



Mensen met een kilootje te veel

VOELEN ZE ZICH WEL WELKOM?

We kunnen er niet meer naast kijken. Wereldwijd, maar ook in onze contreien, zijn zwaarlijvigheid en obesitas aan een jammerlijke opmars bezig. We nemen letterlijk in omvang toe. Verkeerde voedingsgewoontes en bewegingsarmoede liggen aan de basis. Je zou denken: een opportuniteit voor onze sector die regelmatig en gecontroleerd bewegen promoot. Wanneer gewichtscontrole en behoud en verbetering van de gezondheid deel uitmaakt van je dienstverlening dan zijn al die mensen met overgewicht toch potentiële klanten?

Bijna de helft van de Belgen heeft overgewicht. Bijna 20% is obees en de aantallen blijven maar toenemen. Waarom blijft onze markt penetratie dan ook al jaren schommelen rond de 8% wanneer er zo'n opportuniteiten zijn? Misschien moeten we ons met een gezonde dosis empathie eens in het lichaam en geest van die mensen plaatsen. Voelen ze zich wel welkom? Wetenschappers blijven ons bestoken met alarmerende onderzoeksresultaten. De media, ook gedurende de voorbije weken, staan bol van sensibiliserende krantenkoppen: 'Helpt Belgische werknemers te dik', 'Belgische werknemers elk jaar dikker', '1 op 7 Belgen heeft obesitas', 'Hoe dikker de buik, hoe vetter het hart', 'Elke kilo overgewicht kost twee maanden van je leven', 'Obesitas bij kinderen vertienvoudigd in 40 jaar', 'Op 100.000 inwoners sterven er jaarlijks 20 mannen en 16 vrouwen door onvoldoende beweging'. Je zou denken dat dergelijke berichtgeving mensen toch in beweging moet krijgen. En vooral: waar kan dit beter dan bij ons? Laat ons eerlijk zijn,

bewegen is niet evident. Je moet al heel wat tijd hebben besteed, watertjes doorzwommen, drempels overwonnen, kilometers gesport om het gelukkig gevoel te ervaren welke endorfines, aangemaakt door je inspanningen, veroorzaken. Men ervaart dit niet vanaf dag één, en al te veel mensen grijpen veel sneller naar andere makkelijkere zaken die de uitscheiding van endorfines bevorderen zoals lachen, vrijen, verliefd zijn, muziek beluisteren en het eten van bijvoorbeeld chocolade en ijs. Natuurlijk biedt regelmatig bewegen veel meer gezondheid gerelateerde voordelen, maar stel je, met enige empathie, in de plaats van mensen met overgewicht. Wie doet dit graag? Afzien, zweten, een beetje pijn, stijf worden, op allerlei marteltuigen plaatsnemen... en voor wat? Om na één uur wel een kilo of meer vocht te hebben verloren, maar om te moeten beseffen dat het maar om 15 gram vet gaat.

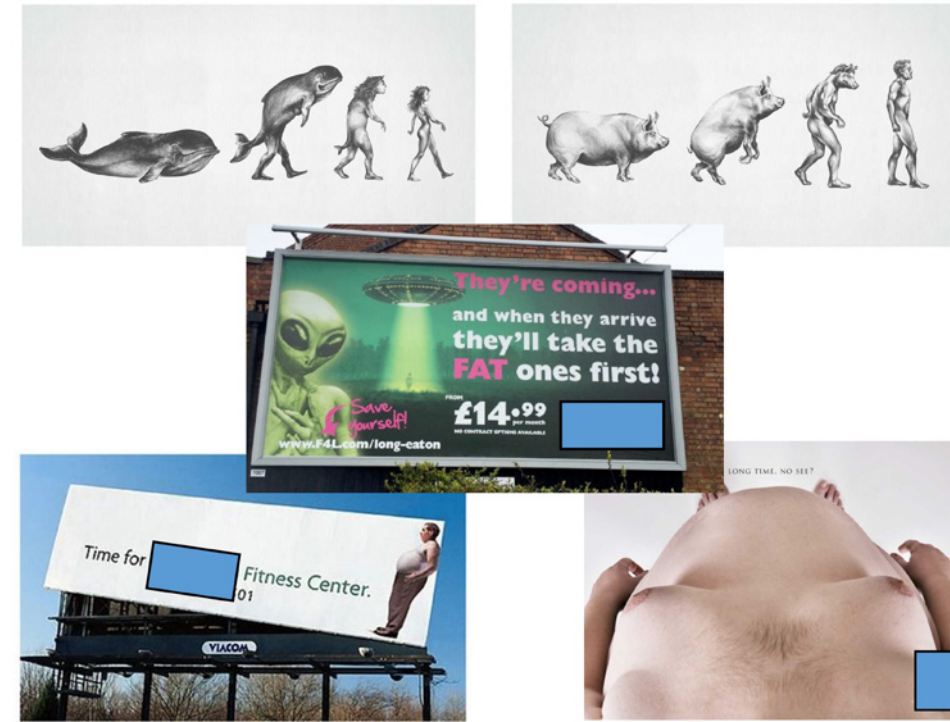
Focus op lange termijn en voldoende volhouden is niet iedereen gegeven. De nadruk welke

in onderzoeken, publicaties en artikelen ligt op overgewicht (BMI) is ook één van de oorzaken. Gewichtsverlies alleen is niet de oplossing. In de Verenigde Staten wordt er volgens Foreyt en Goodrick jaarlijks 33 miljard (jawel 9 nullen!) dollar gespendeerd aan middelen om te vermageren... vruchteloos. Enkel de BMI-index als indicator gebruiken is kortzichtig. Veel beter is het als er aandacht geschonken wordt aan alle gezondheid gerelateerde voordelen van bewegen. Misschien is het veel beter om de focus te leggen op fysieke 'form' in plaats van fysieke 'vorm'. Zware maar fitte mensen hebben nog altijd minder kans op hartaanvallen en leven langer dan magere maar onfitte mensen (Cooper Institute).

Eerst vermageren en dan naar de fitness

Hoeveel keer horen we mensen dit niet zeggen? 'Ik ga eerst op dieet, wat vermageren, en vanaf dat ik me beter in mijn vel voel, ga ik naar de fitness'. Hoe contradictorisch is dit niet? We hebben een prachtig product en dienstverlening om mensen te begeleiden naar gewichtsverlies en gewichtscontrole en toch durft, of wil men, de stap niet zetten naar veel van onze clubs. Hebben we dan zo'n verkeerd imago? Misschien wel!

Laatst had ik een afspraak bij Sport Vlaanderen, de sportadministratie van de Vlaamse Gemeenschap. In de inkomsthal werd ik gecon-



fronteerd met een promotieposter van diezelfde sportadministratie om werknemers te begeleiden naar meer fitheid. Een lovenswaardig initiatief, net zoals de titel: 'Bij Sport Vlaanderen is je fitheid onze zorg!'. Maar wat viel me het meest op? De foto eronder: een nogal lachwekkende dikkerd liggend op een weegschaal. We mogen veronderstellen dat dergelijke campagnes vooral gericht zijn op 'couch potatoes', mensen die meer in hun zetel zitten dan wat anders. Die steeds ongezonder worden en die we prioritair in beweging willen krijgen. Denkt men nu echt dat die zich aangesproken voelen door het ridiculiseren van een dikkerd? Niet verwonderlijk, dat men denkt en zegt: 'Ik ga eerst wat vermageren en dan meedoen aan het fitnessprogramma'.

'De beste stuurlui staan aan wal' indachtig, moeten we niet alleen kritiek uiten, maar vooral kijken naar onszelf. En geloof me, we doen het in veel gevallen niet veel beter. Je moet maar eens bij google afbeeldingen 'fitness man women' intikken. De afgetrainde lichamen met fabuleuze sixpacks vliegen je rond de oren. Voor iedereen die zich na jaren training bij deze groep thuis voelt, is dit uiteraard herkenbaar en aantrekkelijk. Maar stel je in de plaats van iemand die na jaren inactiviteit, met ettelijke kilo's overgewicht, een eerste stap wil zetten naar een fitnessclub. Wil men met een uitgezakt lichaam, zonder daar respectloos over te willen doen, naast superman en supergirl gaan staan? Neen! Niet verwonderlijk, dat men denkt en zegt: 'Ik ga eerst wat vermageren en zal dan naar de fitness gaan'... en meestal komt dit er niet van. Ook in onze advertering laten we ons be-

trappen op gelijkaardige, en jammer genoeg veel voorkomende fouten. Ergens kunnen we nog begrijpen dat we ons al te snel laten verleiden om jonge, fitte mensen als uithangbord te gebruiken. Maar als we 'iedereen' willen bereiken, moet 'iedereen' zich ook kunnen vereenzelvigen met je club en je klanten. Ongeloofwaardige 'voor en na' foto's zijn misschien goed om een deel van de jonge bevolking te lokken, maar de keren dat dit resulteert in duurzame fitnessbeoefening zijn jammer genoeg op enkele vingers te tellen. 'Volhouden' en 'retentie' staat zeker niet in verhouding met 'verkoop'. Ik herinner me nog levendig een campagne van één van de grootste ketens van Vlaanderen. Een afbeelding waarbij men iemands corpulente buik had omgetoverd in een autoband met de ondertiteling: 'Je gaat toch zo niet naar het strand deze zomer?'. Confrontierend ja... maar zal dit mensen met overgewicht naar onze clubs lokken? Of denk maar aan de talrijke affiches waarbij zwaarlijvige mensen domweg belachelijk worden gemaakt. De lachers krijg je hiermee op de hand, maar eigenlijk geef je maar één boodschap: 'In mijn club hoort iemand met overgewicht niet thuis'.

Stel je eens in de plaats van iemand met overgewicht

Bijna de helft van de Vlamingen heeft overgewicht. Als we menen wat we zeggen en schrijven, dat gezondheid van onze klanten onze prioritaire zorg is, dan moeten we ons richten naar deze doelgroep. Dan moeten we zorgen dat we die mensen op een juiste manier aanpakken, dat ze zich op zijn minst welkom voelen. Dit doen we niet met foutieve communicatie, maar

door met voldoende zin voor empathie ons in hun plaats te stellen en aandacht te hebben voor hun 'fitness' in plaats van hun 'fatness'.

Enkele aandachtspunten:

- Zwaarlijvig zijn betekent nog niet dat men onfit is. Men mag niet altijd oordelen op 'zicht'. Ga maar eens langs de weg staan tijdens een recreatieve loopwedstrijd, ja zelfs een marathon.
- Toon respect en medeleven voor iedereen. Wanneer je nooit echt 'vet' bent geweest kan je je niet indenken hoe mensen zich voelen die met een 'veel te zwaar' lichaam moeten leven. Geen vingerwijzen, maar luisteren en leren.
- Laat je niet te snel leiden door klinische woorden zoals 'obees'. Dit stopt mensen al te snel in een categorie en men is daarom niet anders. Eender of de oorzaak bij ziekte is te zoeken en/of een verkeerde leefgewoonte.
- Hou vooral de aandacht op 'fitness'. Weeg en meet zo weinig mogelijk. Iemand met overgewicht die na lang aarzelen de stap zet naar je club, verdient in de eerste plaats een applaus. Niet confrontatie met overgewicht of extreme lichaamsmaten. Hij of zij is zich daar terdege van bewust en stel je voor: sommige weegschalen gaan zelfs niet ver genoeg of sommige meters zijn gewoon te kort. Dit wil niemand meemaken.
- Leer mensen snel om hun intensiteit te meten, maar vooral te voelen. Liever dan focus op snelheid en afstand, richt je beter de aandacht op gezondheid gerelateerde parameters zoals de verandering in rust-, recuperatiepols en lagere hartfrequentie bij eenzelfde intensiteit.
- Bedenk hoe groot de stap is wanneer men na jaren start met een beweegprogramma of er zelfs gewoon wenst over te spreken. Focus daarom op het positieve, steun en moedig aan.

Laat hen vooral genieten, van je beweegprogramma, van je begeleiding, van je omgeving, je community, je club. Zorg dat ze zich welkom voelen. Het worden je beste ambassadeurs.

Hou je fit,
Eric



ERIC VANDENBEELE
Fitness.be - eric@fitness.be

