



TECHNOLOGIE ALS GROTE GELIJKMAKER VOOR FITNESS

In de afgelopen maand mocht ik bij verschillende platformen, zoals de Wereldgezondheidsorganisatie en FitNation, spreken over het belang en de toekomst van technologie in fitness. Na corona is fitness namelijk definitief de muren van de sportscholen en studio's ontgroeid: met een steeds breder online digitaal aanbod en de combinatie met buitensport is er meer dan ooit mogelijk - voor zowel fitnessondernemers als consumenten. Hybride bedrijfsmodellen zullen steeds belangrijker worden in de fitnessindustrie, en het is daarom noodzakelijk dat je als ondernemer mee-evolueert om aan de verwachtingen en behoeftes van de klanten van vandaag en morgen te blijven voldoen.

Ik ben ervan overtuigd dat technologie als grote gelijkmaker fitness zal democratiseren, en het zo toegankelijker maakt voor nieuwe doelgroepen. De klanten van morgen zijn niet meer hetzelfde als de klanten van voor corona en daar moet je als fitnessondernemer op inspelen, in plaats van stil te blijven staan. Ondernemers die blijven innoveren, technologie inzetten en op zoek gaan naar nieuwe concepten en niches zullen niet alleen toekomstbestendig zijn, maar ook sterk kunnen gaan groeien omdat door technologie de potentiële doelgroep groter wordt.

Nieuwe doelgroepen met nieuwe verwachtingen en behoeftes

Vele fitnessondernemers hebben om de moeilijke periode tijdens de sluitingen te overbruggen hun aanbod hybride gemaakt door fitness online en in de buitenlucht te bieden. Hiermee hebben ze een meerwaarde aan hun abonnementen toegevoegd en een nieuw soort klanten aan kunnen trekken. Is teruggaan naar een aanbod van alleen een ruimte vol apparaten wel genoeg waar voor hun geld? Voor sommigen misschien wel. Maar de nieuwe klanten die kwamen voor de bootcamp buiten, die nu in-

eens bij hun om de hoek was of voor de klanten het toch fijner vonden om het huis niet meer uit te hoeven voor een HIIT-training via livestream, wil je mogelijk niet meer kwijt. Dit biedt kansen om een nieuwe doelgroep te bereiken. Ga je toch terug naar het oude normaal, dan is de kans groot dat deze leden hun heil gaan zoeken bij een aanbieder, wiens aanbod wél aansluit bij hun nieuwe wensen.

De consument heeft nu ervaren dat je altijd en overal aan je gezondheid kunt werken - zo steeg niet alleen de verkoop van fitnessap-

paratuur met bijna 300% in 2020, maar ook fietsfabrikanten zagen in Nederland hun omzet vorige zomer maar liefst met 50% stijgen ten opzichte het jaar ervoor. Wielrennen, skeeleren, wandelen, hardlopen - Nederland heeft deze buitenactiviteiten herontdekt, én het immens belangrijke sociale aspect ervan.

Nu we een evolutie zien in hoe klanten omgaan met fitness en lichaamsbeweging en dat het niet meer binnen de muren van een sportschool of studio hoeft, liggen de mogelijkheden voor fitnessondernemers voor het grijpen. Ik ben er van overtuigd dat deze veranderingen fitnessondernemers namelijk niet buitenspel zetten - integendeel. Met een hybride aanbod versterkt met wearables kunnen trainers perfecte trainings-mix samenstellen voor hun klanten - binnen én buiten de sportschool.

De evolutie van het fitnessproduct voor iedereen

De democratisering van fitness zorgt dat het aanbod steeds diverser wordt en zo meer mensen toegang krijgen tot onderdelen die eerder misschien buiten hun bereik lagen, zoals personal coaching. Door technologie kan dit veel kostenefficiënter worden aangeboden, terwijl in het 'traditionele model' van personal training niet financieel voor iedereen is weggelegd.

Door technologie zal het concept van de begeleiding waarin bij elke sessie de trainer 'het handje vasthoudt' van de klant en mi-



nutieuze begeleiding geeft niet verdwijnen - er zal altijd ruimte zijn voor dat topmarktsegment. Maar met fitnessapps en wearables kunnen personal trainers meer klanten tegelijk bedienen met bijvoorbeeld small group-trainingen, maar ook volledig online één-op-één coachen met ondersteuning van een app. Technologie staat ons toe om op meer verschillende manieren de persoonlijke verbinding met elkaar aan te gaan.

Ik voorzie dat de markt hier enorm in zal blijven groeien. De technologie om ons heen ontwikkelt zich steeds verder, er is nu

al zoveel meer mogelijk dan een jaar geleden. Met de opkomst van nieuwe technologieën zoals Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR) zijn de mogelijkheden ongekend, en zullen vernieuwde concepten de komende 10 jaar de volgende revolutie in de fitnessindustrie teweegbrengen.

Nederland is vaandeldrager als het gaat om het moderniseren en democratiseren van het fitnessproduct. Als handelsland hebben we oog voor wat er om ons heen gebeurt, waardoor we snel kunnen innoveren en nieuwe trends en technologie relatief snel omarmen. De trend van de budgetclubs is in Nederland ontstaan en gegroeid. Maar ook wat fitness technologie betreft: Virtuagym wordt inmiddels door clubs in 80 landen wereldwijd gebruikt en groeit enorm in de Verenigde Staten. Zo kunnen wij een voorbeeld zijn als het gaat om de democratisering van fitness door technologie: straks kan iedereen die wil binnen de fitnessindustrie een passende oplossing vinden om aan hun gezondheid te werken - ongeacht hun fysieke mogelijkheden of budget. Dit biedt enorme kansen. Stilstaan is daarom, ook nu we de coronacrisis uitkomen, geen optie.



HUGO BRAAM is technologie-evangelist in de fitnessbranche en medeoprichter van virtuagym.com, leverancier van innovatieve software voor fitnesscentra en personal trainers. hugo@virtuagym.com