



## Aernout Leezenberg

*De auteur is oprichter van marketingbureau Hidden Profits ([www.hiddenprofits.nl](http://www.hiddenprofits.nl)) en Wellbeing Media ([www.wellbeingmedia.nl](http://www.wellbeingmedia.nl)). Hij is co-auteur van het in juni 2011 verschenen boek 'Ondernemen in de Fysiotherapie'.*

## FITNESSBRANCHE

# Veni, vidi, foetsie?

Het was augustus 1991. Vers van de HEAO nam ik samen met mijn compagnon Hans een sportschool over. Ja, weinig mensen weten het, maar ons fitnesscentrum the Challenge in Gouda behoorde tot de eerste lichte Fit!vak leden. Nu ben ik weer verbonden aan Fit!vak, maar dan als marketingpartner. Er is veel veranderd. Hoewel...?

### 1991: DE FITNESSBRANCHE GROEIT

In 1991 lukte het mij als student met een enthousiast plan, een beetje spaargeld en lef nog om een paar ton bij een bank te lenen. Om een sportschool over te nemen. Het eerste dat we deden, was de zwaarste halter-schijven in een hok verbergen. We wilden afscheid nemen van de bodybuilders, ruimte maken voor 'normale' mensen. In die tijd was je onderscheidend als je normaal met mensen omging, de mensen aankeek, ze een hand gaf, je voorstelde en bij elk bezoek hun naam nog wist en vroeg naar hun wel en wee. Gewoon oprechte aandacht maakte het verschil. Daar haalden we de voorpagina van woensdagkrant de Goudse Post nog mee. Ik heb de vergeelde krant nog thuis! Gewoon zelf de krant gebeld en ons verhaal verteld.

### 2001: DE FITNESSBRANCHE TRILT

Na verkoop van mijn bedrijf en een flinke omzwenking in de financiële wereld kwam ik in 2001 bij Special Sports Consultants terecht. Inderdaad, bij Guus van der Meer. De start was meteen goed: een direct mailing (brief met bestelformulier) rond Kerst 2001 verkocht in twee weken tijd 21 Power Plates. Gewoon per post en fax. In die tijd was je onderscheidend als je innovatieve trainingen aanbod. Velen kochten trilplaten, omdat de concurrentie dat deed zonder verder na te denken. Zonde, nagenoeg geen enkele ondernemer haalde het optimale uit het apparaat, niemand paste het concept echt goed toe.

### 2011: DE FITNESSBRANCHE ONVINDBAAR

Hidden Profits bestaat in 2011 7 jaar. Al sinds 6 jaar werken we met online marketingtools. De fitnessbranche van 10 jaar geleden is met de almaar toenemende concurrentie verpulverd in kleine brokjes (in marketingtermen: in niches). Door de opkomst van ketens, crisis, prijsvechters, personal trainers, fysio's met fitness, TellSell, de Sonja Bakkers, online trainers, fitness apps enzovoort. Zorg daarin maar dat je goed vindbaar bent.

In deze tijd ben je onderscheidend als je online overall goed vindbaar bent. En direct letterlijk aantoon wat jouw meerwaarde voor de klant is. Omdat elke club zo'n beetje dezelfde faciliteiten heeft, draait het dus om de juiste communicatie. En als je weet dat iedereen online is, dan ben je een kneus als je nu nog steeds je online communicatie niet in orde hebt. Dat krijg je als je het 'eerst zelf gaat proberen', zoals ik vaak hoor.

### KRUIDENIERS VERDWIJNEN VANZELF

Het enige dat in 20 jaar is veranderd, is ... de maatschappij! Veel ondernemers in de fitnessbranche doen nog steeds hetzelfde als 20 jaar geleden. Doe-het-zelven is in al die jaren dé grote killer geweest. Omdat iedereen kan schrijven, wil dat nog niet zeggen dat online marketing simpel is. Google is gratis, maar conversie optimalisatie (van sitebezoeker naar aanmelder) is een vak. Een mooi voorbeeld voor de doe-het-zelf-marketing fitnessondernemer: de kruideniersbranche. Op een paar hobbyisten na zijn alle buurtsupers verdwenen. De rest is failliet of bijna failliet. En voor een appel en een ei verkocht aan een grote supermarktketen.

Op naar de volgende 20 jaar! Althans, voor degenen die zich aanpassen aan de maatschappij. Darwin zei het al: de overlevers zijn zij die zich het beste aanpassen aan de veranderende omgeving.