

“Wij willen leider worden in deze nichemarkt”

Dit jaar negen vestigingen erbij, vanaf 2012 minimaal twaalf per jaar erbij: fitnessformule fit20 heeft de ambitieuze doelstelling om duizenden drukbezette of weinig sportieve Nederlanders aan het bewegen te krijgen. “Het geheim zit in de uitgekende training van slechts twintig minuten per week onder toezicht van een personal trainer, die een persoonlijke band opbouwt met zijn klanten”, aldus medeoprichter Walter Vendel.

DOOR: PRAS WEIJERS



Fit in twintig minuten per week? De franchisenemers van fit20 hebben hun potentiële klanten heel wat uit te leggen. “Ik was in het begin ook heel sceptisch”, zegt Walter Vendel, samen met Willem van Veen en Bram Kroeske oprichter van de formule. “Kun je met twintig minuten per week binnen een paar maanden zorgen dat je lichaam sterker en fitter wordt? Inmiddels heb ik gezien dat het werkt. De

methode is bovendien onderbouwd met een heleboel onderzoeken. Maar het is een heel intensieve training dus je hebt echt iemand nodig die naast je staat. Als je het op jezelf zou doen, krijg je niet de mate van intensiteit die nodig is om een trainingsprikkel te genereren. Een spier werkt op basis van een economisch principe. Hij wordt alleen sterker als daar noodzaak toe is. Dat kun je vergelijken met een auto: een 1.4 motor is zuiniger dan een 2.5 motor. Het

lichaam functioneert zo lang mogelijk als een 1.4, tenzij er een noodzaak is om een 1.8 te worden of een 2.0. Dat creëer je door die spier iets te laten doen wat hij eigenlijk niet kan. Je brengt hem naar de limiet van zijn kunnen, tot aan spierfalen.

Op dat moment krijg je een trainingsprikkel naar de hersenen. Dan komt er een hele keten van processen op gang die ervoor zorgt dat die spier sterker wordt. En als je spieren sterker worden, stijgt je energieniveau.”

Proeftuin

Walter Vendel startte zes jaar geleden met het testen van het speciaal ontwikkelde trainingsprogramma in zijn bedrijf New Vitality in Nunspeet. “Dat was onze proeftuin”, zegt hij. “Personal training was toen nog helemaal niet zo bekend als nu. In Amerika wel, daar komt dit trainingsconcept ook vandaan. We hadden er al vrij snel een zeer loyale klantenbasis mee. We pasten het programma een paar jaar toe om het goed in de vingers te krijgen, met de bedoeling het in franchise uit te geven. In september 2009 opende de eerste franchisevestiging van de formule fit20 in Zwolle haar deuren. En binnen een jaar openden we nog vier vestigingen, in Almere, Amersfoort, Apeldoorn en Deventer. Daar liggen we inmiddels mooi op groeischema, met als doel tussen de tweehonderd en driehonderd leden per vestiging.” fit20 zit nu in de fase van de uitrol en

bieden voor weinig geld apparatuur zonder service. Daar tussenin heb je de ‘mama- en papasportscholen’ die van oudsher bestaan en niet zo financieel krachtig of innovatief zijn. Zij komen in de verdrinking tussen de grote centra en de budgetstudio’s. Wij zitten daar met fit20 helemaal niet tussen. Elf procent van de Nederlanders gaat naar een sportschool en 89 procent dus niet. En op die 89 procent richten wij ons. De doelgroep van fit20 bestaat uit mannen en vrouwen tussen 35 en 60 jaar, die een drukke baan of een eigen bedrijf hebben en geen tijd of zin om te sporten. Toch beginnen ze boven de 35 te merken dat je lichaam niet vanzelf goed blijft. Dan is onze snelle maar intensieve personal training een uitkomst. Wij zijn kleinschalig, werken op afspraak, hebben een high level service en zijn eigenlijk helemaal geen sportschool. Je hoeft je bij ons

Sociale intelligentie

Door personal training creëer je als franchisenemer een persoonlijke band met je klant, zegt Walter. “De persoon die het concept exploiteert, is dus superbelangrijk. Die vormt de kracht van het concept.”

Hoe ziet de relatie van fit20 met de franchisenemers eruit? “Wij hebben een heel simpele franchisefilosofie. We bieden franchisenemers een brede ondersteuning op het gebied van marketing, verkoop, administratie, IT en trainingsinhoudelijke opleiding”, vertelt hij. “We vragen de franchisenemers om een eigen inbreng van twintigduizend euro. De totale investering is zeventigduizend euro inclusief de lening bij de bank.” fit20 is een hard franchiseformule, het imago en de kwaliteit zijn belangrijk

heeft de ambitie om marktleider te worden in de nichemarkt van personal training. Walter: “We willen groeien naar tachtig studio’s met zo’n 16.000 tot 20.000 leden.”

Concurrentie

Want het is echt een nichemarkt, verklaart Walter. “In de fitnessbranche heb je aan de ene kant de grote bekende partijen, zoals Achmea Health Center. Deze bieden complete faciliteiten voor het hele gezin. Aan de andere kant heb je de budgetcentra. Deze

niet eens om te kleden. De training vindt plaats in een gekoelde ruimte van 17° C en na twintig minuten ben je klaar voor de week. Je transpireert nauwelijks en je bent geen avond kwijt met sporten. De mensen die dolgraag twee uur per week of meer willen sporten, vormen onze doelgroep niet en in die zin zijn de traditionele sportcentra niet onze concurrenten. Je zou de individuele zzp’ers die personal training aanbieden, kunnen zien als concurrentie. Maar de kracht van een formule is natuurlijk vele malen groter dan een particulier initiatief.”

voor de herkenbaarheid. De formule is op zoek naar mensen met een behoorlijke dosis sociale en emotionele intelligentie. Walter: “Je moet de limieten van een ander lichaam kunnen aanvoelen en kunnen matchen met je klanten, die vaak hoog opgeleid zijn. Ondernemersvaardigheden zijn ook belangrijk.

Onze groei komt voornamelijk van presentaties op business- en ondernemersnetwerken en daar moet je je als een vis in het water voelen. Verder zoeken we mensen met de spirit om enthousiast deel te willen uitmaken van iets wat groot gaat worden!”