

Adieu 2010Hallo 2011

December 2010, nog een paar dagen te gaan en we schrijven alweer januari 2011. Tijd om nog maar eens stil te staan bij de ontwikkelingen van het afgelopen jaar.

Ondanks dat het merendeel van de berichten de consument wil doen geloven dat 'de crisis' op zijn retour is, moet de gemiddelde fitness ondernemer nog steeds alle zeilen bijzetten om nieuwe klanten te werven dan wel bestaande klanten te mogen behouden. We weten dat sporten (lees fitness) door de meeste mensen nog steeds niet echt leuk gevonden wordt en daarom slechts met de juiste aandacht (PT) de beste resultaten kan opleveren.

Ondanks dat iedere fitnessondernemer er inmiddels wel van overtuigd is dat het geven van aandacht aan de klant het grote geheim is van een goede en populaire club, weet nog lang niet iedere club het gewenste succes te boeken.

In 2010 heeft de ene club haar deuren geopend terwijl de andere club haar deuren heeft gesloten, dan wel is overgenomen door een grote keten. Of is zelfs een grote keten overgenomen door een grotere keten!

Helaas hebben we weinig gemerkt van de ommekeer van die economische dip, die we inmiddels al meer dan 1½ jaar aan den lijve ondervinden. Zo gek is het niet dat de consument zich laat leiden door angstgevoelens over wat de tijd gaat brengen. Onze regering kondigt de

ene na de andere bezuiniging aan. De consument huivert bij het idee om nog een vaste overeenkomst aan te gaan, hij weet immers niet wat de toekomst zal brengen en of hij al dan niet aan zijn verplichtingen zal kunnen voldoen.

Slechts een handjevol verzekeraars heeft hier inmiddels op ingespeeld en levert een kleine bijdrage aan een fitnessabonnement. Jammer genoeg weet slechts een fractie van de verzekerden hier dankbaar gebruik van te maken.

Feit is dat iedereen graag gezond wil zijn, maar slechts weinigen voor deze gezondheid de juiste prijs willen betalen!

2010, het jaar waarin 'budget clubs' niet meer weg te denken zijn en als paddenstoelen uit de grond schieten. Ook is 2010 het jaar waarin de eerste volledig onbemande clubs het licht hebben gezien. Zij weten de klanten tegen een minimum tarief aan zich te binden, waarbij slechts die aandacht wordt gegeven welke zij via hun automatisering kunnen aanbieden.

Ook is in 2010 een start gemaakt met een nieuw fenomeen: 'fitplaats'.

De gemeente Den Haag heeft in februari 2010, locatie Zuiderpark, het startsein gegeven voor het 1ste interactieve outdoor fitnesspark ter wereld. Na gebleken

succes roept de initiatiefnemer andere gemeenten op deze formule navolging te geven. Alhoewel de doelgroep is gefocust op 50-plussers is deze oefenplaats volledig gratis beschikbaar voor alle passanten. Via een ter plaatse aanwezige informatiezuil krijgen geïnteresseerden de benodigde informatie hoe de 'hufferproof' toestellen op de juiste manier te gebruiken.

Geconcludeerd kan worden dat de belangstelling voor onze branche groeit en de inventieve ondernemer meer kansen krijgt. Zal dan voor de individuele club uiteindelijk niet de prijs maar vooral het onderscheid in kwaliteit, aandacht voor de klant en ambiance binnen de club, nog steeds de sleutel zijn voor een succesvolle onderneming?

Vanaf deze plaats wens ik alle lezers een voorspoedig, sportief maar vooral gezond 2011!



MARIE ANNE VAN LAAK
Delcom