

# 1. De fitness sector in beeld

## 1.1 Inleiding

In het eerste hoofdstuk van dit trendrapport staat de gehele fitnessbranche centraal en wordt een algemeen beeld weergegeven, met name gebaseerd op internationale literatuur. Aanvullende informatie werd verkregen via deskresearch (internet). Vanuit een wereldwijd beeld wordt er voorts ingezoomd op Europa en vervolgens op Nederland.

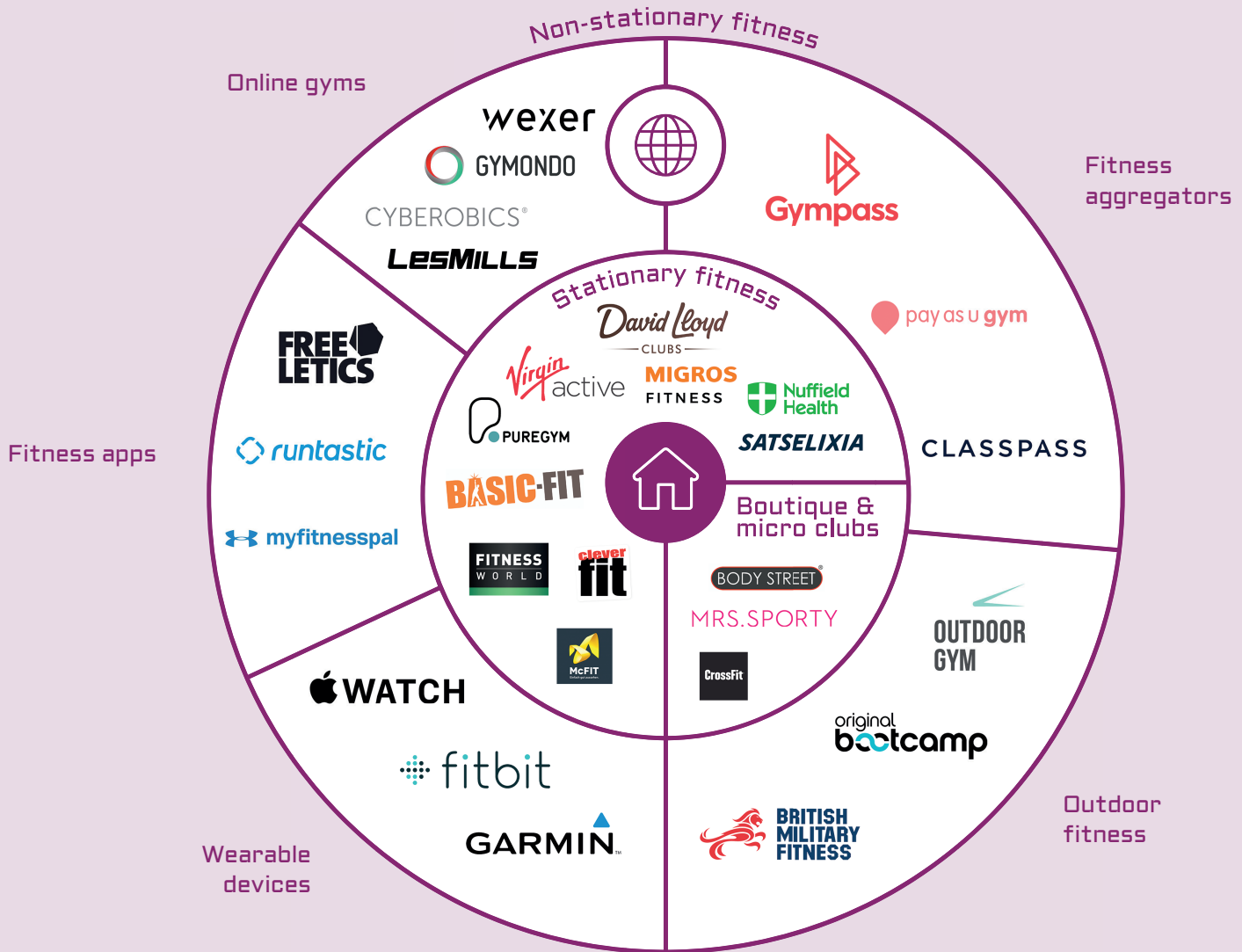
## 1.2 Ecosysteem

EuropeActive en Deloitte presenteerden voor het eerst in 2018 een overzichtelijk beeld van het ecosysteem van de Europese fitness sector. Het ecosysteem staat voor een levendige en dynamische weergave van de sector en laat zien dat er meer speelt dan alleen fitnessclubs in een lager, midden en hoger segment, zoals dat traditioneel gezien werd afgebeeld. Zo is er een duidelijke positie opgenomen voor boutique studio's.

Anno 2019 stelt de fitnessklant meer dan ooit zichzelf centraal en zoekt fitness faciliteiten, programma's en services die bij zijn of haar leefstijl passen. Vooral jongere doelgroepen maken daarbij steeds meer gebruik van online services en stellen hoge eisen aan flexibiliteit. De opkomst van boutique fitness studio's valt onder

meer te verklaren doordat zij in sterke mate deze flexibiliteit bieden in combinatie met online kwaliteiten.

In het midden van figuur 1.1 zie je de (stationary) fitness voorzieningen met clubs in het lagere, midden, hogere en boutique segment. Daarnaast zijn er online gyms, zoals Wexer of Fitchannel (in Nederland), fitness apps en wearable instrumenten. Tevens kent het ecosysteem diverse outdoor fitness providers zoals (in Nederland) The Bootcamp Club. Tot slot zie je de zogenaamde fitness aggregators, zoals classpass, gympass, onefit en FITsociety. Deze faciliteren onder meer het gebruik van meerdere boutique studio's binnen een abonnement.



Figuur 1.1: ecosysteem in de Europese fitness sector (EuropeActive & Deloitte, 2018).

De groei in de fitness sector wordt in traditioneel onderzoek en rapporten van IHRSA en EuropeActive vooral in beeld gebracht aan de hand van het aantal clubs en het aantal leden in deze clubs. Waar er in 2008 nog sprake was van 108.000 clubs wereldwijd, is dit aantal in 2018 opgelopen tot 201.000 clubs in de wereld (IHRSA, 2018).

Zoals het fitness ecosysteem laat zien, gaat het binnen de fitness sector echter niet alleen om fitnessclubs. Zo krijgen boutiques (ook wel microclubs genoemd) een aparte plek. Deze kleinschalige studio's worden vrijwel nooit meegenomen in de rapportages van het aantal clubs. Zo telt Nederland volgens recent onderzoek 2.050 clubs, echter zonder daarin de 623 personal training studio's mee te nemen, althans zo lijkt het.

Als het ecosysteem als geheel wordt bekeken, dan telt Nederland veel meer dan 3,2 miljoen fitnessklanten. Het aantal dat gebruikmaakt van bootcamp, online gyms of traint via een App is onbekend, maar zal toch zeker substantieel zijn. Veel fitness consumenten combineren diverse vormen, maar ook daarover is beperkte informatie voorhanden.

### 1.3 Definitie

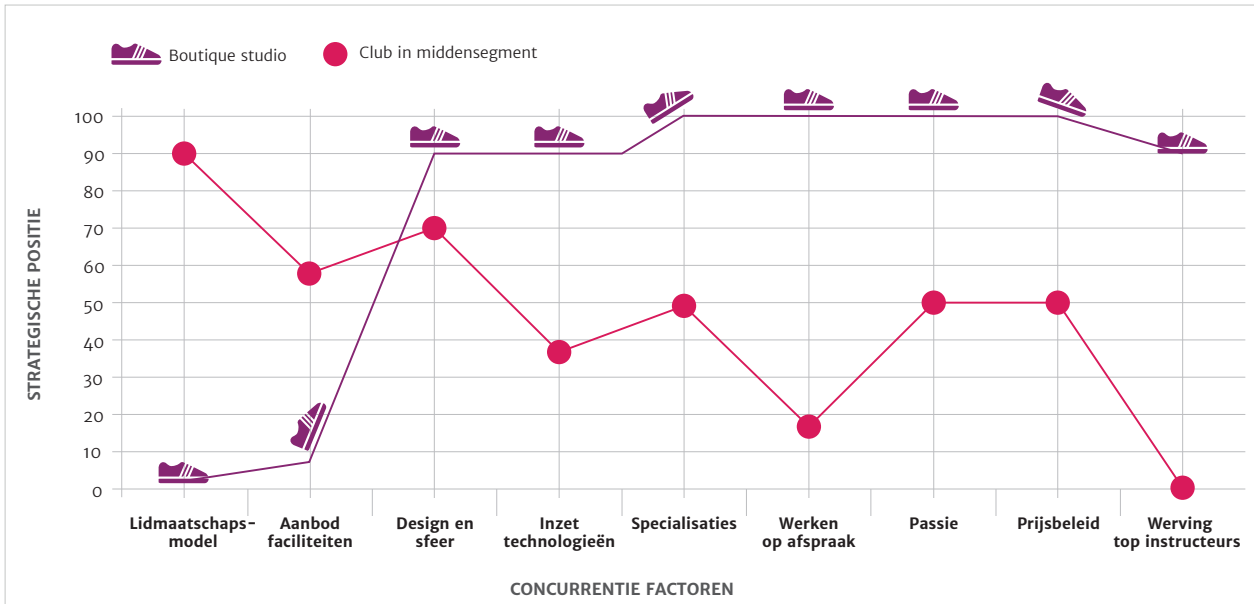
Het is nog niet zo eenvoudig om een eenduidige definitie te geven van een boutique fitness studio, omdat dit direct de veelzijdigheid van dit segment zou aantasten. Ray Algar (2015) heeft als een van de eersten een rapport geschreven over dit segment (in het

Verenigd Koninkrijk) en beschrijft een boutique aan de hand van enkele kenmerken:

- Kleinschalig (intimate scale).
- Specifiek programma (narrow programme/activity offer).
- Expertinstructeurs (expert and guided instruction).
- Werken op afspraak (schedule-driven).
- Intiem design en sfeer (nurturing environment).
- Groepslessen (group-powered).
- Gedeelde passie (shared common interest).
- Herkenbare missie (compelling mission).

Het mag duidelijk zijn dat je over deze kenmerken discussie kunt voeren. Ze verschillen onderling nogal van aard; zo is kleinschaligheid concreter dan bijvoorbeeld een herkenbare missie. Er wordt overigens weinig geschreven over hoe groot of klein een studio wel of niet mag zijn.

In figuur 1.2 wordt een vergelijking gemaakt tussen midden-segment clubs en boutique studio's op een negental factoren. De grote verschillen tussen deze twee segmenten zijn onder meer te vinden in het lidmaatschapsmodel, het werken op afspraak en het werven van toptrainers. Zo werken boutique studio's doorgaans met flexibele lidmaatschappen en veelal met betaling per les zonder bijkomende verplichtingen voor een langere duur.



Figuur 1.2: strategische verschillen tussen boutique studio's en middensegment clubs volgens Algar (2015).

Op basis van de nogal brede omschrijving komt Algar (2015) tot de volgende lijst van categorieën van boutique studio's:

- Barre, Pilates, dance.
- HIIT, cross training, boxing, martial arts, MMA.
- Cycle, treadmill, rowing.
- Yoga, meditation, stretch.
- Multi-disciplinary formats (e.g. provides HIIT, yoga and cycling).
- Sports and integrated performance.
- Personal training, small group training.