

fit!magazine

Tablet Editie #2 - september 2012



Fitness: stabiele deelname, schuivende segmenten

Voor het beoefenen van fitness zijn de voorzieningen en begeleiding die een fitnesscentrum biedt prachtig, maar geen vereiste. Zonder buitenproportionele investeringen kan Jan of Jannie Modaal thuis op zolder een eigen fitnessruimte inrichten. Ook kan bij andere sportaanbieders aan fitness gedaan worden, denk bijvoorbeeld aan de krachthonken van roei- en atletiekverenigingen. En wat te denken van het ruime fitnessaanbod van hotels en studentensportcentra? Het recent verschenen boek "Trendrapport Fitnessbranche 2012" leerde dat in 2010 bijna tweederde van de Nederlandse fitnessers dat deed bij een fitnesscentrum. Hoe heeft dit marktaandeel van fitnesscentra zich de afgelopen jaren eigenlijk ontwikkeld en wat kan gezegd worden van de toekomstige positie van het fitnesscentrum in de fitnessmarkt?

Al jaren doet ongeveer één op de vijf Nederlanders minstens één keer per jaar aan fitness. De mate waarin fitnessers hun heil zoeken bij fitnesscentra is daarentegen gedaald. Tussen 2006 en 2010 is de beoefening van fitness bij een fitnesscentrum met tien procentpunten afgenomen naar 63 procent (figuur 1). Het beoefenen van fitness buiten het fitnesscentrum om, zoals in het kader van (in company) bedrijfssport, bij de fysiotherapeut en in ongeorganiseerd verband heeft ietwat aan populariteit gewonnen.

Dalende animo

De ontwikkeling van een stabiele fitnessdeelname en een dalende animo voor de beoefening van fitness in een fitnesscentrum is niet bij elke leeftijdsgroep terug te vinden. Onder de groep 12-25 jaar is de deelname aan fitness tussen 2008 en 2010 namelijk licht gedaald, net als de animo voor fitnessbeoefening bij een fitnesscentrum. Beide ontwikkelingen kunnen samenhangen met het prijskaartje dat aan fitness hangt, in combinatie met het grote deel van deze

leeftijdsgroep dat nog geen vast inkomen heeft. Onderzoek onder voormalige fitnessers leert immers dat de prijs als te hoog wordt ervaren en als één van de belangrijkste stopmotieven geldt (zeker in vergelijking met stopmotieven van voormalige verenigingssporters).

'Midlifers'

Tussen 2008 en 2010 deed ruim een kwart van de midlifers minstens een keer per jaar aan fitness. Deden in 2008 nog ruim zeven op de tien van hen aan fitness in een fitnesscentrum, twee jaar later is dat gedaald naar 67 procent. De ontwikkelingen binnen deze groep komen ongeveer overeen met die van de Nederlandse bevolking als totaal.

De trends onder 55-plussers, een in omvang groeiende kapitaalkrachtige groep Nederlanders, is voor fitnesscentra alarmerend. Tussen 2008 en 2010 is de fitnessdeelname van deze groep met 27 procent gestegen. Tegenover deze stijging van de fitnessdeelname staat een relatief even grote daling van de fitnessbeoefening in het fitnesscentrum (figuur 2). Nog niet de helft van de fitnessende 55-plussers bezoekt het fitnesscentrum. Vooral het ongeorganiseerd of alleen fitnessen is onder deze groep flink toegenomen.

Aanbod verbeteren

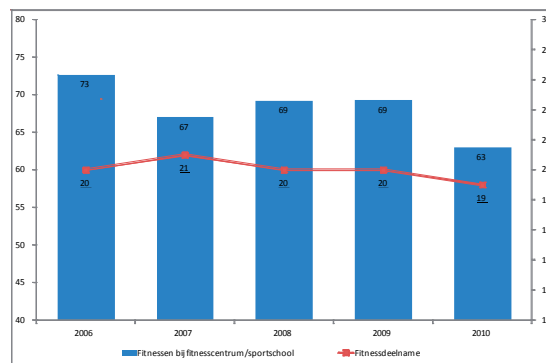
Lagere tarieven voor senioren, aangepaste muziek, intensievere en deskundige begeleiding en het extra inzetten op gezelligheid voor en na het sporten zouden ouderen over de streep kunnen trekken en het tij kunnen keren. Dit blijft echter gissen, want het

ontbreekt aan kennis over drempels die ouderen ervaren bij het deelnemen aan fitness. Wel is uit imago-onderzoek bekend dat het overgrote deel van de 55-plussers fitness beschouwt als makkelijk te leren en niet blessuregevoelig. Hoe dan ook: om het doel van drie miljoen leden van fitnesscentra te realiseren is het noodzakelijk dat fitnesscentra beter in gaan spelen op de fitnesswensen van ouderen. Met de totstandkoming van Fit!vak Preventiecentra lijken stappen in de goede richting te worden gezet om (onder andere) deze doelgroep beter te kunnen bedienen. Met alleen een verbeterd aanbod is het nog maar de vraag of 55-plussers de weg naar het fitnesscentrum weten te vinden. Het is daarnaast zaak dat vraag wordt gestimuleerd. Huisartsen en paramedici zouden hier een positieve bijdrage aan kunnen leveren met het doorverwijzen van hun klanten naar een fitnesscentrum waar deskundige begeleiding wordt geboden. Duidelijk is dat fitnesscentra alle zeilen bij zullen moeten zetten om de vergrijzing te verzilveren.

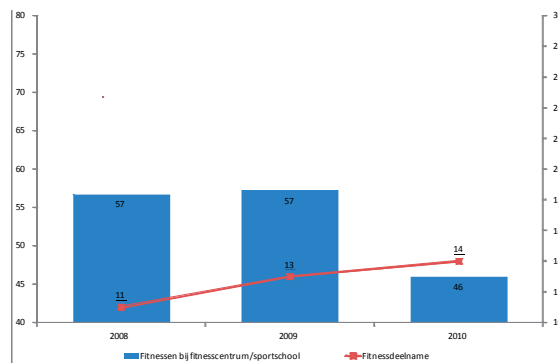
De toegenomen mate waarin er buiten het centrum om aan fitness wordt gedaan kan voor eigenaren van fitnesscentra ook beschouwd worden als een kans. Dat komt door integrerende marktsegmenten, zoals het extern inzetten van fitnessprofessionals bij onderwijsinstellingen en sportverenigingen, maar ook door de integratie van paramedische activiteiten in het fitnesscentrum. Verder heeft een vergelijkbare ontwikkeling in de sportsector geleerd dat schuivende marktsegmenten aanbieders van formele lidmaatschapsvormen ook goed kan doen. Bij sportverenigingen heeft de gegroeide belangstelling voor het sporten buiten de sportvereniging om geleid tot herbezinning onder clubs en bonden en is uitgemond in meer focus op de kernkwaliteiten en nieuwe ('lichte') lidmaatschapsvormen die in een grote behoefte voorzien.

Paul Hover is als senior onderzoeker verbonden aan het Mulier Instituut. Hij voerde de redactie en schreef hoofdstukken van het boek 'Tendrapport Fitnessbranche 2012'. Voor meer informatie over het boek www.fitnessmonitor.nl.

Bron van gebruikte data: OBiN 2006-2010 (TNO), bewerking Mulier Instituut



Figuur 1: Fitnessdeelname 2006-2010 (· 1 x p. jaar), in % van bevolking 6-79 jaar en fitnessdeelname bij een fitnesscentrum/sportschool, in % van fitnessers 6-79 jaar



Figuur 2: Fitnessdeelname 2006-2010 (· 1 x p. jaar), in % van bevolking 55 jaar en ouder en fitnessdeelname bij een fitnesscentrum/sportschool, in % van fitnessers 55 jaar en ouder