



VISIE

WAT IS de toekomst van FITNESS?



Eric Vandenabeele

Veel Fitnessclubs zijn geen 'clubs' meer maar Fitnesshallen.

Technologie en concepten hebben eenheidskoek gecreëerd.

De klant wil resultaat.

We moeten het product 'Fitness' herdefiniëren of de sector wordt slachtoffer van de prijzenslag.

Begeleiden mag niet fiscaal worden bestraft.

Bewegen is inderdaad het betere medicijn.

Verkopen zonder consumptie maakt deel uit van hun strategische korte termijn visie.

Niet de prijs doen klanten afhaken, maar niet-consumptie

De verantwoordelijkheid tot effectief trainen enkel bij de klant leggen werkt niet.

Consultmomenten zorgen voor volhouden en vooral : een gevoel van waar voor mijn geld.

Het mag... moet ook iets kosten.

Fitnessen doet men wanneer men begeleid wordt in een traject.

We werden aangezwengeld door 'ebitda'-gestuurde ketens steeds meer een industrie die abonnementen verkocht in plaats van fitness.

We moeten klanten 'leren' betalen voor ons professioneel advies.

Fitness hoort gekoppeld te zijn aan een fitnessexpert die zorgt voor advies en opvolging : De Fitnesscoach.

De Fitnessclub van de toekomst : betalen voor coaching i.p.v. gebruik van toestellen

Zorg dragen voor gezondheid moet beloond worden.

Verstandig inspelen op marktevoluties is meer dan ooit een opportuniteit.

Maakt u zich ook zorgen over de toekomst van onze branche? Heb je ook problemen met de imagoschade welke we regelmatig oplopen? Beantwoordt het begrip 'fitness' aan de invulling die wij er willen aan geven en aan de verwachting van de klant? En hoe bouwen we aan een gezonde toekomst voor onze business en onze industrie?

In verschillende publicaties van vooraanstaande instituten wordt het begrip fitness gedefinieerd en omschreven. Dit geeft ons een beeld hoe experts en wetenschappers 'fitness' omschrijven als product, lichamelijke en geestelijke staat, activiteit, gedrag of verwachting.

Als vertegenwoordigers van de fitnessbranche voor wie 'fitness' het product, het aanbod is geworden om via klantenwerving business te creëren, en voor deze klanten een behoefte, verwachting in te vullen is het evenzo, zelfs belangrijker om de mening, perceptie van de gebruiker en/of potentiële gebruiker te kennen en op te volgen.

*Veel Fitnessclubs zijn
geen 'clubs' meer maar
Fitnesshallen*

Reflectie op onze eigen ervaring als fitnessaanbieder, -expert en -docent leert ons dat het product fitness, en de invulling die daaraan gegeven wordt door de industrie, lang niet meer strookt met de werkelijke behoefte en de verwachtingen van de klanten. Veel Fitnessclubs zijn geen 'clubs' meer maar Fitnesshallen. Net zoals sporthallen geen sportclubs zijn, maar accommodatie waar klanten of 'clubs' gebruik van maken. Uiteraard hebben deze 'hallen' ook hun plaats in de industrie, maar veel fitnessklanten betalen niet meer voor effectief regelmatig en gecontroleerd bewegen. Ze betalen voor toegang. Ze betalen voor permanente toegang voor een bepaalde afgesproken periode... niet meer of minder. Los van het feit of ze daar effectief gebruik van maken of niet.

De 'Fitnesshal' staat gevuld met toestellen net zoals speelautomaten in een lunapark. Eens binnen mag je ze gebruiken zoveel je maar wilt.

Jammer genoeg is gebruik maken van fitness toestellen net iets waar de gemiddelde klant, of potentiële klant figuurlijk niet echt warm van loopt. Meestal resulteert een fitnessabonnement in niet-consumptie. Hoe goedkoop de toegang ook wordt aangeboden, het gevoel, de perceptie dat het product 'fitness' duur is blijft bestaan. In ieder geval vindt men dikwijls hernieuwen niet de moeite waard omdat het product niet of te weinig werd geconsumeerd.

De toekomst van fitness ligt in effectieve consumptie via begeleiding. Niet noodzakelijk lijfelijk op de toestellen zitten, maar consumptie van wat fitness zou moeten impliceren : consumptie via degelijke begeleiding. Klanten laten betalen voor 'consultmomenten'. Contactmomenten met advies, meting, begeleiding. Betalen voor wat 'dit product' effectief waard is en weinig of niks voor het gebruik van de accommodatie of de toestellen. Want

*Begeleiden mag niet
fiscaal worden bestraft*

trainen/bewegen dat kan ook buiten de club en zonder materiaal.

Door deze weg in te slaan kunnen professionele Fitness'clubs', de naam waardig, zich onderscheiden. Kunnen ze iets bewijzen en verkrijgen dat begeleiding, en dus veiliger sporten en bewegen, niet langer fiscaal worden afgestraft.

Door een absurde btw-wetgeving wordt professioneel werken in onze sector nog steeds zwaarder belast.

Enkele definities van Fitness :

- *Lichaamsbeweging met of zonder muziek om je lichaam in conditie te houden, meestal in een sportzaal...*
- *In principe alle activiteiten, waardoor de fitheid en/of gezondheid en/of conditionele voorwaarden van mensen worden verbeterd en/of onderhouden.*
- *Geheel van sporten en activiteiten die bedreven worden in sportscholen/fitnesscentra, of thuis.*
- *VTS cursus : Elke activiteit waarbij beweging noodzakelijk is en welke we regelmatig uitvoeren met als hoofddoel het behoud of de verbetering van de gezondheid.*
- *EHFA : A dynamic state of physical, psychological and social well-being as promoted by activity, adapted to individual competence, possibilities and needs, preferences of persons who take responsibility of their own functioning.*
- *ACE : A set of attributes that allow individuals to perform physical activity with greater ease.*
- *ACSM : A group of characteristics a person achieve/possesses related to physical activity and cardio respiratory, muscle endurance, muscle strength, flexibility, body composition.*

Ik neem je graag eens mee in deze fitnesskronkel.

De klant wil resultaat

Eigenlijk is het simpel. De klant wil resultaat. Wat ook zijn doelstelling is.

Formuleren van deze doelstellingen is niet evident. Niet voor ons, en zeker niet voor de klant. Meestal zijn deze terug te brengen onder de brede noemer : 'Zich iets jonger voelen, en er iets jonger uitzien'. Zich iets jonger voelen betekent dat men alles makkelijk moet aankunnen. Dagdagelijkse zaken met de glimlach opnemen en indien gewenst sportprestaties leveren. Er iets jonger uitzien wordt dikwijls gelieerd aan afslanken. In veel gevallen is dit ook zo, maar zeker niet altijd. Jammer genoeg worden klanten dikwijls misleid door reclamecampagnes en sloganeske uitspraken. Jammer genoeg ook door de fitnesssector zelf.

Professioneel advies zal ook hier de klant helpen om de juiste doelstelling te bepalen en de ideale weg om dit te bereiken.

Klanten zijn niet dom. Reclameboodschappen doen dit veronderstellen, maar dikwijls hebben die boodschappen maar één doel : naambekendheid en zorgen dat het gepromote product door iedereen wordt gekoppeld aan het voorgestelde doel/resultaat.

Klanten weten dat miraculeuze producten niet bestaan. Wanneer iets 'te mooi



om waar te zijn' lijkt, dan is het meestal ook te mooi om waar te zijn. Klanten weten dit. Wanneer ze ziek naar de huisarts gaan zouden ze ook liefst hebben dat ze onmiddellijk genezen en gezond naar huis kunnen. Maar ze beseffen dat dit niet kan, en dat zogenaamde paardenmiddelen risico's inhouden. Men weet dat ze meestal meer kwaad doen dan goed, maar men wil resultaat.

Om resultaat te halen wil men betalen, veel betalen. Zelfs wanneer men eigenlijk beseft dat men bedrogen zal uitkomen. Zelfs wanneer men beseft dat het te mooi is om waar te zijn. Zelfs wanneer men beseft dat het risico's inhoudt.

Farmaceutische bedrijven worden verplicht om duidelijk de werking, de toepassing, het gebruik van hun producten te communiceren. Vooral om gebruikers te waarschuwen voor alle nevenwerkingen nemen bijsluiters dikwijls meer plaats in dan het product zelf. Medicijnen werken meestal, echter niet altijd. Ze zijn niet voor iedereen van toepassing, en worden niet zonder risico op bijwerking ingenomen.

De fitnessindustrie mag trots zijn dat 'haar' product een plaats verdient binnen de preventieve gezondheidszorg. In tegenstelling tot de medische wereld beschikt de fitnesssector over een product dat resultaat garandeert. Als het op de juiste manier gebruikt wordt werkt het gegarandeerd voor iedereen, zonder bijwerkingen. Men moet het enkel consumeren. Daar 'moeten' wij voor zorgen. Bewegen is inderdaad het betere medicijn.

*Bewegen is inderdaad
het betere medicijn*

Om resultaat te kunnen halen moeten we uiteraard in de eerste plaats de klant leren kennen. Algemene doelstellingen kunnen wel geplaatst worden onder de gemeenschappelijke noemer van 'iets jonger voelen en iets jonger uitzien', maar iedere klant is en blijft verschillend. Verschillende leeftijd, voorgeschiedenis, morfologie, aanleg enz... Om dit te leren kennen en een oefenprogramma af te stemmen heb je één of meerdere

contactmomenten nodig. Om het oefenprogramma op te volgen, bij te sturen en samen te evalueren hebben we nieuwe contactmomenten nodig. One on one.

*Technologie en
concepten hebben
eenheidskoek gecreëerd*

Onze branche is de voorbije decennia volledig van dit traject afgeweken. Technologie en concepten hebben eenheidskoek gecreëerd. Jaarengagements werden voordeliger voorgesteld door het pakket op te fleuren met allerlei extra's. Alles inbegrepen of gratis... zelfs begeleiding.

Het belangrijkste waar klanten voor betalen, resultaat, werd niet langer opgevolgd. Klanten kwamen tot het besef, de één al wat sneller dan de ander, dat ze of het product niet consumeerden, of alle extra's niet nodig hadden en enkel gebruik maakten van de toestellen. Fitness kreeg de reputatie duur te zijn, en kwam steeds meer met een negatief imago in de media. Onze industrie bestond steeds meer uit bedrijven die in plaats van fitness, abonnementen verkopen en Fitnessclubs werden Fitnesshallen.

Contradictorisch toonde onderzoek tijdens dezelfde periode aan dat regelmatig en gecontroleerd bewegen niet enkel voor gezondheidsgerelateerde voordelen voor het individu zorgt, maar eveneens voor macro-economische voordelen voor bedrijven en de maatschappij. Wereldwijd werden campagnes opgestart zoals 'Exercise is Medicine'. Bewegen, als pil die je niet moet innemen maar 2 tot 3 keer per week moet meenemen naar de fitnessclub of voor een fiets-, loop-, wandel- of zwemsessie.

Jammer genoeg hebben fitnessclubs uit het oog verloren om er voor te zorgen dat hun klanten effectief het 'fitnessmedicijn' gebruiken, consumeren. Bij veel fitnessbedrijven past dit zelfs niet meer in hun businessmodel. Verkopen zonder consumptie maakt deel uit van hun strategische korte termijn visie.

Fitness is niet duur, niet-consumptie is duur

Het is een ongezonde evolutie dat klanten de perceptie krijgen dat het fitnessproduct steeds goedkoper wordt. We moeten het product 'fitness' herdefiniëren of de sector wordt slachtoffer van de prijzenslag.

*We moeten het product
'fitness' herdefiniëren of
de sector wordt
slachtoffer van de
prijzenslag*

Low budget clubs hebben hun plaats in onze industrie, maar dit zijn geen 'clubs'. Het zijn, net zoals sporthallen plaatsen zijn waar men sport 'kan' doen, plaatsen waar men aan fitness 'kan' doen. Fitness beoefenen is geen abonnement of toegang kopen, maar effectief regelmatig en gecontroleerd bewegen.

Fitness zorgt voor resultaat op een veilige, efficiënte manier. Degelijke begeleiding zorgt voor het juiste programma, de juiste aanpak, de juiste opvolging. Een fitnessconsult zorgt ervoor dat men volhoudt.

*Niet de prijs doet klanten
afhaken maar
niet-consumptie*

Dit is wat 'fitnessclubs' kwaliteitsvol maakt. Zorgen voor een veilige en gezondheidsbevorderende training in een veilige omgeving met alle gunstige condities

om klanten te overhalen tot regelmatige training en dit ook vol te houden. Pas dan zal de preventieve maatregel, die regelmatig bewegen is, een impact hebben op de volksgezondheid.

Persoonlijke begeleiding kost echter geld. Clubuitbaters en -managers vrezen dat duurdere tarieven klanten zal afschrikken en richting low budget drijven. Misschien gebeurt dit inderdaad in een eerste fase maar low budgetclubs zien even grote drop-out cijfers als traditionele fitnessclubs. Blijkt namelijk dat het niet de prijs is die klanten doet afhaken, het is niet-consumptie.

Het verleden heeft ons geleerd dat enkel toegang tot een accommodatie verkopen met gebruik van toestellen, voor het grootste deel van de bevolking contra productief werkt. De verantwoordelijkheid tot effectief trainen enkel bij de klant leggen werkt niet. Tenminste wanneer het doel 'fitnessbeoefening' is.

Kiezen voor een nieuw 'fitness'product

'In the middle of difficulty lies opportunity' zei Einstein. Fitnessclubs kunnen de low budget evolutie ook zien als opportuniteit.

Begeleiding is de voorbije decennia afgezwakt. Fitnessstoestellen gebruiken is inderdaad makkelijk. Het vergt weinig uitleg en men kan moeilijk iets verkeerd doen. Technische vaardigheden zijn niet nodig. Begeleiding beperkte zich steeds meer tot het aanbieden van standaardprogramma's, toezicht en een sociale babbel. Op zich is daar niks verkeerd aan, maar standaardisatie werd overgenomen door de technologie van de toestellen en concepten waardoor de taak van de begeleider steeds geringer werd.

*Consultmomenten
zorgen voor volhouden
en vooral : een gevoel
van waar voor mijn geld*

Personeelskost weegt zwaar door in de bedrijfsresultaten waardoor clubs ervoor kozen om met steeds minder begeleiding te werken. Dit was ook niet langer nodig. Komt daar nog eens bij dat 'fitnessbeoefening met begeleiding' in ons land met een btw tarief van 21% wordt belast en zonder begeleiding slechts 6%. Begeleiding afschaffen zorgde voor een directe winst van 15% in een groot deel van de bedrijfsresultaten.

Extreem resulteerde dit in de opkomst van low budget clubs waar enkel toegang tot accommodatie werd verkocht.

Het is echter niet omdat fitnessstoestellen gebruiken op zich veilig is en er weinig fouten kunnen op gebeuren dat daarom begeleiding niet nodig is. Misschien niet op het moment van uitvoering zelf, maar wel op regelmatige tijdstippen. Tijdens contactmomenten kan een beoefenaar gestimuleerd worden. Kunnen afspraken worden gemaakt, het proces besproken, resultaten gemeten, verwachtingen bijgesteld. Consultmomenten zorgen voor volhouden en vooral : een gevoel van waar voor mijn geld... effectieve consumptie.



Betalen voor toegang en/of eventueel gebruik van toestellen is betalen voor een lege doos. Of die doos gevuld geraakt hangt af van de klant zelf.

Betalen voor consultmomenten is betalen voor onmiddellijke return van een professional.

Gezien fitness staat voor regelmatig bewegen met als hoofddoel behoud en verbetering van de gezondheid moeten we niet langer spreken over fitness wanneer we spreken over het gebouw met toestellen. Fitnessen doet men wanneer men regelmatig consult krijgt, wanneer men begeleidt wordt in een traject. Natuurlijk zijn er ook mensen die voldoende zelfdiscipline hebben om de nodige afspraken met zichzelf te maken en die ook na te

komen, maar dat zijn de uitzonderingen.

We volgen kiné, wanneer we regelmatig afspraken maken bij de kinesist. Ook die geeft soms beweeg- of revalidatieopdrachten voor thuis of op het werk. We volgen rugschool als we naar de rugschool gaan en advies krijgen van een specialist. We volgen logopedie wanneer we naar de logopedist gaan. Het is consult bij een specialist die zorgt voor effectieve uitvoering.

*Fitnessen doet men
wanneer men regelmatig
consult krijgt, wanneer
men begeleidt wordt in
een traject*

Fitness hoort gekoppeld te zijn aan een fitnessexpert die zorgt voor advies en opvolging : De Fitnesscoach.

Het mag... moet ook iets kosten

Fitnessbegeleiding, -advies is steeds stiefmoederlijk behandeld. We hebben over de jaren steeds de perceptie willen creëren dat 'fitness' goedkoop was. Onze investeringen in apparatuur en accommodatie werden steeds groter en we probeerden dit te financieren via bewijsbare jaarengagementsen waarvoor onze

klanten een domiciliëring afsloten. We verkochten het maandbedrag als een minuscule dagbedrag (want je kon toch iedere dag bij ons terecht!) en breiden het aanbod uit met allerlei extra's... gratis inbegrepen. Zelfs begeleiding werd gratis.

Om meer klanten te overhalen gingen we zelfs zo ver om de eerste maand gratis aan te bieden. Ook consumentenverenigingen drongen er op aan, gezien we verlengbare jaarengagements verkochten, om die eerste periode goedkoop aan te bieden met opzegmogelijkheid. Ze probeerden dit zelfs op juridische en wettelijke manier af te dwingen.

Dit lag mede aan de oorzaak van de ontwikkelingen van technologieën en concepten die dergelijke aanpak verantwoordden.

Positief hierbij was dat in onze industrie plaats kwam voor lager opgeleide werknemers. Via korte doelgerichte opleidingen/bijscholingen konden ze als goedkopere arbeidskrachten bij ons aan de slag. Dit resulteerde dikwijls in duurzame tewerkstelling van trouwe medewerkers die met veel inzet en interesse een carrière opbouwden in onze sector.



De branche bleef echter in de 'steeds goedkoper' spiraal vastzitten. Twee tot drie keer per week trainen is een noodzaak om resultaat te halen. Om een gezond bedrijfsresultaat te halen moesten fitnessclubs meer abonnementen verkopen dan hun accommodatie aan kon. Dit was geen probleem, want de gemiddelde fitnessbeoefenaar haalde het noodzakelijk gemiddelde niet, haakte vroegtijdig af, of gebruikte zijn

abonnement helemaal niet. We werden, aangezwengeld door 'ebitda'-gestuurde ketens, steeds meer een industrie die abonnementen verkocht in plaats van fitness. (ebitda : earnings before interest, tax, depreciation and amortization. Eigenlijk het bruto bedrijfsoverschot)

De opkomst van low-budget clubs zonder begeleiding creëren de perceptie dat fitness geen begeleiding nodig heeft. Niks is minder waar.

Fitnesshallen hebben geen begeleiding nodig omdat ze niet meer doen dan accommodatie ter beschikking stellen. Dit heeft zijn plaats binnen de markt maar mag niet verward worden met Fitnessclubs. Fitnessclubs streven naar resultaat via regelmatig gecontroleerd bewegen. Contact met de klanten zorgt ervoor dat dit resultaat realistisch wordt.

Contactmomenten zijn arbeidsintensief en kosten geld. Een summier berekening (zie kader) leert dat een goede coach minimum 80€ per uur moet aanrekenen om op zelfstandige basis een minimaal netto loon van 2000€ per maand over te houden. Dit is eerlijk, correct en noodzakelijk. Maar wie wil dit nog betalen? Goede sturing en begeleiding zal er eveneens voor zorgen dat men meer gebruik zal maken van het aanbod. Meer leden zullen effectief trainen. Kunnen onze clubs dit aan?

Als we echt willen realiseren wat we beloven, dan moet dit. Als we onze plaats willen krijgen in de preventieve gezondheidszorg dan moet dit. Vertegenwoordigers van de fitnessindustrie wereldwijd (IHRSA) stellen dat 'fitness' klaar is om 'de' oplossing te zijn voor de gezondheids crisis gerelateerd aan obesitas en inactiviteit. EHFA (nu Europe Active) gebruikt de slogan 'more people, more active, more often'. Wetende dat de grootste partners van deze organisaties mede de evolutie in onze markt hebben gestuurd lijkt dit sloganesk. Niet onterecht voelen veel beoefenaars uit het verleden zich bedrogen. Als we vertrouwen willen herstellen moeten we er op toezien dat de EHFA slogan niet blijft hangen op 'more people....

Maar is dit betaalbaar? Kunnen we dit?

Hoeveel mag een goede coach kosten per uur?

Om een realistische inschatting te kunnen maken gaan we uit van een zelfstandige die na aftrek van sociale lasten en belastingen ongeveer de helft (50%) over houdt.

Wanneer een goed begeleidingsgesprek een uur duurt is 4u per dag programmeren realistisch. Een coach moet namelijk ook tijd hebben om nieuwe opdrachten te vinden, voorbereidende gesprekken te voeren, sociaal contact houden met bestaande opdrachten, bijhouden van administratie, voorbereiden, netwerken, verplaatsen, bijscholen, doornemen vakliteratuur, enz..

Stel 22 werkdagen/maand = 88 afspraken

Indien 80€/u = 7.040€

-21% btw = 5.818€

= 17.454€/trimester

-1400€ sociale zekerheid = 16.054€

X 4= 64.216€/jr

-40% belasting = 38.530€/jr

= 3.210/maand

Een zelfstandige moet hierbij rekening houden met pensioen, afschrijvingskosten, arbeidsongeschiktheid, administratiekosten, rentkosten, zakelijke verzekeringen, autokosten enz... waardoor er snel maar 2000€/maand netto overblijft.

Kan het goedkoper?... natuurlijk maar :

You think a professional is expensive? Wait until you hire an amateur!

Er is geen weg meer terug... of toch?

Hoe kunnen we klanten terug overtuigen van het nut van begeleiding. Hoe kunnen we hen hiervoor laten betalen?

Het is een realiteit dat klanten er moeilijk in slagen om meer dan één keer per week naar de fitness te trekken. We moeten er van uitgaan dat voldoende regelmatig bewegen om gezondheid gerelateerde voordelen en resultaat te behalen niet beperkt moet blijven tot activiteiten binnen de muren van een club.

Een degelijk oefenprogramma wordt opgebouwd met advies om ook thuis, op het werk, eender waar mogelijk beweegmomenten in te bouwen. Dit advies kan en moet gegeven worden in de club. Voor dit advies, voor die begeleiding en niet voor de toegang tot de club en al dan niet gebruik van toestellen, moeten clubleden leren betalen.

Het product 'fitness' is regelmatig en gecontroleerd bewegen met als hoofddoel behoud en verbetering van de gezondheid. Het is een perfect en veilig middel om het hoofddoel van de gemiddelde burger 'zich iets jonger voelen en er iets jonger uitzien' te realiseren. Dit product moeten we niet langer aanbieden via de lege doos of spotgoedkope toegang tot onze 'dure' accommodatie. Neen, we moeten klanten 'leren' betalen voor ons professioneel advies.

*We moeten klanten
'leren' betalen voor ons
professioneel advies*

Gebruik van toestellen kan inderdaad goedkoop worden aangeboden. Toezicht op dit gebruik, wat we altijd fitnessbegeleiding hebben genoemd, hoeft ook niet veel te kosten. Op fitnessstoestellen kan er namelijk weinig verkeerd gaan. Statistieken van sportongevallen bewijzen dat fitness tot de veiligste en minst risico gebonden activiteiten behoort. Zelfs conceptmatig uniform aanbod hoeft



niet duur te zijn. Advies, begeleiding, opvolging, sturing, motivatie echter wel. Hiermee zorgen we dat klanten volhouden en resultaat effectief wordt.

We zitten natuurlijk met een erfenis uit het verleden waarbij we zelf de prijs van begeleiding hebben geminimaliseerd en ondergewaardeerd, maar dit mag ons niet afschrikken. Mensen hebben de gewoonte om voor degelijk, professioneel advies te betalen. Een psycholoog, therapeut, consult rekent makkelijk 100€/u. Hogere tarieven in de medische sector wegen niet zo zwaar door omdat we het voordeel kennen van de terugbetaling, maar ook daar beseft de klant het verantwoord inkomen van de professional. Zelfs de stielman die thuis kleine herstellingen komt doorvoeren kost je voor een kleine interventie makkelijk 100€.

Het product 'fitness' verdient eerherstel. We kunnen dit bereiken door het terug te brengen tot de essentie en klanten te laten betalen voor consumptie.

De fitnessclub van de toekomst

Structureel moet er weinig of niks veranderen.

Klanten melden zich aan en via een gestandaardiseerd intakegesprek wordt een eerste keer gepolst naar hun doelstelling, mogelijkheden, voorgeschiedenis, verlangens en persoonlijke behoefte.

Een eerste afspraak wordt vastgelegd met de professionele fitnesscoach voor consult. Voor deze eerste afspraak wordt één tot anderhalf uur voorzien. Kostprijs 125€. Een oefenprogramma voor de komende 4 weken wordt afgesproken. Dit hoeft niet noodzakelijk in de club te gebeuren. De klant krijgt zijn planning reëel of via online applicatie mee. Focus op bewegen, voeding, welzijn. Gedurende deze 4 weken kan hij gebruik maken van clubaccommodatie wanneer hij dit wenst. Clublessen kan hij volgen in de club of desnoods online, misschien zelfs lifestream thuis.

De klant betaalt voor consult. Gebruik van de club, de toestellen inbegrepen... of gratis! Een groot verschil met vroeger waar men betaalde voor toegang en begeleiding inbegrepen was.

Een tweede afspraak wordt al vastgelegd na 4 weken. Eventueel wordt een voorschot van 20% gevraagd.

Tijdens de 2^{de} afspraak wordt de voorbije periode geëvalueerd. Progressie gemeten en het programma bijgestuurd. Een nieuwe afspraak wordt terug vastgelegd na 6 weken.

Een gezonde beweegattitude opbouwen heeft te maken met gedragsverandering. Onderzoek toont aan dat 3 maand een keerpunt is. Dit is het moment waarop veel mensen afhaken. Het verleden heeft dit bevestigd. Zonder opvolging haakte het grootste deel van de fitnessklanten af binnen deze 3 maand.

Terug wordt het programma bijgestuurd en een nieuwe afspraak wordt 2 keer vastgelegd na 6 weken. Zo bereiken we 6 maand. Hier leert wetenschappelijk onderzoek dat de kans op permanente gedragsverandering en het aannemen van een nieuwe leefgewoonte groot is.

Na deze periode kunnen indien gewenst de contactmomenten om de 12 weken geprogrammeerd worden. Zonder contactmomenten kan niet.

Dit betekent dat het eerste jaar iedere klant minimum 8 afspraken heeft en hiervoor 1000€ betaalt. De daarop volgende jaren telkens minimum 4 afspraken (500€).

Aangezien er niet wordt uitgegaan van effectief gebruik van de accommodatie kunnen veel meer klanten lid worden van de club. Noodzakelijk personeelsbezetting kan duidelijk worden berekend volgens de afspraken. Kleine

of grotere producten voor oefenen thuis, buiten of op het werk kunnen worden aangeboden. Bijkomend voedingsadvies en Personal Training indien gewenst.

De fitnesscoach kan dezelfde persoon zijn als de uitbater, begeleider of Personal Trainer. Het moment van consult is wat fitness waardevol maakt en resultaat garandeerd.

Maar vooral : De fitnessclub van de toekomst verkoopt effectief regelmatig en gecontroleerd bewegen. Verdient zijn plaats in de preventieve gezondheidszorg en de sector kan terecht een fiscaal gunstiger klimaat eisen.

Uiteraard verwachten we dat de professionele fitnesscoach over voldoende technische bagage en kennis beschikt om juist advies te formuleren, maar hij dient vooral over de juiste sociale competenties te beschikken. De juiste persoonlijkheid om mensen te motiveren en te laten uitkijken naar het volgende coachmoment. Bewegen op zich en gebruik maken van de toestellen is op zich misschien niet de leukste activiteit, maar het persoonlijk contact moet dit compenseren.

Zorg dragen voor gezondheid moet beloond worden

We ijveren al lang om een fiscaal gunstiger klimaat voor onze fitnessindustrie. Regelmatig voldoende bewegen zorgt voor een betere gezondheid en minder risico op inactiviteit gerelateerde aandoeningen. Wanneer iedereen voldoende beweegt dan zou dit inderdaad een duidelijke impact hebben op het budget voor volksgezondheid. Bedrijven halen meer uit fitte werknemers. In tijden van economische crisis kan dit tellen.

Onze oproepen tot btw verlaging, fiscale maatregelen en eventuele terugbetaling werden nooit beantwoord. Gezien de evolutie in de sector, de grote drop-out cijfers en het groot percentage niet-consumptie, is dit misschien niet onterecht.

*Hoe meer we ziek zijn,
hoe meer de medische
sector verdient*

Herdefiniëren van het product fitness en dit ook effectief toepassen zal ons terug recht van spreken geven. Zeker in het belang van de klant die bewust zorg draagt, of begint zorg te dragen voor zijn gezondheid via ons gecontroleerd bewegingsaanbod.

De inspanningen van de medische sector zijn groot en lovenswaardig. Ethiek dragen ze hoog in het vaandel en we zijn er van overtuigd dat iedere actor in deze sector daar ook bewust mee bezig is en steeds het beste voor heeft met zijn patiënten. Nochtans heeft de hele gezondheidszorg iets pervers. De medische sector heeft onze gezondheid tot doel en nochtans werkt ze met een verdienmodel gebaseerd op ziek zijn. Hoe meer we ziek zijn, hoe meer de

medische sector verdient. Mutualiteiten moeten het halen van ledenwerving en extra inkomen wanneer we ziek zijn. Dit heeft iets pervers.

Talrijke interventies, zelfs hele dure, worden terugbetaald om aandoeningen te bestrijden die het gevolg zijn van een foutieve levensstijl en inactiviteit. Obesitasprogramma's worden terugbetaald. Dit betekent dat we allemaal bijdragen in de gezondheidszorg om programma's te financieren voor wie de verantwoordelijkheid voor zijn eigen gezondheid en functioneren niet heeft opgenomen. Wie dit wel al jaren, soms zijn hele leven lang, heeft gedaan, krijgt niks. Dit heeft iets pervers.

Onderzoekers aan de VUB hebben berekend dat terugbetaling van regelmatig en gecontroleerd bewegen 'the best buy' is om o.a. het risico op coronaire hartaandoeningen en andere inactiviteit gerelateerde aandoeningen in te dijken. Bewegen scoort beter dan medicijnen zoals cholesterolverlagers. Wetenschappelijk bewijs is er, maar het pijnpunt bleef : regelmatig en gecontroleerd bewegen.

Met het klassieke fitnessaanbod, waarbij opvolging en retentie geen zekerheid zijn, hadden we geen punt. Aankoop van een abonnement garandeert geen effectief gebruik. Door 'fitness' te herdefiniëren als regelmatige coachmomenten met opvolging, begeleiding en consult, verandert dit volledig en kunnen we meer dan ooit bij de overheden aankloppen om het fiscaal gunstig klimaat en interventies ten voordele van onze klanten te krijgen die we verdienen.

Verstandig inspelen op de marktevoluties is meer dan ooit een opportuniteit. Onze business kan weer gezond worden en onze industrie het imago krijgen dat het verdient.

Eric Vandenabeele

FITNESS.BE
WELLNESS & HEALTH

Groenstraat 240 • 9041 Oostakker

T +32 9 232 50 36 • F +32 9 232 50 37

E eric@fitness.be • E info@fitness.be

W www.fitness.be
