



VES bijeenkomst Uden:

HANS MUENCH: BOUTIQUE CONCEPT ALS VERDIENMODEL

Op 9 februari organiseerde de VES samen met MoveToLive een bijeenkomst in het fraaie Even Resort Hotel Uden. Tachtig deelnemers reisden af naar Uden, om zich op de hoogte te stellen van het dagthema 'boutique concept als verdienmodel'. Onder de bezielende leiding van dagvoorzitter Cornelis de Geus werd het een inspirerende en leerzame dag.

Hans Muench was de aangewezen persoon om het totaal overzicht te presenteren van boutique concepten, zoals die in binnen- en buitenland worden gehanteerd. Daarnaast was de Engelse Elena Lapetra de tweede spreker. Zij is gespecialiseerd in boutiquestudio's en indoorcycling en zij liet in haar presentatie zien wat de voorwaarden zijn om een succesvol boutique concept te realiseren.

Een blijvende trend?

Het Boutique Fitness fenomeen heeft in de Verenigde Staten een enorme vlucht genomen. De afgelopen zes jaar is sprake geweest van een drievoudige toename, waarbij de teller nu staat op meer dan 100.000 locaties. Uiteraard heeft dit de Amerikaanse markt beïnvloed, zo niet verstoord. Dit fenomeen is ook internatio-

naal in snel tempo een trend aan het worden, met Londen als broeinest van innovatie en onbetwiste leider van de Europese markt. Aan de hand van gegevens van het jaarlijkse onderzoek van ClubIntell met de naam "Fitness Studio Operating & Financial Benchmarking", dat voor het eerst boetieks in Europa omvat, bood Hans Muench een breed scala aan kansen voor deze sector en bracht hij enkele succesvolle concepten onder de aandacht. Hij putte ook uit de beste ervaringen van de Association of Fitness Studios, gevestigd in Californië, waar hij lid is van de adviesraad. Voorbeelden uit de hele wereld, verschillende bedrijfsmodellen, betalingsvormen en andere belangrijke prestatie-indicatoren werden gedeeld. In zijn boeiende presentatie behandelde hij onderwerpen zoals:

Even Resort Hotel Uden

Een bijzondere combinatie van hotel en gym. Geen 'gewone' fitness, maar yoga, crossfit, bootcamp en tanktrainingen waarbij de nadruk ligt op buitentraining. Bovendien een plek waar 'out of the box' denken voelbaar is. Het is een initiatief van Maarten van Kempen, een bijzondere ondernemer en VES lid van het eerste uur.

- Trends in boutique fitness en hun relevantie voor VES.
- Omvang en groei van de wereldwijde fitnessmarkt.
- De kansen in de boetiek / studiomarkt.
- Inkomstenmodellen.
- Marketing beste praktijken en het groeiende belang van Social Media ... voor clubs en leveranciers.
- Groeiperspectieven.

Het gaat wereldwijd om heel veel clubs en om grote bedragen. Met 107.540 clubs is de Verenigde Staten de koploper met een omzet van



27,6 biljoen dollar, Europa is tweede met 55.000 clubs gevolgd door Azië met 31.000 en het Midden Oosten en Noord Afrika met 5.600 clubs. In de periode van 2012 tot en met 2015 groeide het lidmaatschap van fitnessboutiques met 74 procent, de meer traditionele, commerciële sportscholen maakten een groei door van slechts 5 procent. 86 procent van de boetiekgebruikers in de Verenigde Staten is ook lid van Big Box clubs. Binnen deze groei zijn bepaalde trends herkenbaar. Voor 2018 is de verwachting dat we de volgende trends gaan zien:

- High-Intensity Interval Training (HIIT).
- Groepstraining.
- Draagbare technologie.
- Lichaamsgewichtstraining.
- Krachttraining.
- Opgeleide en ervaren fitnessprofessionals.
- Yoga.
- Persoonlijke training.
- Fitnessprogramma's voor oudere volwassenen.
- Functionele fitheid.

Hans Muench liet in zijn Power Point presentatie de ontwikkeling van boutique fitness in diverse landen zien. Voorbeelden in Nederland zijn RoCycle/Whattcycle, Vondel Gym, High 45, PT Studios, Trend Fitness, Easy Fitness (Milon) Fitness Society (Egym) en binnenkort Saints and Stars (BasicFit). Daarna gaf hij een beeld van Spanje met inmiddels meer dan 400 boutique clubs, Japan met 1500, Duitsland met 600, Australië met meer dan 900 en vertelde hij over de voortgang in China.

Een opsteker was de conclusie van Shannon Voigtler: "We hebben eindelijk de dag bereikt waarop sporters minder zuurverdiende centjes aan de benzinepomp uitgeven en meer aan gespecialiseerde lessen die in fitnessstudio's worden aangeboden." Dat geeft in ieder geval veel



vertrouwen voor de toekomst, vandaar dan ook de volgende conclusies aan het einde van Hans Muench's betoog:

- Boetieken blijven groeien, innoveren?
- Nieuwe, gerichte marketing (SoMe) en technologie zorgen voor efficiëntie.
- Gemeenschap- en emotiegericht.
- Resultaatgericht.
- Dubbele gebruikers zijn bereid meer te betalen voor hun conditie.

Wie is Hans Muench?

Hans Muench, een Duits en Canadees staatsburger, heeft een Masters in International Development van de University of South Carolina. Hij bestudeerde de Europese markt in 1984-1985 voor IHRSA en trad in 1994 toe tot de wereldhandelsvereniging voor gezondheidsclubs als hun eerste directeur op het vlak van internationale ontwikkeling.

Muench's eerste contact met de Fitness-industrie was in 1970 toen hij trainde met Olympische atleten aan het Fitness Institute in Toronto. In 1982 kreeg hij van IHRSA de opdracht om de

Europese Fitness-markt te onderzoeken. Hij was directeur Europa van IHRSA in de periode 2008 – 2016 en in die functie spreker in tal van landen. Naast IHRSA is hij actief geweest bij een grote keten (Elixia), Nautilus, Life Fitness en het softwarebedrijf Global Well Systems

Begin 2016 is Hans Muench een nieuwe weg ingeslagen als docent aan de Duitse Universiteit voor fitheid, gezondheid en preventie. Daarnaast spreekt hij op congressen en adviseert leveranciers en clubbegeerders die zich richten op groei van hun onderneming en activiteiten.

Geslaagde dag

Het ochtendprogramma werd afgesloten met een interessante paneldiscussie onder leiding van dagvoorzitter Cornelis de Geus. Na de paneldiscussie en een uitstekende lunch, konden de deelnemers 's-middags twee VES boutiqueclubs in de regio bezoeken: City Gym in Den Bosch en The Local Gym in St.Michielsgestel. Een vol en inhoudelijk sterk programma maakte deze dag tot alweer een heel geslaagde VES bijeenkomst.