



Volledige make-over indoor cycling zaal Fitnesscamp Westerwald:

BEZETTINGSGRAAD STIJGT **NAAR 85%**

Door HDD GROUP

Fitnesscamp Westerwald is een dynamische fitnessclub uit het middensegment en gevestigd in Westerwald (Duitsland). Eigenaren Jochen en Alexandra Martin hebben altijd een neus gehad voor het aantrekken van nieuwe leden. Maar toen de club investeerde in een volledig vernieuwde indoor cycling studio, konden zij ook niet voorspellen dat er zoveel nieuwe leden op af kwamen. We spraken met clubeigenaren Jochen en Alexandra Martin.

Wat is de achtergrond van Fitnesscamp Westerwald?

Jochen Martin: "Het is een kleurrijk verhaal - we gaan terug tot 1985, toen ik de fitnessclub oprichtte met slechts 60 leden en 100 vierkante meter. Al snel breidde ik de club uit en vandaag de dag zijn we een mid-market club en hebben we een vloeroppervlakte van 2.000 m², inclusief twee groepsfitnesszalen van 300 m² en 110 m². Het lidmaatschap bedraagt 29 euro per maand. Totaal hebben we 2600 leden en een groot deel daarvan bestaat uit millennials. We hanteren geen opzegtermijn voor het lidmaatschap en vooral millennials ervaren dat als zeer positief."



Kun je iets vertellen over het groepsfitness aanbod in de club?

Alexandra Martin: "Het grootste verkoopargument voor onze club zijn de groepslessen – bij 50% van onze nieuwe leden was het groepsfitness aanbod doorslaggevend voor de keuze om lid te worden. Leden kunnen wekelijks deelnemen aan 43 groepslessen en we hebben 11 Les Mills programma's op het lesrooster staan. Onze salesmedewerkers zijn verplicht om uitgebreide informatie te geven over ons groepsfitness aanbod – dat is absoluut essentieel voor ons."

Wat is jullie laatste investering geweest?

Jochen Martin: "Fitnesscamp Westerwald is gelegen in een niet-stedelijk gebied. Dit betekent dat we zeer strategisch moeten zijn in hoe we investeren, omdat we ervoor moeten zorgen dat het een brede aantrekkingskracht heeft en een groot Return on Investment po-

tentieel heeft, zodat we de investering kunnen terugverdienen. Indoor cycling is booming en biedt veel mogelijkheden. Daarom hebben we onlangs geïnvesteerd in een grote transformatie van onze cycling studio, met onder andere een aantrekkelijk design en audio-visuele systemen van topkwaliteit. De HDD GROUP heeft ons hierbij ondersteund vanaf de eerste 3D-tekeningen, tot aan de uitvoering van wall design, audio & visueel en verlichting. Onze jarenlange ervaring op het gebied van indoor cycling heeft ons doen besluiten om voor de BODY BIKE SMART + te kiezen. We waren overtuigd van de kwaliteit van de fietsen, de duurzaamheid, de moderne technologie - inclusief de BODY BIKE app - en de gebruiksvriendelijkheid.

Hoe was de reactie van leden op de nieuwe cycling studio?

Alexandra Martin: "Geweldig, iedereen is razend enthousiast! Indoor cycling is nu een echte experience en zorgt voor veel nieuwe leden. De leden zijn gek op RPM en SPRINT in zo'n motiverende omgeving. We wilden de opening van de studio combineren met een groot Les Mills event. Daarom hebben we het relaunch event van de Les Mills lessen samen laten vallen met de opening van de studio. Mond-tot-mondreclame is heel belangrijk voor onze club en mensen zijn gelukkig erg nieuwsgierig naar het nieuwe indoor cycling aanbod waar ze over gehoord hebben. Ze komen in eerste instantie misschien alleen om de trendy indoor cycling zaal te bekijken, maar de kwaliteit van de indoor cycling programma's zorgt ervoor dat ze ook lid worden en lid blijven."

Zijn er nog andere voordelen van de cycling investering?

Alexandra Martin: "De indoor cycling lessen zitten in de lift! We hebben een gemiddelde bezettingsgraad van 85%. Op dit moment hebben we geen reserveringssysteem; als de cycling lessen volgeboekt zijn, kiezen leden in plaats van een cycling les voor een groepsfitness les. Er is dus ook een toename in de deelnemersaantallen van de groepsfitness lessen. Indoor cycling is een goed instaprogramma voor nieuwe leden; de choreografie is vrij eenvoudig. Het is een effectieve manier om beginners kennis te laten maken met groepsfitness en hun zelfvertrouwen te vergroten. Hierdoor is de kans groter dat ze langer lid blijven."

Hoe trekken jullie nieuwe doelgroepen aan voor de cycling studio?

Jochen Martin: "We organiseren trainingen van 6 tot 8 weken voor cycling liefhebbers die

geen lid van onze club zijn. In deze training combineren we voedingsadvies met training om de fietsprestaties te verbeteren. We hebben nu ook 10 voetbalteams die op maat gemaakte indoor cycling workouts volgen, als onderdeel van hun trainingschema. Dit zorgt voor extra inkomsten voor onze club. Instructeurs geven deze lessen erg graag, omdat ze deelnemers tot het uiterste willen pushen." "Daarnaast werken we samen met scholen om jonge mensen - onze klanten van de toekomst – de mogelijkheid te bieden om buiten de spitsuren naar de club te komen en actief te zijn. Ook bieden we wellnesspakketten aan van 8 tot 10 weken aan bedrijven. We krijgen dus veel nieuwe gezichten binnen, waardoor we extra inkomsten genereren. Veel deelnemers aan deze trainingen schakelen ook over naar volwaardige lidmaatschappen."

Hoe konden jullie het maximale uit de cycling studio halen? Wat is jullie geheim?

Alexandra Martin: "We leggen een enorme focus op het helpen van onze leden om resultaten te bereiken, want dat is waar ze uiteindelijk bij ons voor komen en het is waar ze voor terugkomen. Dit geldt voor alle leden, of het nu gaat om een professionele wielrenner of een absolute beginner. We zijn onlangs gestart met een HIIT pilotstudie waarbij een groep leden op regelmatige basis deelnam aan Les Mills GRIT en SPRINT. Deze groep onderging fitnessstesten om hun resultaten vast te leggen. Zo konden we aan andere leden in de club aantonen dat HIIT-training de snelste manier is om in vorm te komen en echte vooruitgang te boeken.

Wat is het volgende project voor jullie club?

Alexandra Martin: "Ons volgende grote project is om meer aandacht te besteden aan body & mind, omdat we dit zien als een groeiend interessegebied voor onze leden en de maatschappij. Soms willen mensen niet maximaal trainen, maar willen ze graag hun lichaam én geest in balans brengen. Les Mills International is volop bezig om zich meer te richten op body & mind programma's. Ook Les Mills BARRE staat op ons verlanglijstje. Daarnaast willen we de clubmarketing optimaliseren, inclusief het vernieuwen van onze website. Brand Central van Les Mills zal hier zeker een rol in spelen. Daarnaast zijn de Facebook-groepen voor elk Les Mills programma erg nuttig voor onze instructeurs. Het is een hulpmiddel om "hun eigen marketing" te doen via social media om zo hun lessen te promoten en deelnemersaantallen te verhogen."