



Trends 2019: groepswork-outs staan op twee

CLUBJOY: IT'S ALL ABOUT CONVENIENCE!

Het ACSM (American Council of Sports and Medicine) heeft recent een nieuwe top 20 lijst gepubliceerd met World Wide Fitness Trends voor 2019. Als maker van groepslessen worden we bij ons op kantoor blij van het feit dat groepswork-outs op nummer twee staat. Ook zien we een toenemende ontwikkeling van toevoeging van technologie aan de diensten van de fitnessaanbieders. Wearable Technology staat met stip op één en ook de mobiele trainingsapps winnen aan terrein.

Wat kunnen we nu met al deze informatie samengeperst op een lijstje van twintig topics? Een gegeven is dat de klant van vandaag de dag verandert en een toenemend wensenpakket heeft. Hoe reageer je als sportclub nu op al deze ontwikkelingen? Wat doe je wel en wat doe je niet? Laat ik al deze ontwikkelingen eens langs onze meetlat van ontwikkelingen leggen. Onze visie op de markt dus.

De tijden zijn veranderd

Soms spreek ik met ondernemers die met enige vorm van weemoed terug in de tijd kijken. "Vroeger was alles anders, toen had je nog niet op elke

hoek van de straat een aanbieder!" Dat is een waarheid als een koe. De fitnessbranche heeft zich in rap tempo ontwikkeld. Er zijn ondernemers die al ruim dertig jaar actief zijn in onze branche en in die dertig jaar heeft er een behoorlijke ontwikkeling plaatsgevonden. De judoka's omarmden fitness als eersten en brachten het op veel verschillende plekken naar Nederland. Daarna volgden er snel meer fitnesscentra, voornamelijk met een focus op fitness.

Even later kwam aerobics overwaaien vanuit de USA en deden aerobics, STEP aerobics en ook Callanetics hun intrede. Dat alles onder één dak

en ook nog eens op een tijdstip dat je zelf kon bepalen. Een eyeopener wat vooral tegenover het verenigingsleven een mooi stukje onderscheidend vermogen had. Nu, ruim dertig jaar verder, hebben de ontwikkelingen zich in rap tempo opgevolgd. Van all-in-one aanbod naar ladiesfitness en budget fitness en verdere specialisatie naar boutique concepten, crossfit, bootcamp en yoga studio's. En meer recent is ook online fitness op de deur gaan kloppen.

Klanten zijn ook veranderd

De doelgroep van fitnessondernemers is ook veranderd. Zij waren onderdeel geweest van het hiervoor beschreven proces en hebben door de jaren heen een sterk gevoel voor het aanbod - lees: wat er te koop is- ontwikkeld. Kwam de informatie vroeger vanuit de regionale media en via vrienden op verjaardagen. Tegenwoordig communiceert de beursgenoteerde fitnessgigant Basic-Fit via de nationale media middels gelikte campagnes op tv, radio en internet. Ook vindt de klant zelf online makkelijker zijn informatie. De weg naar informatie is korter geworden en de klant is daarmee sneller, completer en beter geïnformeerd dan ooit!

It's all about Convenience

Wat het meest opvalt in veranderd klantgedrag, is dat vandaag de dag iedereen alles direct beschikbaar wil hebben. De klant bedenkt dat hij iets wil doen en wil daarbij onmiddellijk be-

Rank	Top 20 Worldwide Fitness Trends for 2019
1	Wearable technology
2	Group training
3	High-intensity interval training (HIIT)
4	Fitness programs for older adults
5	Bodyweight training
6	Employing certified fitness professionals
7	Yoga
8	Personal training
9	Functional fitness training
10	Exercise is Medicine
11	Healthy/wellness coaching
12	Exercise for weight loss
13	Mobile exercise apps
14	Mobility/myofascial devices
15	Worksite health promotion and workplace well-being programs
16	Outcome measurements
17	Outdoor activities
18	Licensure for fitness professionals
19	Small group personal training
20	Postrehabilitation classes

diend worden. Als we online iets kopen, moet het de volgende dag in huis zijn, als we tv kijken zetten we onze favoriete serie direct op via Netflix. Gemak is het toverwoord, convenience is waar het om draait. Dichtbij, snel, maatwerk, eenvoudig en passend bij mijn patroon van vandaag de dag. De tijd is schaars, alles gaat snel, het moet passen in de snelheid van het leven, mijn leven.

Welke invloed heeft deze ontwikkeling op sportbelevenis?

Bij ClubJoy geloven we erin dat onze basis de meeste waarde heeft in sportbelevenis. Te weten: een goede work-out, gegeven door een kundige instructeur die weet wie zijn deelnemers zijn en wat hen beweegt. Dáár ligt de basis: bij het regelmatige contact met die motivator die zorgt dat ik als klant precies dat doe wat bij me past en me fitter maakt. En nog belangrijker, daarbij heb ik plezier! Wij geloven dat als je als club investeert in goede mensen die leuke work-outs blijven verzorgen, dit de basis blijft voor je dienstverlening. De voorwaarde: je dient wel te investeren op je mensen! Hét onderscheidend vermogen in de huidige markt is je service en dienstverlening: oftewel je mensen.

Welke invloed heeft deze ontwikkeling op onze producten en diensten?

Daarnaast geloven we dat de klant van vandaag verandert en dat je als ondernemer moet mee veranderen. Denk na over wat Convenience betekent voor jouw clubleden.



Bij ClubJoy hebben we daarom drie jaar geleden Virtual Fitness geïntroduceerd op sportclubs. Niet omdat we geloven dat de klant work-outs gegeven door gekwalificeerde trainers zal gaan mijden, in tegendeel. Wel omdat we geloven dat de klant van vandaag de dag elk moment de mogelijkheid wil hebben om zijn of haar favoriete activiteit te kunnen doen op de club.

Wij geloven dat Virtual Fitness bijdraagt om als bedrijf toekomstbestendig te zijn en relevant te blijven voor de klant. We worden daarbij in ons beeld bevestigd omdat we zien dat een gemiddelde club met de On Demand oplossing ruim zestig afspeelmomenten per week heeft. De work-outs die gevolgd worden zijn veelal korte specifieke oefenvormen buiten primetime. We hebben ons geloof niet opzij geschoven, maar erkennen dat het gedrag van de klant verandert.

Online fitness past in het beeld van vandaag de dag

De volgende stap die wij binnen ClubJoy willen maken zijn online fitness work-outs. We zullen in november een platform lanceren onder de noemer FitSnacks.TV. Een platform dat te vergelijken is met Netflix, maar dan voor sporters. Hierbij willen wij nog meer toegevoegde waarde creëren voor fitnessondernemers. Het verschil met andere aanbieders in de markt (zoals Fitchannel) is dat wij het platform aan bieden aan sportclubs, in plaats van direct aan de leden. Op het moment dat een sportclub het platform introduceert bij haar leden, heeft de club direct 24/7 bereik voor haar leden.

Dus in aanvulling op- en niet in plaats van de reguliere sportactiviteit. Wij doen hiermee een investering in de toekomst. Waarom dan niet

ook 24/7 toegang tot je favoriete work-out in snack-formaat, aangeboden door jouw sportclub? Kort, snel, effectief en passend in mijn weekschema, naast mijn bezoek aan de sportclub. Op tablet, laptop, PC, Smart TV, het maakt niet uit, wanneer het uitkomt is waar het om gaat. We vergeten daarbij jou als ondernemer niet/ We passeren je niet, omdat we denken dat we het samen moeten doen. Samen staan voor een goed product, een goede dienst en de beste bereikbaarheid. We nemen daarmee een voorshot op de toekomst en kiezen daarbij voor jou.

Wat doe jij om relevant te blijven?

Je denkt er vast over na. Het is niet gemakkelijk, de ontwikkelingen volgen zich in rap tempo op. Wij hebben de waarheid niet in pacht. We maken wél keuzes en kiezen een focus: les op de club volgen bij een echte professional, op de club altijd toegang tot Virtual Workouts en buiten de club bereikbaar blijven middels On Demand online fitness.

Als je eens wilt sparren over jouw reis op weg naar meer toekomstbestendigheid zijn? We komen dan graag eens bij je langs. Het is namelijk een heel interessante reis!



MARC NEIJLAND is directeur en mede-eigenaar van ClubJoy en Virtual Training Concepts. Met deze bedrijven worden ruim 1100 fitnessclubs in de Benelux, Duitsland en Zwitserland bediend. Heeft u vragen of opmerkingen naar aanleiding van dit artikel? Mail dan naar marc.neijland@clubjoy.nl