., Vanden Broucke, L., Claes, E., Hoekman, R. & van der Poel, H. (2017). *Naar een globaal sportinfrastructuurplan in Vlaanderen. Kaartenboek over- en ondervertegenwoordiging* (Beleid & Management in Sport Studies 32). Leuven/Brugge: KU Leuven – Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid/wes research & strategy.

Reeds verschenen BMS Studies (5)

Nr. 33

Corthouts, J. & Scheerder, J. (2017). *Zwarte voetballers tussen witte lijnen. Sociaalwetenschappelijk onderzoek naar raciale verschillen in de Belgische eerste voetbalklasse* (Beleid & Management in Sport Studies 33). Leuven KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 34

Scheerder, J., Claes, E., Meganck, J., Vandermeersch, H., Vos, S. & Seghers, J. (2017). *Barometer van de sportclubs in Vlaanderen. Het Vlaamse Sportclub Panel 3.0 (VSP3.0): Een stand van zaken en een terugblik (deel 1)* (Beleid & Management in Sport Studies 34). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 35

Claes, E., Scheerder, J., Meganck, J., Vandermeersch, H., Vos, S. & Seghers, J. (2017). *Barometer van de sportclubs in Vlaanderen. Het Vlaamse Sportclub Panel 3.0 (VSP3.0): Clubprofiel, sportaanbod en gezondheidspromotie (deel 2)* (Beleid & Management in Sport Studies 35). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 36

Claes, E., Scheerder, J., Meganck, J., Vandermeersch, H., Vos, S. & Seghers, J. (2017). *Barometer van de sportclubs in Vlaanderen. Het Vlaamse Sportclub Panel 3.0 (VSP3.0): Ledenprofiel, medewerkersprofiel en financiële situatie (deel 3)* (Beleid & Management in Sport Studies 36). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 37

Scheerder, J., Claes, E., Meganck, J., Vandermeersch, H., Vos, S. & Seghers, J. (2017). *Barometer van de sportclubs in Vlaanderen. Het Vlaamse Sportclub Panel 3.0 (VSP3.0): Diversiteit, sociale inclusie, beleid en samenwerking (deel 4)* (Beleid & Management in Sport Studies 37). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 38

De Kind, N., Scheerder, J. & Vos, H. (2017). *EU sport policy according to neofunctionalists. The foundation of the Erasmus+ Sport Programme* (Sport Policy & Management Studies 38). Leuven: KU Leuven/Policy in Sport & Physical Activity Research Group.

Nr. 39

Scheerder, J., Claes, E., Borgers, J., Meganck, J. & Seghers, J. (2017). *Vernieuwend projectmanagement bij sportfederaties. ClubSportInnovatie (CSI): De ontwikkeling van praktijkinstrumenten gebaseerd op het innovatieproces* (Beleid en Management in Sport Studies 39). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Reeds verschenen BMS Studies (6)

Nr. 40

Claes, E. & Scheerder, J., m.m.v. Borgers, J., Meganck, J. & Seghers, J. (2017). *ClubSportInnovatie (CSI). Stappenplan voor vernieuwend projectmanagement bij sportfederaties (poster)* (Beleid en Management in Sport Studies 40). Leuven: KU Leuven / Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 41

Claes, E., Borgers, J. & Scheerder, J., m.m.v. Meganck, J. & Seghers, J. (2017). *Praktijkids voor vernieuwend projectmanagement bij sportfederaties. Via innovatie naar club light* (Beleid en Management in Sport Studies 41). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 42

Claes, E., Scheerder, J. & Borgers, J., m.m.v. Meganck, J. & Seghers, J. (2017). *Via innovatie naar club light. Een analyse van inspirerende praktijkvoorbeelden* (Beleid en Management in Sport Studies 42). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 43

Thibaut, E. & Scheerder, J. (2017). *Gratis sporten bestaat niet. Uitgaven aan sporttakken op jaarbasis* (Beleid en Management in Sport Studies 43). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 44

Scheerder, J., Claes, E. & Corthouts, J. (2017). *Sociale inclusie en vrijwilligerswerk als uitdagingen voor sportclubs. Vlaanderen in vergelijking met negen Europese landen* (Beleid en Management in Sport Studies 44). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.

Nr. 45

Borgers, J. & Scheerder, J., m.m.v. Cokelaere, S. (2018). *Trends en evoluties in de fitnesssector. Fitnessparticipatie en het aanbod van fitness in Vlaanderen. Resultaten van het Vlaamse Fitness Panel 2.0 (VFP2.0)*. Beleid en Management in Sport Studies 46). Leuven: KU Leuven/Onderzoeksgroep Sport- & Bewegingsbeleid.