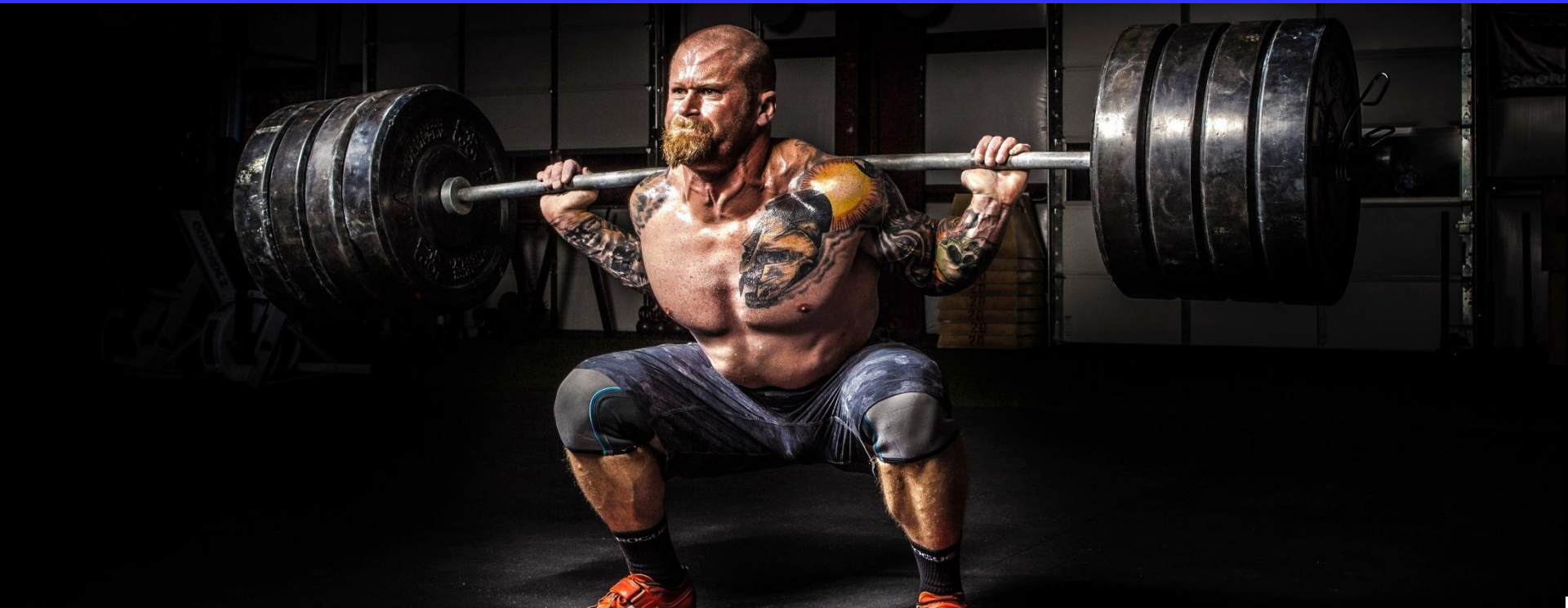


Het Fitnesscentrum in beeld

Jaargang: 2017



'Het Fitnesscentrum' is een gratis publicatie van
Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Ontwikkeling

Kijkend naar de groei van het aantal fitnesscentra in Nederland kunnen we concluderen dat de rek er wel uit is. Ten opzichte van 2008 is er nog wel een groei te zien van 16%, maar dit zat met name in de periode 2008 – 2011. De afgelopen zes jaar vlakke het af en groeide het aanbod met 3% van 1.652 naar 1.696 fitnesscentra (aantallen op basis van drietal type inschrijvingen KVK: fitnesscentra, aanbieders van kracht- en vechtsporten en sportscholen).

In vergelijking met 2008 was de procentuele groei van het aanbod het grootst in Friesland, Utrecht en Zuid-Holland. Het aantal fitnesscentra in deze provincies groeiden met respectievelijk 50%, 39% en 31%. In Zeeland liep het aantal fitnesscentra procentueel het meest terug, daar verdween 32%.

Dichtheid

De dichtheid geeft het aantal fitnesscentra per 100.000 inwoners weer. Nederland telt gemiddeld 10 fitnesscentra per 100.000 inwoners waarbij de provincies Friesland, Drenthe en Limburg de hoogste dichtheid hebben met respectievelijk 11,6, 11,3 en 11,3 fitnesscentra per 100.000 inwoners. In Zeeland is er theoretisch gezien de meeste ruimte voor nieuwe fitnesscentra met een dichtheid van 7,9 per 100.000 inwoners. Kijkend naar het percentage fitnesscentra dat haar deuren sloot de afgelopen tien jaar is dit echter onwaarschijnlijk.

Europa

De tabel rechts geeft de tien grootste landen van Europa weer betreffende omzet binnen de fitnesssector. De V.S. en België zijn hieraan toegevoegd. Door de totale omzet per land te delen door het aantal leden hebben is de omzet per verkocht abonnement bepaald.

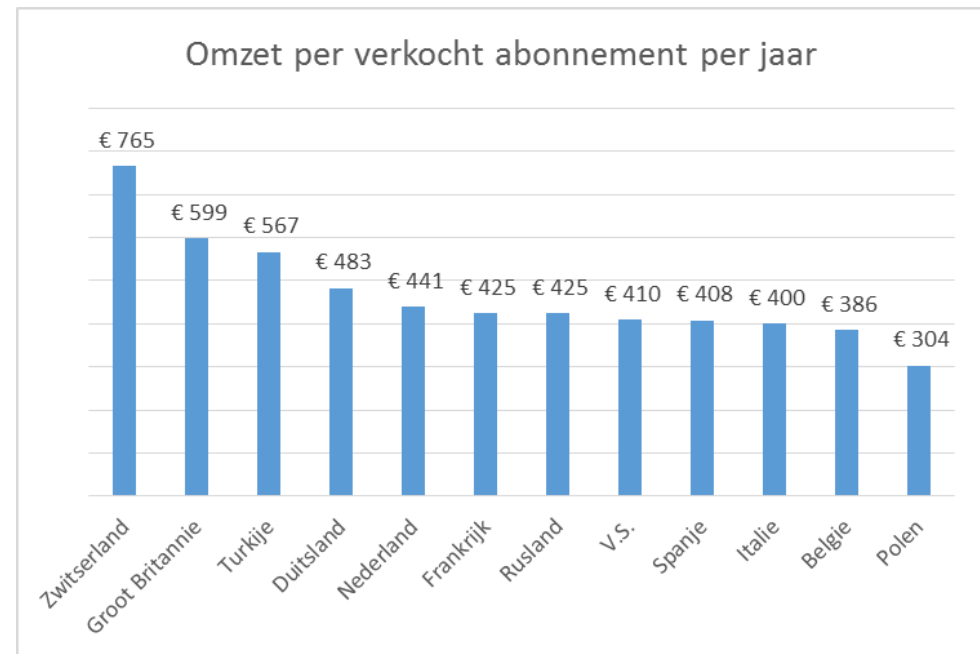
Ondanks dat Zwitserland van deze twaalf landen de laagste totale omzet noteerde, evenals het minst aantal clubs en leden, ligt de omzet per verkocht abonnement het hoogst. In Nederland is de omzet € 441,-, goed voor een vijfde plek.

Wanneer er niet wordt gekeken naar omzet maar naar het percentage inwoners dat lid is van een sportschool, scoort de V.S. het hoogst. Nederland zit hier vlak achter, gevolgd door het Verenigd Koninkrijk en Zwitserland.

Land	Inwoners met abonnement
V.S.	17,7%
Nederland	15,9%
Verenigd Koninkrijk	13,7%
Zwitserland	12,2%
Duitsland	11,8%
Spanje	10,3%
Italië	8,2%
Frankrijk	7,8%
Polen	7,3%
Belgie	6,7%
Turkije	2,2%
Rusland	2,0%

Provincie	Aantal fitnesscentra			Ontwikkeling 2008 - 2017	Dichtheid 2017
	2008	2011	2017		
Friesland	50	48	75	50%	11,6
Limburg	100	111	126	26%	11,3
Drenthe	64	63	55	-14%	11,3
Utrecht	94	110	131	39%	10,3
Zuid-Holland	275	313	361	31%	10,0
Overijssel	107	119	114	7%	10,0
Flevoland	45	50	40	-11%	9,9
Noord-Brabant	212	245	246	16%	9,8
Gelderland	176	210	198	13%	9,7
Noord-Holland	251	293	266	6%	9,6
Groningen	45	48	54	20%	9,3
Zeeland	44	42	30	-32%	7,9
Totaal	1.463	1.652	1.696	16%	10,0

Bron: Kamer van Koophandel



Bron: Fitness Markt & Trend rapport 2014 – 2018
| IHRSA, Global Rapport 2017

Fitnessketens

De twee grootste ketens in Nederland zijn Basic-Fit en Fit For Free. Basic-Fit heeft 152 vestigingen en verdubbelde daarmee bijna ten opzichte van 2013 (78 vestigingen). Dit valt mede te verklaren doordat veel HealthCity vestigingen getransformeerd werden tot Basic-Fit. Het aantal HealthCity's daalde dan ook van 63 naar 10 vestigingen.

De grote concurrent is Fit For Free met 88 vestigingen. Ook zij opende de afgelopen jaren een flink aantal vestigingen, in 2008 had het nog 47 vestigingen. Andere ketens die in opkomst zijn, zijn Anytime Fitness (alle clubs zijn 24/7 open) en Fitland (een veelzijdig concept met onder meer hotels, wellnessresorts, restaurants en fitnesscentra).

Op de volgende pagina zijn de Nederlandse fitnessketens in kaart gebracht en verdeeld in de verschillende segmenten (zie tabel). De meeste van deze ketens opereren in het middensegment, in absolute aantallen in vestigingen zijn de budgetcentra het meest vertegenwoordigd. De tabel bevat alleen ketens waarbij abonnementhouders zonder afspraak kunnen sporten. Fitnessketen Fit20 (circa 90 vestigingen) is daarom bijvoorbeeld niet meegenomen, leden daar zijn verplicht te trainen met personal trainer én op afgesproken tijden.

Specialisatie

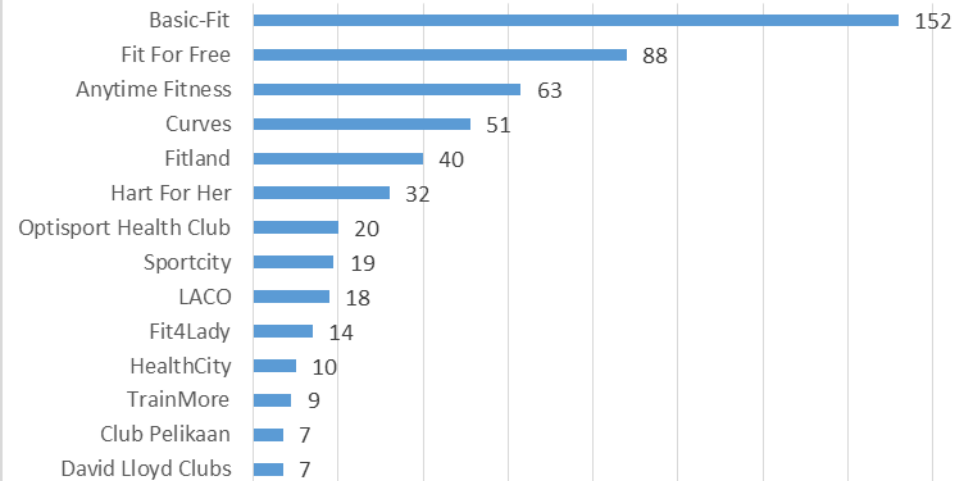
De grootste groei binnen de ketens was te zien bij de grootschalige low budget formules. Ook is duidelijk dat fitnesscentra gericht op de vrouw de afgelopen jaren terrein hebben gewonnen. Deze worden bezocht voor gespecialiseerde lessen gericht op de vrouw. Ook het 'sporten zonder mannen' speelt een rol in de populariteit van deze clubs. Verdere segmentatie binnen de branche heeft ervoor gezorgd dat het aantal klassieke fitnesscentra in het middensegment is teruggelopen. Consumenten die niet voor low-budget gaan, kiezen veelal voor luxe of gericht sporten.

Boutique studio's

Als tegenhanger van de 'standaard sportschool' is er in het buitenland een groei te zien in boutique fitness clubs. Deze clubs specialiseren zich in een bepaald onderdeel binnen het fitnessen en hanteren een ander lidmaatschapsmodel, gericht op het hogere segment. Consumenten betalen per les, die dan wordt gegeven door een gespecialiseerde topinstructeur. Andere kenmerken zijn een intiemere, luxere en prettige setting en gebruik van hedendaagse technologische middelen. In Nederland zijn deze ketens nauwelijks aanwezig, al zijn er al wel een aantal boutique studio's op de markt.*

*Bron: UK Boutique Fitness Sector Report

Fitnessketens Nederland



Bron: Van Spronsen & Partners horeca - advies

Hogere segment
€ 50,- p.m. of hoger

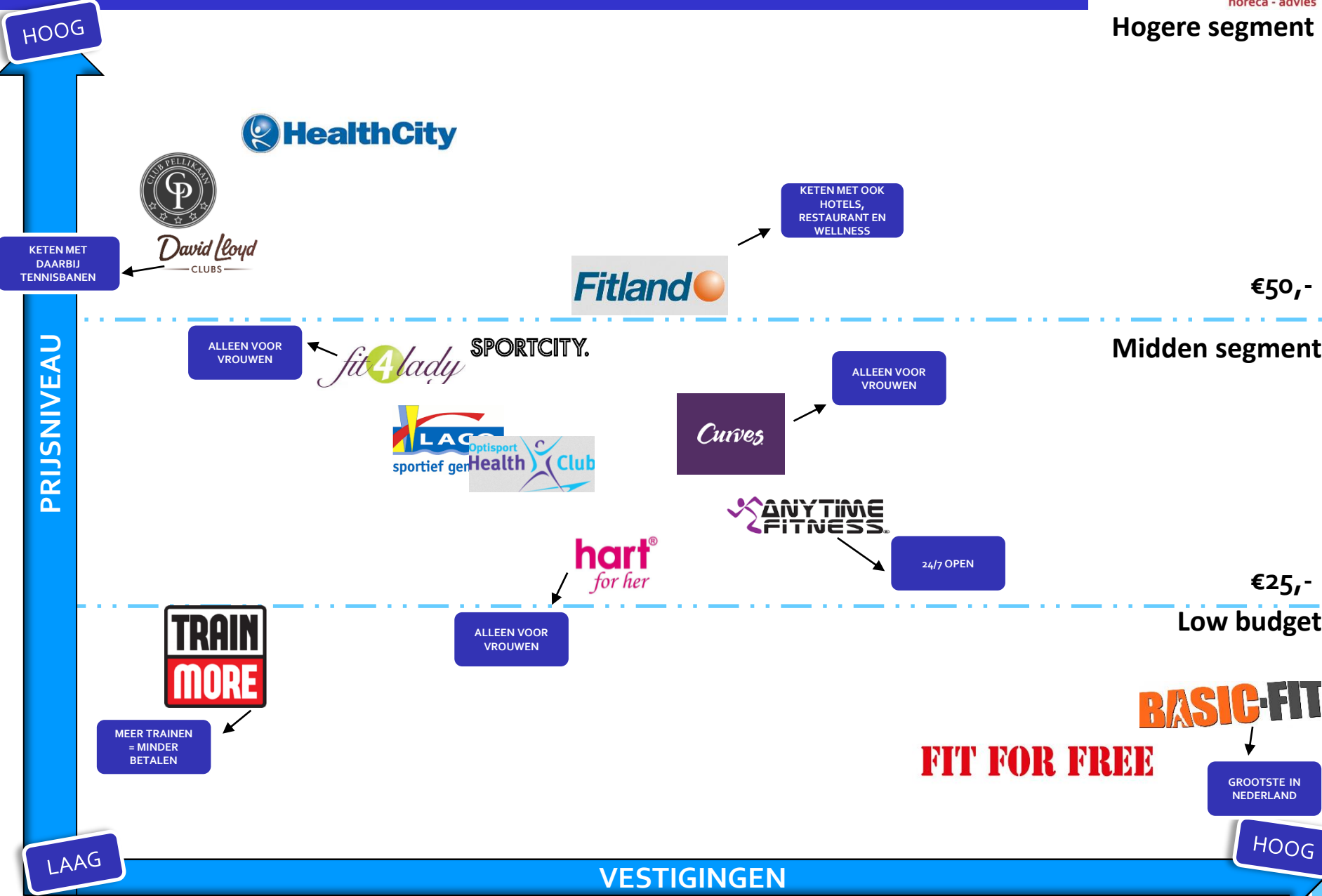
Midden segment
€ 25,- tot € 50,- p.m.

Low budget
Tot € 25,- p.m.



Bron: Van Spronsen & Partners horeca - advies

Nederlandse fitnessketens in beeld



Fitnessdeelnemers

Fitness blijft in Nederland de meest populaire sport met ruim 2,7 miljoen leden, zo blijkt uit het jaaroverzicht van het NOC*NSF. Fitnessdeelnemers hoeft echter niet altijd in de sportschool te zijn, dit kan ook thuis, bij de fysiotherapeut of bij de sportvereniging. Het gemiddeld aantal beoefenaars dat minimaal 1 keer per maand aan fitness doet (sportschool of geen sportschool), lag in 2016 op 18%.

Bezoekersprofiel fitnessdeelnemers (minimaal 12 keer per jaar)

Fitness is het meest populair in de leeftijdscategorie 18-49 jarigen (23%), gevolgd door de groep 50-64 jarigen (19%). In de groep 65 jaar of ouder is de fitnessdeelnemers 14%, tegenover nog 6% in 2008. Dit is deels te verklaren doordat ouderen vaker fitnesssen met ziektepreventie/revalidatie als reden. Ook bieden fitnesscentra tegenwoordig meer mogelijkheden om als oudere in groepsverband te fitnesssen dan pakweg 10 jaar geleden.

Logischerwijs wordt de sport minder beoefend door 6 – 17 jarigen (6%), in veel sportscholen mag er pas vanaf 16 jaar gesport worden. Ook is het zo dat kinderen op deze leeftijd voor traditionele sporten in teamverband kiezen zoals bijvoorbeeld voetbal. Individuele sporten waarbij zelf de tijd ingedeeld kan worden (fitness, hardlopen, wielrennen) worden populairder naarmate men ouder wordt, dit omdat factoren als carrière maken en gezinsvorming een rol gaan spelen.

Op het gebied van scholing is er ook verschil zichtbaar. Hoger opgeleiden (26%) doen vaker aan fitness dan lager opgeleiden (14%). Hierbij moet wel vermeld worden dat sportdeelnemers in algemene zin hoger ligt bij hoger opgeleiden.

Motieven

Lichaamsbeweging en de opbouw van kracht en conditie zijn nog steeds de meest belangrijke motieven voor mensen om te gaan fitnesssen. Afslanken of het creëren van 'strak lichaam' zijn motieven die in vergelijking met andere sporten vaker genoemd worden onder de fitnessbeoefenaars (Fitness Markt & Trend rapport 2014 – 2018).

Koopmoetebereidheid

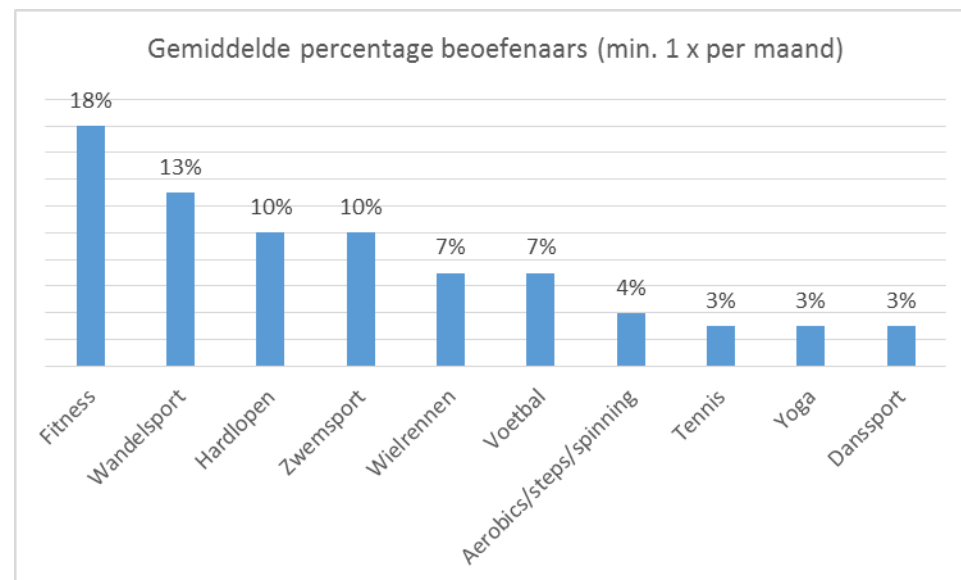
Volgens de Rabobank (Rabobank Cijfers en Trends, 2016) wonen fitnessbeoefenaars gemiddeld niet verder dan vier kilometer van de sportschool vandaan. De helft woont binnen een straal van twee kilometer. Het percentage beoefenaars ligt in het stedelijk gebied (circa 20%) ook hoger dan in het buitengebied (circa 15%).

Leeftijd	Fitnessdeelnemers		
	2006	2010	2014
6-17 jaar	3%	4%	6%
18-49 jaar	22%	21%	23%
50-64 jaar	17%	16%	19%
65-79 jaar	6%	14%	14%
Totaal	16%	16%	18%

Opleidings-niveau	Fitnessdeelnemers		
	2006	2010	2014
Laag	11%	14%	14%
Middelbaar	20%	19%	20%
Hoog	27%	23%	26%



Bron: Fitness Markt & Trend rapport 2014 – 2018
(fitnessdeelnemers: minimaal 12 keer per jaar)



Bron: NOC*NSF

LOWBUDGET FITNESS

- Voornamelijk jongere mensen 16-30 jaar.
- Geen tot weinig geld over voor externe hulpmiddelen die kunnen helpen bij behalen doelen (personal trainers, voedingsadviezen, trainingsschema's). In plaats hiervan wordt het internet en apps gebruikt.
- Doelen zijn vaak gericht op gezonder en beter uitzienend lichaam en/of conditie.
- Maken gebruik van voedingssupplementen

MIDDEN/HOOG SEGMENT FITNESS

- Gemiddelde leeftijd 25 - 40 jaar.
- Meer te besteden en bereid om geld uit te geven aan externe hulpmiddelen die kunnen helpen bij behalen doelen (personal trainers, voedingsadviezen, trainingsschema's).
- Interesse in combi-fitness faciliteiten.

ZIEKTEPREVENTIE

- Oudere leeftijd 50+.
- Fitnesssen ter ziektepreventie en/of fysiotherapie.
- Behoeftte aan adviezen van fysiotherapeuten, voedingscoaches, medisch personeel.
- Behoeftte aan rustige omgeving om in te sporten.

LOW
BUDGET

MIDDEN/HOOG
SEGMENT

Voedingssupplementen

Het geld wat omgaat in de sportvoeding- en supplementenmarkt loopt op tot in de miljoenen. Eiwitshakes, voedingsrepen, superfoods en vitamines worden veelvuldig via het internet besteld en gebruikt ter bevordering van het sportschema.

MIDDEN/HOOG
SEGMENT

ZIEKTE-
PREVENTIE

Combi fitness

Fitnesscentra die naast fitness ook andere faciliteiten aanbieden. Hierbij kan gedacht worden aan fysiotherapie maar denk ook aan tennisbanen, restaurants, wellness en zwembaden.

LOW
BUDGET

MIDDEN/HOOG
SEGMENT

Sociale Media

Ook binnen de fitnessbranche kan men niet zonder sociale media. Door middel van apps hebben we toegang tot data, ideeën, voedingsadviezen en nieuwe workouts. Een soort van personal trainer, maar dan iets minder duur.

Ook op platforms als YouTube en Facebook zijn er influencers actief die je kunnen helpen met je plannen om meer te sporten en gezonder te leven.

Daarnaast zijn *draagbare wearables* zoals de fitbit armbandjes, fitness trackers en smartwatches populair. Instant kun je zien hoeveel calorieën je verbrand hebt en hoeveel stappen er nog gezet moeten worden om je dagelijkse target te halen.

ZIEKTE-
PREVENTIE

Medisch fitness

Fitnesscentra in of in de buurt van ziekenhuizen. In de V.S. al gebruikelijker dan hier maar ook in Nederland zijn er nu ziekenhuizen waarbij je als patiënt fit kunt blijven terwijl je opgenomen bent.

LOW
BUDGET

MIDDEN/HOOG
SEGMENT

Flexibele tijden en abonnementen

Waar de consument voorheen vast zat aan 1- of 2-jarige abonnementen worden er nu vaker abonnementen aangeboden die maandelijks opzegbaar zijn. Sporters bij Train More hebben zelf invloed op hoeveel zij betalen voor hun abonnement, daar geldt het credo: 'meer sporten = minder betalen'. Ook verschijnen er meer aanbieders op de markt die 24/7 open zijn.

MIDDEN/HOOG
SEGMENT

ZIEKTE-
PREVENTIE

Bedrijfsfitness

Door middel van bedrijfsfitness kan er met korting gesport worden bij verschillende fitnesscentra. Ook gebeurt het vaker dat (grotere) bedrijven zelf ruimtes inrichten waar het personeel kan fitnesssen. Fitness draagt bij aan de gezondheid van de medewerkers en levert een bijdrage aan het terugdringen van verzuim.

Samenwerkingen

“De zorg en fitnesscentra zouden veel meer moeten samenwerken waarbij fitnesscentra zich meer moeten profileren als gezondheidsexperts.” Dit werd geschreven in de thema-update ‘Fitnesscentra & Zorg’ van Rabobank Cijfers en Trends uit 2015*. Hierbij kan gedacht worden aan samenwerkingen met *zorgverleners*, *sportverenigingen*, *burgers* en *zorgverzekeraars*. Het doel: burgers gezond houden en de stijgende zorgkosten zoveel mogelijk te remmen. Wat is de huidige situatie? Wordt er goed samengewerkt tussen de betrokken partijen?

• Zorgverzekeraars

Zorgverzekeraars opereren momenteel meer reactief dan preventief. Veel zorgverzekeraars bieden wel een kortingsregeling maar het bewust stimuleren om meer te bewegen is nauwelijks zichtbaar. De Friesland Zorgverzekeraar is de enige zorgverzekeraar die een vergoeding voor medische fitness in het pakket heeft.

• Zorgverleners

In veel fitnesscentra zijn fysiotherapeuten en personal trainers aanwezig. Samenwerkingen tussen ondernemers en zorgverleners als huisartsen, diëtisten en gewichtsconsulenten zijn voornamelijk zichtbaar in het hogere segment.

• Burgers

Hedendaagse technologieën zoals de smartwatch en de huidige gezondheidstrend zijn hulpmiddelen voor iedereen die bewust bezig is gezond leven. Voeding valt hier ook onder. Ook hier geldt: begeleiding rond voeding komt vaker voor bij clubs in het hogere segment, alhoewel verschillende budgetcentra ook inloopuren aanbieden voor leden die advies willen.

• Sportverenigingen

Het aantal fitnessbeoefenaars loopt op terwijl de traditionele sportvereniging het lastiger heeft. Sporters zoeken flexibiliteit, wat ze sneller vinden in het fitness. De sportpas is een initiatief wat ervoor zorgt dat kinderen meerdere sporten uit kunnen proberen binnen hun gemeente. Voor fitnesscentra is deze doelgroep minder interessant, samenwerkingen met verenigingen en het gebruik van hun grond voor bijvoorbeeld bootcamps en andere buitenfitnessactiviteiten biedt meer perspectief.

*Bronnen: Rabobank Cijfers en Trends, Thema-update: Fitness Centra & Zorg

ZORGVERZEKERAARS



ZORGVERLENERS



BURGERS



SPORTVERENIGINGEN



Trends en ontwikkelingen

HORECATRENDS.COM

Van Spronsen & Partners

www.horecatrends.com publiceert dagelijks de nieuwste trends in eten, drinken, dansen, slapen, in- en ontspannen en winkelen.

Boutique sportscholen

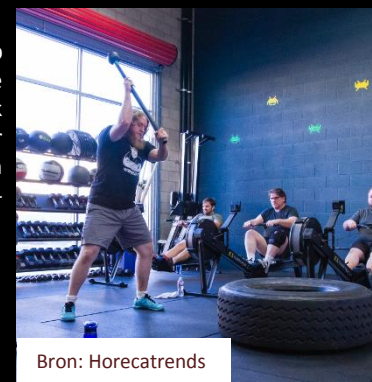
Bij de boutique sportscholen van Rocycle krijg je in drie kwartier een full-body workout voorgeschoteld, op een spinning-fiets. In tegenstelling tot andere sportscholen kun je bij Rocycle niets anders doen dan spinnen. De kosten liggen ook hoger maar als tegenprestatie wordt alles voor je geregeld en krijg je lessen van topinstructeurs. Het idee komt uit Amerika, waar het bedrijf SoulCycle de afgelopen jaren is uitgegroeid tot een concern van 74 vestigingen.



Bron: Horecatrends

Trainingsmethodes

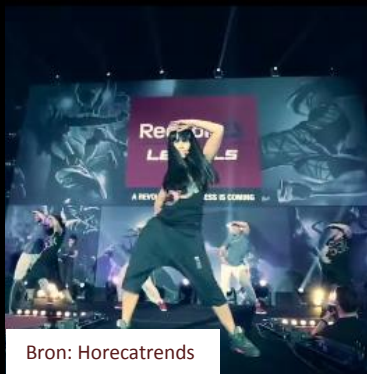
Veel trends binnen de fitnessbranche bevinden zich op het vlak van trainingsmethodes. Denk hierbij aan de opkomst van Crossfit studio's (gewichtheffen, atletiek en gymnastiek in één) en bootcamp/outdoor trainingsmogelijkheden. Ook Yoga en Pilates zijn populaire trainingsmethodes binnen de fitnessbranche.



Bron: Horecatrends

Fitnessfestivals

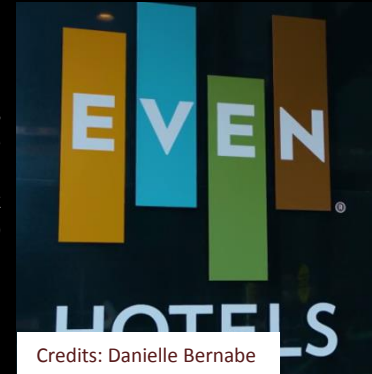
Les Mills Live is een samenwerking tussen Reebok en Les Mills die wereldwijd fitness festivals organiseren. Een aantal jaar geleden zijn ze hiermee gestart en inmiddels zijn de verschillende festivals het decor van duizenden fitness liefhebbers en fanaten die uit hun dak gaan. Vorig jaar was de Ziggo Dome het decor van een live event van Les Mills, tijdens het Amsterdam Dance Event. In maar liefst zes zalen konden de fitness fanaten die dag van negen uur 's ochtends tot zeven uur in de avond verschillende lessen volgen.



Bron: Horecatrends

Sportspitality | EVEN® Hotels

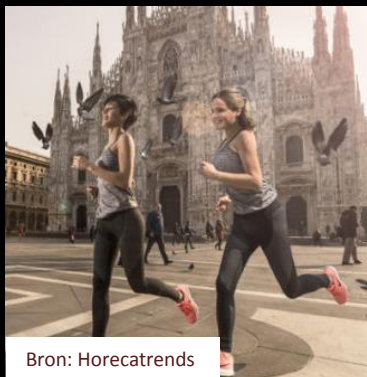
EVEN® Hotels is de nieuwste hotellijn van Intercontinental Hotels Group (IHG). De hotels richten zich op gasten die tijdens hun vakantie of zakenreis actief, gezond en uitgerust willen blijven. Deze filosofie is door het hele hotel zichtbaar. Er is gezond eten verkrijgbaar, er kan op elke plek en op elk moment gesport worden en je hele kamer is erop gericht jou de rust te geven die je nodig hebt. Geen hospitality maar sportspitality!



Credits: Danielle Bernabe

Run with Nike

Ga je op vakantie en wil je fit en gezond blijven? Hotelgasten die het Four Seasons Milano hotel bezoeken, kunnen zich nu aanmelden om samen met een professionele Nike coach een rondje rondom Milaan te joggen. De 'personal running' sessie is aangepast aan de individuele behoefte, of het nou is om te trainen voor een specifieke uitdaging of gewoon om fit te blijven terwijl je Milaan ontdekt. Perfect wanneer je een dag genoten hebt van de Italiaanse keuken.



Bron: Horecatrends

Fitnessstrends

Wil je meer trends, innovaties en inspiratie opdoen binnen de fitnesssector? Lees dan ook het trendboekje 'Fitnessstrends 2017' van onze collega's bij horecatrends.com. Wat is populair, wat gebeurt er in het buitenland en waar kunnen we hier ook gebruik van maken. De bijdrage is terug te vinden op de website van Horecatrends.



Verzadigde markt

De fitnessmarkt raakt in Nederland verzadigd, het aantal fitnesscentra is nagenoeg gelijk gebleven ten opzichte van 2011. Grotere low-budget ketens blijven groeien wat ten koste gaat van de zelfstandige sportscholen. Nieuwe sportscholen zullen zich meer moeten onderscheiden. Dit kan door middel van doelgroep (senioren, vrouwen, LHBT) of door zich te profileren als zorgcentrum.

Vergrijzende samenleving

65-plussers zijn vaker gaan fitnesssen de afgelopen jaren, nu de samenleving verder vergrijst is dit een interessante maar moeilijk doelgroep, ouderen sporten over het algemeen namelijk liever niet tussen de jongeren. 'Senioren fitness' kan de oplossing zijn, voor een bepaald aantal uur per week is de sportschool dan alleen toegankelijk voor deze groep. Fitnesscentra die zich alleen richten op senioren zijn er ook al, alleen niet Nederland. In de V.S. zijn die wel te vinden, Nifty-After-Fifty is zo'n keten (31 vestigingen). Er worden verschillende trainingsprogramma's aangeboden maar ouderen kunnen er ook terecht voor voedingsadvies en programma's ter preventie van diabetes.

Vergrijzing zorgt er ook voor dat er meer behoefte komt is aan fitnesscentra in of in de buurt van ziekenhuizen. Niet alleen voor revalidatiedoeleinden maar ook ter stimulering van de gezondheid van patiënten die opgenomen zijn in het ziekenhuis.

Marktsegmentatie

De grote ketens in het low-budget segment zijn blijven groeien. Lichte groei is er ook bij fitnesscentra in het middensegment, deze groei zit echter wel bij ketens die zich segmenteren, denk aan Anytime Fitness (24 uur open) en fitnesscentra gericht op vrouwen. De klassieke fitnessschool in dit segment zijn hier de dupe van en zullen een manier moeten vinden om zich te onderscheiden.

Zorg

Ondanks de huidige gezondheidstrend blijft het percentage Nederlanders met overgewicht stijgen. Oorzaken hiervan zijn onder meer ongezonde voeding en weinig beweging. Fitnesscentra kunnen hier een positieve bijdrage aan leveren door de samenwerking te zoeken met lokale zorgverleners, bedrijven en scholen. Sportscholen die zich profileren als gezondheidscentrum kunnen op deze manier beter inspelen op de wensen van de groeiende groep consumenten die bewust bezig is met gezonder leven maar ook op de groep die preventieve zorg nodig heeft.

Technologie

Meten is weten, dat geldt zeker in de fitnessbranche. De wearable technologie verkoop stijgt en fitness apparatuur zal, aan de hand van persoonlijke gegevens, steeds meer personaliseren. De generatie van nu doet alles digitaal, sportscholen zullen daarom moeten blijven ontwikkelen op het gebied van apps en digitale hulpmiddelen.



Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 30 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche.

Naast horeca-advies verzorgt de Van Spronsen & Partners groep horeca-salarisadministratie, horeca - administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing en strategische visies. Ons bureau voert daarnaast horeca- en leisure onderzoeken uit zoals Meest Gastvrije Stad en het Sauna Onderzoek.

Regelmatig publiceren wij vakgerelateerde blogs, trendpresentaties en brancheboekjes. Kijk voor alle publicaties op www.spronsen.com.



David Maartense

Voor meer informatie, reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met David Maartense, medewerker marketing & communicatie bij Van Spronsen & Partners horeca-advies, tel. 071 541 88 67 of e-mail: davidmaartense@spronsen.com.

Lees ook de volgende publicaties op spronsen.com:



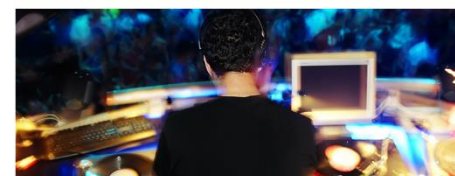
"Het Leisurecentrum in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



"Het Café in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



"De Discotheek en Club in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



"Het Bowlingcentrum in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Inspiratie nodig?

Lees dan ook de onze publicatie over de trends in de fitnessindustrie op:

horecatrends.com/trendboekjes

