

De marktomvang van de Europese fitnessindustrie

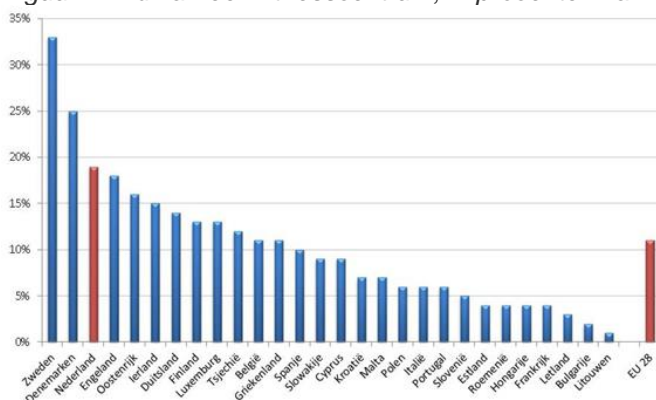


Fitness behoort tot de meest beoefende sporten in Europa. Ondanks de economische crisis is de Europese fitnessmarkt nog steeds groeiende. Volgens een laatste schatting gebaseerd op de Eurobarometer kwam het totale aantal fitnessleden in 2013 uit op zo'n 45 miljoen leden. Ter vergelijking: de UEFA telde datzelfde jaar ruim 19 miljoen geregistreeerde Europese voetballeden. 45 miljoen fitnessleden! Dat is ruim twee en een half keer het totale aantal Nederlandse inwoners en bijna het inwonertal van Spanje. De afzetmarkt van de Europese fitnessindustrie valt enorm te noemen. Desalniettemin zijn er grote verschillen in de mate van marktpenetratie tussen Europese landen. Waar vooral in enkele Noord- en West-Europese landen een 'glazen plafond' lijkt te zijn bereikt en de marktgroei sinds meerdere jaren afvlakt, is het marktaandeel van de fitnessindustrie in andere Europese landen miniem en lijkt er juist nog ruimte te zijn voor markttoetreding. Maar wat is nu de omvang en economische betekenis van de Europese fitnessmarkt? In welke landen is deze het grootst en waar liggen de kansen?

Eurobarometer

Begin dit jaar bracht de [Europese Commissie de Eurobarometer sport 2013](#) uit met daarin de fitnessdeelnemerscijfers van de EU 28. Volgens het onderzoek heeft zo'n elf procent van de Europeanen een fitnesslidmaatschap. Zweden kent met 33 procent het hoogste fitnesslidmaatschapsgehalte, gevolgd door Denemarken (25 %) en Nederland (19 %). In Litouwen is het aandeel inwoners met een fitnesslidmaatschap het kleinst (1 %), terwijl deze percentages in Bulgarije (2 %) en Letland (3 %) niet veel hoger liggen.

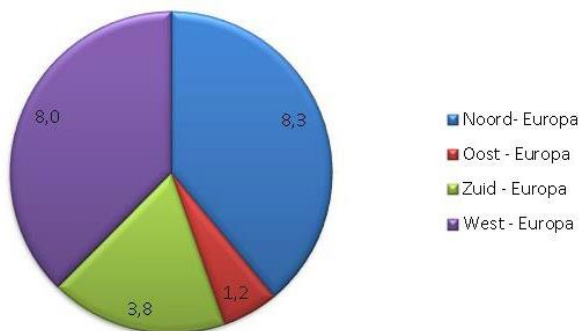
Figuur 1: Lid van een fitnesscentrum, in procenten van de bevolking, EU 28



Marktomvang Europese fitnessindustrie

The Leisure Database Company schatte de jaarlijkse gemiddelde kosten aan fitnessabonnementen in Engeland in [op ruim 530 euro per fitnesslid](#). Rekening houdend met de verschillen in koopkracht tussen Europese landen (koopkrachtpariteit) en uitgaand van het inwonersaantal per land én de lidmaatschapspercentages uit de Eurobarometer, kunnen de totale fitnessabonnementsuitgaven in Europa daarmee op ruim 21 miljard euro worden geschat. De Britse fitnessindustrie is volgens dezelfde soort berekening het grootst (ruim € 5 mld), gevolgd door de Duitse (ruim € 4 mld) en de Spaanse (bijna € 1,7 mld). De Litouwse fitnessindustrie lijkt qua marktomvang (ruim € 4,5 mln) nog in de kinderschoenen te staan. Overigens mag ook een klein landje als Nederland zich met een geschatte marktomvang van bijna 1,4 miljard euro (6e positie binnen de EU-28) tot de reuzen van de Europese fitnessindustrie rekenen.

Figuur 2: Omvang Europese fitnessindustrie in abonnementsuitgaven, totaal 21,3 miljard euro



De werkelijke omvang van de Europese fitnessindustrie is uiteraard groter, aangezien fitnessbeoefenaren behalve abonnementskosten ook geld kwijt zijn aan een fitnessoutfit, schoenen en andere materialen. Volgens het allerlaatste rapport van EuropeActive bedroeg de totale marktomvang van de Europese fitnessindustrie ruim 25 miljard euro in 2013. Dat is aanmerkelijk groter dan de totale omvang van de professionele voetbalindustrie welke in 2012 op 12 miljard euro werd geschat.

Marktverzadiging en kansen?

De economische betekenis van de Europese fitnessindustrie heeft in een tijdsbestek van grofweg 25 jaar een forse groei doorgemaakt. Naast het bereik van miljoenen fitnessende Europeanen biedt de fitnessindustrie ook werkgelegenheid aan zo'n 400 duizend mensen. De status van de fitnessondernemer als 'ijzervretende pionier' is vooral in Noord- en West-Europa al ruim een decennium passé. In deze landen zien we een verdere volwassenwording van de fitnessmarkt waar veelvuldig naar innovatieve manieren wordt gezocht om het huidige klantenbestand te behouden (retentiebeleid) en om nieuwe marktsegmenten aan te boren.

Dit wordt onder meer onderstreept door de sterke opkomst van het low-cost segment in dit deel van Europa. Toch zijn er ook in Noord- en West-Europa landen waar een relatief klein gedeelte van de bevolking een fitnesslidmaatschap heeft. Zo liggen deze percentages niet alleen laag in Litouwen en Letland. Ook in Estland (3 %) en Frankrijk (4 %) is fitness geen diepgewortelde vorm van lichaamsbeweging. Deze landen beschikken dus mogelijk nog over groeipotentieel en lijken ruimte te bieden voor nieuwe fitnessondernemingen. Een ander verhaal is dat van Oost-Europa en in iets mindere mate dat van Zuid-Europa. Vooral de Oost-Europese fitnessindustrie staat qua omvang, zacht uitgedrukt, in de schaduw van de rest van de Europese fitnessbranche.

Dat ligt niet alleen aan het feit dat fitness daar een minder populaire tijdsbesteding is, maar valt ook te wijten aan de algeheel lagere sportdeelname in de Oost- en Zuid-Europese landen. De uitdaging voor de fitnessbranche ligt daar dus niet zozeer bij de concurrentie in de aanbodzijde van de markt (immers, deze is relatief beperkt), maar meer bij de ontwikkeling van de vraagzijde.

Meer weten over de ontwikkelingen van de fitnessindustrie?

[Het Mulier instituut monitort het reilen en zeilen van zowel de Nederlandse als buitenlandse fitnessbranche op frequente basis.](#)