

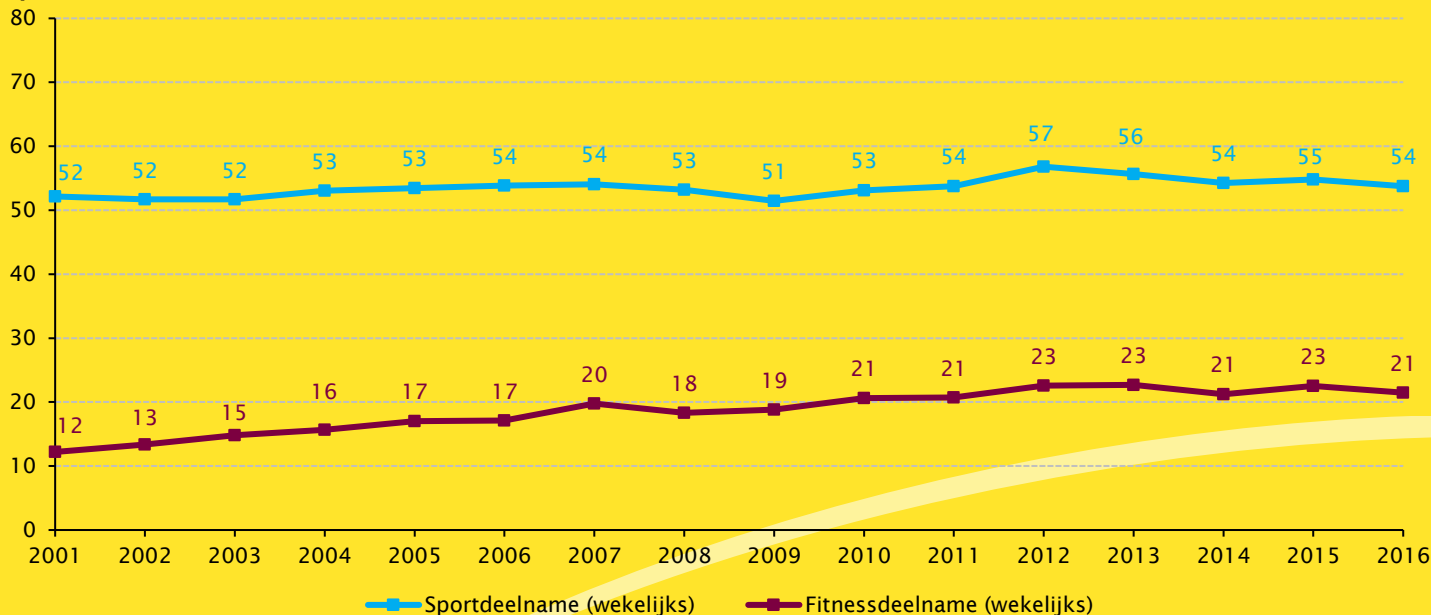
Fitnessbranche in Nederland | 2018

Kerncijfers vraag- en aanbodzijde

Factsheet 2019/1

Paul Hover & Peter van Eldert

Figuur 1. Wekelijkse sport- en fitnessdeelname onder de Nederlandse bevolking 12-79 jaar in de periode 2001-2016 (in procenten)



Bron: Gezondheidsenquête 2001-2013/Leefstijlmonitor 2014-2016, CBS i.s.m. RIVM. Bewerking: Mulier Instituut.

Fitness: kameleon van de Nederlandse sport

De fitnessbranche acteert als de kameleon van de Nederlandse sportsector. Voortdurend wordt, passend bij de tijdsgeest, nieuw aanbod ontwikkeld en vaak ook succesvol in de markt gezet. Tien jaar geleden kon het fitnessaanbod nog grofweg worden gecategoriseerd in de segmenten 'kracht', 'cardio' en 'groepslessen'. Vrijwel alle fitnessactiviteiten vonden destijds binnen plaats. Tegenwoordig kent het aanbod vele gedaantes waaronder aqua fitness, fighting fit, calisthenics, bootcamp, FunXtion, Zumba, CrossFit, bodycombat, bodystep, bodypump, bodyjam en bodybalance. Bovendien vindt fitness steeds vaker plaats in de openbare ruimte en is het fitnessaanbod in toenemende mate toegespitst op groepsfitness met de bijbehorende (*small*) *group training zones*. In dit factsheet zijn de belangrijkste en meest recente cijfers en trends over de Nederlandse fitnessbranche gebundeld.

Groei deelname aan fitness

Sinds 2001 is de fitnessdeelname in Nederland gestaag gegroeid. Waar in 2001 nog 12 procent van de 12-79-jarigen wekelijks aan fitness deed, lag dat aandeel in 2016 op 21 procent (+75%) (figuur 1). In absolute aantallen doen 3 miljoen Nederlanders van 12-79 jaar wekelijks aan fitness.

De groeisput van de deelname aan fitness contrasteert met de ontwikkeling van de totale sportdeelname die in dezelfde periode een groei van 2 procentpunten noteert: van 52 procent in 2001 tot 54 procent in 2016 (figuur 1).

Twee derde beoefenaren fitness lid fitnesscentrum

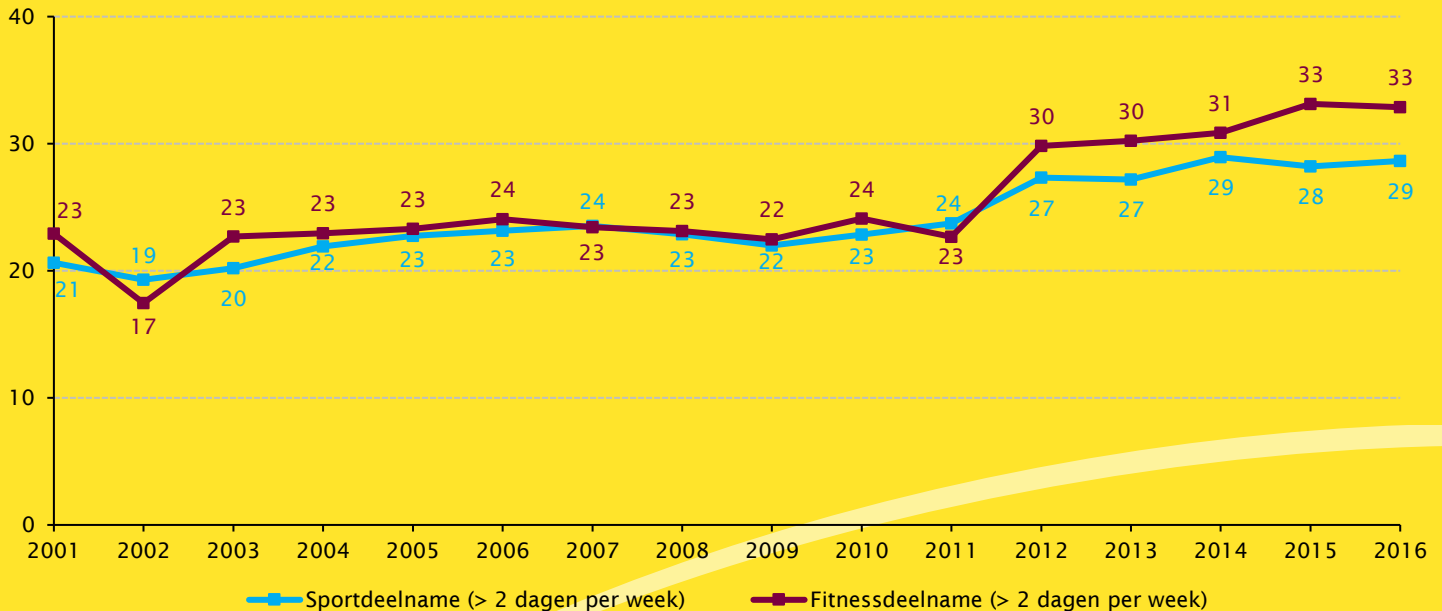
Fitness kan in tal van sociale verbanden worden beoefend, zoals bij een fitnesscentrum, bij de fysiotherapeut, maar ook bij een atletiek- of bokscub. Momenteel beoefent twee derde van de beoefenaren van fitness hun sport bij een fitnesscentrum of andere commerciële aanbieder (niet in figuur).

Twee derde beoefenaren fitness doet ook andere sport

Circa twee derde van de deelnemers aan fitness beoefent ook een andere sport (niet in figuur). Vaak betreft dit sporten die (ook) individueel beoefend kunnen worden, zoals hardlopen (21%), wandelen (17%) en zwemmen (17%).

Van degenen die naast fitness ook een andere sport beoefenen, beschouwt ruim een derde fitness als 'hoofdsport' (meest beoefende sport) (niet in figuur). Dit geldt zowel voor mannen als voor vrouwen. Fitness is derhalve een sport die beoefenaren er 'vaak bij doen'.^a

Figuur 2. Aandeel van Nederlandse sport- en fitnessbeoefenaren (12-79 jaar) dat meer dan 2 dagen per week aan sport en fitness doet in de periode 2001-2016 (in procenten)



Bron: Gezondheidsenquête 2001-2013/Leefstijlmonitor 2014-2016, CBS i.s.m. RIVM. Bewerking: Mulier Instituut.

Toename deelnamefrequentie fitness

Niet alleen de deelname aan fitness is in de afgelopen jaren gestegen (figuur 1), ook de frequentie van fitnessdeelname is toegenomen. In 2001 gaf 23 procent van de Nederlanders van 12-79 jaar die aan fitness deed aan dit meer dan 2 dagen per week te doen. In 2016 blijkt dat voor 33 procent het geval te zijn (+43%) (figuur 2). De stijging in de deelnamefrequentie doet zich met name na 2011 voor.

Hoe verhouden deze ontwikkelingen in de frequentie van fitnessdeelname zich tot ontwikkelingen in de sportdeelname als totaal? Bij de sportdeelname is een vergelijkbare ontwikkeling zichtbaar: door wekelijkse sporters wordt vaker gesport. Die toename van de frequentie is echter kleiner dan bij fitnessdeelname.

Fitness is in circa drie decennia uitgegroeid tot de meest beoefende sport van het land én de grootste werkgever in de sport. Het aantal fitnessbeoefenaren is ruim twee keer zo groot als het ledental van de KNVB, de grootste sportbond van Nederland.

Volgens een opgave van NL Actief is de gemiddelde registratie die beoefenaren als lid bij een fitnesscentrum in Nederland betalen 27,50 euro.

Een lidmaatschap voor onbeperkte deelname bedraagt volgens de branchevereniging gemiddeld 42,50 euro per maand. NL Actief schat verder in dat ongeveer de helft van de lidmaatschappen 31 euro tot 45 euro bedraagt.

Opzegreden lidmaatschap: onvoldoende gebruik

In 2017 is bij 9 procent van de Nederlandse huishoudens een lidmaatschap van een fitnesscentrum beëindigd (niet in figuur). De meest genoemde opzegreden is dat er weinig gebruik van wordt gemaakt (38%). Ruim een vijfde vond het lidmaatschap 'te duur'. De opgezegde lidmaatschappen van fitnesscentra gaan in bijna één op de vijf gevallen gepaard met een lidmaatschap van een ander centrum (wisseling van aanbieder). Bij ruim de helft van de huishoudens waarbij een lidmaatschap van een sportvereniging of fitnesscentrum is beëindigd, worden daarna minder uren aan sport besteed.^b

Of de verminderde fitnessdeelname het gevolg is van het opzeggen van het lidmaatschap is niet zeker. Het is ook mogelijk dat het lidmaatschap juist wordt opgezegd omdat men binnen het huishouden al van plan is om minder te fitnessen.

Tabel 1. Wekelijkse fitnessdeelname naar achtergrondkenmerken, Nederlandse bevolking 12-79 jaar in de periode 2001-2016 (in procenten)

	2001	2004	2007	2010	2013	2016	Δ2001 en 2016
Totaal	12	16	20	21	23	21	76
Man	11	14	16	18	21	21	95
Vrouw	14	17	23	23	24	22	62
12-34 jaar	16	18	24	24	25	28	78
35-49 jaar	14	18	22	23	24	19	43
50-64 jaar	10	13	17	20	22	19	90
65-79 jaar	4	6	12	13	14	15	294
Opleidingsniveau laag	7	9	14	15	15	13	83
Opleidingsniveau midden	15	17	19	22	23	21	38
Opleidingsniveau hoog	16	20	28	25	27	28	76

Bron: Gezondheidsenquête 2001-2013/Leefstijlmonitor 2014-2016, CBS i.s.m. RIVM. Bewerking: Mulier Instituut.

Mannen lopen in op vrouwen

Onder zowel mannen (+95%) als vrouwen (+62%) is de fitnessdeelname tussen 2001 en 2016 gegroeid (tabel 1). Ondanks de grotere groei onder de mannen, hebben zij de vrouwen in deelnamecijfers nog niet ingehaald: 21 procent van de mannen en 22 procent van de vrouwen van 12-79 jaar doet wekelijks aan fitness. Daarmee blijft fitness zich onderscheiden van de meeste sporttakken omdat de animo bij de meeste sporten onder mannen groter is dan onder vrouwen.

Vooraf groei fitnessdeelname 65-plussers

De fitnessdeelname is hoger onder de jonge leeftijdsgroep dan onder de oude leeftijdsgroep. 28 procent van de 12-34-jarigen deed in 2016 aan fitness, terwijl dat onder 65-plussers 15 procent is (tabel 1). Opvallend is de opmars van fitness onder 65-plussers: in 2001 deed 4 procent van die groep wekelijks aan fitness, in 2016 is dat 15 procent (+294%). Omdat 65-plussers de afgelopen jaren ook een groter aandeel van de Nederlandse bevolking zijn gaan vormen, is er sprake van een relatief sterke vergrijzing van de fitnessdeelnemer (tussen 2000 en 2016 nam de groep 65-plussers in Nederland met 44% toe, de Nederlandse bevolking in totaal met 7%).

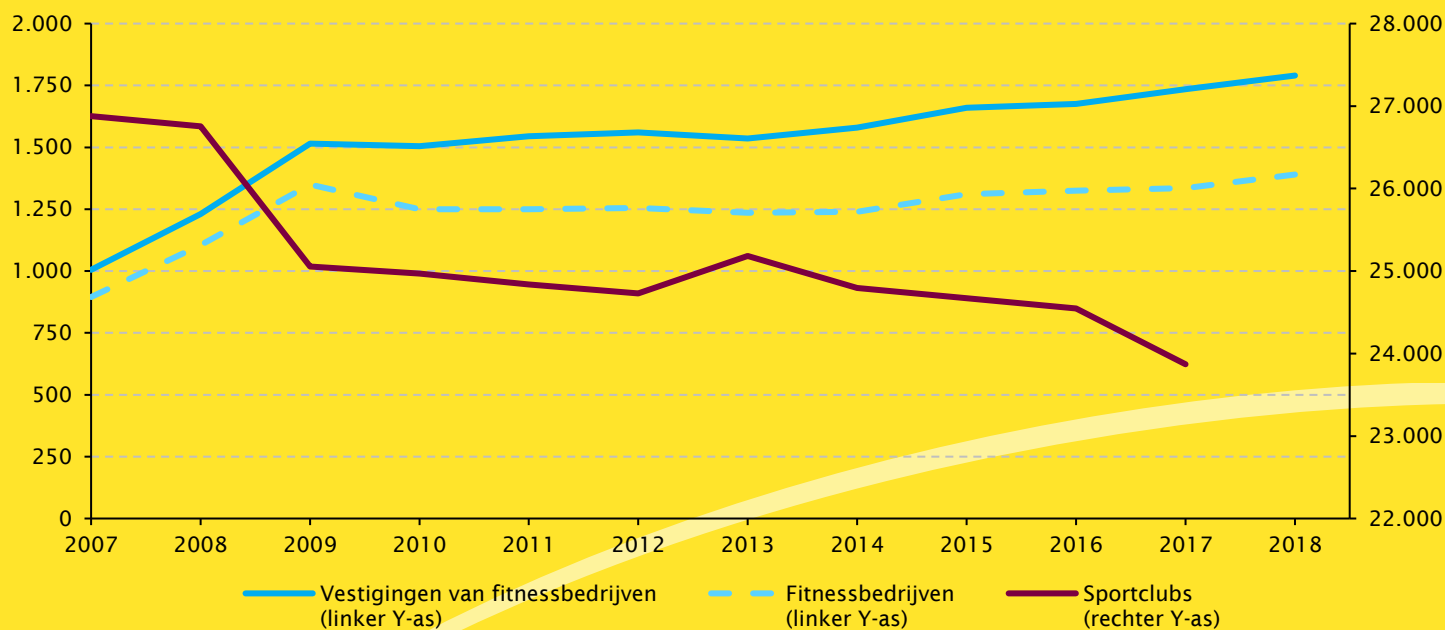
Fitness met name voor hoger opgeleiden

Net als in voorgaande jaren is fitness vooral een sport voor de hoger opgeleiden (wat ook geldt voor de deelname aan sport in het algemeen). In 2016 is de deelname aan fitness onder hoger opgeleiden meer dan twee maal zo hoog als onder lager opgeleiden (28%-13%) (tabel 1). De fitnessdeelname onder lager opgeleiden is daarentegen wel beduidend meer gestegen dan onder hoger opgeleiden (83%-76%). Mogelijk dat het gegroeide goedkopere fitnessaanbod daaraan heeft bijgedragen.

Fitnessdeelname democratiseert

Wanneer de hiervóór geschetste ontwikkelingen in ogenschouw worden genomen, kan worden geconcludeerd dat de groei van de deelname aan fitness met name komt van die groepen die ondervertegenwoordigd waren (en nog steeds enigszins zijn). Dit zijn namelijk: mannen, 65-plussers en personen met lagere inkomens. Dit toont aan dat de fitnessdeelname in Nederland (verder) is gedemocratiseerd.

Figuur 3. Fitnessbedrijven (SBI 9313), vestigingen van fitnessbedrijven (SBI 9313) en sportclubs aangesloten bij NOC*NSF, in Nederland in de periode 2007-2018 (in absolute aantallen)



Bron: CBS, 2017; NOC*NSF, 2017. Bewerking: Mulier Instituut.

Aantal fitnessbedrijven blijft uitdijen

Het aantal vestigingen van fitnessbedrijven is tussen 2007 en 2018 met 78 procent gegroeid naar 1.790. Ook de ontwikkeling van het aantal fitnessbedrijven (die meerdere vestigingen kunnen hebben) wordt gekenmerkt door groei. In de periode 2007-2018 groeide dat aantal met 55 procent naar 1.390 bedrijven (figuur 3).^c De groei van het aantal fitnessbedrijven en -vestigingen verliep niet gelijkmatig. Van 2007 tot 2009 was er een relatief forse toename. Tussen 2009 en 2013 was er sprake van een stabilisatie. Na 2013 groeide het aantal bedrijven en vestigingen weer licht, al was die groeicurve minder steil dan vóór 2009. Deze stijgende lijn die het fitnessaanbod kenmerkt, is niet zichtbaar bij de ontwikkeling van het aantal sportclubs dat bij sportkoepel NOC*NSF is aangesloten. Tussen 2007 en 2017 kromp het aantal verenigingen met 11 procent naar 23.870 (figuur 3).

Fitnessaanbod is relatief dichtbij

Met een gemiddelde afstand van 1,5 kilometer naar een fitnesscentrum is het fitnessaanbod voor alle Nederlanders relatief dichtbij. De gemiddelde afstand naar een voetbalaccommodatie en een zwembad is voor Nederlanders respectievelijk 1,6, en 2,3 kilometer.^d

Omzet fitnesscentra 728 miljoen euro per jaar

Volgens het CBS zetten de fitnesscentra in 2017 728 miljoen euro om. Twee jaar eerder was dat nog 685 miljoen euro. Het CBS constateert dat vooral de middelgrote bedrijven te maken hadden met een druk op de omzet. De fitnesscentra behaalden samen een positief bedrijfsresultaat van 80 miljoen euro.^e

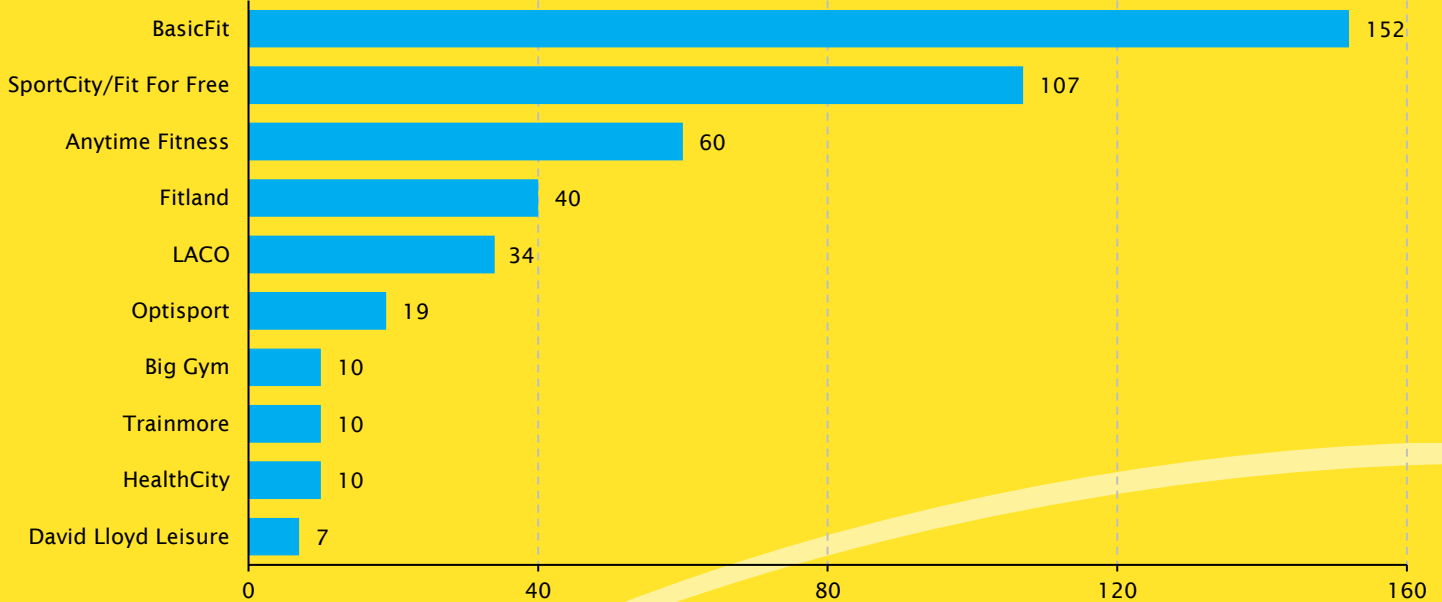
BasicFit heeft meeste vestigingen in Nederland

BasicFit is gemeten naar aantal vestigingen marktleider in Nederland (152 vestigingen). SportCity/Fit For Free volgt met 107 vestigingen en Anytime Fitness met 60 (figuur 4). De tien grootste fitnessaanbieders hebben samen ongeveer een kwart van alle fitnessvestigingen in bezit en bedienen naar schatting ruim een derde van alle leden van fitnesscentra.^f

Boutiques en personal trainers in opmars

De opkomst van boutiques laat zien waar een klein bedrijf groot in kan zijn: hoge kwaliteit, korte intensieve sessies, betalen per sessie, ruim gebruik van technologie en vaak ook het faciliteren van een saamhorigheidsgevoel. Het aantal personal trainers is eveneens aan een opmars bezig. Er zijn in Nederland ruim 4.000 personal trainers. Per hoofd van de bevolking zijn dat er in vergelijking met andere Europese landen relatief veel.^g

Figuur 4. Top 10 fitnessbedrijven in Nederland op basis van aantal vestigingen in 2018 (in aantal vestigingen)



Bron: Deloitte, 2018. Bewerking: Mulier Instituut.

SWOT-analyse

Hierna worden bondig de belangrijkste sterktes, zwaktes en kansen en bedreigingen van en voor de fitnessbranche geschetst. Hiervoor is geput uit literatuur en praktijkervaringen. Bij de interpretatie van de resultaten van die analyse is het belangrijk in het achterhoofd te houden dat deze SWOT-analyse betrekking heeft op de totale fitnessbranche op nationaal niveau. Bepaalde groepen aanbieders en regio's zullen een uitzondering op de regel vormen.

Sterktes

Een belangrijke kracht van de fitnesssector is de innovatie- en verkoopkracht. Daarnaast is het aanbod inmiddels wijdverbreid en is er een breed palet aan fitnessvormen. Ook draagt de branche, voor een belangrijk deel vertegenwoordigd door NL Actief, bij aan doelen van het nationaal sportbeleid (Nationaal Sportakkoord en het Nationaal Preventieakkoord).

Zwaktes

Het aanpakken van de lage retentie is al jarenlang een uitdaging. Daarnaast is het doen van structureel onderzoek onder fitnessdeelnemers geen gemeengoed bij fitnessaanbieders. Daardoor ontbreekt het veelal aan zicht op profielen, ervaringen en behoeften. De marges staan bij veel aanbieders onder druk.

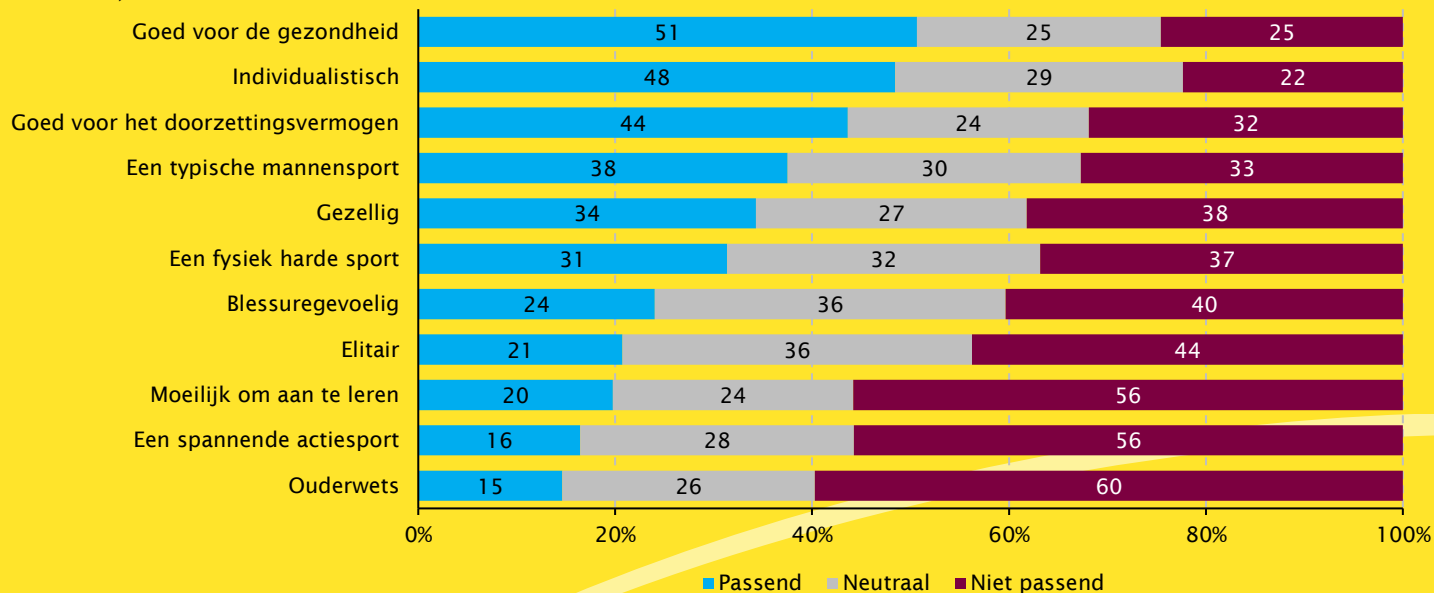
Kansen

Nieuwe technologieën kunnen de fitnesssector nieuwe mogelijkheden bieden. Denk aan *gamification* (spellen spelen) en entertainment (films kijken) tijdens het sporten, wat het plezier voor menigeen zal verhogen. Verder is te verwachten dat het gebruik van *apps* en *beacons* in centra zal toenemen en online fitnesslessen nog vaker zullen worden gevolgd. Kansen liggen er ook voor de uitbouw van fitness in de openbare ruimte, zoals calisthenics. Tot slot zijn gecombineerde leefstijlinterventies vanaf 2019 opgenomen in het basispakket van de zorgverzekering.

Bedreigingen

Het vasthouden van gemotiveerd en deskundig personeel en het bieden van voldoende loopbaanperspectief gaat niet elke fitnessaanbieder even goed af. Fitnessaanbieders geven daarnaast niet zelden aan dat de deelname aan fitness voor een substantiële groep beoefenaren in de kern niet plezierig is, maar dat het leuk gemaakt moet worden. Daarnaast kunnen de (lokale) netwerken waarover fitnessaanbieders beschikken verder worden ontwikkeld. Denk hierbij aan de gemeente, onderwijsinstellingen, bedrijven, sportclubs en (para)medici. Overal staat een gezonde levensstijl op de agenda, maar dat wil niet zeggen dat partijen fitnessaanbieders ook altijd goed in het vizier hebben om daaraan bij te dragen.

Figuur 5. Imago van fitness volgens de Nederlandse bevolking 15-80 jaar die niet aan fitness deed in 2013 (in procenten)



Bron: Nationaal SportOnderzoek (NSO) 2013. Bewerking: Mulier Instituut.

Imago fitness: modern en goed voor gezondheid

Wat is het imago van fitness? Het imago heeft betrekking op een beeld dat er van fitness is (dat hoeft niet te stroken met de feitelijke kenmerken van fitness). Volgens ruim de helft van de Nederlanders van 15-80 jaar die niet aan fitness doet, is fitness bovenal te karakteriseren als een sport die goed is voor de gezondheid (figuur 5). Verder ziet een groot deel van de niet-beoefenaars fitness als een individualistische sport (48%) die goed is voor het doorzettingsvermogen (44%). Fitness wordt niet beschouwd als een spannende actiesport en ook niet als ouderwets.

Conclusie

De afgelopen decennia stond de Nederlandse fitnessbranche in het teken van groei: van het aantal aanbieders, van de variëteit aan fitnessvormen, van de omzet, van aantal deelnemers en van de deelnamefrequentie. Daarmee onderscheidt de fitnessbranche zich van de verenigingssport, waar sprake is van een dalende verenigingsgraad en bonden zich heroriënteren ten aanzien van strategie en (marketing)beleid. Alhoewel met name het middensegment de laatste jaren met uitdagingen kampt, is de Nederlandse fitnesssector in 2018 als geheel *in good shape*.

Mede dankzij de sterke positie die de fitnessbranche in het Nederlandse sportlandschap heeft verworven kan de toekomst zonnig worden ingeschat.

Noten

^a Hover, P. & Pulles, I. (2016). De klant in beeld: de vraag. In J. Middelkamp & P. Wolfhagen, *Fitness markt & trend rapport 2014-2016-2018. De Nederlandse & Belgische fitnessmarkt in beeld* (pp. 81-96). Den Bosch: BlackBoxPublishers.

^b Hover, P., Eldert, P. van & Boer, W.I.J. de (2018). *Opzeggen sportlidmaatschap: motivatie en implicaties voor verband en frequentie sportdeelname* (factsheet 2018/19). Mulier Instituut: Utrecht.

^c Dit betreft fitnessbedrijven en –vestigingen behorende bij SBI-code 9313, gebaseerd op CBS-data. Bedrijven bij de codes sportscholen (93146), gezondheidscentra (86921) en kracht- en vechtsport (93143) zijn niet meegeteld (die bedrijven bieden vaak geen of niet alleen fitness aan, maar bijvoorbeeld (ook) worstelen, boksen of begeleiding bij afvallen).

^d Poel, H. van der, Wezenberg-Hoenderkamp, K., Hoekman, R.H.A., Bakker, S., Davids, A., Hoffmans, W., Lindert, C. van, Lucassen, J.M.H., Rewijk, D., Schadenberg, B. & Scholten, V. (2016). *Sportaccommodaties in Nederland: kaarten en kengetallen*. Mulier Instituut/Arko Sports Media: Utrecht/Nieuwegein.

^e Meer CBS-cijfers over de fitnessbranche zijn [hier](#) en [hier](#) op de CBS-website te vinden.

^f Deloitte (2018). *European Health & Fitness Market Report 2018*. Brussels: EuropeActive.

^g Gronau, N. (2018). Training Europe. *Health Club Management*, April 2018 (No. 256), pp. 82-85.