

Hoofdstuk 1

Virtuele groepsfitness als trend

1.1 Introductie

De fitness sector heeft de afgelopen jaren aanzienlijke veranderingen ondergaan en zal in ontwikkeling blijven. Technologie zal daarin een belangrijke factor zijn. De snelle vooruitgang van technologie geeft consumenten meer keuze en gemak dan ooit tevoren. De drijvende kracht achter deze transformatie is de digitale consument van vandaag. Het moderne clublid verwacht en eist flexibiliteit en oplossingen die altijd en overal binnen handbereik zijn.

Derhalve kunnen fitnessclubs het zich niet meer veroorloven om technologie uit te sluiten (Ingerslev, 2016). In dit hoofdstuk worden enkele belangrijke achtergronden behandeld die medebepalend zijn voor de opkomst en uitwerking van virtuele groepsfitness. Er worden diverse studies besproken die trends laten zien ten aanzien van virtuele fitness. Daarbij gaat het niet alleen om activiteiten binnen een fitnessclub, maar ook om de koppeling met diensten buiten een club.

1.2 Technologie in de fitness sector

De fitness sector heeft de laatste jaren steeds meer te maken met de invloed van technologie. Zowel binnen als buiten de club. Dit betreft onder meer wearables, gezondheidsapps, fitnessapps, het streamen van workouts en virtuele groepsfitness on-demand. De op technologie-gebaseerde diensten en producten hebben in de fitness sector de afgelopen twee jaar een aanzienlijke groei doorgemaakt. Mobiele apps, online trainingsdiensten en programma's zijn sinds 2013 met

meer dan 150% gegroeid. Zie hiervoor figuur 1.1.

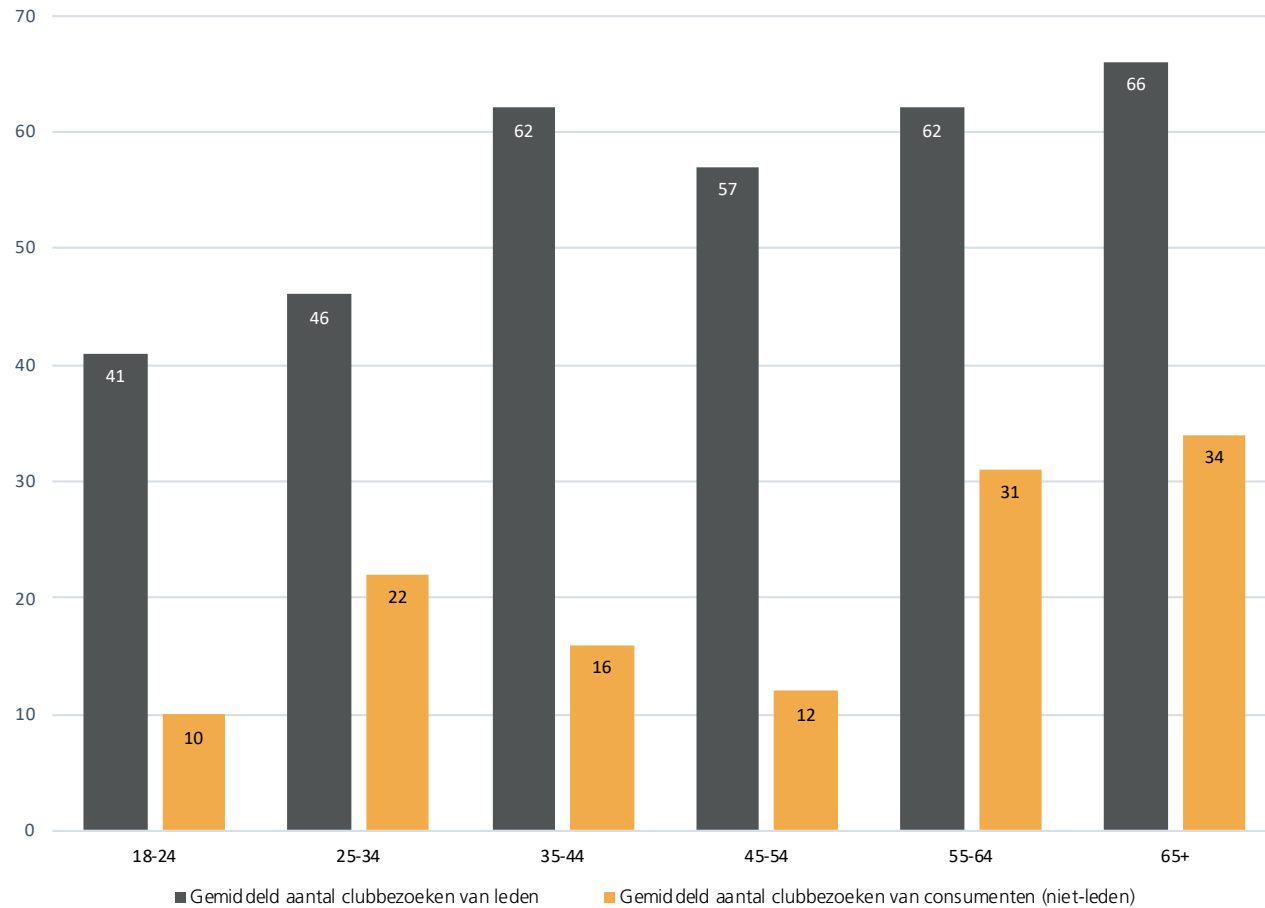
De vier muren van een fitnessclub worden van de buitenkant afgebroken door deze opkomende technologieën en diensten. Virtuele groepsfitness speelt hierin een belangrijke rol. De fitness sector heeft lang gewacht met het toepassen van nieuwe technologie om de leden in hun veranderende behoeften te voorzien. Vandaag de dag zien de fitnessbranche en de clubeigenaren het belang van technologie in omdat de moderne consument flexibiliteit en gemak wil.

De millennials

zijn een belangrijke generatie
voor virtuele groepslessen.

De millennials zijn een belangrijke generatie voor de fitness sector, omdat ze de traditionele fitness opnieuw definiëren en afstand nemen van de traditionele lidmaatschappen. Volgens een consumenten trendrapport (IHRSA, 2015) bezoeken clubleden van 18 tot 34 jaar de club minder vaak dan welke andere leeftijdsgroep dan ook (zie figuur 1.3). Als clubeigenaren relevant willen blijven in de door technologie gedreven denkwijze van de millennials, moeten ze hun fitnessaanbod aanpassen om aan de behoeften van millennials aan comfort en flexibiliteit te voldoen.

Door virtuele lessen te streamen, hebben clubs de unieke mogelijkheid om te connecten met leden buiten de club. Door virtuele fitnesslessen aan hun eigen apps toe te voegen, kunnen fitnessclubs leden toegang bieden tot groepsfitness buiten de vier muren van hun club op de eigen consoles van de leden (tv, smartphones en tablets). Dit is een geweldige manier om fitness aan te bieden aan millennials die aarzelen om de fysieke club te bezoeken.



Figuur 1.3: Bezoek aan fitnessclubs per leeftijdsgroep (IHRSA, 2015; Ingerslev, 2016).