

# Arendse Health Club goes outdoor!



2016

## Marketingplan ten behoeve van de Arendse Outdoor Clubs

|                |                                        |
|----------------|----------------------------------------|
| Auteur:        | Soraya van Hees                        |
| Studentnummer: | 2184403                                |
| Klas:          | 5J                                     |
| Opdrachtgever: | Arendse Health Club                    |
| Begeleiders:   | Martin Aerts, Tim van Lent             |
| Hogeschool:    | Fontys Economische Hogeschool, Tilburg |
| Opleiding:     | Johan Cruyff University                |
| Datum:         | 9 januari 2016                         |

# Arendse Health Club goes outdoor!

## Marketingplan ten behoeve van de Arendse Outdoor Clubs

|                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Opdrachtgever:              | Arendse Health Club           |
| Datum:                      | 9 januari 2016                |
| Plaats:                     | Kerkdriel                     |
| Auteur:                     | Soraya van Hees               |
| Studentnummer:              | 2184403                       |
| Klas:                       | 5J                            |
| Opleiding:                  | Johan Cruyff University       |
| Hogeschool:                 | Fontys Economische Hogeschool |
| Praktijkbegeleiders:        | Martin Aerts, Tim van Lent    |
| Eerste afstudeerbegeleider: | Lars Hagen                    |
| Tweede afstudeerbegeleider: | Edwin Schraevesande           |



# Voorwoord

Voor u ligt de scriptie 'Arendse Health Club goes outdoor!', die is geschreven in het kader van mijn opleiding Johan Cruyff University aan de Fontys Economische Hogeschool in Tilburg. Deze scriptie is geschreven in opdracht van Arendse Health Club, die in april 2015 de Arendse Outdoor Clubs hebben geïntroduceerd. Het resultaat van deze scriptie is een marketingplan ten behoeve van de Arendse Outdoor Clubs bij de vestiging in Kerkdriel. Ik heb onderzoek gedaan naar de Nederlandse en lokale fitnessmarkt, de concurrenten van Arendse Health Club en de wensen en behoeften van huidige en potentiële afnemers. Aan de hand van de uitkomsten van deze onderzoeken heb ik een marketingplan geschreven over hoe Arendse Health Club het ledenaantal van de Arendse Outdoor Clubs kan vergroten. Met dit marketingplan rond ik mijn opleiding aan de Johan Cruyff University af.

De uitvoering van deze scriptie was niet mogelijk geweest zonder de medewerking van een aantal personen. Allereerst wil ik alle medewerkers van Arendse Health Club in Kerkdriel bedanken, met in het bijzonder mijn bedrijfsbegeleiders Martin Aerts en Tim van Lent, voor hun begeleiding en input tijdens mijn afstudeerstage. Daarnaast wil ik graag Lars Hagen en Edwin Schraevesande bedanken voor de begeleiding en feedback op mijn scriptie vanuit de opleiding en de respondenten van het onderzoek naar de huidige en potentiële voor hun deelname en input.

Ik wens u veel kijkplezier.

Soraya van Hees

Kerkdriel, 2015

## Management summary

In april 2015 is Arendse Health Club gestart met de Arendse Outdoor Clubs bestaande uit de Arendse Running Club, Arendse Cycling Club en de Arendse Bootcamp Club. Deze clubs worden ingezet om een bijdrage te (gaan) leveren aan de groei van de vestigingen en in te spelen op de fitnessstrend outdoor fitness. Bij de Arendse Outdoor Clubs kunnen de leden sporten in de buitenlucht, genieten van de natuur en ondertussen ook aan conditie en spierkracht werken. Omdat Arendse Health Club Kerkdriel de enige vestiging is die niet in de regio West-Brabant ligt is onderzocht of het nieuwe outdoor concept aansluit op de markt en afnemers in de regio Kerkdriel. Het doel van het onderzoek was inzicht krijgen in de markt en afnemers van Arendse Health Club Kerkdriel om tot een succesvolle introductie te komen van de Arendse Outdoor Clubs bij de vestiging in Kerkdriel. De probleemstelling luidde als volgt:

### *Hoe kan Arendse Health Club de nieuwe outdoor afdeling bij de vestiging in Kerkdriel binnen 1 jaar laten groeien van 0 naar 75 vaste gebruikers?*

De groei van de Arendse Outdoor Clubs kan gerealiseerd worden door het creëren van een onderscheidend imago en een marketingcommunicatiecampagne gericht op potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. Door in te spelen op trends als de toenemende vraag naar begeleiding en voedingsadvies, de opkomst van draagbare technologieën als hartslagmeter en het aanbieden van meerdere outdoor sporten dan alleen Bootcamp onderscheid Arendse Health Club zich van concurrenten in de regio Kerkdriel. De huidige communicatie rondom de Arendse Outdoor Clubs vindt voornamelijk plaats onder de leden van Arendse Health Club. Door zich te gaan richten op een nieuwe doelgroep wordt er een nieuwe groep afnemers bereikt in de werving van leden voor de Arendse Outdoor Clubs. De nieuwe doelgroep is mannen en vrouwen tussen de 20 en 50 jaar uit de regio Kerkdriel die niet bekend zijn met de Arendse Outdoor Clubs en sporten voor hun fitheid/gezondheid, om hun gewicht te controleren en voor ontspanning en gezelligheid. Populaire sporten onder de doelgroep zijn fitness, hardlopen, wielrennen, tennis en voetbal.

De nieuwe marketingcampagne gaat zich richten op het creëren van naamsbekendheid en het informeren van de doelgroep. Dit wordt onder andere gedaan door het gebruik van reclameposters, informatieboekjes en een promotiefilmpje. Uit de afnemersanalyse is gebleken dat potentiële afnemers graag via deze middelen worden geïnformeerd. De poster moet de consument uitnodigen om meer te weten willen komen over de Arendse Outdoor Clubs en informatie te gaan verzamelen. Het informatieboekje en promotiefilmpje bevatten informatie over het ontstaan van de Arendse Outdoor Clubs, de faciliteiten en voordelen, als bijvoorbeeld professionele begeleiding, samenwerking met voedingscoaches en deelname aan workshops/ evenementen en side-event, die deze faciliteiten met zich meebrengen. Daarnaast worden er open dagen georganiseerd om de doelgroep te informeren en mee te nemen in de beleving die plaatsvindt bij de Arendse Outdoor Clubs. De doelgroep moet de Arendse Outdoor Clubs gaan zien als een optimale manier om onder professionele begeleiding in de buitenlucht te kunnen sporten, genieten van de natuur, te werken aan conditie en spierkracht en te kunnen deelnemen aan workshops, clinics, evenementen en andere side-events. Promotie via (sport)evenementen in de regio Kerkdriel vindt plaats in de vorm van een promotiestand en/of deelname aan het evenement door een Arendse Outdoor Team.

Deze aanbevelingen zijn gebaseerd op bevindingen uit een interne analyse, onderzoek naar de markt, een concurrentenanalyse en afnemersanalyse. Uit het onderzoek naar de afnemers van Arendse Health Club is er een duidelijk profiel van de potentiële afnemers naar voren gekomen. Dit zijn mannen en vrouwen tussen de 20 en 50 jaar uit de regio Kerkdriel die niet bekend zijn met de

Arendse Outdoor Clubs. Zij sporten voor hun fitheid/gezondheid, om hun gewicht te controleren en voor ontspanning en gezelligheid. Populaire sporten zijn fitness, hardlopen, wielrennen, tennis en voetbal. Onder de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs is het nieuwe concept getoetst tijdens een groepsdiscussie. Hieruit is naar voren gekomen dat zij tevreden zijn met het nieuwe concept en dat zij als belangrijkste verbeterpunt het vergroten van het aantal deelnemers zien. De leeftijd, woonplaats en wensen en behoeften van zowel de huidige als potentiële afnemers komen met elkaar overeen. Hieruit kan opgemaakt worden dat er in de regio Kerkdriel zeker potentie is voor de Arendse Outdoor Clubs.

De Nederlandse fitnessmarkt heeft jarenlang een grote groei doorgemaakt maar is nu in de verdringingsfase terechtgekomen. De vraag zal stabiel blijven en de consument is zeer gevoelig voor stuntprijzen van de low budget fitnesscentra. Zij willen alleen extra betalen voor onderscheidende concepten. Daarnaast zijn er op het gebied van outdoor honderden aanbieders actief in Nederland. Verwacht wordt dat in 2016 de populariteit zal afnemen en in de toekomst alleen de beste aanbieders overblijven. Het is voor Arendse Health Club, als premium fitnesscentra, en de Arendse Outdoor Clubs dan ook zeer belangrijk om zich te blijven onderscheiden.

Met de Arendse Outdoor Clubs als onderscheidende factor is Arendse Health Club al goed op weg. Hiermee wordt ingespeeld op trends en ontwikkelingen als outdoor fitness, het steeds bewuster worden van de consument van hun sport- en beweeggedrag en de toenemende vraag naar professionele begeleiding en voedingsadvies. Daarnaast zal Arendse Health Club in moeten gaan springen op nieuwe kansen als bijvoorbeeld de sterke opkomst van draagbare technologie. Dit kan door de leden de optie te bieden om tijdens trainingen te sporten met een hartslagmeter die zij (eventueel tegen gereduceerd tarief) kunnen aanschaffen bij Arendse Health Club. Tijdens een workshop/bijeenkomst kan er dan ingegaan worden op de voordelen die het gebruik van deze trend met zich meebrengt en tijdens de trainingen zal de trainer ook inspelen op het gebruik van de hartslagmeter.

Aan het creëren van een onderscheidend imago en het opzetten van een nieuwe marketingcommunicatiecampagne zijn financiële consequenties verbonden. Wanneer marketing- en personeelskosten worden afgewogen tegen de inkomsten van de lidmaatschappen zal de Arendse Outdoor Clubs in het eerste jaar een verlies van €2.757,86 leiden. Dit komt voornamelijk door de hoge marketingkosten die in het eerste jaar gemaakt worden voor het opzetten van een nieuwe marketingcommunicatiecampagne. In jaar 2 en 3 zullen de totale kosten lager worden wat gaat leiden tot een winst van €8.095,77 en €10.976,14. Deze financiële consequenties voor de Arendse Outdoor Clubs zullen invloed hebben op de financiële situatie van Arendse Health Club Kerkdriel, omdat de Arendse Outdoor Clubs een onderdeel zijn van de faciliteiten van Arendse Health Club Kerkdriel. Op lange termijn zal de Arendse Outdoor Clubs gaan bijdragen aan de groei van Arendse Health Club Kerkdriel.

# Inhoudsopgave

|                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Voorwoord.....</b>                                                        | <b>2</b>  |
| <b>Management summary .....</b>                                              | <b>3</b>  |
| <b>Inhoudsopgave.....</b>                                                    | <b>5</b>  |
| <b>Hoofdstuk 1 Inleiding .....</b>                                           | <b>7</b>  |
| 1.1 Bedrijfsbeschrijving .....                                               | 7         |
| 1.2 Aanleiding onderzoek.....                                                | 7         |
| 1.3 Probleemstelling.....                                                    | 7         |
| 1.4 Onderzoeksdoelstelling .....                                             | 7         |
| 1.5 Onderzoeksvragen, -methoden en modelkeuze .....                          | 8         |
| 1.6 Kwaliteit van het onderzoek.....                                         | 8         |
| 1.7 Afbakening.....                                                          | 9         |
| 1.8 Leeswijzer .....                                                         | 9         |
| <b>Hoofdstuk 2 Arendse Health Club .....</b>                                 | <b>10</b> |
| 2.1 Missie, visie en marktafbakening .....                                   | 10        |
| 2.2 Huidige waarde strategie .....                                           | 11        |
| 2.3 Marketingaudit.....                                                      | 11        |
| 2.4 Organisatie-audit.....                                                   | 14        |
| 2.5 Financiële audit .....                                                   | 16        |
| 2.6 Sterkte en zwakten Arendse Health Club.....                              | 16        |
| <b>Hoofdstuk 3 De markt van Arendse Health Club .....</b>                    | <b>17</b> |
| 3.1 Macro-omgevingsfactoren .....                                            | 17        |
| 3.2 Geaggregeerde marktfactoren .....                                        | 19        |
| 3.3 Bedrijfsstructuurfactoren .....                                          | 21        |
| 3.4 Conclusie onderzoek naar de markt van Arendse Health Club .....          | 24        |
| <b>Hoofdstuk 4 De concurrenten .....</b>                                     | <b>25</b> |
| 4.1 Concurrentieniveaus .....                                                | 25        |
| 4.2 Beschrijving concurrenten Arendse Health Club .....                      | 25        |
| 4.3 Sterke en zwakke punten per concurrent.....                              | 28        |
| 4.4 Conclusie concurrentenanalyse .....                                      | 29        |
| <b>Hoofdstuk 5 Afnemers Arendse Outdoor Clubs .....</b>                      | <b>30</b> |
| 5.1 Onderzoek naar de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs ..... | 30        |
| 5.2 Onderzoek naar de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs.....     | 32        |
| 5.3 Conclusie afnemersanalyse Arendse Outdoor Clubs .....                    | 34        |
| <b>Hoofdstuk 6 Conclusies en aanbevelingen.....</b>                          | <b>36</b> |

|                        |                                                           |           |
|------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Hoofdstuk 7</b>     | <b>Marketingplan Arendse Outdoor Clubs</b>                | <b>39</b> |
| 7.1                    | Marketingbeleid                                           | 39        |
| 7.1.1                  | Marketingdoelstellingen                                   | 39        |
| 7.1.2                  | Marketingstrategie                                        | 39        |
| 7.2                    | Marketingtactiek                                          | 39        |
| 7.2.1                  | Product                                                   | 39        |
| 7.2.2                  | Prijs                                                     | 41        |
| 7.2.3                  | Plaats                                                    | 42        |
| 7.2.4                  | Personeel                                                 | 42        |
| 7.2.5                  | Marketingcommunicatie                                     | 43        |
| <b>Hoofdstuk 8</b>     | <b>Implementatieplan</b>                                  | <b>48</b> |
| <b>Hoofdstuk 9</b>     | <b>Financiële consequenties</b>                           | <b>50</b> |
| <b>Literatuurlijst</b> |                                                           | <b>51</b> |
| <b>Bijlagen</b>        |                                                           | <b>53</b> |
| Bijlage 1              | Afnemersgroepen Arendse Health Club                       | 53        |
| Bijlage 2              | Faciliteitenoverzicht Arendse Health Club                 | 54        |
| Bijlage 3              | Organogram Arendse Health Club                            | 55        |
| Bijlage 4              | Transcript interview Martin Aerts                         | 56        |
| Bijlage 5              | Overzicht abonnementen fitnessaanbieders                  | 58        |
| Bijlage 6              | Beschrijving concurrenten Arendse Outdoor Clubs           | 60        |
| Bijlage 7              | Onderzoeksopzet potentiële afnemers Arendse Outdoor Clubs | 64        |
| Bijlage 8              | Enquête potentiële afnemers                               | 67        |
| Bijlage 9              | Frequentietabellen onderzoek potentiële afnemers          | 72        |
| Bijlage 10             | Onderzoeksopzet huidige afnemers Arendse Outdoor Clubs    | 83        |
| Bijlage 11             | Gesprekshandleiding groepsdiscussie                       | 85        |
| Bijlage 12             | Transcript groepsdiscussie en codering                    | 86        |
| Bijlage 13             | Gebruikerskwaliteit Arendse Outdoor Clubs                 | 95        |
| Bijlage 14             | Fietsroutes Arendse Cycling Club                          | 96        |
| Bijlage 15             | Onderbouwing financiële consequenties                     | 99        |

# Hoofdstuk 1 Inleiding

## 1.1 Bedrijfsbeschrijving

---

Arendse Health Club is een familiebedrijf met 7 vestigingen, waarvan het hoofdkantoor is gevestigd in Oosterhout. Het aanbod van Arendse Health Club bestaat uit fitness, wellness, groepslessen, fysiotherapie, afslanken, personal training, functional training, squash, zwemmen, zwemlessen, spinning, zonnebank, kinderopvang en horeca. Samen vormt dit een all-inclusive concept dat zich richt op persoonlijke benadering door middel van een lifestyleconcept. Arendse Health Club biedt persoonlijke begeleiding door middel van beweeg-, voedings-, leefstijlcoaches en personal trainers. (Arendse Health Club, 2015) De afgelopen jaren zijn alle fitnessstrainers omgeschoold naar leefstijlcoaches. De medewerkers hebben hierdoor niet alleen verstand van bewegen maar ook van leefstijlfactoren als voeding, alcohol en ontspanning. (Arendse Health Club, 2015)

## 1.2 Aanleiding onderzoek

---

Outdoor fitness is een van de trends in de Nederlandse fitnessbranche. Er zijn honderden Bootcampclubs actief en ook de fitnesscentra nemen Bootcamp op in hun aanbod. Door het grote aanbod aan Bootcamp is het voor aanbieders dan ook belangrijk om zich te gaan onderscheiden op het gebied van outdoor fitness. Vanaf april 2015 is Arendse Health Club daarom met een outdoor afdeling gestart, die naast de Arendse Bootcamp Club ook bestaat uit de Arendse Running Club en Arendse Cycling Club. Met deze clubs kunnen de leden in de buitenlucht sporten, genieten van de natuur en ondertussen ook aan hun conditie en spierkracht werken. De Arendse Outdoor Clubs worden daarnaast ingezet om een bijdrage te (gaan) leveren aan de groei van de vestigingen, maar ook voor klantretentie, het vasthouden van klanten. De vestiging in Kerkdriel is de enige vestiging die niet in de regio West-Brabant ligt. Daarom moet onderzocht worden of het nieuwe outdoor concept aansluit op de markt en afnemers in de regio Kerkdriel. Dit is belangrijk zodat de Arendse Outdoor Clubs kunnen groeien tot volwaardige clubs binnen Arendse Health Club Kerkdriel.

## 1.3 Probleemstelling

---

De probleemstelling van het onderzoek is: Hoe kan Arendse Health Club de nieuwe outdoor afdeling bij de vestiging in Kerkdriel binnen 1 jaar laten groeien van 0 naar 75 vaste gebruikers?

Arendse Health Club heeft hierbij gekozen voor een groei van 0 naar 75 vaste gebruikers omdat het hoofdkantoor het voor een nieuw concept als redelijk ervaart dat 10% van de leden regelmatig gebruik gaat maken van de outdoor activiteiten. Dit is gebaseerd op eerdere ervaringen bij het lanceren van een nieuwe faciliteit.

## 1.4 Onderzoeksdoelstelling

---

De doelstelling van het onderzoek is: Inzicht krijgen in de markt en afnemers van Arendse Health Club Kerkdriel om tot een succesvolle introductie te komen van de Arendse Outdoor Clubs bij de vestiging in Kerkdriel per april 2016.

## 1.5 Onderzoeksvragen, -methoden en modelkeuze

|        | Onderzoeksvragen                                                                                                                                                                                   | Onderzoeksmethoden                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Modelkeuze                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Intern | 1. Wat zijn de sterke en zwakke punten van Arendse Health Club en Arendse Health Club Kerkdriel?<br><br><b>Deelvraag:</b><br>- Wat zijn de belangrijkste kenmerken van het nieuwe outdoor concept? | Interview met:<br>o Martin Aerts, <i>marketing manager Arendse Health Club</i><br><br>Inlezen bedrijfsinformatie:<br>o <a href="http://www.arendsehealthclub.nl">www.arendsehealthclub.nl</a><br>o Arendse Health Club – Maak nu de juiste keuze, 2014<br>o Arendse App<br>o Handboek Sales, 2014<br>o Outdoor concept, 2015 | <b>Generieke strategieën</b> (Porter)<br>Dit model geeft inzicht in de concurrentiestrategie en toegevoegde waarde van Arendse Health Club.<br><br><b>4 P's model</b> (McCarthy, Kotler)<br>Aan de hand van de 4 P's wordt de marketingmix van Arendse Health Club in kaart gebracht.<br><br><b>7S model</b> (McKinsey)<br>Dit model zal gebruikt worden om de organisatie Arendse Health Club in kaart te brengen. |
|        | 2. Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de fitnessbranche en wat zijn hierin de verschillen tussen de regio Kerkdriel en West-Brabant?                                                          | Bestaande onderzoeken:<br>o Rapportage Sport, 2014 (SCP)<br>o Kenmerken Nederlandse bevolking, 2014 (RIVM)<br>o Nationaal sportonderzoek, 2012 (Mulier Instituut)<br>o Rabobank Cijfers & Trends: Fitnesscentra, 2015<br>o Branchecijfers Sport, 2015                                                                        | <b>DESTEP-analyse</b><br>Aan de hand van deze analyse worden de macro-omgevingsfactoren in kaart gebracht.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Extern | 3. Hoe ziet de concurrentie intensiteit van de fitnessmarkt in Kerkdriel eruit en wat zijn de verschillen met de regio West-Brabant?                                                               | Bestaande onderzoeken:<br>o Rapportage Sport, 2014 (SCP)<br>o Trendrapport fitnessbranche, 2012 (ASM)<br>o Rabobank Cijfers & Trends: Fitnesscentra, 2015                                                                                                                                                                    | <b>5-Krachtenmodel</b> (Porter)<br>Aan de hand van dit model wordt de aantrekkelijkheid van de fitnessmarkt beoordeeld.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|        | 4. Wat zijn de sterke en zwakke punten van de concurrenten van Arendse Health Club Kerkdriel?                                                                                                      | <b>Eigen waarnemingen</b><br>Observatie van concurrenten bij een bezoek aan het fitnesscentrum.<br><br><b>Concurrenten over zichzelf</b><br>Inlezen website, advertenties, persberichten en een gesprek met de concurrent tijdens een bezoek.                                                                                | <b>4 P's model</b> (McCarthy, Kotler)<br>Aan de hand van de 4 P's worden de sterke en zwakke punten van de concurrenten in kaart gebracht.                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|        | 5. Wat zijn de wensen en behoeften van de afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel?<br><br><b>Deelvraag:</b><br>- Hoe tevreden zijn de huidige leden over het nieuwe outdoor concept?    | Kwantitatief onderzoek:<br>o Enquête onder potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs.<br><br>Kwalitatief onderzoek:<br>- Groepsdiscussie onder huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs.                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

Tabel 1 Onderzoeksvragen, -methoden en modelkeuze

## 1.6 Kwaliteit van het onderzoek

### Kwantitatief onderzoek

Het doel van het kwantitatieve onderzoek is inzicht krijgen in de wensen en behoeften van de potentiële afnemers van Arendse Health Club om tot succesvolle introductie te komen van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. De onderzoekspopulatie is mannen en vrouwen vanaf 16 jaar uit de regio Kerkdriel. De faciliteiten van de Arendse Outdoor Clubs zijn namelijk geschikt voor iedereen vanaf 16 jaar. Er worden mondelinge enquêtes afgenomen via persoonlijke benadering van de

onderzoekspopulatie bij wiel- en hardlooppaccommodaties, sportspecialzaken als Bikecenter van Tuyl en Run2Day en sportaccommodaties als Optisport de Kreek.

De representativiteit van het onderzoek wordt gewaarborgd door de juiste afspiegeling van de onderzoekspopulatie op de variabele geslacht en leeftijd. Dit wordt getoetst met de Chi-kwadraat toets. De validiteit van het onderzoek wordt gewaarborgd door via desk research en kwalitatief onderzoek voldoende kennis te vergaren om een vragenlijst voor de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs op te stellen.

De betrouwbaarheid van het onderzoek wordt gewaarborgd door een steekproef te doen met een betrouwbaarheidsmarge van 95%. De gewenste respons is 350, gebaseerd op het gegeven dat ruim 17,6% van de Nederlandse bevolking lid is van een fitnesscentrum. De selectie van de respondenten vindt plaats op basis van willekeurige benadering bij sportaccommodaties en -specialzaken. Bij deskresearch leidt de betrouwbaarheid van de informatie vanuit brancherapporten en –organisaties niet tot een hoge statistische betrouwbaarheid maar dit is wel voldoende om een globaal en gedetailleerd beeld te krijgen van de fitnessbranche.

#### Kwalitatief onderzoek

In het kwalitatieve onderzoek wordt door middel van een groepsdiscussie het nieuwe outdoor concept getoetst onder de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs. De doelstelling van dit onderzoek is inzicht krijgen in de ervaring van de huidige leden om tot een advies te komen over het functioneren van de Arendse Outdoor Clubs binnen Arendse Health Club. Er wordt getoetst wat de ervaringen van de leden zijn, of elementen ontbreken en of er eventuele verbeterpunten binnen het concept zijn. De groepsdiscussie zal 30 à 45 minuten duren.

De representativiteit van het kwalitatief onderzoek wordt beoordeeld op de variabele geslacht. Momenteel zijn er namelijk meer vrouwen dan mannen aangesloten bij de Arendse Outdoor Clubs dus aan het onderzoek zullen ook meer vrouwen dan mannen deelnemen. Hier wordt bij de selectie van de deelnemers rekening mee gehouden. Op basis van deskresearch, het inlezen van informatie van brancheorganisaties en –rapporten, en het kwantitatief onderzoek onder de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs wordt voldoende kennis vergaard om de juiste vragen te formuleren voor het kwalitatieve onderzoek. Hiermee wordt de betrouwbaarheid van het kwalitatieve onderzoek onder de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs gewaarborgd.

### 1.7 Afbakening

---

Het onderzoek wordt als volgt afgebakend:

- Geografisch: Regio Kerkdriel
- Markt: Fitnessbranche

### 1.8 Leeswijzer

---

In hoofdstuk 2 tot en met hoofdstuk 5 worden de onderzoeksvragen uit paragraaf 1.5 beantwoord. Dit wordt gedaan in een interne analyse en onderzoek naar de markt, concurrenten en afnemers van Arendse Health Club. In hoofdstuk 6 komen de conclusies en aanbevelingen aan bod die leiden tot een marketingplan ten behoeve van de Arendse Outdoor Clubs in hoofdstuk 7. Hoofdstuk 8 en 9 bevatten het implementatieplan en de financiële consequenties voor de Arendse Outdoor Clubs.

## Hoofdstuk 2 Arendse Health Club

In hoofdstuk 2 wordt Arendse Health Club beschreven aan de hand van verschillende factoren die antwoord geven op de onderzoeksvraag: 'Wat zijn de sterke en zwakke punten van Arendse Health Club en van Arendse Health Club Kerkdriel?'.

### 2.1 Missie, visie en marktafbakening

#### 2.1.1 Missie

De missie van Arendse Health Club is: *'Arendse Health Club is een gezellige Health en Fitnessclub en streeft naar de beste prijs/kwaliteit verhouding in de markt. Wij focussen op persoonlijk contact met de leden en motiveren onze leden continu om persoonlijke doelstellingen te behalen.'* (Aerts, 2015)

De missie van Arendse Health Club is tijdloos en beschrijft wie zij zijn, wat zij doen en wat zij willen bereiken. Dit zijn belangrijke onderdelen die terug moeten komen in een missie. Uit observaties is gebleken dat er binnen Arendse Health Club inderdaad veel persoonlijk contact is met de aanwezige leden. Er wordt een praatje gemaakt om te kijken hoe het persoonlijk met hen gaat en hoe het gaat met de trainingen en doelstellingen die ze hebben.

#### 2.1.2 Visie

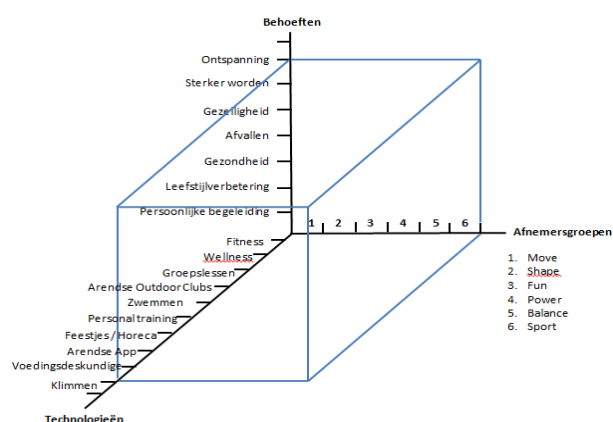
De visie van Arendse Health Club is: *'In de veranderende individualistische dienstenmaatschappij wordt de gezondheid, de 1e indruk en dus het uiterlijk steeds belangrijker voor mensen. Daarnaast zijn mensen op zoek naar een sociale ontmoetingsplaats. Mensen zullen veel ondersteuning nodig hebben om hun persoonlijke doelen te behalen en om het fitnesscentra als sociale ontmoetingsplaats te gaan zien.'* (Aerts, 2015)

De visie van Arendse Health Club gaat over ontwikkelingen in de dienstenmaatschappij en is daardoor te weinig specifiek voor Arendse Health Club als organisatie. Deze mist een concreet en helder doel en een beschrijving van hoe Arendse Health Club dit doel wil gaan bereiken.

#### 2.1.3 Marktafbakening

De marktafbakening van Arendse Health Club wordt beschreven aan de hand van het Abell-model van Derek F. Abell. Dit model beschrijft welke technologieën Arendse Health Club gebruikt en hoe zij daarmee inspelen op de afnemersgroepen en afnemersbehoeften binnen de markt.

In Figuur 1 Abell-model Arendse Health Club is te zien met welke huidige technologieën Arendse Health Club inspeelt op de behoeften van haar afnemersgroepen. De technologieën komen overeen met het huidige aanbod aan faciliteiten van Arendse Health Club. (Arendse Health Club, 2015) Voor elke afnemersgroep en -behoeften zijn binnen Arendse Health Club passende faciliteiten beschikbaar. De afnemersgroepen en -behoeften zijn tot stand gekomen doordat elk nieuw lid bij Arendse Health Club een vragenlijst invult die inzicht geeft in hun motivatie, achtergrond en behoeften. (Arendse Health Club, 2015)



Figuur 1 Abell-model Arendse Health Clubs

De afnemersgroepen zijn gerangschikt op de grootte van de groep. Een uitgebreide beschrijving van de verschillende afnemersgroepen en hoe Arendse Health Club hun afnemersbehoeften invult is te

zien in Bijlage 1 Afnemersgroepen Arendse Health Club. De afnemersbehoeften komen overeen met de behoeften van potentiële afnemers, te vinden in Hoofdstuk 5 Afnemers Arendse Outdoor Clubs.

## 2.2 Huidige waarde strategie

---

Door het gebruik van het model Generieke strategieën van Porter kan de huidige waarde strategie van Arendse Health Club worden bepaald. De faciliteiten van Arendse Health Club kunnen ten opzichte van concurrenten worden beschouwd als een uniek product. Arendse Health Club biedt haar leden namelijk meer dan alleen fitness, want door de inzet van beweegcoaches, voedingscoaches, leefstijlcoaches en personal trainers bieden zij hun leden persoonlijke begeleiding die helpen bij een structurele leefstijlverbetering. Omdat het aanbod van Arendse Health Club geschikt is voor 6 verschillende afnemersgroepen, beschreven in Bijlage 1 Afnemersgroepen Arendse Health Club, is er sprake van een brede benadering van de markt. Deze combinatie met een uniek product maakt dat Arendse Health Club een toegevoegde waarde creëert via de differentiatiestrategie.

## 2.3 Marketingaudit

---

In deze paragraaf wordt de doelgroep, positionering en marketingmix van Arendse Health Club beschreven en komen de belangrijkste kenmerken van de Arendse Outdoor Clubs aan bod.

### 2.3.1 Doelgroep

De doelgroep van Arendse Health Club bestaat uit zowel beginnende als gevorderde sporters met een leeftijd van 6 tot 60 jaar en ouder. De doelgroep is onder te verdelen in 6 subdoelgroepen, namelijk Move, Shape, Fun, Power, Balance en Sport. De doelgroep van de Arendse Outdoor Clubs zijn zowel de beginnende als gevorderde sporter met een leeftijd van 16 tot 60 jaar.

### 2.3.2 Positionering

Arendse Health Club heeft een all-inclusive concept met persoonlijke begeleiding aan de hand van beweegcoaches, voedingscoaches, leefstijlcoaches en personal trainers en positioneert zichzelf daarom als meer dan een fitnesscentrum. Om een optimale leefstijlbegeleiding te kunnen garanderen zijn alle fitnessstrainers omgeschoold tot leefstijlcoaches. De leden worden naast bewegen ook begeleidt op het gebied van roken, alcohol, voeding en ontspanning zorgt Arendse Health Club voor een structurele leefstijlverbetering en –beleving. (Arendse Health Club, 2015)

### 2.3.3 Marketingmix

De marketingmix van Arendse Health Club wordt beschreven aan de hand van de onderdelen product, prijs, distributie en marketingcommunicatie.

#### Product Arendse Health Club

##### Core product

Arendse Health Club biedt een all-inclusive concept met het oog op de persoonlijke benadering van haar leden via een leefstijlconcept, om gezamenlijk tot een structurele leefstijlverbetering te komen. (Arendse Health Club, 2015)

##### Actual product

Arendse Health Club heeft een breed aanbod op het gebied van fitness en wellness. Zo bieden zij op het gebied van fitness o.a. cardio en krachtraining, personal training, functionele training en voedingsdeskundige. Daarnaast is er een groot aanbod aan groepslessen, de Arendse Outdoor Clubs, zwemmen en zijn er verschillende wellness en horeca faciliteiten. Een uitgebreid overzicht van het aanbod van Arendse Health Club Kerkdriel is te zien in Bijlage 2 Faciliteitenoverzicht Arendse Health

Club. (Arendse Health Club, 2015) Tevens is in deze bijlage een overzicht van de faciliteiten per vestiging te zien omdat deze per vestiging kunnen verschillen. Zo heeft Arendse Health Club Kerkdriel niet alle groepslessen, een stoombad en een eigen zwembad, maar omdat deze vestiging op de bovenverdieping van Optisport de Kreek is gevestigd kunnen de leden gebruik maken van het zwembad van dit sportcentrum.

#### Augmented product

Arendse Health Club heeft voor haar leden de Arendse App ontwikkeld. Hiermee kunnen zij hun trainingen en prestaties inzien, abonnement, openingstijden en werknemers raadplegen en foto's en video's bekijken. Daarnaast kunnen de leden op de app een interactief lesrooster, het laatste nieuws en tips en ideeën vinden. (Arendse Health Club, 2015) Naast de Arendse App kunnen de leden ook gebruik maken van de MyWellness App. Hierop kunnen zij trainingsschema's, lichaamsmetingen en trainingsresultaten terugvinden. Daarnaast kan de app gekoppeld worden aan andere apps als bijvoorbeeld Runkeeper en de Arendse App. Doormiddel van de MyWellness App kan een volledig beeld worden geschetst van het beweegpatroon van de leden. (Arendse Health Club, 2015)

Arendse Health Club maakt gebruik van het begeleidingssysteem Yorlifestyle. Via dit systeem probeert Arendse health Club het beste bij hun leden naar boven te halen, zodat zij blijven sporten, resultaten halen en plezier hebben. Allereerst wordt er van elk lid een profielschets gemaakt. Door het invullen van een vragenlijst krijgt Arendse Health Club inzicht in de motivatie van haar leden. De uitslag van deze vragenlijst geeft een nauwkeurig beeld van de motivatie van de leden en deelt de leden in 6 verschillende groepen in. (Arendse Health Club , 2015)

#### Product Arendse Outdoor Clubs

##### Core

Bij de Arendse Outdoor Clubs kunnen leden onder professionele begeleiding sporten in de buitenlucht, genieten van de natuur en tegelijkertijd werken aan conditie en spierkracht.

##### Actual

Het aanbod van de Arendse Outdoor Clubs bestaat uit de Arendse Running Club, Arendse Cycling Club en de Arendse Bootcamp Club. De Arendse Running Club verzorgt gevarieerde en krachtige trainingen geschikt voor zowel beginnende als gevorderde hardlopers. De trainingen bestaan uit hardloop- en core trainingen die een uur duren. De trainingen in Kerkdriel vinden plaats op zaterdag en zondag. De vestigingen in West-Brabant organiseren samen de hardlooptrainingen op dinsdag en zaterdag. (Arendse Health Club, 2015)

Bij de Arendse Cycling Club staat plezier en progressie centraal. De trainingen zijn geschikt voor zowel de beginnende als gevorderde fietser en bestaan uit race en MTB trainingen. Afhankelijk van het animo vinden er elke week 1 à 2 trainingen plaats. De race trainingen bestaan uit tochten van 50 à 60 kilometer. In de wintermaanden ligt de nadruk op MTB en indoor trainingen als spinning en kracht. In Kerkdriel vinden er momenteel nog geen cycling trainingen plaats omdat er nog geen geschikte trainer is gevonden. Voor de vestigingen in West-Brabant start er op maandagavond een gezamenlijke training vanuit Oosterhout. (Arendse Health Club, 2015)

De Arendse Bootcamp Club biedt een full body workout, afkomstig uit het Amerikaanse leger. Tijdens deze Bootcamp trainingen komen spierversterkende en conditieopbouwende oefeningen aan bod die geschikt zijn voor elk sport-/fitnessniveau. Iedereen kan op zijn eigen tempo en intensiteit de oefeningen uitvoeren. De trainingen vinden elke week plaats op woensdag en zaterdag en duren ongeveer een uur. (Arendse Health Club, 2015) Tilburg heeft als enige vestiging 2 trainingen per week en de overige vestigingen elk 1 training per week. In de zomerperiode heeft elke vestiging 2

trainingen per week. (Arendse Health Club, 2015) Deelname aan de Arendse Running, Cycling en Bootcamp Club is voor iedereen toegankelijk en kosteloos binnen een (outdoor) abonnement bij Arendse Health Club.

### Augmented

Bij de Arendse Outdoor Clubs wordt er nauw samengewerkt met de voedingscoaches, fitnesscoaches en fysiotherapeuten zodat de leden altijd veilig en goed kunnen trainen. Naast de wekelijkse trainingen worden regelmatig evenementen, clinics, workshops en lezingen georganiseerd.

### Prijs

Arendse Health Club heeft een breed aanbod aan abonnementen. Onbeperkt sporten bij Arendse Health Club Kerkdriel bedraagt €29,95 per 4 weken en het Arendse Outdoor abonnement kost €19,95 per 4 weken. (Arendse Health Club, 2015) Een overzicht van de verschillende abonnementen is te zien in Bijlage 5 Overzicht abonnementen fitnessaanbieders. De abonnementsprijzen bij de vestiging Kerkdriel zijn lager dan bij de andere vestigingen (€39,95 per 4 weken). Dit komt omdat Kerkdriel, uitgaande van het ledenaantal, een relatief kleine vestiging van Arendse Health Club is. Het aanbod in Kerkdriel verschilt weinig van het aanbod in andere vestigingen waardoor deze lagere prijs als 'oneerlijk' kan worden ervaren. Echter leidt een lagere vraag meestal ook tot een lagere prijs.

Arendse Health Club heeft specifiek gekozen voor een prijs in het middensegment. Hiermee zijn ze bewust duurder dan de basic fitnessclubs, vanwege hogere personele inzet, maar zitten zij niet in het luxe segment. Arendse Health Club vindt namelijk dat een gezonde leefstijl voor iedereen betaalbaar moet zijn. Er is dus sprake van een prijsbepaling op basis van de markt/concurrenten. (Aerts, 2015) Als er wordt gekeken naar de positionering dan sluit de prijsstelling hierop aan. Omdat Arendse Health Club naast fitness ook wellnessfaciliteiten aanbiedt is het meer dan alleen een fitnesscentrum. Hun prijs is dus hoger als dat van de lowbudget fitnesscentra maar omdat een gezonde leefstijl voor iedereen betaalbaar moet zijn zit de prijs onder de luxe fitness/health centra.

### Distributie

Arendse Health Club maakt gebruik van directe distributie. De leden kunnen rechtstreeks bij één van de 7 vestiging van Arendse Health Club terecht. Het hoofdkantoor van Arendse Health Club is gevestigd bij de vestiging in Oosterhout. De vestiging Kerkdriel is de enige vestiging die niet in de regio West-Brabant ligt. De andere vestigingen bevinden zich in Oosterhout, Breda, Tilburg, Dongen Raamsdonkveer en Lage Zwaluwe. (Arendse Health Club, 2015) De vestiging van Arendse Health Club Kerkdriel is gevestigd op de bovenverdieping van Optisport De Kreek. Arendse Health Club heeft voor deze locatie gekozen omdat de betrekking van de ruimte in een nieuw te bouwen multifunctioneel centrum een niet te missen kans was. Op korte termijn heeft Arendse Health Clubs geen plannen voor uitbreiding. Zij willen zich vooral gaan richten op nieuwe doelgroepen en richten zich daarmee op marktpenetratie en –ontwikkeling.

### Marketingcommunicatie

#### Doelgroep, doelstellingen en strategie

Arendse Health Club heeft geen specifieke marketingcommunicatiedoelgroep, -doelstellingen en –strategie. Zij wil iedereen, en het liefst zo veel mogelijk mensen bereiken, voornamelijk door het gebruik van online instrumenten.

### Propositie

De propositie die Arendse Health Club overbrengt door middel van marketingcommunicatie, is: 'Arendse Health Club, zoveel meer dan een fitnesscentrum...'.

### Creatief concept

Hieronder is een voorbeeld te zien van het creatief concept van Arendse Health Club. Het persoonlijke contact tussen trainers en leden komt naar voren, maar de slogan heeft een klein lettertype waardoor deze niet direct opvalt binnen de afbeelding.



Figuur 2 Voorbeeld creatief concept Arendse Health Club

### Marketingcommunicatie-instrumenten

In Tabel 2 Overzicht marketingcommunicatie-instrumenten is hiërarchisch te zien welke instrumenten en -middelen Arendse Health Club gebruikt om de consument te bereiken.

| MC-instrument        | MC-middelen                                                  |
|----------------------|--------------------------------------------------------------|
| Online marketing     | Social media, website en Arendse App                         |
| Winkelcommunicatie   | Displays, banners, flyers en posters                         |
| Sales promoties      | Acties als een gratis dagpas of gratis sporten tot 1 januari |
| Reclame              | Flyers, nieuwsberichten, posters en reclameborden            |
| Evenementen          | Trainers, folders/flyers, posters, audiovisuele media        |
| Direct marketing     | Telefoon, internet, e-mail en nieuwsbrief                    |
| Persoonlijke verkoop | Werknemers, brochures, folders/flyers                        |
| Public relations     | Brochures, persoonlijke benadering, nieuwsbrief              |

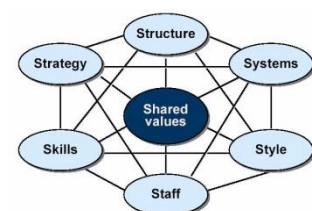
Tabel 2 Overzicht marketingcommunicatie-instrumenten

## 2.4 Organisatie-audit

In de organisatie-audit wordt Arendse Health Club beschreven aan de hand van het 7S-model van McKinsey. Dit model geeft inzicht in het functioneren van de organisatie en meet de kwaliteit van de prestaties die een onderneming levert.

### 2.4.1 Shared values

Bij Arendse Health Club staat persoonlijk contact met de leden en het motiveren van de leden centraal. (Aerts, 2015)



Figuur 3 7S-model McKinsey

### 2.4.2 Strategy

Arendse Health Club kiest voor resultaat en streeft er naar om de grootste aanbieder in de regio te worden van een totaalaanbod aan sportvormen met enkel rendabele afdelingen. (Aerts, 2015) Het nieuwe outdoor concept past goed binnen deze strategie omdat Arendse Health Club hiermee hun totaalaanbod aan sportvormen uitbreidt met de outdoor sporten hardlopen, wielrennen en bootcamp en daardoor hun strategie nastreeft.

### 2.4.3 Structure

Het organogram van Arendse Health Club (Bijlage 3 Organogram Arendse Health Club) laat de hiërarchie binnen de organisatie zien. (Aerts, 2015) Vanuit het hoofdkantoor worden de verschillende afdeling geleid door de regiomanager, fitnessmanager, zwembadmanager en

salesmanager. De trainers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel leggen verantwoording af aan die vestigingsmanager, die op zijn beurt weer verantwoording af moet leggen aan de regiomanager. De coördinatoren van de verschillende afdelingen bij de vestigingen moeten zowel aan de vestigingsmanager als aan de manager bij het hoofdkantoor verantwoording afleggen.

De vestigingen in de regio West-Brabant organiseren gezamenlijk de Arendse Running en Arendse Cycling trainingen en evenementen. Dit wordt geleid vanuit het hoofdkantoor/de vestiging in Oosterhout. Omdat de vestiging Kerkdriel niet in deze regio ligt hebben zij een aparte Arendse Running en Cycling Club. Daarnaast heeft iedere vestiging een eigen Bootcamp club. De invulling van bijvoorbeeld evenementen en communicatie-uitingen worden vanuit het hoofdkantoor opgezet. Hierbij is momenteel weinig inbreng vanuit de vestiging Kerkdriel. Omdat de medewerkers hier goed op de hoogte zijn van de wensen en behoeften van hun leden kunnen zij eigen plannen en ideeën voordragen aan het hoofdkantoor zodat er meer inbreng vanuit de vestiging zelf gaat komen.

#### 2.4.4 System

Een van de systemen waarvan Arendse Health Club gebruik maakt is Gym Manager. Hiermee kunnen werknemers maandelijks hun persoonlijke doelen op het gebied van sales invullen, de agenda raadplegen, afspraken inplannen, de dagafsluiting regelen en een actielijst raadplegen met een prospectoverzicht. (Arendse Health Club, 2015) Een ander systeem dat wordt gebruikt is Acces Control. Alle leden hebben een sleutel waarmee zij bij binnenkomst kunnen inloggen. Hiermee is precies duidelijk welke leden aanwezig zijn in de club. Daarnaast wordt gebruik gemaakt van de begeleidingssystemen Yorlifestyle (beschreven in paragraaf 2.3.3 Marketingmix) en MyWellness. Via MyWellness worden trainingsschema's, lichaamsmetingen en resultaten per lid geregistreerd. Door middel van de My Wellness App kunnen de leden deze schema's en resultaten raadplegen.

#### 2.4.5 Style

Binnen Arendse Health Club kunnen werknemers direct terecht bij hun vestigingsmanager voor inbreng of vragen. De vestigingsmanager moet op zijn beurt weer verantwoording afleggen bij de regiomanager op het hoofdkantoor. Daarnaast is er bij het hoofdkantoor een manager voor elke afdeling binnen Arendse Health Club en verloopt de marketing via het hoofdkantoor.

#### 2.4.6 Staff

Arendse Health Club heeft ca. 125 enthousiaste werknemer in dienst verspreid over de 7 vestigingen. Alle werknemers hebben een opleiding afgerond op het gebied van sport en/of fitness, variërend van MBO tot WO. Enkele voorbeelden van afgeronde opleidingen zijn CIOS, Fitness trainer/Personal trainer en leefstijlcoach, fysiotherapie, voeding en diëtiëk. De Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel worden geleid door de vestigingsmanager en de trainers van de verschillende outdoor clubs. (Arendse Health Club, 2015)

#### 2.4.7 Skills

Arendse Health Club heeft beweegcoaches, voedingscoaches, leefstijlcoaches en personal trainers in dienst die gezamenlijk de leden begeleiden op het gebied van structurele leefstijlverbetering. Naast het aspect bewegen worden de leden dan ook begeleid op het gebied van leefstijlfactoren als voeding en ontspanning. Voor de Arendse Outdoor Clubs zijn er fitness-, hardloop- en cycling trainers aangesteld met veel ervaring in de betreffende tak van sport, waardoor trainingen onder professionele begeleiding plaatsvinden. (Arendse Health Club, 2015)

## 2.5 Financiële audit

De jaaromzet van Arendse Health Club Kerkdriel bedraagt ruim €350.000 met een bijbehorend marketingbudget van €15.000. Een gedetailleerde financiële analyse is helaas niet mogelijk omdat Arendse Health Club geen financiële gegevens beschikbaar stelt voor dit soort onderzoeken. Er kan daarom niks gezegd worden over bijvoorbeeld winst en marges. (Aerts, 2015)

## 2.6 Sterkte en zwakten Arendse Health Club

Als laatste onderdeel van de interne analyse wordt er aan de hand van de voorgaande paragrafen een overzicht gemaakt van de sterke en zwakke punten van Arendse Health Club en van de vestiging Kerkdriel. Dit is te zien in Tabel 3 Sterke en zwakke punten Arendse Health Club.

|       |                                                                                                                                          | Arendse Health Club | Arendse Health Club Kerkdriel | Arendse Outdoor Clubs |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Sterk | Breed aanbod aan fitness/wellness faciliteiten geschikt voor 6 verschillende afnemersgroepen.                                            | x                   | x                             |                       |
|       | Gevarieerd aanbod aan outdoor faciliteiten                                                                                               |                     |                               | x                     |
|       | Onderscheidend vermogen t.o.v. de concurrent door zich te richten op structurele leefstijlverbetering.                                   | x                   | x                             |                       |
|       | Gebruik van Arendse App, YorLifestyle en MyWellness zorgt voor optimaal informeren van de Arendse leden.                                 | x                   | x                             |                       |
|       | Met Arendse Outdoor Clubs onderscheidt Arendse Health Club zich van andere fitnessclubs door het aanbieden van meerdere outdoor sporten. | x                   | x                             | x                     |
|       | Samenwerking zwembad met Optisport de Kreek                                                                                              |                     | x                             |                       |
|       | Enthousiaste en gediplomeerde medewerkers                                                                                                | x                   | x                             | x                     |
|       | Voordelig abonnement voor onbeperkt sporten in vergelijking met regionale concurrenten.                                                  |                     | x                             |                       |
| Zwak  | Vestigingen zijn "afhankelijk" van het hoofdkantoor wat beslissingsprocessen kan vertragen.                                              | x                   | x                             |                       |
|       | Weinig inbreng vanuit personeel bij bijvoorbeeld marketingcommunicatie.                                                                  | x                   | x                             | x                     |

Tabel 3 Sterke en zwakke punten Arendse Health Club

### Analyse sterkte en zwakten

Voor Arendse Health Club is de Arendse Outdoor Clubs een onderscheidende factor omdat zij naast Bootcamp nog twee andere outdoor sporten aanbieden, namelijk hardlopen en wielrennen. Dit is een sterkte omdat concurrenten in de omgeving op het gebied van outdoor alleen Bootcamp aanbieden. Daarnaast richten de trainingen en evenementen zich op structurele leefstijlverbetering van de leden op het gebied van leefstijlfactoren als bewegen en voeding. Tijdens de trainingen en evenementen worden de leden getraind, geïnformeerd en gemotiveerd door enthousiaste en gediplomeerde trainers/begeleiders. Deze factoren vormen een sterkte bij het succesvol introduceren van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel.

De vestigingen van Arendse Health Club worden aangestuurd vanuit het hoofdkantoor. Dit is op zich niet verkeerd, echter is er hierdoor maar weinig inbreng vanuit de vestiging Kerkdriel met betrekking tot de invullingen en communicatie van Arendse Outdoor Clubs en bijbehorende evenementen. Dit vormt een zwakte bij het succesvol introduceren van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel.

## Hoofdstuk 3 De markt van Arendse Health Club

Dit hoofdstuk bevat een bedrijfstakanalyse waarin onderzoek wordt gedaan naar de markt en van Arendse Health Club en de Arendse Outdoor Clubs. Dit onderzoek geeft antwoord op de onderzoeksvraag: 'Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de fitnessbranche en wat zijn hierin de verschillen tussen de regio Kerkdriel en West-Brabant?'.

### 3.1 Macro-omgevingsfactoren

Macro-omgevingsfactoren zijn factoren waar Arendse Health Club geen invloed op kan uitoefenen maar die wel belangrijk zijn omdat deze kansen en bedreigingen voor de onderneming vormen.

#### Demografische factoren

In Nederland is al enkele jaren sprake van vergrijzing. De Nederlandse bevolking wordt ouder en dit heeft invloed op de sportdeelname in Nederland. Ouderen doen namelijk minder vaak aan sport. De afgelopen 30 jaar is de gemiddelde leeftijd van de Nederlandse bevolking met 6 jaar gestegen naar 40 jaar oud. Verwacht wordt dat het aandeel 65-plussers in 2040 ruim 27% bedraagt. (Tiessen-Raaphorst, 2015)

Het opleidingsniveau van de Nederlandse bevolking stijgt. In 2013 had 29% van de Nederlandse bevolking tussen de 19 en 65 jaar een hbo- of wo-diploma. Dit is een stijging van 8% ten opzichte van 2000. Het aantal lager opgeleiden is in dezelfde periode met 10% gedaald naar 28%. Hoger opgeleiden nemen vaker deel aan sport dan lager opgeleiden. Populaire sporten onder hoog opgeleiden zijn tennis, golf, fitness, hardlopen en yoga. (Tiessen-Raaphorst, 2015)

Naast bovengenoemde factoren is er sprake van verdikking van de samenleving. Het aandeel van de Nederlandse bevolking van 19 jaar en ouder met overgewicht bedraagt 48,3%. Dit is een stijging van 4,3% ten opzichte van 2000. De voornaamste reden van overgewicht is dat er te weinig wordt bewogen wat op zijn beurt weer invloed heeft op de Nederlandse sportdeelname. (Mulder, 2013)

In onderstaande tabel wordt het landelijke gemiddelde van de verschillende factoren vergeleken met de regio Kerkdriel (Mulder, Ouderen per gemeente 2013, 2013) en West-Brabant. (Compendium voor de Leefomgeving, 2014)

| 2013                  | Nederland | Regio West-Brabant | Regio Kerkdriel |
|-----------------------|-----------|--------------------|-----------------|
| Aandeel 65+           | 17%       | 16%                | 15,6%           |
| Aandeel hoog opgeleid | 29%       | 21% – 35%          | < 25%           |
| Aandeel overgewicht   | 48,3%     | 50,1%              | 49,2%           |

Tabel 4 Overzicht demografische factoren

#### Economische factoren

Inwoners in welvarende landen sporten vaker dan inwoners uit minder welvarende landen. In Nederland is er een duidelijk effect van het inkomen van de bevolking op de sportdeelname. Mensen met hoge inkomens doen vaker aan sport dan mensen met een lager inkomen. Dit komt doordat sportattributen, trainingen en accommodaties geld kosten. Het aandeel van sport in de consumptieve bestedingen van de Nederlander bedroeg in 2010 ongeveer 2,8%. In totaal gaven huishoudens ongeveer 7 miljard euro uit aan sport. Ruim 36% van deze uitgaven bestond uit sport- en fitnessdiensten, gevolgd door 15% aan horeca-uitgaven in de sport en 11% aan sportkleding, -schoenen en textielwaren. Sinds 2008 staan de uitgaven van de Nederlandse bevolking aan sport echter onder druk. Ongeveer 7% van de Nederlandse bevolking geeft aan te gaan bezuinigen op sportuitgaven. Dit komt mede door een lichte daling van het bruto-binnenlandsproduct, de consumptie van huishoudens en de koopkracht van de Nederlandse bevolking. In Tabel 5 Overzicht

besteedbaar inkomen is een overzicht te zien van het landelijk gemiddeld besteedbaar inkomen en die van de regio Kerkdriel en West-Brabant. Hierin is te zien dat de inwoners van de regio Kerkdriel gemiddeld minder te besteden hebben, wat op zijn beurt weer invloed heeft op de sportbestedingen in deze regio. (Mulder, 2013)

| 2011                            | Nederland | Regio Kerkdriel | Regio West-Brabant |
|---------------------------------|-----------|-----------------|--------------------|
| <b>Gem. besteedbaar inkomen</b> | €14.900   | €14.700         | €15.000            |

Tabel 5 Overzicht besteedbaar inkomen

#### Sociaal-culturele factoren

In Nederland wordt via (sociale) media veel sport gekeken, geluisterd, gelezen en over sport gepraat. De Nederlandse bevolking besteedde in 2011 ruim 21 uur per week aan mediagebruik. De computer en het internet hebben de afgelopen decennia gewonnen aan populariteit terwijl het gebruik van de gedrukte media is afgenomen tot minder dan 3 uur per week. Een verschuiving van het gebruik van media is vooral zichtbaar onder jongeren. Zij besteden een groot deel van de tijd aan internet en de computer. Jongeren die meer tijd aan internet besteden nemen niet minder deel aan sport maar besteden hier wel minder tijd aan. De groep 65-plusser besteedt nog steeds veel tijd aan de gedrukte media. Omdat sport steeds belangrijker wordt in de Nederlandse samenleving is er een toenemende aandacht voor sport, wellness en bewegen in de media. Op televisie, internet maar ook in de gedrukte media, wordt meer tijd besteed aan sport en zijn er meer beweeg- en afvalprogramma's en -artikelen te zien. (Tiessen-Raaphorst, 2015)

Sport wordt voor de Nederlanders steeds belangrijker omdat het bijdraagt aan de gezondheid, welzijn en integratie. Nederlanders vinden gezondheid een van de belangrijkste dingen in het leven. Zij maken zich zorgen over de hoge kosten van de gezondheidszorg en een deel van deze kosten kunnen worden vermeden door een andere leefstijl aan te nemen. De vraag naar sportbegeleiding, beweging- en voedingsadvies zal hierdoor toenemen. Door de populariteit van bijvoorbeeld vitaminepillen en beweeg- en hartslagmeters laat de Nederlandse bevolking zien zelf ook aandacht te hebben voor het verbeteren van hun gezondheid. Zij worden zich bewuster van hun eigen sport- en beweeggedrag en het belang van sporten en bewegen. (Tiessen-Raaphorst, 2015)

#### Technologische factoren

Via telefoon, tablets en sociale media kan de Nederlandse bevolking op elke moment van de dag op de hoogte blijven van bijvoorbeeld uitslagen van sportwedstrijden. Er zijn applicaties die zich richten op sport en die de Nederlandse bevolking helpen om zelf te sporten. De technologische innovaties die de laatste jaren hebben plaatsgevonden maken het mogelijk om sport- en beweeggedrag en voortgang te registreren en te delen via social media. Naast de apps voor de mobiele telefoons en tablets is er een sterke opkomst van andere technologieën als de beweeg- en hartslagmeters. Deze geven de Nederlandse bevolking inzicht in hun sport- en beweeggedrag. (Tiessen-Raaphorst, 2015)

Social media heeft een belangrijke plaats ingenomen in de Nederlandse samenleving en sport is hier een van de meest besproken onderwerpen. Intensieve sporters maken veel vaker gebruik van social media als niet- of onregelmatige sporters. Social media wordt veel gebruikt om met elkaar af te spreken om te sporten, sportuitslagen te raadplegen, foto's en video's te bekijken en te praten over sport. Social media kan een stimulerende werking hebben op de sportdeelname van de Nederlandse bevolking, maar tijdsintensief gebruik kan de sportdeelname belemmeren. (E. Wisse, 2013)

#### Ecologische factoren

In de zomer is de sportdeelname in Nederland met 40% duidelijk lager dan in andere seizoenen. De meeste mensen doen in de lente aan sport. In dit seizoen is de sportdeelname 51%, gevolgd door de herfst met een sportdeelname van 45% en de winter met een sportdeelname van 47%. Mannen

sporter vooral in de lente (56%) terwijl de meeste vrouwen (50%) in de winter sporter. (Tiessen-Raaphorst, 2015)

De belangstelling voor maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) blijft toenemen. Dit komt ook voor in de sportbranche, maar dit vindt in de fitnessbranche nog maar op kleine schaal plaats in de vorm van bijvoorbeeld spinningmarathons en inzamelingsacties. Fitnessondernemers hebben naast winstgevendheid, maatschappelijk verantwoorde doelen als het verbeteren van de gezondheid van hun leden. (J. Straatmeijer, 2013)

#### Politiek-juridische factoren

Omdat sportbeoefening bijdraagt aan een gezonde en actieve leefstijl en zorgt voor binding in de samenleving hebben de overheid, het NOC\*NSF en de Nederlandse sportbonden de ambitie om meer mensen aan het sporten te krijgen. De landelijke overheid heeft de afgelopen jaren veel geld geïnvesteerd in interventies voor sportbeoefening (1,2 miljard euro in 2012). Sport wordt door de overheid namelijk gezien als een middel om Nederlanders gezonder te krijgen en mee te laten doen in de samenleving. Een samenwerking met sectoren als het onderwijs, bedrijfsleven of de zorg en de inzet van combinatiefunctionarissen, buurtsportcoaches en sport- en beweeginterventies moet ertoe leiden dat er meer mensen in Nederland een leven lang sportief zijn. (Tiessen-Raaphorst, 2015) Door initiatieven als bijvoorbeeld 'Sport en bewegen' in de buurt wil de overheid een sportieve samenleving creëren waarin iedere Nederlander ervoor kan kiezen om actief en gezond te leven en waardoor het voor de Nederlandse bevolking makkelijker wordt om te starten met sporten en bewegen. (Rijksoverheid, 2015)

### 3.2 Geaggregeerde marktfactoren

Geaggregeerde marktfactoren zijn factoren die de marktvraag en -aantrekkelijkheid beïnvloeden. Hier wordt gekeken naar de marktdefinitie, -omvang, -groei en conjunctuur in de fitnessbranche.

#### Marktdefinitie en marktomvang

Arendse Health Club is actief in de Nederlandse fitnessbranche en behoort tot de groep fitnesscentra. In Nederland zijn bijna 1.800 fitnesscentra gevestigd met gemiddeld 1.600 leden. (Rabobank Groep, 2015) Hiervan zijn 42 fitnesscentra gevestigd in de regio West-Brabant en 6 in de regio Kerkdriel. (Ondernemersplein, 2015) In het aanbod van de Nederlandse fitnesscentra is een driedeling te zien. (Van Spronsen & Partners horeca-advies, 2011) Deze driedeling bestaat uit low budget / basis fitnesscentra (24,5%), reguliere fitnesscentra met enkele wellness faciliteiten (57,5%) en de premium clubs met uitgebreide wellness- en zorgfaciliteiten (18%). (Rabobank Groep, 2015) De Nederlandse fitnesscentra bieden 6.000 fte's aan werkgelegenheid waarvan ruim 80% sport gerelateerd is. De overige 20% komt voor rekening van onder andere de horecagelegenheden die de fitnesscentra hebben. In Tabel 6 Overzicht fitnessmarkt regio Kerkdriel is een overzicht van de fitnessmarkt in de regio Kerkdriel te zien. Op het gebied van outdoor fitness, en dan voornamelijk Bootcamp, zijn er in Nederland honderden aanbieders actief. Er zijn naar schatting alleen al 1000 bootcamptrainers in Nederland. (Z24, 2015)

| Fitnesscentrum        | Plaats     | Aantal vestigingen | Type centrum | Keten of zelfstandig |
|-----------------------|------------|--------------------|--------------|----------------------|
| Arendse Health Club   | Kerkdriel  | 7                  | Premium      | Keten                |
| Total Body-Fit        | Kerkdriel  | 1                  | Regulier     | Zelfstandig          |
| Fitnesscentrum Action | Veldriel   | 2                  | Regulier     | Zelfstandig          |
| Uniek Fitness         | Ammerzoden | 1                  | Regulier     | Zelfstandig          |
| Fitline fitnessclub   | Zaltbommel | 1                  | Premium      | Zelfstandig          |
| BodyLine Zaltbommel   | Zaltbommel | 1                  | Regulier     | Zelfstandig          |

Tabel 6 Overzicht fitnessmarkt regio Kerkdriel

### Marktomzet

De gemiddelde omzet van een fitnesscentrum in Nederland bedroeg in 2014 ruim €400.000. De totale omzet van de branche werd in hetzelfde jaar geschat op ruim 1 miljard euro. Naast de inkomsten aan lidmaatschappen bij de fitnesscentra zijn er ook andere inkomstenbronnen als bijvoorbeeld de horecaopbrengsten. Deze opbrengsten nemen ongeveer 5 tot 10 procent van de totaalomzet tot hun rekening. De horecaomzet wordt voor fitnesscentra steeds belangrijker omdat de leden vaak ook komen voor gezelligheid en beleving. (Rabobank Groep, 2015)

### Groei fitnessbeoefenaars

De toenemende stijging van sportdeelname in Nederland wordt voornamelijk veroorzaakt door een grote groei van het aantal fitnessbeoefenaars. Fitness is in Nederland uitgegroeid tot de meest beoefende sport onder volwassenen. Ruim 20% van de Nederlandse bevolking, 3,2 miljoen mensen, doet aan fitness. Twee derde van deze fitnessbeoefenaars is lid bij een fitnesscentrum. Samen brengen zij jaarlijks ruim 2 miljoen bezoeken aan een fitnesscentra. (Rabobank Groep, 2015) In de regio West-Brabant wordt bij 25,2% van de huishoudens door één of meer personen aan fitness gedaan. In de regio Kerkdriel is dit bij 21% van de huishoudens. (Giesbers, 2014) In onderstaande tabel is de fitnessdeelname in Nederland gebaseerd op geslacht, leeftijd en opleidingsniveau te zien. (Tiessen-Raaphorst, 2015)

| Geslacht |       | Leeftijd |       |       | Opleidingsniveau |            |       |
|----------|-------|----------|-------|-------|------------------|------------|-------|
| Man      | Vrouw | 20-49    | 50-64 | 65 +  | Laag             | Middelbaar | Hoog  |
| 20,9%    | 22,7% | 24,6%    | 20,4% | 15,2% | 15,9%            | 23,5%      | 26,5% |

Tabel 7 Kenmerken fitnessbeoefenaars (% van de Nederlandse bevolking)

### Marktgroei

#### Economische groei

In 2010 is de fitnessbranche door de toenemende populariteit een belangrijke economische factor in de sportsector geworden. De omzet bedroeg in dat jaar ruim 840 miljoen euro. (Tiessen-Raaphorst, 2015) In 2014 was de omzet binnen de fitnessbranche ruim 1 miljard euro. Dit is ten opzichte van 2010 een stijging van ruim 160 miljoen euro. (Rabobank Groep, 2015)

### Groei fitnessdeelname

In de periode 1991-2007 heeft de fitnessdeelname in Nederland een explosieve groei doorgemaakt. In 1991 deed 9% van de totale Nederlandse bevolking tussen de 6 en 79 jaar oud minimaal 1 keer per jaar aan fitness. In 2007 bedroeg dit aandeel 22%. In 2014 beoefende ruim 20% van de Nederlandse bevolking minimaal 1 keer per week fitness. Dit betekent dat in 2014 in Nederland vaker aan fitness wordt gedaan dan in 2007, waar nog werd gekeken naar het aandeel van de Nederlandse bevolking dat minimaal 1 keer per jaar aan fitness deed. Door de grote stijging in het aantal fitnessbeoefenaars is fitness uitgegroeid tot de meest beoefende sport in Nederland. (Tiessen-Raaphorst, 2015) Dit komt mede doordat de Nederlandse bevolking zich bewuster wordt van sport- en beweeggedrag en de toenemende vraag naar persoonlijke begeleiding, small group training, outdoor fitness en voedingsadvies. (Rabobank Groep, 2015)

### Groei aantal fitnesscentra

Het aantal fitnesscentra in Nederland is tussen 2008 en 2011 met ruim 13% gestegen naar 1.652 fitnesscentra. In 1996 telde Nederland 870 fitnesscentra. Vanaf 2010 is de groei van het aantal fitnesscentra sterk afgevlakt. (Paul Hover, 2013) Toch telde Nederland op 1 januari 2015 ruim 1.800 fitnesscentra. Dit komt mede door de sterke groei van de basis- en low budget fitnesscentra. (Ondernemersplein, 2015) De driedeling van de verschillende type fitnesscentrum verandert steeds verder in een tweedeling, namelijk de low budget/basis fitnesscentra en de premium fitnesscentra

met een uitgebreid aanbod aan wellness en zorgfaciliteiten. De reguliere fitnesscentra zullen hierbij meer wellness faciliteiten gaan aanbieden. (Verschoor, 2014)

#### Toekomstperspectief

In 2015 zal de vraag in de fitnessbranche stabiel blijven. De consument is erg gericht op de uitgaven en zijn hierdoor zeer gevoelig voor de stuntprijzen van de low budget fitnesscentra. De consument zal enkel nog een hogere prijs willen betalen voor onderscheidende concepten met een unieke beleving. Het is dus vooral voor de premium clubs belangrijk dat zij zich blijven onderscheiden. (Rabobank Groep, 2015) Nieuwe opkomende trends voor 2016 zijn de draagbare technologie, body weight training en high intensity interval training. Dit betekent dat er meer gebruik gemaakt gaat worden van smartphones en apps die het sport en beweeggedrag in kaart brengen, feedback geven en motiverend werken om doelen te behalen. Voor de body weight trainingen zijn geen fitnessapparaten en –abonnementen nodig omdat er getraind wordt met het eigen lichaamsgewicht en de trainingen worden korter met een intervalkarakter. Outdoor fitness als trend binnen de fitnessmarkt is gezakt van de 12e plaats in 2015 naar de 14e plaats in 2016. De trend outdoor fitness wordt in Nederland dus minder populair. (American College of Sport Medicine, 2015) Deze vorm van fitness wordt gezien als een hype die dan wel minder populair wordt maar niet zal overwaaien. Er zullen altijd mensen blijven die op deze manier willen blijven sporten. Van het grote aanbod zullen alleen de allerbeste Bootcampclubs en –trainers overblijven. (Z24, 2015)

#### Productlevenscyclus

De fitnessmarkt is in 2015 in de verzadigingsfase terecht gekomen. De vraag blijft stabiel en de consument heeft minder behoefte aan langlopende lidmaatschappen omdat zij flexibel willen blijven in de keuze waar en wanneer zij willen sporten. Daarnaast is de consument gevoelig voor de lage prijzen van de low budget fitnesscentra en zijn zij enkel bereid om meer te betalen wanneer het gaat om onderscheidende concepten met een unieke beleving. (Rabobank Groep, 2015)

#### Conjunctuur en seizoensinvloeden

In 2011 was in de fitnessbranche een record aan uitschrijvingen van fitnesscentra (157) en een beperkt aantal aan nieuwe inschrijvingen (44). Het aantal opheffingen was sinds 2008 niet meer zo hoog geweest en het aantal nieuwe inschrijvingen is sindsdien niet meer zo laag geweest. Dit was een gevolg van de economische crisis waarin Nederland verkeerde. Ongeveer 7% van de Nederlandse bevolking gaf aan te (gaan) bezuinigen op sport. Ruim 52% hiervan heeft bezuinigd op het eigen lidmaatschap bij een sportvereniging of fitnesscentrum. Dit betekent dat ongeveer 4% van de Nederlandse bevolking heeft bezuinigd op het gebied van lidmaatschappen bij sportverenigingen en fitnesscentra. Hierbij werd vaak gewisseld naar een goedkoper lidmaatschap bij een ander fitnesscentrum. (R. Hoekman, 2014)

In de fitnessbranche is er sprake van seizoensinvloeden. De zomermaanden zijn voor de fitnesscentra relatief stille maanden. De maanden oktober tot en met april zijn in de fitnessbranche topmaanden, met als uitschieter de maand januari. Dit komt voornamelijk omdat veel mensen goede voornemens hebben om in het nieuwe jaar gezonder en sportiever te gaan leven. (Rabobank Groep, 2015)

### **3.3 Bedrijfsstructuurfactoren**

Bedrijfstakstructuurfactoren zijn factoren die de intensiteit van de concurrentie op de markt bepalen. Deze worden beschreven aan de hand van het 5-krachtenmodel van Porter. Dit model geeft inzicht in de aantrekkelijkheid van de fitnessmarkt voor Arendse Health Club.

### Concurrentie tussen bestaande aanbieders

In totaal zijn er in de regio Kerkdriel 6 fitnesscentra gevestigd waarvan Arendse Health Clubs er één is. In deze regio zijn vooral reguliere en premium fitnesscentra gevestigd. Dit betekent dat de prijzen bij deze fitnesscentra hoger zijn en onderscheid plaats zal moeten vinden door middel van het aanbod. Een voorbeeld van dit onderscheid is de Arendse Outdoor Clubs bij Arendse Health Club en de hydraulische circuittraining van Total Body-Fit. Op het gebied van fitness en Bootcamp zijn de directe concurrenten van Arendse Health Club de fitnesscentra en Bootcampclubs in de regio Kerkdriel. Dit komt omdat de fitnesscentra in de regio Kerkdriel op het gebied van outdoor fitness alleen Bootcamp aanbieden. Een voordeel van de Bootcampclubs is dat de trainingen plaatsvinden onder leiding van gediplomeerde Bootcamptrainers. Voor de fitnesscentra geldt dat er een breed aanbod is aan fitness en wellnessfaciliteiten en er dus niet op één specifieke sport wordt toegespijst. Er is hier een lichte prijsconcurrentie aanwezig maar de grootste concurrentie vindt plaats op het gebied van het aanbod. Voor de Arendse Cycling en Running Club zijn de voornaamste concurrenten de wiel- en hardloopverenigingen, waarbij het lidmaatschap voordeliger is dan bij een fitnesscentra. Zij bieden daarnaast voordelen als een lidmaatschap bij de nationale sportbonden, kortingen op deelname aan evenementen en bij samenwerkingspartners. In onderstaande tabel is een overzicht te zien van de directe concurrenten van Arendse Health Club Kerkdriel.

| Concurrent                           | Positionering                                                                                                                                  | USP                                                                            | Prijs              | Outdoor                      |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------------------|
| <b>Fitnesscentrum Action</b>         | Fitnesscentrum Action streeft ernaar om ongeacht leeftijd, niveau, motivatie, ervaring en conditie het sporten zo aangenaam mogelijk te maken. | Lekker Happy Lifestyle plan                                                    | €35 per 4 weken    | Bootcamp<br>Bootcamp XL      |
| <b>Total Body-Fit</b>                | Total Body-Fit richt zich op lifestyle, waarbij voeding en beweging een hoofdrol spelen.                                                       | Hydraulische circuittraining                                                   | €39,99 per maand   | -                            |
| <b>Uniek fitness</b>                 | Uniek Fitness, een sfeervol en gezellig fitnesscentrum in Ammerzoden.                                                                          | Vibrogym                                                                       | €40 per 4 weken    | Bootcamp                     |
| <b>Fitline Fitnessclub</b>           | Fitline biedt de consument een uitgebreid aanbod aan activiteiten die goed zijn voor een gezonde leefstijl.                                    | Uitgebreid aanbod voor kinderen, studenten, volwassenen, scholen en bedrijven. | €39 per maand      | Bootcamp (indoor)            |
| <b>BodyLine Zaltbommel</b>           | BodyLine Zaltbommel positioneert zichzelf als een volwaardig personal training studio.                                                         | Persoonlijke begeleiding met behulp van de personal trainer app.               | €30 per maand      | Bootcamp (indoor en outdoor) |
| <b>Bootcampclubs</b>                 | Lekker sporten in de buitenlucht, back to the basics!                                                                                          | Gespecialiseerde trainingen en begeleiding                                     | +/- €10 per les    | Bootcamp                     |
| <b>Wiel- en hardloopverenigingen</b> | De verenigingen bieden trainingen van gediplomeerde trainers waarbij beleving, gezelligheid en veiligheid voorop staan.                        | Gespecialiseerde trainingen en begeleiding                                     | €40 - €75 per jaar | Wielrennen<br>Hardlopen      |

Tabel 8 Overzicht concurrenten

Voor de regio West-Brabant geldt dat er een groot aanbod aan fitnesscentra is. Onder de 42 fitnesscentra zijn zowel premium fitnesscentra als de low budget fitnesscentra actief. Bij de premium fitnesscentra die naast fitness ook wellness- en zorgfaciliteiten aanbieden liggen de prijzen vele malen hoger dan bij de low budget fitnesscentra, maar daar tegenover staat dat zij de consument een uitgebreider concept bieden met een unieke beleving. Voor beide regio's geldt dat de concurrentie tussen bestaande aanbieders groot is. De concurrentie in de regio West-Brabant is echter groter dan in de regio Kerkdriel omdat er sprake is van een grote prijsconcurrentie.

### Dreiging potentiële toetreders

De fitness- en wellness branche zijn erg populair onder startende ondernemers. Er komen vele nieuwe ondernemers bij, maar er zijn tevens ook vele ondernemers die ermee stoppen. Dit komt mede door de grote opkomst van de low budget fitnesscentra. Tegenover de budgetcentra staan de luxe(re) fitnesscentra die naast fitness ook horeca en zorg- en wellnessfaciliteiten aanbieden. Hiervoor gelden echter hoge investeringen en vaste kosten. Voor het toetreden van de fitnessbranche is dan ook een onderscheidend concept en een grote financiering nodig. (Z24, 2015) Dit maakt dat er een geringe dreiging van potentiële toetreders in de Nederlandse fitnessmarkt is.

In de regio Kerkdriel zijn 6 fitnesscentra gevestigd tegenover 42 fitnesscentra in de regio West-Brabant. (Ondernemersplein, 2015) Zoals beschreven bij het onderdeel concurrentie, bestaat deze in de regio Kerkdriel voornamelijk uit premium fitnesscentra terwijl er in de regio West-Brabant grote prijsconcurrentie is tussen de low budget centra en de premium fitnesscentra. De dreiging van potentiële afnemers is dan ook groter in de regio Kerkdriel. Met een low budget centra en/of een onderscheidend concept en het benodigde kapitaal is het in deze regio gemakkelijker om een plaats te veroveren in de markt. Het aanbod is hier vele malen kleiner als in de regio West-Brabant en er is minder prijsconcurrentie.

### Dreiging van substituten

In de regio Kerkdriel is een grote dreiging aan substituuft producten en diensten voor Arendse Health Club en de Arendse Outdoor Clubs. Dit komt omdat in deze relatief kleine regio nog 5 andere fitnesscentra zijn gevestigd. Er kan dus gemakkelijk worden overgestapt naar een fitnessclub die qua prijs en aanbod beter aansluit op de wensen en behoeften van de fitnessbeoefenaars. Daarnaast zijn er als substituuft voor de Arendse Outdoor Clubs de 11 Bootcampclubs, hardloop- en wielerverenigingen in de regio Kerkdriel. Een uitgebreide beschrijving van deze clubs en verenigingen is het vinden in Bijlage 6 Beschrijving concurrenten Arendse Outdoor Clubs Lidmaatschap bij deze sportverenigingen brengt vele voordelen met zich mee als bijvoorbeeld kortingen bij samenwerkingspartners en op deelname aan bepaalde evenementen. De verenigingen en hun leden zijn aangesloten bij de landelijke federatie van het hardlopen en wielrennen. Naast het sporten bij fitnessclubs of sportverenigingen doet ongeveer 20% van de Nederlandse fitnessbeoefenaars aan sport op eigen gelegenheid. Dit maakt sporten op eigen gelegenheid een substituuft voor zowel Arendse Health Club als de Arendse Outdoor Clubs. Dezelfde substituten gelden ook voor de fitnessmarkt in de regio West-Brabant. Het aanbod van fitnesscentra is hier nog vele malen groter dan in de regio Kerkdriel.

### Onderhandelingsmacht van leveranciers

In de fitnessbranche is een beperkte macht van leveranciers. Grote merken als Technogym, Matrix en Vision zijn gewilde merken als het gaat om het leveren van fitnessapparatuur aan de Nederlandse fitnesscentra. Naast deze grote merken zijn nog vele andere leveranciers op de markt actief. Dit betekent dat wanneer prijzen worden verhoogd, producten niet leverbaar zijn of als de relatie met de leverancier verslechterd, gekozen kan worden om over te stappen naar een andere leverancier.

### Onderhandelingsmacht van afnemers

Door het grote aanbod aan fitnesscentra in de regio Kerkdriel kunnen de afnemers zelf bepalen bij welk fitnesscentrum zij een lidmaatschap nemen. Daarnaast kunnen zij gemakkelijk overstappen naar een andere aanbieder omdat hun aanbod en/of prijs beter aansluit bij de wensen en behoeften van de afnemer. In de fitnessbranche is dus een grote onderhandelingsmacht van afnemers is.

### Conclusie bedrijfstakstructuurfactoren

Uit het 5-krachtenmodel van Porter is op te maken dat de onderhandelingsmacht van leveranciers beperkt is, de macht van afnemers toeneemt en de concurrentie tussen bestaande aanbieders en de dreiging van substituten steeds groter wordt. Hieruit is op te maken dat de aantrekkelijkheid van de fitnessmarkt zowel in de regio Kerkdriel als in de regio West-Brabant afneemt. Dit betekent dat de winstgevendheid van de fitnessmarkt op lange termijn zal gaan dalen.

### 3.4 Conclusie onderzoek naar de markt van Arendse Health Club

---

De Nederlandse fitnessmarkt heeft jarenlang een grote groei doorgemaakt en is met ruim 3,2 miljoen beoefenaars uitgegroeid tot de meest beoefende sport van Nederland. Echter is deze markt in de verdringingsfase terecht gekomen. De vraag zal stabiel blijven, er is minder behoeften aan langdurige lidmaatschappen en de consument is zeer gevoelig voor stuntprijzen van de low budget fitnesscentra. Zij willen alleen extra betalen voor onderscheidende concepten. Daarnaast neemt de aantrekkelijkheid van de fitnessmarkt in de regio Kerkdriel en West-Brabant af en zal de winstgevendheid in de toekomst dalen. Dit zijn factoren waar Arendse Health Club rekening mee moet gaan houden. Omdat zij een premium fitnesscentra zijn moeten zij een onderscheidend concept hebben om te kunnen concurreren met de stuntprijzen van low budget fitnesscentra. Dit kunnen zij doen door in te spelen op de kansen die zich binnen de fitnessmarkt aanbieden. Zo wordt de Nederlandse bevolking zich steeds bewuster van hun sport- en beweeggedrag, waardoor er een toenemende vraag is naar begeleiding en voedingsadvies. Deze onderdelen heeft Arendse Health Club al in het aanbod opgenomen.

Op het gebied van outdoor fitness zijn er in Nederland honderden aanbieders actief doordat deze vorm van fitness de afgelopen jaren steeds aan populariteit toenam. Echter zijn de voorspellingen voor 2016 dat de populariteit zal gaan afnemen en in de toekomst alleen de beste aanbieders over zullen blijven. Het is voor de Arendse Outdoor Clubs dan ook heel belangrijk om zich te gaan ontwikkelen tot een onderscheidende aanbieder willen zij in de toekomst willen blijven bestaan. Het aanbieden van meerdere outdoor sporten, naast Bootcamp, en het inspelen op trends als de vraag naar begeleiding en voedingsadvies zijn hier al een goed begin van. Daarnaast zal Arendse Health Club in moeten gaan springen op nieuwe kansen als bijvoorbeeld de sterke opkomst van draagbare technologie. Dit is de nummer 1 trend voor 2016 en bevat onder andere apps die beweeggedrag en voortgang registreren en beweeg- en hartslagmeters. Arendse Health Club kan hierop inspelen door de leden de optie te bieden om tijdens trainingen van de Arendse Outdoor Clubs te sporten met een hartslagmeter die zij bij Arendse Health Club kunnen aanschaffen.

## Hoofdstuk 4 De concurrenten

In hoofdstuk 4 worden de concurrenten van Arendse Health Club en de Arendse Outdoor Clubs beschreven. Dit onderzoek geeft antwoord op de onderzoeksvraag: 'Wat zijn de sterke en zwakke punten van de concurrenten van Arendse Health Club Kerkdriel en de Arendse Outdoor Clubs?'.

### 4.1 Concurrentieniveaus

Bij de concurrentenanalyse is de eerste stap de keuze en identificatie van de concurrenten. Dit wordt gedaan door het beschrijven van de verschillende concurrentieniveaus. Het eerste concurrentieniveau is productvormconcurrentie. Deze concurrenten richten zich op hetzelfde marktsegment als Arendse Health Club. De concurrenten in de regio Kerkdriel zijn:

- Fitnesscentrum Action
- Total Body-Fit
- Uniek Fitness
- Fitline Fitnesscentrum
- BodyLine Zaltbommel

Het tweede concurrentieniveau is productcategorie concurrentie. Deze concurrenten hebben diensten met vergelijkbare eigenschappen als Arendse Health Club. Hiertoe behoren bijvoorbeeld de low budget fitnesscentra als Basic Fit en Fit For Free, maar ook de hardloop-, fietsverenigingen en Bootcampclubs in de omgeving van Kerkdriel en de sportbonden NTFU, KNWU en KNAU.

Het derde concurrentieniveau is generieke concurrenten. Deze concurrenten komen tegemoet aan dezelfde consumentenbehoeften als Arendse Health Club. Hiertoe behoren alle sportcentra en – verenigingen in de regio Kerkdriel en het sporten op eigen gelegenheid.

Het laatste concurrentieniveau is budgetconcurrentie. Deze concurrenten concurreren om het geld van de consumenten. Een onbeperkt sporten abonnement bij Arendse Health Club op jaarbasis €390. Enkele voorbeelden van budgetconcurrenten zijn elektronikawinkels, pretparken, een weekendje weg en vakanties.

### 4.2 Beschrijving concurrenten Arendse Health Club

In deze paragraaf worden de concurrenten van Arendse Health Club en de Arendse Outdoor Clubs beschreven aan de hand van de onderdelen doelgroep, positionering en marketingmix.

#### Doelgroep

| Fitnesscentrum Action                                                                                                                                  | Total body-Fit                                                       | Uniek Fitness                                                                                       | Fitline Fitnessclub                                                                           | Bodyline Zaltbommel                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Jongeren, mannen en vrouwen uit de omgeving Veldriel, ongeacht leeftijd, niveau, motivatie, ervaring of conditie.<br><br>(Fitnesscentrum Action, 2015) | Mannen en vrouwen van alle leeftijden.<br><br>(Total Body-Fit, 2015) | Kinderen vanaf 4 jaar, volwassenen en ouderen, getraind en ongetraind.<br><br>(Uniek Fitness, 2015) | Kinderen, jongeren, mannen en vrouwen uit de Bommelerwaard<br><br>(Fitline Fitnessclub, 2015) | Jong en oud, getraind en ongetraind.<br><br>(BodyLine Zaltbommel, 2015) |

Tabel 9 Doelgroep concurrenten Arendse Outdoor Clubs

Als de concurrenten worden vergeleken op hun doelgroep dan valt op dat zij zich allemaal richten op jongeren en volwassenen/ouderen. Uniek Fitness richt zich daarnaast ook op kinderen. De concurrenten bieden voor elk fitnessniveau faciliteiten aan.

## Marketingmix

|                 | Fitnesscentrum Action                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Total body-Fit                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Uniek Fitness                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Fitline Fitnessclub                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Bodyline Zaltbommel                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Product</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>o Fitness</li> <li>o Groepslessen</li> <li>o Fysiotherapie</li> <li>o Lekker Happy</li> <li>o Acupunctuur</li> </ul> <p><u>Outdoor</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Bootcamp</li> <li>o Bootcamp XL</li> </ul> <p>(Fitnesscentrum Action, 2015)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>o Total Body-Fit Circuit</li> <li>o Total Body-Fit Cardio</li> <li>o Total Body-Fit Kracht</li> <li>o Total Body-Fit Slank</li> <li>o Total Body-Fit Extra</li> <li>o Personal training</li> <li>o Small group training</li> </ul> <p>(Total Body-Fit, 2015)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>o Fitness</li> <li>o Groepslessen</li> <li>o Personal training</li> <li>o Bedrijfsfitness</li> <li>o Vibrogym</li> <li>o Fysiotherapie</li> </ul> <p><u>Outdoor</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Bootcamp</li> </ul> <p>(Uniek Fitness, 2015)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>o Fitness</li> <li>o Bedrijfsfitness</li> <li>o Groepslessen</li> <li>o Dans</li> <li>o Paramedisch</li> <li>o Ontspanning</li> <li>o Overig</li> <li>o Fitness voor scholen, kinderen en studenten</li> </ul> <p><u>Outdoor</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Bootcamp (indoor)</li> </ul> <p>(Fitline Fitnessclub, 2015)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>o Groepslessen</li> <li>o Personal training</li> <li>o Voedingsprogramma's</li> <li>o Personal trainer app</li> </ul> <p><u>Outdoor</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Bootcamp (zowel outdoor als indoor)</li> </ul> <p>(BodyLine Zaltbommel, 2015)</p> |
| <b>Prijs</b>    | €35 per 4 weken<br>(Fitnesscentrum Action, 2015)                                                                                                                                                                                                                                                           | €39,99 per maand<br>(Total Body-Fit, 2015)                                                                                                                                                                                                                                                              | €40 per 4 weken<br>(Uniek Fitness, 2015)                                                                                                                                                                                                                                                                 | €39 per maand<br>(Fitline Fitnessclub, 2015)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | €30 per maand<br>(BodyLine Zaltbommel, 2015)                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Plaats</b>   | Velddriel                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Kerkdriel                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Ammerzoden                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Zaltbommel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Zaltbommel                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Promotie</b> | <p><b>Propositie</b><br/>'Wát uw leeftijd, niveau, motivatie, ervaring of conditie ook is: we zullen er alles aan doen om het sporten bij Action voor u zo aangenaam mogelijk te maken.'<br/>(Fitnesscentrum Action, 2015)</p>                                                                             | <p><b>Propositie</b><br/>'Think different, join us.' en 'Together we can compete and we will win.'<br/>(Total Body-Fit, 2015)</p>                                                                                                                                                                       | <p><b>Propositie</b><br/>'Uniek Fitness = Fitness, groepslessen en personal training voor de Bommelerwaard en daar buiten!'<br/>(Uniek Fitness, 2015)</p>                                                                                                                                                | <p><b>Propositie</b><br/>'Kom in actie en start bij Fitline met bewegen!' en 'Fitline, Dé fitnessclub voor iedereen...'<br/>(Fitline Fitnessclub, 2015)</p>                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>Propositie</b><br/>'Groepslessen: leuk, doeltreffend en blijft PERSOONLIJK!' en 'Personal Training: staat voor resultaat!'<br/>(BodyLine Zaltbommel, 2015)<br/>(BodyLine Zaltbommel, 2015)</p>                                                                                                          |
|                 | <p><b>Creatief concept</b></p>                                                                                                                                                                                          | <p><b>Creatief concept</b></p>                                                                                                                                                                                       | <p><b>Creatief concept</b></p>                                                                                                                                                                                        | <p><b>Creatief concept</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p><b>Creatief concept</b></p>                                                                                                                                                                                           |
|                 | <p><b>MC-instrumenten</b><br/>De 3 meest gebruikte instrumenten zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Online marketing</li> <li>o Direct marketing</li> <li>o Winkelcommunicatie</li> </ul>                                                                                                   | <p><b>MC-instrumenten</b><br/>De 3 meest gebruikte instrumenten zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Winkelcommunicatie</li> <li>o Sales promotie</li> <li>o Direct marketing</li> </ul>                                                                                                  | <p><b>MC-instrumenten</b><br/>De 3 meest gebruikte instrumenten zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Online marketing</li> <li>o Winkelcommunicatie</li> <li>o Sales promotie</li> </ul>                                                                                                   | <p><b>MC-instrumenten</b><br/>De 3 meest gebruikte instrumenten zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Online marketing</li> <li>o Winkelcommunicatie</li> <li>o Reclame</li> </ul>                                                                                                                                                                                      | <p><b>MC-instrumenten</b><br/>De 3 meest gebruikte instrumenten zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Online marketing</li> <li>o Evenementen</li> <li>o Winkelcommunicatie</li> </ul>                                                                                                           |

Tabel 10 Marketingmix concurrenten Arendse Health Club

Het fitnessaanbod van de concurrenten lijken in grote lijnen op elkaar, echter is dit voor het aanbod aan groepslessen niet het geval. Zo bieden Fitnesscentrum Action en Fitline Fitnessclub veel verschillende groepslessen aan terwijl Total-Body Fit helemaal geen groepslessen heeft. Naast fitness en groepslessen doen Uniek Fitness en Fitline Fitnessclub ook aan bedrijfsfitness. Fitline vult dit aan met fitness speciaal voor scholen, kinderen en studenten en heeft een speciale afdeling voor ontspanning. Fitnesscentrum Action biedt als enige acupunctuur aan. De prijzen van de concurrenten lopen uiteen van €30 per maand tot €40 per 4 weken. BodyLine Zaltbommel is hier samen met Arendse Health Club Kerkdriel de goedkoopste terwijl Total Body-Fit en Uniek Fitness het duurste onbeperkt sporten abonnement hebben. Als wordt gekeken naar de marketingcommunicatie van de concurrenten valt op dat er veelal gebruik worden gemaakt van dezelfde mc-instrumenten. Het creatief concept van Total Body-Fit is erg opvallend omdat er veel gebruik wordt gemaakt van de kleuren zwart en wit, terwijl het creatieve concept van bijvoorbeeld Uniek Fitness en Fitline Fitnessclub heel opvallend en vrolijk zijn.

### Positionering

| <b>Fitnesscentrum Action</b>                                                                                                                                                 | <b>Total body-Fit</b>                                                                                                  | <b>Uniek Fitness</b>                                                                                                    | <b>Fitline Fitnessclub</b>                                                                                                                     | <b>Bodyline Zaltbommel</b>                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fitnesscentrum Action streeft ernaar om ongeacht leeftijd, niveau, motivatie, ervaring en conditie het sporten zo aangenaam mogelijk te maken. (Fitnesscentrum Action, 2015) | Total Body-Fit richt zich op lifestyle, waarbij voeding en beweging een hoofdrol spelen.<br><br>(Total Body-Fit, 2015) | Uniek Fitness positioneert zich als een sfeervol en gezellig fitnesscentrum in Ammerzoden.<br><br>(Uniek Fitness, 2015) | Fitline biedt de consument een uitgebreid aanbod aan activiteiten die goed zijn voor een gezonde leefstijl.<br><br>(Fitline Fitnessclub, 2015) | BodyLine Zaltbommel positioneert zichzelf als een volwaardig personal training studio.<br>(BodyLine Zaltbommel, 2015) |

Tabel 11 Positionering concurrenten Arendse Outdoor Clubs

Total Body-Fit en Fitline Fitnessclub richten zich net als Arendse Health Club op een gezonde leefstijl. Fitnesscentrum Action en Uniek Fitness streven er op hun beurt weer naar om het sporten gezellig en aangenaam te maken. BodyLine Zaltbommel positioneert zich als enige niet op het gebied van leefstijl en gezelligheid/aangenaamheid maar als volwaardig personal training studio.

### Concurrenten Arendse Outdoor Clubs

Directe concurrenten van de Arendse Outdoor Clubs zijn de hardloophverenigingen, wielerverenigingen en Bootcampclubs in de regio Kerkdriel. In onderstaande tabel staan de belangrijkste concurrenten van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel.

| <b>Running</b>           | <b>Cycling</b>           | <b>Bootcamp</b>    |
|--------------------------|--------------------------|--------------------|
| Zaltbommel Dutch Runners | TWC de Trillende Spaken  | Support2sport      |
| Fysiotherapie Piels      | Cycloteam                | Fun Functional Fit |
|                          | WV Salt-Boemel           | Full Body Training |
|                          | TC de Bruchemse Stampers |                    |
|                          | Zaltbommelse Renners     |                    |
|                          | WTC de Roode Leeuw       |                    |

Tabel 12 Concurrenten Arendse Outdoor Clubs

Deze verenigingen en clubs zijn directe concurrenten van de Arendse Outdoor Clubs en bieden naast professionele trainingen nog verschillende voordelen met zich mee. Zo krijgen de leden onder andere kortingen op deelname aan bepaalde evenementen en bij samenwerkingspartners en zijn zij aangesloten bij de landelijke federatie van het hardlopen en wielrennen. Dit laatste brengt op zijn

beurt weer extra voordelen met zich mee. Een nadeel van de verenigingen is dat zij puur gericht zijn op de betreffende outdoor sport en dus geen mogelijkheden hebben op het gebied van bijvoorbeeld fitness en voeding. Het lidmaatschap bij een Bootcampclub kost +/- €10 per training en bij hardloopen- en wielerverenigingen €40 tot €75 per jaar. Een uitgebreide beschrijving van deze concurrenten is te vinden in Bijlage 6 Beschrijving concurrenten Arendse Health Club.

#### 4.3 Sterke en zwakke punten per concurrent

In deze paragraaf worden de sterke en zwakke punten van de concurrenten van Arendse Health Club Kerkdriel in kaart gebracht. Deze zijn onder andere gebaseerd op ontwikkelingen in de markt en afnemersbehoeften.

##### Fitnesscentrum Action

- o **Sterk:** Fitnesscentrum Action heeft een brede doelgroep, breed aanbod aan groepslessen en een exclusief lifestyleplan welke is ontwikkeld door een gediplomeerd gewichtsconsulente.
- o **Zwak:** Met uitzondering van de groepslessen is er een smal aanbod aan faciliteiten (fitness, fysiotherapie en Lekker Happy) en de fitnessruimte is erg donker en grijs.

##### Total Body-Fit

- o **Sterk:** Total Body-Fit heeft een brede doelgroep, een variërend aanbod aan fitnessmogelijkheden en een circuittraining met hydraulische toestellen.
- o **Zwak:** Total Body-Fit heeft geen groepslessen, een onopvallend creatief concept met donkere kleuren en een duur abonnement ten opzichte van concurrenten die naast fitness ook groepslessen en wellness faciliteiten aanbieden.

##### Uniek fitness

- o **Sterk:** Uniek Fitness heeft een brede doelgroep en breed aanbod, een vrolijk en opvallend creatief concept en een groot aanbod aan abonnementen en de Uniek Fitness App.
- o **Zwak:** Het aspect voeding is alleen inbegrepen bij personal training en dus niet voor iedereen toegankelijk. Het onbeperkt sporten abonnement is één van de duurste in de regio.

##### Fitline Fitnessclub

- o **Sterk:** Fitline heeft een brede doelgroep, een breed en diep aanbod, het creatief concept is opvallend en persoonlijk en richt zich op een gezonde leefstijl.
- o **Zwak:** De abonnementen hebben hoge prijzen en begeleiding in de fitnessruimte is gebonden aan vaste tijdstippen.

##### Bodyline Zaltbommel

- o **Sterk:** Bodyline maakt gebruik van de Personal Trainer App ter optimalisering van de begeleiding, biedt verschillende outdoor activiteiten als Bootcamp en biedt de mogelijkheid voor een abonnement op maat.
- o **Zwak:** Er zijn korte openingstijden in vergelijking met regionale concurrenten en een smal aanbod aan groepslessen.

##### Arendse outdoor concurrenten

- o **Sterk:** Sportverenigingen en –bonden bieden vele voordelen en kortingen bij een lidmaatschap.
- o **Zwak:** De verenigingen/clubs zijn puur gericht op de betreffende outdoor sport en bieden geen extra's als fitness en wellness faciliteiten.

#### 4.4 Conclusie concurrentenanalyse

---

Uit het onderzoek naar de concurrenten van Arendse Health Club en de Arendse Outdoor Clubs kan geconcludeerd worden dat er een groot aantal concurrenten in de markt actief zijn. In de regio Kerkdriel zijn naast Arendse Health Club nog 5 fitnesscentra gevestigd. De abonnementsprijzen liggen dicht bij elkaar en de doelgroepen verschillen weinig. Er wordt ingespeeld op een gezondere leefstijl en het aangenaam en gezellig sporten. Het fitnessaanbod in de regio Kerkdriel komt sterk met elkaar overeen. Vier van de vijf fitnesscentra bieden hierbij Bootcamp aan. Doordat er nauwelijks sprake is van prijsconcurrentie is het dan ook belangrijk dat het aanbod van Arendse Health Club onderscheidend is van die van haar concurrenten. Het aanbieden van de Arendse Outdoor Clubs, met naast Bootcamp ook hardlopen en wielrennen, is een voorbeeld van een onderscheidende factor.

Voor de Arendse Outdoor Clubs zijn niet alleen de fitnesscentra in de regio maar ook de Bootcampclubs, hardloop- en wielerverenigingen grote concurrenten. Zij zijn gespecialiseerd in de betreffende outdoor sporten en bieden trainingen aan onder leiding van gecertificeerde trainers. Daarnaast brengt een lidmaatschap bij een sportverenigingen nog voordelen met zich mee als aansluiting bij de nationale sportbond en kortingen op deelname aan wedstrijden en bij samenwerkingspartners. Echter hebben zij geen fitnessfaciliteiten. Het is voor de Arendse Outdoor Clubs belangrijk om zich te onderscheiden van deze concurrenten vanwege de vele voordelen die een lidmaatschap bij de verenigingen met zich meebrengt. Zeker omdat lidmaatschap bij een vereniging op jaarbasis goedkoper is dan bij de Arendse Outdoor Clubs. Bijeenkomsten over voeding en andere leefstijlfactoren zijn een voorbeeld van een onderscheidende factor omdat bij de verenigingen vooral de aandacht op de sport ligt.

## Hoofdstuk 5 Afnemers Arendse Outdoor Clubs

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek naar afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel beschreven. Dit onderzoek geeft antwoord op de onderzoeksvraag: 'Wat zijn de wensen en behoeften van de afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel?'.

### 5.1 Onderzoek naar de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs

---

In deze paragraaf het onderzoek naar de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs beschreven. Dit resulteert in een profielschets van de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs. De onderzoeksopzet is te zien in Bijlage 7 Onderzoeksopzet potentiële afnemers Arendse Outdoor Clubs.

#### 5.1.1 Verantwoording van het onderzoek

##### Responsverantwoording

De enquête van het kwantitatieve onderzoek naar de potentiële afnemers is ingevuld door 124 potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel. Deze potentiële afnemers zijn mannen en vrouwen van 16 jaar en ouder uit de regio Kerkdriel, ongeacht sport- en/of fitnessniveau. In totaal zijn er 300 mogelijke respondenten benaderd. Dit maakt een respons van 41,3% en een non-respons van 58,7%. Redenen dat de potentiële afnemers niet deel wilde nemen aan het onderzoek waren voornamelijk dat men geen tijd had om de vragenlijst in te vullen of omdat men niet uit de regio Kerkdriel kwam. Dit was voornamelijk het geval bij het afnemen van enquêtes bij de hardloop- en wielerspecialzaken. Halverwege de responsperiode waren er 60 respondenten. Door het extra afnemen van mondelinge enquêtes is de respons verhoogd met 51,6%.

##### Representativiteit

Om de representativiteit van de steekproef van het kwantitatieve onderzoek te beoordelen zal worden gekeken naar de verdeling van geslacht en leeftijd van de respondenten die hebben meegedaan aan de steekproef. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de Chi-kwadraat toets. Op basis van de variabele geslacht en leeftijd kan de steekproef als representatief worden ervaren voor de gehele onderzoekspopulatie. Dit is te zien in Tabel 22 Representativiteit geslacht en Tabel 23 Representativiteit leeftijd van Bijlage 9 Frequentietabellen onderzoek potentiële afnemers. De uitkomsten van het onderzoek naar de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs kan op basis van de variabele geslacht en leeftijd op de gehele onderzoekspopulatie worden betrokken.

##### Betrouwbaarheid en validiteit

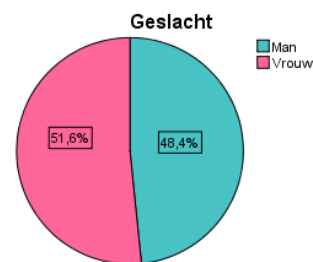
De betrouwbaarheid van het onderzoek wordt gewaarborgd door een steekproef te doen met een betrouwbaarheidsmarge van 95%. De gewenste respons is 350, gebaseerd op het gegeven dat ruim 17,6% van de Nederlandse bevolking lid is van een fitnesscentrum. Via een mondelinge enquête worden de wensen en behoeften van potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in kaart gebracht. De selectie van de respondenten vindt plaats op basis van willekeurige benadering bij sportaccommodaties en hardloop-/wielerspecialzaken in de regio Kerkdriel. Enkele voorbeelden hiervan zijn de specialzaken Bikecenter Van Tuyl en Run2Day en de sportaccommodatie Optisport de Kreek. Hier zijn de enquêtes in een rustige omgeving afgenomen. Op basis van deskresearch is voldoende informatie verkregen om de juiste vragen te formuleren en de validiteit van het onderzoek te waarborgen.

#### 5.1.2 Beschrijving van de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs.

In deze deelparagraaf worden de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel beschreven. Een uitgebreid overzicht van alle bijbehorende tabellen en grafieken zijn te vinden in Bijlage 9 Frequentietabellen onderzoek potentiële afnemers.

## Algemene kenmerken

Aan het onderzoek hebben in totaal 64 vrouwen (51,6%) en 60 mannen (48,4%) deelgenomen. De meest voorkomende leeftijdsgroep is jonger dan 20 jaar (20,2%) gevolgd door 51 – 60 jaar (19,4%) en 41 – 50 jaar (17,7%). Ruim 48,6% van de respondenten is afkomstig uit Kerkdriel, 16,1% uit Zaltbommel en 12,9% uit 's-Hertogenbosch. De overige afnemers komen uit de dorpen/steden van de gemeente Maasdriel en Zaltbommel.



Figuur 4 Geslacht potentiële afnemers

## Sportbehoefte

| Beoefende sporten |            |             |
|-------------------|------------|-------------|
|                   | Frequentie | In %        |
| Fitness           | 58         | 29,3%       |
| Hardlopen         | 32         | 16,2%       |
| Wielrennen        | 34         | 17,2%       |
| Tennis            | 10         | 5,1%        |
| Fietsen           | 12         | 6,1%        |
| Wandelen          | 6          | 3,0%        |
| Voetbal           | 8          | 4,0%        |
| Paardrijden       | 8          | 4,0%        |
| BMX               | 8          | 4,0%        |
| Badminton         | 2          | 1,0%        |
| Skiën             | 2          | 1,0%        |
| Bootcamp          | 2          | 1,0%        |
| Overig            | 16         | 8,1%        |
| <b>Totaal</b>     | <b>198</b> | <b>100%</b> |

Tabel 13 Beoefende sporten potentiële afnemers

Van de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel beoefent 79% één of meerdere sporten. De meest beoefende sporten zijn fitness (29,3%), wielrennen (17,2%) en hardlopen (16,2%). Deze sporten scoren in de regio Kerkdriel hoger dan het landelijke sportaandeel in deze sporten. Andere sporten die worden beoefend zijn onder andere fietsen, tennis, voetbal en wandelen. Deze sporten staan ook landelijk bekend als populaire sporten. Een overzicht van de populaire sporten in de regio Kerkdriel is te zien in Tabel 13 Beoefende sporten potentiële afnemers. De potentiële afnemers sporten gemiddeld 2 tot 3 keer per week en beoefenen hun sport buiten (43,5%), bij een sportschool (23,2%) of bij een sportvereniging (18,8%). De voornaamste redenen om te sporten voor mannen zijn fit en gezond worden/blijven (65,4%), ontspanning (61,5%) en gewicht en figuur controleren (23,1%). Onder vrouwen zijn de voornaamste redenen om te sporten fit en gezond worden/blijven (83,3%), ontspanning (66,7%), gewicht en figuur controleren (41,7%) en gezelligheid (37,5%). Waar mannen

dus voornamelijk waarden hechten aan hun gezondheid en ontspanning vinden vrouwen daarnaast ook het gewicht/figuur en ontspanning belangrijke redenen om aan sport doen. Er is geen significant verband tussen het type sport dat wordt beoefend en de variabele sportfrequentie.

Als er een verband wordt gelegd tussen de variabelen type sport en voornaamste redenen om te sporten valt op dat bij de potentiële afnemers die fitness, hardlopen en wielrennen beoefenen dat fit en gezond zijn en ontspanning de belangrijkste redenen zijn om deze sporten te beoefenen. Daarnaast worden hardlopen en fitness ook vaker gedaan om het gewicht en figuur te controleren.

De sporten waarin de potentiële afnemers de meeste interesse hebben zijn hardlopen (13%), wielrennen (13%), voetbal (11,5%), fitness (10,1%) en tennis (8,6%). Wanneer wordt gekeken naar hoe interessant de potentiële afnemers van de outdoor sporten vinden die bij de Arendse Outdoor Clubs worden aangeboden, dan is er de meeste interesse in hardlopen. Ruim 44% van de potentiële afnemers vindt hardlopen interessant tot zeer interessant. Voor Bootcamp is dit 40,4%, wielrennen 35,7% en mountainbike 32,1%.

Fitness is met 29,3% een van de meest beoefende sporten onder van de Arendse Outdoor Clubs. Van alle fitnessbeoefenaars is ruim 23,8% lid bij Fitnesscentrum Action in Velddriel, gevolgd door 14,3% bij Fitline Fitnessclub in Zaltbommel en 14,3% bij Basic Fit in 's-Hertogenbosch. Ongeveer 33% geeft aan langer lid te zijn dan 4 jaar gevolgd door 28,6% die 1 tot 2 jaar lid zijn van het fitnesscentrum waar zij sporten. Daarnaast geeft ruim 28,6% van de potentiële afnemers dat zij bij overige fitnessgelegenheden sporten. Voorbeelden hiervan zijn thuis en op het werk. Het meest

voorkomende fitnessabonnement onder de potentiële afnemers is het abonnement voor onbeperkt sporten (71%).

### Arendse Outdoor Clubs

**Bekend met Arendse Outdoor Clubs**

|               | Frequentie | In %        |
|---------------|------------|-------------|
| Ja            | 26         | 21,0%       |
| Nee           | 98         | 79,0%       |
| <b>Totaal</b> | <b>124</b> | <b>100%</b> |

**Tabel 154 Bekendheid Arendse Outdoor Clubs**

Van de potentiële afnemers is 79% niet bekend met de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. Dit is te zien in Tabel 14 Bekendheid Arendse Outdoor Clubs. Zij geven aan over de Arendse Outdoor Clubs geïnformeerd te willen worden via de website (32,3%), flyers en/of informatieboekje (27,7%) of e-mail (12,3%). De potentiële afnemers die wel bekend zijn met de Arendse Outdoor Clubs (21%) zijn hiermee in contact gekomen via vrienden / kennissen (61,5%), social media (23,1%), de website (7,7%) en de gedrukte media (7,7%). Echter nemen zij geen van allen deel aan trainingen en activiteiten van de Arendse Outdoor Clubs. De meest voorkomende reden hiervoor is dat zij zijn aangesloten bij een sportvereniging (30,8%) of dat zij geen tijd weinig tijd hebben (30,8%). De prijs van het Arendse Outdoor abonnement wordt door 77,4% van de potentiële afnemers als neutraal en dus redelijk ervaren. Op de vraag of de potentiële afnemers aan het eind van het onderzoek interesse hebben in de Arendse Outdoor Clubs gaf 41,1% aan hier wel interesse in te hebben. De overige potentiële afnemers hadden hier nog geen mening over of hadden geen interesse. Dit is te zien in Tabel 15 Interesse Arendse Outdoor Clubs.

**Heeft u interesse in de Arendse Outdoor Clubs en haar faciliteiten?**

|               | Frequency  | Percent       |
|---------------|------------|---------------|
| Ja            | 51         | 41,1%         |
| Nee           | 23         | 18,5%         |
| Geen mening   | 50         | 40,3%         |
| <b>Totaal</b> | <b>124</b> | <b>100,0%</b> |

**Tabel 145 Interesse Arendse Outdoor**

### De potentiële afnemers

Naar aanleiding van het onderzoek naar de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel is een duidelijk profiel van de potentiële afnemer naar voren gekomen. De potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs zijn mannen en vrouwen tussen de 21 en 50 jaar afkomstig uit de regio Kerkdriel en die niet bekend zijn met de Arendse Outdoor Clubs. De voornaamste redenen om te sporten zijn fit en gezond worden/blijven, ontspanning en gewicht en figuur controleren. De vrouwen hechten daarnaast ook waarde aan gezelligheid tijdens het sporten. Populaire sporten onder deze potentiële afnemers zijn fitness, hardlopen en wielrennen met daarnaast sporten als tennis en voetbal. Ook wordt er graag gefietst en gewandeld. Gemiddeld wordt er 2 à 3 keer per week gesport, bij een sportschool, sportvereniging of buiten.

## 5.2 Onderzoek naar de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs

In deze paragraaf wordt het kwalitatief onderzoek onder de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel beschreven.

### 5.2.1 Verantwoording onderzoek

#### Het onderzoek

Omdat de Arendse Outdoor Clubs een nieuw concept binnen Arendse Health Club is, wordt met het kwalitatief onderzoek dit nieuwe concept getoetst onder de 25 huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. De doelstelling van het onderzoek is inzicht krijgen in de ervaringen van de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs om tot een advies te komen over het functioneren binnen Arendse Health Club Kerkdriel. De onderzoeksmethode die wordt gebruikt is de groepsdiscussie. Tijdens de groepsdiscussie wordt het Arendse Outdoor concept besproken door de leden van de Arendse Outdoor Clubs en kan er getoetst worden wat hun ervaringen zijn, of elementen ontbreken en of er eventuele verbeterpunten binnen het concept zijn. De onderzoekspopulatie van het kwalitatieve onderzoek zijn de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. De groepsdiscussie zal 30 à 45 minuten duren. In Bijlage 10 Onderzoeksopzet

huidige afnemers Arendse Outdoor Clubs en Bijlage 11 Gesprekshandleiding groepsdiscussie zijn de onderzoeksopzet en gesprekshandleiding van het kwalitatief onderzoek te vinden.

#### Representativiteit

Om de representativiteit van het kwalitatieve onderzoek te beoordelen zal er worden gekeken naar de verdeling van geslacht van de deelnemers aan het onderzoek. Omdat er bij de Arendse Outdoor Clubs momenteel meer vrouwen als mannen lid zijn, is hier rekening mee gehouden bij de selectie van de deelnemers. In totaal hebben 12 vrouwen en 1 man meegedaan aan het onderzoek. Hierdoor is het onderzoek representatief voor de gehele onderzoekspopulatie. De uitkomsten van het onderzoek kunnen daarom betrokken worden op alle huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs.

#### Betrouwbaarheid en validiteit

Op basis van deskresearch, het inlezen van informatie van brancheorganisaties en –rapporten, en het kwantitatief onderzoek onder de potentiële afnemers wordt voldoende kennis vergaard om de juiste vragen te formuleren voor het kwalitatieve onderzoek. Hiermee wordt de betrouwbaarheid en validiteit van het kwalitatieve onderzoek onder de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs gewaarborgd.

### 5.2.2 Beschrijving van de huidige afnemers Arendse Outdoor Clubs

In deze deelparagraaf worden de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel beschreven aan de hand van de resultaten die uit de groepsdiscussie zijn voortgekomen. Het transcript van de groepsdiscussie is te vinden in Bijlage 12 Transcript groepsdiscussie en codering.

#### Algemeen

Aan het kwalitatief onderzoek hebben in totaal 13 leden van de Arendse Outdoor Clubs meegedaan. Deze groep bestond uit 12 vrouwen en 1 man in de leeftijd van 16 tot 50 jaar oud, waarvan het overgrote deel tussen de 21 en 30 jaar is (8 leden). De leden zijn woonachtig in Kerkdriel (9), Rossum (2), Alem (1) en Heerewaarden (1). De voornaamste redenen om te sporten zijn fit en gezond blijven/worden, gewicht en figuur controleren, ontspanning en gezelligheid.

Van de deelnemende leden aan het onderzoek zijn er 11 aangesloten bij de Arendse Bootcamp Club en 5 bij de Arendse Running Club. De Arendse Cycling Club heeft nog geen leden omdat er momenteel nog geen geschikte trainer is gevonden. De huidige outdoor leden zijn via de trainers en vrienden/kennissen met de Arendse Outdoor Clubs in contact gekomen. De voornaamste redenen om zich aan te sluiten bij de Arendse Outdoor Clubs zijn de gezondheid en de gezelligheid die sporten in groepsverband met zich meebrengt. Daarnaast bieden de Arendse Outdoor Clubs een andere manier van trainen als binnen in de fitnessruimtes en tijdens de groepslessen. Een deel van de Arendse Running leden zijn tevens ook aangesloten bij de Arendse Bootcamp Club omdat zij dan zowel het hardloop- als fitness gerelateerde trainingen krijgen. Andersom geldt dat er onder de leden van de Arendse Bootcamp Club minder interesse is in de Arendse Running Club omdat deze zich voornamelijk terugleggen op de sport hardlopen en dus weinig fitness gerelateerde trainingen heeft.

#### Ervaringen Arendse Outdoor Clubs

De trainingen van de Arendse Outdoor Clubs worden ervaren als goede en leuke trainingen met gevarieerde activiteiten. De leden vinden het lekker om in de buitenlucht te sporten. Eén van de leden gaf aan: *‘De trainingen zijn een leuke groepsles, met een variatie in activiteiten. Het is een keer iets anders omdat het in de buitenlucht is en de oefeningen in teamverband worden gedaan.’*

Over de trainers zijn de leden erg enthousiast. Zij omschrijven hen als vriendelijk, sociaal en motiverend en geven aan dat zij goede gevarieerde oefeningen bedenken. Eén van de leden vertelde:

*‘De trainers bedenken altijd gevarieerde trainingen waarbij verschillende aspecten aan bod komen. Zij zijn ook motiverend en slepen je door de training heen als dat nodig is.’* De trainer van de Arendse Bootcamp/Running Club ervaart de trainingsgroepen als een gezellige en enthousiaste groep die op zijn beurt elkaar weer motiveren tijdens de trainingen.

Het overgrote deel van de leden is tevreden tot zeer tevreden met de trainingstijden, –locaties en evenementen van de Arendse Outdoor Clubs. Een enkeling geeft aan de trainingstijden in het weekend erg vroeg te vinden. De leden zijn tevreden over de communicatie rondom de Arendse Outdoor Clubs. Echter vinden zij dat er meer promotie plaats kan vinden richting potentiële leden.

Op de vraag, zijn er onderdelen/elementen missen bij de Arendse Outdoor Clubs, werd door twee leden aangegeven dat zij graag meer onderdelen zien die zwaarder zijn maar wel reëel blijven om uit te voeren. Zij zoeken iets meer spanning en uitdaging. Eén van de leden gaf aan: *‘Soms meer oefeningen sneller achter elkaar. Anders luister je meer naar de uitleg dan dat je aan het trainen bent.’* Een verbeterpunt is dat de leden graag meer deelnemers willen hebben. De leden ervaren de Arendse Outdoor Clubs als leuk en gezellig buiten sporten in groepsverband.

#### Belangrijkste uitkomsten van het onderzoek naar de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs

De huidige leden zijn vrouwen en mannen tussen de 16 en 50 jaar oud. Zij zijn woonachtig in de gemeente Maasdriel, waar Kerkdriel een onderdeel van uitmaakt. De voornaamste redenen om te sporten zijn de gezondheid, het gewicht/figuur controleren, ontspanning en gezelligheid. De voornaamste redenen om zich aan te sluiten bij de Arendse Outdoor Clubs zijn de gezondheid en de gezelligheid die trainen in groepsverband met zich meebrengt. Daarnaast wordt de Arendse Outdoor Clubs gezien als een goede variatie op de fitness- en groepslessen. Onder de Arendse Bootcamp leden is er weinig interesse in de Arendse Running Club omdat hier meer op hardlopen wordt getraind dan fitness gerelateerd. Andersom is er onder de Running daarom juist wel interesse in de Arendse Bootcamp Club om de hardlooptrainingen uit te breiden met fitness gerelateerde trainingen. De leden zijn tevreden over de trainingen en de trainers. Zij vinden het leuke trainingen met variërende activiteiten die worden gegeven door vriendelijke, sociale en motiverende trainers. Als grootste verbeterpunt zien zij het vergroten van het aantal deelnemers. Een enkeling van deze leden zoekt daarnaast meer spanning en uitdaging in de trainingen. Omdat er voor de Arendse Cycling Club nog geen geschikte trainer is gevonden hebben de uitkomsten van dit onderzoek alleen betrekking op de Arendse Bootcamp Club en Arendse Running Club. Uit het onderzoek kan geconcludeerd worden dat het nieuwe outdoor concept onder de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs goed aanslaat.

### 5.3 Conclusie afnemersanalyse Arendse Outdoor Clubs

---

In het onderzoek naar de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs Kerkdriel is gekeken naar de kenmerken van potentiële afnemers op het gebied van sportgedrag en –interesses, fitness en de Arendse Outdoor Clubs. Hieruit is een duidelijk profiel van de potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs naar voren gekomen. De potentiële afnemers van de Arendse Outdoor Clubs zijn mannen en vrouwen tussen de 21 en 50 jaar afkomstig uit de regio Kerkdriel en die niet bekend zijn met de Arendse Outdoor Clubs. De voornaamste redenen om te sporten zijn fit en gezond worden/blijven, ontspanning, gewicht en figuur controleren en gezelligheid. Deze motivaties sluiten goed aan bij de afnemersprofielen van Arendse Health Club. Populaire sporten onder potentiële afnemers zijn fitness, hardlopen en wielrennen met daarnaast sporten als tennis, voetbal, fietsen en wandelen. Deze sporten sluiten op hun beurt weer aan bij de faciliteiten van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. Uit het onderzoek kan geconcludeerd worden dat de sportinteresses en –behoeften van de potentiële afnemers goed aansluiten bij de Arendse Outdoor Clubs.

In het onderzoek naar de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel is gekeken naar hun sportbehoefte en hoe zij hun lidmaatschap bij de Arendse Outdoor Clubs ervaren. Uit het onderzoek is gebleken dat de voornaamste redenen om te sporten de gezondheid, het gewicht/figuur controleren, ontspanning en gezelligheid zijn. De leden zijn tevreden over de trainingen die worden gegeven en de trainers. Zij hebben zicht voornamelijk aangesloten bij de Arendse Outdoor Clubs om te werken aan de gezondheid, voor de gezelligheid die trainen in groepsverband met zich meebrengt en de variatie van outdoor fitness ten opzichte van de reguliere fitness en groepslessen. Verbeterpunten zijn het vergroten van het aantal deelnemers en een enkeling zoekt meer spanning en uitdaging in de trainingen. Uit het onderzoek onder de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs kan geconcludeerd worden dat het nieuwe concept goed bevalt onder de leden van Arendse Health Club Kerkdriel.

Uit het onderzoek naar de afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel kan op basis van de leeftijd, woonplaats en sportmotivatie/-behoeften van de potentiële en huidige afnemers geconcludeerd worden dat er in de regio Kerkdriel zeker potentie is voor de Arendse Outdoor Clubs.

## Hoofdstuk 6 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de conclusies beschreven aan de hand van de onderzoeksvragen en probleemstelling van dit onderzoek. Uit deze conclusies zullen aanbevelingen voortkomen die verder zullen worden uitgewerkt in de vorm van een marketingplan.

### 6.1 Conclusies

De probleemstelling van dit onderzoek is:

***‘Hoe kan Arendse Health Club de nieuwe outdoor afdeling bij de vestiging in Kerkdriel binnen 1 jaar laten groeien van 0 naar 75 vaste gebruikers?’***

Uit de interne analyse is gebleken dat de marketingcommunicatie van Arendse Health Club vanuit het hoofdkantoor wordt opgezet en aangestuurd. Dit is voor de vestiging Kerkdriel een zwakte omdat zij zelf weinig inbreng hebben in de marketingcommunicatie rondom de Arendse Outdoor Clubs. Daarnaast wordt er momenteel niet genoeg aandacht besteed aan het werven van nieuwe leden voor de Arendse Outdoor Clubs onder potentiële afnemers. Dit is herkenbaar voor een nieuw concept en blijkt mede uit de interne analyse als uit het onderzoek naar de wensen en behoeften van de potentiële afnemers. Ruim 80% van deze potentiële afnemers is namelijk niet bekend met de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. Dit komt omdat tot op heden de Arendse Outdoor Clubs voornamelijk onder de huidige leden van Arendse Health Club zijn gepromoot. De sporten die bij de Arendse Outdoor Clubs worden aangeboden zijn populaire sporten onder de potentiële afnemers. Ruim 41% van de potentiële afnemers heeft aangegeven interesse te hebben in de Arendse Outdoor Clubs en ongeveer 40% hier nog geen mening over had. Dit biedt een grote kans voor de werving van leden via een externe marketingcommunicatiecampagne. De marketingcommunicatiecampagne moet zich gaan richten op de volgende doelgroep: mannen en vrouwen tussen de 21 en 50 jaar uit de regio Kerkdriel die sporten voor hun fitheid/gezondheid, gewicht, gezelligheid en voor ontspanning. Populaire sporten onder de doelgroep zijn fitness, hardlopen, wielrennen en daarnaast tennis, voetbal, fietsen en wandelen en zij zijn niet bekend met de Arendse Outdoor Clubs.

Een sterkte van Arendse Health Club is het brede aanbod aan fitness- en wellness activiteiten, evenals het aanbod binnen de Arendse Outdoor Clubs. De huidige leden hebben aangegeven tevreden te zijn over het aanbod van de Arendse Outdoor Clubs. Een enkeling ziet graag wat meer uitdaging in de training maar als grootste verbeterpunt werd aangegeven dat men graag meer deelnemers ziet. Dit slaat weer terug op de geringe marketingcommunicatie richting potentiële leden.

De Nederlandse fitnessmarkt heeft jarenlang een grote groei doorgemaakt en is met ruim 3,2 miljoen beoefenaars uitgegroeid tot de meest beoefende sport van Nederland. Echter is deze markt in de verdringingsfase terecht gekomen. De vraag zal stabiel blijven en de consument is zeer gevoelig voor stuntprijzen van de low budget fitnesscentra. Zij willen alleen extra betalen voor onderscheidende concepten. Het is voor Arendse Health Club, als premium fitnesscentra, dan ook belangrijk om zich te blijven onderscheiden. De Arendse Outdoor Clubs is een voorbeeld van een onderscheidende factor ten opzichte van de concurrenten in de regio Kerkdriel. Hiermee wordt er ingespeeld op trends en ontwikkelingen als outdoor fitness, het steeds bewuster worden van de consument van hun sport- en beweeggedrag en de toenemende vraag naar professionele begeleiding en voedingsadvies.

Op het gebied van outdoor fitness zijn er in Nederland honderden aanbieders actief doordat deze vorm van fitness de afgelopen jaren steeds aan populariteit toeneemt. Echter zijn de voorspellingen voor 2016 dat de populariteit zal gaan afnemen en in de toekomst alleen de beste aanbieders over zullen blijven. Ook op het gebied van de Arendse Outdoor Clubs is het voor Arendse Health Club dus

belangrijk om zich te blijven onderscheiden. Het aanbieden van meerdere outdoor sporten dan alleen Bootcamp is hier al een goed begin van. Daarnaast zal Arendse Health Club in moeten gaan springen op nieuwe kansen als bijvoorbeeld de sterke opkomst van draagbare technologie. Dit is de nummer 1 trend voor 2016 en bevat onder andere apps die beweeggedrag en voortgang registreren en beweeg- en hartslagmeters. De Arendse Outdoor Clubs kan hierop inspelen door de leden een optie te bieden om tijdens de trainingen te sporten met een hartslagmeter die zij (eventueel tegen gereduceerd tarief) kunnen aanschaffen bij Arendse Health Club. Tijdens een workshop/bijeenkomst kan er dan ingegaan worden op de voordelen die het gebruik van deze trend met zich meebrengt.

In de regio Kerkdriel zijn er 5 fitnesscentra en 11 Bootcampclubs, hardloop- en wielerverenigingen die concurrenten vormen voor de Arendse Outdoor Clubs. De fitnesscentra en Bootcampclubs zijn hierbij de concurrenten van de Arendse Bootcamp Club en de hardloop- en wielerverenigingen van de Arendse Running en Cycling Club. De clubs en verenigingen zijn grote concurrenten van de Arendse Outdoor Clubs omdat zij naast gespecialiseerde trainingen en gecertificeerde trainers ook voordelen bieden als lidmaatschap bij de landelijke sportbond en korting op deelname aan bepaalde evenementen en bij samenwerkingspartners. Door de vele voordelen die een lidmaatschap met zich meebrengt is het belangrijk dat de Arendse Outdoor Clubs zich gaat onderscheiden van deze concurrenten. Zeker omdat lidmaatschap bij een vereniging op jaarbasis goedkoper is dan bij de Arendse Outdoor Clubs. Bijeenkomsten over voeding en andere leefstijlfactoren zijn hier een voorbeeld van, omdat bij de verenigingen vooral de aandacht op de sport ligt.

Het antwoord op de probleemstelling, 'Hoe kan Arendse Health Club de nieuwe outdoor afdeling bij de vestiging in Kerkdriel binnen 1 jaar laten groeien van 0 naar 75 vaste gebruikers?', is door middel van het creëren van een onderscheidend karakter en het opzetten en uitvoeren van een marketingcommunicatiecampagne gericht op de potentiële afnemers. De promotie van de Arendse Outdoor Clubs is intern al gestart vanaf begin 2015 en zal nu uitgebreid moeten gaan worden naar de potentiële afnemers. Zeker gezien het feit dat er onder potentiële afnemers veel interesse is in (de sporten van) de Arendse Outdoor Clubs. De doelgroep zal zijn mannen en vrouwen tussen 21 en 50 jaar uit de regio Kerkdriel die niet bekend zijn met de Arendse Outdoor Clubs, sporten voor hun fitheid/gezondheid, om gewicht te controleren en voor de ontspanning en gezelligheid. Hierbij moet rekening worden gehouden dat de sporten die bij de Arendse Outdoor Clubs worden aangeboden op eigen gelegenheid of bij een sportvereniging worden beoefend. De Arendse Outdoor Clubs moeten zichzelf gaan positioneren als de meest complete outdoor clubs in de regio Kerkdriel waar onder professionele begeleiding en in de buitenlucht gewerkt kan worden aan conditie en spierkracht. Nieuwe onderscheidende factoren kunnen bijvoorbeeld bijeenkomsten over leefstijlfactoren, nieuwe samenwerkingspartners en de mogelijkheid tot gebruik van hartslagmeters zijn. Daarnaast kan door het gebruik van nieuwe marketingcommunicatiemiddelen als bijvoorbeeld open dagen, een promotiefilm en een andere doelgroep, een nieuwe groep afnemers worden bereikt in de werving naar leden voor de Arendse Outdoor Clubs.

## 6.2 Aanbevelingen

---

Zoals bij de conclusies is beschreven kan de groei van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel onder andere worden gerealiseerd door middel van het creëren van extra onderscheidende factoren en een externe marketingcommunicatiecampagne.

Omdat de Arendse Outdoor Clubs een bestaand concept is, waar de huidige leden zeer tevreden over zijn, zal inhoudelijk weinig aan deze faciliteiten veranderd worden. De invulling van de trainingen mag wat uitdagender, maar moet nog steeds geschikt zijn voor elk sportniveau, om voor iedere deelnemer toch de spanning en uitdaging in de trainingen te houden. De prijs van het outdoor abonnement zal tevens gelijk blijven omdat deze door de potentiële afnemers als redelijk wordt ervaren. De Arendse Outdoor Clubs zullen worden gepositioneerd als de meest complete outdoor club in de regio Kerkdriel waar de doelgroep onder professionele begeleiding kan sporten in de buitenlucht, aan conditie en spierkracht kan werken en kan deelnemen aan sportieve en interessante evenementen en side-events. Een extra onderscheidende factor van de Arendse Outdoor Clubs zijn side-events die inspelen op belangrijke leefstijlfactoren als bijvoorbeeld voeding, zodat er niet als bij de concurrenten de aandacht puur op de outdoor sporten ligt. Daarnaast is de nieuwe trend draagbare technologie een grote kans om zich te onderscheiden wanneer er voor leden de mogelijkheid is om deze aan te schaffen bij Arendse Health Club, er informatiele bijeenkomsten plaatsvinden over deze hartslagmeters en de voordelen van het gebruik en dat deze tijdens de trainingen gebruikt gaan worden.

Daarnaast zal de nieuwe marketingcommunicatiecampagne van de Arendse Outdoor Clubs zich gaan richten op de doelgroep mannen en vrouwen van 20 tot 50 jaar uit de regio Kerkdriel die niet bekend zijn met de Arendse Outdoor Clubs en sporten voor hun fitheid/gezondheid, om hun gewicht te controleren en voor ontspanning en gezelligheid. Populaire sporten onder de doelgroep zijn fitness, hardlopen, wielrennen, tennis en voetbal. Allereerst is het belangrijk dat deze potentiële leden bekend worden met de Arendse Outdoor Clubs en geïnformeerd worden over de eigenschappen, voordelen en waarden die deze Outdoor Clubs met zich meebrengen. Momenteel vindt de marketingcommunicatie vooral plaats onder de leden van Arendse Health Club, maar om de doelstelling van 75 leden binnen 1 jaar te gaan behalen zal ook gebruikt gemaakt moeten worden van externe marketingcommunicatie.

Een uitgebreide uitwerking van deze aanbevelingen is te vinden in hoofdstuk 6 t/m 8 Adviesplan, implementatieplan en financiële consequenties.

## Hoofdstuk 7 Marketingplan Arendse Outdoor Clubs

Hoofdstuk 7 van deze scriptie bedraagt marketingplan ten behoeve van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. Hierin komen het marketingbeleid en de marketingtactiek aan bod met de onderdelen marketingdoelstellingen, -strategie en de marketingmix voor de Arendse Outdoor Clubs beschreven.

### 7.1 Marketingbeleid

---

#### 7.1.1 Marketingdoelstellingen

De marketingdoelstellingen voor de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel zijn:

- De naamsbekendheid van de Arendse Outdoor Clubs onder potentiële afnemers stijgt binnen 1 jaar van 20% naar 50%.
- Binnen 1 jaar het aantal leden van de Arendse Outdoor Clubs verhogen van 25 naar 75 leden.
- Arendse Health Club is de meest complete aanbieder op het gebied van outdoor sport in Kerkdriel en omgeving.

#### 7.1.2 Marketingstrategie

##### Doelgroep

De marketingdoelgroep van de Arendse Outdoor Clubs wordt beschreven aan de hand van de niveaus algemeen, domein specifiek en merk specifiek. De doelgroep is mannen en vrouwen tussen de 20 en 50 jaar uit de regio Kerkdriel die sporten om fit/gezond worden en blijven, gewicht/figuur controleren, ter ontspanning en voor de gezelligheid. Populaire sporten zijn fitness, hardlopen, wielrennen, tennis en voetbal en zij zijn niet bekend met de Arendse Outdoor Clubs Kerkdriel.

##### Positionering

Bij de positionering van de Arends Outdoor Clubs zal gebruik worden gemaakt van een tweezijdige positionering. Zowel de eigenschappen, voordelen als de waarden van de Arendse Outdoor Clubs zullen hierin naar voren komen.

##### Positioneringsstatement

De Arendse Outdoor Clubs zijn de meest complete outdoor club in de regio Kerkdriel waar men, ongeacht leeftijd en fitnessniveau, onder professionele begeleiding en in groepsverband kan sporten in de buitenlucht, kan werken aan conditie en spierkracht en kan deelnemen aan sportieve en interessante side-events.

### 7.2 Marketingtactiek

---

De marketingtactiek van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel zal worden beschreven aan de hand van de onderdelen product, prijs, distributie, personeel en marketingcommunicatie.

#### 7.2.1 Product

##### Productdoelstellingen

Productdoelstellingen Arendse Outdoor Clubs:

- o 20% van de potentiële afnemers sluit zich aan bij de Arendse Outdoor Clubs
- o Per 20 leden van de Arendse Outdoor Clubs mag er maximaal 1 klacht zijn.
- o De Arendse Outdoor Clubs is de meest complete aanbieder van outdoor sport in de regio Kerkdriel.

## Eigenschappen, voordelen en waarden

### Eigenschappen

- Arendse Running Club
- Arendse Cycling Club
- Arendse Bootcamp Club
- Workshops, clinics, evenementen en side-events
- Outdoor abonnement
- Spreekuur fysiotherapeut

### Voordelen

- Sporten in de buitenlucht
- Professionele begeleiding
- Geschikt voor elke leeftijd en fitnessniveau
- Samenwerking met voedingscoaches, fitnessstrainers en fysiotherapeuten
- (eventuele) Samenwerking met Run2Day, Bikecenter Van Tuyl en Polar.

### Waarden

Bij de Arendse Outdoor Clubs kunnen de leden onder professionele begeleiding sporten in de buitenlucht, genieten van de natuur, tegelijkertijd werken aan conditie en spierkracht en deelnemen aan evenementen, clinics, workshops en andere side-events die worden georganiseerd.

## Assortiment

### Core product

Bij de Arendse Outdoor Clubs kunnen leden onder professionele begeleiding sporten in de buitenlucht, genieten van de natuur en tegelijkertijd werken aan conditie en spierkracht.

### Actual product

De Arendse Outdoor Clubs bestaan uit de Arendse Running Club, Arendse Cycling Club en Arendse Bootcamp Club. De Arendse Running Club verzorgt gevarieerde en krachtige trainingen geschikt voor zowel beginnende als gevorderde hardlopers. De trainingen bestaan uit hardloop- en core trainingen. De trainingen van de Arendse Running Club vinden plaats op zaterdag om 09.30 uur en zondag 09.00 uur onder professionele begeleiding en duren een uur. Deelname aan de Arendse Running Club is voor iedereen toegankelijk en kosteloos binnen een abonnement bij Arendse Health Club.

De Arendse Cycling Club bestaat zowel uit race- als MTB trainingen. Hier staan plezier en progressie centraal. De trainingen zijn dan ook geschikt voor zowel de beginnende als de gevorderde fietser. Elke week zal er één worden gehouden, afhankelijk van het animo voor deze trainingen. De racetrainingen zullen bestaan uit tochten van 50 à 60 kilometer. Een overzicht van enkele bestaande tochten in de regio Kerkdriel is te vinden in Bijlage 14 Fietsroutes Arendse Cycling Club. In de wintermaanden ligt de nadruk op MTB en indoortrainingen als spinning en kracht. Deelname aan de Arendse Cycling Club is voor iedereen toegankelijk en kosteloos binnen een abonnement bij Arendse Health Club.

De Arendse Bootcamp Club is de Bootcamp Club in Kerkdriel en omgeving waar men kan knallen en het beste uit zichzelf naar boven kan halen. De Bootcamp is een full body workout afkomstig van het Amerikaanse leger. De trainingen vinden, onder professionele begeleiding, plaats op woensdag om 20.00 uur en zaterdag om 10.30 uur en duren een uur. Tijdens deze Bootcamp trainingen komen spierversterkende en conditieopbouwende oefeningen aan bod die geschikt zijn voor elk sport-/fitnessniveau. Deelname aan de Arendse Bootcamp Club is voor iedereen toegankelijk en kosteloos binnen een abonnement bij Arendse Health Club.

### Augmented product

Naast de trainingen van de Arendse Outdoor Clubs worden regelmatig evenementen, clinics, workshops en lezingen georganiseerd. Er wordt tevens nauw samengewerkt met de voedingscoaches, fitnesscoaches en fysiotherapeuten zodat de leden altijd veilig en goed kunnen trainen. Daarnaast zal een samenwerking worden opgestart met Run2Day en Bikecenter Van Tuyl,

waar de leden door middel van een spaarkaart kunnen sparen voor 10% korting op hun volgende aankoop. De samenwerking met Polar zal worden voortgezet en biedt leden de mogelijkheid om hartslagmeters aan te schaffen en hiermee te gaan trainen.

#### Merkbeleid

Arendse Health Club is een paraplu-merk omdat alle faciliteiten/productcategorieën worden aangeboden onder dezelfde merknaam. De Arendse Outdoor Clubs wordt een individueel merk die naast de andere faciliteiten van Arendse Health Club gaat lopen. De reden dat er wordt gekozen voor een individueel merk is omdat de Arendse Outdoor Clubs andere eigenschappen hebben dan de andere faciliteiten die worden aangeboden. Hierbij kan gedacht worden aan het sporten in de buitenlucht en in groepsverband, geen gebruik van fitnessapparaten en het organiseren van diverse side-events.

#### Kwaliteitsbeleid

De kwaliteit van de trainingen bij de Arendse Outdoor Clubs wordt gegarandeerd doordat deze worden gegeven door professionele en gediplomeerde trainers met veel ervaring. De Bootcamp en Running trainer is binnen Arendse Health Clubs werkzaam als fitnesstrainer. Voor de Cycling Club vindt een externe werving voor trainers plaats. Dit wordt gedaan bij wielerverenigingen en -speciaalzaken om er zeker van te zijn dat er een professionele en ervaren trainer voor de groep staat. Voor de workshops en clinics worden gediplomeerde en/of ervaren sprekers/sporters gekozen.

De invulling van de trainingen van de Arendse Outdoor Clubs worden bepaald door de trainers, die zorgen voor een goede trainingsopbouw en voor trainingen die geschikt voor ieder sport- en fitnessniveau. De side-events worden vanuit het hoofdkantoor opgezet en/of uitbesteed aan de vestiging Kerkdriel. Door dit tijdig te communiceren met deze vestiging kan daar ruim op tijd begonnen worden met de promotie en werving voor deze side-events.

De gebruikerskwaliteit is het verschil tussen de verwachting van de consument en wat zij waarnemen bij deelname aan de Arendse Outdoor Clubs. Er zal een positieve gebruikerskwaliteit zijn omdat niet meer zal worden beloofd dan dat de Arendse Outdoor Clubs daadwerkelijk waar kan maken. Enkele voorbeelden hiervan zijn werken aan spierkracht en conditie versus gevarieerde trainingen en activiteiten, sporten in de buitenlucht versus het is fijn om in groepsverband te sporten in de buitenlucht en prijs outdoor abonnement €19,95 per 4 weken versus de prijs van het outdoor abonnement wordt als redelijk ervaren. Een schematische weergave met meer aspecten van de positieve gebruikerskwaliteit is te zien in Bijlage 13 Gebruikerskwaliteit Arendse Outdoor Clubs.

### 7.2.2 Prijs

#### Prijsdoelstellingen

Prijsdoelstellingen Arendse Outdoor Clubs:

- 90% van de potentiële afnemers ervaart de prijs van het Arendse Outdoor abonnement als redelijk.

#### Prijsbepaling

Omdat de Arendse Outdoor Clubs een bestaand concept is en 87,1% van de potentiële afnemers de prijs van het Arendse Outdoor abonnement als goedkoop of redelijk ervaart zal de huidige prijs van dit abonnement hetzelfde blijven. Het Arendse Outdoor abonnement bedraagt €19,95 per 4 weken en deelname voor leden van Arendse Health Club is kosteloos binnen hun abonnement. Wanneer niet-leden van Arendse Health Club lid wordt van de Arendse Outdoor Clubs kan diegene binnen het outdoor abonnement deelnemen aan alle trainingen en side-events van de Arendse Outdoor Clubs.

### Prijsstrategie

Voor het Outdoor abonnement is een algemene prijsstrategie gehanteerd, namelijk de toegevoegde waarde prijsstrategie. Dit betekent dat er is gekozen voor een maximale prijsstelling die past bij de waarde perceptie die de consument heeft bij de Arendse Outdoor Clubs. Er is sprake van een goede prijs-kwaliteitverhouding omdat men naast alleen trainingen ook deel kan nemen aan evenementen, workshops, clinics en andere side-events. Daarnaast krijgen de leden van de Arendse Outdoor Clubs een spreekuur bij de fysiotherapeut, wordt er nauw samengewerkt met de voedingscoaches en fitnesscoaches van Arendse Health Club en kunnen de leden sparen voor korting bij de samenwerkingspartners Run2Day en Bikecenter Van Tuyl.

### Prijskortingen

Bij de Arendse Outdoor Clubs is er sprake van verkapte kortingen in de vorm van samenwerkingskorting. Wanneer vanuit de samenwerkingspartners Run2day en Bikecenter Van Tuyl consumenten lid willen worden van de Arendse Outdoor Clubs is er een samenwerkingskorting van €15 voor de eerste 4 weken. Na deze 4 weken geldt voor hen de reguliere abonnementskosten.

## 7.2.3 Plaats

### Arendse Bootcamp Club

De trainingen van de Arendse Bootcamp Club vinden plaats op locaties die voor de leden lopend te bereiken zijn. Wanneer gekozen wordt voor een locatie die niet op loopafstand van de vestiging Kerkdriel is, bijvoorbeeld omdat een training in een bos plaats vindt, wordt dit tijdig met de leden gecommuniceerd. Zo kan gezamenlijk worden besproken hoe men naar de betreffende locatie gaat.

### Arendse Cycling Club

De racetrainingen van de Arendse Cycling Club zijn tochten van 50 à 60 kilometer, met een startlocatie binnen 10 kilometer vanaf de vestiging Kerkdriel. Dit om te voorkomen dat leden extra moeten reizen bij deelname aan de trainingen. De tochten zullen eindigen op de startlocatie en vinden voornamelijk plaats in de Bommelerwaard. In Bijlage 14 Fietsroutes Arendse Cycling Club zijn 3 bestaande fietsroutes te vinden die starten in het nabij gelegen Rossum. Naast deze bestaande routes hebben de trainer en leden de mogelijkheid om samen routes op te zetten.

### Arendse Running Club

De trainingen van de Arendse Running Club starten bij Arendse Health Club Kerkdriel of op een locatie op loopafstand van deze vestiging. Dit om net als bij de andere Outdoor Clubs te voorkomen dat de leden extra moeten reizen naar de startlocatie. De startlocatie van de trainingen worden bepaald door desbetreffende trainer en zullen voornamelijk plaatsvinden binnen een straal van 5 kilometer.

## 7.2.4 Personeel

### Personeelsdoelstellingen

Personeelsdoelstellingen Arendse Outdoor Clubs:

- 95% van de leden van de Arendse Outdoor Clubs is tevreden over de trainers.

### Personeelskenmerken

Voor de Arendse Outdoor Clubs is het belangrijk om gemotiveerde en ervaren trainers aan te stellen binnen de tak van sport van de betreffende outdoor club. Voor de Arendse Bootcamp Clubs is er dan ook een trainer nodig met een fitness- en/of personal trainer diploma. Voor de Arendse Running Club en Arendse Cycling Club is het belangrijk dat de trainer veel ervaring heeft op het gebied van hardlopen en wielrennen. Dit betekent dat de trainer zelf actief is (geweest) binnen de tak van sport of dat deze werkzaam is binnen bijvoorbeeld een hardloop-/wielerspecialzaak. Een trainingsdiploma

binnen deze takken van sport heeft de voorkeur, maar is niet vereist. Naast vakbekwame kenmerken zijn persoonlijke kenmerken ook belangrijk. De trainers moeten sportief aangelegd zijn, een passie hebben voor hun sport en een open en representatieve houding/uitstraling hebben. Daarnaast moet hij of zij leiding kunnen geven aan een groep sporters en deze sporters kunnen enthousiasmeren en motiveren om het beste uit zichzelf te halen.

#### Werving personeel

Voor de Arendse Running en Bootcamp club is één van de huidige werknemers van Arendse Health Club Kerkdriel aangesteld. Voor de Arendse Cycling Club is intern geen geschikte trainer gevonden en zal er nog een trainer geworven moeten worden. Deze werving zal plaatsvinden bij wielerverenigingen en wielerspeciaalzaken in de regio Kerkdriel. Daarnaast wordt op de website en de Facebookpagina van Arendse Health Club een vacature geplaatst waar men op kan solliciteren.

#### Personeelszaken

Voor de personeelszaken van huidige werknemers van Arendse Health Club die worden aangesteld als trainer van de Arendse Outdoor Clubs geldt dat hun arbeidsvoorwaarden gelijk zullen blijven. Omdat zij vaker zullen worden ingezet zal hun bruto maandloon stijgen. Voor het aanstellen van nieuwe trainers zal gebruik worden gemaakt van de cao sport- en fitnesscentra en zullen de arbeidsvoorwaarden worden aangepast naar de functie en het aantal uren dat de trainers in dienst zijn van Arendse Health Club.

### 7.2.5 Marketingcommunicatie

#### Marketingcommunicatiedoelgroep

De marketingcommunicatiedoelgroep van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel is mannen en vrouwen tussen de 20 en 50 jaar uit de regio Kerkdriel die niet bekend zijn met de Arendse Outdoor Clubs en sporten om fit en gezond worden/blijven, gewicht/figuur te controleren, ter ontspanning en voor de gezelligheid. Populaire sporten zijn fitness, hardlopen, wielrennen, tennis en voetbal en zij zijn niet bekend met de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel.

#### Marketingcommunicatiedoelstellingen

De marketingcommunicatiedoelstellingen zijn:

- 60% van de doelgroep van de Arendse Outdoor Clubs kent op 1 juni 2016 de Arendse Outdoor Clubs.
- 40% van de doelgroep die kennis heeft van de Arendse Outdoor Clubs vindt voor 1 augustus 2016 dat de Arendse Outdoor Clubs een mooie kans is om te sporten in de buitenlucht en tegelijkertijd te werken aan conditie en spierkracht.
- 25% van de doelgroep die de juiste houding heeft gaat voor 1 september 2016 de intentie tonen om zich aan te sluiten bij de Arendse Outdoor Clubs.

Deze percentages zijn als volgt bepaald:

Momenteel is 20% van de doelgroep bekend met de Arendse Outdoor Clubs zonder dat er onder deze groep promotie heeft plaatsgevonden. Een marketingcommunicatiecampagne onder de doelgroep zal de bekendheid (flink) verhogen en wordt 60% als kennisdoel gesteld. Hiervan zal ongeveer twee derde de Arendse Outdoor Clubs daadwerkelijk als een mooie kans zien om te sporten in de buitenlucht en tegelijkertijd aan conditie en spierkracht te werken (houding). Uiteindelijk zal dan 25% de intentie tonen om zichzelf aan te melden (gedrag).

#### Marketingcommunicatiestrategie

De marketingcommunicatiestrategie gaat zich richten op de bekendheid van de Arendse Outdoor Clubs. De doelgroep moet weten dat Arendse Health Club sinds april 2015 gestart is met de Arendse

Outdoor Clubs. Daarna zal dieper ingegaan worden op de eigenschappen, voordelen en waarden van de Arendse Outdoor Clubs zodat de consument weet dat zij hier, ongeacht leeftijd en fitnessniveau, onder professionele begeleiding kunnen sporten in de buitenlucht en tegelijkertijd kunnen werken aan conditie en spierkracht.

### Propositie

De propositie is de boodschap die door middel van de marketingcommunicatie-instrumenten wordt overgebracht naar de doelgroep. De boodschap van de Arendse Outdoor Clubs is: Arendse Outdoor Clubs, de meest complete outdoor club in de regio Kerkdriel waar onder professionele begeleiding gesport wordt in de buitenlucht en tegelijkertijd aan conditie en spierkracht gewerkt kan worden. In het volgende onderdeel, creatief concept, wordt beschreven hoe deze boodschap op de doelgroep wordt overgebracht.

### Creatief concept

Het creatief concept is de creatieve vertaling van de propositie en betreft de wijze waarop deze boodschap aan de doelgroep wordt overgebracht. Het creatief concept van de Arendse Outdoor Clubs speelt in op afnemersbehoeften als gezondheid en fit zijn en bevat de belangrijkste kenmerken van de Arendse Outdoor Clubs. Voorbeelden hiervan zijn de verschillende outdoor sporten, sporten in de buitenlucht, werken aan kracht en conditie en side-events. De slogan is: 'Sterk, fit en gezond met de Arendse Outdoor Clubs!' Deze slogan bevat afnemersbehoeften en heeft tegelijkertijd een persoonlijk karakter omdat deze samen met de Arendse Outdoor Clubs gerealiseerd worden. Daarnaast wordt er gebruik gemaakt van beeldmateriaal van de verschillende outdoor sporten (en side-events), waardoor het aanbod en het sporten in de buitenlucht duidelijk met de doelgroep gecommuniceerd wordt. In het onderdeel Marketingcommunicatie-instrumenten en media zijn voorbeelden te zien van de doorvertaling van het creatief concept in de verschillende marketingcommunicatiemiddelen.

### Marketingcommunicatie-instrumenten en media

In onderstaande tabel is een overzicht te zien van de marketingcommunicatie-instrumenten en nieuwe marketingcommunicatiemiddelen die bij de Arendse Outdoor Clubs worden gebruikt. Daarna worden de verschillende marketingcommunicatiemiddelen beschreven.

| MC-instrumenten      | MC-middelen                                                 |
|----------------------|-------------------------------------------------------------|
| Reclame              | Reclameposters                                              |
| Online marketing     | Facebookpagina, promotiefilm                                |
| Salespromotie        | Samenwerkingspartners                                       |
| Persoonlijke verkoop | Informatieboekje                                            |
| Evenementen          | Open dag, promotiestand en deelname lokale sportevenementen |

Tabel 16 MC-instrumenten en -middelen Arendse Outdoor Clubs

#### Reclameposter

Uit het onderzoek naar de potentiële afnemers is gebleken dat ruim 79% van deze potentiële afnemers niet bekend is met de Arendse Outdoor Clubs. Daarom is het belangrijk dat de Arendse Outdoor Clubs veel aandacht besteden aan de externe promotie. Dit kan onder andere door het verspreiden van reclameposters bij populaire sportaccommodaties, horecagelegenheden, (sport)winkels, scholen en bedrijven in de regio Kerkdriel. Deze verspreiding zal elk jaar plaatsvinden vanaf februari, 2 maanden voor de start van het outdoor seizoen. De poster voor de Arendse Outdoor Clubs moet een opvallende poster zijn die de aandacht



Figuur 5 Voorbeeld poster Arendse Outdoor Clubs

van de mensen trekt wanneer zij bijvoorbeeld de sporthal of fietsenwinkel binnenlopen. De boodschap, beschreven bij het onderdeel propositie, moet hierop duidelijk naar voren komen en moet de consument uitnodigen om meer te weten willen komen over de Arendse Outdoor Clubs en informatie gaan verzamelen.

### Informatieboekje

Ongeveer 37% van de potentiële afnemers heeft aangegeven geïnformeerd te willen worden via een informatieboekje. In dit informatieboekje komt alle informatie rondom de Arendse Outdoor Clubs te staan, te beginnen met een algemene introductie van de Arendse Outdoor Clubs. Daarna zal per Outdoor Club onder andere in worden gegaan op de trainingen, trainers, side-event, voordelen zodat lezers precies weten wat de verschillende Outdoor Clubs inhouden, wat de regels zijn binnen de clubs, welke evenementen worden georganiseerd en welke voordelen de Arendse Outdoor Clubs bieden. Er zullen per outdoor club recensies in staan van leden die zich al hebben aangesloten bij de Arendse Outdoor Clubs, zodat zij dit gevoel kunnen overdragen aan potentiële afnemers.



Figuur 6 Voorbeeld binnenkant informatieboekje

### Promotiefilm

Voor de website en social media wordt een promotiefilmpje, van maximaal 3 minuten, van de Arendse Outdoor Clubs gemaakt. Hierin zijn beelden te zien van trainingen en side-events en komen leden en trainers aan het woord om te vertellen hoe zij de Arendse Outdoor Clubs ervaren. Het promotiefilmpje is bedoeld om de kijkers mee te nemen in de beleving die plaatsvindt bij de faciliteiten/activiteiten van de Arendse Outdoor Clubs. Tijdens trainingen en side-events van de Arendse Outdoor Clubs zullen beelden worden opgenomen die gebruikt gaan worden voor het promotiefilmpje. Hierbij is het belangrijk dat de veiligheid en de kwaliteit van de training niet in gevaar komt. De promotiefilm kan gemaakt worden door een professioneel bedrijf. Die regelt dan alles qua het benodigde filmmateriaal, de opnames en de montage van de film. Dit zal waarschijnlijk iets duurder zijn maar scheelt een hoop tijd en geregeld tegenover zelf een promotiefilm maken en monteren. Voorafgaand aan de opnames zal in verband met privacy, aan de leden worden gevraagd of zij akkoord gaan met opnames tijdens de trainingen. Het promotiefilmpje kan zowel voor de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel worden gebruikt als voor de Arendse Outdoor Clubs bij de andere vestigingen van Arendse Health Club.

### Facebookpagina Arendse Outdoor Clubs

Voor de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel wordt er een openbare facebookpagina aangemaakt. Wanneer leden en potentiële leden aangeven de pagina leuk te vinden worden zij geïnformeerd en op de hoogte gehouden van wat zich binnen de Arendse Outdoor Clubs afspeelt. Daarnaast zal er een online promotie van de open dag plaatsvinden door het plaatsen van flyers en beeldmateriaal van deze activiteiten en al de samenwerking met samenwerkingspartners als Run2Day, Bikecenter van Tuyl en Polar gepromoot worden. Het promotiefilmpje zal regelmatig worden geplaatst en voor uitgebreide informatie over de Arendse Outdoor Clubs vindt er een doorverwijzing plaats naar de website. Op de facebookpagina zullen elke 2/3 maanden nieuwe campagnes starten over bijvoorbeeld de start van het nieuwe



Figuur 7 Facebookpagina Arendse Outdoor Clubs

outdoor seizoen en/of het belang van voeding en goede materialen.

#### Samenwerking Run2Day, Bikecenter Van Tuyl en Polar

Tijdens de introductie van de Arendse Outdoor Clubs hebben vertegenwoordigers van Run2Day en Bikecenter Van Tuyl een workshop georganiseerd over hardloop- en fietsbenodigdheden voor deelname aan de Arendse Running Club en Arendse Cycling Club. Omdat er al ruim een half jaar verstreken is waarbij er geen contact is geweest met deze twee organisaties zal opnieuw contact opgenomen moeten worden om te kijken of zij open staan voor een nieuwe samenwerking. Indien zij hiervoor openstaan, zullen de mogelijkheden tijdens een gesprek worden besproken. De samenwerking kan op verschillende manieren worden voortgezet, bijvoorbeeld in de vorm van reclame. Arendse Health Club Kerkdriel zal dan een poster van Run2Day en Bikecenter Van Tuyl ophangen in de club in ruil voor het ophangen van een poster van de Arendse Outdoor Clubs bij de twee speciaalzaken. Daarnaast kunnen de leden van de Arendse Outdoor Clubs bij Run2Day en Bikecenter Van Tuyl sparen voor korting door middel van een spaarkaart. Bij Van Tuyl krijgen de leden per €100, bij aankoop van een fiets en per €20 bij aankoop van kleding en accessoires een stempel op hun spaarkaart. Bij Run2Day krijgen de leden per €20 een stempel op hun spaarkaart. Bij een volle spaarkaart (15 stempels) krijgen zij dan 10% korting op hun volgende aankoop. Als tegenprestatie krijgen de klanten van Run2Day en Bikecenter Van Tuyl, bij aanschaf van een Outdoor abonnement, 25% korting op de eerste 4 weken. Vanaf de vijfde week betalen zij de reguliere abonnementsprijs van €19,95 per 4 weken. De samenwerking van Arendse Health Club met Polar wordt voortgezet. Momenteel zijn er in de vestiging Kerkdriel verschillende Polar hartslagmeters en posters van Polar te bewonderen. De leden van de Arendse Outdoor Clubs hebben daardoor de mogelijkheid om (eventueel tegen gereduceerd tarief) een hartslagmeter aan te schaffen en deze te gebruiken tijdens de trainingen van de Arendse Outdoor Clubs.

#### Recensies

Door het plaatsen van recensies op de website, social media en in het informatieboekje krijgen potentiële afnemers een beeld van hoe de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs hun deelname ervaren. Deze ervaringen kunnen net een extra zet zijn waardoor iemand toch gaat overwegen om bijvoorbeeld een proefles te gaan volgen en zich uiteindelijk aan te sluiten bij de Arendse Outdoor Clubs. De recensies kunnen gaan over de trainingen, trainers, side-events en de algemene ervaring binnen de verschillende Outdoor Clubs.

#### Open dag Arendse Outdoor Clubs

Eén keer per jaar zal een open dag van de Arendse Outdoor Clubs worden georganiseerd. Deze vindt plaats in april, aan het begin van het outdoor seizoen. Inwoners uit de regio Kerkdriel kunnen hier kennis maken met de Arendse Outdoor Clubs door middel van Bootcamp-, hardloop- en wielerved clinics. Per outdoor club zullen meerdere clinics plaatsvinden waar maximaal 15 personen aan deel kunnen nemen. Daarnaast zal er voor elke outdoor club een informatiestand zijn waar de bezoekers alle informatie kunnen krijgen over de betreffende outdoor club, de benodigdheden voor deelname en hoe zij zich in kunnen schrijven voor clinics of het Arendse Outdoor abonnement. De trainers van de Arendse Outdoor Clubs zullen de clinics begeleiden. In het geval van clinics van de Arendse Cycling Club zullen fietsen beschikbaar moeten worden gesteld voor degene die niet over een race- of MTB-fiets beschikken. Dit kan door middel van een samenwerking met Bikecenter Van Tuyl of het huren van fietsen. De open dag zal plaatsvinden op het terrein (parkeerplaatsen, grasvelden, etc.) van Optisport De Kreek / Arendse Health Club Kerkdriel. Voor het organiseren van de open dag moet bij de Gemeente Maasdriel een melding worden gedaan door het invullen van het meldingsformulier evenementen. Dit moet minimaal 4 weken voorafgaand aan de open dag worden gedaan.

### Promotiestand en deelname evenementen

De Arendse Outdoor Clubs kunnen bij lokale evenementen, hardloop- en wielerevenementen binnen een straal van 20 kilometer van Kerkdriel een promotiestand aanvragen waar één of alle outdoor clubs gepromoot zullen worden. Hiermee vindt een directe ontmoeting plaats met de doelgroep van de Arendse Outdoor Clubs. Bij de promotiestands worden de bezoekers van de evenementen geïnformeerd over de Arendse Outdoor Clubs, kunnen zij deelnemen aan leuke acties en zich aanmelden voor een proefles of een abonnement. Tevens zal gebruik worden gemaakt van de reclameposters, het informatieboekje en het promotiefilmpje van de Arendse Outdoor Clubs. Daarnaast kunnen de leden van de Arendse Outdoor Clubs deelnemen aan hardloop- en wielerevenementen in Nederland. De trainingen van de Arendse Outdoor Clubs zullen dan in het teken staan van de voorbereiding op bijvoorbeeld deelname aan de Amstel Gold Race of de Vestingloop in 's-Hertogenbosch. Elk outdoor seizoen zal per outdoor club, in overleg met de leden, één evenement uitgekozen waar men als groep aan gaat deelnemen.

### Mediaplanning

In onderstaande tabel is de mediaplanning van de Arendse Outdoor Clubs te zien.

| MC-middel             | Outdoor seizoen | Winterseizoen    | MC-doelstellingen       |
|-----------------------|-----------------|------------------|-------------------------|
|                       | April – oktober | November – maart |                         |
| Reclameposters**      | X               | X                | Kennis                  |
| Informatieboekje      | X               | X                | Houding                 |
| Promotiefilmpje       | X               | X                | Kennis, houding         |
| Facebookpagina        | X               | X                | Kennis, houding, gedrag |
| Samenwerkingspartners | X               | X                | Gedrag                  |
| Recensies             | X               | X                | Houding                 |
| Open dag              | X               |                  | Houding, gedrag         |
| Promotiestand         | X               |                  | Kennis                  |
| Deelname evenementen  | X               |                  | Kennis, houding         |

Tabel 17 Mediaplanning Arendse Outdoor Clubs

In Tabel 17 Mediaplanning Arendse Outdoor Clubs is te zien welke instrumenten in welke periode van het jaar worden ingezet. Voor de reclameposters geldt dat deze worden ontworpen, gedrukt en verspreid in het winterseizoen en dat de promotie dan plaats vindt in het outdoor seizoen. Elke maand worden er nieuwe recensies geplaatst op de website en social media en de open dag vindt één keer per jaar plaats in april. Daarnaast zijn de verschillende middelen gekoppeld aan de marketingcommunicatiedoelstellingen van de Arendse Outdoor Clubs. De kennisdoelstelling is gericht op het vergroten van naamsbekendheid. De houdingdoelstelling richt zich op dat potentiële leden de Arendse Outdoor Clubs als een mooie kans is om te sporten in de buitenlucht en tegelijkertijd aan conditie en spierkracht te werken en de gedragsdoelstelling richt zich op de intentie om zich aan te sluiten bij de Arendse Outdoor Clubs.

### Meten en evalueren

De marketingcommunicatiecampagne zal vanaf februari 2016 worden opgezet en van start gaan in april 2016. De 0-meting van de Arendse Outdoor Clubs vindt plaats op 1 juni 2016. Zo kan worden vastgesteld of de kennisdoelstelling is behaald. De 1-meting zal plaatsvinden op 1 september 2016. Dit is 3 maanden na de 0-meting en de datum waarop de andere doelstellingen behaald moeten zijn. Door het afnemen van enquêtes onder de marketingcommunicatiedoelgroep kan worden vastgesteld of de doelstellingen zijn behaald. De doelgroep zal hiervoor steekproefsgewijs benaderd worden net als bij het onderzoek naar de potentiële afnemers in Hoofdstuk 5 Afnemers Arendse Outdoor Clubs.

## Hoofdstuk 8 Implementatieplan

Dit hoofdstuk bevat het implementatieplan 2016-2018 voor de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel. Hierin komen de confrontatiemomenten van de marketingcommunicatiemiddelen, evaluatiemomenten en een overzicht van een introductieplan aan bod.

### Implementatie marketingcommunicatie 2016-2018

In onderstaande tabel is een overzicht te zien van de inzet van marketingcommunicatiemiddelen die gedurende het jaar bij de marketingcommunicatiecampagne van de Arendse Outdoor Clubs worden gebruikt.

|                              | Outdoor seizoen |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|------------------------------|-----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                              | Jan             | Feb | Mrt | Apr | Mei | Jun | Jul | Aug | Sep | Okt | Nov | Dec |
| <b>Marketingcommunicatie</b> |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Reclameposters               |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Informatieboekje             |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Promotiefilmpje              |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Facebookpagina               |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| - Social media campagne      |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Samenwerkingspartners        |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Recensies                    |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Open dag                     |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Promotiestand evenementen    |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Deelname evenementen         |                 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |

Tabel 18 Implementatie marketingcommunicatie

#### Toelichting:

- De *reclameposters* worden elk jaar verspreid 2 maanden voor de start van het outdoor seizoen.
- Nadat het *informatieboekje* ontworpen en gedrukt is zal deze gedurende het hele jaar gebruikt worden om de doelgroep te informeren over de Arendse Outdoor Clubs. Het informatieboekje bevat geen trainingstijden waardoor deze meerdere jaren mee kan indien er inhoudelijk niet te veel aan het concept veranderd.
- De *promotiefilm* wordt tot het einde van het outdoor seizoen gebruik van gemaakt. Dan vindt er in de winter een pauze plaats om vanaf januari/februari opnieuw de aandacht van de doelgroep te trekken. Om de 2 jaar wordt er een nieuwe versie van de promotiefilm gemaakt.
- Communicatie via de *facebookpagina* vindt plaats gedurende het gehele jaar. Elke 3 maanden zal er een nieuwe social media campagne worden geïntroduceerd.
- Leden van de Arendse Outdoor Clubs kunnen gedurende het gehele jaar gebruik maken van de spaaracties bij de *samenwerkingspartners*. Aan het einde van het jaar zal dan een nieuwe promotieactie worden bedacht en gestart.
- Tijdens het outdoor seizoen worden elke maand nieuwe *recensies* gecommuniceerd via de website en social media.
- Elk jaar wordt er in april een *open dag* voor de Arendse Outdoor Clubs georganiseerd.
- In jaar 1 zal de Arendse Outdoor Clubs bij 3 evenementen staan met een *promotiestand*. Daarna 4 keer in jaar 2 en 5 keer in jaar 3.
- Tijdens het outdoor seizoen wordt er in jaar 1 drie keer *deelgenomen aan een evenement* door een Arendse Outdoor team. Dit betekent voor elke Outdoor Club 1 evenement inclusief eventueel trainingsprogramma voorafgaand aan het evenement.

## Evaluatie en vernieuwen 2016-2018

In onderstaande tabel is een overzicht te zien van evaluatiemomenten binnen de Arendse Outdoor Clubs en vernieuwsmomenten van bepaalde marketingcommunicatiemiddelen.

|                        | Outdoor seizoen |     |     |        |     |     |        |     |     |     |     |     |
|------------------------|-----------------|-----|-----|--------|-----|-----|--------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Evaluatie              | Jan             | Feb | Mrt | Apr    | Mei | Jun | Jul    | Aug | Sep | Okt | Nov | Dec |
| Trainingen             |                 |     |     |        |     |     |        |     |     |     |     |     |
| Trainer                |                 |     |     |        |     |     |        |     |     |     |     |     |
| Marketingcommunicatie  |                 |     |     |        |     |     |        |     |     |     |     |     |
| Outdoor sporten        |                 |     |     |        |     |     |        |     |     |     |     |     |
| Side-events            |                 |     |     |        |     |     |        |     |     |     |     |     |
|                        | Jaar 1          |     |     | Jaar 2 |     |     | Jaar 3 |     |     |     |     |     |
| Vernieuwen MC-middelen |                 |     |     |        |     |     |        |     |     |     |     |     |
| Reclameposter          | X               |     |     | X      |     |     | X      |     |     |     |     |     |
| Informatieboekje       | X               |     |     | -      |     |     | -      |     |     |     |     |     |
| Promotiefilm           | X               |     |     | -      |     |     | X      |     |     |     |     |     |

Tabel 19 Implementatie evaluatie- en vernieuwsmomenten

### Evaluatie

- Elke maand vindt er een evaluatie plaats van de trainingen, waarin onder andere de opkomst, communicatie en invulling van wordt besproken en wordt er gekeken naar wat er wel goed aanslaat bij de leden en wat niet. Zo kunnen de trainingen blijven verbeteren.
- Elke 3 maanden van het outdoor seizoen vindt er een evaluatie van de trainers plaats. De eerste, aan de start van het outdoor seizoen, zal zich voornamelijk richten op de plannen van de trainer voor het komende seizoen. De andere momenten gaan over het functioneren van de trainer binnen de Arendse Outdoor Clubs. In oktober kan dan besloten worden om verder te gaan met de betreffende trainer of op zoek te gaan naar een nieuwe trainer.
- In het eerste jaar vindt er elk kwartaal een evaluatie plaats van het effect van de marketingcommunicatiecampagne en –middelen. Hierin wordt bijvoorbeeld gekeken naar welke middelen wel en minder goed aanslaan bij de doelgroep. Als een nieuw lid zich aanmeldt wordt genoteerd via welke middelen ze met de Arendse Outdoor Clubs in contact zijn gekomen en uiteindelijk de beslissing hebben genomen om lid te worden. Middelen die weinig effect hebben kunnen dan vervallen en/of vervangen worden door een nieuw mc-middel. Hetzelfde geldt voor het effect van de social media campagnes.
- Aan het eind van het outdoor seizoen vindt er een evaluatie per outdoor club plaats. Hierin wordt dan voornamelijk gekeken of er voldoende interesse is in de betreffende sporten. Zo kan bijvoorbeeld bij te weinig animo worden besloten om de betreffende sport te laten vallen en wellicht een nieuwe sport te introduceren.
- Er zijn twee evaluatiemoment voor de side0events. Deze geven inzicht in welke onderwerpen van side-event wel en niet goed aanslaan bij de leden. Een grote opkomst bij een bijeenkomst over voeding en een geringe opkomst bij een bijeenkomst over de juiste sportmaterialen geeft duidelijk aan waarin de leden meer geïnteresseerd zijn.

### Vernieuwen MC-middelen

- Elk jaar een nieuwe reclameposter en introductie van het nieuwe outdoor seizoen.
- Het informatieboekje zal eens in de 3 jaar worden aangepast. Deze zal voornamelijk algemene informatie bevatten en dus geen trainingsdagen en –tijden zodat het boekje voor langere tijd mee kan. Er zullen wel elk jaar informatieboekjes worden bijgedrukt.
- De promotiefilm wordt om de 3 jaar vernieuwd. Zoals eerder vermeld zal er in het eerste jaar een korte pauze plaatsvinden waarna dan in het begin van jaar 2 opnieuw de aandacht wordt getrokken bij de doelgroep. In het derde jaar komt de Arendse Outdoor Clubs dan met een hele nieuwe promotiefilm.

## Hoofdstuk 9 Financiële consequenties

In dit hoofdstuk worden de financiële consequenties van de introductie van de Arendse Outdoor Clubs beschreven. Een uitgebreid overzicht van de financiële consequenties en de onderbouwing hiervan is te vinden in Bijlage 12 Onderbouwing financiële consequenties.

### Positief scenario 2016-2018

In onderstaande tabel is een overzicht te zien van de financiële consequenties voor de Arendse Outdoor Clubs bij een positief scenario. In jaar 1 zal door de hoge marketing- en personeelskosten een verlies van €2.757,86 worden geleden. In de jaren die volgen zal het ledenaantal en dus ook de opbrengsten stijgen. Daarnaast vallen de marketingkosten fors lager uit omdat sommige marketingcommunicatiemiddelen meerdere jaren mee gaan. In jaar 2 en 3 zal er daarom een winst zijn voor de Arendse Outdoor Clubs. Deze resultaten hebben invloed hebben op de financiële situatie van Arendse Health Club Kerkdriel, aangezien de Arendse Outdoor Clubs een faciliteit is binnen deze organisatie. Zo zal de Arendse Outdoor Club in jaar 1 een negatief effect hebben op de winst/verlies van Arendse Health Club. Daarna zal de Arendse Outdoor Clubs bij gaan dragen aan de groei van Arendse Health Club Kerkdriel.

|                                     | 2016              | 2017              | 2018              |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Opbrengsten</b>                  |                   |                   |                   |
| Arendse Outdoor abonnement          | €11.970,00        | €16.758,00        | €21.546,00        |
| Overige opbrengsten                 | € 400,00          | € 500,00          | € 600,00          |
| <b>Totale opbrengsten</b>           | <b>€12.370,00</b> | <b>€17.258,00</b> | <b>€22.146,00</b> |
| <b>Marketingkosten</b>              |                   |                   |                   |
| Nieuw creatief concept              | € 1.250,00        | -                 | -                 |
| Reclameposters                      | € 600,00          | € 600,00          | € 600,00          |
| Informatieboekjes                   | € 750,00          | -                 | -                 |
| Promotiefilm                        | € 1.750,00        | -                 | € 1.750,00        |
| Facebookpagina                      | € -               | -                 | -                 |
| Samenwerkingspartners - spaarkarten | € 185,00          | € 185,00          | € 185,00          |
| Open dag Arendse Outdoor Clubs      | € 969,60          | € 739,90          | € 739,90          |
| Promotiestand evenementen           | € 419,70          | € 559,60          | € 699,50          |
| Deelname evenementen                | € 585,00          | € 677,50          | € 677,50          |
| <b>Totale marketingkosten</b>       | <b>€ 6.509,30</b> | <b>€ 2.802,00</b> | <b>€ 4.651,90</b> |
| <b>Personeelskosten</b>             | <b>€ 8.618,56</b> | <b>€ 6.360,26</b> | <b>€ 6.517,96</b> |
| <b>Totale kosten</b>                | <b>€15.127,86</b> | <b>€ 9.162,26</b> | <b>€11.169,86</b> |
| <b>Winst / verlies</b>              | <b>€ 2.757,86</b> | <b>€ 8.095,77</b> | <b>€10.976,14</b> |

Tabel 20 Positief scenario financiële consequenties

### Negatief scenario 2016-2018

In Tabel 21 Negatief scenario financiële consequenties is een overzicht te zien van de financiële consequenties voor de Arendse Outdoor Clubs bij een negatief scenario. De marketing- en personeelskosten zijn hetzelfde opgebouwd als bij het positieve scenario. De opbrengsten zijn hier lager omdat de doelstelling van het ledenaantal niet worden behaald. Net als in het positieve scenario wordt er in jaar 1 een verlies gemaakt en jaar 2 en 3 winst, alleen de invloed op de financiële situatie van Arendse Health Club Kerkdriel minder voordelig.

|                            | 2016              | 2017              | 2018              |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Opbrengsten</b>         |                   |                   |                   |
| Arendse Outdoor abonnement | € 8.379,00        | €13.167,00        | €17.995,00        |
| Overige opbrengsten        | € 400,00          | € 500,00          | € 600,00          |
| <b>Totale opbrengsten</b>  | <b>€ 8.779,00</b> | <b>€13.667,00</b> | <b>€18.555,00</b> |
| <b>Totale kosten</b>       | <b>€15.127,86</b> | <b>€ 9.162,26</b> | <b>€11.169,86</b> |
| <b>Winst / verlies</b>     | <b>€ 6.348,86</b> | <b>€ 4.504,74</b> | <b>€ 7.385,14</b> |

Tabel 21 Negatief scenario financiële consequenties

## Literatuurlijst

- Aerts, M. (2015, april 24). Interview/gesprek marketingmanager Arendse Health Club. (S. v. Hees, Interviewer)
- American College of Sport Medicine. (2015). *Fitnessrends 2016*. Opgeroepen op januari 2, 2016, van <http://www.fitmagazine.nu/fitnessrends-2016-of-een-rage/>
- Arendse Health Club . (2015). *Prijzen*. Opgeroepen op april 2015, van <http://www.arendse.nl/prijzen/>
- Arendse Health Club . (2015). *Yorlifestyle* . Opgeroepen op maart 16, 2015, van <http://www.arendse.nl/yorlifestyle-leefstijlbegeleiding>
- Arendse Health Club. (2015). *Arendse App*. Opgeroepen op maart 16, 2015, van <http://www.arendse.nl/app>
- Arendse Health Club. (2015). *Arendse App - Medewerkers*. Oosterhout, Noord-Brabant, Nederland.
- Arendse Health Club. (2015). *Arendse Bootcamp Club*. Opgeroepen op juli 2015, van <http://www.arendse.nl/bootcamp-club/>
- Arendse Health Club. (2015). *Arendse Cycling Club*. Opgeroepen op juli 2015, van <http://www.arendse.nl/cycling-club/>
- Arendse Health Club. (2015). *Arendse Health Club - Maak nú de juiste keuze*. Oosterhout: Arendse Health Club.
- Arendse Health Club. (2015). *Arendse Running Club*. Opgeroepen op juli 2015, van <http://www.arendse.nl/running-club/>
- Arendse Health Club. (2015). *Clubs*. Opgeroepen op maart 2015, van <http://www.arendse.nl/clubs/>
- Arendse Health Club. (2015). *Faciliteitenoverzicht*. Opgeroepen op maart 12, 2015, van <http://www.arendse.nl/faciliteitenoverzicht>
- Arendse Health Club. (2015, april). *Handboek Sales*. Oosterhout: Arendse Health Club.
- Arendse Health Club. (2015). *Home*. Opgeroepen op maart 4, 2015, van <http://www.arendse.nl/>
- Arendse Health Club. (2015). *Home*. Opgeroepen op maart 4, 2015, van <http://www.arendse.nl/>
- Arendse Health Club. (2015). *Outdoor rooster*. Opgeroepen op december 27, 2015, van <http://www.arendse.nl/outdoor-rooster/>
- Arendse Health Club. (2015). *Over ons*. Opgeroepen op maart 4, 2015, van <http://www.arendse.nl/over-ons>
- Arendse Health Club. (2015). *Over ons*. Opgeroepen op maart 4, 2015, van <http://www.arendse.nl/over-ons>
- Arendse Health Club. (2015). *Yorlifestyle MyWellness*. Opgeroepen op maart 16, 2015, van <http://www.arendse.nl/yorlifestyle-mywellness-app>
- BodyLine Zaltbommel. (2015). *Home*. Opgeroepen op april 1, 2015, van <http://www.bodylinezaltbommel.nl/>
- BodyLine Zaltbommel. (2015). *Personal training*. Opgeroepen op april 1, 2015, van <http://www.bodylinezaltbommel.nl/personal-training.html>
- BodyLine Zaltbommel. (2015). *Tarieven*. Opgeroepen op april 1, 2015, van <http://www.bodylinezaltbommel.nl/contact/tarieven-2.html>
- BodyLine Zaltbommel. (2015). *Groepslessen*. Opgeroepen op april 1, 2015, van <http://www.bodylinezaltbommel.nl/Groepslessen.html>
- Compendium voor de Leefomgeving . (2014, juli 18). *Hoogopgeleiden, 2013*. Opgeroepen op maart 18, 2015, van <http://www.compendiumvoordeleefomgeving.nl/indicatoren/nl2100-Opleidingsniveau-bevolking.html?i=15-12>
- E. Wisse, A. E. (2013, mei 31). *Sport en social media: Resultaten Nationaal Sport Onderzoek 2012*. Utrecht: Mulier Instituut .
- Fitline Fitnessclub. (2015). *Home*. Opgeroepen op april 1, 2015, van <http://www.fitline.nl/>

- Fitline Fitnessclub. (2015). *Over ons*. Opgeroepen op april 1, 2015, van <http://www.fitline.nl/over-ons/>
- Fitline Fitnessclub. (2015). *Tarieven lidmaatschap*. Opgeroepen op april 1, 2015, van <http://www.fitline.nl/lidmaatschap/>
- Fitnesscentrum Action. (2015). *Fitness*. Opgeroepen op maart 30, 2015, van <http://www.actionfitness.nl/Fitness/>
- Fitnesscentrum Action. (2015). *Home*. Opgeroepen op maart 2015, van <http://www.actionfitness.nl/Home/>
- Fitnesscentrum Action. (2015). *Tarieven*. Opgeroepen op 2015, van <http://www.actionfitness.nl/Fitness/Tarieven/>
- Giesbers, H. (2014, september 18). *Fitness per gemeente 2014*. Opgeroepen op maart 27, 2015, van Website van Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu: <http://www.zorgatlas.nl/themas/sporten-en-bewegen/sportdeelname/fitness-per-gemeente/>
- J. Straatmeijer, P. H. (2013). Maatschappelijke betrokkenheid door fitnesscentra betaalt zich uit . *Fit!magazine* , 14-15.
- Mulder, M. (2013, december 9). *Overgewicht 2012*. Opgeroepen op maart 18, 2015, van Website van Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu: <http://www.zorgatlas.nl/beinvloedende-factoren/lichamelijke-eigenschappen/overgewicht/#breadcrumb>
- Ondernemersplein . (2015). *Branchecijfers Sport*. Opgeroepen op maart 23, 2015, van <http://www.ondernemersplein.nl/brancheinformatie/branche/sport/#branchecijfers>
- Paul Hover, S. H. (2013). *Tendrapport fitnessbranche 2012*. Nieuwegein: Arko Sports Media.
- R. Hoekman, J. S. (2014). *Sport en recessie 2013*. Utrecht: Mulier Instituut.
- Rabobank Groep. (2015). *Rabobank cijfers & Trends: Fitnesscentra*. Utrecht: Rabobank.
- Rabobank Groep. (2015). *Rabobank Cijfers & Trends: Fitnesscentra*. Utrecht: Rabobank.
- Rijksoverheid. (2015, februari 3). *Sport en bewegen in de buurt* . Opgeroepen op maart 19, 2015, van <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/sport-en-bewegen/sport-en-bewegen-in-de-buurt>
- Tiessen-Raaphorst, A. (2015). *Rapportage Sport 2014*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Total Body-Fit. (2015). *Facebook Total Body-Fit*. Opgeroepen op maart 31, 2015, van <https://www.facebook.com/totalbodyfitpersonaltrainingstudio/photos/a.644453515596552.1073741830.589278474447390/853502728024962/?type=1&theater>
- Total Body-Fit. (2015). *Home*. Opgeroepen op maart 31, 2015, van <http://www.totalbodyfit.nl/index.html>
- Total Body-Fit. (2015). *Over Total Body-Fit*. Opgeroepen op maart 31, 2015, van <http://www.totalbodyfit.nl/total-body-fit.html>
- Uniek Fitness. (2015). *Aanbod*. Opgeroepen op maart 31, 2015, van <http://www.uniekfitness.nl/aanbod>
- Uniek Fitness. (2015). *Abonnementen*. Opgeroepen op maart 31, 2015, van <http://www.uniekfitness.nl/abonnement>
- Uniek Fitness. (2015). *Home*. Opgeroepen op maart 31, 2015, van <http://www.uniekfitness.nl/>
- Verschoor, G. (2014). *Het fitnesscentrum in beeld*. Warmond: Van Spronsen & Partners horeca-advies.
- Z24. (2015, juni 12). *Fitnesstrainer? Vergeet het bootcamp, markt is al overvol*. Opgeroepen op januari 2, 2016, van <http://www.z24.nl/ondernemen/fitnesstrainer-vergeet-het-bootcamp-markt-is-al-overvol-567480>
- Z24. (2015, januari 3). *Sportschool beginnen: denk twee keer na*. Opgeroepen op januari 2, 2016, van <http://www.z24.nl/ondernemen/sportschool-beginnen-denk-twee-keer-na-420344>

# Bijlagen

## Bijlage 1 Afnemersgroepen Arendse Health Club

---

De afnemersgroepen van Arendse Health Club kunnen in 6 groepen worden verdeeld. Deze afnemersgroepen zijn move, shape, fun, power, balance en sport.

Tot de afnemersgroep Move behoren de afnemers die sporten met de gezondheid als motivatie. Zij kunnen ongemakken ervaren tijdens dagelijkse activiteiten of willen graag meedoen met activiteiten van hun kleinkinderen. Zij hebben een veilige startomgeving nodig op het gebied van bewegen en leefstijl om het sporten op te pakken en er plezier in te krijgen. (Arendse Health Club, 2015) Voor deze afnemers zijn beweegcoaches en personal trainers beschikbaar waarmee zij aan de slag gaan om oefeningen onder de knie te krijgen en door persoonlijke contact met de begeleider worden zij op hun gemak gesteld om zo plezier te gaan krijgen in het sporten.

Tot de afnemersgroep Shape behoren de afnemers die hun gewicht of figuur willen aanpakken, omdat zij zich wel eens onzeker voelen over hun uiterlijk. Zij hebben behoefte aan een afwisselend trainingsprogramma en ondersteuning op het gebied van voeding en leefstijl. (Arendse Health Club, 2015) Samen met de begeleiders wordt er een afwisselend programma samengesteld en daarnaast kunnen zij op het gebied van voeding en leefstijl gebruik maken van faciliteiten als voedings- en leefstijlcoaches.

Tot de afnemersgroep Fun behoren de afnemers die sporten voor de gezelligheid. Zij vinden het behalen van resultaten niet het allerbelangrijkst en zien sporten vooral als een sociale aangelegenheid. (Arendse Health Club, 2015) Deze afnemersgroep neemt vooral deel aan de groepslessen, komen gezamenlijk sport in de fitnessruimte en maken vaak een praatje aan de bar.

Tot de afnemersgroep Power behoren de afnemers die sterker willen worden en er strakker uit willen zien. Zij willen met krachttraining hun uiterlijk verbeteren en hebben vooral oog voor het resultaat. (Arendse Health Club, 2015) Voor deze afnemersgroep is er een speciale krachtruimte waar zij trainingen kunnen afwerken met behulp van trainingsschema's die worden afgesteld op het resultaat dat zij voor ogen hebben.

Tot de afnemersgroep Balance behoren de afnemers die sport als een uitlaatklep zien. Zij gebruiken sport om tot rust te komen of om stoom af te blazen zodat zij weer met zichzelf in balans kunnen komen. (Arendse Health Club, 2015) Deze afnemers kunnen bijvoorbeeld kiezen voor een groepsles yoga of aan de slag met gewichten of cardio in de fitnessruimte.

Tot de afnemersgroep Sport behoren de afnemers die sport specifieke doelstellingen hebben. Onder andere door middel van sport specifieke schema's, nieuwe inzichten en voeding proberen zij hun einddoel zo snel mogelijk te behalen. (Arendse Health Club, 2015) Samen met de trainers stelt de sporter een trainingsprogramma samen die aansluit bij de betreffende sport, worden er nieuwe inzichten vergaard en daarnaast kunnen zij gebruik maken van de aanwezige voedingscoaches.

## Bijlage 2      Faciliteitenoverzicht Arendse Health Club

### Arendse Health Club Kerkdriel

| Fitness                                                                                                                                                                             | Groepslessen                                                                                                                                              | Outdoor                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vrije fitness<br>Free Weights<br>Personal training<br>Functional training<br>Circuit training<br>Trainen met sleutel<br>Diëtist<br>Gewichtsconsulent<br>Voedingsplan<br>Power Plate | Boxing<br>Functional Cross<br>Functional Move<br>BURN<br>XCO<br>Zumba<br>Club Yoga<br>Club Power<br>Club Battle<br>Spinning<br>AquaFit<br>Total Fit / BBB | Bootcamp Club<br>Cycling Club<br>Running Club                                                |
| Zwemmen                                                                                                                                                                             | Wellness                                                                                                                                                  | Overig                                                                                       |
| Zwemles<br>Weekcursus<br>Zwemtraining<br>Babyzwemmen<br>Peuterzwemmen<br>Vrij zwemmen<br>AquaFit                                                                                    | Sauna<br>Zonnestudio<br>Turks stoombad<br>Zwembad                                                                                                         | Horeca<br>Fysiotherapie<br>Preventiecentrum<br>Kinderopvang<br>Squash<br>Klimmen<br>Feestjes |

Tabel 22 Faciliteiten Arendse Health Club Kerkdriel

### Faciliteitenoverzicht per vestiging

|                     | Breda | Tilburg | Oosterhout | R'Veer | Kerkdriel | Dongen | Lage Zwaluwe |
|---------------------|-------|---------|------------|--------|-----------|--------|--------------|
| <b>FITNESS</b>      |       |         |            |        |           |        |              |
| Vrije fitness       | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| TV op toestel       | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Trainen met sleutel | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Free weights        | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Functional training | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Circuit Training    | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Power Plate         | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Warmtecabine        | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| VacuStep            | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Better Belly        | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Personal Training   | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Voedingsplan        | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Gewichtsconsult     | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| <b>GROEPSLESSEN</b> |       |         |            |        |           |        |              |
| Spinning            | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Spinning Myride     | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Club Power          | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Club Yoga           | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Club Battle         | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| XCO                 | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| BURN                | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Beat Belly          | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Zumba               | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Total Fit / BBB     | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Core Power          | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| AquaFit             | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| <b>OVERIG</b>       |       |         |            |        |           |        |              |
| Sauna               | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Turks Stoombad      | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Zonnestudio         | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Zwembad             | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Squash              | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Fysiotherapie       | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |
| Horecanimte         | ✓     | ✓       | ✓          | ✓      | ✓         | ✓      | ✓            |

Figuur 8 Faciliteiten Arendse Health Club per vestiging

Het groene vinkje betekent dat deze faciliteiten zijn inbegrepen in het abonnement van de leden. Het rode vinkje betekent dat deze faciliteiten niet zijn inbegrepen in het abonnement van de leden en dat er aan het gebruik van deze faciliteiten een meerprijs vastzit.

### Bijlage 3      Organogram Arendse Health Club

---



Figuur 9 Organogram Arendse Health Club

I:        Interviewer – Soraya van Hees  
G:        Geïnterviewde – Martin Aerts

I:        *Hallo Martin, bedankt dat ik u een aantal vragen mag stellen voor mijn afstudeeronderzoek. Mijn eerste vraag is: Wat is de missie van Arendse Health Club?*

G:        De missie van Arendse Health Club is: 'Arendse Health Club is een gezellige Health en Fitnessclub en streeft naar de beste prijs / kwaliteit verhouding in de markt. Wij focussen op persoonlijk contact met de leden en motiveren onze leden continu om persoonlijke doelstellingen te behalen.'

I:        *Oké bedankt! En wat is dan de visie van Arendse Health Club?*

G:        De visie van Arendse Health Club is: "In de veranderende individualistische dienstenmaatschappij wordt de gezondheid, de 1e indruk en dus het uiterlijk steeds belangrijker voor mensen. Daarnaast zijn mensen op zoek naar een sociale ontmoetingsplaats. Mensen zullen veel ondersteuning nodig hebben om hun persoonlijke doelen te behalen en om het fitnesscentra als sociale ontmoetingsplaats te gaan zien.'

I:        *Wat is de doelstelling die Arendse Health Club wilt behalen?*

G:        Onze doelstelling is om de grootste aanbieder in de regio te worden van een totaalaanbod aan sportvormen met enkel rendabele afdelingen.

I:        *Bedankt. Op welke afnemersgroepen richt Arendse Health Club zich?*

G:        Doormiddel van het YorLifestyle systeem worden onze afnemers onderverdeeld in 6 groepen. In deze folder kun je een korte beschrijving vinden van de verschillende afnemersgroepen. Daarnaast kan ik je nog wat achtergrondkenmerken van onze klanten opsturen als je dat wilt.

I:        *Dat zou heel fijn zijn. Bedankt voor de folder!*

I:        *Kunt u mij vertellen waarom Arendse Health Club in het verleden heeft gekozen voor een vestiging in Kerkdriel?*

G:        We zijn in Kerkdriel gaan zitten omdat de betrekking van de ruimte in een nieuw te bouwen MFC een niet te missen kans was.

I:        *Oké, en zijn er in de toekomst nog plannen om Arendse Health Club verder uit te gaan breiden?*

G:        Ik verwacht geen uitbreiding op korte termijn. We kiezen voor marktpenetratie en marktontwikkeling, waarbij wij ons dus vooral richten op nieuwe doelgroepen.

I:        *De prijzen van de abonnementen bij Arendse Health Club in Kerkdriel verschillen met de prijzen van andere vestigingen. Kunt u dit verschil verklaren?*

G:        Dat klopt inderdaad. De vestiging in Kerkdriel is relatief kleiner dan onze andere vestigingen. Omdat wij hier minder leden maar ook minder personeel hebben, is er gekozen voor andere prijzen dan bij andere vestigingen.

I:        *Hoe heeft de prijsbepaling van de abonnementen plaatsgevonden? Zijn deze bijvoorbeeld gebaseerd op de kostprijs of op de prijzen van concurrenten?*

G:        We hebben specifiek gekozen voor een prijs in het middensegment. Bewust duurder dan de basic clubs (vanwege de hogere personele inzet), maar ook niet in het luxe segment. Gezonde leefstijl moet voor iedereen betaalbaar zijn.

- I: Dat is duidelijk.*
- I: De volgende vragen hebben betrekking op de marketingcommunicatie van Arendse Health Club. Wat is jullie marketingcommunicatiedoelgroep, -doelstellingen en strategie?*
- G: Dat is wel een algemene vraag waar iedere ondernemer op zou zeggen: we willen iedereen bereiken middels met name online instrumenten. En het liefst zo veel mogelijk.
- I: Dat is een duidelijk antwoord. Wat is de propositie jullie willen overbrengen door middel van marketingcommunicatie?*
- G: Als het goed is moet de algemene propositie doorkomen als je onze nieuwe website doorneemt. Denk vooral aan een gezonde leefstijl en een groot assortiment.
- I: Oké, dan zal ik de nieuwe website nog een keer doornemen.*
- I: Zou u mij het organogram van Arendse Health Club kunnen toesturen? Deze kan ik dan gebruiken voor de organisatie-audit van de interne analyse.*
- G: Dat is geen probleem. Deze zal ik samen met de achtergrondkenmerken van de klanten naar je toe sturen.
- I: Hartstikke bedankt. Als laatste vraag heb ik dan of het mogelijk is dat ik de financiële gegevens van Arendse Health Club kan ontvangen voor mijn financiële analyse.*
- G: Deze gegevens kunnen we helaas niet verstrekken. Dat hebben wij bij voorgaande onderzoeken ook niet gedaan.
- I: Oké, dat begrijp ik. Maar kunt u mij misschien een globale beeld geven van de financiële situatie van Arendse Health Club en hoe het zit met de bereidheid en mogelijkheden tot investeren en e grootte van het marketingbudget?*
- G: Ga uit van een omzet van €350.000 met daarbij behorend marketingbudget van €15.000 op jaarbasis.
- I: Dan denk ik dat ik voor nu voldoende informatie heb vergaard om de interne analyse aan te vullen en af te ronden. Ik wil u hartelijk bedanken voor uw medewerking. Is het goed dat ik als er nog vragen te binnen schieten contact met u opneem?*
- G: Geen probleem. Je kan me altijd mailen of bellen.

## Bijlage 5      Overzicht abonnementen fitnessaanbieders

---

### Arendse Health Club Kerkdriel

| Abonnement                   | Prijs            |
|------------------------------|------------------|
| 52 weken onbeperkt sporten   | €29,95 / 4 weken |
| 52 weken 1x per week sporten | €19,95 / 4 weken |
| Abonnement zonder looptijd   | €46,95 / 4 weken |
| Familie abonnement           | €89,95 / 4 weken |
| Outdoor abonnement           | €19,95 / 4 weken |
| 10-rittenkaart               | €109,95          |
| Los bezoek                   | €17,50           |
| 52 weken 65+ daluren         | €19,95 / 4 weken |
| Studentenkorting             | 25%              |

Tabel 23 Abonnementen Arendse Health Club Kerkdriel

Bij het afsluiten van een abonnement betalen de leden eenmalig €30 opstartkosten. Dit is met uitzondering van de 10-rittenkaart, want daarvoor bedragen de opstartkosten €7,50. Voor het familie abonnement geldt dat er maximaal 2 volwassenen en 3 kinderen tot 21 jaar onder dit abonnement mogen sporten. Elk familielid betaalt bij dit abonnement apart de opstartkosten van €30.

### Fitnesscentrum Action

In het volgende overzicht zijn de prijzen van Fitnesscentrum Action te zien. (Fitnesscentrum Action, 2015)

| Doelgroep                           | Abonnement                                     | Prijs                 |
|-------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------|
| Volwassenen vanaf 17 jaar en ouder. | Altijd welkom abonnement                       | €35 per 4 weken       |
|                                     | Fitness incl. begeleiding en alle groepslessen | €8,95 per week        |
|                                     | Inschrijfgeld                                  | €25                   |
| Jongeren tot en met 16 jaar         | 1 keer per week sporten                        | €92,50 per 5 maanden  |
|                                     | 2 keer per week sporten                        | €105,50 per 5 maanden |
|                                     | 3 keer per week sporten                        | €118,50 per 5 maanden |
|                                     | Inschrijfgeld                                  | €15                   |
| Lifestyle Plan                      | Lekker Happy                                   | €225 (10 weken)       |

Tabel 24 Abonnementen Fitnesscentrum Action

### Uniek Fitness

In onderstaande tabel is overzicht van de prijzen van Uniek Fitness te zien.

| Abonnement                  | Prijs per maand     |                       |                | Inschrijfgeld<br>(eenmalig) |
|-----------------------------|---------------------|-----------------------|----------------|-----------------------------|
|                             | Bij 3 maanden       | Bij 6 maanden         | Bij 12 maanden |                             |
| Algemeen 1x per week        | €35                 | €32,50                | €30            | €25                         |
| Algemeen daluren            | €37,50              | €35                   | €32,50         | €25                         |
| Algemeen onbeperkt          | €45                 | €42,50                | €40            | €25                         |
| Fit 60+ daluren 1x per week | €20                 | -                     | -              | €10                         |
| Fit 60+ daluren onbeperkt   | €30                 | -                     | -              | €10                         |
| Kids daluren 1x per week    | €20                 | -                     | -              | €10                         |
| Kids daluren onbeperkt      | €30                 | -                     | -              | €10                         |
| Strippenkaart               | €45<br>(5x sporten) | €115<br>(13x sporten) | -              | -                           |

Tabel 25 Abonnementen Uniek Fitness

Naast bovenstaande abonnementen biedt Uniek Fitness een vakantieabonnement waarbij tijdens schoolvakanties voor €12,50 per week onbeperkt kan worden gesport en er geen inschrijfgeld gerekend wordt. Indien meerdere personen uit een gezin lid zijn bij Uniek Fitness is er een gezinskorting waarbij maar één gezinslid inschrijfgeld betaald.

### Fitline Fitnessclub

In onderstaande overzicht zijn de tarieven van de abonnementen van Fitline Fitnessclub te zien. (Fitline Fitnessclub, 2015)

| Doelgroep         | Abonnement                         | Prijs per maand   |
|-------------------|------------------------------------|-------------------|
| Jeugd t/m 16 jaar | 6 maanden (sporten tot 18:00 uur)  | €24,95            |
|                   | 12 maanden (sporten tot 18:00 uur) | €19,95            |
| Studenten         | 6 maanden (sporten tot 18:00 uur)  | €24,95            |
|                   | 12 maanden (sporten tot 18:00 uur) | €19,95            |
|                   | 6 maanden onbeperkt                | €39,00            |
|                   | 12 maanden onbeperkt               | €35,00            |
|                   |                                    |                   |
| Volwassenen       | 3 maanden onbeperkt                | €48,50            |
|                   | 6 maanden onbeperkt                | €46,00            |
|                   | 12 maanden onbeperkt               | €42,50            |
|                   | 24 maanden onbeperkt               | €39,00            |
|                   | 6 maanden 1x per week              | €38,00            |
|                   | 12 maanden 1x per week             | €36,00            |
|                   | Borg ledenpas                      | € 5,00            |
|                   | Inschrijfgeld                      | €25,00            |
| Familiekorting    | 2 <sup>e</sup> lid                 | 5%                |
|                   | 3 <sup>e</sup> lid                 | 10%               |
|                   | 4 <sup>e</sup> lid en verder       | 15%               |
| Extra             | Ontbijtfitness                     | Per ontbijt €4,50 |

Tabel 26 Abonnementen Fitline Fitnessclub

## Bijlage 6 Beschrijving concurrenten Arendse Outdoor Clubs

---

In deze bijlage worden overige concurrenten van de Arendse Outdoor Clubs uitgebreid beschreven. Hieronder vallen sportverenigingen en –bonden.

### Hardloopverenigingen

#### Zaltbommel Dutch Runners

Zaltbommel Dutch Runners (ZDR) is een initiatief van Chris van der Velden, Karen de Bondt, Sharon Cents, Pieter Elias en John van Rooij en is gestart in 2011 met een enthousiaste groep hardlopers uit de omgeving van Zaltbommel. Zij bieden de mogelijkheid om als Dutch Runner op een verantwoorde en plezierige manier zo efficiënt mogelijk hard te lopen onder begeleiding van een gediplomeerd KNAU-trainer. Er worden wekelijks trainingen gehouden geheel op vrijwillige basis. De ZDR is een belangeloze groep met als doel verstandig en met plezier hardlopen. (ZDR, 2015) Er wordt wekelijks op dinsdagavond gezamenlijk getraind. De trainingen, veelal intervaltrainingen en loopscholing, worden gegeven door een gediplomeerd KNUA-trainer. De voorwaarde om deel te nemen aan trainingen is dat je minimaal 30 minuten onafgebroken kan hardlopen en dat je lid wilt worden bij de Zaltbommel Dutch Runners. Momenteel bestaat de groep uit 57 leden en is er een ledenstop actief. (ZDR, 2015) Op vertoon van de ledenpas van ZDR krijgen de leden bij onder andere Runnersworld diverse kortingen. Het lidmaatschap bedraagt €50 per jaar inclusief de inschrijving bij de Nederlandse Atletiekunie. Dit is met uitzondering van het eerste jaar. Voor het eerste jaar bedraagt het lidmaatschap eenmalig €125, inclusief €50 lidmaatschap, inschrijfkosten KNAU, een functioneel ZDR loop jack en een basic ZDR loopshirt. (ZDR, 2015)

#### Fysiotherapie Piels

Fysiotherapie Piels biedt naast fysiotherapie ook hardlooptraining voor beginners in Kerkdriel. Deze trainingen zijn geschikt voor iedereen die wilt beginnen met hardlopen maar die nog weinig ervaring heeft met hardlopen. Er wordt in een gezellige groep getraind, de conditie verbeterd en de lopers krijgen inzicht in de juiste trainingsopbouw, looptechniek en motivatie. De hardlooptrainingen vinden plaats gedurende een periode van 10 weken waarbij er eenmaal per week anderhalf uur wordt getraind onder de deskundige begeleiding van Annette Piels. Er wordt geleerd over trainingsopbouw en looptechnieken en gegarandeerd dat de deelnemers na tien weken (minimaal) 5 kilometer aan één stuk door kunnen hardlopen. Na afloop van de tien weken ontvangen de deelnemers een schema waarmee ze zelf verder kunnen trainen. De totale kosten van het programma bedraagt €75 per persoon. Het hardloopprogramma voor beginners start 2 keer per jaar en bij voldoende aanmeldingen zal er een derde keer bijkomen. (Piels, 2015)

### Fietsverenigingen

#### TWC de Trillende Spaken

TWC de Trillende Spaken is een wielertourclub uit Kerkdriel. Deze club bestaat uit drie groepen waar afstand, snelheid en vertrektijd variëren. Er is hierdoor voor iedereen een groep om zich bij aan te sluiten en iedere groep heeft een eigen NTFU opgeleide wegkapitein. (TWC de Trillende Spaken, 2015) 't Allerurste is de nieuwste groep. Hier liggen de snelheden hoger dan in de andere twee groepen, maar wordt er nog steeds sociaal en veilig gefietst onder het motto 'samen uit, samen thuis'. Er zijn een aantal vaste routes van 100 km die elke zondag worden gefietst. (TWC de Trillende Spaken, 2015) Bij 't Urste wordt er elke zondag een tocht gefietst met een snelheid van 30 km/u waarbij rekening wordt gehouden met de windrichting bij vertrek. (TWC de Trillende Spaken, 2015) 't Tweede is voor de fietsers die het rustiger aan doen en hier worden op zondag tochten gereden van 50-70 km met een snelheid van 27 km/u. Na het fietsen wordt er nog gezellig een kopje koffie of bier gedronken in de kantine. Naast de reguliere clubtochten zijn er ook renners die tochten in het buitenland rijden, georganiseerd door de eigen leden. (TWC de Trillende Spaken, 2015)

### Cycloteam

Cycloteam is een wielcommunity uit Rossum waarbij fietsbeleving, gezelligheid en maatschappelijke betrokkenheid centraal staan. De vereniging is aangesloten bij de NTFU en KNWU en op te delen in drie groepen, namelijk Granfondoteam (cyclosportieven), het raceteam en offroadteam. Momenteel zijn er 150 leden actief op verschillende niveaus en zij nemen ook deel aan de Cycloteam evenementen in zowel het binnen- als buitenland. De renners rijden allemaal met dezelfde passie, namelijk cycling for a living planet. Het motto van het Cycloteam is Ride with Pride en dit doen zijn vanuit de kernwaarde gezelligheid, teambelang en maatschappelijke betrokkenheid. Cycloteam zet zich doorlopend in voor verschillende goede doelen om zo haar maatschappelijke betrokkenheid vorm te geven. (Cycloteam, 2015) Er zijn bij Cycloteam twee verschillende lidmaatschappen, donateurschap / community cyclist en wedstrijd lidmaatschap. Beide lidmaatschappen kosten €50 per jaar. Leden krijgen hiermee 10% korting op de Cycloteam Cycling Wear en 5% op de Cycling Collection Wear, kunnen deelnemen aan recreatieve- en competitie sport activiteiten. (Cycloteam, 2015)

### WV Salt-Boemel

WV Salt-Boemel is een wielervereniging uit Zaltbommel. De vereniging is aangesloten bij de NTFU en heeft momenteel 130 leden. Vanaf begin maart tot half oktober wordt er elke zondag een tocht gereden van 60-90 kilometer. In de zomer wordt er ook op dinsdag-, woensdag- en donderdagavond gereden. Het lidmaatschap bij Salt-Boemel bedraagt 40 per jaar. Hiermee kunnen de leden gratis deelnemen aan bijna alle tochten van de vereniging, kan er met korting clubkleding worden aangeschaft en krijgt men korting bij Bikecenter Van Tuyl. Tijdens de clubtochten moeten de leden in de paarse clubkleding rijden. Het fietsen bij Salt-Boemel heeft naast het sportieve aspect vooral ook een sociaal aspect. Belangstellende binnen de vereniging kunnen voor €35 lid worden van de NTFU en ontvangen dan de NTFU-ledenpas. Aan dit lidmaatschap zitten verzekeringen en vele mooie voordelen gebonden. (WV Salt-Boemel, 2015)

### Overige verenigingen in de regio

Naast de bovengenoemde fietsverenigingen zijn er nog de volgende verenigingen in de omgeving van Kerkdriel: TC de Bruchemse Stampers, Zaltbommelse Renners en WTC de Roode Leeuw uit Ammerzoden.

### Bootcamp clubs

#### Support2Sport

Support2Sport biedt voor iedereen, ongeacht leeftijd en sportniveau, verschillende trainingsvormen aan. Support2Sport beperkt zich niet alleen tot training maar houdt ook rekening met andere factoren die belangrijk zijn voor het behalen van persoonlijke doelstellingen. De begeleiding van personal trainer Wijnand Lamboo omvat vier belangrijke factoren voor optimale fitheid, namelijk voeding, training, motivatie en leefstijl. (Support2Sport) De Bootcamp van Support2Sport is een full body work out voor mannen en vrouwen van alle sportniveaus. Er wordt buiten gesport in een groep, waarbij iedereen op eigen tempo en intensiteit kan meedoen. Met deze full body work out is het niet nodig om naar een luxe sportschool te gaan maar wordt er gelopen, intervaltraining en fitnessoefeningen in de natuur gedaan. (Support2Sport) De Bootcamp is fun en functioneel, hart-, kracht- en spierversterkend. De Fast2Fit Bootcamp vindt 2 keer per week plaats in Zaltbommel. Bij de Fast2Fit Bootcamp is de eerste les gratis en daarna kan er een 10-rittenkaart worden aangeschaft voor €100,-. (Support2Sport)

#### Fun Functional Fit

Bij Fun Functional Fit wordt er functioneel getraind zodat je lichaam, in de buitenlucht, op een gezonde manier in balans komt en blijft. Bij de Bootcamps en trainingen staat de deelnemer centraal

en is het mogelijk om de training individueel of in een groep te volgen. De trainingen en Bootcamps worden begeleid door Cleody van de Eijk. Haar doel is vernieuwend en geïnspireerd te blijven en blijft zich verdiepen in uitdagende lesmethodes en ideeën. (van der Eijk, 2014) Bij de Bootcamps worden kracht, snelheid, uithoudingsvermogen en spel met elkaar gecombineerd en de deelnemers maken gebruik van de omgeving en hun eigen lichaamsgewicht. De Bootcamps van Fun Functional Fit kunnen worden opgedeeld in 4 categorieën, namelijk Allround Bootcamp, Mama's Bootcamp, Bootcamp voor bedrijven, 30 minuten fit en personal training. Zowel jong als oud en sportief of minder sportief kunnen deelnemen aan de Bootcamps. Het volgen van een Bootcamp kan al vanaf €8 per training. (van der Eijk, 2014)

### Full Body Training

Full Body Training is sinds 2012 actief als aanbieder van Bootcamp trainingen in de regio Tiel en Zaltbommel. De Bootcamp worden in groepen gegeven zodat de deelnemers elkaar kunnen stimuleren bij het sporten. Omdat de groepen niet groter zijn dan 8 personen krijgt iedereen persoonlijke begeleiding. De trainingen zijn voor iedereen geschikt doordat de oefeningen op elk individu aan te passen zijn. Doormiddel van persoonlijke begeleiding en de motivatie van de groep worden grenzen verlegd. (Full Body Training, 2013) Bij Full Body Training staat persoonlijke begeleiding en up-to-date blijven voorop. De klant staat centraal en deze worden zo goed mogelijk geholpen om hun doelstellingen te bereiken. Daarnaast willen zij hun klanten het beste bieden op het gebied van training en voedingsadvies waardoor zij het belangrijk vinden up-to-date te blijven van de dagelijkse veranderende kennis van deze twee vakgebieden. (Full Body Training, 2013) De Bootcamps vinden plaats op twee verschillende locaties, namelijk Brakel en Tiel. De tarieven voor de trainingen in Brakel zijn €7 euro voor één training en €65 voor een 10 strippenkaart. De tarieven voor de trainingen in Tiel zijn €8 euro voor één training en €75 voor een 10 strippenkaart. (Full Body Training, 2013)

### Sportbonden

#### KNWU

De KNWU is een overkoepelende sportbond van en voor de wielersport in Nederland. Hun doel is heel sportief wieler liefhebbend Nederland adequaat te ondersteunen. (KNWU) Verenigingen die bij de KNWU aangesloten zijn organiseren vele wielervedstrijden, toertochten en mountainbikewedstrijden. Zij verbinden sportliefhebbers op een unieke manier, liggen aan de basis van levenslange vriendschappen en succesvolle sportcarrières. (KNWU) In de omgeving Kerkdriel zijn er verschillende verenigingen aangesloten bij de KNWU. In de omgeving van Kerkdriel zijn er geen wieler- en/of mountainbikeverenigingen die aangesloten zijn bij de KNWU. De dichtstbijzijnde verenigingen zijn gevestigd in Brakel en Oss. (KNWU)

De KNWU heeft verschillende lidmaatschappen. Als renner kan je lid worden van een vereniging, maar je kunt ook lid worden bij de KNWU als trainer, ploegleider, soigneur en jurylid. Er is ook de mogelijkheid om als individuele sportieve fietser lid te worden van de KNWU middels een basislidmaatschap. De KNWU-leden kunnen profiteren van aantrekkelijke kortingen, komen in aanmerking voor unieke wielerbelevissen en ondersteunen met hun lidmaatschap de ontwikkeling van de wielersport in Nederland. (KNWU)

#### NTFU

Bij de NTFU zijn ruim 60.000 fietsers via een vereniging of individueel aangesloten en zijn profiteren van de activiteiten, zoals toertochten, clinics en trainingen, die NTFU-verenigingen organiseren. De NTFU ondersteunt deze verenigingen door middel van het bieden specialistische en praktische informatie. Bij de fietsverenigingen kunnen leden samen met andere fietsliefhebbers trainen en toertochten fietsen. Voor de leden die wel gebruik willen maken van de voordelen van een NTFU

lidmaatschap maar (nog) geen behoefte hebben aan de voordelen van een verenigingslidmaatschap kunnen zich bij de NTFU aansluiten via een individueel lidmaatschap. (NTFU) In de omgeving van Kerkdriel zijn er verschillende wielertourclubs die zich hebben aangesloten bij de NTFU. Deze zijn gevestigd in Kerkdriel, Bruchem, Zaltbommel, Ammerzoden en Brakel. (NTFU)

Zoals eerder al vermeld neemt een lidmaatschap bij de NTFU verschillende voordelen met zich mee. Deze voordelen zijn een unieke NTFU fietsschadeverzekering met een maximale vergoeding van €1.000,-, het Fietssport Magazine die iedere 2 maanden uitkomt boordevol inspiratie voor sportieve fietsers en mountainbikers, kortingen op trainingen en clinics georganiseerd door gekwalificeerde NTFU-instructeurs, kortingen op 3.000 NTFU toertochten, snel van start bij toertochten met NTFU Start & Go en nog vele andere voordelen. (NTFU)

### Atletiekunie

De Nederlandse Atletiekunie bestaat uit de afdelingen topatletiek, wedstrijdathletiek, loopsport en atletiek. De afdeling loopsport is een belangrijke concurrent van Arendse Health Club. Deze afdeling bestaat uit Start to Run, Run to the start, Running, bedrijfssport, Nordic Walking, sportief wandelen en walking. (Atletiekunie) Voor de afdeling loopsport zijn er in de omgeving van Kerkdriel weinig mogelijkheden om deel te nemen aan een van de eerder genoemde onderdelen. De dichtbij zijnde mogelijkheden zijn Zaltbommel (Dutch Runners), 's-Hertogenbosch, Vught en Oss (Atletiekunie). De Dutch Runners Loopgroepen zijn een onderdeel van de Atletiekunie. Dit zijn loopgroepen zonder officiële verenigingsstatus en één van deze 60 loopgroepen is gevestigd in Zaltbommel. (Atletiekunie)

Als je lid bent van een atletiekvereniging of van één van de Dutch Runners loopgroepen, dan ben je automatisch aangesloten bij de Atletiekunie. Voor individuele leden heeft een lidmaatschap bij de atletiekunie verschillende voordelen. Zo organiseren Atletiekunie-verenigingen loopcursussen, clinics met toplopers, fittesten en nog veel meer verspreid over het hele land. Atletiekunie-leden krijgen hier 25% korting op hun deelname. Daarnaast heeft de Atletiekunie voor alle leden een collectieve ongevallen- en aansprakelijkheidsverzekering waarbij leden via het lidmaatschap zijn verzekerd tijdens trainingen, wedstrijden en overige verenigingsactiviteiten. Andere voordelen zijn aanzienlijke kortingen in de Atletiekunie shop en de Atletiekunie Ledenpas. Met deze ledenpas is er bij alle vestigingen van Running Center en Runnersworld een korting van 10% te verkrijgen op het gehele assortiment. Daarnaast zijn er regelmatig nieuwe acties te vinden op de speciale webpagina van de Atletiekunie Ledenpas. (Atletiekunie)

### Probleemanalyse

#### Inleiding

Arendse Health Club is een familiebedrijf met 7 vestigingen waarvan het hoofdkantoor is gevestigd in Oosterhout. Zij biedt een all-inclusive concept dat zich richt op persoonlijke benadering doormiddel van een leefstijlconcept. Arendse Health Club biedt persoonlijke begeleiding door middel van beweegcoaches, voedingscaches, leefstijlcoaches en personal trainers. (Arendse Health Club, 2014) De afgelopen jaren zijn alle fitnessstrainers omgeschoold naar leefstijlcoaches waardoor zij niet alleen verstand hebben van bewegen maar ook van leefstijlfactoren als bijvoorbeeld voeding, alcohol en ontspanning. (Arendse Health Club, 2014)

#### Aanleiding van het onderzoek

Outdoor fitness wordt steeds populairder in Nederland. Arendse Health Club is daarom vanaf april 2015 met een outdoor afdeling gestart, bestaande uit de Arendse Running, Cycling en Bootcamp Club. Met deze clubs kunnen de leden in de buitenlucht sporten, genieten van de natuur en ondertussen ook aan hun conditie en spierkracht werken. De Arendse Outdoor Clubs worden daarnaast ingezet om een bijdrage te (gaan) leveren aan de groei van de vestigingen, maar ook voor klantretentie. Zes van de zeven vestigingen van Arendse Health Club zijn gevestigd in de regio West-Brabant en de zevende vestiging in Kerkdriel, provincie Gelderland. Hierdoor zal het nieuwe outdoor concept passend gemaakt moeten worden naar de markt en afnemers in Kerkdriel en omgeving.

#### Onderzoeksprobleemstelling

De probleemstelling is: Wat zijn de wensen en behoeften van de potentiële afnemers van Arendse Health Club?

#### Onderzoeksdoelstelling

De onderzoeksdoelstelling is: Inzicht krijgen in de wensen en behoeften van de potentiële afnemers van Arendse Health Club om tot succesvolle introductie te komen van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel.

#### Onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen voor het onderzoek naar de wensen en behoeften van de potentiële afnemers van Arendse Health Club te Kerkdriel zijn:

1. Wat zijn de algemene kenmerken van de potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel?
  - a. Wat is het geslacht van de potentiële afnemers van Arendse Health Club?
  - b. Wat is de leeftijd van de potentiële afnemers van Arendse Health Club?
  - c. Waar wonen de potentiële afnemers van Arendse Health Club?
2. Hoe ziet de sportbehoefte van de potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel eruit?
  - a. Welke sporten beoefenen de potentiële afnemers van Arendse Health Club?
  - b. Hoe vaak per week sporten de potentiële afnemers van Arendse Health Club?
  - c. Waar beoefenen de potentiële afnemers van Arendse Health Club hun sport(en)?
  - d. Wat is de voornaamste reden van de potentiële afnemers van Arendse Health Club om te sporten?
  - e. Welke sporten vinden de potentiële afnemers van Arendse Health Club interessant?

3. Wat zijn de kenmerken van de potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel die aan fitness doen?
  - a. Bij welk fitnesscentrum zijn de potentiële afnemers van Arendse Health Club lid?
  - b. Hoe lang zijn de potentiële afnemers van Arendse Health Club lid bij hun fitnesscentrum?
  - c. Wat voor soort abonnement hebben de potentiële afnemers van Arendse Health Club bij hun fitnesscentrum?
4. Zijn de potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel bekend met de Arendse Outdoor Clubs?
  - a. Hoe zouden potentiële afnemers van Arendse Health Club geïnformeerd willen worden over de Arends Outdoor Clubs?
  - b. Hoe zijn de potentiële afnemers van Arendse Health Club in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs?
  - c. Wat is de reden dat potentiële afnemers van Arendse Health Club zich niet hebben aangesloten bij de Arendse Outdoor Clubs?
  - d. Wat vinden de potentiële afnemers van Arendse Health Club van de prijs van het Arendse Outdoor abonnement?
  - e. Hoeveel interesse hebben de potentiële afnemers in de Arendse Outdoor Clubs?

## Onderzoeksmethode

### Onderzoekspopulatie

Tot de onderzoekspopulatie behoren mannen en vrouwen van 16 jaar en ouder uit de omgeving van Kerkdriel. Deze onderzoekspopulatie is tot stand gekomen doordat de trainingen van de Arendse Outdoor Clubs geschikt zijn voor iedereen vanaf 16 jaar uit Kerkdriel en omgeving, ongeacht hun sport- en/of fitnessniveau.

### Onderzoeksmethodiek

Door middel van enquêtes, ook wel kwantitatief onderzoek, worden de wensen en behoeften van de potentiële afnemers van Arendse Health Club in kaart gebracht.

### Steekproefmethode

De steekproefmethode van dit onderzoek is de enkelvoudige aselecte steekproef. Alle eenheden uit de populatie hebben een even grote kans om in de steekproef opgenomen te worden.

### Opzet veldwerk

Er zullen mondelinge enquêtes worden afgenomen door middel van persoonlijke benadering van de onderzoekspopulatie. Dit zal gebeuren in Kerkdriel en omgeving bij (sport)gelegenheden waar de onderzoekspopulatie gemakkelijk te benaderen is. Daarnaast zullen potentiële afnemers die Optisport De Kreek bezoeken benaderd worden om deel te nemen aan het onderzoek en zullen bestaande connecties als Run2Day en Van Tuyl benaderd worden met de vraag of het mogelijk is om onder hun afnemers enquêtes af te nemen.

## Meetinstrument

### Operationalisering

In de tabel op de volgende pagina is te zien welke aspecten er per dimensie aan bod komen in het kwantitatieve onderzoek.

| Dimensie              | Aspecten                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | In enquête                                                                                       |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Algemeen              | 1. Geslacht<br>2. Leeftijd<br>3. Woonplaats<br>4. Beoefenen sport                                                                                                                                                                                                                                                                   | Vraag 1<br>Vraag 2<br>Vraag 3<br>Vraag 4                                                         |
| Sportgedrag           | 5. Soort sport<br>6. Frequentie sporten<br>7. Locatie beoefenen sport<br>8. Voornaamste reden om te sporten                                                                                                                                                                                                                         | Vraag 5<br>Vraag 6<br>Vraag 7<br>Vraag 8                                                         |
| Sportinteresse        | 9. Interesse sporten<br>10. Interesse outdoor sporten                                                                                                                                                                                                                                                                               | Vraag 9<br>Vraag 10                                                                              |
| Fitness               | 11. Lid fitnesscentrum<br>12. Lengte lidmaatschap<br>13. Soort abonnement                                                                                                                                                                                                                                                           | Vraag 11<br>Vraag 12<br>Vraag 13                                                                 |
| Arendse Outdoor Clubs | 14. Bekendheid Arendse Outdoor Clubs<br>15. Contactwijze Arendse Outdoor Clubs<br>16. Deelname trainingen<br>17. Ervaringen Arendse Outdoor Clubs<br>18. Informeren leden over Arendse Outdoor Clubs<br>19. Prijs outdoor abonnement<br>20. Reden niet aangesloten bij Arendse Outdoor Clubs<br>21. Interesse Arendse Outdoor Clubs | Vraag 14<br>Vraag 15<br>Vraag 16<br>Vraag 17<br>Vraag 18<br>Vraag 19, 21<br>Vraag 20<br>Vraag 22 |

Tabel 27 Operationalisering potentiële afnemers

### Opbouw vragenlijst

De vragenlijst is opgebouwd uit verschillende onderdelen die voor Arendse Health Club in Kerkdriel belang hebben bij het onderzoek naar de wensen en behoeften van de potentiële afnemers. Deze onderdelen zijn terug te vinden in het vorige onderdeel, operationalisering. Allereerst wordt de sportbehoefte van de potentiële afnemers in kaart gebracht waarna er wordt overgeschakeld op de Arendse Outdoor Clubs. De opbouw van de vragenlijst is terug te vinden in de volgende bijlage.

### Responsverantwoording

De enquête is ingevuld door 124 potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel. Deze potentiële afnemers zijn mannen en vrouwen van 16 jaar en ouder uit de regio Kerkdriel, ongeacht sport- en/of fitnessniveau. De 124 respondenten maakt samen een respons van 41,3% en een non-respons van 58,7%. Redenen dat de potentiële afnemers niet deel wilde nemen aan het onderzoek waren voornamelijk dat men geen tijd had om de vragenlijst in te vullen of omdat men niet uit de regio Kerkdriel kwam. Dit was voornamelijk het geval bij het afnemen van enquêtes bij de hardloopen wielerspeciaalzaken. Halverwege de responsperiode waren er 60 respondenten. Doormiddel van het extra afnemen van mondelinge enquêtes is de respons verhoogd met 51,6%.

### Representativiteit

Om de representativiteit van de steekproef te beoordelen zal er worden gekeken naar de verdeling van geslacht en leeftijd van de respondenten die hebben meegedaan aan de steekproef. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de Chi-kwadraat toets. Op basis van de variabele geslacht en leeftijd kan de steekproef als representatief worden ervaren voor de gehele onderzoekspopulatie. Dit is te zien in Tabel 22: Representativiteit geslacht en Tabel 23: Representativiteit leeftijd van de potentiële afnemers van bijlage 9 Frequentietabellen potentiële afnemers. De uitkomsten van het onderzoek

naar de potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel kan op basis van de variabele geslacht en leeftijd op de gehele onderzoekspopulatie worden betrokken.

## Bijlage 8      Enquête potentiële afnemers

---

### ***Onderzoek naar de sportbehoefte potentiële afnemers Arendse Health Club***

In het kader van mijn afstudeeronderzoek aan het Johan Cruyff University in Tilburg doe ik, Soraya van Hees, onderzoek naar de sportbehoefte van potentiële afnemers van Arendse Health Club in Kerkdriel. Arendse Health Club biedt een all-inclusive concept dat zicht richt op persoonlijke benadering doormiddel van een lifestyleconcept. Door middel van dit onderzoek krijgt Arendse Health Club inzicht in de wensen en behoeften van haar potentiële afnemers in Kerkdriel en omgeving. Het betreft een anonieme enquête en met alle gegevens wordt vertrouwelijk omgegaan. Het invullen van de enquête duurt ongeveer 5 minuten. Onder de deelnemers verloten wij een gratis dag sporten voor 2 personen. Bij vragen kunt u contact met mij opnemen via [s.vanhees@student.fontys.nl](mailto:s.vanhees@student.fontys.nl).

#### **Algemeen**

1. Wat is uw geslacht?

☐ Man

☐ Vrouw

2. Wat is uw leeftijd?

☐ < 20 jaar

☐ 21-30 jaar

☐ 31-40 jaar

☐ 41-50 jaar

☐ 51-60 jaar

☐ 61 jaar of ouder

3. Wat is uw woonplaats?

4. Doet u aan sport?

☐ Ja

*ga door naar vraag 5*

☐ Nee

*ga door naar vraag 9*

#### **Sportbehoefte**

5. Welke sport(en) beoefent u?

6. Hoe vaak doet u aan sport?

☐ 1 keer per week

- ☐ 2 – 3 keer per week
- ☐ 4 – 5 keer per week
- ☐ Meer dan 5 keer per week
- ☐ Anders, namelijk

7. Waar beoefent u uw sport(en)?

8. Wat is uw voornaamste reden om te sporten?

- ☐ Fit en gezond worden/blijven
- ☐ Gewicht en figuur controleren
- ☐ Verbeteren van zelfbeeld
- ☐ Gezelligheid
- ☐ Spiermassa opbouwen
- ☐ Ontspanning
- ☐ Stress verminderen
- ☐ Sport specifiek trainen
- ☐ Anders namelijk

### Sportinteresse

*De volgende vragen gaan over welke sporten u het meest interesseren.*

9. In welke 3 sporten heeft u de meeste interesse?

1.
2.
3.

10. Hoe interessant vindt u de volgende outdoor sporten?

|                 | Zeer oninteressant       | Oninteressant            | Neutraal                 | Interessant              | Zeer interessant         |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Bootcamp     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Hardlopen    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Wielrennen   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Mountainbike | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### Fitness

*De volgende vragen hebben betrekking op fitness. Indien u niet aan fitness doet kunt u doorgaan naar vraag 14.*

11. Bij welk fitnesscentrum bent u lid?

- ☐Arendse Health Club, Kerkdriel
- ☐Total Body-Fit, Kerkdriel
- ☐Fitnesscentrum Action, Velddriel
- ☐Uniek Fitness, Ammerzoden
- ☐Fitline, Zaltbommel
- ☐BodyLine, Zaltbommel
- ☐Anders, namelijk

12. Hoe lang bent u lid bij dit fitnesscentrum?

- ☐ < 1 jaar
- ☐ 1 – 2 jaar
- ☐ 2 – 3 jaar
- ☐ 3 – 4 jaar
- ☐ Langer dan 4 jaar

13. Welk soort abonnement heeft u momenteel?

- ☐ Onbeperkt sporten
- ☐ 1x per week sporten
- ☐ Studenten abonnement
- ☐ Senioren abonnement
- ☐ Familie abonnement
- ☐ 10-rittenkaart
- ☐ Outdoor abonnement
- ☐ Anders, namelijk

#### **Arendse Outdoor Clubs**

*Fitness is momenteel met ruim 3,2 miljoen beoefenaars de meest beoefende sport in Nederland. Een sterk opkomende trend binnen de fitnessbranche is outdoor fitness. Arendse Health Club speelt hierop in doormiddel van de Arendse Outdoor Clubs. Sinds april 2015 zijn wij gestart met de Arendse Running, Cycling en Bootcamp Club. Deze clubs bieden outdoor trainingen onder professionele begeleiding waarbij in groepsverband wordt gesport, waar u kunt genieten van de natuur en tegelijkertijd kunt werken aan uw conditie en spierkracht.*

14. Bent u bekend met de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel?

- ☐ Ja *ga door naar vraag 15*
- ☐ Nee *ga door naar vraag 18*

15. Hoe bent u in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs?

- ☐ Website
- ☐ Social media

☐ Gedrukte media

☐ Instructeurs/trainers

☐ Vrienden/kennissen

☐ Kick-off week

☐ Anders, namelijk

16. Neemt u deel aan trainingen van de Arendse Outdoor Clubs?

☐ Ja, Arendse Running Club

☐ Ja, Arendse Cycling Club

☐ Ja, Arendse Bootcamp Club

☐ Nee, ik neem geen deel aan trainingen

*ga door naar vraag 20*

17. Hoe hebt u tot op heden deelname aan de Arendse Outdoor Clubs ervaren?

#### **Niet bekend met Arendse Outdoor Clubs**

*De volgende vragen hoeft u alleen in te vullen wanneer u bij vraag 14 heeft aangegeven niet bekend te zijn met de Arendse Outdoor Clubs.*

18. Hoe zou u geïnformeerd willen worden over de Arendse Outdoor Clubs?

☐ Door instructeurs/trainers

☐ Persoonlijke benadering

☐ Via de website

☐ Via flyers en/of informatieboekjes

☐ Telefonisch

☐ Via de e-mail

☐ Anders, namelijk

*Het Arendse Outdoor abonnement kost €19,95 per 4 weken. Hiermee mogen leden deelnemen aan alle trainingen, evenementen, workshops, clinics en side-events die worden georganiseerd binnen de drie Outdoor Clubs.*

19. Hoe ervaart u de prijs van het Arendse Outdoor abonnement?

☐ Zeer goedkoop

☐ Goedkoop

☐ Neutraal

☐ Duur

☐ Zeer duur

### Geen deelname aan Arendse Outdoor Clubs

*De volgende twee vragen hoeft u alleen in te vullen wanneer u bij vraag 16 heeft aangegeven niet deel te nemen aan de Arendse Outdoor Clubs. Deze vragen zullen gaan over de reden waarom u niet bent aangesloten bij (één van) de Arendse Outdoor Clubs.*

20. Wat is de reden dat u niet bent aangesloten bij de Arendse Outdoor Clubs?

- ☐ De sporten van de Outdoor Clubs liggen mij niet
- ☐ Ik ben niet in staat om mee te doen i.v.m. ziekte, beperking, etc.
- ☐ Ik heb onvoldoende informatie om te beslissen om me aan te sluiten bij een van de Arendse Outdoor Clubs
- ☐ Ik ben aangesloten bij een hardloop-, wiel- of Bootcamp vereniging/club/groep
- ☐ Ik heb een blessure
- ☐ Ik heb geen tijd
- ☐ Anders, namelijk

*Het Arendse Outdoor abonnement kost €19,95 per 4 weken. Hiermee mogen leden deelnemen aan alle trainingen, evenementen, workshops, clinics en side-events die worden georganiseerd binnen de drie Outdoor Clubs.*

21. Hoe ervaart u de prijs van het Arendse Outdoor abonnement?

- ☐ Zeer goedkoop
- ☐ Goedkoop
- ☐ Neutraal
- ☐ Duur
- ☐ Zeer duur

*U bent nu op de hoogte van de belangrijkste kenmerken van de Arendse Outdoor Clubs. De volgende vraag heeft daarom betrekking op uw interesse in de Arendse Outdoor Clubs.*

22. Heeft u interesse in de Arendse Outdoor Clubs en haar faciliteiten?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Geen mening

### Bedankt voor het invullen van de enquête!

Hieronder heeft u de mogelijkheid om voor op- en of aanmerkingen met betrekking tot deze enquête en de Arendse Outdoor Clubs en kunt u uw naam + telefoonnummer achterlaten om kans te maken op een gratis dag sporten voor 2 personen.

Tabel 1: Geslacht potentiële afnemers

| Geslacht      |            |             |
|---------------|------------|-------------|
|               | Frequentie | In %        |
| Man           | 60         | 48,4%       |
| Vrouw         | 64         | 51,6%       |
| <b>Totaal</b> | <b>124</b> | <b>100%</b> |

Tabel 2: Leeftijd potentiële afnemers

| Leeftijd         |            |             |
|------------------|------------|-------------|
|                  | Frequentie | In %        |
| < 20 jaar        | 25         | 20,2%       |
| 21 - 30 jaar     | 15         | 12,1%       |
| 31 - 40 jaar     | 20         | 16,1%       |
| 41 - 50 jaar     | 22         | 17,7%       |
| 51 - 60 jaar     | 24         | 19,4%       |
| 61 jaar of ouder | 18         | 14,5%       |
| <b>Totaal</b>    | <b>124</b> | <b>100%</b> |

Tabel 3: Woonplaats potentiële afnemers

| Woonplaats    |            |             |
|---------------|------------|-------------|
|               | Frequentie | In %        |
| Kerkdriel     | 58         | 46,8%       |
| Zaltbommel    | 20         | 16,1%       |
| Den Bosch     | 16         | 12,9%       |
| Bruchem       | 2          | 1,6%        |
| Hedel         | 8          | 6,5%        |
| Aalst         | 2          | 1,6%        |
| Rosmalen      | 4          | 3,2%        |
| Poederrijen   | 2          | 1,6%        |
| Nuland        | 2          | 1,6%        |
| Rossum        | 2          | 1,6%        |
| Gameren       | 4          | 3,2%        |
| Ammerzoden    | 2          | 1,6%        |
| Alem          | 2          | 1,6%        |
| <b>Totaal</b> | <b>124</b> | <b>100%</b> |

Tabel 4: Beoefenen sport door potentiële afnemers

| Beoefenen sport |            |             |
|-----------------|------------|-------------|
|                 | Frequentie | In %        |
| Ja              | 98         | 79,0%       |
| Nee             | 26         | 21,0%       |
| <b>Totaal</b>   | <b>124</b> | <b>100%</b> |

Tabel 5: Beoefende sporten door potentiële afnemers

| Beoefende sporten |            |             |
|-------------------|------------|-------------|
|                   | Frequentie | In %        |
| Fitness           | 58         | 29,3%       |
| Hardlopen         | 32         | 16,2%       |
| Wielrennen        | 34         | 17,2%       |
| Tennis            | 10         | 5,1%        |
| Fietsen           | 12         | 6,1%        |
| Wandelen          | 6          | 3,0%        |
| Voetbal           | 8          | 4,0%        |
| Paardrijden       | 8          | 4,0%        |
| BMX               | 8          | 4,0%        |
| Badminton         | 2          | 1,0%        |
| Skiën             | 2          | 1,0%        |
| Bootcamp          | 2          | 1,0%        |
| Overig            | 16         | 8,1%        |
| <b>Totaal</b>     | <b>198</b> | <b>100%</b> |

Tabel 6: Sportfrequentie potentiële afnemers

| Sportfrequentie          |            |               |
|--------------------------|------------|---------------|
|                          | Frequentie | In %          |
| 1 keer per week          | 22         | 17,7%         |
| 2 - 3 keer per week      | 54         | 43,5%         |
| 4 - 5 keer per week      | 12         | 9,7%          |
| Meer dan 5 keer per week | 12         | 9,7%          |
| <b>Totaal</b>            | <b>100</b> | <b>80,6%</b>  |
| Geen antwoord            | 24         | 19,4%         |
| <b>Totaal</b>            | <b>124</b> | <b>100,0%</b> |

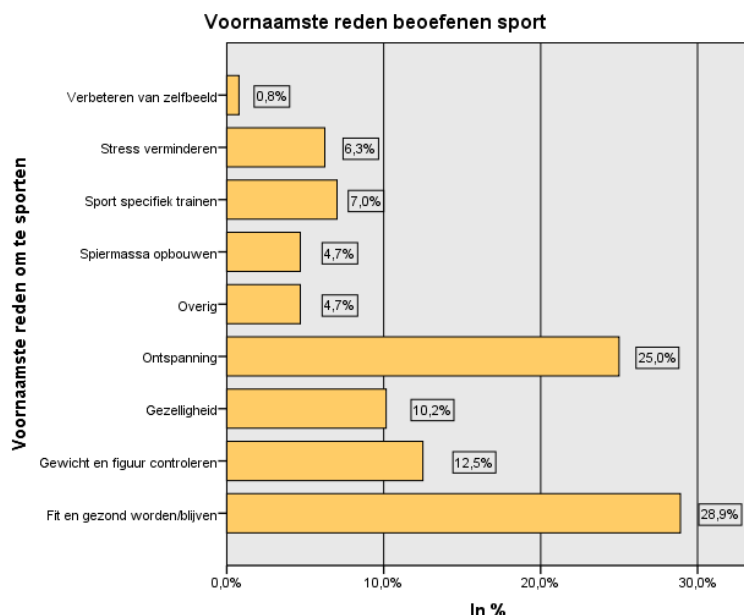
Tabel 7: Locatie beoefenen sport

| Locatie beoefenen sport |             |            |        |                  |
|-------------------------|-------------|------------|--------|------------------|
|                         |             | Respons    |        | Percent of Cases |
|                         |             | Frequentie | In %   |                  |
| Locatie                 | Buiten      | 60         | 43,5%  | 60,0%            |
|                         | Vereniging  | 26         | 18,8%  | 26,0%            |
|                         | Sportschool | 32         | 23,2%  | 32,0%            |
|                         | Thuis       | 6          | 4,3%   | 6,0%             |
|                         | Sporthal    | 4          | 2,9%   | 4,0%             |
|                         | Overig      | 10         | 7,2%   | 10,0%            |
| Totaal                  |             | 138        | 100,0% | 138,0%           |

Tabel 8: Voornaamste reden beoefenen sport

| Voornaamste reden beoefenen sport |                                |            |       |                  |
|-----------------------------------|--------------------------------|------------|-------|------------------|
|                                   |                                | Respons    |       | Percent of Cases |
|                                   |                                | Frequentie | In %  |                  |
| Voornaamste reden beoefenen sport | Fit en gezond worden / blijven | 74         | 28,9% | 74,0%            |
|                                   | Gewicht en figuur controleren  | 32         | 12,5% | 32,0%            |
|                                   | Verbeteren zelfbeeld           | 2          | 0,8%  | 2,0%             |
|                                   | Gezelligheid                   | 26         | 10,2% | 26,0%            |
|                                   | Ontspanning                    | 64         | 25,0% | 64,0%            |
|                                   | Spiermassa opbouwen            | 12         | 4,7%  | 12,0%            |
|                                   | Stress verminderen             | 16         | 6,3%  | 16,0%            |
|                                   | Sport specifiek trainen        | 18         | 7,0%  | 18,0%            |
|                                   | Overig                         | 12         | 4,7%  | 12,0%            |
| Totaal                            |                                | 256        | 100%  | 256%             |

Grafiek 1: Voornaamste reden beoefenen sport



Tabel 9: Verband geslacht en voornaamste reden om te sporten  
Geslacht vs. voornaamste reden om te sporten

|                                 |                               | Geslacht   |                   |            |                   |
|---------------------------------|-------------------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|
|                                 |                               | Man        |                   | Vrouw      |                   |
|                                 |                               | Frequentie | % within Geslacht | Frequentie | % within Geslacht |
| Voornaamste reden om te sporten | Fit en gezond worden/blijven  | 34         | 65,4%             | 40         | 83,3%             |
|                                 | Gewicht en figuur controleren | 12         | 23,1%             | 20         | 41,7%             |
|                                 | Verbeteren van zelfbeeld      | 0          | 0,0%              | 2          | 4,2%              |
|                                 | Gezelligheid                  | 8          | 15,4%             | 18         | 37,5%             |
|                                 | Ontspanning                   | 32         | 61,5%             | 32         | 66,7%             |
|                                 | Spiermassa opbouwen           | 8          | 15,4%             | 4          | 8,3%              |
|                                 | Stress verminderen            | 6          | 11,5%             | 10         | 20,8%             |
|                                 | Sportspecifiek trainen        | 8          | 15,4%             | 10         | 20,8%             |
|                                 | Overig                        | 6          | 11,5%             | 6          | 12,5%             |
|                                 | <b>Totaal</b>                 | <b>52</b>  | <b>100,0%</b>     | <b>48</b>  | <b>100,0%</b>     |

#### Pearson Chi-Square Tests

|                                 |            | Geslacht |
|---------------------------------|------------|----------|
| Voornaamste reden om te sporten | Chi-square | 20,288   |
|                                 | df         | 9        |
|                                 | Sig.       | ,016     |

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

\*. The Chi-square statistic is significant at the ,05 level.

#### Toelichting:

Of er een significant verband is tussen twee variabelen wordt getoetst door middel van de Chi-square. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de volgende hypothesen:

1.  $H_0$  = Er is geen significant verband tussen de twee variabelen.
2.  $H_1$  = Er is een significant verband tussen de twee variabelen.

De uitkomst van de Chi-square is 1,6%. Omdat dit lager is dan de grenswaarde van 5% wordt de nulhypothese verworpen. Dit betekent dat er een significant verband is tussen de variabelen geslacht en voornaamste reden om te sporten.

Tabel 10: Verband type sport en sportfrequentie

|                   |                          |            | Welke sport(en) beoefent u? |           |            |        |         |          |         |             |        |           |        |          |        |
|-------------------|--------------------------|------------|-----------------------------|-----------|------------|--------|---------|----------|---------|-------------|--------|-----------|--------|----------|--------|
|                   |                          |            | Fitness                     | Hardlopen | Wielrennen | Tennis | Fietsen | Wandelen | Voetbal | Paardrijden | BMX    | Badminton | Skien  | Bootcamp | Overig |
| Hoe vaak sport u? | 1 keer per week          | Frequentie | 9                           | 2         | 6          | 2      | 4       | 1        | 2       | 0           | 1      | 1         | 0      | 1        | 4      |
|                   |                          | % in Sport | 16,4%                       | 6,9%      | 18,8%      | 22,2%  | 33,3%   | 16,7%    | 25,0%   | 0,0%        | 14,3%  | 50,0%     | 0,0%   | 50,0%    | 25,0%  |
|                   | 2 - 3 keer per week      | Frequentie | 30                          | 23        | 17         | 6      | 6       | 5        | 2       | 3           | 1      | 0         | 2      | 1        | 9      |
|                   |                          | % in Sport | 54,5%                       | 79,3%     | 53,1%      | 66,7%  | 50,0%   | 83,3%    | 25,0%   | 50,0%       | 14,3%  | 0,0%      | 100,0% | 50,0%    | 56,3%  |
|                   | 4 - 5 keer per week      | Frequentie | 7                           | 2         | 5          | 0      | 2       | 0        | 2       | 0           | 3      | 0         | 0      | 0        | 1      |
|                   |                          | % in Sport | 12,7%                       | 6,9%      | 15,6%      | 0,0%   | 16,7%   | 0,0%     | 25,0%   | 0,0%        | 42,9%  | 0,0%      | 0,0%   | 0,0%     | 6,3%   |
|                   | Meer dan 5 keer per week | Frequentie | 9                           | 2         | 4          | 1      | 0       | 0        | 2       | 3           | 2      | 1         | 0      | 0        | 2      |
|                   |                          | % in Sport | 16,4%                       | 6,9%      | 12,5%      | 11,1%  | 0,0%    | 0,0%     | 25,0%   | 50,0%       | 28,6%  | 50,0%     | 0,0%   | 0,0%     | 12,5%  |
|                   | Totaal                   | Frequentie | 55                          | 29        | 32         | 9      | 12      | 6        | 8       | 6           | 7      | 2         | 2      | 2        | 16     |
|                   |                          | % in Sport | 100,0%                      | 100,0%    | 100,0%     | 100,0% | 100,0%  | 100,0%   | 100,0%  | 100,0%      | 100,0% | 100,0%    | 100,0% | 100,0%   | 100,0% |

#### Pearson Chi-Square Tests

|                   |            | Welke sport (en) beoefent u? |
|-------------------|------------|------------------------------|
| Hoe vaak sport u? | Chi-square | 53,955                       |
|                   | df         | 39                           |
|                   | Sig.       | ,056 <sup>b</sup>            |

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

- a. More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.
- b. The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

#### Toelichting:

Of er een significant verband is tussen twee variabelen wordt getoetst door middel van de Chi-square. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de volgende hypothesen:

1.  $H_0$  = Er is geen significant verband tussen de twee variabelen.
2.  $H_1$  = Er is een significant verband tussen de twee variabelen.

De uitkomst van de Chi-square is 5,6%. Omdat dit hoger is dan de grenswaarde van 5% wordt de nulhypothese aangenomen. Dit betekent dat er geen significant verband is tussen de variabelen type sport en sportfrequentie. Door een grotere cel vulling dan 20% kunnen de uitkomsten van de Chi-square gebrekkig zijn.

**Tabel 11: Verband type sport en voornaamste reden om te sporten**

|                                 |                               |                | Welke sport(en) beoefent u? |           |            |        |         |          |         |             |       |           |        |          |        |
|---------------------------------|-------------------------------|----------------|-----------------------------|-----------|------------|--------|---------|----------|---------|-------------|-------|-----------|--------|----------|--------|
|                                 |                               |                | Fitness                     | Hardlopen | Wielrennen | Tennis | Fietsen | Wandelen | Voetbal | Paardrijden | BMX   | Badminton | Skiën  | Bootcamp | Overig |
| Voornaamste reden om te sporten | Fit en gezond worden/blijven  | Frequentie     | 39                          | 22        | 26         | 5      | 8       | 6        | 5       | 1           | 6     | 1         | 1      | 2        | 12     |
|                                 |                               | % within Sport | 70,9%                       | 75,9%     | 81,3%      | 55,6%  | 66,7%   | 100,0%   | 62,5%   | 16,7%       | 85,7% | 50,0%     | 50,0%  | 100,0%   | 75,0%  |
|                                 | Gewicht en figuur controleren | Frequentie     | 17                          | 13        | 9          | 3      | 1       | 4        | 2       | 2           | 2     | 0         | 2      | 2        | 7      |
|                                 |                               | % within Sport | 30,9%                       | 44,8%     | 28,1%      | 33,3%  | 8,3%    | 66,7%    | 25,0%   | 33,3%       | 28,6% | 0,0%      | 100,0% | 100,0%   | 43,8%  |
|                                 | Verbeteren van zelfbeeld      | Frequentie     | 1                           | 2         | 0          | 1      | 0       | 0        | 0       | 1           | 0     | 0         | 1      | 0        | 1      |
|                                 |                               | % within Sport | 18,0%                       | 6,9%      | 0,0%       | 11,1%  | 0,0%    | 0,0%     | 0,0%    | 16,7%       | 0,0%  | 0,0%      | 50,0%  | 0,0%     | 6,3%   |
|                                 | Gezelligheid                  | Frequentie     | 15                          | 9         | 9          | 3      | 2       | 1        | 3       | 1           | 1     | 1         | 1      | 0        | 5      |
|                                 |                               | % within Sport | 27,3%                       | 31,0%     | 28,1%      | 33,3%  | 16,7%   | 16,7%    | 37,5%   | 16,7%       | 14,3% | 50,0%     | 50,0%  | 0,0%     | 31,3%  |
|                                 | Ontspanning                   | Frequentie     | 35                          | 22        | 24         | 8      | 5       | 5        | 2       | 5           | 4     | 2         | 1      | 1        | 10     |
|                                 |                               | % within Sport | 63,6%                       | 75,9%     | 75,0%      | 88,9%  | 41,7%   | 83,3%    | 25,0%   | 83,3%       | 57,1% | 100,0%    | 50,0%  | 50,0%    | 62,5%  |
|                                 | Spiermassa opbouwen           | Frequentie     | 8                           | 2         | 6          | 0      | 1       | 0        | 2       | 0           | 2     | 1         | 0      | 1        | 1      |
|                                 |                               | % within Sport | 14,5%                       | 6,9%      | 18,8%      | 0,0%   | 8,3%    | 0,0%     | 25,0%   | 0,0%        | 28,6% | 50,0%     | 0,0%   | 50,0%    | 6,3%   |
|                                 | Stress verminderen            | Frequentie     | 10                          | 5         | 6          | 1      | 1       | 0        | 0       | 1           | 1     | 0         | 1      | 1        | 3      |
|                                 |                               | % within Sport | 18,2%                       | 17,2%     | 18,8%      | 11,1%  | 8,3%    | 0,0%     | 0,0%    | 16,7%       | 14,3% | 0,0%      | 50,0%  | 50,0%    | 18,8%  |
|                                 | Sportspecifiek trainen        | Frequentie     | 12                          | 1         | 5          | 2      | 2       | 0        | 3       | 3           | 4     | 0         | 0      | 0        | 2      |
|                                 |                               | % within Sport | 21,8%                       | 3,4%      | 15,6%      | 22,2%  | 16,7%   | 0,0%     | 37,5%   | 50,0%       | 57,1% | 0,0%      | 0,0%   | 0,0%     | 12,5%  |
|                                 | Overig                        | Frequentie     | 8                           | 3         | 4          | 2      | 2       | 0        | 0       | 2           | 0     | 0         | 1      | 0        | 5      |
|                                 |                               | % within Sport | 14,5%                       | 10,3%     | 12,5%      | 22,2%  | 16,7%   | 0,0%     | 0,0%    | 33,3%       | 0,0%  | 0,0%      | 50,0%  | 0,0%     | 31,3%  |
|                                 | Totaal                        | Frequentie     | 55                          | 29        | 32         | 9      | 12      | 6        | 8       | 6           | 7     | 2         | 2      | 2        | 16     |
|                                 |                               | % within Sport | 100                         | 100       | 100        | 100    | 100     | 100      | 100     | 100         | 100   | 100       | 100    | 100      | 100    |

#### Pearson Chi-Square Tests

|                                 |            | Welke sport (en) doet u? |
|---------------------------------|------------|--------------------------|
| Voornaamste reden om te sporten | Chi-square | 178,020                  |
|                                 | df         | 117                      |
|                                 | Sig.       | ,000 <sup>a,c</sup>      |

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

\*. The Chi-square statistic is significant at the .05 level.

b. More than 20% of cells in this subtable have expected cell counts less than 5. Chi-square results may be invalid.

c. The minimum expected cell count in this subtable is less than one. Chi-square results may be invalid.

#### Toelichting:

Of er een significant verband is tussen twee variabelen wordt getoetst door middel van de Chi-square. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de volgende hypothesen:

1.  $H_0$  = Er is geen significant verband tussen de twee variabelen.
2.  $H_1$  = Er is een significant verband tussen de twee variabelen.

De uitkomst van de Chi-square is 0%. Omdat dit lager is dan de grenswaarde van 5% wordt de nulhypothese verworpen. Dit betekent dat er een significant verband

is tussen de variabelen type sport en voornaamste reden om te sporten. Echter kan het zijn dat, mede door een grotere cel vulling dan 20%, de uitkomsten van de Chi-square gebrekkig zijn.

**Tabel 12: Interessante sporten potentiële afnemers**

| Interessante sporten |            |       |
|----------------------|------------|-------|
|                      | Frequentie | In %  |
| Hardlopen            | 36         | 13,0% |
| Wielrennen           | 36         | 13,0% |
| Fitness              | 28         | 10,1% |
| Voetbal              | 32         | 11,5% |
| Tennis               | 24         | 8,6%  |
| Fietsen              | 10         | 3,6%  |

|               |            |             |
|---------------|------------|-------------|
| Paardrijden   | 10         | 3,6%        |
| Schaatsen     | 10         | 3,6%        |
| Dansen        | 6          | 2,2%        |
| Wandelen      | 6          | 2,2%        |
| Mountainbike  | 6          | 2,2%        |
| Bootcamp      | 4          | 1,4%        |
| Veldrijden    | 4          | 1,4%        |
| Basketbal     | 4          | 1,4%        |
| Hockey        | 4          | 1,4%        |
| Zwemmen       | 4          | 1,4%        |
| Overig        | 54         | 19,4%       |
| <b>Totaal</b> | <b>278</b> | <b>100%</b> |

Tabel 13: Interesse Bootcamp

**Interesse Bootcamp**

|                    | <b>Frequentie</b> | <b>In %</b> |
|--------------------|-------------------|-------------|
| Zeer oninteressant | 32                | 25,8%       |
| Oninteressant      | 16                | 12,9%       |
| Neutraal           | 26                | 21,0%       |
| Interessant        | 42                | 33,9%       |
| Zeer interessant   | 8                 | 6,5%        |
| <b>Totaal</b>      | <b>124</b>        | <b>100%</b> |

Tabel 14: Interesse hardlopen

**Interesse hardlopen**

|                    | <b>Frequentie</b> | <b>In %</b> |
|--------------------|-------------------|-------------|
| Zeer oninteressant | 16                | 12,9%       |
| Oninteressant      | 30                | 24,2%       |
| Neutraal           | 24                | 19,4%       |
| Interessant        | 38                | 30,6%       |
| Zeer interessant   | 16                | 12,9%       |
| <b>Totaal</b>      | <b>124</b>        | <b>100%</b> |

Tabel 15: Interesse wielrennen

**Interesse wielrennen**

|                    | <b>Frequentie</b> | <b>In %</b> |
|--------------------|-------------------|-------------|
| Zeer oninteressant | 18                | 14,5%       |
| Oninteressant      | 40                | 32,3%       |
| Neutraal           | 18                | 14,5%       |
| Interessant        | 22                | 17,7%       |
| Zeer interessant   | 26                | 21,0%       |
| <b>Totaal</b>      | <b>124</b>        | <b>100%</b> |

Tabel 16: Interesse mountainbike

| Interesse mountainbike |            |             |
|------------------------|------------|-------------|
|                        | Frequentie | In %        |
| Zeer oninteressant     | 20         | 16,1%       |
| Oninteressant          | 34         | 27,4%       |
| Neutraal               | 30         | 24,2%       |
| Interessant            | 22         | 17,7%       |
| Zeer interessant       | 18         | 14,5%       |
| <b>Totaal</b>          | <b>124</b> | <b>100%</b> |

Tabel 17: Lid bij fitnesscentrum

| Lid bij fitnesscentrum |                                  |            |              |                             |
|------------------------|----------------------------------|------------|--------------|-----------------------------|
|                        |                                  | Frequentie | In %         | In % van fitnessbeoefenaars |
| Valid                  | Fitnesscentrum Action, Velddriel | 10         | 8,1%         | 23,8%                       |
|                        | Fitline Fitnessclub, Zaltbommel  | 6          | 4,8%         | 14,3%                       |
|                        | BodyLine Zaltbommel              | 4          | 3,2%         | 9,5%                        |
|                        | Basic Fit, Den Bosch             | 6          | 4,8%         | 14,3%                       |
|                        | Fit for Free, Den Bosch          | 4          | 3,2%         | 9,5%                        |
|                        | Overig                           | 12         | 9,7%         | 28,6%                       |
|                        | <b>Totaal</b>                    | <b>42</b>  | <b>33,9%</b> | <b>100%</b>                 |
| Missing                | System                           | 82         | 66,1%        |                             |
| <b>Totaal</b>          |                                  | <b>124</b> | <b>100%</b>  |                             |

Tabel 18: Lengte lidmaatschap fitnesscentrum

| Lengte lidmaatschap fitnesscentrum |                   |            |              |                             |
|------------------------------------|-------------------|------------|--------------|-----------------------------|
|                                    |                   | Frequentie | In %         | In % van fitnessbeoefenaars |
| Valid                              | < 1 jaar          | 6          | 4,8%         | 14,3%                       |
|                                    | 1-2 jaar          | 12         | 9,7%         | 28,6%                       |
|                                    | 2-3 jaar          | 4          | 3,2%         | 9,5%                        |
|                                    | 3-4 jaar          | 6          | 4,8%         | 14,3%                       |
|                                    | Langer dan 4 jaar | 14         | 11,3%        | 33,3%                       |
|                                    | <b>Totaal</b>     | <b>42</b>  | <b>33,9%</b> | <b>100%</b>                 |
| Missing                            | System            | 82         | 66,1%        |                             |
| <b>Totaal</b>                      |                   | <b>124</b> | <b>100%</b>  |                             |

Tabel 19: Soort abonnement fitnesscentrum

| Soort abonnement fitnesscentrum |            |              |                             |
|---------------------------------|------------|--------------|-----------------------------|
|                                 | Frequentie | In %         | In % van fitnessbeoefenaars |
| Onbeperkt sporten               | 30         | 24,2%        | 71,4%                       |
| 1x per week sporten             | 4          | 3,2%         | 9,5%                        |
| Studenten abonnement            | 2          | 1,6%         | 4,8%                        |
| Senioren abonnement             | 0          | 0,0%         | 0,0%                        |
| Familie abonnement              | 0          | 0,0%         | 0,0%                        |
| 10-rittenkaart                  | 0          | 0,0%         | 0,0%                        |
| Outdoor abonnement              | 0          | 0,0%         | 0,0%                        |
| Overig                          | 6          | 4,8%         | 14,3%                       |
| <b>Totaal</b>                   | <b>42</b>  | <b>33,9%</b> | <b>100%</b>                 |
| Geen antwoord                   | 82         | 66,1%        |                             |
| <b>Totaal</b>                   | <b>124</b> | <b>100%</b>  |                             |

Tabel 20: Bekendheid Arendse Outdoor Clubs

**Bekend met Arendse Outdoor Clubs**

|               | Frequentie | In %        |
|---------------|------------|-------------|
| Ja            | 26         | 21,0%       |
| Nee           | 98         | 79,0%       |
| <b>Totaal</b> | <b>124</b> | <b>100%</b> |

Tabel 21: Contactwijze Arendse Outdoor Clubs

| Hoe bent u in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs? |                           |            |             |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------|------------|-------------|
|                                                             |                           | Respons    |             |
|                                                             |                           | Frequentie | In %        |
| Hoe bent u in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs? | Via de website            | 2          | 7,7%        |
|                                                             | Via social media          | 6          | 23,1%       |
|                                                             | Via de gedrukte media     | 2          | 7,7%        |
|                                                             | Via instructeurs/trainers | 0          | 0,0%        |
|                                                             | Via vrienden/kennissen    | 16         | 61,5%       |
|                                                             | Via Arendse Kick-off week | 0          | 0,0%        |
|                                                             | Overig                    | 0          | 0,0%        |
| <b>Totaal</b>                                               |                           | <b>26</b>  | <b>100%</b> |

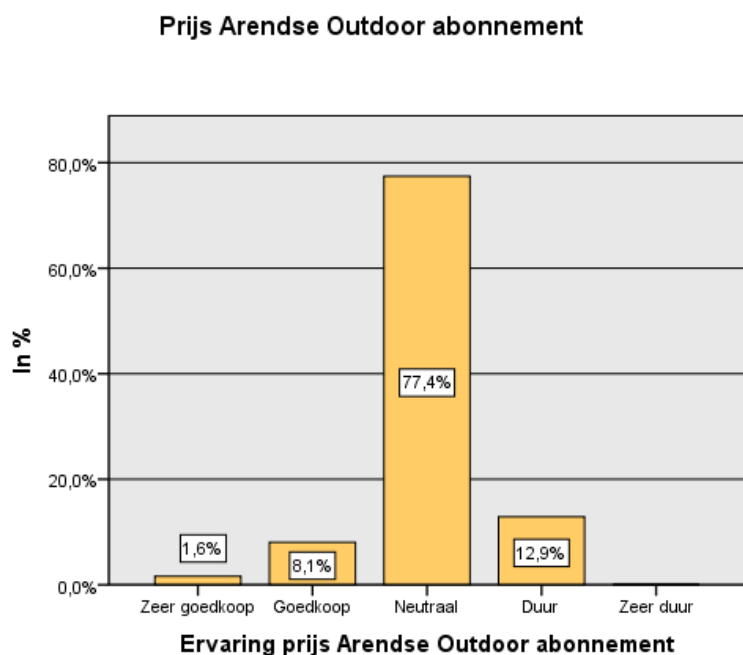
Tabel 22: Deelname Arendse Outdoor trainingen

| Deelname Arendse Outdoor trainingen |            |             |
|-------------------------------------|------------|-------------|
|                                     | Frequentie | in %        |
| Ja                                  | 0          | 0,0%        |
| Nee                                 | 26         | 21,0%       |
| Geen antwoord                       | 98         | 79,0%       |
| <b>Totaal</b>                       | <b>124</b> | <b>100%</b> |

Tabel 23: Wijze van informeren potentiële afnemers over Arendse Outdoor Clubs

| Wijze van informeren over Arendse Outdoor Clubs                     |                                   |            |               |                  |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------|---------------|------------------|
|                                                                     |                                   | Respons    |               | Percent of Cases |
|                                                                     |                                   | Frequentie | In %          |                  |
| Hoe zou u over de Arendse Outdoor Clubs geïnformeerd willen worden? | Via instructeurs / trainers       | 4          | 3,1%          | 4,1%             |
|                                                                     | Persoonlijke benadering           | 4          | 3,1%          | 4,1%             |
|                                                                     | Via de website                    | 42         | 32,3%         | 42,9%            |
|                                                                     | Via flyers en/of informatieboekje | 36         | 27,7%         | 36,7%            |
|                                                                     | telefonisch                       | 2          | 1,5%          | 2,0%             |
|                                                                     | Via de e-mail                     | 16         | 12,3%         | 16,3%            |
|                                                                     | Via social media                  | 10         | 7,7%          | 10,2%            |
|                                                                     | Niet                              | 14         | 10,8%         | 14,3%            |
|                                                                     | Overig                            | 2          | 1,5%          | 2,0%             |
| <b>Totaal</b>                                                       |                                   | <b>130</b> | <b>100,0%</b> | <b>132,7%</b>    |

Grafiek 2: Prijs Arendse Outdoor abonnement



Tabel 24: Reden niet aangesloten bij Arendse Outdoor Clubs

| Reden niet aangesloten bij Arendse Outdoor Clubs |                                                                                                          |            |             |                  |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|------------------|
|                                                  |                                                                                                          | Respons    |             | Percent of Cases |
|                                                  |                                                                                                          | Frequentie | In %        |                  |
| Reden niet aangesloten bij Arendse Outdoor Clubs | De sporten van de outdoor clubs liggen mij niet.                                                         | 2          | 7,7%        | 7,7%             |
|                                                  | Ik ben niet in staat om mee te doen i.v.m. ziekte, beperking, etc.                                       | 0          | 0,0%        | 0,0%             |
|                                                  | Ik heb onvoldoende informatie om te beslissen om me aan te sluiten bij een van de Arendse Outdoor Clubs. | 0          | 0,0%        | 0,0%             |
|                                                  | Ik ben aangesloten bij een vereniging                                                                    | 8          | 30,8%       | 30,8%            |
|                                                  | Ik heb een blessure                                                                                      | 0          | 0,0%        | 0,0%             |
|                                                  | Ik heb geen tijd                                                                                         | 8          | 30,8%       | 30,8%            |
|                                                  | Overig                                                                                                   | 8          | 30,8%       | 30,8%            |
| <b>Totaal</b>                                    |                                                                                                          | <b>26</b>  | <b>100%</b> | <b>100%</b>      |

Tabel 25: Interesse Arendse Outdoor Clubs

Heeft u interesse in de Arendse Outdoor Clubs en haar faciliteiten?

|               | Frequency  | Percent       |
|---------------|------------|---------------|
| Ja            | 51         | 41,1%         |
| Nee           | 23         | 18,5%         |
| Geen mening   | 50         | 40,3%         |
| <b>Totaal</b> | <b>124</b> | <b>100,0%</b> |

Tabel 26: Representativiteit geslacht

| Geslacht |            |            |          |
|----------|------------|------------|----------|
|          | Observed N | Expected N | Residual |
| Man      | 60         | 61         | -1       |
| Vrouw    | 64         | 63         | 1        |
| Total    | 124        |            |          |

Test Statistics

| Geslacht    |                   |
|-------------|-------------------|
| Chi-Square  | ,061 <sup>a</sup> |
| df          | 1                 |
| Asymp. Sig. | ,804              |

Toelichting:

De representativiteit van de steekproef wordt voor de variabele geslacht getoetst door middel van de Chi-kwadraattoets. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de volgende hypothesen:

1.  $H_0$  = De steekproef is wel representatief voor de gehele onderzoekspopulatie
2.  $H_1$  = De steekproef is niet representatief voor de gehele onderzoekspopulatie

a. 0 cells (,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 61,4.

De uitkomst van de chi-kwadraattoets is 80,4%. Omdat dit hoger is dan de grenswaarde van 5% wordt de nulhypothese geaccepteerd. Dit betekent dat de steekproef op het gebied van geslacht representatief is voor de gehele onderzoekspopulatie.

Tabel 27: Representativiteit leeftijd

| Leeftijd         |            |            |          |
|------------------|------------|------------|----------|
|                  | Observed N | Expected N | Residual |
| < 20 jaar        | 25         | 29         | -4       |
| 21 - 30 jaar     | 15         | 13         | 2        |
| 31 - 40 jaar     | 20         | 14         | 6        |
| 41 - 50 jaar     | 22         | 19         | 3        |
| 51 - 60 jaar     | 24         | 28         | -4       |
| 61 jaar of ouder | 18         | 21         | -3       |
| <b>Totaal</b>    | <b>124</b> |            |          |

**Test Statistics**

|             | Leeftijd           |
|-------------|--------------------|
| Chi-Square  | 5,047 <sup>a</sup> |
| df          | 5                  |
| Asymp. Sig. | <u>,410</u>        |

a. 0 cells (0,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 13,3.

Toelichting:

De representativiteit van de steekproef wordt voor de variabele leeftijd getoetst door middel van de Chi-kwadraattoets. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de volgende hypothesen:

1.  $H_0$  = De steekproef is wel representatief voor de gehele onderzoekspopulatie
2.  $H_1$  = De steekproef is niet representatief voor de gehele onderzoekspopulatie

De uitkomst van de chi-kwadraattoets is 41%. Omdat dit hoger is dan de grenswaarde van 5% wordt de nulhypothese aangenomen. Dit betekent dat de steekproef op het gebied van leeftijd representatief is voor de gehele onderzoekspopulatie.

### Probleemstelling

#### Aanleiding

De aanleiding van het kwalitatief onderzoek is de introductie van de Arendse Outdoor Clubs binnen Arendse Health Club in Kerkdriel. Voorafgaand aan de ledenwerving onder potentiële afnemers wordt door kwalitatief onderzoek het nieuwe Outdoor concept getoetst onder de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs.

### Probleemstelling

Hoe ervaren de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel de faciliteiten die bij deze Arendse Outdoor Clubs worden aangeboden?

### Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek is inzicht krijgen in de ervaringen van de huidige leden van de Arendse Outdoor Clubs om tot een advies te komen over het functioneren van de Arendse Outdoor Clubs als nieuw concept binnen Arendse Health Club.

### Onderzoeksvragen

1. Bij welke Arendse Outdoor Club zijn de huidige afnemers lid?
2. Hoe zijn de huidige afnemers in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs?
3. Wat zijn voor de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs de voornaamste redenen om te sporten?
  - a. Wat zijn voor de huidige afnemers de voornaamste redenen om zich aan te sluiten bij de Arendse Outdoor Clubs?
4. Hoe ervaren de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs de trainingen en trainers?
  - a. Hoe ervaren de huidige afnemers de trainingen bij de Arendse Outdoor Clubs?
  - b. Wat vinden de huidige afnemers van de trainers van de Arendse Outdoor Clubs?
5. Hoe tevreden zijn de huidige afnemers over de Arendse Outdoor Clubs?
  - a. Hoe tevreden zijn de huidige afnemers over de trainingstijden?
  - b. Hoe tevreden zijn de huidige afnemers over de trainingslocaties?
  - c. Hoe tevreden zijn de huidige afnemers over de communicatie rondom de Arendse Outdoor Clubs?
  - d. Hoe tevreden zijn de huidige afnemers over de evenementen die bij de Arendse Outdoor Clubs worden georganiseerd?
6. Wat zijn volgens de huidige afnemers verbeterpunten binnen de Arendse Outdoor Clubs?
  - a. Zijn er onderdelen, elementen en/of evenementen die de huidige afnemers missen bij de Arendse Outdoor Clubs?
  - b. Zijn er volgens de huidige afnemers verbeterpunten binnen de Arendse Outdoor Clubs en welke verbeterpunten zijn dit?

### Methode van onderzoek

#### Onderzoekspopulatie

De onderzoekspopulatie van het kwalitatieve onderzoek zijn de huidige afnemers van de Arendse Outdoor Clubs in Kerkdriel.

#### Methode

De methode die voor het kwalitatieve onderzoek wordt gebruikt is een groepsdiscussie. Tijdens de groepsdiscussie wordt het Arendse Outdoor concept besproken door de afnemers van de Arendse Outdoor Clubs en kan er getoetst worden wat hun ervaringen zijn, of er dingen/elementen

ontbreken en of er eventuele verbeterpunten binnen het concept zijn. Door deze methode kunnen de afnemers onderling over deze onderdelen discussiëren.

#### Deelnemers weving en selectie

De werving van de deelnemers zal gedaan worden door alle huidige afnemers een uitnodiging te sturen voor de groepsdiscussie. Omdat er bij de Arendse Outdoor Clubs momenteel meer vrouwen als mannen lid zijn zal de uiteindelijke selectie van de deelnemers ook meer vrouwen bevatten.

#### Dataverzameling

Tijdens de groepsdiscussie worden aantekeningen gemaakt van wat wordt besproken. Daarnaast wordt de groepsdiscussie opgenomen op video zodat na afloop van de groepsdiscussie de resultaten teruggekeken en uitgewerkt kunnen worden. De tijdsduur van de groepsdiscussie zal 30 à 45 minuten duren.

#### Planning

Hieronder is een overzicht te zien van de planning van het kwalitatieve onderzoek.

| Week         | To Do                                 |
|--------------|---------------------------------------|
| Week 43      | Onderzoeksopzet + gesprekshandleiding |
| Week 44      | Uitnodigen deelnemers                 |
| Week 46      | Groepsdiscussie                       |
| Week 47 – 48 | Uitwerken resultaten                  |

Tabel 28 Planning kwalitatief onderzoek

### Inleiding

Arendse Health Club is sinds april 2015 gestart met de Arendse Outdoor Clubs, bestaande uit de Bootcamp, Running en Cycling Club. In dit onderzoek wordt er gekeken naar de tevredenheid en ervaringen onder de leden van de Arendse Outdoor Clubs. Door te discussiëren over onder andere de trainingen, trainers, communicatie en evenementen van de Arendse Outdoor Clubs kunnen sterke punten en verbeterpunten worden vastgesteld.

### Uitleg focusgroeponderzoek

- Welkom
- Voorstellen gespreksleider en notulist
- Onderwerp en doel onderzoek uitleggen
- Opname en anonimiteit
- Totale tijdsduur 30 à 45 minuten
- Spelregels uitleggen

### Voorstelronde

- Soraya van Hees, 21 jaar, stagiaire Arendse Health Club, student Johan Cruijff University
- Respondenten stellen zich voor

### Openingsvraag

Bij welke Arendse Outdoor Club bent u aangesloten?

### Introductievraag

Hoe bent u in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs?

### Transitievraag

- Wat is uw voornaamste reden om te sporten?

### Kernvragen

#### 1. Trainingen Arendse Outdoor Clubs:

- Hoe ervaart u de trainingen bij de Arendse Outdoor Clubs?
- Wat vindt u van de trainers van de Arendse Outdoor Clubs?

#### 2. Tevredenheid Arendse Outdoor Clubs:

- Hoe tevreden bent u over de trainingstijden van de Arendse Outdoor Clubs?
- Hoe tevreden bent u over de trainingslocaties van de Arendse Outdoor Clubs?
- Hoe tevreden bent u over de communicatie rondom de Arendse Outdoor Clubs?
- Hoe tevreden bent u over de evenementen van de Arendse Outdoor Clubs?

#### 3. Verbeterpunten Arendse Outdoor Clubs

- Zijn er onderdelen en/of elementen die u mist bij de Arendse Outdoor Clubs?
- Zijn er volgens u verbeterpunten binnen de Arendse Outdoor Clubs? Zo ja, welke verbeterpunten zijn dit?

### Afrondende vraag

Beschrijf in het kort uw algemene ervaring bij de Arendse Outdoor Clubs.

### Transcript groepsdiscussie

S: Leider groepsdiscussie:

DG: Discussiegroep

De overige letters zijn de voorletters van de namen van de Arendse Outdoor Leden, welke beloofd zijn anoniem te houden binnen het onderzoek.

S: *Goedemiddag allemaal, welkom bij deze groepsdiscussie over de Arendse Outdoor Clubs. Jullie zullen mij al wel vaker gezien hebben, maar ik zal mezelf toch nog even voorstellen. Mijn naam is Soraya van Hees, ik studeer bij het Johan Cruijff University en ben momenteel bezig met mijn afstudeerstage bij Arendse Health Club. Hiervoor doe ik onderzoek naar de potentie van de Arendse Outdoor Clubs in de regio Kerkdriel.*

S: *Een onderdeel van dit onderzoek is deze groepsdiscussie met jullie, de leden van de Arendse Outdoor Clubs. In dit onderzoek wordt er gekeken naar de tevredenheid en ervaringen onder de leden van de Arendse Outdoor Clubs. Door te discussiëren over onder andere de trainingen, trainers, communicatie en evenementen van de Arendse Outdoor Clubs kunnen sterke punten en verbeterpunten worden vastgesteld. De groepsdiscussie zal worden opgenomen zodat ik later kan terugkijken wat er allemaal ter sprake is gekomen en de resultaten zullen alleen voor dit onderzoek gebruikt worden. De tijdsduur zal ongeveer 30 à 45 minuten zijn. Om de discussie goed te laten verlopen wil ik jullie vragen om elkaar uit te laten spreken voordat er gereageerd wordt. Zijn er na mijn inleiding vragen?*

DG: Nee.

S: *Oké, mooi. Dan kunnen we gaan beginnen. Ik weet dat jullie elkaar allemaal al kennen maar toch zal ik wil ik vragen of jullie jezelf één voor één even kort voor mij willen voorstellen. Als we hier beginnen dan maken we de ronde af.*

R: Ik ben R., ik ben 22 jaar oud en kom uit Kerkdriel.

K: Ik ben K., ik ben 23 jaar en kom ook uit Kerkdriel.

D: Ik ben D., 21 jaar en kom uit Kerkdriel.

B: Ik ben B., 44 jaar oud en kom ook uit Kerkdriel.

A: Ik ben A., 28 jaar oud en ik kom uit Heerewaarden.

C: Ik ben C., 35 jaar en kom uit Rossum.

Ro: Ik ben Ro., 20 jaar en kom uit Kerkdriel.

J: Ik ben J., 46 jaar oud en ik kom uit Rossum.

W: Ik ben W., ik kom uit Alem en ben 24 jaar oud.

E: Ik ben E., 23 jaar oud en kom uit Kerkdriel.

Ka: Ik ben Ka., ik kom uit Kerkdriel en ben 42 jaar oud

La: Ik ben La., 23 jaar oud en kom uit Kerkdriel.

Li: Ik ben Li., 26 jaar oud en kom ook uit Kerkdriel.

S: *Bedankt allemaal! Dan kan de groepsdiscussie nu van start gaan. Allereerst wil ik vragen bij welke Arendse Outdoor Club jullie zijn aangesloten. Ik zal elke outdoor club even opnoemen en als jullie dan even je hand willen opsteken als jullie hierbij aangesloten zijn dan kan ik de aantallen noteren.*

S: *Arendse Running Club? 5 keer. Arendse Bootcamp Club? 12 keer. Helaas hebben we nog geen trainer kunnen vinden voor de Arendse Outdoor Clubs dus zal de start van deze club nog even*

*op zich laten wachten. De volgende vraag is: Hoe zijn jullie in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs?*

La: Een vriendin van mij had iets gehoord over de Arendse Outdoor Clubs dus toen ben ik daarna gaan informeren toen hier ging sporten.

A: Dat had ik ook en had me meteen maar aangemeld.

Lo: Ik was benaderd door een van de trainers met de vraag of ik mee wilde doen met de Arendse Bootcamp Club. Dit leek me wel leuk en heb daarna ook meegedaan bij de Arendse Running Club.

E: Ik was ook benaderd door de trainer ja. Die wist me al snel te overtuigen om mee te doen.

W: Ja dat hadden J en ik ook!

Ro: Een vriendin van mij had gevraagd of ik bij de kick-off week mee wilde doen aan de Bootcamp zodoende dat ik ermee in contact ben gekomen.

S: *Ik denk dat het wel duidelijk is dat jullie voornamelijk via de trainers en vrienden in contact zijn gekomen met de Arendse Outdoor Clubs. Is er nog iemand die op een andere manier in contact is gekomen?*

E: Ja, ik had in de Arendse App een melding gekregen over de kick-off week van de Arendse Outdoor Clubs.

S: *Oké bedankt! Dan gaan we nu door met de volgende vraag. Wat is voor jullie nu de voornaamste reden om aan sport te doen?*

D: Mijn voornaamste reden is toch wel om fit te zijn en af te vallen. Ik zal graag iets zelfverzekerder in mijn lichaam zitten.

K: Fit en gezond zijn is voor mij dan toch wel de belangrijkste reden.

R: Ja, en daarnaast helpt sporten ook goed wanneer je een beetje gestrest bent. Dan kan je die stress lekker wegwerken in de sportschool.

B: Maar gezelligheid vind ik ook wel erg belangrijk, anders heb je al geen zin om überhaupt te gaan sporten.

J: Net als ontspanning. In de sportschool hoef je even niet aan het werk en huishouden te denken en kan je je hoofd leegmaken.

Ka: Ja de genoemde reden zijn voor mij ook wel heel belangrijk. Daarnaast doe ik ook mee aan hardlooppwedstrijden dus voor mij is fitness ook sport specifiek.

S: *En zijn dit dan ook de voornaamste redenen waarom jullie je bij de Arendse Outdoor Clubs hebben aangesloten of zitten daar nog andere redenen bij?*

W: Ja ik denk dat die redenen wel overeen komen. Daarnaast heeft de gezelligheid die het sporten in groepsverband met zich meebrengt wel een extra doorslag gegeven.

Ro: En het feit dat je naar buiten gaat om te trainen is weer een mooie afwisseling van de groepslessen binnen en het standaard fitness. Zelf zal ik anders niet zo snel buiten gaan sporten.

C: Ja daar zijn wij het allemaal wel mee eens denk ik. \*gehele groep stemt in\*

S: *Heeft er nog iemand andere redenen?*

Li: Nee ik denk dat de belangrijkste redenen wel genoemd zijn.

S: *Oké dat is duidelijk. Door middel van de volgende vragen wil ik jullie tevredenheid over de Arendse Outdoor Clubs testen. Schroom jullie niet om met elkaar in discussie te gaan als jullie er anders over denken dan andere leden in de groep. Hoe ervaren jullie de trainingen van de Arendse Outdoor Clubs?*

E: Ik vind dat er leuke trainingen worden gegeven.

Li: Ja de Bootcamp trainingen zijn altijd heel leuk en gevarieerd, waardoor het uitdagender is.

- D: Inderdaad! Het zijn leuke groepslessen met veel variatie in activiteiten. Het is een keer iets anders omdat het buiten is en in teamverband.
- J: Ik vind het alleen wel jammer dat er zo weinig deelnemers zijn. Het zou nog leuker worden wanneer we gewoon een leuke grote groep hebben tijdens de trainingen.
- La: Maar de trainingen worden wel steeds meer echte Bootcamp trainingen door het gebruik van touwen en het trainen van kracht in plaats van rondjes rennen.
- R: Dat klopt wel maar voor mij mogen de trainingen nog wel wat intensiever, maar dan wel dat het voor iedereen reëel blijft om te doen.
- A: De hardlooptrainingen vind ik zwaar, maar ze zijn wel gezellig en ik haal voldoening uit de trainingen.
- Ro: Ook ik ben wel tevreden over de trainingen en vind het vooral lekker om buiten te sporten.
- K: Ja en daarnaast zijn de trainingen gezellig met de groep die we hebben.
- S: *Dus als ik het goed begrijp zijn de trainingen leuk, gezellig en gevarieerd en vinden jullie het leuk dat de trainingen buiten zijn. Wat vinden jullie daarnaast van de trainers?*
- E: Kevin is vriendelijk en geeft een duidelijke uitleg.
- Ka: Ja de trainers zijn duidelijk en vriendelijk.
- Li: Ik vind dat er altijd wel gevarieerde trainingen worden gegeven waarbij verschillende aspecten aan bod komen. De trainers zijn motiverend en slepen je door de training heen als dat nodig is.
- A: Je kan daardoor ook zien dat ze ervaren en professioneel zijn
- Li: Ja dat kun je inderdaad duidelijk merken.
- Ro: En hij weet veel afwisselende oefeningen.
- W: Kevin is inderdaad een uitstekende trainer!
- J: Hij is motiverend, sociaal en probeert je je grenzen te laten verleggen.
- S: *Dus jullie zijn zeker tevreden over de trainers. Dat is goed om te horen! Hoe tevreden zijn jullie over de trainingstijden en –locaties, evenementen en communicatie rondom de Arendse Outdoor Clubs?*
- W: Ik ben hier allemaal zeer tevreden over en ben heel blij met de Arendse Outdoor Clubs.
- Ro: De trainingslocatie is lekker dichtbij wat zeer fijn is. Er is goede communicatie rondom de outdoor clubs en de trainingstijden vind ik ook wel fijn.
- La: Ik vind de trainingstijden niet zo fijn en ben nog niet zo heel enthousiast geweest over de evenementen. De communicatie verloop echter wel goed en de trainingslocaties ben ik zeer tevreden mee.
- D: Ja ik ben het er wel mee eens dat de running op zondagochtend wel te vroeg is of geen prettige dag. Maar voor de andere trainingen zijn de tijdens weer beter dus ik denk dat ik voor iedereen wel kan zeggen dat over het algemeen gezien de trainingstijden gewoon goed zijn.
- A: Ja daar heeft ze inderdaad wel gelijk in. Ik ben echt tevreden over de Arendse Outdoor Clubs.
- DG: *\*Iedereen stemt hier mee in\* (tussendoor wordt nog opgemerkt dat er altijd nog wel ruimte is voor verbetering)*
- S: *Dat klopt! Er is inderdaad nog ruimte voor verbetering en dat brengt mij meteen op de volgende vraag. Zijn er nog verbeterpunten en/of onderdelen die jullie missen binnen de Arendse Outdoor Clubs?*
- E: Ik mis eigenlijk geen onderdelen ofzo, alleen denk ik dat ervoor gezorgd moet worden dat er meer deelnemers komen.
- K: Ja, meer deelnemers, daar ben ik het eigenlijk wel mee eens.
- J: Van mij mag er iets meer spanning en uitdaging in de training zitten.

- Ro: Ja inderdaad, dat er soms meer oefeningen sneller achter elkaar komen zodat je niet meer naar uitleg staat te luisteren dan dat je aan het trainen bent.
- D: Maar uitleg is ook heel belangrijk dus voor mij maakt dat dan niet zo veel uit.
- Ro: Ja ik denk dat iedereen daar wel anders over denkt. Ik zou het zelf fijner vinden om minder lang naar uitleg te moeten luisteren
- J: Ja inderdaad want dan kan je meer resultaat uit de training zelf halen.
- La: Ik vind ook wel dat er meer verschillende onderdelen mogen zijn die zwaar zijn maar wel voor iedereen reëel blijven om te doen. Daarnaast wat minder rondjes rennen en dan is het voor mij helemaal top.
- W: IK ben wel blij met de Arendse Outdoor Clubs en kan momenteel niet iets verzinnen wat er extra bij zou kunnen of dat er verbeterd kan worden. Van mij mag het zo wel doorgaan.
- A: Ja dat vind ik ook wel.
- S: *Mooi om te horen dat er bij dit onderwerp toch verschillende meningen naar voren komen. Het is heel belangrijk voor ons om te weten hoe jullie over de Arendse Outdoor Clubs denken en of er verbeterpunten zijn. Zelf proberen we natuurlijk continu de Arendse Outdoor Clubs te blijven verbeteren maar daarbij is jullie mening ook erg belangrijk. Ik denk dat ik uit deze samenkost met jullie een goede inzicht heb in hoe jullie tegenover de outdoor clubs staan en wat jullie wensen en behoeften hierbij zijn. Daarom wil ik nu gaan afsluiten met de vraag of jullie allemaal in het kort jullie algemene ervaring bij de Arendse Outdoor Clubs kunnen samenvatten. Dan maken we gewoon net als bij het voorstellen de ronde af totdat iedereen aan de beurt is geweest.*
- R: Oké, ik wil wel beginnen. Ik vind de Arendse Outdoor Clubs leuk, gezellig en sportief.
- B: In één woord geweldig!
- J: Bij de Bootcamp Club kan je gezellig bezig zijn en werken aan je gezondheid
- E: Ik vind het goed.
- La: De trainingen zijn leuk, interactief en er is echte teambuilding.
- Ro: Het is inderdaad interactief en fijn om met een groep buiten te sporten.
- K: Ja ik vind het leuk en gezellig.
- W: De trainingen zijn leuk en je leert er veel van.
- C: Goed, veel conditie en kracht gekregen en hierdoor zijn deze twee en mijn uithoudingsvermogen verbeterd.
- D: Het is een leuke ervaring alleen jammer van de trainingstijden.
- Ka: Ik vind het leuk, effectief en gezellig.
- A: Het is inderdaad gezellig. Het is een gezellige groep gelijkgestemden die ervoor gaan.
- Li: Ik vind het super leuke lessen en enthousiaste trainers.
- S: *Dat was de laatste. Dan wil ik bij deze de groepsdiscussie gaan sluiten. Ik wil jullie heel erg bedanken voor deelname aan deze groepsdiscussie en dus ook mijn onderzoek naar de Arendse Outdoor Clubs. Jullie mening wordt zeer gewaardeerd en wij zijn blij met zo'n mooie groep enthousiaste leden. Nogmaals bedankt!*

## Codering

Tabel 1: Bij welke Arendse Outdoor Club bent u aangesloten?

| Groepsdiscussie       |
|-----------------------|
| Arendse Bootcamp Club |
| Arendse Running Club  |

Belangrijkste uitkomsten:

- Arendse Bootcamp Club
- Arendse Running Club

Tabel 2: Hoe bent u in contact gekomen met de Arendse Outdoor Clubs?

| Groepsdiscussie |
|-----------------|
| Vrienden        |
| De trainers     |
| Arendse App     |

Belangrijkste uitkomsten:

- Vrienden
- De trainers
- Arendse App

Tabel 3: Wat is uw voornaamste reden om te sporten

| Groepsdiscussie                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------|
| Fit zijn                                                                       |
| Afvallen                                                                       |
| Gezondheid                                                                     |
| Sporten helpt ook wanneer je een beetje gestrest bent.                         |
| Ik doe mee aan hardloopwedstrijden dus de trainingen zijn ook sport specifiek. |
| Gezelligheid is ook erg belangrijk                                             |
| Daarnaast biedt het ontspanning, even niet aan werk en huishouden denken.      |

Belangrijkste uitkomsten:

- Fit en gezond blijven
- Gewicht controleren
- Sport specifiek trainen
- Ontspanning
- Gezelligheid

Tabel 4: Wat is uw voornaamste reden om uzelf aan te sluiten bij de Arendse Outdoor Clubs?

| Groepsdiscussie                                    |
|----------------------------------------------------|
| Trainen in groepsverband                           |
| Trainen in de buitenlucht                          |
| Afwisseling van de groepslessen en fitness binnen. |
| Fit en gezondheid                                  |

Belangrijkste uitkomsten:

- Groepsverband
- Sporten in de buitenlucht
- Afwisseling van groepslessen
- Fit en gezond worden/blijven

Tabel 5: Hoe ervaart u de trainingen van de Arendse Outdoor Clubs?

| <b>Groepsdiscussie</b>                                     |
|------------------------------------------------------------|
| Leuke trainingen                                           |
| Gevarieerd en uitdagend                                    |
| Leuke groepslessen met veel variërende activiteiten.       |
| Anders omdat het buiten en in teamverband is.              |
| Goede trainingen                                           |
| Jammer van de weinig deelnemers                            |
| Bootcamp wordt ook steeds meer een echte Bootcamp training |
| Gezellig en ik haal er voldoening uit                      |
| Gezellig met een groep                                     |
| Lekker om buiten te sporten                                |

Belangrijkste uitkomsten:

- Leuke trainingen
- Goede trainingen
- Veel variatie in activiteiten
- Gezellig trainen met een groep
- Lekker om te sporten in de buitenlucht

Tabel 6: Hoe ervaart u de trainers van de Arendse Outdoor Clubs?

| <b>Groepsdiscussie</b>                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vriendelijk en duidelijke uitleg                                                         |
| Bedenken veel variërende trainingen, zijn motiverend en slepen je door de training heen. |
| Ervaren en professioneel                                                                 |
| Goede trainers                                                                           |
| Weet veel afwisselende trainingen                                                        |
| Uitstekende trainer                                                                      |
| Motiverend, sociaal en probeert grenzen te verleggen                                     |

Belangrijkste uitkomsten:

- Vriendelijk en sociaal
- Goede trainer, goede uitleg
- Brengt veel variatie in de trainingen
- Trainers zijn motiverend

Tabel 7: Hoe tevreden bent u over de trainingstijden, -locaties, evenementen en communicatie rondom de Arendse Outdoor Clubs?

| <b>Groepsdiscussie</b>                                       |
|--------------------------------------------------------------|
| Zeer tevreden                                                |
| Goede locaties, tijden en communicatie                       |
| Trainingstijden niet zo fijn, goede communicatie en locaties |
| Running op zondag ochtend is te vroeg                        |
| Echt tevreden over de Arendse outdoor Clubs                  |

Belangrijkste uitkomsten:

- (zeer) tevreden
- Goede communicatie en trainingslocaties
- Meningen verdeeld over trainingstijden

Tabel 8: Zijn er verbeterpunten en/of onderdelen die u mist bij de Arendse Outdoor Clubs?

| <b>Groepsdiscussie</b>                   |
|------------------------------------------|
| Meer deelnemers                          |
| Meer deelnemers zal fijn zijn            |
| Meer spanning en uitdaging               |
| Oefeningen sneller achter elkaar         |
| Meer verschillende zwaardere onderdelen  |
| Ik ben blij met de Arendse Outdoor Clubs |
| Geen verbeterpunten                      |

Belangrijkste uitkomsten:

- Meer deelnemers
- Meer spanning en uitdaging
- Blij met de Arendse Outdoor Clubs zoals deze is
- Geen verbeterpunten

Tabel 9: Beschrijf uw algemene ervaring bij de Arendse Outdoor Clubs?

| Groepsdiscussie                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------|
| Leuk, gezellig en sportief                                                     |
| In één woord geweldig                                                          |
| Gezellig en werken aan de gezondheid                                           |
| Goed                                                                           |
| Trainingen zijn leuk, interactief en echte teambuilding                        |
| Interactief en fijn om met een groep buiten te sporten                         |
| Leuk en gezellig                                                               |
| Goed, veel conditie, kracht en uithoudingvermogen gekregen                     |
| Leuke ervaring alleen jammer van de trainingstijden                            |
| Leuk, effectief en gezellig<br>Gezellige groep gelijkgestemden die ervoor gaan |
| Super leuke lessen en enthousiaste trainers                                    |

Belangrijkste uitkomsten:

- Leuk, gezellig en sportief
- Interactief
- Enthousiaste trainers
- Werken aan conditie, kracht en gezondheid
- Gezellige groep

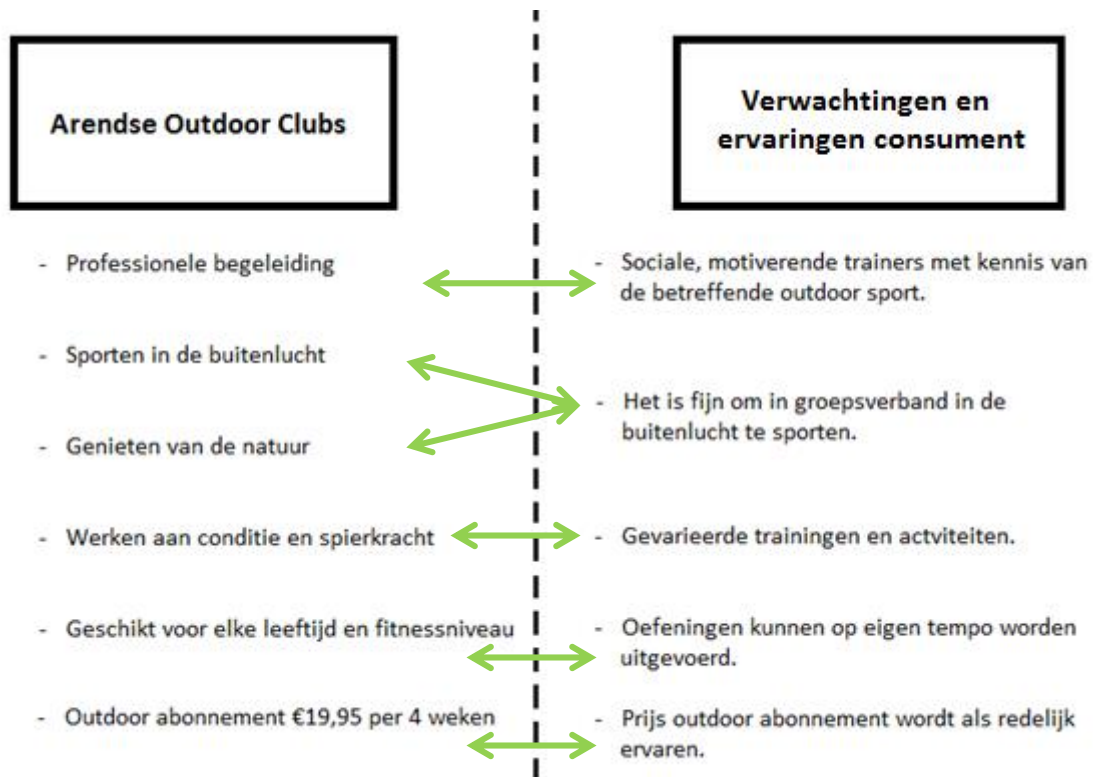
## Axiaal coderen

|                                                        |                                                 |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <b>Lid Arendse Outdoor Clubs</b>                       | Arendse Bootcamp Club                           |
|                                                        | Arendse Running Club                            |
| <b>Contactwijze Arendse Outdoor Clubs</b>              | Vrienden                                        |
|                                                        | Trainers                                        |
|                                                        | Arendse App                                     |
| <b>Voornaamste reden om te sporten</b>                 | Fit en gezond                                   |
|                                                        | Gewicht controleren                             |
|                                                        | Gezelligheid                                    |
|                                                        | Ontspanning                                     |
|                                                        | Sport specifiek trainen                         |
| <b>Voornaamste reden lid bij Arendse Outdoor Clubs</b> | Sporten in groepsverband                        |
|                                                        | Sporten in de buitenlucht                       |
|                                                        | Fit en gezond worden/blijven                    |
|                                                        | Afwisseling van de groepslessen                 |
| <b>Ervaring trainingen</b>                             | Leuke trainingen                                |
|                                                        | Goede trainingen                                |
|                                                        | Veel variatie in activiteiten                   |
|                                                        | Gezellig sporten in een groep                   |
|                                                        | Lekker sporten in de buitenlucht                |
| <b>Ervaring trainers</b>                               | Vriendelijk en sociaal                          |
|                                                        | Goede trainer en uitleg                         |
|                                                        | Brengt veel variatie in de trainingen           |
|                                                        | Motiverend                                      |
| <b>Tevredenheid Arendse Outdoor Clubs</b>              | (zeer) tevreden                                 |
|                                                        | Goeden communicatie en trainingslocaties        |
|                                                        | Verdeelde meningen over trainingstijden         |
| <b>Verbeterpunten</b>                                  | Meer deelnemers                                 |
|                                                        | Meer spanning en uitdaging                      |
|                                                        | Geen verbeterpunten                             |
|                                                        | Blij met de Arendse Outdoor Clubs zoals deze is |
| <b>Algemene ervaring</b>                               | Leuk, gezellig en sportief                      |
|                                                        | Interactief                                     |
|                                                        | Enthousiaste trainers                           |
|                                                        | Werken aan conditie, kracht en gezondheid       |
|                                                        | Gezellige groep                                 |

Tabel 29 Axiaal coderen groepsdiscussie

### Bijlage 13    Gebruikerskwaliteit Arendse Outdoor Clubs

In onderstaande afbeelding is een schematische weergave van de positieve gebruikerskwaliteit van de Arendse Outdoor Clubs te zien. Links zijn de elementen van de Arendse Outdoor Clubs gezien en daar tegenover staan de rechts de verwachtingen en ervaringen van de consument.



Figuur 10 Gebruikerskwaliteit

## Bijlage 14 Fietsroutes Arendse Cycling Club

De volgende fietsroutes kunnen gebruikt worden voor de Arendse Cycling Club in Kerkdriel. Deze fietsroutes bedragen gemiddeld 50 km en starten in het nabij gelegen Rossum. (Gelderseroutes.nl, 2015) De kortere routes kunnen eventueel uitgebreid worden door gezamenlijk te starten bij Arendse Health Club in Kerkdriel en vanuit daar te rijden naar het officiële startpunt in Rossum.

### Fietsroute 1: Genieten langs de waal (46 km)

#### *Genieten langs de Waal*

Genieten doe je met deze mooie fietstocht over de dijken langs de rivier de Waal. Tijdens deze tocht heb je continue geweldig uitzicht op het water en de uiterwaarden, waar tussen het rustieke landschap door nog van alles te ontdekken valt.

Bij De Gouden Molen (tevens FIETSTOP) kun je heerlijk culinair (na)genieten! Dit ambachtelijke restaurant biedt je een Franse keuken met zowel klassieke als moderne gerechten.

#### **Startpunt**

FIETSTOP De Gouden Molen

Waaldijk 5, Rossum

0418 661 306

[www.degoudenmolen.nl](http://www.degoudenmolen.nl)



#### *Knooppunten route*



#### *Genieten langs de Waal*



Figuur 11 Fietsroute 1

## Fietsroute 2: Bomelaroute (68 km)

### Bomelaroute

De Bomelaroute laat je kennismaken met de Bommelerwaard. Vanaf het startpunt Rossum fiets je met uitzicht over de Maas richting Ammerzoden, waar het historisch kasteel Ammersoyen zich bevindt. Onderweg kruis je diverse dorpjes, fiets je over prachtige dijken en kom je onderweg ook verschillende bezienswaardigheden tegen. Zo fiets je op de dijk in Gameren langs een echte bulldozer, gegoten in cement. Het is een blijvende herinnering aan de dijkverzwaring van 1995.

Aan het einde van de fietstocht passeer je Zaltbommel, een oud vestingstadje. Breng bijvoorbeeld een bezoek aan De Grote of Sint-Maartenskerk, het meest beeldbepalende bouwwerk van Zaltbommel. Vogelliefhebbers kunnen hun hart ophalen in de Hurwenensche uiterwaarden.

#### Startpunt

FIETSTOP De Gouden Molen  
Waal dijk 5, Rossum



#### Knooppunten route

|    |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|
| 67 | 98 | 23 | 61 | 22 |
| 21 | 97 | 14 | 40 | 98 |
| 80 | 17 | 18 | 19 | 21 |
| 22 | 23 | 24 | 23 | 20 |
| 05 | 06 | 08 | 07 | 66 |
| 78 | 67 |    |    |    |

### Bomelaroute



Figuur 12 Fietsroute 2

## Fietsroute 3: Grote rivierenroute (37 km)

### Grote Rivierenroute

De Grote Rivierenroute is een gevarieerde fietsroute die je ondermeer meeneemt langs de schitterende Hurwenensche uiterwaarden. Aan deze uiterwaarden kun je genieten van vele watervogels die in grote aantallen aanwezig zijn. Het startpunt ligt in Rossum, waar je cultuur te wachten staat in de vorm van Slot Rossum.



Vervolgens verlaat de fietsroute de boorden van de Waal om koers te zetten naar die andere grote rivier, de Maas. Onderweg passeer je recreatiegebied De Zandmeren in Kerkdriel. Eenmaal bij de Maas aangekomen gaat de route van Maasdriel via Hedel naar Ammerzoden. In dit dorpje kun je een bezoek brengen aan Kasteel Ammersoyen, een van de best bewaarde middeleeuwse kastelen in Nederland. Na Ammerzoden en haar kasteel vervolg je noordwaarts de fietsroute naar het oude vestingstadje Zaltbommel.

Met natuur, cultuur en recreatie is de Grote Rivierenroute erg gevarieerd; een plezierige fietsroute voor iedereen.

#### Startpunt

FIETSTOP De Gouden Molen

Waal dijk 5, Rossum



#### Knooppunten route

|    |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|
| 67 | 98 | 23 | 22 | 21 |
| 97 | 14 | 13 | 12 | 60 |
| 63 | 64 | 65 | 66 | 78 |
| 67 |    |    |    |    |

### Grote Rivierenroute

Figuur 13 Fietsroute 3

## Bijlage 15    Onderbouwing financiële consequenties

In deze bijlage is een uitgebreid overzicht van de financiële consequenties beschreven inclusief de toelichting bij de gebruikte cijfers.

### 15.1    Opbrengsten

#### Positief scenario

|                                       | 2016              | 2017              | 2018              |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Opbrengsten</b>                    |                   |                   |                   |
| Arendse Outdoor abonnement            |                   |                   |                   |
| - Aantal nieuwe Arendse Outdoor leden | 50                | 70                | 90                |
| - Prijs outdoor abonnement            | € 19,95           | € 19,95           | € 19,95           |
| - Aantal Arendse leden                | 25                | 30                | 35                |
| - Opbrengsten outdoor abonnement      | <b>€11.970,00</b> | <b>€16.758,00</b> | <b>€21.546,00</b> |
| Opbrengsten loterijen                 |                   |                   |                   |
| - Open dag                            | € 100,00          | € 100,00          | € 100,00          |
| - Promotiestand                       | € 300,00          | € 400,00          | € 500,00          |
| - Totale opbrengsten loterijen        | <b>€ 400,00</b>   | <b>€ 500,00</b>   | <b>€ 600,00</b>   |
| <b>Totale opbrengsten</b>             | <b>€12.370,00</b> | <b>€17.258,00</b> | <b>€22.146,00</b> |

Tabel 30 Opbrengsten Arendse Outdoor Clubs positief

#### Toelichting:

- Bij het positieve scenario wordt er vanuit gegaan dat de doelstelling van het ledenaantal wordt behaald.
- Opbrengsten Arendse Outdoor Abonnement is het aantal verwachte leden van de Arendse Outdoor Clubs vermenigvuldigd met de prijs van het Arendse Outdoor abonnement en 12 maanden per jaar. Een lot voor deelname aan de loterij kost €1. Het geschatte aantal verkochte loten per evenement is 100. Open dag is 1 keer per jaar, promotiestand 3 tot 5 keer per jaar. De opbrengsten en kosten van de Arendse Outdoor Clubs hebben een effect op de financiële situatie van Arendse Health Club Kerkdriel. Echter kan dit effect niet worden berekend omdat er voor dit onderzoek geen toestemming was voor inzicht in de financiële gegevens van Arendse Health Club.

#### Negatief scenario

|                                       | 2016              | 2017              | 2018              |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Opbrengsten</b>                    |                   |                   |                   |
| Arendse Outdoor abonnement            |                   |                   |                   |
| - Aantal nieuwe Arendse Outdoor leden | 35                | 55                | 75                |
| - Prijs outdoor abonnement            | € 19,95           | € 19,95           | € 19,95           |
| - Aantal Arendse leden                | 25                | 30                | 35                |
| - Opbrengsten outdoor abonnement      | <b>€ 8.379,00</b> | <b>€13.167,00</b> | <b>€17.955,00</b> |
| Opbrengsten loterijen                 |                   |                   |                   |
| - Open dag                            | € 100,00          | € 100,00          | € 100,00          |
| - Promotiestand                       | € 300,00          | € 400,00          | € 500,00          |
| - Totale opbrengsten loterijen        | <b>€ 400,00</b>   | <b>€ 500,00</b>   | <b>€ 600,00</b>   |
| <b>Totale opbrengsten</b>             | <b>€ 8.779,00</b> | <b>€13.667,00</b> | <b>€18.555,00</b> |

Tabel 31 Opbrengsten Arendse Outdoor Clubs negatief

Toelichting:

- Bij het negatieve scenario wordt er vanuit gegaan dat de doelstelling van het ledenaantal niet wordt behaald. In de tabel op de vorige pagina is te zien met welke ledenaantallen er rekening wordt gehouden.
- Opbrengsten Arendse Outdoor Abonnement is het aantal verwachte leden van de Arendse Outdoor Clubs vermenigvuldigd met de prijs van het Arendse Outdoor abonnement en 12 maanden per jaar. Een lot voor deelname aan de loterij kost €1. Het geschatte aantal verkochte loten per evenement is 100. Open dag is 1 keer per jaar, promotiestand 3 tot 5 keer per jaar. De opbrengsten en kosten van de Arendse Outdoor Clubs hebben een effect op de financiële situatie van Arendse Health Club Kerkdriel.

## 15.2 Marketingkosten

|                                       | 2016              | 2017              | 2018              |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Marketingkosten</b>                |                   |                   |                   |
| Creatief concept                      | € 1.250,00        | -                 | -                 |
| Reclameposters                        |                   |                   |                   |
| - Ontwerpkosten                       | € 400,00          | € 400,00          | € 400,00          |
| - Drukkosten                          | € 200,00          | € 200,00          | € 200,00          |
| - Totale kosten reclameposter         | € 600,00          | € 600,00          | € 600,00          |
| Informatieboekjes                     |                   |                   |                   |
| - Ontwerpkosten                       | € 500,00          | -                 | -                 |
| - Drukkosten                          | € 250,00          |                   |                   |
| - Totale kosten informatieboekjes     | € 750,00          |                   |                   |
| Promotiefilm                          |                   |                   |                   |
| - Totale kosten promotiefilm          | € 1.750,00        | -                 | € 1.750,00        |
| Facebookpagina                        | -                 | -                 | -                 |
| Samenwerkingspartners                 |                   |                   |                   |
| - Samenwerkingscontract               | € 0,00            | € 0,00            | € 0,00            |
| - Ontwerpkosten spaarkarten           | € 50,00           | € 50,00           | € 50,00           |
| - Kosten spaarkarten                  | € 70,00           | € 70,00           | € 70,00           |
| - Kosten stempels                     | € 65,00           | € 65,00           | € 65,00           |
| - Totale kosten samenwerkingspartners | € 185,00          | € 185,00          | € 185,00          |
| Open dag Arendse Outdoor Clubs        |                   |                   |                   |
| - Informatiestand 3x                  | € 150,00          | € 150,00          | € 150,00          |
| - Leenfietsen cycling clinics         | € 350,00          | € 350,00          | € 350,00          |
| - Roll up banners                     | € 230,00          | € -               | € -               |
| - Loterij                             | € 39,90           | € 39,90           | € 39,90           |
| - Dranghekken                         | € 0,00            | € 0,00            | € 0,00            |
| - Eten en drinken                     | € 200,00          | € 200,00          | € 200,00          |
| - Totale kosten open dag              | € 969,90          | € 739,90          | € 739,90          |
| Promotiestand evenementen             |                   |                   |                   |
| - Huur promotiestand                  | € 300,00          | € 400,00          | € 500,00          |
| - Loterij                             | € 119,70          | € 159,60          | € 199,50          |
| - Totale kosten promotiestand         | € 419,70          | € 559,60          | € 699,50          |
| Deelname evenementen                  |                   |                   |                   |
| - Inschrijfgeld hardloop evenement    | € 185,00          | € 277,50          | € 277,50          |
| - Inschrijfgeld cycling evenement     | € 400,00          | € 400,00          | € 400,00          |
| - Totale kosten deelname evenementen  | € 585,00          | € 677,50          | € 677,50          |
| <b>Totale marketingkosten</b>         | <b>€ 6.509,30</b> | <b>€ 2.802,00</b> | <b>€ 4.651,90</b> |

Tabel 32 Marketingkosten

Toelichting:

- Voor de ontwerpkosten en drukkosten van de reclameposters en informatieboekjes is een gemiddelde prijs genomen van 5 à 6 bedrijven waarbij men deze marketingcommunicatiemiddelen kan laten ontwikkelen. Het betreft hierbij 50 poster in A1 formaat en 200 informatieboekjes van 12 pagina's in A5 formaat.
- De kosten van het maken van een promotiefilm door een professioneel bedrijf starten vanaf €600 tot €3000 en duurder. Des te uitgebreider het proces van beeldverzameling, de benodigdheden en de montage des te hoger de prijs zal oplopen. Voor de Arendse Outdoor Clubs wordt een promotiefilm van +/- 2 minuten gemaakt. Er zal één opnamedag plaatsvinden en 2 à 3 soorten opnamemateriaal (camera's en microfoon) worden gebruikt. Het budget van de promotiefilm van de Arendse Outdoor Clubs zal €1.750 zijn.
- Er zijn geen kosten verbonden aan het hebben van een eigen facebookpagina. De kosten voor het bijhouden van de pagina worden bij personeelskosten beschreven.
- De kosten van de samenwerkingspartners (indien er een samenwerking wordt aangegaan) bedragen de kosten voor de spaarkarten (500) en de stempels. Hiervoor is een gemiddelde prijs genomen van 5 à 6 aanbieders van deze producten.
- De kosten van de Arendse Outdoor Clinics bestaan uit de ontwerp- en drukkosten van de flyers en de kosten van de benodigde materialen. In het geval van de cycling clinics wordt er uitgegaan van 10 leenfietsen per clinic. Deze bedragen €35 per fiets. Indien deelnemers zelf een fiets hebben of er een overeenkomst kan worden gesloten met de samenwerkingspartner Bikecenter Van Tuyl kunnen deze kosten lager uitvallen. Voor de bootcamp clinics zullen dezelfde materialen worden gebruikt als bij de trainingen van de Arendse Bootcamp Club en bij de hardloop clinics moeten de deelnemers zelf zorgen voor goede loopschoenen.
- Elk jaar wordt een open dag van de Arendse Outdoor Clubs georganiseerd. Hier zullen 3 informatiestands staan waarvan de huur €50 per kraam zal zijn. Daarnaast zal er voor de cycling clinics 10 fietsen worden gehuurd van €35 per fiets en zal er in de loterij 2 keer 4 weken gratis sporten worden verloot ter waarde van €19,95 en een gratis consult bij de voedingsdeskundige. Een lot kost €1 en het geschatte aantal gekochte loten 100. De dranghekken om de parkeerplaats af te zetten worden beschikbaar gesteld door de gemeente indien de aanvraag van de evenementenvergunning wordt goedgekeurd en voor de aankleding zullen de al aanwezige promotiematerialen worden gebruikt. Er zullen wel staande banners voor de Arendse Outdoor Clubs worden gemaakt. De ontwerpkosten hiervan zijn €50 en 3 banners inclusief standaard kosten +/- €60 per stuk. Deze kosten zijn gebaseerd op de gemiddelde kosten van 5 aanbieders van banners. De banners kunnen na de open dag worden gebruikt als promotie binnen de club en bij bijvoorbeeld de promotiestands. De kosten van eten en drinken zijn gebaseerd op prijzen van de Makro en Sligro voor frisdrank, sportdrank, koffie, thee en koekjes. Wat hiervan overblijft, kan bij andere evenementen worden gebruikt.
- De kosten van een promotiestand bedragen gemiddeld €100, gebaseerd op de kosten van stands bij verschillende evenementen in de regio Kerkdriel. Afhankelijk van het type evenement kunnen deze kosten dus nog lager of hoger uitvallen. Tijdens een loterij wordt 2 keer 4 weken gratis sporten bij de Arendse Outdoor Clubs (€19,95) weggegeven en 1 gratis consult bij de voedingsdeskundige. Een lot kost €1. Geschatte aantal verkochte loten 100.
- De kosten van deelname aan evenementen bedragen de inschrijfgelden voor de deelnemende leden. In het eerste jaar zullen 10 deelnemers meedoen en in tweede en derde jaar 15 deelnemers bij de running club en 10 bij de cycling club. De inschrijfkosten zijn gebaseerd op de prijzen van 2 grote evenementen, namelijk de Vestingloop in 's-Hertogenbosch (€18,50 p.p.) en de Amstel Gold Race (€40 p.p.).

### 15.3 Personeelskosten

|                                      | 2016             | 2017             | 2018             |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Personeelskosten</b>              |                  |                  |                  |
| Creatief concept                     |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 30,20          |                  |                  |
| - Aantal uur werk                    | € 40,00          | -                | -                |
| - Aantal medewerkers                 | 1                |                  |                  |
| - Personeelskosten creatief concept  | €1.208,00        |                  |                  |
| Reclameposters & informatieboekjes   |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 30,20          | € 30,20          | € 30,20          |
| - Aantal uur werk                    | 16               | 8                | 8                |
| - Aantal medewerkers                 | 1                | 1                | 1                |
| - Personeelskosten                   | € 483,20         | € 241,60         | € 241,60         |
| Promotiefilm                         |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 30,20          |                  |                  |
| - Aantal uur werk                    | 40               | -                | -                |
| - Aantal medewerkers                 | 1                |                  |                  |
| - Personeelskosten promotiefilm      | €1.208,00        |                  |                  |
| Facebookpagina                       |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 19,46          | € 19,46          | € 19,46          |
| - Aantal uur werk                    | 76               | 76               | 76               |
| - Aantal medewerkers                 | 1                | 1                | 1                |
| - Personeelskosten facebookpagina    | €1.478,96        | €1.478,96        | €1.478,96        |
| Samenwerkingspartners                |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 19,46          | € 19,46          | € 19,46          |
| - Aantal uur werk                    | 30               | 15               | 15               |
| - Aantal medewerkers                 | 1                | 1                | 1                |
| - Personeelskosten samenwerking      | € 538,80         | € 194,60         | € 194,60         |
| Open dag Arendse Outdoor Clubs       |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 15,77          | € 15,77          | € 15,77          |
| - Aantal uur organisatie             | 120              | 120              | 120              |
| - Aantal uur open dag                | 8                | 8                | 8                |
| - Aantal medewerkers                 | 5                | 5                | 5                |
| - Personeelskosten open dagen        | €2.523,20        | €2.523,20        | €2.523,20        |
| Recensies verzamelen + plaatsen      |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 12,08          | € 12,08          | € 12,08          |
| - Aantal uur werk                    | 14               | 14               | 14               |
| - Aantal medewerkers                 | 1                | 1                | 1                |
| - Personeelskosten recensies         | € 169,12         | € 169,12         | € 169,12         |
| Promotiestand evenementen            |                  |                  |                  |
| - Salaris per uur incl. vakantiegeld | € 15,77          | € 15,77          | € 15,77          |
| - Aantal uur werk voorbereiding      | 40               | 50               | 60               |
| - Aantal uur werk evenement          | 8                | 8                | 8                |
| - Aantal medewerkers                 | 3                | 3                | 3                |
| - Personeelskosten promotiestand     | €1.009,28        | €1.166,98        | €1.324,68        |
| <b>Totale personeelskosten</b>       | <b>€8.618,56</b> | <b>€6.360,26</b> | <b>€6.517,96</b> |

Tabel 33 Personeelskosten Arendse Outdoor Clubs

Toelichting:

- Voor het salaris van de marketingmanager is gerekend met het gemiddelde salaris van dit beroep in Nederland en het bijbehorende bruto-maandsalaris van €4.500 voor een full time baan van 40 uur per week. Dit betekent een bruto uur salaris van €25,98. Het vakantiegeld

bedraagt 8% van het bruto jaarsalaris en is omgerekend (uitgaande van een werkweek van 40 uur) €4,22 per uur. Dit maakt samen een bruto uur salaris van €30,20.

- Voor het creatief concept zal de marketingmanager 40 uur bezig zijn met het zoeken van een bedrijf voor de ontwikkeling hiervan en het aanleveren van een plan waarin de belangrijkste onderdelen van de Arendse Outdoor Clubs worden beschreven en die terig moeten komen in het creatief concept.
- Voor de reclameposters en informatieboekjes is 16 uur gerekend voor het uitzoeken van fotomaterialen/teksten en het kiezen van een ontwerper en drukker. In jaar twee hoeft er dan alleen nieuw beeldmateriaal voor de posters worden uitgezocht en aangeleverd aan de ontwerper. In jaar 2 en 3 worden alleen de reclameposters vernieuwd.
- Voor de promotiefilm wordt 40 uur gerekend voor het zoeken van een professioneel bedrijf die de film gaat maken, offertes aanvragen en vergelijken, het opstellen van het plan voor de film, aanwezig zijn op de filmdagen, beoordelen van het eindresultaat en het plaatsen van de film op de website en social media. Voor de samenwerkingspartners is 8 uur uitgetrokken voor de onderhandelingen en 1,5 voor het ontwerpen van spaarkaarten en het kiezen van een drukker.
- Voor het salaris van de vestigingsmanager is gerekend met het gemiddelde salaris in Nederland en het bijbehorende bruto-maandsalaris van €2.900 voor een full time baan van 40 uur per week. Dit betekent een bruto uur salaris van €19,46 inclusief 8% vakantiegeld op basis van het bruto jaarsalaris.
- Om de facebookpagina bij te houden wordt voor elke week 1 uur gerekend. Daarnaast wordt er voor het bedenken van thema's en inhoud van mogelijke campagnes 24 uur gerekend.
- De vestigingsmanager start een voorstel op voor een samenwerking met Run2Day en Bikecenter Van Tuyl. Er moet dan een afspraak ingepland worden om de samenwerkingsmogelijkheden te bespreken. Hiervoor worden 2 afspraken van 1 uur gerekend. Daarna moet het voorstel uitgewerkt worden in een plan die in de 2<sup>e</sup> afspraak wordt besproken. Daarna zal bij een akkoord voor samenwerking de samenwerking moeten worden uitgewerkt in de zin van promotiematerialen, etc. Hiervoor wordt 30 uur gerekend. In jaar 2 en 3 worden minder uren gerekend want indien samenwerking wordt voortgezet hoeft er alleen een nieuwe actie bedacht en uitgevoerd te worden.
- Voor het salaris van de fitnessinstructeur is gerekend met het gemiddelde salaris voor dit beroep in Nederland en het bijbehorende bruto-maandsalaris van €1.800 voor een full time baan van 40 uur per week. Dit betekent een bruto uur salaris van €12,08 inclusief 8% vakantiegeld op basis van het bruto jaarsalaris.
- Elk jaar vinden er 1 open dagen plaats waarvoor 80 uur aan de organisatie wordt toegerekend inclusief opbouwen en afbreken. Daarnaast zullen er 5 personen op de open dag meewerken, namelijk 3 voor de promotiestands en 2 voor de clinics/horeca. De open dagen duren 8 uur. Het salaris waarmee is gerekend is het gemiddeld salaris (€15,77) van een vestigingsmanager en fitnessinstructeurs.
- Elke maand tijdens het outdoor seizoen wordt er door een fitnessinstructeur/trainer 2 uur uitgetrokken om recensies te verzamelen bij de leden en recensies te kiezen die gebruikt zullen worden op de website, social media en bij andere marketingcommunicatiemiddelen. Het outdoor seizoen heeft 7 maanden dus in totaal 14 uur.
- Voor de promotiestands bij evenementen wordt er 32 uur uitgetrokken voor de voorbereidingen inclusief de keuze van het evenementen en aanmelden. Er zullen 3 medewerkers aanwezig zijn bij de promotiestand en inclusief opbouwen en afbreken zullen zij ongeveer 8 uur aan het werk zijn. In het eerste jaar zijn er 3 evenementen en in de jaren daaropvolgend 4 en 5 evenementen.