



Gym Warehouse houdt gebruikte fitnessapparatuur in Nederland

BETERE PRIJS, **CIRCULAIR** **VERANTWOORD**

Terwijl de tweedehandsmarkt in de autosector en diverse andere branches floreert, verdwijnt economisch afgeschreven fitnessapparatuur veelal naar het buitenland. “Heel jammer, want dan krijgen ondernemers er nooit de beste prijs voor, bovendien staat het haaks op circulair denken,” zegt Piet Varkevisser, algemeen manager van Gym Warehouse. “Wij brengen vraag en aanbod binnen Nederland bij elkaar, deels vanuit een ideële visie.”

Tekst: Aart van der Haagen - Fotografie: Gym Warehouse

Jordy Kool, mede-eigenaar van het eind 2020 opgerichte bedrijf Gym Warehouse, kende het verschijnsel al uit het verleden. “Ik zat in de IT-business en daar gebeurde precies hetzelfde. Opkopers haalden gebruikte laptops en andere apparaten voor een laag bedrag op bij grote bedrijven en exporteerden die naar verre landen, met alle logistiek die daarbij kwam kijken. Niet erg circulair verantwoord, dat

internationale transport. Puur uit frustratie besloot ik een platform op te zetten om deze handel binnen Nederland te houden. Het voorzag in een behoefte en het leek mij dat dit ook moest kunnen werken in de fitnessbranche. Ik wist dat fabrikanten niet zouden staan te juichen, omdat ze uiteraard graag nieuwe producten verkopen, maar voor tweedehands apparatuur bestaat een heel eigen markt. Denk aan

kleine PT-studio's of gyms, crossfitboxen en fysiotherapiepraktijken. Het kannibaliseert elkaar maar in beperkte mate en wanneer je waarde toevoegt, onder meer door de toestellen te refurbishen, houd je er nog wat aan over ook. Trouwens, fabrikanten realiseren zich steeds meer dat ze de circulaire gedachte moeten omarmen en deze nationale handel biedt daarvoor een uitgelezen kans.”

Druk wegnemen

Het lijkt daarmee of de Urban Gym Group zichzelf in de voet schiet, maar Kool ziet dat anders. “Grote winsten behalen en de markt domineren vormt niet het primaire doel. Ik had, zoals eerder aangegeven, andere beweegredenen om deze formule op te zetten, overigens samen met Marjolijn Meijer en Piet Varkevisser. De bron was er, want we bezitten 32 eigen fitnesscentra waar we eens in de vier

tot zes jaar de apparatuur vervangen en het staat ons natuurlijk vrij om te bepalen wat we daarmee doen." Varkevisser vult aan: "Inmiddels weten ook steeds meer andere ondernemers in de branche de weg naar ons te vinden. Wanneer de nieuwe toestellen geleverd worden en de oude per direct de deur uit moeten ontstaat er druk. Die nemen wij weg door ze op te slaan in een groot magazijn, waarna we ze op ons gemak verkoopklaar kunnen maken, wat in een aantal gevallen technisch en eventueel optisch refurbishen betekent. Door waarde toe te voegen, de druk van de ketel te halen en een grote markt aan te boren - waarvoor nieuw te hoog gegrepen is - kunnen wij de ondernemer een goede inkoopprijs bieden."

Verhuurconcept

Kool beschreef de doelgroepen van Gym Warehouse al, maar Varkevisser voegt daar nog één aan toe: "Particulieren. Die gaan over het algemeen niet investeren in hoogwaardige nieuwe toestellen voor professioneel gebruik, maar tweedehands worden deze wel bereikbaar. Daarnaast bedienen we de kleinzakelijke markt, zoals studio's en bedrijfsgyms, met een verhuurconcept. Ideaal voor startende ondernemers, om pieken op te vangen of voor evenementen. Ons assortiment behelst voornamelijk Technogym, Life Fitness, Precor en Matrix, maar ook voor andere A-merken lopen we zeker niet weg. Net als een autodealer dat doet 'taxeren' we de in te kopen apparaten. Dat wil zeggen dat we de conditie visueel en



voor zover mogelijk technisch beoordelen, waarbij eerder de gebruiksintensiteit dan de leeftijd als leidraad geldt. Dit stelt ons in de gelegenheid om er een reële waarde aan toe te kennen en dus de ondernemer er een goede prijs voor te geven. Omdat we aan de verkopkant een compleet assortiment nastreven, hebben we alle denkbare accessoires in onze webshop, veelal nieuwe. Klanten leren ons

online kennen, maar komen meestal zelf naar ons warehouse in Abbenes (tussen Den Haag en Amsterdam, red.) om de uiteindelijke beslissing te nemen, zodra ze de producten live zien."

Goed doel

Nog even terug naar de inkoop. Gym Warehouse pretendeert ondernemers een aantrekkelijke prijs te bieden voor apparatuur die zij van de hand willen doen, maar heeft nog twee andere opties. Varkevisser: "We hanteren desgewenst het principe van profit sharing, wat inhoudt dat we de winst verdelen zodra wij een artikel doorverkopen, uiteraard na aftrek van eventuele kosten voor refurbishing. Met fitnesscentra of -ketens die net als wij waarde hechten aan circulariteit kunnen we de afspraak maken dat we de opbrengst aan een goed doel doneren, waarbij wijzelf een significant bedrag bijleggen. In samenwerking met een aantal stichtingen ondersteunen wij kinderen met een beperking of een bepaalde achterstand om sporten voor hen mogelijk te maken." Het reflecteert het bescheiden winst-oogmerk van Gym Warehouse, net als de goede inkoopbedragen die het bedrijf zegt te bieden. "Wellicht drijft dat de marktwaardes op," glimlacht Kool. "Als dat zo is, hebben wij ons doel bereikt. Dan weet iedereen zeker dat hij de juiste prijs krijgt."

Meer informatie: www.gymwarehouse.nl

