



# Buitenkansen voor de fitnessbranche

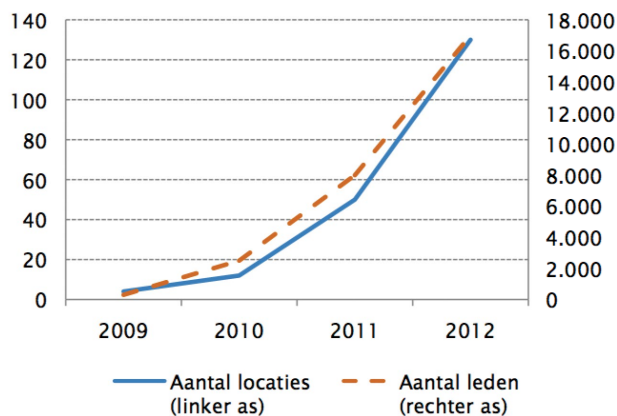
Nederland telt 3,2 miljoen fitnessbeoefenaars, waarvan 2 miljoen leden van een fitnesscentrum. Beide cijfers kunnen beschouwd worden als een onderschatting van de marktomvang van fitnessaanbieders omdat het sportaanbod van deze partijen, waaronder ook de groeiende groep PT'ers, meer omvat dan fitness. Het aanbod van fitnessondernemers verruimt. Ook verspreidt het aanbod zich over meer locaties en in de buitenlucht.

Fitnessprofessionals die mountainbiketochten organiseren, hardlopers voorbereiden op een marathon, spirituele cursussen aanbieden en desgevraagd voedingsadvies verstrekken. Wie kijkt er nog van op? De fitnessaanbieder van weleer – met een indoor aanbod van groepslessen en cardio- en krachtapparatuur – bestaat nog steeds, bedient een grote markt, maar ziet steeds meer andersoortige aanbieders op het toneel verschijnen of beweegt zelf in een nieuwe richting. Niet zelden liggen er kansen buiten de deur. Meer partijen bieden fitness aan (fysiotherapeuten, zelfstandige PT'ers), geen locatie is te gek (park, strand, stadscentrum) en het sportaanbod verruimt (traplopen, touwtrekken, sjouwen met boomstammen). Gezien het uitdijend aanbod van niet-accommodatie gebonden fitnessdeelname is het positief dat brancheorganisatie Fitvak verkent of en onder welke voorwaarden ook deze fitnessaanbieders aansluiting kunnen vinden.

Het ACSM Worldwide Survey of Fitness Trends, een onderzoek onder een paar duizend fitness professionals verspreid over de wereld, beschouwt outdoor activiteiten als een trend voor de toekomst. Dat geldt ook voor bootcamp, een vorm van buitentraining gericht op het verbeteren van het uithoudingsvermogen, kracht en snelheid. Bootcamp wordt over het algemeen gezien als een segment van de fitnessbranche, hoewel landelijke participatiecijfers ontbreken. Illustratief, maar niet per se representatief voor Nederland, is de ontwikkeling van het aantal locaties en leden van The Bootcamp Club uit Amsterdam (zie grafiek). In drie jaar tijd groeide het aantal locaties explosief naar 130. Het ledental overschrijdt inmiddels de 17000. Wie met niks begint kan snel groeien, maar hoeveel fitnessondernemers kunnen dergelijke groeicijfers overleggen?

Ook treffend voor de ontwikkeling die de branche doormaakt, zijn sponsorships van fitnesscentra met buitensportevenementen. De vorig jaar in Amsterdam georganiseerde urbanathlon, die helaas chaotisch verliep, werd gesponsord door HealthCity. Een urbanathlon is een 'stormbaan' van ruim tien kilometer in het stadshart met obstakels als gestapelde auto's, trappen en autobanden. De fitnessgigant bood in dat kader ook een 'Road to the urbanathlon' aan, zodat deelnemers in de gelegenheid werden gesteld zich

onder professionele begeleiding op het spektakel voor te bereiden. Ook in het buitenland zijn er dergelijke voorbeelden, zoals in Engeland waar The Gym Group de Warrior Run, ook een obstakelrace, sponsort ([www.warrior-run.co.uk](http://www.warrior-run.co.uk)). De verknoping van de fitnessbranche met dergelijke evenementen kan win-win situaties opleveren. Het is eveneens een actueel voorbeeld van de wijze waarop fitnessprofessionals in staat zijn nieuwe markten aan te boren en hun beweegexpertise ook buiten het fitnesscentrum weten in te zetten.



Aantal locaties en leden The Bootcamp Club BV 2009-2012, in absolute aantallen  
Bron: The Bootcamp Club BV

**Paul Hover** is als senior onderzoeker verbonden aan het Mulier Instituut. Hij voerde de redactie en schreef hoofdstukken van het boek 'Trendrapport Fitnessbranche 2012'. Voor meer informatie over het boek [www.fitnessmonitor.nl](http://www.fitnessmonitor.nl). Reageren kan via twitter via @Paul\_Hover.

Met dank aan Ramses Jedeloo (The Bootcamp Club) voor het verstrekken van beeld- en cijfermateriaal.