



Rabobank



# Rabobank Cijfers & Trends

## Branche-informatie

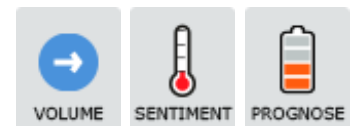
### Fitnesscentra

#### Visie

#### Perspectief

##### Kansen pakken

De fitnessmarkt bevindt zich momenteel in bijzondere tijden; nog nooit is de behoefte bij de consument zo groot geweest om te gaan sporten. Door zowel maatschappelijke druk (we bewegen te weinig, leven ongezond en moet dus meer gaan sporten) als sociale druk (je wilt er goed blijven uit zien en sport als onderdeel van je leefstijl), zijn wij in Nederland massaal aan het fitnessen geslagen - van bodybalance en spinnen tot pure powerlifting. Daarbij hebben we steeds minder de behoefte om in verenigingsverband te sporten, maar betalen we liever wat meer bij een professionele aanbieder. Kortom, voldoende kansen voor de fitness. Toch is er sprake van een negatief markt sentiment omdat de concurrentie moordend is en de consument grilliger is dan ooit. Deze toenemende concurrentie komt vooral vanuit het groeiend aantal filialen van de grote budgetketens. De ketens pakken de bulk van de markt door een totaalaanbod te bieden en met scherpe prijzen te stunten. De consument is minder loyaal geworden, wil zich niet meer binden aan een langlopend lidmaatschap en is gevoelig voor prijsacties. Tegelijkertijd ontstaan als tegenreactie op de grote ketens allerlei kleinschalige, innovatieve concepten in de vorm van personal training, outdoor training en boutique studio's. Deze spelen in op de behoefte van een deel van de doelgroep aan persoonlijke begeleiding en meer beleving. Hiervoor is men bereid een meerprijs te betalen waardoor betere marges gerealiseerd worden. Voor reguliere fitness is echter de perceptie bij de klant ontstaan dat sporten voor een of twee tientjes per maand moet kunnen. De markt zal zo steeds verder gedomineerd worden door ketens die stunten met de prijs.



##### Vraag naar sportbegeleiding zal stijgen

Voor de langere termijn is de prognose neutraal. Fitness blijft populair in Nederland, waardoor er nog steeds kansen zijn in deze nog relatief jonge branche. Maar de markt zal gedomineerd worden door de grote ketens en lowbudgetcentra. Om van deze concurrentie op prijs weg te blijven en zeker te zijn van een toekomst, is het van belang dat individuele fitnesscentra zich onderscheiden met nieuwe concepten. De vraag naar sportbegeleiding, bewegings- en voedingsadvies zal toenemen, mede ingegeven door het feit dat de burger meer moet betalen voor zijn eigen gezondheid en dus gezonder zal willen gaan leven. Fitnesscentra kunnen zich ontwikkelen tot het regionale centrum voor preventieve bewegingsactiviteiten en voedingsadvies, onder meer door de samenwerking aan te gaan met lokale zorgverleners.

- Lees meer over de kansen voor Fitness in de Zorg in onze [Thema-update](#);
- Lees meer over trends in fitnessland die kansen bieden voor de creatieve fitnessondernemer in [deze blog](#).

#### Trends

- Toenemende vraag naar persoonlijke begeleiding en training in kleine groepjes;
- Flexibele abonnementen en contracten;
- Toenemende behoefte aan een gezonde levensstijl; sport als onderdeel van je leefstijl;
- Opkomst outdoor fitness, bootcamping en body weight training (zonder apparatuur);

- Groei van het aantal sportevents zoals mud- en obstaceleruns;
- Meer aandacht voor duurzaamheid in het bedrijfsleven, waaronder het aanbieden van bedrijfsfitness voor medewerkers;
- Ketenvorming en als reactie: de opkomst van 'boutique' formules (kleinschaliger, persoonlijk, met meer beleving, goede horeca);
- Integratie van fitness, wellness en gezondheidscentra in 'preventiecentra';
- Opkomst van digitale clubs; mede via de inzet van apps of devices worden wereldwijd actieve online fitnesscommunities gecreëerd.

## Kansen en bedreigingen

- Toenemende vraag naar lowbudgetformules;
- Aanbieden totaalconcept van fitness, recreatie en wellness; aansluiten bij eerstelijns zorg, aanbieden yoga, meditatie, mindfulness en dieet- en lifestyle-adviezen;
- Toenemende vraag naar sportbegeleiding, bewegings- en voedingsadvies ingegeven door de systeemwijziging in de zorg waarbij de focus wordt verlegd naar preventie en een gezonde levensstijl;
- Het samenwerken met lokale zorgaanbieders, onder meer gericht op gezondheidsvraagstukken zoals obesitas bij kinderen of dementie bij ouderen;
- Het samenwerken met lokale sportverenigingen om zo het aanbod van activiteiten te differentiëren;
- Het verloop bij de meeste fitnesscentra is hoog. Er is nog steeds te weinig aandacht voor ledenbehoud, marketing en een duidelijke positionering. Dalende lidmaatschapsprijzen maken dat premium clubs meer waarde moeten creëren om onderscheidend te blijven.

## Bedrijf en markt

### Markt

#### Vraag

Fitness is uitgegroeid tot één van de meest beoefende takken van sport onder de (volwassen) bevolking. De laatste jaren is de explosieve groei van de voorgaande decennia tot stilstand gekomen en lijkt verzadiging opgetreden. Zo'n 20% van alle Nederlanders ouder dan 15 jaar doet aan fitness. Het gaat hierbij om ruim 3 miljoen personen. Ongeveer 2,7 miljoen zijn daadwerkelijk lid van een fitnesscentrum. Jaarlijks brengen wij ruim 200 miljoen bezoeken aan fitnesscentra. Ongeveer 75% van de bezoekers komt gemiddeld minimaal een keer per week. De gemiddelde verblijfsduur in een fitnesscentra is circa 1,5 uur per bezoek. Deelname aan fitness stijgt onder ouderen en onder groepen met een beneden modaal inkomen. Fitness cardio en fitness kracht zijn de meest beoefende activiteiten in een fitnesscentra (bronnen: EuroActive, Deloitte, OBiN, Mulier Instituut).

#### Verzorgingsgebied

Gemiddeld woont de fitnessklant niet verder dan vier kilometer van het centrum en bijna de helft woont binnen een straal van twee kilometer. De gemiddelde leeftijd van de deelnemer aan fitness ligt rond de dertig jaar. Er is wel een verschuiving van de leeftijd waarneembaar, omdat meer ouderen gaan fitnessen met ziektepreventie als reden.

#### Seizoenpatroon

Er is sprake van een seizoenpatroon in de vraag. Topmaanden zijn de maanden oktober tot en met april, met als belangrijke maand januari, omdat veel mensen het goede voornemen hebben om het nieuwe jaar gezond en sportief te beginnen. Sommige centra verliezen in de zomermaanden wel 50% van hun leden. Het recht om een paar maanden rustend lid te zijn voor een minimale contributie stimuleert het blijvend lidmaatschap.

#### Aanbod

Er zijn ruim 1.850 fitnesscentra in ons land (bron: Deloitte/EuroActive). Daarnaast zijn er ook bedrijven die zich alleen bezighouden met vecht- en krachtsporten. De omvang van het aantal leden kan variëren van nog geen 200 tot wel meer dan 5.000 leden. Tweederde van de fitnesscentra wordt nog zelfstandig gerund; Een op de drie fitnesscentra is dus onderdeel van een keten. Het aanbod van fitnesscentra is zeer divers en loopt uiteen van het traditionele krachthonk tot en met sportcentra die naast fitness vaak meerdere tennis-, squash en overige sportbanen hebben. Ook is er onderscheid tussen prijsvechters en high premium clubs met uitgebreide wellness- en zorgfaciliteiten. Verder zijn er ook veel specialisaties te constateren. Zo zijn er centra die zich richten op leisure fitness, fysiofitness (accent op medische begeleiding), bedrijfsfitness, krachtsporten of damesfitness. Daarnaast is er de opkomst van concepten zoals Anytime Fitness (waar je 24 uur per dag sporten) en Train More (hoe vaker je komt hoe goedkoper het wordt).

## Omzet

De totale omzet van de branche wordt geschat op circa 1,2 miljard euro (bron: Deloitte/EuroActive).

### **Rabobank Cijfers & Trends**

Al meer dan vijftig jaar biedt de Rabobank met Cijfers & Trends betrouwbare branche-informatie. Via [www.rabobank.nl/cijfersentrends](http://www.rabobank.nl/cijfersentrends) is deze informatie gratis te raadplegen. U vindt er onze thema-updates, branche-informatie en sectorprognoses. Ook kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche.