



USC KRIJGT €95 MILJOEN VOOR GROEI IN DE **BLOEIENDE** **EUROPESE ZAKELIJKE MARKT**

Urban Sports Club (USC) bereidt zich voor om de investeringen in de zakelijke markt op te voeren en naar Oostenrijk te verhuizen, nadat de aggregator financiering van € 95 miljoen heeft verkregen in een deal onder leiding van Verdane.

Dit Zweedse bedrijf is gespecialiseerd in groei-investeringen in op technologie gebaseerde en duurzame Europese bedrijven.

Na enkele herstructureringen en een vertrek uit de Italiaanse markt zei USC dat het winstgevend is geworden. Maar

de financiering zal vooral nuttig zijn om te investeren in middelen om te groeien op de zakelijke markt, waar de vraag een 'enorme' groei heeft gekend.

Ruim de helft van de USC-leden bestaat uit de zakelijke markt. De Duitse aggregator zei dat zijn zakelijke klantenbe-



stand dit jaar meer dan verdrievoudigd is en nu meer dan 7.000 actieve bedrijven van alle groottes in de zeven Europese markten bereikt.

“We zien dat het subsidiëren van sport en gezondheid een standaardvoordeel wordt voor bedrijven in onze markten en we willen daar absoluut van profiteren”, zegt Benjamin Roth, mede-CEO van USC. “Daarom investeren we in verkoop, in klantensucces, maar ook in product- en technologiebronnen die ons ondersteunen om aan de vraag te voldoen.”

Deze markt heeft investeringen aangetrokken van financiële en strategische partners en exploitanten van fitnessclubs. Zoals afzonderlijk beschreven breiden toonaangevende spelers hun verkoopteams uit, waarbij ze werken

aan het stimuleren van de instroom van medewerkers en de soepele integratie van deze klanten in de sportschoolbranche.

De verschuiving naar de vraag van bedrijven heeft Urban Sports Club vorig jaar geholpen zijn omzet te verdubbelen, en dit jaar bleven ze sterk groeien.

Roth voegde er echter aan toe dat USC zich ook rechtstreeks op consumenten zal blijven richten. Deze strategie heeft ervoor gezorgd dat het bedrijf meer bekendheid heeft gekregen bij de consument en in Duitsland 40% heeft bereikt.

“Als een bedrijf om een gezondheids- en sportuitkering vraagt en zijn werknemers ondervraagt, heeft een merk dat bij iedereen in het bedrijf bekend is een groot voordeel”, aldus Roth.

USC is al actief in Duitsland, Frankrijk, Nederland, België, Spanje en Portugal. Bij het platform zijn ruim 11.000 faciliteiten voor fitness en vele andere activiteiten betrokken.

Het zal in januari opnieuw uitbreiden met een verhuizing naar Oostenrijk in januari. Het zou moeten samenwerken met ongeveer 50 partners in Wenen, en vervolgens geleidelijk andere steden toevoegen.

Roth zei dat de stap werd aangestuurd door zijn zakelijke partners, voornamelijk uit Duitsland. Maar hij voegde eraan toe dat er geen haast is om naar nog meer landen te verhuizen, vanwege het potentieel op de bestaande markten.

Verschillende eerdere investeerders, zoals HV Capital en ProSiebenSat1, namen deel aan de nieuwste financiering, tegen een niet bekendgemaakte waardering.

USC heeft in juni 2021 € 80 miljoen opgehaald in een deal onder leiding van ProSiebenSat1. Het kwam overeen om een combinatie van contant geld en mediavolume te bieden in ruil voor een belang van 15% in de Europese aggregator.

Deze verbinding met de omroepmedia heeft het USC geholpen de bekendheid van zijn aanbod te vergroten en een breder publiek te bereiken dat nog niet geïnteresseerd is in sport.

De zakelijke activiteiten van USC zijn mede gebaseerd op de overname van Interfit in 2018. Het bedrijf geeft prioriteit aan de verkoop aan zakelijke klanten met minimaal 200 medewerkers. Kleinere bedrijven kunnen deelnemen met een meer geautomatiseerd systeem.

In tegenstelling tot sommige andere providers is het aanbod opgesplitst in vier niveaus, waardoor operators alleen toegang kunnen bieden tot specifieke segmenten van het USC-lidmaatschap.

“Wij zijn ervan overtuigd dat het aanbieden van slechts één niveau eigenlijk niet eerlijk is voor operators, omdat je bedrijven en operators van alle prijssegmenten in hetzelfde mandje plaatst”, aldus Roth. “Wij zijn van mening dat er differentiatie moet plaatsvinden. De reden hiervoor is dat we ook weten dat de oorspronkelijke leden van de clubs niet in alle clubs hetzelfde zijn.”

Roth voegt eraan toe dat USC deze aanpak nog een stap verder brengt, door operators toe te staan alleen specifieke groepen klanten te accepteren – of mogelijk alleen zakelijke USC-gebruikers, om ervoor te zorgen dat deze bezoeken incrementeel zijn.

Meer in het algemeen zegt Roth dat de houding van sportschooleigenaren is verschoven naar partnerschappen die voor alle partijen werken. Dit bevordert de integratie van technologie, om ervoor te zorgen dat de toegang tot clubs, lesroosters en andere diensten afgestemd is op bedrijfsleden. Voor dit doel heeft USC zojuist integraties met Magiline en BSport gelanceerd, en volgend jaar volgen er nog meer.