



Fitnessminderheden in de fitnessclub

‘De fitnessbranche is **OPGEDEELD IN HOKJES**’

Dylan Watzeels is een jonge fitnessondernemer. Hij is eigenaar van Studio619 te Amsterdam, presenter, paramedicus (io) en bedenker van The Gay Pride Workouts, een evenement dat onlangs plaatsvond tijdens de Gay Pride in Amsterdam. Tevens is hij initiatiefnemer van Own Identity, een concept waarmee hij kleine clubs handvatten geeft om in deze moeilijke tijd het hoofd boven water te houden. BodyLIFE raakte met hem in gesprek over fitnessminderheden en hoe discriminatie te voorkomen in de fitnesswereld.

Fitness is voor iedereen en zou voor iedereen toegankelijk moeten zijn. Met de hoeveelheid aan mogelijkheden die de markt momenteel biedt zou dat geen probleem moeten zijn. Echter is het tegendeel gaande volgens Watzeels. “De fitnessbranche is opgedeeld in hokjes”, benadrukt hij. “Budget clubs versus high end clubs, damesclubs versus stoere-mannen gyms, yoga voor mannen, boksen voor vrouwen. In Amsterdam wordt zelfs onderscheid gemaakt tussen hetero en homo sportscholen. Kennelijk is dit nodig aangezien er sportscholen zijn die structureel transgenders weigeren omdat ze niet weten in welke kleedkamer ze moeten. Tevens blijkt uit onderzoek van Movisie dat het grootste deel van de homoseksuele sporters niet voor zijn of haar gaardheid durft uit te komen in een sportieve omgeving.”

Fitness voor iedereen

‘Ik voel me totaal niet op mijn gemak in het krachthonk. Ik ga dan maar ge-

woon cardio doen', is volgens Watzeels een veelgehoorde zin van klanten. "Hoe kan dit in deze tijd nog gebeuren?", vraagt hij zich hardop af. "Met de kennis die wij nu hebben zouden we iedereen aan de krachttraining moeten kunnen krijgen. Los van de wetenschappelijke onderbouwing die er voor krachttraining bekend is, zouden de trainers en coaches ook het zelfvertrouwen van hun klanten moeten kunnen verbeteren, bijvoorbeeld met Motivational Interviewing of andere methodieken die naast fysieke ontwikkeling ook gedragsverandering bij klanten bewerkstelligen. Wanneer ik naar mijn eigen club, Studio619, kijk, kan ik zeggen dat wij ernaar streven om binnen de branche maar ook binnen de club zo min mogelijk onderscheid te maken tussen training. Welke trainingsvorm de klant doet hangt niet af van de afkomst, geaardheid of het geslacht van de klant, maar van het doel van de klant."

The Gay Pride Workouts

Om meer eenheid te genereren binnen fitness hebben Studio619, Kensho Premium Fitness en FunXtion International de handen in een geslagen en samen The Gay Pride Workouts georganiseerd. Tijdens de opening van de Gay Pride op 23 juli 2016 hebben zij een vijftal workouts verzorgd die een beeld gaven van het actuele aanbod in fitness en dat dit voor iedereen toegankelijk is ongeacht geaardheid, geslacht of afkomst.

De fitnessondernemer aan het woord

Sibel en Alper Yildir van Kensho Premium Fitness te Amsterdam hebben een duidelijke visie wat betreft openminded ondernemen: "Wij hebben als slogan 'Happiness is your choice' en brengen dat over naar al onze klanten. Wij hebben geen concreet concept hier voor, dit gaat allemaal op gevoel. Hoge kwaliteit in combinatie met een persoonlijke vibe en positieve energie is ons visitekaartje. Wij selecteren ons personeel alleen maar op kennis en kwaliteit, niet op bepaalde stereotype fitnesspoppetjes. Natuurlijk moeten fitnessinstructeurs rolmodellen zijn. Maar het rolmodel is anno 2016 meer dan opgepompte, strakke types. Het is veel meer dan dat. Het gaat om energie, uitstraling en inspiratie. Dit zorgt ervoor dat wij een mix hebben van klanten en van medewerkers! Hetero, homo, jong, oud, mannen, vrouwen, transgenders en heel veel verschillende afkomsten. We hebben allemaal een ding gemeen: we trainen allemaal samen."

"Studio619 was initiatiefnemer van het evenement en heeft later partners erbij gezocht om dit evenement groter te maken en daarmee ook het bereik groter te genereren", blikt Watzeels terug. "Het is best een stap geweest om fitness en een evenement als Gay Pride te combineren. Echter reageerde de benaderde partijen erg positief en durfden zij deze uitdaging aan te gaan. En met succes! 50.000 bezoekers hebben gezien dat fitness voor iedereen toegankelijk is."

Programma's als FunXtion en The Gladiator Workouts hebben zich gepresenteerd. "Beide programma's zijn speels, effectief, kort, krachtig en toegankelijk. Door deze te presenteren aan een breed, gemêleerd publiek is er een nieuwe doelgroep in fitness aangeboord. Tevens hebben de programma's een eigen identiteit waardoor iedere instructeur die het pro-

gramma aanbiedt zijn of haar eigen ziel erin kwijt kan."

Openminded ondernemen

Als ondernemer in fitness is het lastig om iedereen zich thuis te laten voelen binnen de club, beaamt Watzeels. "Er zijn helaas weinig voorbeelden van clubs die daar 100 procent in geslaagd zijn. Het gaat om veel meer dan om 'wij accepteren iedereen', het gaat om een bepaalde vibe die jij met je bedrijf uitstraalt. Een energie die je overbrengt en waar klanten voor terug willen komen."

Own Identity

Ondernemen in fitness is lastig door de grote sportschooloorlog die op dit moment gaande is. Maar persoonlijke aandacht en kennis verdient zich volgens Watzeels nog steeds altijd terug. "Daar komen klanten voor terug. Van jouw club met jouw sfeer en jouw identiteit is er maar een! Een loopband en een paar dumbbells kunnen ze overal krijgen. Tevens voorkom je op deze manier slapende leden. Wanneer jij jouw klanten individueel kent en benadert komen ze ook terug om aan hun eigen doelen te werken. Ze voelen zich geen nummer, maar ze voelen zich gewaardeerd en geaccepteerd om wie ze zijn en wat ze willen bereiken. Dit kan pas als jij als ondernemer weet wie je bent en wat je wilt bereiken. Wil je alleen maar faciliteren in sport of wil je helpen je klanten hun doelen te laten bereiken en te behouden? Wanneer jij weet wat jouw bedrijfsidentiteit is en dit ook uitstraalt, voelen klanten dit en ontstaat er een andere vibe op jouw sportschool. Een vibe waar iedereen zich prettig voelt en kan zijn wie hij of zij is. Hiermee onderscheidt je je als kleine ondernemer van de grote fitnessketens en spreek je een hele grote doelgroep aan!"

www.studio619.nl - www.ownid.nl

