

2013

Sportcenter Allround

“Just a way of life”



Dé sportieve ontmoetingsplek in Den Hoom sinds 1995

Koen Göbel

Sportcenter Allround

19-8-2013

2013

Sportcenter Allround

“Just a way of life”



De Haagse Hogeschool, 19-08-2013
N. van Herpen
Hoofdfase 3, 2012-2013

Koen Göbel
09025464
09025464@student.hhs.nl
06-34989904
S4b

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

De Haagse Hogeschool
Opleiding: Sportmanagement
Studiejaar: H3
Afstudeercoördinatoren: A. Sikkens en C. Reurings

Afstudeercoach: N. van Herpen

Opdrachtgever: Sportcenter Allround
Bedrijfsmentor: M. Bonte
Bezoekadres: Zuidhoornseweg 6a
Postadres: Zuidhoornseweg 6a
Postcode en plaats: 2635DJ Den Hoorn
Telefoon: 015-2578924
Fax: 015-2560186
E-mail: marc@sportcenterallround.nl

Opdrachtnemer: Koen Göbel
Adres: Schouw 9
Postcode en plaats: 2636DG Schipluiden
Telefoon: 06-34989904
E-mail: ovide_gobel@hotmail.com

Voorwoord

Tijdens het fitnessen bij Sportcenter Allround ben ik in contact gekomen met mijn opdrachtgever. Ik raakte in gesprek met de eigenaar van Sportcenter Allround en tijdens dit gesprek gaf hij aan Sportcenter Allround, voor het eerst sinds de oprichting, geen ledengroei meer heeft en dat de omzet stabiel blijft. Ik was benieuwd naar de redenen hiervan en ben dit gaan onderzoeken in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Sportmanagement aan de Haagse Hogeschool.

Mijn naam is Koen Göbel en ik ben 22 jaar oud en woon in Schipluiden. Ik ben in 2009 met veel plezier begonnen aan de opleiding Sportmanagement en wil deze afsluiten met een afstudeerscriptie over een fitnesscentrum. Ik ben zelf al sinds 2007 actief lid bij Sportcenter Allround en hiernaast ben ik actief als speler op het voetbalveld bij voetbalvereniging Schipluiden.

Dit onderzoeksrapport is bedoeld voor de eigenaren van Sportcenter Allround en de docenten aan de Haagse Hogeschool die het onderzoeksrapport gaan beoordelen. Ook is dit onderzoeksrapport bedoeld voor mijzelf. Hiermee kan ik laten zien wat ik in mijn mars heb aan mijn toekomstige werkgevers.

Ten slotte wil ik Sportcenter Allround bedanken voor de tijd die zij hebben vrijgemaakt om mij te helpen tijdens het schrijven van mijn onderzoeksrapport. Ook wil ik Noud van Herpen bedanken voor de begeleiding gedurende het schrijven van mijn onderzoeksrapport.

Den Haag, augustus 2013

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	6
1. Inleiding	7
1.1 Algemene doelstelling	9
1.2 Hoofdvraag en deelvragen	10
2. Methode van het onderzoek.....	11
2.1 kwalitatief onderzoek.....	11
2.2 Kwantitatief onderzoek	14
2.3 Verwerken resultaten.....	15
3. Resultaten.....	16
3.1 Interne analyse	16
3.1.1. Het 7's model	16
3.1.2. De marketingmix	22
3.1.3. De huidige klanten.....	26
3.2 Externe analyse	35
3.2.1. De bedrijfstakanalyse	35
3.2.2. De concurrentieanalyse.....	41
3.2.3. De potentiële klanten.....	43
3.3 Samenwerkingspartners.....	46
3.4 SWOT	49
4. Conclusie	51
4.1 SWOT-analyse.....	51
4.2 Confrontatiematrix.....	55
4.3 Strategische opties	57
5. Aanbevelingen	58
6. Discussie	62
6.1 Het onderzoeksproces.....	62
6.2 Onderzoek in breder perspectief	63
Literatuurlijst	65
Bijlagen	

Samenvatting

Sportcenter Allround is een regulier fitnesscentrum in Den Hoorn met 2300 leden. Sinds de oprichting van het fitnesscentrum is het aantal leden ieder jaar toegenomen, dit geldt ook voor de omzet. In het jaar 2011/2012 is het aantal leden net als de omzet voor het eerst sinds de oprichting stabiel gebleven, terwijl de kosten toenamen. Om ervoor te zorgen dat Sportcenter Allround in de toekomst meer leden krijgt en de omzet weer toeneemt, is een marktonderzoek uitgevoerd met de volgende doelstelling: het in kaart brengen van de maatregelen die Sportcenter Allround kan nemen om er voor te zorgen dat de omzet stijgt.

Tijdens het marktonderzoek is zowel de interne organisatie als de externe omgeving doorgelicht. Dit is gedaan aan de hand van vooraf bepaalde dataverzamelmethodes. Hierbij is gebruik gemaakt van zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek. Bij het kwalitatieve onderzoek is gebruik gemaakt van: literatuuronderzoek, deskresearch en interviews. Bij het kwantitatieve onderzoek is gebruik gemaakt van surveyonderzoek. Op basis van deze methodes zijn de resultaten tot stand gekomen.

Uit de resultaten zijn de interne- en de externe analyse opgesteld. Uit deze analyses zijn de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van Sportcenter Allround geformuleerd. Hierbij is gebruik gemaakt van een SWOT-analyse. De belangrijkste sterke punten van Sportcenter Allround zijn: unieke producten, het verenigingsgevoel wat gecreëerd wordt in het fitnesscentrum en het aanbieden van voedingsprogramma's. De zwakke punten zijn: de contributie, het werven van nieuwe leden, de openingstijden voor studenten en er is geen duidelijke missie of visie aanwezig. De kansen die Sportcenter Allround kan benutten zijn: de vergrijzing, samenwerken met scholen en sportverenigingen en samen werken met een danslerares. De bedreigingen waarmee Sportcenter Allround te maken heeft zijn: de concurrentie, het toenemend aantal fitnesscentra, de verschuiving van reguliere- naar budgetfitnesscentra en het opzegtermijn van 3 maanden bij bestaande samenwerkingspartners. Deze punten zijn vervolgens met elkaar geconfronteerd in een confrontatiematrix. Hieruit zijn de conclusies naar voren gekomen in de vorm van strategische opties. Strategische optie 1: onderscheiden van de concurrentie door middel van het creëren van een verenigingsgevoel. Strategische optie 2: fitness aanbieden voor ouderen. Strategische optie 3: een leerprogramma samenstellen voor kinderen van basisscholen en leden van sportverenigingen.

Naast de strategische opties zijn nog overige aanbevelingen vermeld die ervoor kunnen zorgen dat het aantal leden en dus de omzet stijgt. Overige aanbevelingen zijn: de contributie lager maken, de openingstijden voor studenten aanpassen, zalen verhuren en voor groepslessen en fitness aparte abonnementen aanbieden.

De manier van onderzoeken heeft wel tot discussiepunten geleid. De concurrentie is onderzocht aan de hand van 3 interviews met leden van concurrenten. Om de betrouwbaarheid van de resultaten van deze interviews te vergroten, zullen meer leden van concurrenten geïnterviewd moeten worden. Ook is bij het onderzoek uitsluitend gekeken naar het laten stijgen van het aantal leden om de omzet te verhogen, terwijl er ook andere mogelijkheden zijn om de omzet te verhogen, zoals het verlagen van de kosten. Ook mocht voor het onderzoek geen jaaroverzicht van de inkomsten en uitgave worden ingekeken. Hierdoor kon de kern van het probleem niet duidelijk naar voren worden gebracht. De eigenaar heeft aangegeven dat de omzet en het aantal leden stabiel is gebleven, maar dit kon niet hard worden gemaakt door middel van jaarcijfers, omdat dit vertrouwelijke documenten waren. Er zal een vervolg onderzoek moeten plaatsvinden om erachter te komen of de implementatie van de strategische opties daadwerkelijk haalbaar en realistisch is voor Sportcenter Allround.

1. Inleiding

De afgelopen decennia is de sportdeelname in Nederland gegroeid. Het aantal sportbeoefenaars is gestegen van 53% in 1979 naar 71% in 2007 (Breedeveld, Kamphuis, & Tiessen-Raaphorst, 2008). Vanaf de jaren negentig heeft de opkomst van de fitnessbranche een belangrijk aandeel in deze groei van sportdeelname in Nederland. Vanaf 2007 deden meer mensen aan fitness dan aan de populairste verenigingssporten voetbal en tennis (Breedeveld, Kamphuis, & Tiessen-Raaphorst, 2008). Bij fitness moet gedacht worden aan mensen die 1 of meer keer per jaar fitnesssen bij een fitnesscentrum.

Van 1991 tot 2007 is de fitnessdeelname van de Nederlandse bevolking explosief gegroeid. In 1991 deed nog maar 9% van de Nederlandse bevolking aan fitness, in 2007 was dit al 22%. Van de 3,2 miljoen mensen die deelnemen aan fitness, beoefenen 2 miljoen Nederlanders fitness ook daadwerkelijk in een fitnesscentrum (Elling-Machartzki, Hakkers, & Hover, 2012). Hiermee is Nederland een van de lijstaanvoerders als het gaat om het aantal leden van fitnesscentra ten opzichte van de totale bevolking. Na Spanje is Nederland met 16% de nummer 2 in Europa op dit gebied (IHRSA, 2011).

Nederland staat zo hoog vertegenwoordigd in deze lijst doordat er de laatste jaren een groei is waar te nemen in het aantal fitnesscentra. Sinds 1999 is het aantal fitnesscentra met 65% gestegen. Deze groei nam vooral explosief toe na 2003 toen het aantal fitnesscentra met 46% steeg. Dit komt neer op een gemiddelde stijging van 5,8% per jaar vanaf 1999 (Lucassen & Van Schrendel, 2008). In 1999 waren er nog maar 1.012 fitnesscentra in Nederland, in 2011 waren dit er al 2.081 (Elling-Machartzki, Hakkers, & Hover, 2012).

De groei in het aantal fitnesscentra in Nederland is veel investeerders niet ontgaan (Van Es Marketing, 2012). Sinds 2007 is echter het aantal fitnessbeoefenaars gelijk gebleven en de laatste jaren zelfs gedaald, terwijl het aantal fitnesscentra de laatste vijf jaar juist is gestegen met 16-28%. Het gemiddelde aantal klanten per fitnesscentrum is de laatste vijf jaar daardoor met 15-30% gedaald (Van Es Marketing, 2012). De concurrentiestrijd die nu gaande is gaat ten koste van de service en kwaliteit van de fitnesscentra. Fitnesscentra gaan steeds lager zitten met hun prijzen. Bijna de helft van alle fitnesscentra in Nederland is momenteel verliesgevend (Van Es Marketing, 2012). Dit heeft ook te maken met de opkomst van budget fitnesscentra. Budget fitnesscentra spelen slim in op de heersende economische crisis, door te werken met lage contributiegelden waardoor het voor de consument aantrekkelijk wordt om lid te worden. Door de lage contributiegelden zijn budget fitnesscentra een grote concurrent aan het worden van de reguliere fitnesscentra. In 2008 steeg het aantal budget fitnesscentra naar 65 vestigingen, dit is een stijging van 103% ten opzichte van 2005/2006 (Lucassen & Van Schrendel, 2008). *“Als gekeken wordt naar de toekomst zien de onderzoekers van NRIT een verdere stijging van het aantal fitnesscentra. Dit in het bijzonder vanwege de aanwezige en toenemende aandacht voor een gezond levenspatroon. Het percentage van de bevolking dat lid wordt van een fitnesscentrum zal stijgen naar 14% van de bevolking. Uitgaande van de bevolkingsgrootte in 2010 en een gemiddeld aantal leden per fitnesscentrum van ongeveer 1000 zullen er in 2020 circa 2500 fitnesscentra in Nederland zijn. Dit komt neer op 15 centra per 100.000 inwoners. Verder zien de onderzoekers een verschuiving van de eerdergenoemde driedeling naar een tweedeling. De basis- en budgetcentra zullen de rol van de reguliere centra overnemen, waar fitnessfaciliteiten de hoofdrol blijven spelen. Deze centra gaan wel verschillende faciliteiten aanbieden zoals groepslessen, maar blijven zich presenteren als budgetcentra. De reguliere centra zullen echter meer neigen naar de multifunctionele centra door de vervaging tussen fitness en wellness door te zetten. Het aantal multifunctionele centra zal dan ook gaan stijgen. Tevens zal de ketenvorming toenemen. Circa 25% van de fitnesscentra zal in 2020 deel uitmaken van een keten. Tenslotte verwachten de onderzoekers in de toekomst dat de overheid zich meer gaat bemoeien met de*

gezondheid van de Nederlanders in de vorm van preventieve zorg. Deze steun van de overheid zal resulteren in een tegemoetkoming naar de consument in de vorm van bijvoorbeeld korting op de contributie” (Wilde, 2011, pp.13-14).

Ondanks deze voorspelling is het verloop bij de meeste fitnesscentra hoog. Er is nog te weinig aandacht voor ledenbehoud, marketing en een duidelijke positionering. Ook de dalende lidmaatschapskosten maken dat reguliere fitnesscentra meer waarde moeten gaan creëren ten opzichte van het budget fitnesscentra (Rabobank Cijfers & Trend Branche-informatie, 2013).

Ook Sportcenter Allround heeft te maken met steeds meer concurrentie op de markt van zowel reguliere fitnesscentra als budget fitnesscentra. Sportcenter Allround is een regulier fitnesscentrum gelegen in Den Hoorn. Het is de sportieve ontmoetingsplek van Den Hoorn. Naast fitness zijn er ook andere activiteiten te vinden in het sportcentrum, zoals: een schoonheidssalon, een sauna, een zonnebank, fysiotherapie, judo, outdoor activiteiten, een kinderopvang en voedingsprogramma's (M. Bonte, persoonlijke communicatie, 27 maart, 2013). Sportcenter Allround richt zich op klanten uit Schipluiden, Den Hoorn en Delft in iedere leeftijdscategorie. Kinderen kunnen er al vanaf 4 jaar op judo les en ouderen kunnen net zo lang blijven fitnessen tot dat zij hier fysiek niet meer toe in staat zijn. Sinds de oprichting van Sportcenter Allround in 1991 heeft het fitnesscentrum een groei doorgemaakt, waardoor in 2009 gekozen is voor een nieuwe locatie en accommodatie. Door de nieuwe accommodatie en ligging is het aantal leden gestegen van 1200 in 2009 tot 2300 leden in 2012 (M. Bonte, persoonlijke communicatie, 27 maart, 2013). Vanaf 2012 is het aantal leden dat deelneemt aan fitness bij Sportcenter Allround stabiel gebleven. Het aantal leden dat deelneemt aan de voedingsprogramma's bij Sportcenter Allround is met 50% afgenomen in 2012 ten opzichte van 2011. Bij Sportcenter Allround worden 2 verschillende voedingsprogramma's aangeboden, namelijk: Allround Slankplan en BenFit. Allround Slankplan is een voedingsprogramma waarbij de deelnemers een eiwitdieet en een persoonlijk trainingsschema voorgeschreven krijgen. BenFit is een 12 weken durend voedingsprogramma waarbij deelnemers een speciaal voorgeschreven voedingslijst mee naar huis krijgen en 2 á 3 keer per week intensief gaan sporten bij Sportcenter Allround. Ook de omzet is sinds 2012 niet meer gestegen ten opzichte van de jaren daarvoor, terwijl de kosten wel toegenomen zijn. Dit heeft te maken met het aannemen van meer personeel en het aanschaffen van nieuwe apparaten (M. Bonte, persoonlijke communicatie, 27 maart, 2013). Doordat de omzet niet meer toeneemt maar de kosten wel wordt de winst kleiner. Tevens komen er ook steeds meer concurrenten bij in de omgeving. De voornaamste concurrenten zijn budget fitnesscentra, zoals: Fit4Free in Wateringen, 2 fitnesscentra van Basic-Fit in Delft, MegaFitness in Delft en Your Health in Delft. Reguliere fitnesscentra waarmee Sportcenter Allround concurreert zijn Bodyline, Fitness en Health Club Delft, sportschool Queen's en Koster Sportclubs, alle gelegen in Delft. De twee fitnesscentra van Basic-Fit en MegaFitness hebben pas in 2012 hun deuren geopend. Fitness en Health Club Delft heeft zijn deuren geopend in 2009 en is afgelopen jaar uitgekozen tot fitnessclub van het jaar in de provincie Zuid-Holland. Al deze concurrenten en nieuwe fitnesscentra die er het afgelopen jaar bij zijn gekomen kosten Sportcenter Allround klanten. Dit kan op den duur ervoor zorgen dat Sportcenter Allround verlies gaat lijden. Hierdoor loopt de omzet nog verder terug, wat op den duur ervoor kan zorgen dat de deuren van Sportcenter Allround dicht moeten.

Naast deze bedreiging van fitnesscentra zijn er ook kansen op het gebied van fitnessen in de toekomst. Breedveld, Hakkers & Hover (2012) geven aan dat er kansen liggen op het gebied van social media, de vergrijzing en het inspelen op de gezondheid van de mensen. Vooral dit laatste punt is een steeds groter wordend punt bij scholen en de overheid. Om er voor te zorgen dat Sportcenter Allround zijn hoofd boven water kan houden wordt een marktonderzoek uitgevoerd. Dit moet lijden tot meer leden waardoor Sportcenter Allround een financieel gezonde toekomst tegemoet gaat.

1.1 Algemene doelstelling

De onderzoeksdoelstelling van dit onderzoek luidt: het in kaart brengen van de maatregelen die Sportcenter Allround kan nemen om er voor te zorgen dat de omzet stijgt.

De praktijkdoelstelling van dit onderzoek luidt: het aantal leden bij Sportcenter Allround laten stijgen waardoor Sportcenter Allround in de toekomst zijn hoofd boven water kan blijven houden.

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van deskresearch en kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Zo is gebruik gemaakt van interviews bij de beheerders van Sportcenter Allround en bestaande leden, surveyonderzoek onder de leden van Sportcenter Allround en heeft er marktonderzoek plaatsgevonden binnen de organisatie en de directe omgeving.

1.2 Hoofdvraag en deelvragen

Het aantal leden van Sportcenter Allround die fitness beoefenen is het afgelopen jaar stabiel gebleven, terwijl het aantal, dat deelnamen aan een voedingsprogramma afgenomen is. Dit heeft tot gevolg dat de omzet stabiel is gebleven tussen de jaren 2011 en 2012. Om er voor te zorgen dat de omzet bij Sportcenter Allround weer gaat toenemen, moet de volgende hoofdvraag beantwoordt worden: Welke maatregelen kan Sportcenter Allround nemen om er voor te zorgen dat de omzet weer stijgt?

Om de hoofdvraag te beantwoorden wordt deze opgedeeld in een aantal, dat gebaseerd zijn op de onderdelen van een marktonderzoek, namelijk: de interne analyse, de externe analyse, de SWOT-analyse en een confrontatiematrix (Alsem, 2011).

Allereerst wordt gekeken naar de interne organisatie van Sportcenter Allround. Dit is gedaan aan de hand van twee verschillende modellen: het 7's model en de marketingmix. Ook is gekeken naar de huidige klanten van Sportcenter Allround.

1. Hoe ziet de interne organisatie van Sportcenter Allround eruit?

1.1 Hoe kunnen de prestaties van Sportcenter Allround worden geanalyseerd aan de hand van het 7's model?

1.2 Hoe zit Sportcenter Allround in elkaar aan de hand van de marketingmix?

1.3 Wat vinden de huidige klanten van Sportcenter Allround?

Vervolgens is gekeken naar de externe organisatie van Sportcenter Allround. Dit is gedaan aan de hand van 2 verschillende analyses: de bedrijfstakanalyse en de concurrentieanalyse. Ook is gekeken naar potentiële klanten van Sportcenter Allround.

2. Hoe ziet de externe organisatie van Sportcenter Allround eruit?

2.1 Hoe ziet de bedrijfstakanalyse van Sportcenter Allround eruit?

2.2 Hoe ziet de concurrentieanalyse eruit?

2.3 Wat zijn de wensen en behoeften van potentiële klanten?

Bij deelvraag 3 is gekeken naar de mogelijke samenwerkingspartners die in de toekomst een rol van betekenis kunnen gaan spelen voor Sportcenter Allround.

3. Wat zijn de samenwerkingsmogelijkheden met andere partners voor Sportcenter Allround?

Vervolgens worden onder alle deelvragen de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van Sportcenter Allround geformuleerd. Aan het einde van de resultaten zijn al deze sterkten, zwakten, kansen en bedreiging in een tabel samengevoegd.

4. Wat zijn de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van Sportcenter Allround?

Uit de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen worden vervolgens de belangrijkste punten gekozen, deze worden verwerkt in een confrontatiematrix. Uit de confrontatiematrix komen de strategische opties naar voren. Dit wordt verder toegelicht in de methode.

2. Methode van het onderzoek

De methoden van het onderzoek worden beschreven aan de hand van het type onderzoek die per deelvraag wordt gehanteerd. Ook wordt onderbouwd waarom deze methode van toegevoegde waarde is voor de uitkomst van het onderzoek. Tijdens het onderzoek is gebruik gemaakt van zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek. Onder kwalitatief onderzoek vallen de volgende methodes: literatuuronderzoek, deskresearch en interviews. Onder kwantitatief onderzoek valt surveyonderzoek. Om de geldigheid van de onderzoeksresultaten te verhogen is ook gebruik gemaakt van triangulatie. Dit houdt in dat bij sommige deelvragen zowel kwalitatieve als kwantitatieve dataverzamelmethodes zijn gebruikt (Verhoeven, 2007). Tot slot wordt in de laatste paragraaf uitgelegd hoe de resultaten van de SWOT-analyse, confrontatiematrix en de strategische opties tot stand zijn gekomen.

2.1 kwalitatief onderzoek

Literatuuronderzoek

In veel gevallen is literatuuronderzoek een belangrijk deel van het onderzoek. Zowel in het vooronderzoek als in het hoofdonderzoek (Verhoeven, 2007). Ook bij dit onderzoek is de theorie uit de literatuur relevant geweest bij het beantwoorden van de hoofd- en deelvragen. Zo zijn bij de deelvragen: 1.1, 1.2, 2.1, 4, 5 en 6 managementmodellen gebruikt uit de literatuur. De toegepaste literatuur is terug te vinden in hoofdstuk 3. Resultaten.

Deskresearch

De methode deskresearch is toegepast bij deelvraag 1, de interne analyse van Sportcenter Allround. Om deelvraag 1.1 en 1.2 te beantwoorden is gebruik gemaakt van bedrijfsdocumenten en het bedrijfshandboek van Sportcenter Allround. De uiteindelijk gevonden resultaten uit de bedrijfsdocumenten en het bedrijfshandboek zijn gebruikt om het 7's model van McKinsey en de marketingmix van McCarthy in te vullen.

Ook bij deelvraag 2, hoe ziet de externe analyse van Sportcenter Allround eruit, is gebruik gemaakt van deskresearch. Bij deelvragen 2.1 en 2.2 is gebruik gemaakt van informatie van de websites en documenten van de concurrenten van Sportcenter Allround. De resultaten die hier uit naar voren kwamen zijn gebruikt om het DESTEP model, de marktfactoren en de concurrentiefactoren (vijf krachtenmodel van Porter) in te vullen (Alsem, 2011).

Er is gekozen voor deskresearch, omdat op deze manier documenten kunnen worden ingelezen en vervolgens kunnen de relevante stukken voor dit onderzoek eruit worden gehaald. De bedrijfsdocumenten zijn geopend op de computer of uitgeprint. Het bedrijfshandboek werd uit de kast gehaald bij Sportcenter Allround en vervolgens doorgelezen. De gevonden resultaten zijn geïnterpreteerd en volgens tot bruikbare informatie verwerkt in het onderzoeksrapport.

Interviews

Bij deelvragen 1.1, 1.2, 2.2 en 3 is gebruik gemaakt van interviews. Per deelvraag worden de volgende 4 punten toegelicht betreffende het interview: populatie/steekproef, meetinstrumenten, dataverzamelmethode en data-analyse.

Deelvragen 1.1 en 1.2

Populatie/steekproef: Om deze deelvragen te kunnen beantwoorden zijn 1 van de 3 managers (Marc Bonte) en 1 van de 5 fulltime fitnessinstructeurs (Patrick Huijsman) geïnterviewd. Er is gekozen voor één eigenaar en één fitnessinstructeur, omdat verwacht wordt dat deze personen duidelijk antwoord kunnen geven op alle vragen en samen alle informatie bezitten die nodig is voor het beantwoorden van deelvragen 1.1 en 1.2.

Meetinstrumenten: er is gebruikt gemaakt van een semigestructureerd interview met zowel open als gesloten vragen. Er is gekozen voor een semi gestructureerd interview om de geïnterviewde een bepaalde richting op te sturen en omdat de geïnterviewde dan zelf nog kan afwenden van de topiclijst. De interviews werden gehouden aan de hand van een topiclijst, deze is terug te vinden in de bijlage. De topiclijst was gebaseerd op het 7's model van McKinsey en het marketingmix model van McCarthy.

Dataverzamelmethode: de interviews zijn tot stand gekomen doordat er contact is opgenomen met een van de eigenaren van Sportcenter Allround, Marc Bonte. Mijnheer Bonte gaf aan zelf open te staan voor een interview en gaf vervolgens de gegevens van Patrick Huijsman. Mijnheer Huijsman is vervolgens via de mail op de hoogte gebracht van het interview. De interviews zijn beide afgenomen op het kantoor van Sportcenter Allround. Na de interviews was er nog de mogelijkheid om telefonisch contact op te nemen met de respondenten voor extra uitleg.

Data-analyse: de interviews zijn opgenomen en vervolgens terug geluisterd. De relevante informatie uit de interviews zijn als quotes terug te vinden in het onderzoek. Er is gekozen voor deze manier van analyseren, zodat er geen informatie verloren gaat en het interview thuis terug geluisterd kan worden. Het is een betrouwbare manier van interviewen en gaf de interviewer de mogelijkheid om zijn concentratie volledig bij het interview te houden en niet bij het notuleren.

Deelvraag 2.2

Populatie/steekproef: om deelvraag 2.2 te kunnen beantwoorden zijn interviews afgenomen onder 3 leden van verschillende concurrenten. Bij Fit4Free is Didier Coral geïnterviewd, bij Koster Sportclubs is Nick van der Windt geïnterviewd en bij Bodyline is Lars van Diepen geïnterviewd. De interviews zijn onder deze leden afgenomen, omdat Nick en Didier beide wonend in Schipluiden gekozen hebben voor een sportschool in Delft en Wateringen, terwijl Sportcenter Allround sneller en makkelijker te bereiken is. Lars van Diepen was eerst lid bij Sportcenter Allround, maar is overgestapt naar Bodyline.

Meetinstrumenten: tijdens de interviews is ingegaan op wat de leden van de concurrenten bewogen heeft om niet voor Sportcenter Allround te kiezen maar een andere sportschool. Op deze manier komt Sportcenter Allround erachter wat zij moeten veranderen om ervoor te zorgen dat niet nog meer leden naar concurrenten gaan. De volledige topiclijst is terug te vinden in de bijlage. Er is gekozen voor een semigestructureerd interview met zowel open als gesloten vragen om de respondenten in een bepaalde richting te sturen, terwijl de respondenten zelf ook nog de nodige onderwerpen hebben kunnen toevoegen aan het interview.

Dataverzamelmethode: er is contact opgenomen met de geïnterviewde via de mail, vervolgens is een afspraak gemaakt en zijn de interviews bij de betreffende personen thuis afgenomen. Na de interviews was er nog de mogelijkheid om telefonisch contact op te nemen met de respondenten voor extra uitleg.

Data-analyse: de interviews zijn opgenomen en vervolgens terug geluisterd. De relevante informatie uit de interviews zijn als quotes terug te vinden in het onderzoek. Er is gekozen voor deze manier van analyseren, zodat er geen informatie verloren gaat en het interview thuis terug geluisterd kan worden. Het is een betrouwbare manier van interviewen en gaf de interviewer de mogelijkheid om zijn concentratie volledig bij het interview te houden en niet bij het notuleren.

Deelvraag 3

Populatie/steekproef: om deelvraag 3 te kunnen beantwoorden zijn de samenwerkingsmogelijkheden van Sportcenter Allround bekeken. Er is gesproken met ondernemers die met Sportcenter Allround een samenwerking willen aan gaan of al een samenwerking met Sportcenter Allround hebben. Bestaande samenwerkingspartners zijn Summit Health en schoonheidssalon Allround Beauty. Een mogelijk nieuwe samenwerkingspartner is Maaïke Oldeboer. Maaïke wil een dansschool beginnen in Sportcenter Allround. Ook zijn interviews gehouden met de directeurs van de Maria basisschool en basisschool het Galjoen en de voorzitters van voetbalvereniging Den Hoorn en handbalvereniging DIOS. Er is gekozen voor deze twee sportverenigingen, omdat beide op hetzelfde sportpark liggen als Sportcenter Allround. Er is gekozen voor de Maria basisschool en het Galjoen, omdat beide basisscholen in Den Hoorn liggen en mogelijk bij Sportcenter Allround in de toekomst kunnen gaan sporten.

Meetinstrumenten: voor de interviews is gebruik gemaakt van een semigestructureerd interview met zowel de bestaande samenwerkingspartners als de toekomstige samenwerkingspartners.

De interviews zijn gegaan over de wensen, behoefte en de tevredenheid van de samenwerkingspartners of toekomstige samenwerkingspartners van Sportcenter Allround. Op deze manier komt Sportcenter Allround erachter waarover de huidige samenwerkingspartners tevreden en niet tevreden zijn. Ook kan Sportcenter Allround na de interviews inspelen op de wensen en behoefte van mogelijke samenwerkingspartners, om in de toekomst een samenwerking aan te gaan met deze nieuwe partners. De volledige topiclijsten van de interviews zijn terug te vinden in de bijlage. Er is gekozen voor een semigestructureerd interview met zowel open als gesloten vragen om de respondenten in een bepaalde richting te sturen, terwijl de respondenten zelf ook nog de nodige onderwerpen hebben kunnen toevoegen aan het interview.

Dataverzamelingsmethode: met Maaïke Oldeboer is contact opgenomen via de mail, vervolgens is het interview bij Sportcenter Allround afgenomen. De scholen en verenigingen zijn ook via de mail op de hoogte gebracht van het interview. Vervolgens is een datum afgesproken en zijn de interviews bij de scholen en verenigingen zelf afgenomen. De bestaande samenwerkingspartners zijn persoonlijk op de hoogte gebracht over de interviews. Vervolgens is er een datum afgesproken en zijn de interviews bij Sportcenter Allround afgenomen. Na de interviews was er nog de mogelijkheid om telefonisch contact op te nemen met de respondenten voor extra uitleg.

Data-analyse: de interviews zijn opgenomen en vervolgens terug geluisterd. De relevante informatie uit de interviews zijn als quotes terug te vinden in het onderzoek. Er is gekozen voor deze manier van analyseren, zodat er geen informatie verloren gaat en het interview thuis terug geluisterd kan worden. Het is een betrouwbare manier van interviewen en gaf de interviewer de mogelijkheid om zijn concentratie volledig bij het interview te houden en niet bij het notuleren.

2.2 Kwantitatief onderzoek

Surveyonderzoek

Bij deelvragen 1.3 en 2.3 is gebruik gemaakt van enquêtes. Per deelvraag worden de volgende 4 punten toegelicht betreffende de enquête: populatie/steekproef, meetinstrumenten, dataverzamelmethode en data-analyse.

Deelvraag 1.3

Populatie/steekproef: bij deelvraag 1.3 is een klantenonderzoek gedaan aan de hand van enquêtes onder de bestaande leden van Sportcenter Allround. De enquêtes zijn uitgedeeld aan 4 verschillende groepen binnen Sportcenter Allround. De eerste groep bestond uit de fitnessbeoefenaars, de tweede groep bestond uit leden die aan groepslessen deelnamen, de derde groep bestond uit leden die nog student zijn en de vierde groep bestond uit leden die deelnemen aan een voedingsprogramma. Bij de fitnessbeoefenaars, studenten en de groepslesdeelnemers zijn 40 enquêtes uitgedeeld, bij de leden die deelnemen aan een voedingsprogramma zijn 15 enquêtes uitgedeeld. Het aantal, dat zijn uitgedeeld aan leden die deelnemen aan een voedingsprogramma lag lager dan de andere 3 groepen, omdat veel minder leden deelnemen aan een voedingsprogramma in vergelijking met leden die deelnemen aan groepslessen en leden die student zijn of leden die fitness beoefenen. Doordat de leden de enquêtes gelijk invullen is uitgegaan van een respons van 100%. Hoeveel leden de enquête via de Facebook pagina online zouden invullen was van te voren niet in te schatten. Van de 2300 leden bij Sportcenter Allround wordt dus uitgegaan dat minimaal 130 leden de enquête zouden gaan invullen. Met de antwoorden van minimaal 130 leden kan een betrouwbare inschatting worden gemaakt over hoe de huidige leden denken over Sportcenter Allround.

Meetinstrumenten: de vragen in de enquêtes zijn zowel gesloten als open vragen en zijn terug te vinden in de bijlage. De enquête is ingegaan op alle aspecten van het fitnesscentrum. Het gaf de huidige leden de mogelijkheid om aan te geven hoe tevreden zij zijn over Sportcenter Allround. De eerste 8 vragen zijn algemene vragen over Sportcenter Allround en zijn voor alle 4 de groepen hetzelfde. De vragen die volgen zijn specifiek voor de 4 verschillende doelgroepen opgesteld en dus niet hetzelfde. Deze vragen zijn afgestemd op de faciliteiten die de doelgroepen gebruiken en andere factoren waar zij tijdens het fitnessen mee te maken krijgen. Er is gekozen voor zowel open als gesloten vragen om de respondenten een bepaalde richting op te sturen maar ook zelf de mogelijkheid te geven om met eigen antwoorden te komen.

Dataverzamelmethode: Sportcenter Allround heeft aangegeven de leden niet lastig te willen vallen met enquêtes over de mail. Het was wel mogelijk om de leden voor of na het sporten een enquête te overhandigen of de leden via de Facebook pagina van Sportcenter Allround een uitnodiging te sturen. De leden vullen de enquêtes dan gelijk in na het overhandigen of vullen de enquête online in via de Facebook pagina. Door de leden direct na het sporten een enquête in te laten vullen is een 100% respons gekregen op de uitgedeelde enquête.

Data-analyse: de kwantitatieve gegevens uit de enquêtes zijn verwerkt in het programma Excel tot tabellen en grafieken en zijn terug te vinden in de resultaten, de overige tabellen en grafieken zijn terug te vinden in de bijlage. De kwalitatieve gegevens uit de enquêtes die naar voren komen uit de open vragen zijn in het onderzoek gebruikt als quotes. Op deze manier gaat geen informatie verloren en wordt elke vraag verwerkt tot een tabel, grafiek of quote.

Deelvraag 2.3

Populatie/steekproef: om deelvraag 2.3 te kunnen beantwoorden zijn 40 potentiële klanten van Sportcenter Allround geënquêteerd, dit is gedaan bij voetbalvereniging SV Den Hoorn en handbalvereniging DIOS. Er is gekozen voor deze twee sportverenigingen, omdat SV Den Hoorn en DIOS beide op hetzelfde sportpak liggen als Sportcenter Allround en de mensen die komen kijken uit de omgeving komen. Met de antwoorden van 40 potentiële klanten kan een betrouwbare inschatting worden gemaakt over wat potentiële klanten belangrijk vinden bij een fitnesscentrum.

Meetinstrumenten: de enquête bestond uit zowel open als gesloten vragen en is ingegaan op de wensen en behoeften van potentiële klanten en is terug te vinden in de bijlage. Op deze manier weet Sportcenter Allround wat mensen uit de omgeving belangrijk vinden bij een fitnesscentrum.

Wanneer ingespeeld wordt op deze wensen en behoeften kunnen nieuwe leden worden geworven. Er is gekozen voor zowel open als gesloten om de respondenten een bepaalde richting op te sturen maar ook zelf de mogelijkheid te geven om met eigen antwoorden te komen.

Dataverzamelingsmethode: tijdens thuiswedstrijden van de eerste elftallen van SV Den Hoorn en DIOS zijn 40 willekeurige mensen die nog niet lid waren van een fitnesscentrum gevraagd om een enquête in te vullen. Voordat de enquête werd uitgereikt werd eerst gevraagd of deze mensen ooit hebben overwogen om naar een fitnesscentrum te gaan. Er is gekozen voor deze methode, omdat de respondenten de enquête dan gelijk invullen waardoor 100% van de uitgedeelde enquêtes dan ook ingevuld terug komen.

Data-analyse: de kwantitatieve gegevens uit de enquêtes zijn verwerkt in het programma Excel tot tabellen en grafieken. De kwalitatieve gegevens uit de enquêtes die naar voren kwamen uit de open vragen zijn in het onderzoek gebruikt als quotes. Op deze manier gaat geen informatie verloren en wordt elke vraag verwerkt tot een tabel, grafiek of quote.

2.3 Verwerken resultaten

Deelvraag 4 komt naar voren uit de gegevens van deelvragen 1, 2 en 3. De sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen zijn direct geformuleerd na elke deelvraag in de resultaten. Vervolgens zijn al deze sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen in een SWOT-analyse aan het einde van de resultaten in een tabel samengevoegd. In hoofdstuk 4 (de conclusie) zijn de belangrijkste sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen uitgekozen en toegelicht.

Vervolgens zijn de belangrijkste sterken, zwakten, kansen en bedreigingen met elkaar gekruist tot een confrontatiematrix. Deze is terug te vinden aan het einde van hoofdstuk 4. De sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen zijn beoordeeld aan de hand van 4 vragen die verder worden toegelicht in hoofdstuk 4.2.

Om de strategische opties van Sportcenter Allround te vinden is uit de confrontatiematrix een selectie gemaakt van de strategische opties die van toepassing zijn op Sportcenter Allround. De strategische opties die gevonden zijn voor Sportcenter Allround zijn terug te vinden in hoofdstuk 4.3.

De strategische opties worden in hoofdstuk 5 concreet toegelicht. Ook wordt daar weergegeven hoe de strategische opties geïmplementeerd kunnen worden bij Sportcenter Allround. Om er achter te komen of de implementatie van de strategische opties haalbaar is, zal er een vervolgonderzoek plaats moeten vinden. Naast de strategische opties die naar voren komen uit de confrontatiematrix komen ook aanbevelingen naar voren die ervoor kunnen zorgen dat Sportcenter Allround in de toekomst meer leden krijgt waardoor de omzet zal stijgen. Met deze aanbevelingen en strategische opties wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag. Dit wordt gedaan aan het einde van hoofdstuk 5.

3. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van het onderzoek weergegeven worden. Dit is onderverdeeld in verschillende paragrafen. In paragraaf 3.1 worden de resultaten beschreven betreffende de interne analyse van Sportcenter Allround. In paragraaf 3.2 worden de resultaten beschreven betreffende de externe analyse van Sportcenter Allround. Paragraaf 3.3 geeft de resultaten weer die naar voren zijn gekomen uit de interviews met de mogelijke samenwerkingspartners van Sportcenter Allround. In paragraaf 3.4 worden de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van Sportcenter Allround weergegeven in een SWOT-analyse.

3.1 Interne analyse

Om de interne gang van zaken te onderzoeken bij Sportcenter Allround zijn 2 modellen toegepast, namelijk het 7's model en de marketingmix. Ook zijn de huidige klanten bevroegd aan de hand van een enquête en interviews. De resultaten van deze modellen, enquêtes en interviews zijn in de paragrafen 3.1.1. tot en met 3.1.3. terug te vinden.

3.1.1. Het 7's model

Het 7's model is een algemeen toepasbaar organisatie diagnosemodel ontworpen door McKinsey. Per S worden de sterke en zwakte factoren op organisatieniveau van Sportcenter Allround geïnterviewd. Voor een organisatie is van belang dat alle S'en binnen een organisatie in evenwicht zijn om effectief en efficiënt te functioneren (Mulders, 2010). De 7'sen zijn opgedeeld in harde en zachte S'en. De harde S'en bestaan uit de structuur, systemen en strategie van een organisatie en zijn makkelijker te identificeren en te veranderen. Harde S'en zijn tastbaar. De zachte S'en zijn: significante waarden, stijl, sleutelvaardigheden en de staf. Deze 4 factoren hebben vooral te maken met de bedrijfscultuur (7S model McKinsey, 2013).

Strategie

Sportcenter Allround is een commercieel bedrijf dat naar winst streeft. Deze winst wordt behaald met het aantrekken van zoveel mogelijk leden. De doelstelling van Sportcenter Allround is dan ook het behalen van de 3.000 leden, omdat de accommodatie hiervoor plaats biedt. Dit wil Sportcenter Allround bereiken door middel van het aanbieden van een compleet sportaanbod, met innovatieve activiteiten die geen andere sportschool in de omgeving biedt. Een ander personeelslid gaf tijdens een interview aan dat deze doelstelling nog niet bekend was bij al het personeel. *"Hierdoor loopt het bereiken van de doelstelling vertraging op. De doelstelling hoort voor iedereen duidelijk te zijn, zodat we samen kunnen werken aan het behalen van ons doel."*

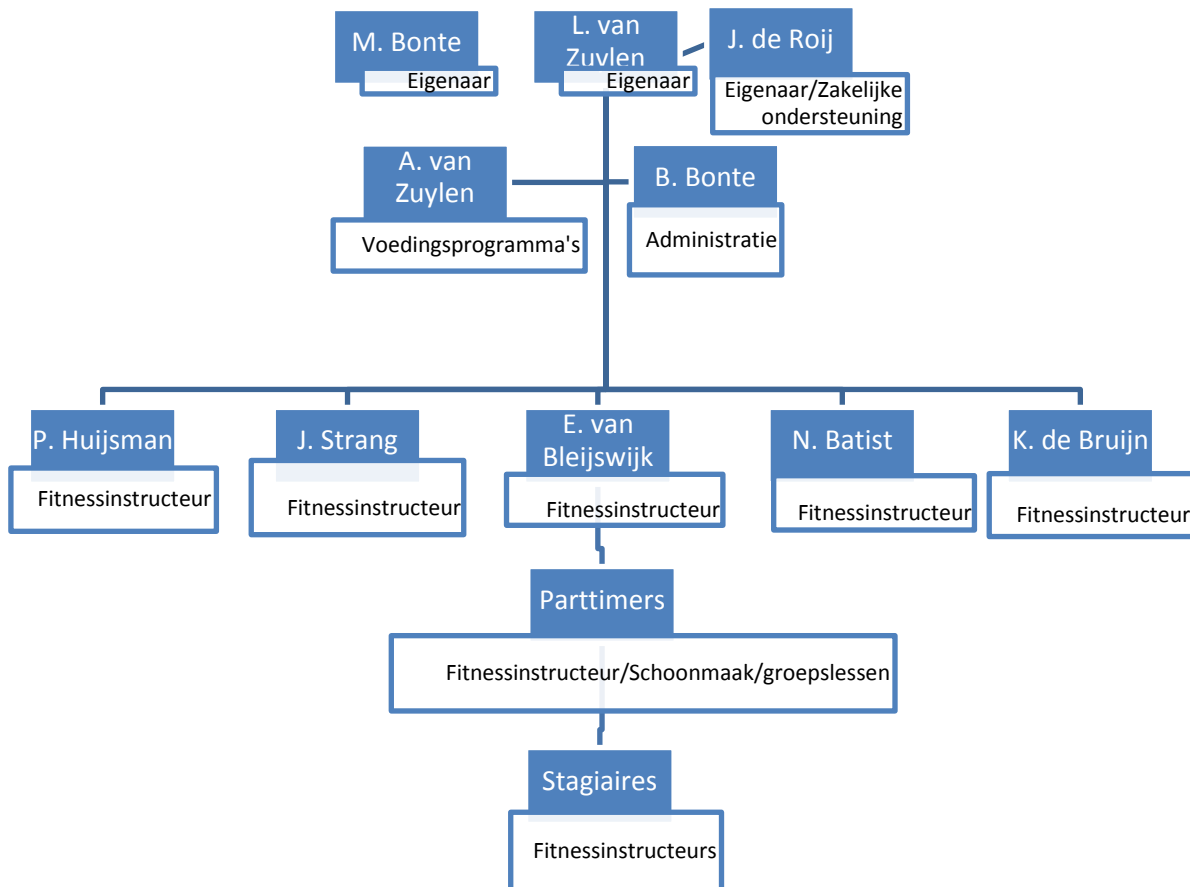
Structuur

Sportcenter Allround bestaat uit 3 eigenaren: Marc Bonte, Leon van Zuylen en Jan de Roij. De heer de Roij is vooral verantwoordelijk voor de zakelijke ondersteuning van de sportschool, terwijl de heren Bonte en Van Zuylen verantwoordelijk zijn voor het coördineren en aansturen van het personeel en het nemen van beslissingen. Sportcenter Allround bestaat voor de rest uit 7 fulltime werknemers, 9 parttimers en 4 stagiaires. Patrick Huijsman, Jeffrey Strang, Elles van Bleijswijk, Naomi Batist en Kathalijne de Bruijn zijn de 5 fulltimers die lessen geven en als fitnessinstructeur rondlopen door de fitnesszaal. De overige 2 fulltimers zijn Brigit Bonte en Ank van Zuylen. Mevrouw Bonte is actief als administratief medewerker en mevrouw Van Zuylen coördineert de voedingsprogramma's. Mevrouw Bonte en mevrouw Van Zuylen staan beide ook achter de receptie. Parttimers die aanwezig zijn als fitnessinstructeur zijn: Chantal van Dam, Kenny Oosterhoff en Rob de Bruijn. Parttimers die actief zijn als spinninginstructeur zijn: Janneke van de Berg, Ernst Rietveld en John de Winter. Maaike Oldeboer

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

en Marouschka Ham zijn actief als aerobiciinstructeur en Ton Vrolijk is als enige verantwoordelijk voor de schoonmaak van Sportcenter Allround. De 4 stagiaires die momenteel actief zijn bij Sportcenter Allround zijn allen fitnessinstructeurs en lopen door de fitnesszaal en geven adviezen aan de sporters. Tijdens maandelijkse vergaderingen kunnen de medewerkers rapporteren aan de eigenaren. De eigenaren zelf hebben nog een aparte bijeenkomst waarbij met ze drieën wordt gesproken over de afgelopen maand. Van de 3 eigenaren is er altijd 1 aanwezig, deze kan altijd worden aangesproken door het overige personeel. Tijdens een interview met het personeel werd ook het volgende gezegd: *“Wanneer het druk is en er moet een hoop gebeuren wordt te weinig gecommuniceerd met elkaar. Hierdoor lopen de zaken soms niet zo lekker, wat een hoop dubbel werk oplevert.”*

In figuur 1 is het organogram van Sportcenter Allround te zien. Bovenaan de 3 eigenaren, daaronder een administratief medewerkster en een voedingsdeskundige. Daaronder komen de 5 fulltime werknemers en werknemsters, gevolgd door de parttimers en de stagiaires.



Figuur 1: organogram Sportcenter Allround (Bonte & De Wit, 2013).

Bestuurlijke processen binnen Sportcenter Allround:

- Strategie bepalen.
- Doelen stellen.
- Taken, verantwoordelijkheden en verwachtingen uitspreken.

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Primaire processen binnen Sportcenter Allround:

- Het binnenhalen van nieuwe leden.
- Het onderhouden van bestaande klanten.
- Het maken van groepslessen.
- Het uitvoeren van groepslessen.
- Het maken van sportschema's.
- Het begeleiden van leden tijdens het sporten.
- Het aanbod constant vernieuwen.
- Het onderhouden van de apparatuur.
- Inkopen voor de bar.

Secundaire processen binnen Sportcenter Allround:

- Financieel management: salarissen betalen, materialen afschrijven, facturen verwerken en de inkoop van nieuwe materialen.
- Personeelsmanagement: bedrijfsuitjes, aansturen van personeel en evalueren met het personeel.
- Kwaliteitsmanagement: het aanbod blijven vernieuwen, functioneringsgesprekken.

Systemen

Bij Sportcenter Allround is sprake van een beloningssysteem. Voorafgaand aan elk jaar worden doelen gesteld door de directie. Wanneer deze doelen bereikt worden, wordt het personeel getrakteerd op een leuk uitje of een weekendje weg. Ook voor de salarissen is een vast salarissysteem. De salarissen van het personeel worden maandelijks digitaal betaald door de administratieve medewerker van Sportcenter Allround. De fulltime medewerkers krijgen standaard iedere maand hetzelfde bedrag overgemaakt. De parttimers geven door middel van een declaratieformulier aan hoeveel uur zij hebben gewerkt de afgelopen maand. Aan de hand daarvan wordt elke maand het salaris overgemaakt. De parttimers krijgen door middel van een email of telefoongesprek te horen of zij moeten werken de komende week. De fulltime medewerkers hebben iedere week vaste tijden.

Wanneer nieuwe klanten zich aanmelden is er sprake van een vast 'productiesysteem'. Uit een interview met het personeel kwam het volgende naar voren: *"Jeff neemt dit meestal voor zijn rekening. Hij geeft nieuwe klanten een rondleiding en vervolgens kunnen zij een week lang gratis sporten. Hierna belt hij deze mensen op voor een intake gesprek. Hij laat nieuwe klant een intake formulier invullen. Op dit formulier geeft de klant aan waarom hij of zij wil gaan sporten en wat hij of zij wil bereiken met het sporten. Aan de hand daarvan wordt een doelstelling geformuleerd en een passend schema gemaakt voor de klant. Dit maakt ons uniek ten opzichte van de concurrentie en kan je wel één van onze sterke punten noemen van onze sportschool."*

Bestaande klanten worden behouden door steeds nieuwe doelen te bepalen en hierbij een passend sportschema aan te bieden. Ook probeert Sportcenter Allround een verenigingsgevoel te creëren op de sportschool door middel van het bieden van nevenactiviteiten zoals: tennistoernooien, jeu de boules toernooien, barbecues en feestavonden. Een personeelslid gaf aan dat dit bij de concurrenten niet wordt gedaan. *“Bij concurrenten is het meer een fabriek, leden binnenhalen, laten fitnessen en weer vertrekken. Bij Sportcenter Allround proberen we de klanten echt te binden.”* Bestaande klanten worden ook op de hoogte gehouden van ontwikkelingen op de sportschool via Facebook en nieuwsbrieven zodat de klant zich betrokken voelt met Sportcenter Allround. In een interview met het personeel wordt het volgende gezegd over het werven van nieuwe klanten: *“Hier wordt niet zoveel aangedaan. We hebben wel is een keer ergens gestaan en mensen verteld over onze sportschool of af en toe een advertentie geplaatst wanneer we een nieuwe activiteit hadden op de sportschool maar thats it. Hierdoor trekken we weinig nieuwe klanten. De concurrenten maken wel reclame.”*

Voor de instroom van nieuwe werknemers worden uitsluitend mensen aangenomen die de juiste opleiding hebben afgerond, zoals Sport en Bewegen of het SIOS. Tijdens een sollicitatiegesprek wordt aan de hand van zijn kwaliteiten en diploma's bepaald wat hij of zij kan gaan doen binnen Sportcenter Allround. Het personeel gaf aan dat de klant hierdoor eerder wat aanneemt van het personeel, omdat het allemaal professionals zijn met kennis op het gebied van sporten en bewegen. Sportcenter Allround staat voor gekwalificeerd personeel, iets wat andere fitnesscentra niet altijd garanderen. Het personeel geeft aan dat er wel doorgroei mogelijkheden zijn binnen Sportcenter Allround: *“Ik begon hier als fitnessinstructeur. Vervolgens ben ik op kosten van de sportschool allemaal diploma's gaan halen om bepaalde groepslessen te mogen geven en andere cursussen. Nu ben ik voor veel meer dingen inzetbaar, wat het werk ook weer leuker maakt.* Binnen de organisatie van Sportcenter Allround is de overlegstructuur op informele basis. Er wordt veel gecommuniceerd via de mail of face to face.

Sportcenter Allround is in het bezit van een certificaat die de kwaliteit van de sportschool aantoonst. Het LERF keurmerk. Het LERF keurmerk stelt vast of een sport-, beweging-, fitness- of wellnesscentrum voldoet aan de kwaliteitseisen die aan professionele bedrijven in deze branche gesteld mogen worden (Keurmerk Fitness, 2013). Ook is Sportcenter Allround aangesloten bij Fit!Vak en Vereniging Exclusieve Sportcentra (Welkom bij Sportcenter Allround, 2013). Verder wordt gewerkt met het Bedrijfshandboek Sportcenter Allround om de kwaliteit te waarborgen. Dit boek wordt door de werknemers van te voren bestudeerd en vervolgens nageleefd. Hierin staat precies hoe omgegaan moet worden met: klanten, hygiëne, werkzaamheden, calamiteiten en personeelszaken (Bonte & De Wit, 2013).

Binnen Sportcenter Allround is ook een management informatie systemen aanwezig. Een personeelslid zei het volgende tijdens een interview: *“Elke maand hebben we een evaluatie vergadering met al het fulltime personeel. Ook hebben we jaarlijks een individueel functioneringsgesprek met de directie. Dit zorgt ervoor dat al het personeel op de hoogte is van de ontwikkelingen op de sportschool en op het gebied van fitness.”*

Staf

Bij de alinea structuur is al aangegeven wie allemaal werkzaam zijn binnen het bedrijf en wat hun functies zijn. Alle werknemers binnen Sportcenter Allround beschikken over diploma's op het gebied van lesgeven. Is dit niet het geval, dan biedt Sportcenter Allround de mogelijkheid om diploma's te behalen op dit gebied. De werkzaamheden van het personeel worden ingedeeld op de bekwaamheden die zij bezitten. *"Elles is goed en gekwalificeerd in het geven van body pump, dan wordt zij dus ook bij dit onderdeel ingedeeld. Jeffrey heeft zijn diploma's gehaald voor het geven van spinning, hij is dan ook verantwoordelijk voor de meeste lessen spinning."* Gaf een personeelslid tijdens een interview aan. Het volgende wordt verwacht van het personeel: *"Je bent gemotiveerd om juist in een bedrijf als Sportcenter Allround te werken. Dat betekent dat je een positieve instelling hebt over de werkzaamheden. Je bent spontaan, communicatief vaardig en representatief. Je bent flexibel en initiatiefrijk en een echte teamplayer. Je hebt affiniteit met sport. Daarnaast ben je stressbestendig en kan je goed prioriteiten stellen"* (Bonte & De Wit, 2013, pp.4).

Significante waarden

Tijdens een interview met één van de personeelsleden werd gevraagd wat de visie en missie van Sportcenter Allround is: *"Het is een hele tijd geleden wel is gezegd tijdens een vergadering, maar ik denk niet meer dat iedereen dat weet. Ook is er een hoop nieuw personeel bijgekomen, die zullen het al helemaal niet weten. Een doelstelling was wel het behalen van 3.000 leden, maar of deze echt de missie van Sportcenter Allround is weet ik niet."* Het personeelslid gaf aan dat hij dit een kwalijke zaak vond. *"Wanneer de neuzen niet allemaal dezelfde richting opstaan, wordt het lastiger om de doelstellingen te bereiken. We moeten de missie en visie maar eens duidelijk met allen bespreken."*

'Just a way of life'

Is de slogan van Sportcenter Allround. Hiermee wordt bedoeld dat sporten en gezonde voeding een manier van leven hoort te zijn. Deze manier van leven wordt door Sportcenter Allround centraal gesteld (Bonte & De Wit, 2013). Verder zijn respect en gastvrijheid 2 belangrijke termen binnen de sportschool, *"want zonder gasten hebben de medewerkers van Sportcenter Allround geen baan,"* gaf een personeelslid aan tijdens een interview. Van al het personeel wordt verwacht dat zij zich hier aan houden (Bonte & De Wit, 2013). Binnen Sportcenter Allround is sprake van een machtscultuur, want er is weinig delegatie maar hoge samenwerking tussen het personeel. (Handy & Harrison, 2010).

Sleutelvaardigheden

De sleutelvaardigheden zijn de vaardigheden die Sportcenter Allround onderscheidt van de concurrentie. Uit de interviews zijn de volgende kenmerkende kennis en kunde naar voren gekomen waar Sportcenter Allround in uitblinkt.

- Nevenactiviteiten, zoals: barbecue, tennistoernooi, jeu de boules en feestavonden.
- Verenigingsgevoel creëren.
- Innovatief zijn.
- De trend op het gebied van fitness volgen.
- Een fitnesspark.
- Mountainbike.
- Groen sportcentrum, klimaatsysteem met warmteterugwinning.

Ook zwakke punten zijn naar voren gekomen uit interviews met het personeel. *"Voor studenten is het minder aantrekkelijk. In vergelijking met andere sportscholen zijn wij een van de duurste. Ook bieden wij alleen abonnementen aan van 2 keer in de week of onbeperkt aantal keren sporten in de week. Dus als iemand maar 1 of 3 keer in de week wil sporten moet hij of zij in ieder geval een abonnement nemen van 2 keer of een onbeperkt aantal keren in de week."*

Stijl

Bij Sportcenter Allround is sprake van participierend leiderschap. De leidinggevende behoudt de verantwoordelijkheid voor de wijze waarop de taken op zijn afdeling worden uitgevoerd. Er wordt een beroep gedaan op de organisatieleden om te participeren in overlegorganen en de leidinggevende te informeren en te adviseren. De uiteindelijke beslissingen worden door de leiding van Sportcenter Allround genomen, waarbij zij zich laten adviseren en eventueel laten beïnvloeden door haar medewerkers. De eigenaren zijn zelf ook aanwezig op de werkvloer en staan tijdens het werk ook open voor ideeën en verbeteringssuggesties van de andere medewerkers en stagiaires. De medewerkers zijn gedreven en streven naar de beste kwaliteit voor hun klanten. Verder zijn de communicatielijnen kort en wordt er ad hoc gewerkt door de eigenaren (Ranzijn, 2008). Verder is binnen Sportcenter Allround sprake van een informele sfeer.

De sterke en zwakke punten van Sportcenter Allround die naar voren zijn gekomen uit de resultaten van het 7'sen model.

Sterkten Sportcenter Allround	
S1	Vast systeem wanneer nieuwe klanten binnen komen
S2	Verenigingsgevoel wat gecreëerd wordt door Sportcenter Allround d.m.v. nevenactiviteiten
S3	Gediplomeerd personeel
S4	Kwaliteitsdiploma LERF
S5	Maandelijks evaluatie momenten tussen het personeel onderling

Zwakten Sportcenter Allround	
Z1	De doelstelling is niet voor al het personeel duidelijk
Z2	Er wordt te weinig gecommuniceerd tussen het personeel op de werkvloer
Z3	Het werven van nieuwe klanten wordt niet of nauwelijks gedaan
Z4	Er is geen duidelijke missie of visie aanwezig

3.1.2. De marketingmix

Om de marketingstrategie van Sportcenter Allround zo optimaal mogelijk in te zetten, is er gebruik gemaakt van de marketingmix. In de jaren zestig van de vorige eeuw gaf de Amerikaanse marketeer Jerome McCarthy de bekendste invulling hieraan door middel van de 4 P's. Deze 4 P's staan voor de variabelen Prijs, Promotie, Product en Plaats. Door de juiste combinatie en inzet van deze variabelen, kunnen volgens McCarthy marketeers een goed marketingplan opstellen en het bedrijfsresultaat zienderogen verbeteren (Marketingmix- 4 P's, McCarthy, 2011).

Product

Sportcenter Allround ziet zichzelf als een dienstverlenend bedrijf. Zij begeleiden mensen tijdens het sporten en helpen mensen met het bereiken van hun doelstelling. Ook zijn er diensten die verleend worden in samenwerking met andere bedrijven. Hieronder is een overzicht gemaakt van alle producten en diensten die Sportcenter Allround levert. Er is een verdeling gemaakt tussen outdoor activiteiten, indoor activiteiten en activiteiten die geleverd worden in samenwerking met andere partners. Het fitnesspark en het outdoor mountainbike zijn diensten/producten waarmee Sportcenter Allround zich onderscheidt van de concurrentie in de omgeving. Dit geldt ook voor het voedingsprogramma. Het voedingsprogramma wordt op maat aangeboden in combinatie met een beweegprogramma bij Sportcenter Allround.

Indoor	Outdoor	Samenwerking met partners
Fitness	Mountainbike	Fysiotherapie
Groepslessen	Hardlopen	Schoonheidssalon
Sauna	Bootcamp	Bedrijfsfitness
Kinderopvang		Meditatie
Doucheruimte		
Kleedkamer		
Judo		
Yoga		
Voedingsprogramma's		
Personal training		
Catering		
Zonnebanken		

Figuur 2: producten/diensten die Sportcenter Allround biedt (Bonte & De Wit, 2013).

Prijs

De prijzen voor de abonnementen zijn allemaal inclusief de groepslessen en outdoor activiteiten. Voor judo, yoga, voedingsprogramma's, zonnebanken en de activiteiten die in samenwerking zijn met andere partners worden wel extra kosten gerekend. De prijzen voor de abonnementen zijn gebaseerd op de kosten die Sportcenter Allround maakt. Er is uitgegaan van de kosten die gemaakt zijn in voorgaande jaren. Bij kosten moet gedacht worden aan: huur, afschrijving apparaten, gas, water, licht, elektriciteit en personeelskosten. In figuur 3 zijn de prijzen weergegeven die de leden betalen per kwartaal, jaar of 18 maanden om te mogen sporten bij Sportcenter Allround.

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Tarieven per 1 augustus 2012: •

	18 maanden Auto incasso	12 maanden Auto incasso	3 maanden Auto incasso
Allround = altijd toegang	€ 41,95 p/maand	€ 44,50 p/maand	€ 48,50 p/maand
Sport = 13x per kwartaal toegang	€ 29,95 p/maand	€ 31,95 p/maand	€ 35,95 p/maand
Allround Daluren = altijd toegang, 12 – 18 uur ma t/m vr	€ 29,95 p/maand	€ 31,95 p/maand	€ 35,95 p/maand

Figuur 3: prijzen per abonnement om te fitness (Bonte & De Wit, 2013).

Figuur 4 geeft de prijzen weer die studenten betalen om te kunnen sporten bij Sportcenter Allround. De studenten betalen minder dan normale leden, maar hebben ook beperkte tijden om te mogen sporten bij Sportcenter Allround.

Scholieren/Studenten (tot 21 jaar):

Trainingstijden: -ma t/m do van 12.00 -18.00 uur -vr van 12.00 – 22.00 uur	3 maanden Contante betaling	1 maand contante betaling
Allround = altijd toegang	€ 66,50	€ 24,50

Figuur 4: prijzen voor scholieren (Bonte & De Wit, 2013).

Overige fitness prijzen:

Losse les: € 15,00

10-rittenkaart: € 129,50 (6 maanden geldig)

Judo (per half jaar):

Jeugd (5 t/m 7 jr.): € 75,00

Jeugd (8 t/m 14 jr.): € 85,00

Prijzen voor de voedingsprogramma's:

Allround Slankplank: € 120,00 voor niet leden, inclusief 10 weken sporten en 10 keer voedingsadvies.
€ 79,00 voor leden, inclusief 10 keer voedingsadvies.

Benefit: € 190,00 voor een kwartaal.

€ 60,00 per maand.

Prijzen voor de zonnebank:

€ 4,15 voor 15 minuten (Lid worden/tarieven, 2013).

Yoga, meditatie, fysiotherapie en de schoonheidssalon zijn activiteiten die worden aangeboden door bedrijven of parttimers die een zaal of ruimte huren bij Sportcenter Allround. De prijzen worden alleen gegeven bij een telefonische aanvraag van een klant.

Er zijn alleen abonnementen van 2 of onbeperkt aantal keren sporten in de week. Een lid kan dus geen abonnement nemen van 1 of 3 keer sporten in de week. Ook zijn alle abonnementen inclusief de groepslessen. Wanneer een lid dus alleen gebruik wil maken van de fitnessruimte moet hij of zij alsnog betalen voor de groepslessen. Een personeelslid gaf tijdens een interview aan dat Sportcenter Allround veel klachten krijgt over deze twee punten.

Promotie

Het binden van de klant met Sportcenter Allround is een belangrijk aspect binnen de organisatie. De leden worden dan ook op de hoogte gehouden van veranderingen of gebeurtenissen binnen Sportcenter Allround door middel van een maandelijkse nieuwsbrief. Ook kunnen zij het bedrijf volgen via een Facebook pagina en Twitter, waarop dagelijks nieuwtjes te vinden zijn op het gebied van sport. Sportcenter Allround is nog niet actief op LinkedIn. Wel heeft Sportcenter Allround een informatieve website.

Om nieuwe leden binnen te halen vindt jaarlijks een open dag plaats. Op deze dag worden er rondleidingen gegeven en kan men gratis een keer sporten. Door middel van sponsoring van sportverenigingen in de buurt probeert Sportcenter Allround meer naamsbekendheid te creëren in de omgeving. Ook is Sportcenter Allround actief tijdens Ladies Nights. Op deze avonden is Sportcenter Allround aanwezig met een kraampje. Bij dit kraampje worden vrouwen ingelicht over de mogelijkheden die Sportcenter Allround biedt. Wanneer nieuwe mensen verhuizen naar Den Hoorn krijgen zij automatisch een folder thuis in de brievenbus. Op deze folder staat informatie over de sportschool. Een personeelslid gaf het volgende aan tijdens een interview: *“De belangrijkste reclame die wij maken is mond-tot-mond reclame van gasten die ons bedrijf al hebben bezocht. Zij vertellen anders mensen dan weer over ons. Daarom is het van belang dat wij nieuwe leden zo warm mogelijk onthalen om een goede indruk achter te laten.”*

Sportcenter Allround maakt geen reclame via de radio, lokale televisie of advertenties in lokale kranten. Ook maakt Sportcenter Allround geen gebruik van verkooppromotie. De abonnementen worden nooit in prijs verlaagd om zo meer nieuwe leden te trekken. Een personeelslid gaf het volgende aan tijdens een interview: *“doordat Sportcenter Allround niet zo bezig is met het maken van reclame worden weinig nieuwe leden geworven. Wanneer we bijvoorbeeld een keer de prijs verlagen zou dit tot nieuwe klanten kunnen leiden. De concurrenten doen dit namelijk wel en hebben hier ook succes mee.”* Wel heeft Sportcenter Allround eenmalig persoonlijke verkoop toegepast. Mensen werden voor de lokale supermarkt aangesproken door personeelsleden en geïnformeerd over de sportschool. Sportcenter Allround is ook aangesloten bij Bedrijfsfitness NL.

Plaats

Sportcenter Allround ligt op de Zuidhoornseweg 6a op het sportpark van Den Hoorn. Naast de sportschool is ook voetbalvereniging SV Den Hoorn, handbalvereniging DIOS, tennisvereniging TC Hodenpijl en een postduivenvereniging actief op dit sportpark. Zij maken allen gebruik van dezelfde parkeerplaats. Een personeelslid gaf aan dat veel sporters van DIOS en SV Den Hoorn hun conditie bij Sportcenter Allround op peil houden, wat weer nieuwe leden oplevert. De sportschool ligt op een centraal punt tussen Den Hoorn, Schipluiden en Delft in, naast de middelbare school Reinier de Graaf sinds januari 2010. De 15 jaar hiervoor lag Sportcenter Allround op een industrieterrein 500 meter verderop. Sportcenter Allround is bereikbaar met zowel de fiets als de auto en lopend. Ook met het openbaar vervoer is Sportcenter Allround te bereiken vanaf het centraal treinstation in Delft.

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

De sterke en zwakke punten van Sportcenter Allround die naar voren zijn gekomen uit de marketingmix.

Sterkten Sportcenter Allround	
S6	Fitnesspark, nieuw product wat de concurrentie niet heeft
S7	Mountainbike in de openlucht als activiteit
S8	Voedingsprogramma's die worden aangeboden voor leden
S9	Binden van de klant met Sportcenter Allround waardoor de klanten voor veel gratis mond op mond reclame zorgen
S10	Gunstige ligging met diverse andere sportverenigingen op een sportpark

Zwakten Sportcenter Allround	
Z5	Er zijn alleen abonnementen van 2x of onbeperkt aantal keren sporten in de week
Z6	Elk abonnement is inclusief groepslessen
Z7	Er wordt geen reclame gemaakt via de radio, televisie of krant.
Z8	Sportcenter Allround doet niet aan verkooppromotie

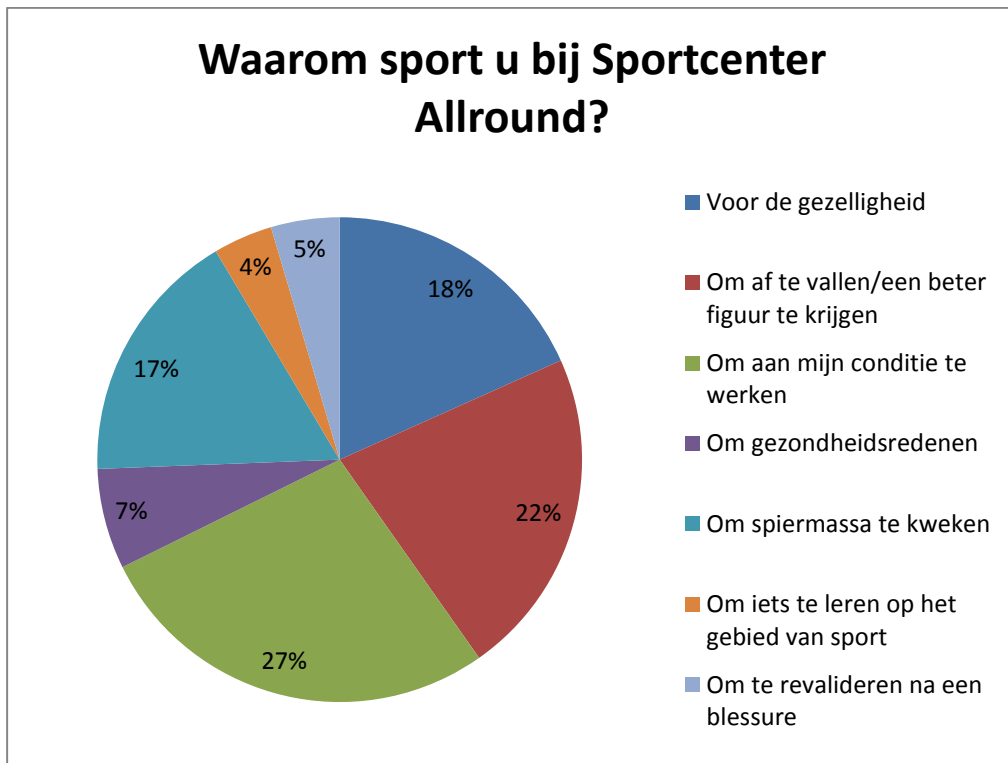
3.1.3. De huidige klanten

Aan de hand van enquêtes onder de huidige klanten van Sportcenter Allround is een tevredenheidsonderzoek uitgevoerd. De enquêtes zijn uitgedeeld aan 4 verschillende groepen binnen Sportcenter Allround. De eerste groep bestond uit de fitnessbeoefenaars, de tweede groep bestond uit leden die aan groepslessen deelnamen, de derde groep uit leden die nog student zijn en de vierde groep bestond uit leden die deelnamen aan een voedingsprogramma. De eerste 8 vragen van de enquêtes van de 4 verschillende groepen waren hetzelfde en bestonden uit vragen over Sportcenter Allround in het algemeen. De resultaten van het algemene deel van de enquête van de 4 verschillende groepen zijn bij elkaar gevoegd. De resultaten hiervan zijn terug te vinden onder het kopje “Algemene deel van de enquête”. De overige resultaten van de 4 verschillende groepen worden per paragraaf apart toegelicht. Als laatste worden de verschillen en overeenkomsten tussen de verschillende groepen toegelicht.

Algemene deel van de enquête

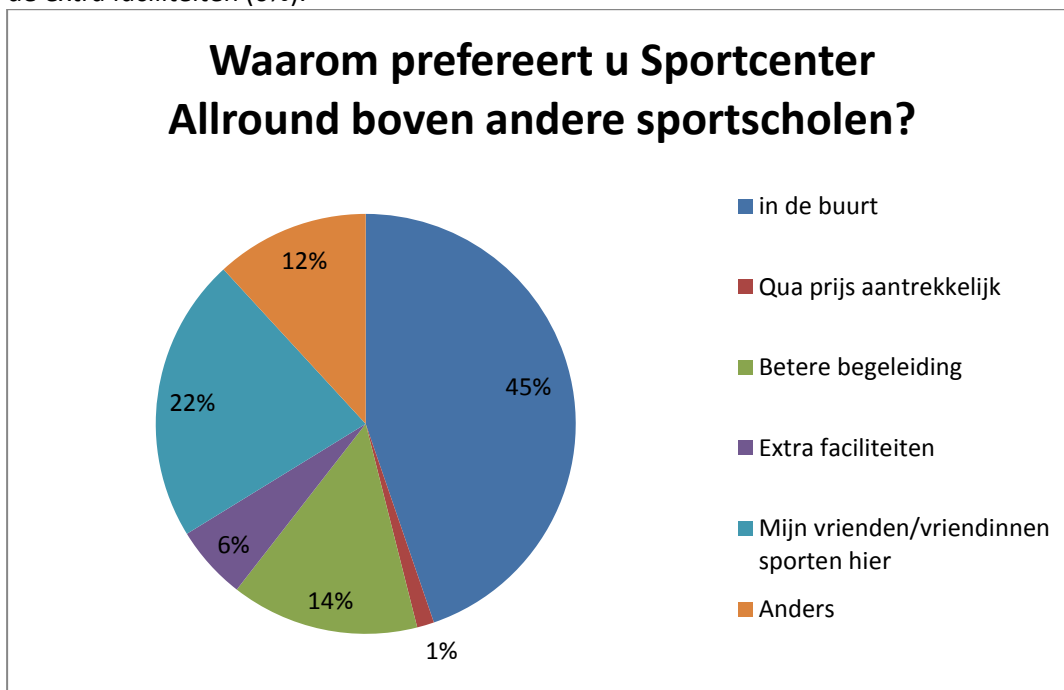
Van de 2300 huidige leden van Sportcenter Allround hebben 145 leden hun mening gegeven over Sportcenter Allround. Sommige vragen zijn niet door alle 145 geënquêteerde ingevuld, dit kan verschillende oorzaken hebben: de leden hebben de vraag per ongeluk overgeslagen, de leden hebben het antwoord onduidelijk aangevinkt of de leden konden geen goed antwoord geven over bepaalde zaken doordat ze hier niets van afwisten (zoals de zonnebank, sauna en de kinderopvang).

De 145 enquêtes zijn voor 47% ingevuld door mannen en voor 53% ingevuld door vrouwen (grafiek 1.1). Hiervan valt 37% in een leeftijdscategorie tussen de 17-25 jaar en 37% in een leeftijdscategorie tussen de 41-60 jaar (grafiek 1.2). Van de ingevulde enquêtes sport het merendeel (30%) al langer dan 5 jaar bij Sportcenter Allround (grafiek 1.3). Van de huidige leden sport 65% tussen de 2-6 uur per week (grafiek 1.4). De meeste leden (74%) zijn via vrienden, vriendinnen of familie bij Sportcenter Allround terecht gekomen (grafiek 1.5). Grafieken 1.1 t/m 1.5 zijn terug te vinden in de bijlage. Uit grafiek 1.6 blijkt dat de huidige leden voornamelijk sporten bij Sportcenter Allround om aan hun conditie te werken (27%) of om aftevalen en een beter figuur te krijgen (22%). Ook geven de huidige leden aan te sporten voor de gezelligheid (18%).



Grafiek 1.6: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan waarom zij bij Sportcenter Allround sporten (N=145, aantal gegeven antwoorden=328).

Uit grafiek 1.7 blijkt dat 45% van de huidige leden liever bij Sportcenter Allround sport dan bij een andere sportschool, omdat het in de buurt ligt. Betere begeleiding (14%) en doordat vrienden en vriendinnen bij Sportcenter Allround sporten (22%) zijn 2 andere redenen die de huidige leden geven. Zij prefereren Sportcenter Allround niet boven andere sportscholen door de prijs (1%) of door de extra faciliteiten (6%).

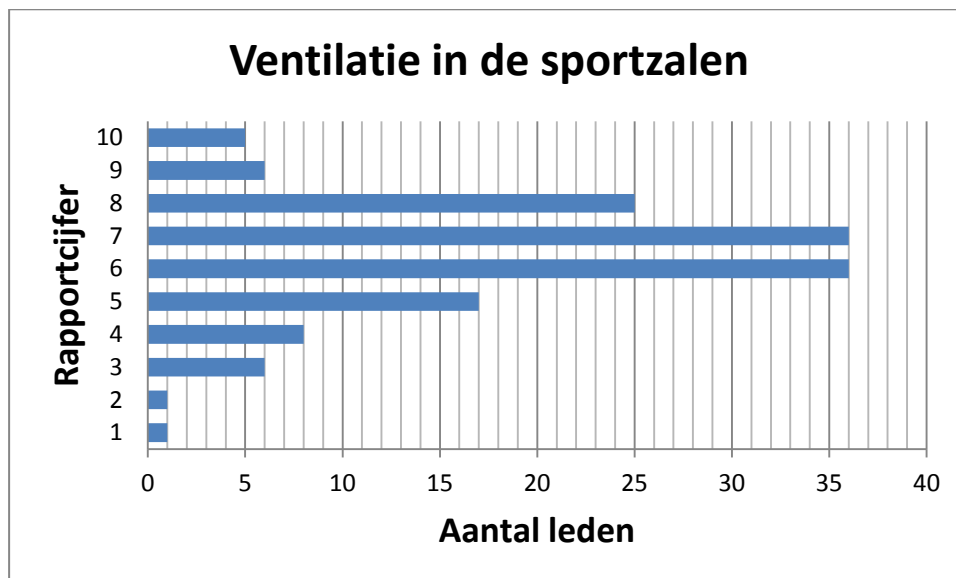


Grafiek 1.7: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan waarom zij liever bij Sportcenter Allround sporten i.p.v. een andere sportschool (N=142, aantal gegeven antwoorden=228).

Rapportcijfers huidige leden

De huidige leden van Sportcenter Allround hebben ook rapportcijfers gegeven betreffende verschillende zaken, zoals: het personeel, de hygiëne, de extra faciliteiten, de ventilatie en dergelijke. De resultaten hiervan worden in deze paragraaf beschreven, alle grafieken zijn terug te vinden in de bijlage.

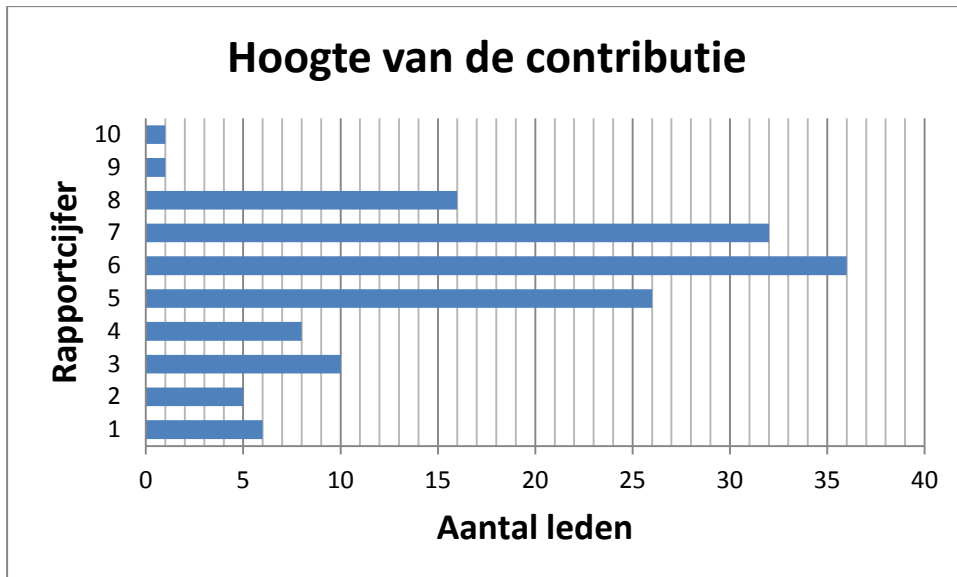
De uiterlijke verzorging van het personeel bij Sportcenter Allround scoort gemiddeld een 8,1 als rapportcijfer (grafiek 1.8), terwijl de beleefdheid van het receptiepersoneel lager scoort, de huidige leden geven zelfs als rapportcijfers enkele onvoldoendes (grafiek 1.9). De huidige leden van Sportcenter Allround geven de beleefdheid van de instructeurs een rapportcijfers tussen de 5 en de 10, waarbij de rapportcijfers 8 en 9 het meest voorkomen. Gemiddeld krijgt Sportcenter Allround een 8,1 als rapportcijfer voor dit onderdeel (grafiek 1.10). De bereidheid van de instructeurs om te helpen bij Sportcenter Allround scoort enkele onvoldoendes, er zijn rapportcijfers gegeven tussen de 3 en de 10, met een gemiddeld rapportcijfer van 7,9 (grafiek 1.11). Hetzelfde geldt voor de bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen, met rapportcijfers tussen de 2 en de 10 scoort Sportcenter Allround op dit onderdeel gemiddeld een 7,7 (grafiek 1.12). De deskundigheid van de instructeurs en de deskundigheid van het receptiepersoneel scoren hoge rapportcijfers met een gemiddelde van 8 en 7,9 (grafiek 1.13 en 1.14). Het personeel scoort dus in het algemeen allemaal ruime voldoende, blijkt uit bovenstaande resultaten.



Grafiek 1.15: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de ventilatie in de sportzalen bij Sportcenter Allround (N=141).

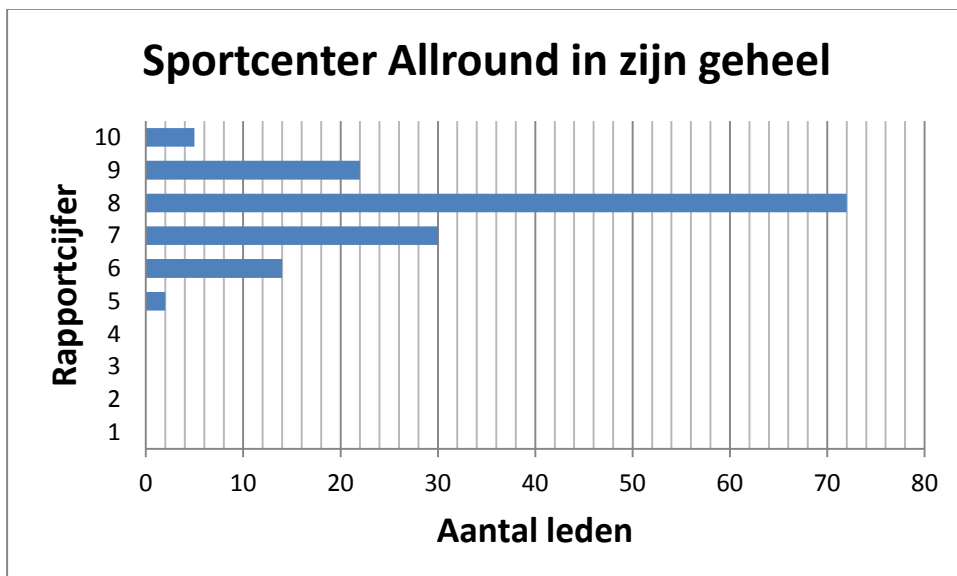
De ventilatie in de sportzalen wordt kritisch beoordeeld door de huidige leden van Sportcenter Allround. Zo geven 32 leden een onvoldoende blijkt uit grafiek 1.15. De hygiëne in de sportzalen en de hygiëne in de kleedkamers, toiletten en doucheruimtes krijgen van de huidige leden een gemiddeld rapportcijfer van 7,6 en 8,7 (grafiek 1.16 en 1.17). Hier zijn de leden in het algemeen dus zeer over te spreken. Over de muziek in de sportzalen lopen de rapportcijfers uit een, zo zijn er dan ook rapportcijfers gegeven tussen de 1 en de 10, waarbij een gemiddelde score wordt behaald van 7,2 (grafiek 1.18). Zowel de parkeergelegenheid als de bereikbaarheid van Sportcenter Allround scoren na genoeg geen onvoldoendes. De parkeergelegenheid krijgt gemiddeld een 8,9 en de bereikbaarheid van de sportschool krijgt gemiddeld een 8,6 (grafiek 1.19 en 1.20). De kwaliteit van de sauna scoort gemiddeld een 7,6 de kwaliteit van de zonnebank scoort gemiddeld een 7,1 en de kinderopvang scoort gemiddeld een 7,1 (grafiek 1.21, 1.22 en 1.23).

Uit grafiek 1.24 blijkt dat de rapportcijfers voor hoogte van de contributie lager liggen dan de voorgaande rapportcijfers. Gemiddeld scoort Sportcenter Allround dan ook maar een 5,6 op dit onderdeel.



Grafiek 1.24: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround (N=141).

Over de sfeer op de sportschool zijn de huidige leden meer te spreken, zij geven een gemiddeld rapportcijfer van 8,4 (grafiek 1.25). De rapportcijfers voor de openingstijden lopen zeer uiteen. Zo worden er 9 onvoldoendes gegeven en 133 voldoende. Gemiddeld komt dit uit op een 7,7 voor de openingstijden bij Sportcenter Allround (grafiek 1.26). Ook hebben de huidige leden een rapportcijfer gegeven over Sportcenter Allround in zijn geheel. Op 2 onvoldoendes na scoort Sportcenter Allround op dit onderdeel alleen maar voldoende. Het gemiddelde rapportcijfer wat Sportcenter Allround krijgt van de huidige leden is met een 7,8 dan ook ruim voldoende, blijkt uit grafiek 1.27.



Grafiek 1.27: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende Sportcenter Allround in het algemeen (N=145).

De fitnessbeoefenaars

Onder de fitnessbeoefenaars vallen de leden die geen student zijn en niet deelnemen aan groepslessen, maar voornamelijk zelfstandig deelnemen aan kracht of cardiotraining in de fitnesszaal. Van deze groep zijn 50 willekeurige mensen geënquêteerd. Doordat leden een vraag hebben overgeslagen of niet hebben ingevuld zal dit getal soms lager liggen dan 50. De resultaten van de enquêtes van de fitnessbeoefenaars zijn hieronder te vinden, de overige tabellen zijn terug te vinden in de bijlage.

Van de fitnessbeoefenaars vindt 94% dat de fitness apparatuur voldoende beschikbaar is (tabel 1.28). Wel geeft 14% aan nog fitness apparatuur te missen. Vooral een TRX touw, buikspierbankje en een squad rek worden gemist bij Sportcenter Allround (tabel 1.29). De fitnessbeoefenaars vinden wel dat er zwaar genoeg getraind kan worden op de fitness apparatuur (tabel 1.30). Ook de dumbbells zijn zwaar genoeg, 92% van de geënquêteerde geeft aan dat deze niet zwaarder hoeven (tabel 1.31). De fitness apparatuur wordt in het algemeen ruim voldoende beoordeeld. De cardio apparatuur is volgens 90% van de fitnessbeoefenaars voldoende beschikbaar (tabel 1.32). Wel geeft 5% aan nog meer roeiapparaten tot zijn beschikking te willen hebben (tabel 1.33). Van de fitnessbeoefenaars vindt 98% dat de cardio apparatuur makkelijk in zijn gebruik is (tabel 1.34). Uit bovenstaande gegevens blijkt ook dat de cardio apparatuur in het algemeen ruim voldoende beoordeeld wordt. Uit tabel 1.35 blijkt dat 22% van de fitnessbeoefenaars de meetmogelijkheden voor de bepaling van zijn lichaamstelling voldoende vindt en 8% geeft aan dat zij niet weten dat deze meetmogelijkheden aanwezig zijn.

Wat vindt u van de meetmogelijkheden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling?		
Goed		17 (35.42%)
Voldoende		22 (45.83%)
Matig		5 (10.42%)
Ik wist niet dat deze meetmogelijkheden er waren		4 (8.33%)

Tabel 1.35: de fitnessbeoefenaars geven aan wat zij van de meetmogelijkheden vinden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling op de sportschool (N=48).

Over de sportschema's die worden aangeboden door Sportcenter Allround zijn de fitnessbeoefenaars wel te spreken, 51% geeft aan deze sportschema's goed te vinden en 37% geeft aan de sportschema's voldoende te vinden (tabel 1.36). De manier waarop vorderingen worden bijgehouden vindt 22% van de fitnessbeoefenaars matig en 9% weet niet dat deze mogelijkheid er is (tabel 1.37). Bijna 1/3 van de geënquêteerde is dus niet te spreken over de mate waarop vorderingen worden bijgehouden. Op de vraag of de fitnesszaal genoeg open is om in te sporten geeft 20% aan van niet, blijkt uit tabel 1.38.

Is de fitnesszaal genoeg open om in te sporten?		
Ja		39 (79.59%)
Nee		10 (20.41%)

Tabel 1.38: de fitnessbeoefenaars geven aan of de fitnesszaal genoeg open is (N=49).

Het merendeel van de fitnessbeoefenaars geeft wel aan dat er voldoende instructeurs aanwezig zijn tijdens het sporten (88%), toch vindt 24% dat zij niet voldoende worden begeleid door de instructeurs bij Sportcenter Allround (tabel 1.39 en 1.40).

Deelnemers aan groepslessen

Onder de deelnemers aan groepslessen vallen de leden die geen student zijn, maar de leden die voornamelijk deelnemen aan groepslessen bij Sportcenter Allround. Van deze groep zijn 44 willekeurige mensen geënquêteerd. Doordat leden een vraag hebben overgeslagen of niet hebben ingevuld zal dit getal soms lager liggen dan 44. De resultaten van de enquêtes van de deelnemers aan groepslessen zijn hieronder te vinden, de overige tabellen zijn terug te vinden in de bijlage.

De deelnemers aan groepslessen vinden de diversiteit en de duur van de groepslessen goed, op beide vragen geeft 100% van de geënquêteerden aan tevreden te zijn (tabel 2.28 en 2.29). Uit tabel 2.30 blijkt dat er niet altijd plek is om deel te nemen aan groepslessen, 21% van de geënquêteerden geeft aan dat er soms geen plek is.

Is er altijd plek voor u om deel te nemen aan de groepslessen?		
Ja		34 (79.07%)
Nee		9 (20.93%)

Tabel 2.30: de groepslesdeelnemers geven aan of er altijd plek is om deel te nemen aan de groepslessen (N=43).

Van de deelnemers aan groepslessen geeft 98% aan dat intensiviteit van de groepslessen goed is (tabel 2.31). Ook de uitleg van de oefeningen tijdens de groepslessen is voor iedereen duidelijk (100%), blijkt uit tabel 2.32. De muziek tijdens groepslessen vindt 11% te hard en 5% te zacht, 84% vindt de muziek tijdens de groepslessen goed (tabel 2.33). Op de vraag of er genoeg verschillende groepslessen aanwezig zijn, geeft 95% aan van wel (tabel 2.34). De groepslessen worden in hun algemeenheid dus positief beoordeeld door de huidige leden, blijkt uit bovenstaande resultaten. Uit tabel 2.35 blijkt 12% van de geënquêteerden nog bepaalde lessen voor groepen bij Sportcenter Allround mist. De voornaamste lessen die zij missen zijn: kickfun, steps en crosstraining.

Mist u nog een bepaalde les voor groepen bij Sportcenter Allround?		
Nee		37 (88.10%)
Ja, ik mis		5 (11.90%)

Tabel 2.35: de groepslesdeelnemers geven aan of zij nog bepaalde lessen missen voor groepen bij Sportcenter Allround (N=42).

Van de deelnemers aan groepslessen vindt 91% de tijden waarop de groepslessen worden gehouden goed, 7% geeft aan dat de groepslessen te vroeg worden gehouden en 2% vindt dat de groepslessen te laat worden gehouden, blijkt uit tabel 2.36.

Wat vindt u van de tijden waarop de groepslessen worden aangeboden?		
Goed		39 (90.70%)
Te laat		1 (2.33%)
Te vroeg		3 (6.98%)

Tabel 2.36: de groepslesdeelnemers geven aan wat zij vinden van de tijden waarop de groepslessen worden aangeboden (N=43).

Op de vraag of de deelnemers voldoende begeleid worden door de instructeurs tijdens de groepslessen geeft 98% aan van wel, slechts 2% vindt van niet (tabel 2.37).

Studenten

Onder de studenten vallen de leden van Sportcenter Allround die nog op school zitten en aan kracht- of cardiotraining doen. Van deze groep zijn 36 willekeurige leden geënquêteerd. Doordat leden een vraag hebben overgeslagen of niet hebben ingevuld zal dit getal soms lager liggen dan 36. De resultaten van de enquêtes van de studenten zijn hieronder te vinden, de overige tabellen zijn terug te vinden in de bijlage.

Van de studenten vindt 86% dat de fitness apparatuur voldoende beschikbaar is bij Sportcenter Allround (tabel 3.28). Wel missen studenten nog enkele apparaten, zoals een schuin bankje om hun buikspieren op te trainen, blijkt uit tabel 3.29.

Is er genoeg fitness apparatuur aanwezig?		
Ja		32 (91.43%)
Nee, ik mis		3 (8.57%)

Tabel 3.29: de studenten geven aan of er genoeg fitness apparatuur aanwezig is bij Sportcenter Allround (N=35).

*De studenten gaven bij "Nee" aan dat zij een schuin bankje missen om hun buikspieren op te trainen.

De studenten vinden wel dat zij zwaar genoeg kunnen trainen op de fitness apparatuur, slechts 11% vindt dat het aantal kilo's bij de apparatuur te laag is (tabel 3.30). Ook de dumbbells bij Sportcenter Allround zijn zwaar genoeg, 89% geeft aan dat de dumbbells niet zwaarder hoeven (tabel 3.31). Bijna alle studenten (97%) hebben aangegeven dat de cardio apparatuur voldoende beschikbaar is (tabel 3.32) en 100% heeft aangegeven geen cardio apparatuur te missen op de sportschool (tabel 3.33). Wel vinden sommige studenten de cardio apparatuur moeilijk in zijn gebruik, 11% geeft aan hier problemen mee te hebben (tabel 3.34). Over de meetmogelijkheden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling wist 31% niets af, 42% geeft aan dat zij deze meetmogelijkheden voldoende vinden (tabel 3.35). De sportschema's die worden aangeboden door Sportcenter Allround vindt 47% van de geënquêteerden goed en 25% voldoende (tabel 3.36). Uit tabel 3.37 blijkt dat 44% van de studenten niet weet dat hun vorderingen kunnen worden bijgehouden bij Sportcenter Allround, 28% vindt de manier waarop hun vorderingen worden bijgehouden goed en 22% vindt dit matig. Net als de fitnessbeoefenaars vinden studenten dus ook dat de manier waarop vorderingen bijgehouden worden beter kunnen.

Hoe vind je de manier waarop je vorderingen bij Sportcenter Allround worden bijgehouden?		
Goed		10 (27.78%)
Voldoende		8 (22.22%)
Matig		2 (5.56%)
Ik wist niet dat je vorderingen bijgehouden konden worden door Sportcenter Allround		16 (44.44%)

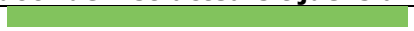
Tabel 3.37: de studenten geven aan wat zij vinden van de manier waarop hun vorderingen worden bijgehouden bij Sportcenter Allround (N=36).

Van de geënquêteerden vindt 75% dat de fitnesszaal genoeg open is en 100% vindt dat er voldoende instructeurs aanwezig zijn tijdens het fitnessen (tabel 3.38 en 3.39). Toch geeft 25% aan dat zij niet voldoende begeleid worden door de instructeurs tijdens het sporten (tabel 3.40). De speciale tarieven voor studenten vindt 44% van de studenten te hoog en 56% van de studenten goed (tabel 3.41). Uit grafiek 3.42 blijkt dat 23% van de studenten vindt dat Sportcenter Allround te laat open gaat en 49% vindt dat Sportcenter Allround te vroeg dicht gaat. Ook geeft 57% van de studenten aan graag te willen sporten in het weekend. De openingstijden voor studenten scoort in het algemeen dus een onvoldoende.

Deelnemers aan voedingsprogramma's

Onder de deelnemers aan voedingsprogramma's vallen de leden die geen student zijn en niet deelnemen aan groepslessen maar de leden die uitsluitend sporten, omdat dit in hun voedingsprogramma wordt aangegeven. Van deze groep zijn 15 willekeurige mensen geënquêteerd. Doordat leden een vraag hebben overgeslagen of niet hebben ingevuld zal dit getal soms lager liggen dan 15. De resultaten van de enquêtes van de deelnemers aan voedingsprogramma's zijn hieronder te vinden, de overige tabellen zijn terug te vinden in de bijlage.

Van de geënquêteerden vindt 93% de duur van de voedingsprogramma's goed en 100% van de geënquêteerden ziet resultaat nu zij deelnemen aan een voedingsprogramma (tabel 4.28 en 4.29). Wel vindt 33% van de geënquêteerden dat zij niet voldoende begeleid worden tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma, blijkt uit tabel 4.30.

Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens uw voedingsprogramma?		
Ja		10 (66.67%)
Nee		5 (33.33%)

Tabel 4.30: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of zij voldoende begeleid worden tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma (N=15).

Over de samenstelling van de aangeboden voeding is 87% erg te spreken, slechts 13% geeft aan de voeding niet lekker/niet vies te vinden (tabel 4.31). Van de geënquêteerden geeft 27% aan dat hun hongergevoel niet weg is tijdens hun deelnamen aan een voedingsprogramma (tabel 4.32). Uit tabel 4.33 blijkt dat 87% van de deelnemers aan een voedingsprogramma de intensiviteit van het sporten goed vinden, slechts 13% vindt de intensiviteit van het sporten te hoog.

Wat vindt u van de intensiviteit van het sporten tijdens uw deelname aan het voedingsprogramma?		
Te hoog		2 (13.33%)
Te laag		0 (0.00%)
Goed		13 (86.67%)

Tabel 4.33: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan wat zij vinden van de intensiviteit van het sporten tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma (N=15).

Van de geënquêteerden geeft 93% aan dat zij genoeg kennis opdoen tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma (tabel 4.34). Op de vraag of de geënquêteerden na het voedingsprogramma zelfstandig door kunnen gaan zonder begeleiding met gezond eten en bewegen geeft 80% aan van wel en 20% van niet (tabel 4.35). Uit tabel 4.36 blijkt dat 100% van de geënquêteerden goed en duidelijk antwoord krijgen als zij vragen stellen over voeding en bewegen. Wel vindt 33% de kosten voor de voedingsprogramma's te hoog, 67% vindt de kosten goed (tabel 4.37). Over het algemeen worden de voedingsprogramma's dus positief beoordeeld door de huidige leden, blijkt uit bovenstaande resultaten.

Verschillen en overeenkomsten tussen de groepen

Uit de resultaten van enquêtes van de 4 verschillende groepen zijn een aantal overeenkomsten en verschillen tevoorschijn gekomen. Bij alle 4 de groepen geeft het merendeel aan via vrienden of vriendinnen bij Sportcenter Allround terecht te zijn gekomen (tabel 1.5, 2.5, 3.5 en 4.5). Ook wordt aangegeven dat alle groepen tevreden zijn over de uiterlijke verzorging en beleefdheid van de instructeurs en het receptiepersoneel. Ook wordt het receptiepersoneel en instructeurs deskundig genoeg gevonden door alle 4 de groepen. De studenten zijn echter niet te spreken over de openingstijden (tabel 3.42). Studenten hebben een apart abonnement en daar horen speciale openingstijden bij. De andere 3 groepen hebben ruimere openingstijden dan de studenten en zijn wel tevreden met deze openingstijden (tabel 1.26, 2.26 en 4.26). Wel zijn alle 4 de groepen te spreken over de hygiëne in zowel de sportzalen als in de kleedkamers (tabel 1.16, 2.16, 3.16 en 4.16). Een deel van de fitnessbeoefenaars en studenten hebben aangegeven niet tevreden te zijn met de abonnementen die worden aangeboden voor hun groep. De fitnessbeoefenaars en studenten kunnen momenteel alleen abonnementen nemen waarbij ook groepslessen inbegrepen zitten, terwijl de fitnessbeoefenaars en studenten een abonnement willen om alleen te kunnen fitnessen. Verder zijn de deelnemers aan een voedingsprogramma als enige tevreden over de kosten van hun abonnement (tabel 4.37). De fitnessbeoefenaars, studenten en deelnemers aan groepslessen vinden hun abonnementskosten te hoog (tabel 3.24, 2.24 en 1.24). Wel zijn alle 4 de groepen te spreken over de kwaliteit van de sauna, zonnebank en kinderopvang. Ook de parkeergelegenheid en bereikbaarheid van Sportcenter Allround scoort bij alle 4 groepen hoge cijfers. De sfeer in het fitnesscentrum wordt ook door alle 4 de groepen positief beoordeeld (tabel 1.25, 2.25, 3.25 en 4.25). Sportcenter Allround scoort in het algemeen bij alle 4 de groepen een ruime voldoende (tabel 1.27, 2.27, 3.27 en 4.27).

De sterke en zwakke punten die naar voren komen uit de enquête die is gehouden onder de huidige klanten van Sportcenter Allround.

Sterkten Sportcenter Allround	
S11	Personeel wordt positief beoordeeld (het personeel is netjes verzorgd, bereid om te helpen en deskundig)
S12	Parkeergelegenheid
S13	Bereikbaarheid
S14	Hygiëne in de sportzalen/ kleedkamers/toiletten/doucheruimtes
S15	Sfeer bij Sportcenter Allround
S16	Fitness apparatuur positief beoordeeld (zwaar genoeg erop trainen, genoeg verschillende apparaten en ze zijn duidelijk in gebruik)
S17	Cardio apparatuur positief beoordeeld (de apparaten zijn divers genoeg en duidelijk in hun gebruik)
S18	Groepslessen positief beoordeelt (de groepslessen scoren op intensiteit, duur en diversiteit een hoog cijfer)
S19	De voedingsprogramma's worden positief beoordeeld (de veel, kosten, intensiteit en kwaliteit van de voedingsprogramma's krijgen hoger cijfers)

Zwakten Sportcenter Allround	
Z9	Ventilatie in de sportzalen
Z10	Contributie in het algemeen te duur
Z11	De manier waarop vorderingen worden bijgehouden
Z12	Openingstijden voor leden met een studentenabonnement

3.2 Externe analyse

De resultaten van de externe analyse van Sportcenter Allround bestaat uit 3 onderdelen: de bedrijfstakanalyse, de concurrentieanalyse en een enquête over de wensen en behoeften van potentiële klanten. Op basis van deze 3 onderdelen is de markt waarop Sportcenter Allround actief is afgebakend. De resultaten van deze analyses en enquêtes zijn terug te vinden in paragraaf 3.2.1 t/m 3.2.3.

3.2.1. De bedrijfstakanalyse

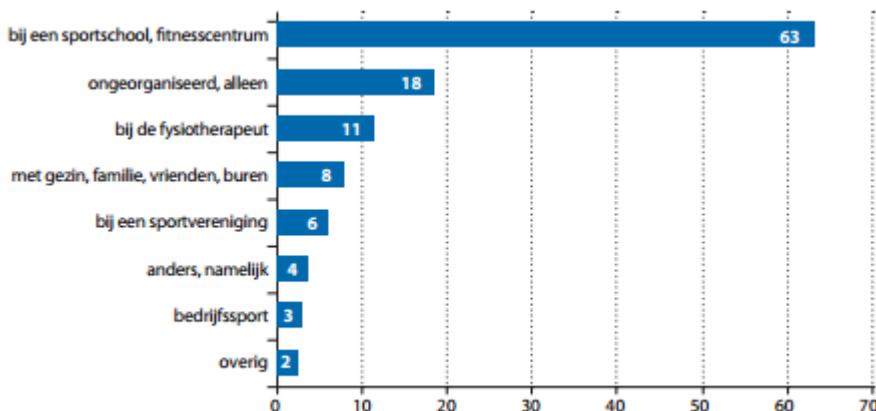
Bij de bedrijfstakanalyse wordt inzicht gecreëerd in de kansen en bedreigingen vanuit de bedrijfstak en vooral in de macro-omgeving en in de aantrekkelijkheid van de markt waarin Sportcenter Allround opereert (Alsem, 2011). De bedrijfstakanalyse bestaat uit 3 onderdelen: de macro-omgevingsfactoren (DESTEP), de marktfactoren en de bedrijfstakstructuur. De resultaten van deze 3 onderdelen worden in de volgende paragraaf beschreven.

Macro-omgevingsfactoren, DESTEP

Dit zijn factoren waar Sportcenter Allround niet of nauwelijks invloed kan uitoefenen. Deze factoren bestaan uit 6 categorieën die hieronder beschreven worden voor Sportcenter Allround.

Demografische factoren

Op 11 juni 2013 telt Nederland 16.787.784 inwoners. Sportcenter Allround is gevestigd in Den Hoorn te Zuid-Holland. Den Hoorn valt onder de gemeente Midden-Delfland. Midden-Delfland telt 18.225 inwoners waarvan de meeste in de leeftijdscategorie tussen de 0-19 jaar. Van deze 18.225 inwoners zijn er 1.685 allochtonen wonend in Midden-Delfland (CBS). Van de Nederlandse bevolking doen 3,2 miljoen mensen aan fitness. Uit figuur 5 blijkt dat 63% hiervan inschreven is bij een sportschool of fitnesscentrum.



Figuur 5: fitnessverband van de bevolking die fitness beoefent van 4 jaar en ouder, N=1.176 (Elling-Machartzki, Hakkers, & Hover, 2012).

Sinds 2007 is echter het aantal fitnessbeoefenaars gelijk gebleven en de laatste jaren zelfs gedaald, terwijl het aantal fitnesscentra de laatste vijf jaar juist is gestegen met 16-28%. Het gemiddelde aantal klanten per fitnesscentrum is de laatste vijf jaar daardoor met 15-30% gedaald (Van Es Marketing, 2012). Breedveld, Hakkers & Hover (2012) geven aan dat er kansen liggen op het gebied van de vergrijzing en het inspelen op de gezondheid van de mensen. Vooral dit laatste punt is een steeds groter wordend punt bij scholen en de overheid.

Economische factoren

Uit cijfers van het CBS blijkt dat de economie nog steeds aan het dalen is, het laatste kwartaal van 2012 bedroeg de economische groei -1,2%. Ook de werkeloosheid groeit nog steeds, momenteel is 8,2% van Nederland werkeloos. Het CBS geeft ook aan dat de koopkracht van Nederlanders nog steeds dalende is.

Sinds de economische crisis is in 2009 is de besteding van de huishoudens afgenomen van 32.200 naar 31.500 euro per jaar. Ook het vertrouwen van de Nederlandse samenleving is negatief. *“Het vertrouwen van de Nederlandse consument is sinds 2002 vooral negatief geweest, alleen de jaren 2006 en 2007 vormden een uitzondering. De forse val van het vertrouwen in het vierde kwartaal van 2007 was een voorbode van financiële en economische crisis waarvan de Nederlandse economie tot vandaag de dag nog steeds last ondervindt. In het eerste kwartaal van 2009 leek het dieptepunt bereikt te zijn. Tot het eerste kwartaal van 2011 vertoonde het consumentenvertrouwen een opgaande lijn. Door de aanhoudende onzekerheid rond de schulden crisis in Europa ging het vertrouwen in de laatste drie kwartalen van 2011 echter weer hard onderuit. Nog niet eerder sinds de start van de maandelijkse consumentenpeilingen in 1986 is een dergelijke sterke daling binnen drie kwartalen waargenomen. Het vierde kwartaal van 2011 kent de laagst gemeten kwartaalwaarde tot dan toe”* (CBS, 2011).

Onderzoekers van de NRIT geven aan dat de basis- en budgetfitnesscentra de rol van de reguliere fitnesscentra zullen gaan overnemen, omdat men minder te besteden heeft, zullen zij eerder gaan kiezen voor fitnesscentra met lage abonnementskosten (NRIT, 2007). Sportcenter Allround is een regulier fitnesscentrum met hoge abonnementskosten.

Sociaal-culturele factoren

De overheid gaat gezondheid en bewegen steeds meer stimuleren de komende jaren. *“Als gekeken wordt naar de toekomst zien de onderzoekers van NRIT dat de overheid zich meer gaat bemoeien met de gezondheid van de Nederlanders in de vorm van preventieve zorg. Deze steun van de overheid zal resulteren in een tegemoetkoming naar de consument in de vorm van bijvoorbeeld korting op de contributie”* (Wilde, 2007, pp.13). Bekker (2006) geeft aan dat de combinatie gezondheid en sport in de ogen van het kabinet een sterk duo zijn. Sport en bewegen zijn nu manieren om een levensstijl die fysieke inspanning steeds meer uitsluit te compenseren. Ook gaat bewegen, overgewicht, chronische aandoeningen en diabetes tegen. Het aantal mensen met overgewicht is de laatste jaren opgelopen tot 45%. Hier wil het kabinet van af.

Technologische factoren

Belangrijke technologische ontwikkelingen waar Sportcenter Allround en andere sportscholen mee te maken hebben zijn de fitness apparaten, afslankprogramma's en fitnessprogramma's die via de televisie worden aangeboden. Deze ontwikkelingen geeft mensen de kans om thuis hun work-out te doen, waardoor ze niet meer naar de fitnesscentra moeten en dus tijd besparen. Door de technologische ontwikkeling van meetapparatuur voor de lichaamssamenstelling van mensen kunnen fitnesscentra tegenwoordig gepaste sportschema's maken voor hun leden. De testen worden afgenomen in fitnesscentra en met de computer verwerkt. De resultaten van deze testen worden gebruikt om mensen beter te begeleiden tijdens het fitnesssen. Andere ontwikkelingen in de fitnessbranche zijn de vraag naar persoonlijke begeleiding en flexibele abonnementen, waardoor budgetfitnesscentra steeds meer in trek raken bij de Nederlandse samenleving. Ook proberen fitnesscentra zich steeds vaker aan te sluiten bij eerstelijns zorg. Hierdoor kunnen mensen met een blessure ook terecht bij fitnesscentra (Leever, 2012). Door middel van personal training kunnen consumenten beter begeleid worden en doelgerichter trainen.

Ecologische factoren

Bij fitnesscentra wordt steeds meer gelet op duurzaamheid. Dit komt doordat van uit de overheid duurzaamheid en groene groei gestimuleerd wordt. *“In een duurzame economie gaat groei niet ten koste van het milieu, maar wordt rekening gehouden met de behoeften van volgende generaties. Het kabinet wil de samenleving verduurzamen en tegelijkertijd de economie versterken. Groene groei is in de ogen van het kabinet geen bedreiging, maar biedt ondernemers juist kansen. Door duurzame oplossingen te bedenken, vergroten bedrijven de Nederlandse welvaart en versterken ze hun concurrentiepositie”*(Kamp & Mansveld, 2013, pp.1). Sportcenter Allround is een groen sportcentrum. Er is een klimaatsysteem met warmte terugwinning aanwezig.

Politiek-juridische factoren

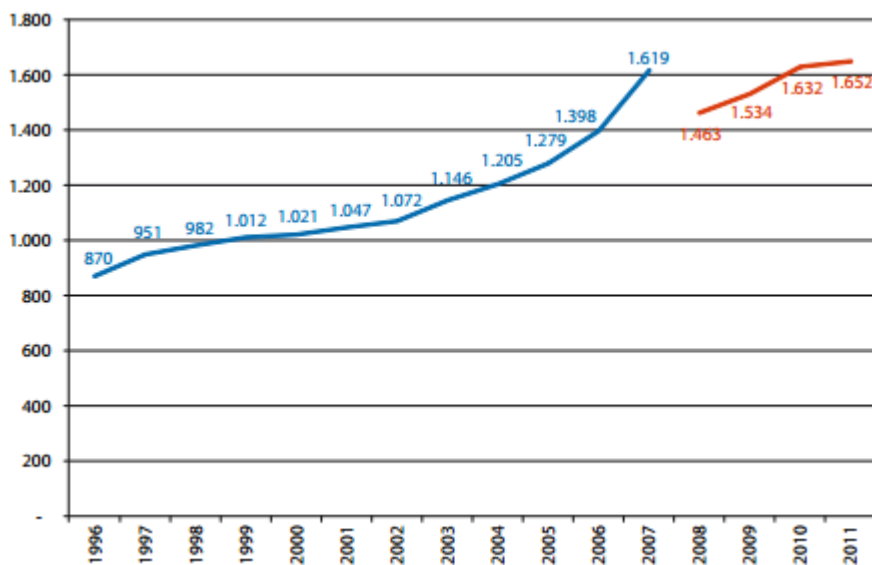
Er zijn geen politiek-juridische factoren die van toepassing zijn op Sportcenter Allround.

Marktfactoren

Marktfactoren zijn variabelen die zijn gedefinieerd rond de totale marktvraag (de primaire vraag ofwel de omvang van de markt). Deze factoren zijn verdeeld in 3 variabelen: de marktomvang, de marktgroei en de productlevenscyclus en de conjunctuur- en seizoengevoeligheid (Alsem, 2011).

De marktomvang

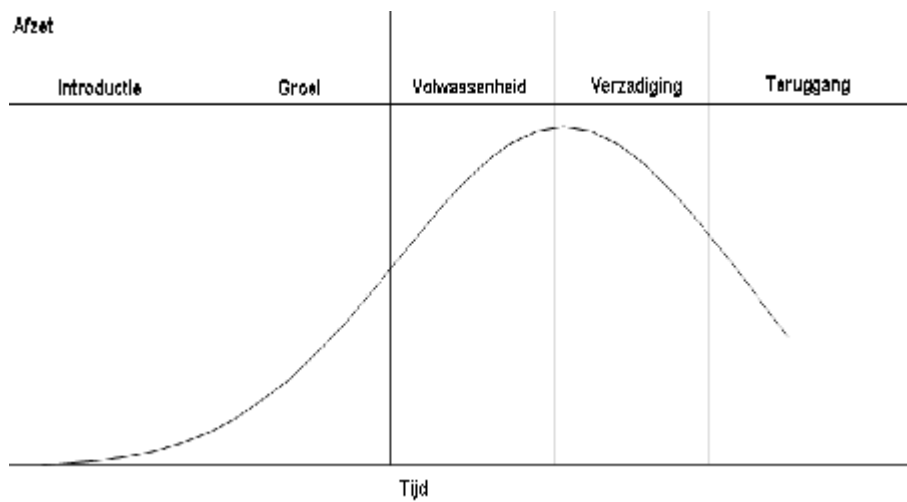
Van de Nederlandse bevolking doen 3,2 miljoen mensen aan fitness, 63% hiervan sport ook daadwerkelijk bij een sportschool, dit komt neer op 2.016.000 mensen (Elling-Machartzki, Hakkers, & Hover, 2012). Uit figuur 6 blijkt dat Nederland in 2011, 1.652 fitnesscentra telt.



Figuur 6: ontwikkeling van het aantal, dat geregistreerd staan bij de Kamer van Koophandel de afgelopen 15 jaar (Elling-Machartzki, Hakkers, & Hover, 2012).

Marktgroei en productlevenscyclus

Op dit moment zit zowel Sportcenter Allround als de gehele fitnessbranche in de volwassenheidfase van de productlevenscyclus (figuur 7). De afzet groeit nog wel maar deze groei neemt af, er zijn niet veel nieuwe consumenten meer. Ondanks dat er geen nieuwe consumenten meer zijn, worden er wel fitnesscentra bij gebouwd. Dit zorgt ervoor dat Sportcenter Allround net als de gehele fitnessbranche langzaam de verzadigingsfase in gaat van de productlevenscyclus. De afzet daalt langzaam doordat mensen steeds meer keuze hebben uit fitnesscentra in de buurt. Dit blijkt ook uit de cijfers van het aantal leden bij Sportcenter Allround van het afgelopen jaar. De groei van het ledenaantal is voor het eerst sinds de oprichting tot stilstand gekomen (M. Bonte, persoonlijke communicatie, 25 maart, 2013).



Figuur 7: productlevenscyclus (productlevenscyclus, z.d.).

Conjunctuur en seizoengevoeligheid

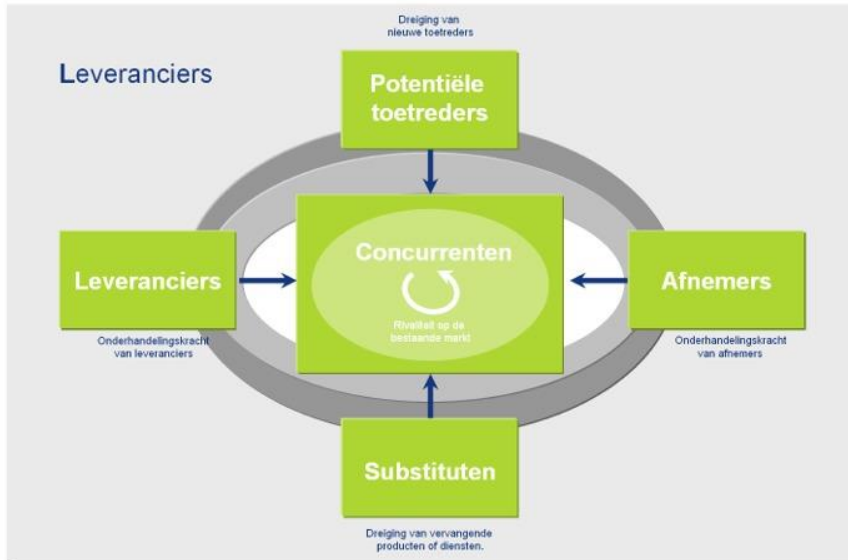
“Van 1991 tot 2007 heeft de fitnessdeelname een explosieve groei doorgemaakt.

Deze toename is beduidend groter dan die van de sportdeelname als geheel, die in dezelfde periode groeide van 63 naar 71 procent. Met andere woorden: de deelname aan fitness nam sterker toe dan die van sport in het algemeen. Vanaf 2007 is er echter sprake van stabilisering, zowel van de sportdeelname als geheel als van de fitnessdeelname” (Elling-Machartzki, Hakkers, & Hover, 2012). Hiertegenover staat dat het aantal fitnesscentra nog wel stijgt, in het bijzonder budgetfitnesscentra. In 2020 zullen circa 2500 fitnesscentra zijn in Nederland. Dit komt neer op 15 centra per 100.000 inwoners. Verder denken onderzoekers dat budgetfitnesscentra de rol van de reguliere fitnesscentra zullen overnemen. Ook voorspellen de onderzoekers dat in 2020 circa 25% van de fitnesscentra deel zal gaan uitmaken van een keten (Wilde, 2011, pp.13-14).

Fitnesscentra zijn seizoengevoelig. Uit een interview met een van de eigenaren bleek dat de drukste maanden van fitnesscentra van oktober tot maart zijn. Leden willen graag het nieuwe jaar gezond beginnen en komen daarom vaker fitnesssen. Veel mensen houden dit echter maar een paar maanden vol.

Bedrijfstakstructuurfactoren

De bedrijfstakstructuurfactoren zijn die factoren die de intensiteit van de concurrentie op een markt bepalen (Alsem, 2011). Aan de hand van het vijf krachtenmodel van Porter zijn de bedrijfstakstructuren onderzocht.



Figuur 8: vijf krachtenmodel van Porter (Externe analyse: wat is het 5 forces-model van Porter?, z.d.).

Concurrentie tussen bestaande aanbieders

De fitnessbranche valt onder de marktvorm monopolistische concurrentie. Veel leveranciers bieden elk een gelijksoortig, maar enigszins afwijkende dienst aan. De diensten verschillen bijvoorbeeld op het gebied van kwaliteit, samenstelling, presentatie, reclame en distributiemethode. Marketeers proberen op die manier een eigen 'monopolie' in de concurrentiestrijd te creëren. Zoals eerder gezegd is het aantal fitnesscentra de laatste jaren gestegen en hebben mensen dus meer keuze. Vooral het aantal budgetfitnesscentra blijft stijgen, terwijl het aantal mensen dat deelneemt aan fitness de laatste jaren tot een stop is gekomen.

“Het in beeld brengen van het aantal aanbieders van fitness in Nederland is makkelijker gezegd dan gedaan. Dat komt onder meer doordat een breed gedragen definitie voor de activiteit ontbreekt en het – mede daardoor – onhelder is welk bedrijf als fitnessaanbieder beschouwd kan worden. Wel vindt er een registratie plaats van (commerciële) aanbieders van fitness, namelijk in het handelsregister van de Kamer van Koophandel. De combinatie van het ontbreken van een duidelijke afbakening van wat fitness wel en niet behelst en de vrijheid die fitnessondernemers genieten bij de inschrijving in het Handelsregister leidt er echter toe dat aan deze registraties beperkingen kleven” (Elling-Machartzki, Hakkers, & Hover, 2012).

Dreiging van potentiële toetreders

De dreiging van potentiële toetreders is vooral groot op het gebied van grote budgetfitnessketens zoals Basic-Fit. Mensen geven in deze tijd van economische crisis minder geld uit en kiezen daarom eerder voor fitnesscentra met lage abonnementskosten. Ook voor particulieren is het niet moeilijk om toe te treden tot de fitnessmarkt. Met een goed ondernemingsplan kan via de Kamer van Koophandel iedereen een fitnesscentrum beginnen, waardoor de dreiging van potentiële toetreders dus altijd aanwezig is.

Dreiging van substituten

De fitnessmarkt heeft te maken met verschillende substituten. Er wordt via de televisie verschillende fitness apparatuur aangeboden waarmee mensen hun work-out thuis kunnen uitvoeren. Ook worden dvd's aangeboden waarop mensen hun work-out thuis kunnen doen door de oefeningen te volgen via de televisie. Mensen hebben het steeds drukker en willen dus meer doen in minder tijd. Dit wordt mogelijk gemaakt door het aanbieden van thuisfitness (Thuisfitness in opkomst, 2005).

Onderhandelingsmacht van klanten

De onderhandelingsmacht van klanten op de fitnessmarkt is groot. Dit komt doordat de klanten de keuze hebben uit talloze aanbieders in de buurt. Uit interviews met verschillende ex leden van Sportcenter Allround is gebleken dat zij weg zijn gegaan bij Sportcenter Allround doordat de gewichten niet zwaar genoeg waren en de kosten te hoog zijn. Wanneer een klant dus een bepaald punt niet bevalt binnen een fitnesscentrum, wordt direct gekeken naar fitnesscentra in de buurt waar dit beter bevalt en wordt dus gekozen voor een ander fitnesscentrum.

Onderhandelingsmacht van leveranciers

De macht van leveranciers op de fitnessmarkt is beperkt. Dit komt mede door het grote aantal aanbieders van fitness apparatuur op de markt. Wanneer een leverancier zijn prijzen van bepaalde fitness apparatuur zou verhogen kan een fitnesscentrum er voor kiezen om zijn fitness apparatuur bij een andere leverancier te kopen. Wanneer leveranciers dus macht uit oefenen op een fitnesscentrum is de kans groot dat de leveranciers afnemers verliest.

Kansen en bedreigingen die naar voren zijn gekomen uit de bedrijfstakanalyse van Sportcenter Allround.

Kansen Sportcenter Allround	
K1	Vergrijzing van de samenleving
K2	Gezondheid en bewegen wordt gestimuleerd van uit de overheid
K3	Aantal mensen met overgewicht blijft stijgen
K4	Aanbieden van thuis work-outs
K5	Personal training meer in trek bij de consument
K6	Duurzaamheid, rekening houden met de volgende generatie, waardoor een fitnesscentrum zijn concurrentiepositie kan versterken

Bedreigingen Sportcenter Allround	
B1	Aantal fitnesscentra stijgt
B2	Aantal fitnessbeoefenaars daalt
B3	Economische crisis
B4	Verschuiving van reguliere fitnesscentra naar budgetfitnesscentra
B5	Fitnessprogramma's die thuis voor de televisie gedaan kunnen worden
B6	Opkomst budgetfitnesscentra
B7	Opkomst thuisfitness, steeds meer mensen fitnessen thuis

3.2.2. De concurrentieanalyse

In de concurrentieanalyse wordt gekeken naar afzonderlijke concurrenten van Sportcenter Allround. Dit wordt gedaan op 4 verschillende niveaus: productvormconcurrentie, productcategorieconcurrentie, generieke concurrentie en budgetconcurrentie. Voor de analyse is gebruik gemaakt van interviews met leden van directe concurrenten van Sportcenter Allround en informatie van de websites van concurrenten.

Productvormconcurrentie

Het gaat hierbij om concurrentie tussen merken die zijn gericht op hetzelfde marktsegment (Alsem, 2011).

Sportcenter Allround heeft te maken met verschillende concurrenten in de directe omgeving. De voornaamste concurrenten zijn: Basic-Fit, Fit4Free, MegaFitness, Your Health, Bodyline, Fitness en Health Club Delft, sportschool Queen's en Kusters Sportsclubs. Deze fitnesscentra zijn allen gelegen in de omgeving van Sportcenter Allround en zijn gericht op hetzelfde marktsegment. Alle fitnesscentra bieden hetzelfde aan, namelijk fitness en groepslessen.

Natuurlijk zijn er ook verschillen. Het grootste verschil is de contributie. Zo wordt bij Sportcenter Allround 48,50 per maand betaald en bij Basis-Fit maar 15 euro per maand. De 3 leden van Fit4Free, Kusters Sportsclubs en Bodyline die zijn geïnterviewd gaven allemaal dat zij niet meer bij Sportcenter Allround sporten, omdat dit gewoon te duur is. De prijsverschillen tussen de concurrenten komen tot stand door de diversiteit van het aanbod per fitnesscentrum. Zo kan een lid bij Sportcenter Allround ook gebruik maken van groepslessen, de sauna, sportschema's en begeleiding. Terwijl dit bij sommige concurrenten niet vanzelfsprekend is. Uit een interview kwam het volgende naar voren: *"ik vind het belachelijk dat ik 48,50 in de maand moet betalen en dus ook voor die groepslessen betaal, terwijl ik hier alleen kom om te fitnessen. Ze moeten bij Allround ook abonnementen aanbieden voor mensen die alleen willen fitnessen"*. Andere verschillen tussen de fitnesscentra zijn bijvoorbeeld: kwaliteit, grootte van de accommodatie, begeleiding, extra activiteiten en het aanbieden van fysiotherapie. Doordat de mensen uit de omgeving zoveel keuze hebben uit diverse fitnesscentra, proberen de fitnesscentra zich allemaal op hun eigen manier te onderscheiden van de rest van de markt.

Productcategorieconcurrentie

Dit is concurrentie tussen producten met vergelijkbare eigenschappen (Alsem, 2011).

Sportcenter Allround is een regulier fitnesscentrum en kan niet op tegen de lage abonnementskosten van budget fitnesscentra. Daardoor zal Sportcenter Allround zich vooral concentreren op het concurreren met reguliere fitnesscentra uit de omgeving. Reguliere fitnesscentra uit de omgeving zijn: Bodyline, Fitness en Health Club Delft, sportschool Queen's en Koster Sportclubs. Sportschool Queen's richt zich uitsluitend op vrouwelijke leden en probeert zich op deze manier te onderscheiden van de rest. Dit doet sportschool Queen's door een omgeving te creëren waarin vrouwen zich niet bekeken voelen door mannen, waardoor de vrouwen zich op hun gemak voelen tijdens het fitnessen.

Tijdens een interview werd het volgende gezegd door een lid van Bodyline: *"bij Bodyline kan je wel fitnessen en groepslessen als een apart abonnement nemen en zit dit niet in 1 pakket. Ook de kosten voor fitnessen zijn goedkoper en de het fitnesscentrum is langer open in het weekend dan Allround. Daarnaast kan ik hier ook gebruik maken van een sauna en gratis kluisjes en de douche. Waarom zou ik dan bij Allround meer gaan betalen voor minder?"*

Fitness en Health Club Delft is een ander regulier fitnesscentrum in de buurt van Sportcenter Allround en dus een concurrent. Fitness en Health Club Delft is afgelopen jaar verkozen tot fitnessclub van het jaar. Bij Fitness en Health Club Delft kan je uitsluitend abonnementen

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

aanschaffen met een lange looptijd van minimaal 6 maanden, ook betaal je inschrijfkosten en administratiekosten. Waardoor de abonnementskosten aardig oplopen. De prijzen zijn inclusief de groepslessen, deze kunnen niet als een apart abonnement worden genomen. De openingstijden van Fitness en Health Club Delft zijn wel gunstiger dan Sportcenter Allround. Zowel in het weekend als doordeweeks is het fitnesscentrum vroeger open en later dicht.

Kosters Sportclubs heeft 3 vestigingen die zich allen specialiseren op een bepaalde doelgroep, namelijk: vrouwen, fitness en gezondheid. Door deze driedeling zijn de abonnementen goedkoop, alleen bevatten de abonnementen veel minder extra's dan bij Sportcenter Allround. Er sporten hier uitsluitend leden die dus alleen deelnemen aan fitness of alleen deelnemen aan groepslessen. Tijdens een interview met een lid van Kosters Sportsclub werd aangegeven dat dit juist de reden was waarom hij Sportcenter Allround had verlaten. *"Bij Allround moet je altijd betalen voor zowel de groepslessen als het vrij fitnessen, terwijl ik alleen kom om zelf te fitnessen. Hier is dat beter geregeld. Ik betaal nu alleen voor het fitnessen, dat scheelt me een hoop geld"*. De openingstijden bij Kosters Sportclub zijn minder gunstig ten opzichte van Sportcenter Allround. Kosters Sportclub gaat pas om 09:00 uur open en sluit om 22:00 uur. In het weekend is dit van 09:00 tot 13:00 en op zondag kan je niet terecht bij de fitness vestiging.

Generieke concurrentie

Hierbij gaat het om producten met vergelijkbare eigenschappen (Alsem, 2011).

Fitnesscentra worden vaak vergeleken met sportverenigingen. Door het personeel werd aangegeven dat zij bij Sportcenter Allround ook een verenigingsgevoel willen creëren. Dit werd ook aangegeven door de leden van Sportcenter Allround in een enquête. De leden gaven aan dat zij sporten bij Sportcenter Allround doordat de sfeer aangenaam is en doordat iedereen zo sociaal is. Dit is iets wat de concurrenten van Sportcenter Allround missen blijkt uit een interview met een lid van Kosters Sportclub. *"Het is hier niet zo boeiend en gezellig als bij Allround, maar wel lekker goedkoop". Het enige relaxte aan Allround is dat iedereen elkaar kent"*.

Budgetconcurrentie

Dit is concurrentie om het geld van de consumenten (Alsem, 2011).

In het bijzonder bij budget fitnesscentra is de aanbieder uit op het geld van de consument. Er worden zoveel mogelijk leden geworven om zoveel mogelijk geld te verdienen door middel van het aanbieden van goedkope abonnementen. De klant voelt zich meer een nummer dan een persoon. Je bent één van de vele. Tijdens een interview gaf een lid van Sportcenter Allround aan dat dit juist de reden was waardoor hij bij Sportcenter Allround actief is. *"Je wordt hier echt als een mens behandeld. Ze hebben persoonlijk aandacht voor je en steken tijd in hun leden. Het personeel komt altijd een praatje met je maken en is oprecht geïnteresseerd in je"*.

Kansen en bedreigingen die naar voren zijn gekomen uit de concurrentieanalyse van Sportcenter Allround.

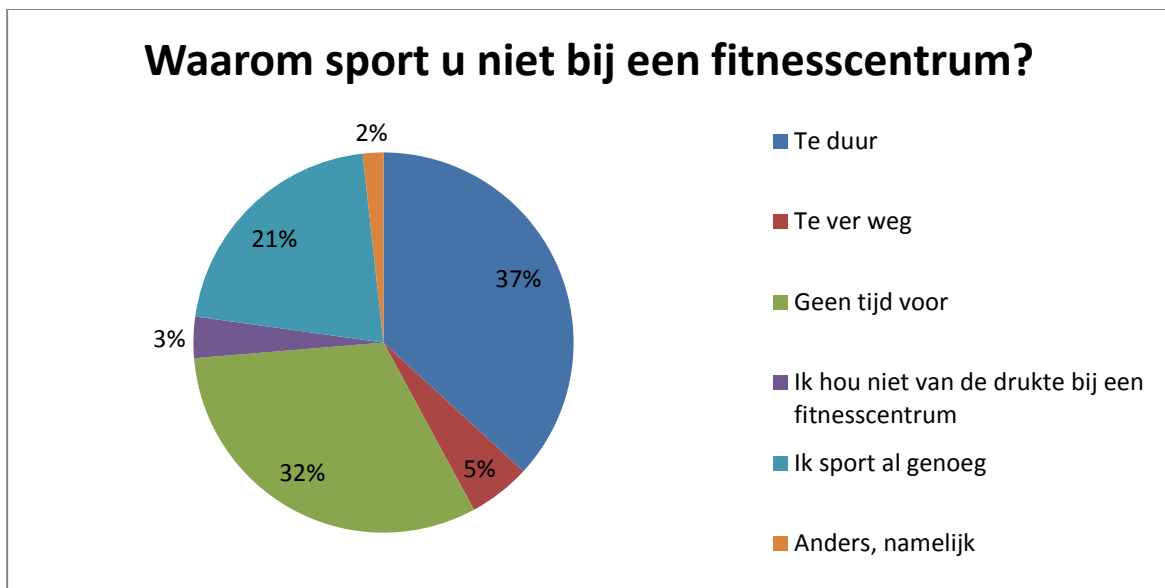
Kansen Sportcenter Allround	
K7	Verenigingsgevoel creëren

Bedreigingen Sportcenter Allround	
B9	Concurrenten uit de omgeving bieden goedkopere abonnementen aan
B10	Concurrenten bieden losse abonnementen voor groepslessen en voor fitness aan
B11	Concurrenten zijn langer open in het weekend

3.2.3. De potentiële klanten

Aan de hand van een enquête onder potentiële klanten van Sportcenter Allround is een onderzoek uitgevoerd naar de wensen en behoeften van deze potentiële klanten. Voordat de enquête werd uitgedeeld is eerst gevraagd of de mensen ooit hebben overwogen om naar een fitnesscentrum te gaan. De mensen die deze vraag met ja hebben beantwoord hebben uiteindelijk de enquête ook daadwerkelijk ingevuld. De resultaten zijn in de volgende paragraaf terug te vinden. Niet alle grafieken zijn opgenomen in deze paragraaf, de overige grafieken zijn terug te vinden in de bijlage.

Van de 40 geënquêteerde zijn 40% man en 60% vrouw, 85% van deze mensen valt in de leeftijdscategorie van 26 t/m 60 jaar (grafiek 2.1 en 2.2). Van de 40 potentiële klanten van Sportcenter Allround sport 16% momenteel helemaal niet en 41% sport 1 tot 2 uur per week (grafiek 2.3). Momenteel sport 53% van de potentiële klanten bij een vereniging en 20% sport buiten in zijn of haar vrije tijd (grafiek 2.4). Van de potentiële klanten is 15% begonnen met sporten om met zijn of haar vrienden of vriendinnen bezig te kunnen zijn, 16% om af te vallen en 17% voor zijn of haar gezondheid (grafiek 2.5). De potentiële klanten zijn blijven sporten om de gezelligheid (19%) en om met vrienden en vriendinnen bezig te kunnen zijn (18%), blijkt uit grafiek 2.6. Uit grafiek 2.7 blijkt dat 37% van de geënquêteerde niet bij een fitnesscentrum sport, omdat het te duur is. Ook geeft 32% aan hier geen tijd voor te hebben en 21% vindt dat hij of zij al genoeg sport.

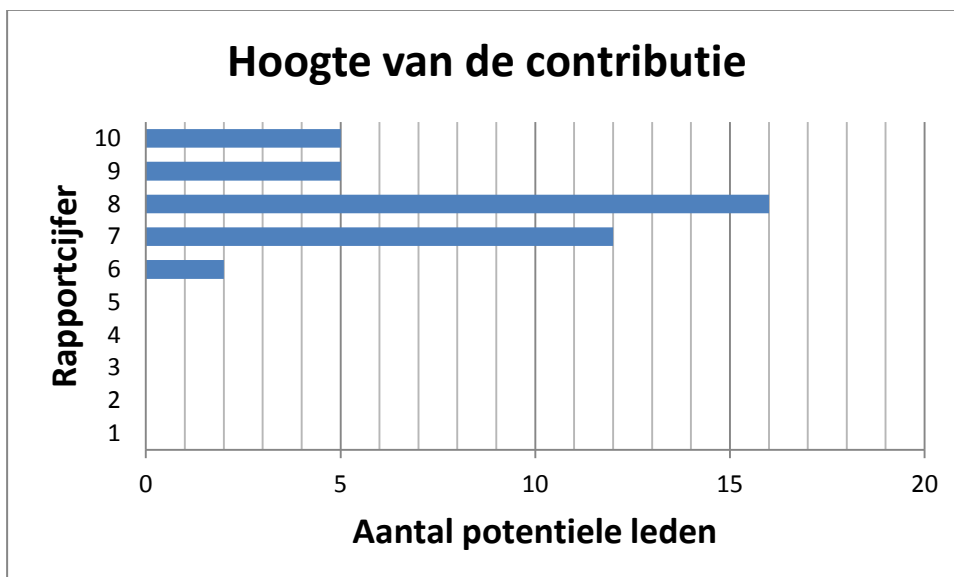


Grafiek 2.7: de potentiële klanten geven aan waarom zij niet bij een fitnesscentrum sporten (N=40, aantal gegeven antwoorden=57).

De potentiële klanten zouden wel willen gaan sporten bij een fitnesscentrum als zij overgewicht hebben (27%) of tijdens de onderbrekingen in het seizoen van hun eigen sport (20%), blijkt uit grafiek 2.8.

Aan de potentiële klanten is gevraagd een rapportcijfer te geven betreffende een aantal onderwerpen over een fitnesscentrum. Dit rapportcijfer staat voor hoe belangrijk zij een bepaald aspect vinden bij een fitnesscentrum. Hierbij staat een 10 voor heel erg belangrijk en een 1 voor heel erg onbelangrijk.

Op de vraag, hoe belangrijk is de uiterlijke verzorging van het personeel, werd gemiddeld een 7,7 gegeven (grafiek 2.9). Ook de beleefdheid van het personeel wordt belangrijk gevonden door de potentiële klanten met een gemiddelde van 8 wordt een hoog cijfer gegeven door de potentiële klanten (grafiek 2.10). De bereidheid van het personeel om te helpen en de deskundigheid van het personeel wordt minder belangrijk gevonden, de potentiële klanten geven gemiddeld een 6,8 en een 6,7 voor deze onderdelen (grafiek 2.11 en 2.12). Uit grafiek 2.13 blijkt dat de ventilatie in de sportzalen van een fitnesscentrum wel belangrijk wordt gevonden door de geënquêteerden. Gemiddeld wordt een 8,4 gegeven op dit onderdeel. Voor de hygiëne in een fitnesscentrum wordt gemiddeld een 7,6 gegeven (grafiek 2.14). De muziek in een fitnesscentrum wordt minder belangrijk gevonden door de potentiële klanten, gemiddeld geven zij hiervoor een 5,3 (grafiek 2.15). De potentiële klanten vinden wel dat een fitnesscentrum bereikbaar moet zijn (7,4) en er genoeg parkeergelegenheden aanwezig moeten zijn (7,6), blijkt uit de grafieken 2.16 en 2.17. Extra voorzieningen, zoals een sauna, zonnebank en kinderopvang worden minder belangrijk gevonden. Dit blijkt uit de gemiddelde cijfers die gegeven zijn door de potentiële klanten. De sauna krijgt een 5,7 de zonnebank een 2,8 en de kinderopvang een 3 als gemiddeld cijfer (grafieken 2.18, 2.19 en 2.20). Wat de potentiële klanten wel belangrijk vinden is de hoogte van de contributie, dit blijkt uit grafiek 2.21.



Grafiek 2.21: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de hoogte van de contributie bij een fitnesscentrum vinden (N=40).

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Ook de sfeer binnen een fitnesscentrum wordt belangrijk gevonden, de potentiële klanten geven hiervoor gemiddeld een 6,9 (grafiek 2.22). De openingstijden van een fitnesscentrum krijgen gemiddeld een 7,5 van de potentiële klanten (grafiek 2.23).

Van de 40 geënquêteerde gaf 82% aan bekend te zijn met Sportcenter Allround (grafiek 2.24). Op de vraag, bent u ooit wel eens benaderd door Sportcenter Allround, gaf 55% aan dat zij wel eens door andere personen tijdens gesprekken benaderd zijn om te komen fitnessen bij Sportcenter Allround (grafiek 2.25). Van de potentiële klanten gaf 40% aan niet te fitnessen bij Sportcenter Allround, omdat het te duur is, 25% heeft geen tijd en 12% gaf aan nog nooit van Sportcenter Allround gehoord te hebben (grafiek 2.26). Als laatste werd de potentiële klanten gevraagd wanneer zij wel zouden gaan fitnessen bij Sportcenter Allround. Het merendeel gaf aan te komen fitnessen als de contributie naar beneden zou gaan. Ook werd aangegeven dat zij pas zouden gaan fitnessen bij Sportcenter Allround, wanneer zij hun eigen sport, die zij momenteel beoefenen, niet meer kunnen uitvoeren. Tot slot konden de potentiële klanten nog opmerkingen of suggesties plaatsen aan het einde van de enquête. Potentiële leden gaven aan wel te willen komen sporten bij Sportcenter Allround in de zomer- of winterstop van hun eigen sport om hun conditie op peil te houden en fit te blijven.

Kansen en bedreigingen die naar voren zijn gekomen uit de enquêtes die gehouden zijn onder de potentiële leden van Sportcenter Allround.

Kansen Sportcenter Allround	
K8	Potentiële klanten willen komen sporten als het goedkoper wordt
K9	Fitness aanbieden tijdens de winter- en zomerstop van andere sportverenigingen

Bedreigingen Sportcenter Allround	
B12	Potentiële klanten vinden Sportcenter Allround te duur

3.3 Samenwerkingspartners

Na aanleiding van gesprekken met de eigenaren van Sportcenter Allround is naar voren gekomen dat Sportcenter Allround niet of nauwelijks samenwerkingspartners heeft. Bestaande samenwerkingspartners zijn Summit Health en schoonheidssalon Allround Beauty. Om te bekijken hoe de samenwerking verloopt, is gesproken met een personeelslid van Summit Health en de eigenares van schoonheidssalon Allround Beauty. Ook beschikt Sportcenter Allround samen met tennisvereniging Hodenpijl over een bar. Omdat er met de huidige leverancier contractueel afspraken zijn gemaakt voor de komende jaren kunnen hier gaan aanpassingen worden gemaakt op korte termijn waardoor de omzet van Sportcenter Allround stijgt, vandaar dat de leverancier van de bar buiten beschouwing is gelaten in dit onderzoek. Om nieuwe samenwerkingspartners te zoeken is gesproken met de directeuren van 2 scholen en 2 sportverenigingen uit Den Hoorn. Ook is gesproken met een jonge ondernemster, Maaïke Oldeboer. Zij heeft plannen liggen om een dansschool te beginnen. De resultaten van deze interviews zijn in deze paragraaf terug te vinden.

Summit Health

Sinds de toetreding van Sportcenter Allround in het nieuwe complex werkt Sportcenter Allround samen met Summit Health. Summit Health mag gebruik maken van de faciliteiten in het fitnesscentrum en huurt daarbij ook een kleine ruimte om mensen te behandelen. Het volgende kwam naar voren uit een interview met een personeelslid van Summit Health: *“Sportcenter Allround en Summit hebben een samenwerking waar we beide wat aan hebben. Wij huren een ruimte en mogen gebruik maken van hun fitness apparatuur, en wij halen een nieuw soort klanten binnen, namelijk mensen die willen revalideren na een sportblessure. Aan ons de taak om deze mensen oefeningen uit te leggen en deze mensen weer fit te krijgen en aan Sportcenter Allround de taak om deze mensen na hun blessure te behouden als lid. Zo brengen wij nieuwe leden binnen en zorgt Sportcenter Allround voor een ruimte en sportfaciliteiten”*. Summit Health heeft een opzeg termijn van 3 maanden. Dit zorgt ervoor dat Sportcenter Allround op de lange termijn weinig zekerheid heeft wat betreft de samenwerking met Summit Health.

Schoonheidssalon Allround Beauty

Allround Beauty is een kleine schoonheidssalon boven het fitnesscentrum. De schoonheidssalon heeft één werkneemster en dit is tevens de eigenaar, Anja Kleyweg. Ook de schoonheidssalon heeft een huurcontract met een opzeg termijn van 3 maanden. Allround Beauty en Sportcenter Allround betekenen voor de rest weinig voor elkaar, tijdens een interview met mevrouw Kleyweg werd het volgende vermeld: *“de samenwerking stelt eigenlijk weinig voor, we betekenen niets voor elkaar. Ik huur een ruimte bij Sportcenter Allround en daar blijft het bij. In Sportcenter Allround hangen nog wat posters van mijn schoonheidssalon en op de site van Allround wordt ook nog reclame gemaakt voor mijn bedrijfje, maar voor Sportcenter Allround beteken ik eigenlijk niks”*.

De scholen

Na aanleiding van gesprekken met de directeurs van de Mariaschool en het Galjoen uit Den Hoorn kwam naar voren dat beide scholen al actief samenwerkten met zowel de gemeente als sportverenigingen uit de buurt, maar nog niet met fitnesscentra. *“De laatste jaren wordt gezond eten en bewegen enorm gestimuleerd vanuit de gemeente, zij maken hier dan ook geld voor vrij. Dit geld kan de school dan weer investeren in sportieve activiteiten zoals sportdagen. Bij de plaatselijke voetbalvereniging maken wij jaarlijks gebruik van de accommodatie om onze sportdag te organiseren. Verder hebben wij naast het wekelijks gymmen niet echt sportactiviteiten voor de kinderen”*. Verder gaf de directrice van het Galjoen aan wel te willen praten over een mogelijke samenwerking met Sportcenter Allround. Zij verwacht dat de kinderen dan een beter inzicht krijgen over wat gezond eten is en hoe belangrijk bewegen is. De directrice gaf aan dat kinderen dit sneller aan nemen van een professional op dit gebied dan van hun ouders of leraren. Ook de directeur van de Mariaschool gaf aan dat de kinderen op hun school nog te weinig worden geïnformeerd over gezond eten en bewegen. *“Wanneer een fitnesscentrum ons de mogelijkheid geeft om de kinderen meer te laten leren over dit onderwerp, doen wij dit graag”*. De directeur van de Mariaschool gaf aan dat hij de samenwerking ziet zitten. *“Ik zie de kinderen van de school wel een paar keer per jaar sporten onder begeleiding en daarnaast les krijgen over voeding bij Sportcenter Allround”*.

De sportverenigingen

Er is gesproken met de voorzitters van voetbalvereniging SV Den Hoorn en handbalvereniging DIOS. Beide verenigingen werken al samen met de gemeente en met diverse basisscholen uit Den Hoorn, maar nog niet met een fitnesscentrum. De voorzitter van SV Den Hoorn zei het volgende: *“wanneer spelers geblesseerd raken en langdurig uit de roulatie zijn, zoeken zij zelf een fysiotherapeut op of een andere specialist. De club begeleidt de spelers daar niet in. Wanneer de spelers weer fit zijn zien wij ze vanzelf weer verschijnen en kunnen zij onder de begeleiding van de verzorger weer langzaam de draad oppakken. Dit is natuurlijk niet hoe het hoort te zijn. Elke professionele sportvereniging werkt nauw samen met fysiotherapeuten of andere specialisten op het gebied van sportblessures. Deze mensen kunnen er voor zorgen dat een revalidatie van een speler een stuk sneller en beter verloopt. In de toekomst hopen wij dit bij SV Den Hoorn ook zo geregeld te hebben”*. Hierbij gaf de voorzitter ook aan dat hij een samenwerking met Sportcenter Allround zeker ziet zitten. *“Bij Sportcenter Allround hebben ze de kennis en de mensen lopen die er voor kunnen zorgen dat een speler sneller hersteld, we moeten snel eens om de tafel gaan zitten met Sportcenter Allround”*. De spelers doen naast opdrukken ook niets aan krachttraining en stabiliteit gedurende het seizoen, ook tijdens de winter- en zomerstop van het voetbalseizoen zijn de spelers vrij om te doen wat zij willen. Bij DIOS is dit iets anders. Wanneer een speler geblesseerd raakt wordt hij doorgestuurd naar Summit Health. Summit Health is een bedrijf, dat gespecialiseerd is in het begeleiden van mensen met sportblessures. Om blessures te voorkomen wordt naast de gebruikelijke warming-up niks gedaan bij DIOS. De voorzitter ziet dit graag anders. *“Wanneer de spelers voor, tijdens en na het seizoen ook aan krachttraining zouden doen of stabiliteitsoefeningen zou dit een hoop blessures voorkomen. We hebben een prachtig fitnesscentrum naast onze eigen vereniging liggen, ik zou graag de mogelijkheden van een eventuele samenwerking willen bekijken”*. De voorzitter gaf aan de spelers trainingsschema's mee te geven tijdens de zomerstop, maar of de spelers ook serieus met dit trainingsschema aan de slag gingen wist de voorzitter niet. *“Het zou beter zijn als zij begeleid worden door instructeurs bij Sportcenter Allround, alleen of dit financieel allemaal haalbaar is weet ik niet”*.

Dansschool

Maaïke is net afgestuurd aan de dansacademie en geeft momenteel parttime dansles bij verschillende dansscholen. Na gesprekken tussen Maaïke en dansscholen uit de omgeving van Delft bleken er bijna overal wachtrijen te zijn voor nieuwe leden. Hierdoor kwam Maaïke op het idee om zelf een dansschool te beginnen. *“Ik ben wel bang om een dansschool te beginnen in deze tijd van economische crisis. Ik heb helemaal geen ervaring hiermee en zou echt niet weten waar ik moet beginnen, misschien kan ik samen met Sportcenter Allround tot een idee komen”*. Bij Sportcenter Allround staan verschillende zalen het merendeel van de tijd leeg, de ruimtes zijn bedekt met spiegels en beschikken over een geluidsinstallatie. Maaïke geeft aan het te zien zitten om in één van deze ruimtes te beginnen met het opbouwen van haar dansschool. *“Alles is hier al aanwezig, alleen de leden nog. Alleen in Delft zijn dansscholen, in Den Hoorn en Schipluiden nog niet. Hier zou ik dan mensen kunnen gaan benaderen om proeflessen te nemen bij mij”*. Uit het interview kwam ook naar voren dat Maaïke al een CV heeft opgebouwd bij andere dansscholen, ook heeft zij een choreografie gemaakt voor het televisie programma So You Think You Can Dance. Daarnaast heeft Maaïke al diverse theater shows gegeven met haar eigen dansgroep. Wanneer Maaïke gaat samenwerken met Sportcenter Allround verwacht Maaïke van Sportcenter Allround dat Sportcenter Allround reclame zal gaan maken in het fitnesscentrum en dat hun leden worden ingelicht over de nieuwe dansschool in Sportcenter Allround. Verder verwacht Maaïke dat zij de eerste paar keer gratis gebruik kan maken van de zalen van Sportcenter Allround, om zo klanten te werven en zelf geen risico te lopen.

Kansen en bedreigingen die naar voren zijn gekomen uit de interviews met de mogelijke samenwerkingspartners van Sportcenter Allround.

Kansen Sportcenter Allround	
K10	Samenwerken met scholen
K11	Samenwerken met SV Den Hoorn en DIOS
K12	Samenwerken met Maaïke Oldeboer

Bedreigingen Sportcenter Allround	
B13	Opzeg termijn van 3 maanden voor de huidige samenwerkingspartners

3.4 SWOT

Uit de interne en de externe analyse van een organisatie komt een SWOT-analyse naar voren. Een SWOT-analyse bestaat uit: Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. Uit de interne analyse van Sportcenter Allround komen de sterkten en zwakten van de organisatie naar voren. Uit die externe analyse van Sportcenter Allround komen de kansen en bedreigingen waarmee de organisatie te maken heeft naar voren. De sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van Sportcenter Allround zijn in de volgende paragraaf uitgewerkt.

Sterkten Sportcenter Allround	
S1	Vast systeem wanneer nieuwe klanten binnen komen
S2	Verenigingsgevoel wat gecreëerd wordt door Sportcenter Allround d.m.v. nevenactiviteiten
S3	Gediplomeerd personeel
S4	Kwaliteitsdiploma LERF
S5	Maandelijks evaluatie momenten tussen het personeel onderling
S6	Fitnesspark, nieuw product wat de concurrentie niet heeft
S7	Mountainbiken in de openlucht als activiteit
S8	Voedingsprogramma's die worden aangeboden voor leden
S9	Binden van de klant met Sportcenter Allround waardoor de klanten voor veel gratis mond op mond reclame zorgen
S10	Gunstige ligging met diverse andere sportverenigingen op een sportpark
S11	Personeel wordt positief beoordeeld (het personeel is netjes verzorgd, bereid om te helpen en deskundig)
S12	Parkeergelegenheid
S13	Bereikbaarheid
S14	Hygiëne in de sportzalen/ kleedkamer/toiletten/doucheruimtes
S15	Sfeer bij Sportcenter Allround
S16	Fitness apparatuur positief beoordeeld (zwaar genoeg erop trainen, genoeg verschillende apparaten en ze zijn duidelijk in gebruik)
S17	Cardio apparatuur positief beoordeeld (de apparaten zijn divers genoeg en duidelijk in hun gebruik)
S18	Groepslessen positief beoordeelt (de groepslessen scoren op intensiteit, duur en diversiteit een hoog cijfer)
S19	De voedingsprogramma's worden positief beoordeeld (de veel, kosten, intensiteit en kwaliteit van de voedingsprogramma's krijgen hoger cijfers)

Zwakten Sportcenter Allround	
Z1	De doelstelling is niet voor al het personeel duidelijk
Z2	Er wordt te weinig gecommuniceerd tussen het personeel op de werkvloer
Z3	Het werven van nieuwe klanten wordt niet of nauwelijks gedaan
Z4	Er is geen duidelijke missie of visie aanwezig
Z5	Er zijn alleen abonnementen van 2x of onbeperkt aantal keren sporten in de week
Z6	Elk abonnement is inclusief groepslessen
Z7	Er wordt geen reclame gemaakt via de radio, televisie of krant.
Z8	Sportcenter Allround doet niet aan verkoop promotie
Z9	Ventilatie in de sportzalen
Z10	Contributie over het algemeen te duur
Z11	De manier waarop vorderingen worden bijgehouden
Z12	Openingstijden voor leden met een studentenabonnement

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Kansen Sportcenter Allround	
K1	Vergrijzing van de samenleving
K2	Gezondheid en bewegen wordt gestimuleerd van uit de overheid
K3	Aantal mensen met overgewicht blijft stijgen
K4	Aanbieden van thuis work-outs
K5	Personal training meer in trek bij de consument
K6	Duurzaamheid, rekening houden met de volgende generatie, waardoor een fitnesscentrum zijn concurrentiepositie kan versterken
K7	Verenigingsgevoel creëren
K8	Potentiele klanten willen komen sporten als het goedkoper wordt
K9	Fitness aanbieden tijdens de winter- en zomerstop van andere sportverenigingen
K10	Samenwerken met scholen
K11	Samenwerken met SV Den Hoorn en DIOS
K12	Samenwerken met Maaik Oldeboer

Bedreigingen Sportcenter Allround	
B1	Aantal fitnesscentra stijgt
B2	Aantal fitnessbeoefenaars daalt
B3	Economische crisis
B4	Verschuiving van reguliere fitnesscentra naar budgetfitnesscentra
B5	Fitnessprogramma's die thuis voor de televisie gedaan kunnen worden
B6	Opkomst budgetfitnesscentra
B7	Opkomst thuisfitness, steeds meer mensen fitnessen thuis
B8	Onderhandelingsmacht van de klanten is groot
B9	Concurrenten uit de omgeving bieden goedkopere abonnementen aan
B10	Concurrenten bieden lossen abonnementen voor groepslessen en voor fitness aan
B11	Concurrenten zijn langer open in het weekend
B12	Potentiele klanten vinden Sportcenter Allround te duur
B13	Opzeg termijn van 3 maanden voor de huidige samenwerkingspartners

4. Conclusie

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen uitgekozen en vervolgens toegelicht. Daarna worden deze sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen met elkaar gekruist in een confrontatiematrix. In de confrontatiematrix worden door middel van 4 vragen uit het boek 101 management modellen van M. Mulders de opties naar voren gebracht die van toepassing zijn op Sportcenter Allround. Dit model wordt verder in dit hoofdstuk uitgebreid besproken. De strategische opties die naar voren komen worden vervolgens kort toegelicht. In hoofdstuk 5 worden deze verder uitgewerkt.

4.1 SWOT-analyse

Van de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen zijn ieder 3 of 4 punten gekozen die van belang zijn voor Sportcenter Allround. Sommige sterkten, zwakten, kansen of bedreigingen uit de SWOT zijn met elkaar gebundeld tot één punt, omdat deze heel dicht bij elkaar liggen of met elkaar in verbinding staan. De belangrijkste punten uit de SWOT worden in deze paragraaf toegelicht. Ook wordt toegelicht waarom juist deze sterkten, zwakten, kansen of bedreigingen zo belangrijk zijn voor Sportcenter Allround.

Sterkten

1. Unieke producten die de concurrenten niet bieden (S6 en S7).

Sportcenter Allround onderscheidt zich van de concurrenten in de omgeving door het aanbieden van diensten en producten die de concurrenten niet hebben. Het gaat hier om een indoor fitnesspark en het outdoor mountainbiken. In het fitnesscentrum bevindt zich een geheel nieuw fitnesspark. Hier worden dagelijks lessen aangeboden en is ook de ruimte om vrij te fitnessen. Het fitnesspark biedt de consument de kans om weer op de ouderwetse manier te trainen. Dus niet met apparaten maar met het eigen lichaam en voorwerpen die in het dagelijkse leven worden gebruikt. Het outdoor mountainbike programma biedt de consument de kans om is uit de sportschool te komen en buiten actief bezig te zijn. De consument wordt mee genomen door een instructeur en maakt een wilde rit door ruig terrein samen met een groep andere enthousiaste mountainbikers. Door de enorme concurrentie uit de omgeving is het belangrijk om als fitnesscentrum steeds weer nieuwe producten en of diensten aan te bieden. Hierdoor wordt het niet eentonig voor consument en wordt de consument uitgedaagd om steeds weer nieuwe activiteiten te doen. Wanneer fitnesscentra niet inspelen op de wensen en behoeften van de consument, gaan leden verloren.

2. Verenigingsgevoel wat gecreëerd wordt door Sportcenter Allround d.m.v. nevenactiviteiten (S2).

Sportcenter Allround onderscheidt zich ten opzichte van andere fitnesscentra door een verenigingsgevoel te creëren in het fitnesscentrum. Dit doet Sportcenter Allround door nevenactiviteiten aan te bieden. Bij deze activiteiten moet gedacht worden aan barbecues, jeu de boules toernooien, tennistoernooien en feesten. Op deze manier leren de leden elkaar beter kennen, wat voor een aangename sfeer zorgt om in te fitnessen. Bij andere fitnesscentra voelen leden zich meer een nummer. Leden komen fitnessen en vertrekken weer. Sportcenter Allround wordt door de leden gezien als een plek om te sporten, maar ook om te ontspannen en bij te kletsen met vrienden en vriendinnen uit de omgeving.

3. *Het aanbieden van voedingsprogramma's (S8).*

Sportcenter Allround is de enige in de omgeving die samen met de consument om tafel gaat zitten om een voedingsprogramma samen te stellen in combinatie met een sportschema. Samen met de consument wordt een project van 10 weken aangegaan waarin voeding en bewegen centraal staan. Sportcenter Allround begeleidt en adviseert de consument hierin en zorgt ervoor dat de vooraf gestelde doelstellingen worden behaald. Het is belangrijk dat Sportcenter Allround unieke producten aanbiedt ten opzichte van de concurrentie, want dit zorgt voor meer leden wat weer tot een stijging van de omzet leidt.

Zwakten

1. *Het werven van nieuwe klanten wordt niet of nauwelijks gedaan (Z3).*

Sportcenter Allround hecht weinig waarde aan het binnenhalen van nieuwe klanten. Er wordt geen reclame gemaakt via de radio, televisie of krant. De enige reclame die wordt gemaakt is mond op mond reclame door de consument zelf. Op deze manier komen er weinig nieuwe leden binnen. Dit zorgt er mede voor dat de omzet niet meer stijgt. Het is dus belangrijk dat in de toekomst Sportcenter Allround meer aandacht gaat besteden aan dit punt, om zo meer leden te trekken en de omzet te laten stijgen.

2. *Er is geen duidelijke missie of visie aanwezig (Z4).*

Na gesprekken met het personeel van Sportcenter Allround kwam naar voren dat er geen duidelijke missie en visie aanwezig is. Deze is althans niet duidelijk voor het personeel. Ook zijn er geen duidelijke doelen afgesproken of targets die moeten worden gehaald. Het personeel denkt dat dit mede komt doordat er te weinig gecommuniceerd wordt tussen het personeel op de werkvloer. Hierdoor wordt een hoop dubbel werk verzet. Zonder duidelijke missie en visie weten de werknemers niet wat Sportcenter Allround wil bereiken en hoe zij dit willen gaan doen. Het is van belang dat bij een organisatie al het personeel weet waar de organisatie voor staat en naar toe wil. Wanneer dit duidelijk is kan het personeel zich hier op aanpassen, waardoor iedereen werkt met hetzelfde doel voor ogen.

3. *Contributie is te duur (Z10).*

Veel van de huidige-, potentiele- en ex-leden van Sportcenter Allround vinden de kosten voor de abonnementen te veel. Dit zorgt ervoor dat veel potentiele leden niet komen fitnessen bij Sportcenter Allround, dat huidige leden er over na denken om ergens anders te gaan sporten en dat ex-leden zijn vertrokken bij Sportcenter Allround. De abonnementen zijn zo duur bij Sportcenter Allround doordat de abonnementen allemaal inclusief de groepslessen en andere extra's zijn. Terwijl veel leden hebben aangegeven alleen te willen fitnessen en geen gebruik te willen maken van de groepslessen en hier dus ook niet voor willen betalen. Doordat leden de contributie te hoog vinden, vertrekken zij naar andere fitnesscentra, wat ervoor zorgt dat Sportcenter Allround omzet mis loopt. Het is dus van belang dat de kosten worden verlaagd of de samenstelling van de abonnementen worden aangepast om een leegloop te voorkomen.

4. *Openingstijden voor de leden met enkele studenten abonnement (Z12).*

Studenten hebben in de enquête aangegeven niet tevreden te zijn met de openingstijden voor hun doelgroep. Sportcenter Allround hanteert speciale openingstijden en tarieven voor studenten. Voor deze doelgroep is het niet mogelijk om in het weekend te fitnessen. Ook kunnen de studenten pas vanaf 12:00 uur terecht en moeten zij voor 18:00 uur weer vertrekken. Dit zorgt ervoor dat Sportcenter Allround een grote doelgroep, namelijk studenten, wegjaagt. Bij de concurrenten in de omgeving worden geen speciale openingstijden voor studenten gebruikt. Het is dus van belang dat Sportcenter Allround de openingstijden voor studenten aanpast om de doelgroep studenten te behouden.

Kansen

1. *Vergrijzing van de samenleving (K1).*

De samenleving vergrijst. Er komen steeds meer oudere mensen bij die graag gezond willen blijven. Dit is een geheel nieuwe doelgroep voor Sportcenter Allround. Wanneer er slim wordt ingespeeld op de wensen en behoeften van deze doelgroep kan Sportcenter Allround een dienst aanbieden waardoor deze nieuwe doelgroep komt sporten bij Sportcenter Allround. Ook van uit de overheid wordt gezondheid en bewegen steeds meer gestimuleerd. Waardoor ouderen meer op de hoogte zijn van wat gezond eten en bewegen met het lichaam doen. Wanneer een beweegprogramma wordt opgesteld voor ouderen bij Sportcenter Allround kunnen nieuwe leden geworven worden, wat weer zorgt voor een stijging van de omzet.

2. *Samenwerken met scholen en sportverenigingen uit de omgeving (K10 en K11).*

De sportverenigingen SV Den Hoorn en DIOS hebben beide aangegeven samen te willen werken met Sportcenter Allround. Hun sporters kunnen bij Sportcenter Allround begeleidt worden tijdens blessures en revalidatie periodes. Ook tijdens de winter- en zomerstop van het handbal- en voetbalseizoen stallen de sportverenigingen graag hun sporters bij Sportcenter Allround om fit te blijven. De 2 basisscholen hebben ook aangegeven samen te willen werken met Sportcenter Allround. De basisscholen willen dat de kinderen meer leren over gezond eten en bewegen, zij hopen dat Sportcenter Allround hun daarbij kan helpen. Hierdoor kan Sportcenter Allround 4 nieuwe samenwerkingspartners krijgen, waardoor het fitnesscentrum beter bezet is en de omzet toeneemt. Door nieuwe samenwerkingen stijgt niet alleen de omzet, maar krijgt Sportcenter Allround ook meer naamsbekendheid in de omgeving, die kan leiden tot nieuwe leden.

3. *Samenwerken met Maaïke Oldeboer (K12).*

De zalen waarin de groepslessen worden gehouden staan voornamelijk in de avond vol, maar overdag worden deze niet tot nauwelijks gebruikt. Door deze zalen overdag te verhuren komt er extra geld binnen, zonder dat Sportcenter Allround hier wat voor hoeft te doen. Maaïke Oldeboer gaf tijdens een interview aan een dansschool voor kinderen te willen beginnen. Alleen heeft zij geen ruimte om dit in te doen. Sportcenter Allround beschikt over een zaal met spiegels en een muziekinstallatie en zou deze kunnen verhuren wanneer er geen les in wordt gegeven door Sportcenter Allround zelf. Door de ruimte te verhuren stijgt de omzet van Sportcenter Allround. Ook komen nieuwe kinderen en ouders in aanraking met het fitnesscentrum wanneer de ouders hun kinderen op komen halen. De ouders kunnen dan benaderd worden om te komen fitnesssen bij Sportcenter Allround wanneer hun kinderen aan het dansen zijn. Dit zorgt weer voor nieuwe leden bij Sportcenter Allround.

Bedreigingen

1. *Aantal fitnesscentra stijgt (B1).*

Het aantal fitnesscentra in Nederland blijft stijgen terwijl het aantal fitnessbeoefenaars redelijk stabiel is gebleven de laatste jaren. Dit zorgt ervoor dat Sportcenter Allround met meer concurrenten te maken krijgt. Zo zijn er afgelopen jaar al 3 nieuwe fitnesscentra bijgekomen in de omgeving van Den Hoorn. De consument krijgt dus meer keuze. Sportcenter Allround zal zich moeten onderscheiden van al deze concurrenten om geen leden te verliezen. Wanneer er wel leden vertrekken daalt de omzet, wat op den duur voor verlies kan zorgen bij Sportcenter Allround en uiteindelijk tot een faillissement. Het is dus van belang dat gekeken gaat worden naar oplossingen om deze bedreiging te weren.

2. Verschuiving van reguliere- naar budgetfitnesscentra (B4).

De laatste jaren is de opkomst van budgetfitnesscentra enorm. Er komen steeds meer budgetfitnesscentra bij, zo ook in de omgeving van Sportcenter Allround. Steeds meer consumenten kiezen voor fitnesscentra met lage contributie kosten, dit heeft mede met de economische crisis te maken waarin Nederland zit. Sportcenter Allround zal ervoor moeten zorgen dat hun leden blijven en niet gaan switchen naar een budgetfitnesscentrum. Anders zullen er leden verloren gaan en loopt de omzet terug.

3. Concurrenten uit de omgeving (B9, B10 en B11).

Sportcenter Allround heeft te maken met veel concurrenten uit de omgeving. Dit zijn zowel reguliere- als budgetfitnesscentra. Deze concurrenten bieden goedkopere abonnementen aan en zijn vaak langer open. Ook bieden zij abonnementen aan voor fitnesssen apart. Zodat de consument niet ook betaald voor de groepslessen. Sportcenter Allround zal zich op een andere manier moeten onderscheiden van deze concurrenten om geen leden te verliezen. Ook kunnen de abonnementskosten of de samenstelling van de abonnementen worden aangepast om een leegloop te voorkomen. Tientallen leden die vroeger sportten bij Sportcenter Allround hebben om deze redenen al gekozen om bij de concurrentie te gaan fitnesssen, bleek uit verschillende interviews met ex-leden van Sportcenter Allround. Om niet nog meer leden te verliezen moet deze bedreiging geweerd worden.

4. Opzeg termijn van 3 maanden bij bestaande samenwerkingspartners (B13).

De huidige samenwerkingspartners van Sportcenter Allround hebben een opzeg termijn van 3 maanden. Wanneer Summit Health en/of Allround Beauty besluit niet langer te willen samenwerken heeft Sportcenter Allround maar een relatief korte tijd om deze 2 ruimtes aan iemand anders te verhuren. Hierdoor loopt Sportcenter Allround het risico om een groot deel van de omzet mis te lopen wanneer de huidige samenwerkingspartners de samenwerking opzeggen. Het is dus van belang om te kijken naar nieuwe samenwerkingspartners of een andere samenstelling van het contract te kijken waardoor Sportcenter Allround zichzelf meer zekerheid biedt van inkomsten op een langer termijn om niet plotseling voor verrassingen te komen staan.

4.2 Confrontatiematrix

In de confrontatiematrix komen de punten uit de SWOT-analyse tegenover elkaar te staan. Uit deze confrontatiematrix komen de uitkomsten die de input zullen zijn voor de strategische opties voor Sportcenter Allround. Bij het invullen van de confrontatiematrix is gebruikt gemaakt van de volgende vragen:

- Kansen en sterkten: stelt deze sterkte Sportcenter Allround in staat om deze kans te benutten?
- Kansen en zwakten: belemmert deze zwakte Sportcenter Allround om deze kans te benutten?
- Bedreigingen en sterkten: stelt deze sterkte Sportcenter Allround in staat om deze bedreiging te weren?
- Bedreigingen en zwakten: belemmert deze zwakte Sportcenter Allround om deze bedreiging te weren?

De volgende beoordelingsmogelijkheden zijn mogelijk:

JJ	Er is een hele sterke overeenkomst
J	Het antwoord op de gestelde vraag is ja
N	Het antwoord op de gestelde vraag is nee
NN	Er is totaal geen overeenkomst

In figuur 9 is de confrontatiematrix van Sportcenter Allround te zien. Aan de linkerkant staan de sterken en de zwakten en aan de bovenkant staan de kansen en bedreigingen. In de confrontatiematrix is te zien dat de vragen zijn beoordeeld met een JJ, J, N of NN. Vervolgens zijn deze antwoorden bij elkaar opgeteld, de scores hiervan zijn helemaal rechts of onderin de confrontatiematrix terug te vinden (Nijssen & Ligthart, 1999).

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

	Kansen	Vergrijzing van de samenleving	Samenwerken met scholen en sportverenigingen uit de omgeving	Samenwerken met Maaike Oldeboer	Bedreigingen	Aantal fitnesscentra stijgt	Verschuiving van reguliere- naar budgetfitnesscentra	Concurrenten uit de omgeving	Opzeg termijn van 3 maanden bij bestaande samenwerkingspartners	Aantal J	Aantal N	Totaal
Sterkten												
Unieke producten die de concurrenten niet bieden		JJ	J	N		NN	N	JJ	NN	5	6	-1
Verenigingsgevoel wat gecreëerd wordt d.m.v. nevenactiviteiten		J	JJ	JJ		NN	N	JJ	NN	7	5	2
Het aanbieden van voedingsprogramma's		JJ	J	NN		NN	N	JJ	NN	5	7	-2
Zwakten												
Het werven van nieuwe klanten wordt niet of nauwelijks gedaan		JJ	JJ	JJ		NN	N	J	NN	7	5	2
Contributie is te duur		JJ	NN	NN		NN	JJ	JJ	NN	6	8	-2
Openingstijden voor de leden met een studentenabonnement		NN	N	NN		NN	N	J	NN	1	10	-9
Er is geen duidelijke missie of visie aanwezig		N	J	J		N	N	J	J	4	3	1
Aantal J		9	7	5		0	2	11	1			
Aantal N		3	3	7		13	6	0	12			
Totaal		6	4	-2		-13	-3	11	-11			

Figuur 9: de confrontatiematrix van Sportcenter Allround.

4.3 Strategische opties

De hoogste score van rechts en de hoogste score van onder uit de confrontatiematrix vormen samen een optie voor Sportcenter Allround. Dit geldt ook voor de op één na hoogste score van rechts en de op één na hoogste score van onder, en zo verder. Via deze methode wordt de confrontatiematrix helemaal uitgelezen en komen diverse strategische opties naar voren voor Sportcenter Allround (Nijssen & Ligthart, 1999).

Optie 1: onderscheiden van de concurrentie d.m.v. het creëren van een verenigingsgevoel.

S2 Verenigingsgevoel wat gecreëerd wordt d.m.v. nevenactiviteiten - B3 Concurrenten uit de omgeving

De concurrenten uit de omgeving van Sportcenter Allround bieden allemaal goedkopere abonnementen aan en hebben langere openingstijden, zowel in het weekend als doordeweeks. Daarnaast bieden deze concurrenten ook abonnementen aan voor fitnesssen en groepslessen apart. Bij Sportcenter Allround zijn alleen abonnementen beschikbaar voor fitnesssen en groepslessen samen. Ook komen er steeds meer concurrenten bij, zo zijn er de laatste jaren al 3 nieuwe fitnesscentra bijgekomen in de omgeving. Sportcenter Allround zal zich dus op een andere manier moeten onderscheiden van deze concurrenten om hun leden te behouden en nieuwe leden te werven. Dit kunnen zij doen door zich te profileren als een echte vereniging. Er zal een verenigingsgevoel gecreëerd moeten worden onder de leden. Dit gevoel kan gecreëerd worden door nevenactiviteiten aan te bieden waarbij de leden met elkaar in contact komen. Hierdoor ontstaat een prettige sfeer om in te sporten. Wanneer de leden dit ook zo ervaren zullen zij positief praten met mensen uit hun omgeving. Wat weer kan leiden tot nieuwe leden en dus een stijging van de omzet.

Optie 2: fitness aanbieden voor ouderen.

Z1 Het werven van nieuwe klanten wordt niet of nauwelijks gedaan - K1 Vergrijzing van de samenleving

Sportcenter Allround doet niet aan verkooppromotie en maakt geen reclame via folders, de radio of televisie. De enige reclame die wordt gemaakt voor het fitnesscentrum in de mond op mond reclame door de huidige leden. Om nieuwe klanten te werven zal dus naar alternatieven gekeken moeten worden. Nederland heeft te maken met een vergrijzing, er komen steeds meer oudere mensen bij. Deze grote groep met mensen zit vaak stil thuis wat er voor zorgt dat hun gezondheid snel achteruit gaat. Door deze nieuwe doelgroep te benaderen en een fitnessprogramma aan te bieden bij Sportcenter Allround kan een geheel nieuwe doelgroep worden binnen gehaald. Dit zorgt voor meer leden en dus een omzet stijging bij Sportcenter Allround.

Optie 3: een leerprogramma samenstellen voor kinderen van basisscholen en leden van sportverenigingen.

Z2 Er is geen duidelijke missie of visie aanwezig - K2 Samenwerken met scholen en sportverenigingen uit de omgeving

Sportcenter Allround zou zich kunnen onderscheiden van de concurrentie door zich te profileren als een fitnesscentrum die niet alleen fitness aanbiedt, maar ook een leerprogramma op het gebied van eten en bewegen aanbiedt. Dit programma zorgt ervoor dat kinderen en leden van sportverenigingen zich bewust worden van wat ze eten en hoe ze bewegen. Dit programma zou in samenwerking kunnen met basisscholen en sportverenigingen uit de omgeving. De kinderen en leden van de basisscholen en sportverenigingen krijgen een op maat gemaakt voedings- en sportprogramma, wat voor gezonde, fitte en bewuste kinderen en sporters op het gebied van eten en bewegen moet zorgen. De missie en visie van Sportcenter Allround moet dan wel bijgesteld worden. Deze is nu nog niet duidelijk onder de huidige werknemers.

5. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk staat de implementatie van de strategische opties centraal. Naast de strategische opties die naar voren komen uit de confrontatiematrix komen ook nog andere aanbevelingen naar voren die ervoor kunnen zorgen dat Sportcenter Allround in de toekomst meer leden krijgt waardoor de omzet zal stijgen. Met deze aanbevelingen en strategische opties wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag. Welke maatregelen kan Sportcenter Allround nemen om de omzet te laten stijgen?

Aanbeveling 1: onderscheiden van de concurrentie d.m.v. het creëren van een verenigingsgevoel.

Onderbouwing

Sportcenter Allround legt het af tegen de concurrentie als het gaat om: openingstijden, contributiekosten en de samenstelling van de abonnementen. Om zich toch te onderscheiden van de concurrentie wordt Sportcenter Allround aanbevolen om een verenigingsgevoel te creëren in het fitnesscentrum. Dit kan door middel van het aanbieden van nevenactiviteiten, zoals: tennistoernooien, feesten, barbecues en familiedagen. Dit maakt Sportcenter Allround uniek in de omgeving. Door deze nevenactiviteiten gaan de huidige leden met niet leden uit de omgeving praten over de geslaagde activiteiten. Wat dus zorgt voor gratis mond op mond reclame voor Sportcenter Allround dat kan leiden tot nieuwe leden en dus een stijging van de omzet.

Implementatievoorstel

Acties	Wie
Informatiebijeenkomst tussen alle werknemers	Management/personeel
Missie en visie duidelijk maken voor iedereen	Management/personeel
Personeel vertellen welk gedrag bij deze nieuwe missie en visie past	Management
Personeel selecteren die voor de nevenactiviteiten gaan zorgen	Management
Brainstormen over nevenactiviteiten	Geselecteerd personeel
Het inplannen van de nevenactiviteiten voor het hele jaar	Geselecteerd personeel
Nevenactiviteiten onder de aandacht van de huidige leden brengen	Personeel
Nevenactiviteiten organiseren	Management/personeel
Nevenactiviteiten evalueren	Management/personeel/huidige leden
Nevenactiviteiten aanpassen	Geselecteerd personeel
Met niet leden praten over de nevenactiviteiten	Management/personeel/huidige leden
Niet leden enthousiast maken om te komen fitnessen bij Sportcenter Allround	Management/personeel/huidige leden

Aanbeveling 2: fitness aanbieden voor ouderen.

Onderbouwing

De vergrijzing in Nederland zorgt ervoor dat er steeds meer ouderen in de samenleving bij komen. De meeste van deze ouderen zitten thuis en doen niet aan fysieke inspanning waardoor hun gezondheid snel achteruit gaat. Sportcenter Allround kan inspelen op deze nieuwe doelgroep door een fitnessprogramma samen te stellen speciaal voor ouderen. Hierdoor krijgt Sportcenter Allround nieuwe leden, wat weer zorgt voor een omzet stijging. Sportcenter Allround doet zelf niet of nauwelijks aan het werven van nieuwe leden. Om dit fitnessconcept bekend te maken onder de doelgroep ouderen zal een grootschalige reclamecampagne moeten worden opgezet.

Implementatievoorstel

Acties	Wie
Brainstormen over fitnessconcept voor ouderen	Management/personeel
Fitnessconcept uitwerken	Personeel
Reclamecampagne opzetten voor de ouderen	Personeel
Fitnessconcept onder de aandacht brengen bij de huidige oudere leden	Personeel
Fitnessconcept toepassen op de huidige oudere leden	Personeel/huidige leden
Fitnessconcept evalueren	Management/personeel/huidige leden
Fitnessconcept aanpassen	Personeel
Vernieuwd fitnessconcept onder de aandacht brengen bij ouderen uit de omgeving	Personeel
Vernieuwd fitnessconcept toepassen bij nieuwe leden	Personeel
Nieuwe leden enthousiasmeren met het nieuwe fitnessconcept en zorgen dat ze lid worden	Personeel

Aanbeveling 3: kinderen van basisscholen en leden van sportverenigingen leren gezond te eten en te bewegen.

Onderbouwing

Om zich te onderscheiden van de concurrentie uit de omgeving kan Sportcenter Allround zich gaan neerzetten als een fitnesscentrum die niet alleen de primitieve activiteiten van een fitnesscentrum aanbiedt, maar ook hun leden wat wil leren op het gebied van gezond eten en bewegen. De missie en visie van Sportcenter Allround zal dan aangepast moeten worden en bekend moeten worden onder al de medewerkers van het fitnesscentrum. Dit nieuwe leerprogramma kan aangeboden worden aan de huidige leden, maar ook aan mogelijk nieuwe samenwerkingspartners. Hierbij moet dan gedacht worden aan leerlingen van basisscholen en leden van sportverenigingen uit de omgeving. Met de samenwerking wordt een totaal nieuwe doelgroep benaderd, wat weer zorgt voor meer inkomsten en dus een stijging van de omzet.

Implementatievoorstel

Acties	Wie
Nieuwe missie en visie bespreken	Management/personeel
Nieuw leerprogramma samenstellen voor kinderen van basisscholen en leden van sportverenigingen over voeding en bewegen	Personeel
Gesprekken voeren met basisscholen en sportverenigingen over samenwerking	Management/directeuren scholen/voorzitters sportverenigingen
Overleggen met de basisscholen en sportverenigingen wat er bereikt moet worden met het leerprogramma	Management/directeuren scholen/voorzitters sportverenigingen
Samenwerking aan gaan met basisscholen en sportverenigingen	Management/directeuren scholen/voorzitters sportverenigingen
Aantal sporters en leerlingen van basisscholen als testgroep het nieuwe leerprogramma laten uitvoeren	Personeel/testgroep
Leerprogramma evalueren	Management/personeel/testgroep
Leerprogramma aanpassen	Personeel
Leerprogramma onder de aandacht brengen van basisscholieren en leden van sportverenigingen	Personeel/directeuren scholen/voorzitters sportverenigingen
Leerprogramma toepassen op basisscholieren en leden van sportverenigingen	Personeel

Overige aanbevelingen die naar voren zijn gekomen uit het onderzoek.

Naast de 3 opties die naar voren zijn gekomen uit de confrontatiematrix zijn er nog meer aanbevelingen die ervoor kunnen zorgen dat Sportcenter Allround meer leden krijgt en dus de omzet zal stijgen. Deze aanbeveling komen naar voren uit het analyseren van de resultaten in hoofdstuk 3. Uit interviews met ex-leden van Sportcenter Allround en de enquêtes die zijn gehouden onder de huidige leden en de potentiële leden kwam naar voren dat eigenlijk iedereen Sportcenter Allround te duur vindt. Als er gekeken wordt naar de concurrentie uit de omgeving blijkt ook dat Sportcenter Allround het duurste is van allemaal. Dit jaagt veel huidige leden weg en houdt potentiële leden tegen om te komen fitnessen bij Sportcenter Allround. De abonnementen zijn zo duur doordat een lid betaald voor zowel de groepslessen als voor het fitnessen, terwijl sommige leden geen gebruik willen maken van de groepslessen. Er wordt dan ook aanbevolen om abonnementen samen te stellen voor het fitnessen en de groepslessen apart. Hierdoor kunnen de kosten van de abonnementen omlaag, wat ervoor zorgt dat potentiële leden komen fitnessen bij Sportcenter Allround en dat de huidige leden niet weg lopen naar andere fitnesscentra.

De studenten hebben aangegeven in de enquêtes niet tevreden te zijn over de openingstijden. Studenten hebben speciale abonnementen en speciale openingstijden. Hierdoor kunnen studenten niet vroeg, laat of in het weekend fitnessen bij Sportcenter Allround. Door deze beperking kiezen studenten ervoor om ergens anders te gaan fitnessen. De concurrenten uit de omgeving bieden namelijk wel fitness aan voor studenten in het weekend. Ook kunnen studenten bij de concurrenten gewoon vroeg beginnen en tot laat fitnessen. Om deze doelgroep te behouden wordt aanbevolen de speciale openingstijden voor studenten niet meer toe te passen, maar alleen de openingstijden te hanteren die voor alle leden gelden. Hierdoor worden de studentenleden behouden en wordt het aantrekkelijker voor studenten om te komen fitnessen bij Sportcenter Allround.

Sportcenter Allround beschikt over 3 zalen naast het fitnesscentrum. Deze zalen worden gebruikt voor de groepslessen en judo. Naast deze activiteiten worden de zalen het merendeel van de dag niet gebruikt. Er wordt dan ook aanbevolen om te gaan praten met nieuwe mogelijke samenwerkingspartners. De zalen kunnen wanneer deze niet gebruikt worden voor de groepslessen verhuurd worden aan nieuwe samenwerkingspartners. Zo wil Maaïke Oldeboer danslessen gaan geven in één van de zalen. Wanneer meer zalen verhuurd worden aan nieuwe samenwerkingspartners is de bezetting van de zalen hoger. Wat zorgt voor meer inkomsten en dus tot een stijging van de omzet.

6. Discussie

In dit hoofdstuk wordt de methode van het onderzoek en de keuzes die zijn gemaakt gedurende het onderzoek ter discussie gesteld. Allereerst word kritisch gekeken naar het onderzoeksproces, vervolgens wordt het onderzoek in breder perspectief geplaatst. Het onderzoek wordt vergeleken met de literatuur en andere onderzoeken, ook wordt gekeken naar wat de opdrachtgever aan de scriptie heeft.

6.1 Het onderzoeksproces

Voor het onderzoek zijn maar 3 leden van concurrenten geïnterviewd. Om een duidelijk beeld te krijgen van de concurrentie hadden meer leden van concurrenten geïnterviewd moeten worden. Wanneer 3 andere leden geïnterviewd werden bij de concurrentie hadden er andere resultaten naar voren kunnen komen. Dit haalt de betrouwbaarheid van het onderzoek naar beneden. Hetzelfde geldt voor de interviews met het personeel en de eigenaren van Sportcenter Allround. Er is gesproken met maar 1 personeelslid en 1 eigenaar. Om een betrouwbaar onderzoek te krijgen hadden alle 3 de eigenaren geïnterviewd moeten worden en meerdere personeelsleden.

Voor het onderzoeksrapport is alleen gekeken naar aanbevelingen die ervoor kunnen zorgen dat er meer leden bijkomen zodat de omzet stijgt, terwijl er ook andere mogelijkheden zijn om de omzet te laten stijgen. Zo kunnen de kosten die gemaakt worden met het huren van de fitness apparatuur of de kosten van de bar misschien wel omlaag wanneer er goedkopere leveranciers worden gevonden. Om hier achter te komen hadden er interviews met de leveranciers plaats moeten vinden.

De huidige- en potentiële leden hebben beide een enquête ingevuld. Hierdoor hebben zij alleen maar antwoord kunnen geven op vragen die werden gesteld en konden zij alleen maar kiezen uit de antwoorden die in de enquête stonden, terwijl zij er misschien anders over dachten. Om de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek te verhogen hadden er ook huidige- en potentiële leden geïnterviewd moeten worden. Op deze manier geef je de respondenten ook de kans om zelf nog zaken ter sprake te laten komen.

Om de organisatie Sportcenter Allround te leren kennen heeft er naast het onderzoek ook veel participatie plaats gevonden binnen Sportcenter Allround. Onder participeren viel onder andere het fitnessen bij Sportcenter Allround. Op die manier werd duidelijk hoe de werkzaamheden verliepen en wat de interne gang van zaken was. Op de validiteit van het onderzoek had dit een minder positieve invloed. Door te participeren binnen Sportcenter Allround wordt er minder objectief geredeneerd. Objectiviteit en onafhankelijkheid zijn in feite een noodzakelijke voorwaarde om tot een kwalitatief goed advies te komen (Alsem, 2011). Onbewust wordt er toch een subjectieve mening gevormd over situaties zonder dat dit verder wordt onderzocht. Dit kan invloed hebben op de betrouwbaarheid van het onderzoek.

Om de confrontatiematrix uit te lezen is gebruik gemaakt van 4 vragen. Aan de hand van deze methode kwamen strategische opties naar voren die niet voor de hand liggen. Wanneer een onderzoeker de SWOT punten zelf had gekoppeld aan elkaar, waren er waarschijnlijke andere opties naar voren gekomen die meer voor de hand liggen. Daarom is er gekozen om nog een kopje toe te voegen waarin overige aanbevelingen worden besproken.

Voor het onderzoek mochten geen jaaroverzichten van de inkomsten en uitgave worden ingekeken. Hierdoor kon de kern van het probleem niet duidelijk naar voren worden gebracht. De eigenaar heeft aangegeven dat de omzet en het aantal leden stabiel is gebleven, maar dit kon niet hard worden gemaakt door middel van jaarcijfers, omdat dit vertrouwelijke documenten zijn. Was deze mogelijkheid er wel dan had het probleem specifiek afgebakend kunnen worden.

6.2 Onderzoek in breder perspectief

De opdrachtgever

Sportcenter Allround is een fitnesscentrum wat eigenlijk nog niet in de problemen zit qua omzet en het verlies aan leden. De omzet is voor het eerst sinds de oprichting stabiel gebleven maar nog wel winstgevend. Hetzelfde geldt voor het aantal leden. Dit aantal is altijd gestegen maar is voor het eerst sinds de oprichting stabiel gebleven. Je kunt je dus afvragen of dit onderzoek wel noodzakelijk was om uit te voeren aangezien Sportcenter Allround nog winstgevend is. Maar de verwachtingen zijn dat dit op korte termijn niet meer zo is, aangezien er meer concurrenten bijkomen in de omgeving en het aantal leden niet meer stijgt en de omzet stabiel is gebleven. Door het invoeren van de aanbevelingen die uit dit onderzoeksrapport naar voren zijn gekomen kan Sportcenter Allround dus de problemen voor zijn. Door het lezen van dit onderzoeksrapport weet de opdrachtgever en zijn personeelsleden hoe de organisatie intern in elkaar steekt, wat de leden van de organisatie vinden en wat er moet gebeuren om Sportcenter Allround ook op lange termijn winstgevend te laten zijn. Daarnaast is er ook een beeld ontstaan hoe de markt rond om Sportcenter Allround eruit ziet door middel van de externe analyse. Om alle aanbevelingen te implementeren en te kijken of deze haalbaar zijn adviseer ik de opdrachtgever om een vervolgonderzoek te starten naar de mogelijkheden die er zijn.

De centrale vraag van het onderzoek luidt: welke maatregelen kan Sportcenter Allround nemen om er voor te zorgen dat de omzet weer stijgt? Uit de conclusie en aanbevelingen zijn meerdere suggesties naar voren gekomen die ervoor kunnen zorgen dat de omzet stijgt. Sportcenter Allround heeft nu de keuze om de maatregelen ook daadwerkelijk in te voeren of niet. Als de maatregelen worden toegepast bij Sportcenter Allround en deze maatregelen zorgen voor een stijging van de omzet kan pas worden gezegd dat het onderzoek is geslaagd. Dan is zowel de praktijk- als de onderzoeksdoelstelling behaald.

Vergelijking met de literatuur en andere onderzoeken

Uit vergelijking met andere onderzoeken die te maken hebben met het laten stijgen van het aantal leden bij fitnesscentra blijkt dat ook het inspelen op de vergrijzing naar voren komt. Het opstellen van een beweegprogramma voor de ouderen en de manier van bereiken komt ook naar voren uit het onderzoek van Schreurs (2011) als strategische optie na een marktonderzoek voor een ander fitnesscentrum. Volgens directeur Ronald Wouters van de brancheorganisatie Fit!Vak zijn de ouderen een steeds belangrijker wordende doelgroep binnen de fitnessmarkt. Sportcenter Allround zal dus niet de enige op de markt zijn die inspeelt op deze doelgroep en krijgt te maken met concurrentie, want de vergrijzing is ook opgevallen bij andere fitnesscentra. Uit het rapport “Ontspannen door inspannen” blijkt dat 57% van de bezoekers van een fitnesscentrum een leeftijd hebben tussen de 12 en 39 jaar. 37% is tussen de 40 en 64 jaar en slechts 11% is 65 plusser. Ook geeft Schreurs aan dat de afnemer steeds meer macht heeft. Dit komt doordat de afnemer steeds meer keuze heeft uit verschillende fitnesscentra uit de omgeving. Met deze bedreiging heeft dus niet alleen Sportcenter Allround te maken, maar alle fitnesscentra uit Nederland.

De onderzoekers Breedveld, Kamphuis en Tiessen-Raaphorst verwachten een verdere groei van de fitnessbranche door de toenemende belangstelling voor gezondheid, zowel onder de bevolking als vanuit het beleid en aanpalende branches. Dit is opmerkelijk te noemen, omdat de gevonden resultaten weergave dat het aantal deelnemers aan fitness stabiel zal blijven de komende jaren, terwijl het aantal fitnesscentra blijft toenemen.

Het onderzoek van Wilde (2011) geeft ook weer dat budgetfitnesscentra een nieuwe trend aan het worden is binnen de fitnessmarkt. De prijs lijkt één van de belangrijkste motieven voor mensen om niet te gaan fitnessen. De resultaten gaven dit ook al weer. Het is dus van belang dat Sportcenter Allround serieus naar de abonnementskosten gaat kijken.

Embedded fitness is in 2008 al begonnen met het opstellen van een beweegprogramma voor kinderen van basisscholen en het voortgezet onderwijs. Embedded fitness probeert de jeugd te enthousiasmeren door fitness aan te bieden in combinatie met spelcomputers. Om dit te realiseren heeft Embedded fitness al nieuwe producten op de markt gezet (E-fit zone Embedded fitness, z.d.). Het opstellen van een beweegprogramma voor kinderen van basisscholen kwam ook naar voren uit de strategische opties van dit onderzoeksrapport. Het blijkt dus dat al meerdere organisatie bezig zijn met het invoeren van beweegprogramma's voor basisscholen.

Literatuurlijst

7S model McKinsey (2013). Verkregen op 14 mei 2013, via <http://www.managementgoeroes.nl/management-modellen/7s-model/>

Alsem, K.J. (2011). *Strategische marketingplanning* (vijfde druk). Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv.

Bekker, R. (2006). *Waarom een sportbeleid?* Bottenburg, M., Vanreusel, B., Verweel, P. & Teeuwen, M. *Inzichten vanaf de zijlijn, wetenschappelijke coaching van het sportbeleid?* (pp.51). Den Haag: Studio Daniëls BV.

Bonte, M. & Wit, P. van. (2013). *Bedrijfshandboek Sportcenter Allround*. Den Hoorn

Breedveld, K., Hakkers, S. & Hover, P. (2012). *Trendrapport fitnessbranche 2012*. Nieuwegein/ 's Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.

Breedveld, K., Kamphuis, C. & Tiessen-Raaphorst, A. (2008). *Rapportage sport 2008*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau / W.J.H. Mulier Instituut.

Broekhoff, M., Kooiker, R. & Stumpel, H. (2011). *Marktonderzoek* (achtste druk). Groningen/Houten: Noordhoff.

CBS (2011). *Welvaart in Nederland. Inkomen, vermogen en bestedingen van huishoudens en personen*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.

E-fit zone Embedded fitness (z.d.). Verkregen op 16 juli 2013, via <http://www.embeddedfitness.nl/sites/default/files/pdf/scholencompetitie.pdf>

Elling-Machartzki, A., Hakkers, S. & Hover, P. (2012). *Fitness in cijfers*. Nieuwegein/ 's Hertogenbosch: Arko Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut.

Externe analyse: wat is het 5 forces-model van Porter? (z.d.). Verkregen op 12 juni 2013, via http://123management.nl/0/010_strategie/a120_strategie_09_porter.html

Gratton, C. & Jones, I. (2007). *Onderzoeksmethoden voor sportstudies*. Groningen: Uitgeverij Roudtledge.

Handy & Harrison (2010). *Cultuurtypering van Harrison en Handy*. Verkregen op 14 mei 2013, via <http://www.ask-advise.nl/organisatie-cultuur-verandering/cultuurtypering-van-handy-a-harrison>

IHRSA (2011). *The IHRSA Global Report 2011*. Boston: IHRSA.

Kamp, H.G.J. & Mansveld, W.J. (2013, maart 28). *Groene groei, voor een sterke, duurzame economie*. Den Haag: Ministerie van economische zaken.

Keurmerk Fitness (2013). Verkregen op 22 mei 2013, via <http://keurmerkfitness.nl/nieuws/1/keurmerk-fitness.html>

Leever, R. (2012). *De fitnessbranche: trends & ontwikkelingen*. Verkregen op 12 juni 2013, via <http://www.fitmagazine.nu/de-fitnessbranche-trends-ontwikkelingen/>

Lid worden/tarieven (2013). Verkregen op 27 mei 2013, via <http://sportcenterallround.nl/over-ons/lid-worden-tarieven.html>

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Lucassen, J. & Schendel, M. van. (2008). *De fitnessbranche in beeld – 2008. Resultaten van de eerste Nationale Fitnessmonitor*. Nieuwegein: Arko Sports Media.

Lucassen, J., Stokvis, R. & Hilvoorde van, I. (2008). *Fitness als industrie: de ontwikkeling van een snel groeiende bedrijfstak*. In K. Breedveld, C. Kamphuis & A. Tiessen-Raaphorst (Eds.), *Rapportage Sport 2008* (pp. 316-329). Den Haag: SCP.

Marketingmix- 4 P's (McCarthy) (2011). Verkregen op 15 mei 2013, via <http://www.scienceprogress.nl/marketing/marketingmix-4-p-s-mccarthy>

Mulders, M. (2010). *101 managementmodellen*. Groningen/ Houten: Noordhoff Uitgevers.

Productlevenscyclus (z.d.). Verkregen op 12 juni 2013, via <http://www.intemarketing.nl/marketing/modellen/productlevenscyclus>

Rabobank Cijfers & Trends Branche-informatie (2013). Verkregen op 18 maart 2013, via <http://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=print.printPdf&id=27f5ce59-a070-427e-9357-6c97c4480c32>

Ranzijn, E. (2008). Leidinggeven: een theoretisch perspectief. E. Ranzijn. *De huisarts aan de leiding*. (pp. 9-10). Amsterdam: Boom onderwijs.

Schreurs, M. (2011). *Zet je leven in beweging*. Verkregen op 16 juli 2013, via <http://hbo-kennisbank.uvt.nl/cgi/fontys/show.cgi?fid=7422>

Thuisfitness in opkomst (2005). Verkregen op 17 juni 2013, via <http://www.gezondheidsplein.nl/nieuws/10302/thuisfitness-in-opkomst.html#.Ub7dsfk9OYg>

Marcus, J. & Dam van, N. (2009). *Organisatie en Management* (zesde druk). Groningen/Houten: Noordhoff.

Nijssen, E.J., & Ligthart, P.E.M. (1999). SWOT analyse: vloek of zegen? *Bedrijfskunde*, jaargang 71, 1999, nr. 1, pp. 15-19.

Van Es Marketing. (2012). *Marketing fitnessbranche 2012*. Almelo: Arko Sports Media.

Verhoeven, N. (2007). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (tweede druk). Amsterdam: Boom onderwijs.

Welkom bij Sportcenter Allround (2013). Verkregen op 23 mei 2013, via <http://sportcenterallround.nl/>

Wilde, K. (2001). *De invloed van demografische, psychologische en organisatorische ontwikkelingen op sport- en organisatiecommitment. Een onderzoek naar de sport- en organisatiecommitment van leden van de sportverenigingen van de KNGU, in het licht van maatschappelijke ontwikkelingen*. Verkregen op 15 maart 2013, via http://essay.utwente.nl/61320/1/Wilde_Kirstin_-_0125784_scriptie.pdf

Bijlagen

Topiclijst interview Marc bonte & Patrick Huijsman.

Hoe ziet de interne analyse van Sportcenter Allround eruit?

*Mag ik dit interview opnemen?

Introductie

Dit interview neem ik met u af om een beter inzicht te krijgen in de interne analyse van Sportcenter Allround. Het interview zal worden verwerkt in mijn onderzoeksverslag, wat vervolgens terecht gaat komen bij de eigenaren van Sportcenter Allround en De Haagse Hogeschool.

Topics:

Strategie

Wat wil je bereiken met Sportcenter Allround? (doelstelling)

Hoe wil je dit bereiken?

Structuur

Organisatievorm, organisatieschema.

Organogram van de organisatie van Sportcenter Allround.

Wie doet wat binnen Sportcenter Allround? (functies)

Wie rapporteert aan wie?

Systemen

Beloningssysteem: Hoe worden werknemers beloond en hoe weten ze dat ze moeten werken?

Hoe worden de salarissen betaald?

Productiesysteem: Als nieuwe klanten zich aanmelden, hoe gaat dit dan in zijn werk?

Als er bestaande klanten binnen komen, hoe gaat dit dan in zijn werk?

CRM: Hoe worden bestaande klanten behouden?

Hoe worden nieuwe klanten geworven?

Hoe wordt de relatie met de klant goed gehouden?

HRM: Hoe worden nieuwe werknemers geworven en waar wordt dan opgelet? Wat moeten zij kunnen en bezitten? Wat is de overlegstructuur->formeel-informeel, telefoon of gesprek of mail binnen de organisatie.

Kwaliteitssysteem: Zijn er certificaten behaald of gewonnen? Zijn er systemen die de kwaliteit van de sportschool waarborgt?

Managementinformatie systeem: zijn er vaste evaluatiegesprekken tussen het personeel?

Hoe wordt informatie aan elkaar overgedragen->wekelijkse vergaderingen?

Werkprocessen - wat zijn de dagelijkse werkprocessen binnen Sportcenter Allround?

- hoe verlopen de werkprocessen?

- hoe worden de werkprocessen gecoördineerd?

- bestaan er richtlijnen voor de werkprocessen?

- hoe vind je dat de werkprocessen verlopen? Kan dit beter/ anders?

Werkwijze - hoe zou je de werkwijze binnen het bedrijf kunnen beschrijven?

- ben je tevreden over de werkwijzen? Communicatie - op welke wijze wordt er onder het personeel gecommuniceerd m.b.t. aanvragen/ klanten?

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Ontwikkelingen - zijn er binnen de organisatie punten die beter moeten/ kunnen met betrekking tot de werkwijze en communicatie? Waarom?

- hoe zouden die punten aangepakt moeten worden?
- waar op zouden die ontwikkelingen invloed hebben

Staf

Aantal werknemers + functie + leeftijden + opleiding?

Aantal stagiaires?

Wordt voldoende gebruikgemaakt van de bekwaamheden van medewerkers?

Zijn medewerkers energiek, stressbestendig, creatief en flexibel?

Is er voldoende gekwalificeerd personeel?

Wordt aandacht besteed aan training en opleiding?

Significante waarden

Wat is de missie en de visie van Sportcenter Allround? Weet de rest van het personeel dit ook?

Wat zijn de normen en waarde binnen Allround?

Wat is de slogan van Sportcenter Allround, als deze aanwezig is?

Sleutelvaardigheden

Wat zijn de sterke punten van Sportcenter Allround?

Wat zijn de zwakke punten van Sportcenter Allround?

Waarin onderscheid Allround zich van andere Sportscholen?

Is al het personeel gediplomeerd?

Biedt Sportcenter Allround unieke activiteiten aan?

Product

Welke diensten en producten biedt Sportcenter Allround allemaal aan?

Fitness-groepslessen-sauna-mountainbike-buiten hardlopen-catering-voedingsprogramma's-Personal training-enz.? Hoeveel procent van de omzet is dit?

Prijs

Wat zijn de prijzen per abonnement om te fitnessen?

Wat zijn de prijzen voor voedingsprogramma's?

Wat zijn de prijzen voor overige faciliteiten (zonnebank, mountainbike, weekendjes weg met mountainbike, enz.)?

Waar op de is verkoopprijs gebaseerd? Hoe komt Sportcenter Allround bij dit getal?

Promotie

Heeft Sportcenter Allround Twitter, LinkedIn?

Maakt Sportcenter Allround gebruik van posters?

Free publicity: komt Sportcenter Allround wel is voor in persberichten?

Reclame: promoot Sportcenter Allround door middel van: reclamefolders, radio-, televisie- en abri-reclame.

Persoonlijke verkoop: doet Sportcenter Allround aan directe communicatie om hun dienst te promoten?

Verkooppromotie: doet Sportcenter Allround aan acties met prijsverlaging of andere aanbiedingen?

Cold calling: belt Sportcenter Allround mensen op om hun dienst te promoten? (kunnen ook bedrijven zijn)

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Plaats

Distributiekanaal, waar komen de apparaten, kleding, catering vandaan?

Afsluiting

Bedankt voor het interview en uw medewerking. Hebt u zelf nog aan- of opmerking of vragen? Als ik nog informatie te kort kom, kan ik u dan weer benaderen?

Topiclijst interview Lars van Diepen, Nick van de Windt & Didier Coral.

Hoe ziet de concurrentieanalyse van Sportcenter Allround eruit?

*Mag ik dit interview opnemen?

Introductie

Dit interview neem ik met u af om een beter inzicht te krijgen in de concurrentieanalyse van Sportcenter Allround. Het interview zal worden verwerkt in mijn onderzoeksverslag, wat vervolgens terecht gaat komen bij de eigenaren van Sportcenter Allround en De Haagse Hogeschool.

Topics:

Sportschool algemeen

Wat vind je van de sfeer, hygiëne, kleedkamers, personeel, apparatuur?

Word je begeleid tijdens het sporten?

Is de sportschool goed te bereiken?

Is de sportschool dichtbij?

Verskil met Sportcenter Allround

Waarom ben je weg gegaan bij Sportcenter Allround?

Wat vind je hier beter dan bij Sportcenter Allround?

Wanneer zou je terug komen bij Sportcenter Allround?

Abonnement

Wat zijn de kosten?

Moet je voor het fitnesssen en groepslessen apart of samen een abonnement nemen?

Zijn er speciale tarieven voor studenten?

Zit bij de prijs ook de sauna inbegrepen?

Openingstijden

Hoe laat gaat de sportschool open?

Hoe laat gaat de sportschool dicht?

Wat zijn de openingstijden in het weekend?

Zijn er speciale tijden voor studenten?

Activiteiten

Wordt er naast de groepslessen nog iets aangeboden?

Wat mis je op deze sportschool?

Wat vind je niet goed van deze sportschool en zie je graag anders?

Afsluiting

Bedankt voor het interview en uw medewerking. Hebt u zelf nog aan- of opmerking of vragen? Als ik nog informatie te kort kom, kan ik u dan weer benaderen?

Topiclijst interview met de scholen

Nieuwe samenwerkingspartners voor Sportcenter Allround

*Mag ik dit interview opnemen?

Introductie

Dit interview neem ik met u af om een beter inzicht te krijgen in de mogelijke samenwerkingspartners van Sportcenter Allround. Het interview zal worden verwerkt in mijn onderzoeksverslag, wat vervolgens terecht gaat komen bij de eigenaren van Sportcenter Allround en De Haagse Hogeschool.

Topics:

Samenwerking

Werkt uw school al met andere verenigingen samen?
Wordt de school gestimuleerd om te bewegen van uit de gemeente?

Sporten op school

Wat doet uw school aan beweging?
Worden er extra activiteiten gedaan naast het gymmen?
Gaaf de school aan de slag met de gezondheid van de kinderen?

Informeren

Geeft de school lessen over bewegen en gezondheid?
Worden de kinderen op de hoogte gehouden over de consequenties van weinig bewegen en een slechte gezondheid?
Worden de kinderen geïnformeerd over voeding?

Sportcenter Allround

Ziet uw school een samenwerking met Sportcenter Allround zitten?
Wat verwacht u dan van Sportcenter Allround op het gebied van bewegen, voeding en gezondheid?
Hoe ziet u de samenwerking met Sportcenter Allround?

Afsluiting

Bedankt voor het interview en uw medewerking. Hebt u zelf nog aan- of opmerking of vragen? Als ik nog informatie te kort kom, kan ik u dan weer benaderen?

Topiclijst interview met de sportverenigingen

Nieuwe samenwerkingspartners voor Sportcenter Allround

*Mag ik dit interview opnemen?

Introductie

Dit interview neem ik met u af om een beter inzicht te krijgen in de mogelijke samenwerkingspartners van Sportcenter Allround. Het interview zal worden verwerkt in mijn onderzoeksverslag, wat vervolgens terecht gaat komen bij de eigenaren van Sportcenter Allround en De Haagse Hogeschool.

Topics:

Samenwerking

Werkt uw sportvereniging al met andere verenigingen, scholen of bedrijven samen?
Wordt de vereniging gestimuleerd van uit de gemeente?

Blessures

Waar worden de spelers naar toe gestuurd die een ernstige blessure hebben?
Hoe ziet hun revalidatie proces er uit?
Wordt er gebruik gemaakt van fysiotherapie?

Zomer- en winterstop

Hoe wordt de conditie van de spelers op peil gehouden gedurende deze periodes?
Werken de spelers met sportschema's die opgesteld zijn door professionals?
Wat doet uw sportvereniging wanneer de spelers geen gebruik kunnen maken van de velden in verband met regen of iets dergelijks?

Krachttraining

Wat wordt er bij uw sportvereniging gedaan aan krachttraining?
Worden de spelers begeleid door mensen die hier verstand van hebben?

Informereren

Geeft de sportvereniging informatie over bewegen en gezondheid?
Worden de spelers op de hoogte gehouden over de consequenties van weinig bewegen en een slechte gezondheid?
Worden de spelers geïnformeerd over voeding?

Sportcenter Allround

Ziet uw vereniging een samenwerking met Sportcenter Allround zitten?
Wat verwacht u dan van Sportcenter Allround op het gebied van bewegen, voeding en gezondheid?
Hoe ziet u de samenwerking met Sportcenter Allround?

Afsluiting

Bedankt voor het interview en uw medewerking. Hebt u zelf nog aan- of opmerking of vragen? Als ik nog informatie te kort kom, kan ik u dan weer benaderen?

Topiclijst interview met Maaïke Oldeboer

Nieuwe samenwerkingspartners voor Sportcenter Allround

*Mag ik dit interview opnemen?

Introductie

Dit interview neem ik met u af om een beter inzicht te krijgen in de mogelijke samenwerkingspartners van Sportcenter Allround. Het interview zal worden verwerkt in mijn onderzoeksverslag, wat vervolgens terecht gaat komen bij de eigenaren van Sportcenter Allround en De Haagse Hogeschool.

Topics:

Dansschool

Wat voor dansschool wil u beginnen?
Wat is uw doelgroep?
Wat hebt u hiervoor nodig?
Heeft u al een locatie?
Binnen welk gebied wilt u uw doelgroep bereiken?
Hoe gaat u uw doelgroep bereiken?

Markt

Is er vraag naar een dansschool in de omgeving van Den Hoorn?
Hoe ziet het met de concurrentie in de buurt?
Wat onderscheid u van andere dansbedrijven?

Ervaring

Weet u hoe u een dansbedrijf moet beginnen?
Bent u hiervoor geschoold?
Bent u alleen of zijn er nog meer dansleraressen of ondernemers waarmee u het bedrijf wilt opzetten?
Heeft u al partners voor uw dansbedrijf waarmee u samenwerkt?

Sportcenter Allround

Hoe ziet u de samenwerking met Sportcenter Allround?
Wat verwacht u van Sportcenter Allround tijdens de samenwerking?
Wilt u met nog meer bedrijven gaan samenwerken?

Afsluiting

Bedankt voor het interview en uw medewerking. Heeft u zelf nog aan- of opmerking of vragen? Als ik nog informatie te kort kom, kan ik u dan weer benaderen?

Topiclijst interview Summit Health en Allround Beauty.

Samenwerkingspartners?

*Mag ik dit interview opnemen?

Introductie

Dit interview neem ik met u af om een beter inzicht te krijgen in bestaande samenwerkingspartners van Sportcenter Allround. Het interview zal worden verwerkt in mijn onderzoeksverslag, wat vervolgens terecht gaat komen bij de eigenaren van Sportcenter Allround en De Haagse Hogeschool.

Topics:

Samenwerking

Op wat voor manier werkt u samen met Sportcenter Allround?

Hoe bevalt deze samenwerking?

Wat zou u graag anders zien aan de samenwerking in de toekomst?

Bent u nog van plan lang te blijven samenwerken met Sportcenter Allround?

Waarom werkt u samen met Sportcenter Allround?

Contracten

Wat voor contract is momenteel getekend?

Voor hoeveel jaar is dit contract nog geldig?

Afsluiting

Bedankt voor het interview en uw medewerking. Heeft u zelf nog aan- of opmerking of vragen? Als ik nog informatie te kort kom, kan ik u dan weer benaderen?

Enquête Fitnessbeoefenaars

Klanttevredenheidsonderzoek Sportcenter Allround

Sportcenter Allround is bezig met een tevredenheidsonderzoek onder de bestaande klanten. Aan de hand van deze enquête kan Sportcenter Allround inspelen op de wensen en behoeften van de klant, om zo het sporten voor u nog plezieriger te maken. Zo werken we samen aan een optimale sportomgeving!

Alvast bedankt,

Sportcenter Allround

Algemene vragen

1. Bent u een man of een vrouw?
 - ☐ Man
 - ☐ Vrouw
2. Wat is uw leeftijd?
.....jaar
3. Hoe lang bent u ongeveer lid van Sportcenter Allround?
.....jaar
4. Hoeveel uur per week sport u gemiddeld bij Sportcenter Allround?
.....uur
5. Hoe bent u bij Sportcenter Allround terecht gekomen?
 - ☐ Via familie
 - ☐ Via een vriend/vriendin
 - ☐ Via het internet
 - ☐ Via een advertentie
 - ☐ Anders namelijk.....
6. Waarom sport u bij Sportcenter Allround (meerdere antwoorden mogelijk)?
 - ☐ Voor de gezelligheid
 - ☐ Om af te vallen/een beter figuur te krijgen
 - ☐ Om aan mijn conditie te werken
 - ☐ Om gezondheidsredenen
 - ☐ Spiermassa te kweken
 - ☐ Om iets te leren op het gebied van sport
 - ☐ Revalideren na een blessure

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

7. Waarom prefereert u Sportcenter Allround boven andere sportscholen (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ Omdat Sportcenter Allround het dichtst bij is voor mij
- ☐ Omdat ik Sportcenter Allround qua prijs aantrekkelijk vind
- ☐ Omdat ik vind dat ik bij Sportcenter Allround beter begeleid wordt
- ☐ Vanwege de extra faciliteiten die Sportcenter Allround biedt, zoals: zonnebank, sauna etc.
- ☐ Omdat al mijn vrienden en vriendinnen bij Sportcenter Allround sporten.
- ☐ Anders, namelijk.....

Kwaliteit van Sportcenter Allround

Bij dit onderdeel wil ik graag uw mening weten over de kwaliteit die Sportcenter Allround u biedt. Ik wil graag weten hoe tevreden u bent over een aantal zaken met betrekking op Sportcenter Allround. Dit kunt u beoordelen met een cijfer van 1 t/m 10, waarbij 10 heel goed is en 1 heel slecht.

		Tevredenheid
1	De uiterlijke verzorging van het personeel	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2	De beleefdheid van het personeel achter de receptie	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3	De beleefdheid van de instructeurs	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4	De bereidheid van de instructeurs om te helpen	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5	De bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6	De deskundigheid van de instructeurs	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7	De deskundigheid van het receptiepersoneel	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
8	De ventilatie in de sportzalen	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
9	De hygiëne in de sportzalen	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10	De hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11	De muziek in de fitnesszaal en/of tijdens de lessen op de sportschool	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
12	De bereikbaarheid van de sportschool	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
13	De parkeergelegenheid bij de sportschool	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
14	De kwaliteit van de sauna	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
15	De kwaliteit van de kinderopvang	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
16	De kwaliteit van de zonnebank	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
17	De hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
18	De sfeer op de sportschool	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
19	De openingstijden	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Hoe tevreden bent u in het algemeen over Sportcenter Allround? Hierbij staat 10 voor heel erg tevreden en 1 voor heel erg ontevreden.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

De fitness beoefenaars

9. Is de fitness apparatuur voldoende beschikbaar?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

10. Is er genoeg fitness apparatuur aanwezig?

- ☐ Ja

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

- ☐ Nee, ik mis.....

11. Kunt u zwaar genoeg trainen op de fitnessapparatuur?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, het aantal kilo's bij de apparatuur is te laag

12. Zijn de dumbbells bij Sportcenter Allround zwaar genoeg?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

13. Is de cardio apparatuur voldoende beschikbaar?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

14. Is er voldoende cardio apparatuur aanwezig?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, ik mis.....

15. Is de cardio apparatuur makkelijk in zijn gebruik?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

16. Wat vindt u van de meetmogelijkheden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling?

- ☐ Goed
- ☐ Voldoende
- ☐ Matig
- ☐ Ik wist niet dat deze meetmogelijkheden er waren

17. Wat vindt u van de sportschema's die worden aangeboden door Sportcenter Allround?

- ☐ Goed
- ☐ Voldoende
- ☐ Matig
- ☐ Ik wist niet dat je een sportschema op maat kon laten maken

18. Hoe vindt u de manier waarop je vorderingen bij Sportcenter Allround worden bijgehouden?

- ☐ Goed
- ☐ Voldoende
- ☐ Matig
- ☐ Ik wist niet dat je vorderingen bijgehouden konden worden door Sportcenter Allround

19. Is de fitnesszaal genoeg open om in te sporten?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

20. Zijn er voldoende instructeurs aanwezig tijdens het fitnessen/cardio training om u te begeleiden?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

21. Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens het sporten?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Heeft u tot slot nog opmerkingen of suggesties voor verbeteringen die Sportcenter Allround door zou kunnen voeren om in de toekomst nog beter aan de wensen en behoeften van haar klanten te voldoen?.....

.....

Bedankt voor het invullen van de enquête.

Wij hopen in te kunnen spelen op uw wensen en behoeften.

Met vriendelijke groet,

Sportcenter Allround

Enquête voor studenten

Klanttevredenheidsonderzoek Sportcenter Allround

Sportcenter Allround is bezig met een tevredenheidsonderzoek onder de bestaande klanten. Aan de hand van deze enquête kan Sportcenter Allround inspelen op de wensen en behoeften van de klant, om zo het sporten voor u nog plezieriger te maken. Zo werken we samen aan een optimale sportomgeving!

Alvast bedankt,

Sportcenter Allround

Algemene vragen

Zie voor de algemene vragen 1 t/m 8 de enquête voor de fitnessbeoefenaars

De studenten

9. Is de fitness apparatuur voldoende beschikbaar?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

10. Is er genoeg fitness apparatuur aanwezig?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee, ik mis.....

11. Kunt u zwaar genoeg trainen op de fitnessapparatuur?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee, het aantal kilo's bij de apparatuur is te laag

12. Zijn de dumbells bij Sportcenter Allround zwaar genoeg?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

13. Is de cardio apparatuur voldoende beschikbaar?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

14. Is er voldoende cardio apparatuur aanwezig?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee, ik mis.....

15. Is de cardio apparatuur makkelijk in zijn gebruik?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

16. Wat vindt u van de meetmogelijkheden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling?
- ☐ Goed
 - ☐ Voldoende
 - ☐ Matig
 - ☐ Ik wist niet dat deze meetmogelijkheden er waren
17. Wat vindt u van de sportschema's die worden aangeboden door Sportcenter Allround?
- ☐ Goed
 - ☐ Voldoende
 - ☐ Matig
 - ☐ Ik wist niet dat je een sportschema op maat kon laten maken
18. Hoe vindt u de manier waarop je vorderingen bij Sportcenter Allround worden bijgehouden?
- ☐ Goed
 - ☐ Voldoende
 - ☐ Matig
 - ☐ Ik wist niet dat je vorderingen bijgehouden konden worden door Sportcenter Allround
19. Is de fitnesszaal genoeg open om in te sporten?
- ☐ Ja
 - ☐ Nee
20. Zijn er voldoende instructeurs aanwezig tijdens het fitnesssen/cardio training om u te begeleiden?
- ☐ Ja
 - ☐ Nee
21. Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens het sporten?
- ☐ Ja
 - ☐ Nee
22. Wat vindt u van de speciale tarieven voor studenten?
- ☐ Te hoog
 - ☐ Goed
 - ☐ Te laag
23. Wat vindt u van de speciale openingstijden voor leden met een studentenabonnement (meerdere antwoorden mogelijk)?
- ☐ Te laat open voor studenten
 - ☐ Te vroeg dicht voor studenten
 - ☐ De studenten openingstijden zijn goed zo
 - ☐ Ik zou ook graag in het weekend willen sporten als student zijnde

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Heeft u tot slot nog opmerkingen of suggesties voor verbeteringen die Sportcenter Allround door zou kunnen voeren om in de toekomst nog beter aan de wensen en behoeften van haar klanten te voldoen?.....

.....

Bedankt voor het invullen van de enquête.

Wij hopen in te kunnen spelen op uw wensen en behoeften.

Met vriendelijke groet,

Sportcenter Allround

Enquête voor deelnemers aan groepslessen

Klanttevredenheidsonderzoek Sportcenter Allround

Sportcenter Allround is bezig met een tevredenheidsonderzoek onder de bestaande klanten. Aan de hand van deze enquête kan Sportcenter Allround inspelen op de wensen en behoeften van de klant, om zo het sporten voor u nog plezieriger te maken. Zo werken we samen aan een optimale sportomgeving!

Alvast bedankt,

Sportcenter Allround

Algemene vragen

Zie voor de algemene vragen 1 t/m 8 de enquête voor de fitnessbeoefenaars

De deelnemers aan groepslessen

9. Wat vindt u van de duur van de groepslessen?
 - ☐ Goed
 - ☐ Te lang
 - ☐ Te kort

10. Zijn de lessen die u volgt verschillend genoeg?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

11. Is er altijd plek voor u om deel te nemen aan de groepslessen?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

12. Wat vindt u van het niveau/intensiviteit van de groepslessen?
 - ☐ Goed
 - ☐ Te hoog
 - ☐ Te laag

13. Is de uitleg van de oefeningen tijdens de groepslessen duidelijk?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

14. Wat vindt u van de muziek tijdens de groepslessen?
 - ☐ Te hard
 - ☐ Te zacht
 - ☐ Goed

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

15. Zijn er genoeg verschillende groepslessen (Zumba, body pump enz.)?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

16. Mist u nog een bepaalde les voor groepen bij Sportcenter Allround?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, ik mis.....

17. Wat vindt u van de tijden waarop de groepslessen worden aangeboden?

- ☐ Goed
- ☐ Te laat
- ☐ Te vroeg

18. Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens de groepslessen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Heeft u tot slot nog opmerkingen of suggesties voor verbeteringen die Sportcenter Allround door zou kunnen voeren om in de toekomst nog beter aan de wensen en behoeften van haar klanten te voldoen?.....

.....

Bedankt voor het invullen van de enquête.

Wij hopen in te kunnen spelen op uw wensen en behoeften.

Met vriendelijke groet,

Sportcenter Allround

Enquête voor deelnemers aan voedingsprogramma's

Klanttevredenheidsonderzoek Sportcenter Allround

Sportcenter Allround is bezig met een tevredenheidsonderzoek onder de bestaande klanten. Aan de hand van deze enquête kan Sportcenter Allround inspelen op de wensen en behoeften van de klant, om zo het sporten voor u nog plezieriger te maken. Zo werken we samen aan een optimale sportomgeving!

Alvast bedankt,

Sportcenter Allround

Algemene vragen

Zie voor de algemene vragen 1 t/m 8 de enquête voor de fitnessbeoefenaars

De deelnemers aan voedingsprogramma's

9. Wat vindt u van de duur van de voedingsprogramma's?
 - ☐ Goed
 - ☐ Te lang
 - ☐ Te kort

10. Ziet u resultaat nu u deelneemt aan een voedingsprogramma?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

11. Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens uw voedingsprogramma?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

12. Wat vindt u van de samenstelling van de aangeboden voeding?
 - ☐ Goed
 - ☐ Vies

13. Is uw hongergevoel tijdens uw deelname aan het voedingsprogramma weg?
 - ☐ Ja
 - ☐ Nee

14. Wat vindt u van de intensiviteit van het sporten tijdens uw deelname aan het voedingsprogramma?
 - ☐ Te hoog
 - ☐ Te laag
 - ☐ Goed

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

15. Doet u genoeg kennis op over voeding en bewegen tijdens dit voedingsprogramma?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

16. Kunt u na dit voedingsprogramma zonder begeleiding door met gezond eten en bewegen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

17. Krijgt u goed en duidelijk antwoord als u vragen heeft over voeding of bewegen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

18. Wat vindt u van de kosten van de voedingsprogramma's?

- ☐ Te hoog
- ☐ Goed
- ☐ Te laag

Heeft u tot slot nog opmerkingen of suggesties voor verbeteringen die Sportcenter Allround door zou kunnen voeren om in de toekomst nog beter aan de wensen en behoeften van haar klanten te voldoen?.....

.....

Bedankt voor het invullen van de enquête.

Wij hopen in te kunnen spelen op uw wensen en behoeften.

Met vriendelijke groet,

Sportcenter Allround

Enquête potentiële klanten

Onderzoek naar de wensen en behoeften van potentiële klanten van Sportcenter Allround

Sportcenter Allround is bezig met een onderzoek onder de potentiële klanten van Sportcenter Allround. Aan de hand van deze enquête kan Sportcenter Allround inspelen op de wensen en behoeften van deze potentiële klanten, om zo samen te werken aan een optimale sportomgeving!

Alvast bedankt,

Sportcenter Allround

1. Bent u een man of een vrouw?
 - ☐ Man
 - ☐ Vrouw
2. Wat is uw leeftijd?
 - ☐ 4-16 jaar
 - ☐ 17-25 jaar
 - ☐ 26-40 jaar
 - ☐ 41-60 jaar
 - ☐ 60+
3. Hoeveel uur per week sport u gemiddeld?
 - ☐ Niet
 - ☐ 0-1 uur
 - ☐ 1-2 uur
 - ☐ 2-3 uur
 - ☐ 3-4 uur
 - ☐ 4-5 uur
 - ☐ Meer dan 5 uur
4. Waar sport u momenteel?
 - ☐ Ik sport niet
 - ☐ Thuis
 - ☐ Vereniging
 - ☐ Buiten in mijn vrije tijd
 - ☐ Anders, namelijk.....
5. Wat zijn uw belangrijkste motieven geweest om te starten met sporten (selecteer de 3 belangrijkste motieven)?
 - ☐ Ik sport niet
 - ☐ Beperken van stress
 - ☐ Om af te vallen
 - ☐ Op advies van mij arts/fysiotherapeut
 - ☐ Voor de gezelligheid
 - ☐ Om spiermassa te kweken
 - ☐ Voor mijn gezondheid

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

- ☐ Om mijn conditie te verbeteren
 - ☐ Om iets te leren op het gebied van sport
 - ☐ Om met mijn vrienden/vriendinnen bezig te zijn
 - ☐ Voor de ontspanning
6. Wat zijn uw belangrijkste motieven om door te blijven gaan met sporten (Selecteer de 3 belangrijkste motieven)?
- ☐ Geen, ik sport niet
 - ☐ Beperken van stress
 - ☐ Om af te vallen
 - ☐ Op advies van mijn arts/fysiotherapeut
 - ☐ Voor de gezelligheid
 - ☐ Om spiermassa te kweken
 - ☐ Voor mijn gezondheid
 - ☐ Om mijn conditie te verbeteren
 - ☐ Om iets te leren op het gebied van sport
 - ☐ Om met mijn vrienden/vriendinnen bezig te zijn
 - ☐ Voor de ontspanning
7. Waarom sport u niet bij een fitnesscentrum (meerdere antwoorden mogelijk)?
- ☐ Te duur
 - ☐ Te ver weg
 - ☐ Geen tijd voor
 - ☐ Ik hou niet van de drukte bij een fitnesscentrum
 - ☐ Ik sport al genoeg
 - ☐ Anders, namelijk.....
8. Om wat voor redenen zou u wel willen gaan fitnessen (meerdere antwoorden mogelijk)?
- ☐ Als een art/fysiotherapeut mij doorstuurt
 - ☐ Als ik overgewicht heb
 - ☐ Tijdens de onderbrekingen in het seizoen van mijn eigen sport
 - ☐ Om spiermassa te kweken
 - ☐ Om aan mijn conditie te werken
 - ☐ Voor de gezelligheid
 - ☐ Als ik goed begeleid word
 - ☐ Als ik benaderd word door het fitnesscentrum
 - ☐ Anders, namelijk.....
9. Hoe belangrijk vindt u de volgende punten bij een fitnesscentrum? Hierbij is een 10 heel erg belangrijk en een 1 heel erg onbelangrijk.

		Tevredenheid
1	De uiterlijke verzorging van het personeel	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2	De beleefdheid van het personeel	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3	De bereidheid van het personeel om te helpen	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4	De deskundigheid van het personeel	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5	De ventilatie in de sportzalen	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

6	De hygiëne in het fitnesscentrum	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7	De muziek in het fitnesscentrum	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
8	De bereikbaarheid van het fitnesscentrum	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
9	De parkeergelegenheid van het fitnesscentrum	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
10	Dat een fitnesscentrum een sauna heeft	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
11	Dat een fitnesscentrum een zonnebank heeft	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
12	Dat een fitnesscentrum een kinderopvang heeft	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
13	De hoogte van de contributie	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
14	De sfeer in het fitnesscentrum	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
15	Lange openingstijden	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10. Bent u bekend met Sportcenter Allround?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

11. Bent u ooit wel is benaderd door Sportcenter Allround?

- ☐ Ja, via de mail
- ☐ Ja, via advertenties
- ☐ Ja, via persoonlijk contact
- ☐ Ja, via het internet
- ☐ Ja, via een folder
- ☐ Ja, via reclame
- ☐ Ja, via een poster
- ☐ Nee nog nooit

12. Waarom sport u niet bij Sportcenter Allround (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ Ik heb er nog nooit van gehoord
- ☐ Te duur
- ☐ Te ver weg
- ☐ Te druk op de sportschool
- ☐ Geen tijd voor
- ☐ Niet gezellig
- ☐ Ik hoor slechte dingen over de sportschool
- ☐ Anders, namelijk.....

13. Wanneer zou u wel gaan sporten bij Sportcenter Allround?

.....
.....
.....

Hebt u tot slot nog opmerkingen of suggesties na aanleiding van deze enquête?

.....
.....

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Bedankt voor het invullen van de enquête.
Wij hopen in te kunnen spelen op uw wensen en behoeften.

Met vriendelijke groet,

Sportcenter Allround

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Resultaten enquête Fitnessbeoefenaars

Bent u een man of een vrouw?		
Man		28 (57.14 %)
Vrouw		21 (42.86 %)

Tabel 1.1: de fitnessbeoefenaars geven aan of zij een man of een vrouw zijn (N=49).

Wat is uw leeftijd?		
4-16 jaar		0 (0 %)
17-25 jaar		21 (42 %)
26-40 jaar		11 (22 %)
41-60 jaar		18 (36 %)
60+		0 (0 %)

Tabel 1.2: de fitnessbeoefenaars geven aan in welke leeftijdscategorie zij vallen (N=50).

Hoe lang bent u ongeveer lid van Sportcenter Allround?		
0-1 jaar		7 (14 %)
1-2 jaar		9 (18 %)
2-3 jaar		7 (14 %)
3-4 jaar		5 (10 %)
4-5 jaar		4 (8 %)
langer dan 5 jaar		18 (36 %)

Tabel 1.3: de fitnessbeoefenaars geven aan hoe lang zij ongeveer lid zijn bij Sportcenter Allround (N=50).

Hoeveel uur per week sport u gemiddeld bij Sportcenter Allround?		
0-2 uur		4 (8 %)
2-4 uur		18 (36 %)
4-6 uur		15 (30 %)
6-8 uur		10 (20 %)
langer dan 8 uur		3 (6 %)

Tabel 1.4: de fitnessbeoefenaars geven aan hoeveel uur per week zij gemiddeld sporten bij Sportcenter Allround (N=50).

Hoe bent u bij Sportcenter Allround terecht gekomen?		
Via familie		6 (12.24 %)
Via een vriend/vriendin		29 (59.18 %)
Via het internet		2 (4.08 %)
Via een advertentie		6 (12.24 %)
Anders, namelijk		6 (12.24 %)

Tabel 1.5: de manier waarop fitnessbeoefenaars bij Sportcenter Allround terecht zijn gekomen (N=49).

*Bij 'Anders' werd aangegeven dat zij terecht zijn gekomen bij Sportcenter Allround doordat het dichtbij is en doordat zij wel is bij Sportcenter Allround hadden gesport met de middelbare school.

Waarom sport u bij Sportcenter Allround (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Voor de gezelligheid		19 (38 %)
Om af te vallen/een beter figuur te krijgen		28 (56 %)
Om aan mijn conditie te werken		32 (64 %)
Om gezondheidsredenen		8 (16 %)
Om spiermassa te kweken		29 (58 %)
Om iets te leren op het gebied van sport		3 (6 %)
Om te revalideren na een blessure		5 (10 %)

Tabel 1.6: de reden waarom fitnessbeoefenaars sporten bij Sportcenter Allround (N=50, #124).

Waarom prefereert u Sportcenter Allround boven andere sportscholen (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Omdat Sportcenter Allround het dichtst bij is voor mij		35 (71.43 %)
Omdat ik Sportcenter Allround qua prijs aantrekkelijk vind		1 (2.04 %)
Omdat ik vind dat ik bij Sportcenter Allround beter begeleid wordt		13 (26.53 %)
Vanwege de extra faciliteiten die Sportcenter Allround biedt, zoals: zonnebanken, sauna, etc.		7 (14.29 %)
Omdat al mijn vrienden en vriendinnen bij Sportcenter Allround sporten.		9 (18.37 %)
Anders, namelijk		16 (32.65 %)

Tabel 1.7: de reden waarom fitnessbeoefenaars bij Sportcenter Allround sporten i.p.v. een andere sportschool (N=49, #81).

*Bij "Anders" was de voornaamste reden: "door de sfeer".

Bij dit onderdeel wil ik graag uw mening weten over de kwaliteit die Sportcenter Allround u biedt. Ik wil graag weten hoe tevreden u bent over een aantal zaken met betrekking op Sportcenter Allround. Dit kunt u beoordelen met een cijfer van 1 t/m 10, waarbij 10 heel goed is en 1 heel slecht.

De uiterlijke verzorging van het personeel

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,2

Tabel 1.8: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de verzorging van het personeel (N=50).

De beleefdheid van het personeel achter de receptie

Maximaal: 10 Minimaal: 4 Gemiddeld: 7,8

Tabel 1.9: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van het personeel achter de receptie (N=49).

De beleefdheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,0

Tabel 1.10: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van de instructeurs (N=50).

De bereidheid van de instructeurs om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 3 Gemiddeld: 7,8

Tabel 1.11: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van de instructeurs om te helpen (N=50).

De bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,7

Tabel 1.12: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen (N=50).

De deskundigheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,0

Tabel 1.13: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van de instructeurs (N=50).

De deskundigheid van het receptiepersoneel

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 7,7

Tabel 1.14: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van het receptiepersoneel (N=47).

De ventilatie in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 3 Gemiddeld: 6,4

Tabel 1.15: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de ventilatie in de sportzalen (N=48).

De hygiëne in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,1

Tabel 1.16: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de sportzalen (N=50).

De hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7,7

Tabel 1.17: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten (N=50).

De muziek in de fitnesszaal en/of tijdens de lessen op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 6,7

Tabel 1.18: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de muziek in de sportzalen (N=50).

De bereikbaarheid van de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,6

Tabel 1.19: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de bereikbaarheid van de sportschool (N=49).

De parkeergelegenheid bij de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,9

Tabel 1.20: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de parkeergelegenheid bij de sportschool (N=50).

De kwaliteit van de sauna

Maximaal: 10 Minimaal: 3 Gemiddeld: 7,3

Tabel 1.21: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de sauna van de sportschool (N=42).

De kwaliteit van de kinderopvang

Maximaal: 9 Minimaal: 4 Gemiddeld: 7,1

Tabel 1.22: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de kinderopvang van de sportschool (N=31).

De kwaliteit van de zonnebank

Maximaal: 9 Minimaal: 2 Gemiddeld: 6,9

Tabel 1.23: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de zonnebank van de sportschool (N=34).

De hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 5,3

Tabel 1.24: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de contributie op de sportschool (N=49).

De sfeer op de sportschool

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,2

Tabel 1.25: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de sfeer op de sportschool (N=50).

De openingstijden

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,4

Tabel 1.26: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de openingstijden van de sportschool (N=49).

Hoe tevreden bent u in het algemeen over Sportcenter Allround?

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,6

Tabel 1.27: de fitnessbeoefenaars geven een rapportcijfer betreffende de sportschool in zijn geheel (N=50).

Is de fitness apparatuur voldoende beschikbaar?		
Ja		47 (94 %)
Nee		3 (6 %)

Tabel 1.28: de fitnessbeoefenaars geven aan of de fitness apparatuur voldoende beschikbaar is (N=50).

Is er genoeg fitness apparatuur aanwezig?		
Ja		42 (85.71 %)
Nee, ik mis		7 (14.29 %)

Tabel 1.29: de fitnessbeoefenaars geven aan of alle fitness apparatuur aanwezig is (N=49).

*Wat fitnessbeoefenaars missen is: squad rek, relaxruimte, buikspierbankje en een TRX touw.

Kunt u zwaar genoeg trainen op de fitness apparatuur?		
Ja		47 (95.92 %)
Nee, het aantal kilo's bij de apparatuur is te laag		2 (4.08 %)

Tabel 1.30: de fitnessbeoefenaars geven aan of zij zwaar genoeg kunnen trainen op de fitness apparatuur (N=49).

Zijn de dumbbells bij Sportcenter Allround zwaar genoeg?		
Ja		44 (91.67 %)
Nee		4 (8.33 %)

Tabel 1.31: de fitnessbeoefenaars geven aan of de dumbbells zwaar genoeg zijn op de sportschool (N=48).

Is de cardio apparatuur voldoende beschikbaar?		
Ja		43 (89.58 %)
Nee		5 (10.42 %)

Tabel 1.32: de fitnessbeoefenaars geven aan of de cardio apparatuur voldoende beschikbaar is (N=48).

Is er voldoende cardio apparatuur aanwezig?		
Ja		44 (91.67 %)
Nee, ik mis		4 (8.33 %)

Tabel 1.33: de fitnessbeoefenaars geven aan of alle cardio apparatuur aanwezig is op de sportschool (N=48).

*Wat fitnessbeoefenaars missen zijn meer roei apparaten.

Is de cardio apparatuur makkelijk in zijn gebruik?		
Ja		47 (97.92 %)
Nee		1 (2.08 %)

Tabel 1.34: de fitnessbeoefenaars geven aan of de cardio apparatuur makkelijk in zijn gebruik is (N=48).

Wat vindt u van de meetmogelijkheden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling?		
Goed		17 (35.42 %)
Voldoende		22 (45.83 %)
Matig		5 (10.42 %)

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Ik wist niet dat deze meetmogelijkheden er waren		4 (8.33 %)
--	---	------------

Tabel 1.35: de fitnessbeoefenaars geven aan wat zij van de meetmogelijkheden vinden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling op de sportschool (N=48).

Wat vind je van de sportschema's die worden aangeboden door Sportcenter Allround?		
Goed		25 (51.02 %)
Voldoende		18 (36.73 %)
Matig		5 (10.2 %)
Ik wist niet dat je een sportschema op maat kon laten maken		1 (2.04 %)

Tabel 1.36: de fitnessbeoefenaars geven aan wat zij vinden van de sportschema's die worden aangeboden op de sportschool (N=49).

Hoe vind je de manier waarop je vorderingen bij Sportcenter Allround worden bijgehouden?		
Goed		15 (32.61 %)
Voldoende		17 (36.96 %)
Matig		10 (21.74 %)
Ik wist niet dat je vorderingen bijgehouden konden worden door Sportcenter Allround		4 (8.7 %)

Tabel 1.37: de fitnessbeoefenaars geven aan wat zij vinden van de manier waarop vordering van een lid worden bijgehouden op de sportschool (N=46).

Is de fitnesszaal genoeg open om in te sporten?		
Ja		39 (79.59 %)
Nee		10 (20.41 %)

Tabel 1.38: de fitnessbeoefenaars geven aan of de fitnesszaal genoeg open is (N=49).

Zijn er voldoende instructeurs aanwezig tijdens het fitnessen/cardio training?		
Ja		43 (87.76 %)
Nee		6 (12.24 %)

Tabel 1.39: de fitnessbeoefenaars geven aan of er voldoende instructeurs aanwezig zijn tijdens het sporten (N=49).

Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens het sporten?		
Ja		38 (76 %)
Nee		12 (24 %)

Tabel 1.40: de fitnessbeoefenaars geven aan of zij voldoende begeleid worden door instructeurs tijdens het sporten (N=50).

Legenda:

n = aantal respondenten dat de vraag heeft gezien

= aantal ontvangen antwoorden

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Resultaten enquête voor deelnemers aan groepslessen

Bent u een man of een vrouw?		
Man		13 (29.55 %)
Vrouw		31 (70.45 %)

Tabel 2.1: de groepslesdeelnemers geven aan of zij een man of een vrouw zijn (N=44).

Wat is uw leeftijd?		
4-16 jaar		0 (0 %)
17-25 jaar		7 (15.91 %)
26-40 jaar		8 (18.18 %)
41-60 jaar		23 (52.27 %)
60+		6 (13.64 %)

Tabel 2.2: de groepslesdeelnemers geven aan wat hun leeftijd is (N=44).

Hoe lang bent u ongeveer lid van Sportcenter Allround?		
0-1 jaar		6 (13.64 %)
1-2 jaar		6 (13.64 %)
2-3 jaar		9 (20.45 %)
3-4 jaar		4 (9.09 %)
4-5 jaar		2 (4.55 %)
langer dan 5 jaar		17 (38.64 %)

Tabel 2.3: de groepslesdeelnemers geven aan hoe lang zij ongeveer lid zijn bij Sportcenter Allround (N=44).

Hoeveel uur per week sport u gemiddeld bij Sportcenter Allround?		
0-2 uur		10 (22.73 %)
2-4 uur		14 (31.82 %)
4-6 uur		11 (25 %)
6-8 uur		4 (9.09 %)
langer dan 8 uur		5 (11.36 %)

Tabel 2.4: de groepslesdeelnemers geven aan hoeveel uur per week zij sporten bij Sportcenter Allround (N=44).

Hoe bent u bij Sportcenter Allround terecht gekomen?		
Via familie		10 (23.81 %)
Via een vriend/vriendin		19 (45.24 %)
Via het internet		5 (11.9 %)
Via een advertentie		1 (2.38 %)
Anders, namelijk		7 (16.67 %)

Tabel 2.5: de groepslesdeelnemers geven aan hoe zij terecht zijn gekomen bij Sportcenter Allround (N=42).

*Bij "Anders" gaven de leden aan uit zichzelf bij Sportcenter Allround terecht te zijn gekomen.

Waarom sport u bij Sportcenter Allround (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Voor de gezelligheid		22 (50 %)
Om af te vallen/een beter figuur te krijgen		20 (45.45 %)
Om aan mijn conditie te werken		34 (77.27 %)
Om gezondheidsredenen		7 (15.91 %)
Om spiermassa te kweken		5 (11.36 %)
Om iets te leren op het gebied van sport		6 (13.64 %)
om te revalideren na een blessure		4 (9.09 %)

Tabel 2.6: de reden waarom groepslesdeelnemers sporten bij Sportcenter Allround (N=44, #98).

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Waarom prefereert u Sportcenter Allround boven andere sportscholen (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Omdat Sportcenter Allround het dichtst bij is voor mij		30 (69.77 %)
Omdat ik Sportcenter Allround qua prijs aantrekkelijk vind		0 (0 %)
Omdat ik vind dat ik bij Sportcenter Allround beter begeleid wordt		11 (25.58 %)
Vanwege de extra faciliteiten die Sportcenter Allround biedt, zoals: zonnebank, sauna etc.		4 (9.3 %)
Omdat al mijn vrienden en vriendinnen bij Sportcenter Allround sporten.		17 (39.53 %)
Anders, namelijk		5 (11.63 %)

Tabel 2.7: de reden waarom groepslesdeelnemers bij Sportcenter Allround sporten i.p.v. een andere sportschool (N=43, #67).

*Bij "Anders" was de voornaamste reden: "de sfeer".

Bij dit onderdeel wil ik graag uw mening weten over de kwaliteit die Sportcenter Allround u biedt. Ik wil graag weten hoe tevreden u bent over een aantal zaken met betrekking op Sportcenter Allround. Dit kunt u beoordelen met een cijfer van 1 t/m 10, waarbij 10 heel goed is en 1 heel slecht.

De uiterlijke verzorging van het personeel

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,3

Tabel 2.8: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de uiterlijke verzorging van het personeel (N=42).

De beleefdheid van het personeel achter de receptie

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,3

Tabel 2.9: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van het personeel achter de receptie (N=42).

De beleefdheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,4

Tabel 2.10: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van de instructeurs (N=42).

De bereidheid van de instructeurs om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,2

Tabel 2.11: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van de instructeurs om te helpen (N=42).

De bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8

Tabel 2.12: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen (N=42).

De deskundigheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,3

Tabel 2.13: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van de instructeurs (N=42).

De deskundigheid van het receptiepersoneel

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,2

Tabel 2.14: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van het receptiepersoneel (N=41).

De ventilatie in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 6,3

Tabel 2.15: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de ventilatie in de sportzalen (N=42).

De hygiëne in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,2

Tabel 2.16: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de sportzalen (N=42).

De hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,9

Tabel 2.17: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten (N=42).

De muziek in de fitnesszaal en/of tijdens de lessen op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,0

Tabel 2.18: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de muziek in de sportzalen (N=42).

De bereikbaarheid van de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,8

Tabel 2.19: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de bereikbaarheid van de sportschool (N=42).

De parkeergelegenheid bij de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,9

Tabel 2.20: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de parkeergelegenheid bij de sportschool (N=42).

De kwaliteit van de sauna

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7,7

Tabel 2.21: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de sauna (N=29).

De kwaliteit van de kinderopvang

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7

Tabel 2.22: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de kinderopvang (N=23).

De kwaliteit van de zonnebank

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7,3

Tabel 2.23: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de zonnebank (N=23).

De hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround

Maximaal: 9 Minimaal: 2 Gemiddeld: 6,2

Tabel 2.24: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de hoogte van de contributie (N=41).

De sfeer op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,9

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Tabel 2.25: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de sfeer op de sportschool (N=41).

De openingstijden

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,3

Tabel 2.26: de groepslesdeelnemers geven een rapportcijfer betreffende de openingstijden (N=42).

Hoe tevreden bent u in het algemeen over Sportcenter Allround?

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,2

Tabel 2.27: de groepslesdeelnemers geven aan hoe tevreden zij in het algemeen zijn over Sportcenter Allround (N=44).

Wat vindt u van de duur van de groepslessen?		
Goed		43 (100 %)
Te lang		0 (0 %)
Te kort		0 (0 %)

Tabel 2.28: de groepslesdeelnemers geven aan wat zij vinden van de duur van de groepslessen (N=43).

Zijn de lessen die u volgt verschillend genoeg?		
Ja		44 (100 %)
Nee		0 (0 %)

Tabel 2.29: de groepslesdeelnemers geven aan of de lessen die zij volgen verschillend genoeg zijn (N=44).

Is er altijd plek voor u om deel te nemen aan de groepslessen?		
Ja		34 (79.07 %)
Nee		9 (20.93 %)

Tabel 2.30: de groepslesdeelnemers geven aan of er altijd plek is om deel te nemen aan de groepslessen (N=43).

Wat vindt u van het niveau en de intensiviteit van de groepslessen?		
Goed		43 (97.73 %)
Te hoog		0 (0 %)
Te laag		1 (2.27 %)

Tabel 2.31: de groepslesdeelnemers geven aan wat zij vinden van het niveau van de groepslessen (N=44).

Is de uitleg van de oefeningen tijdens de groepslessen duidelijk?		
Ja		44 (100 %)
Nee		0 (0 %)

Tabel 2.32: de groepslesdeelnemers geven aan of de uitleg van de oefeningen tijdens groepslessen duidelijk is (N=44).

Wat vindt u van de muziek tijdens de groepslessen?		
Te hard		5 (11.36 %)
Te zacht		2 (4.55 %)
Goed		37 (84.09 %)

Tabel 2.33: de groepslesdeelnemers geven aan wat zij vinden van de muziek tijdens de groepslessen (N=44).

Zijn er genoeg verschillende groepslessen (Zumba, body pump enz.)?		
Ja		42 (95.45 %)
Nee		2 (4.55 %)

Tabel 2.34: de groepslesdeelnemers geven aan of er genoeg verschillende groepslessen zijn bij Sportcenter Allround (N=44).

Mist u nog een bepaalde les voor groepen bij Sportcenter Allround?		
Nee		37 (88.1 %)
Ja, ik mis		5 (11.9 %)

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Tabel 2.35: de groepslesdeelnemers geven aan of zij nog bepaalde lessen missen voor groepen bij Sportcenter Allround (N=42).

Wat vindt u van de tijden waarop de groepslessen worden aangeboden?		
Goed		39 (90.7 %)
Te laat		1 (2.33 %)
Te vroeg		3 (6.98 %)

Tabel 2.36: de groepslesdeelnemers geven aan wat zij vinden van de tijden waarop de groepslessen worden aangeboden (N=43).

Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens de groepslessen?		
Ja		41 (97.62 %)
Nee		1 (2.38 %)

Tabel 2.37: de groepslesdeelnemers geven aan of zij voldoende begeleid worden door de instructeurs tijdens de groepslessen (N=42).

Legenda:

n = aantal respondenten dat de vraag heeft gezien

= aantal ontvangen antwoorden

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Resultaten enquête voor studenten

Bent u een man of een vrouw?		
Man		26 (72.22 %)
Vrouw		10 (27.78 %)

Tabel 3.1: de studenten geven aan of zij een man of een vrouw zijn (N=36).

Wat is uw leeftijd?		
4-16 jaar		12 (33.33 %)
17-25 jaar		24 (66.67 %)
26-40 jaar		0 (0 %)
41-60 jaar		0 (0 %)
60+		0 (0 %)

Tabel 3.2: de studenten geven aan wat hun leeftijd is (N=36).

Hoe lang bent u ongeveer lid van Sportcenter Allround?		
0-1 jaar		13 (36.11 %)
1-2 jaar		11 (30.56 %)
2-3 jaar		6 (16.67 %)
3-4 jaar		3 (8.33 %)
4-5 jaar		1 (2.78 %)
langer dan 5 jaar		2 (5.56 %)

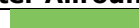
Tabel 3.3: de studenten geven aan hoe lang zij ongeveer lid zijn van Sportcenter Allround (N=36).

Hoeveel uur per week sport u gemiddeld bij Sportcenter Allround?		
0-2 uur		3 (8.33 %)
2-4 uur		13 (36.11 %)
4-6 uur		13 (36.11 %)
6-8 uur		5 (13.89 %)
langer dan 8 uur		2 (5.56 %)

Tabel 3.4: de studenten geven aan hoeveel uur per week zij sporten bij Sportcenter Allround (N=36).

Hoe bent u bij Sportcenter Allround terecht gekomen?		
Via familie		11 (30.56 %)
Via een vriend/vriendin		23 (63.89 %)
Via het internet		1 (2.78 %)
Via een advertentie		0 (0 %)
Anders, namelijk		1 (2.78 %)

Tabel 3.5: de studenten geven aan hoe zij bij Sportcenter Allround terecht zijn gekomen (N=36).

Waarom sport u bij Sportcenter Allround (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Voor de gezelligheid		13 (36.11 %)
Om af te vallen/een beter figuur te krijgen		11 (30.56 %)
Om aan mijn conditie te werken		10 (27.78 %)
Om gezondheidsredenen		2 (5.56 %)
Om spiermassa te kweken		22 (61.11 %)
om iets te leren op het gebied van sport		4 (11.11 %)
Om te revalideren na een blessure		6 (16.67 %)

Tabel 3.6: de studenten geven aan waarom zij sporten bij Sportcenter Allround (N=36, #68).

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Waarom prefereert u Sportcenter Allround boven andere sportscholen (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Omdat Sportcenter Allround het dichtst bij is voor mij		29 (80.56 %)
Omdat ik Sportcenter Allround qua prijs aantrekkelijk vind		2 (5.56 %)
Omdat ik vind dat ik bij Sportcenter Allround beter begeleid wordt		4 (11.11 %)
Vanwege de extra faciliteiten die Sportcenter Allround biedt, zoals: zonnebank, sauna etc.		2 (5.56 %)
Omdat al mijn vrienden en vriendinnen bij Sportcenter Allround sporten		21 (58.33 %)
Anders, namelijk		2 (5.56 %)

Tabel 3.7: de studenten geven aan waarom zij bij Sportcenter Allround sporten i.p.v. een andere sportschool (N=36, #60).

*Bij "Anders" was de voornaamste reden: "sfeer".

Bij dit onderdeel wil ik graag uw mening weten over de kwaliteit die Sportcenter Allround u biedt. Ik wil graag weten hoe tevreden u bent over een aantal zaken met betrekking op Sportcenter Allround. Dit kunt u beoordelen met een cijfer van 1 t/m 10, waarbij 10 heel goed is en 1 heel slecht.

De uiterlijke verzorging van het personeel

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 7,7

Tabel 3.8: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de uiterlijke verzorging van het personeel (N=36).

De beleefdheid van het personeel achter de receptie

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,8

Tabel 3.9: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van het personeel achter de receptie (N=36).

De beleefdheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,8

Tabel 3.10: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van de instructeurs (N=36).

De bereidheid van de instructeurs om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 4 Gemiddeld: 7,6

Tabel 3.11: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van instructeurs om te helpen (N=36).

De bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,1

Tabel 3.12: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen (N=36).

De deskundigheid van de instructeurs

Maximaal: 9 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,6

Tabel 3.13: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van de instructeurs (N=36).

De deskundigheid van het receptiepersoneel

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,5

Tabel 3.14: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van het receptiepersoneel (N=36).

De ventilatie in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 3 Gemiddeld: 6,8

Tabel 3.15: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de ventilatie in de sportzalen (N=36).

De hygiëne in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,1

Tabel 3.16: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de sportzalen (N=36).

De hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,5

Tabel 3.17: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten (N=34).

De muziek in de fitnesszaal en/of tijdens de lessen op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 6,3

Tabel 3.18: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de muziek in de fitnesszalen (N=36).

De bereikbaarheid van de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,4

Tabel 3.19: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de bereikbaarheid van Sportcenter Allround (N=36).

De parkeergelegenheid bij de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,7

Tabel 3.20: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de parkeergelegenheid bij Sportcenter Allround (N=36).

De kwaliteit van de sauna

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 7,9

Tabel 3.21: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de sauna (N=33).

De kwaliteit van de kinderopvang

Maximaal: 9 Minimaal: 6 Gemiddeld: 7,3

Tabel 3.22: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de kinderopvang (N=17).

De kwaliteit van de zonnebank

Maximaal: 9 Minimaal: 3 Gemiddeld: 7,2

Tabel 3.23: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de zonnebank (N=29).

De hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround

Maximaal: 8 Minimaal: 1 Gemiddeld: 5,3

Tabel 3.24: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround (N=36).

De sfeer op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,3

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Tabel 3.25: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de sfeer bij Sportcenter Allround (N=36).

De openingstijden

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,3

Tabel 3.26: de studenten geven een rapportcijfer betreffende de openingstijden van Sportcenter Allround (N=36).

Hoe tevreden bent u in het algemeen over Sportcenter Allround?

Maximaal: 9 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,4

Tabel 3.27: de studenten geven een rapportcijfer betreffende Sportcenter Allround in het algemeen (N=36).

Is de fitness apparatuur voldoende beschikbaar?		
Ja		30 (85.71 %)
Nee		5 (14.29 %)

Tabel 3.28: de studenten geven aan of de fitness apparatuur voldoende beschikbaar is bij Sportcenter Allround (N=35).

Is er genoeg fitness apparatuur aanwezig?		
Ja		32 (91.43 %)
Nee, ik mis		3 (8.57 %)

Tabel 3.29: de studenten geven aan of er genoeg fitness apparatuur aanwezig is bij Sportcenter Allround (N=35).

*De studenten gaven bij "Nee" aan dat zij een schuin bankje missen om hun buikspieren te trainen.

Kunt u zwaar genoeg trainen op de fitness apparatuur?		
Ja		32 (88.89 %)
Nee, het aantal kilo's bij de apparatuur is te laag		4 (11.11 %)

Tabel 3.30: de studenten geven aan of zij zwaar genoeg kunnen trainen op de fitness apparatuur (N=36).

Zijn de dumbbells bij Sportcenter Allround zwaar genoeg?		
Ja		31 (88.57 %)
Nee		4 (11.43 %)

Tabel 3.31: de studenten geven aan of de dumbbells zwaar genoeg zijn bij Sportcenter Allround (N=35).

Is de cardio apparatuur voldoende beschikbaar?		
Ja		35 (97.22 %)
Nee		1 (2.78 %)

Tabel 3.32: de studenten geven aan of de cardio apparatuur voldoende beschikbaar is bij Sportcenter Allround (N=36).

Is er voldoende cardio apparatuur aanwezig?		
Ja		36 (100 %)
Nee, ik mis		0 (0 %)

Tabel 3.33: de studenten geven aan of er voldoende cardio apparatuur aanwezig is bij Sportcenter Allround (N=36).

Is de cardio apparatuur makkelijk in zijn gebruik?		
Ja		32 (88.89 %)
Nee		4 (11.11 %)

Tabel 3.34: de studenten geven aan of de cardio apparatuur makkelijk in zijn gebruik is bij Sportcenter Allround (N=36).

Wat vind je van de meetmogelijkheden voor de bepaling van je lichaamssamenstelling bij Sportcenter Allround?		
---	--	--

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Goed		7 (19.44 %)
Voldoende		15 (41.67 %)
Matig		3 (8.33 %)
Ik wist niet dat deze meetmogelijkheden er waren		11 (30.56 %)

Tabel 3.35: de studenten geven aan wat zij van de meetmogelijkheden voor de bepaling van de lichaamssamenstelling vinden bij Sportcenter Allround (N=36).

Wat vind je van de sportschema's die worden aangeboden door Sportcenter Allround?		
Goed		17 (47.22 %)
Voldoende		9 (25 %)
Matig		3 (8.33 %)
Ik wist niet dat je een sportschema op maat kon laten maken		7 (19.44 %)

Tabel 3.36: de studenten geven aan wat zij vinden van de sportschema's die worden aangeboden door Sportcenter Allround (N=36).

Hoe vind je de manier waarop je vorderingen bij Sportcenter Allround worden bijgehouden?		
Goed		10 (27.78 %)
Voldoende		8 (22.22 %)
Matig		2 (5.56 %)
Ik wist niet dat je vorderingen bijgehouden konden worden door Sportcenter Allround		16 (44.44 %)

Tabel 3.37: de studenten geven aan wat zij vinden van de manier waarop hun vorderingen worden bijgehouden bij Sportcenter Allround (N=36).

Is de fitnesszaal genoeg open om in te sporten?		
Ja		27 (75 %)
Nee		9 (25 %)

Tabel 3.38: de studenten geven aan of de fitnesszaal genoeg open is bij Sportcenter Allround (N=36).

Zijn er voldoende instructeurs aanwezig tijdens het fitnessen/cardio training in de fitnesszaal?		
Ja		36 (100 %)
Nee		0 (0 %)

Tabel 3.39: de studenten geven aan of er voldoende instructeurs aanwezig zijn tijdens het sporten bij Sportcenter Allround (N=36).

Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens het sporten?		
Ja		27 (75 %)
Nee		9 (25 %)

Tabel 3.40: de studenten geven aan of zij voldoende begeleid worden tijdens het sporten door de instructeurs bij Sportcenter Allround (N=36).

Wat vindt u van de speciale tarieven voor studenten?		
Te hoog		16 (44.44 %)
Goed		20 (55.56 %)
Te laag		0 (0 %)

Tabel 3.41: de studenten geven aan wat zij vinden van de speciale tarieven voor studenten bij Sportcenter Allround (N=36).

Wat vindt u van de speciale openingstijden voor leden met een studentenabonnement bij Sportcenter Allround?		
Te laat open voor studenten		8 (22.86 %)
Te vroeg dicht voor studenten		17 (48.57 %)
De studenten openingstijden zijn goed zo		3 (8.57 %)
Ik zou ook graag in het weekend willen sporten als student zijnde		20 (57.14 %)

Tabel 3.42: de studenten geven aan wat zij vinden van de speciale openingstijden voor studenten bij Sportcenter Allround (N=35, #48).

Legenda:

n = aantal respondenten dat de vraag heeft gezien
= aantal ontvangen antwoorden

Resultaten enquête voor deelnemers aan een voedingsprogramma

Bent u een man of een vrouw?		
Man		1 (6.67 %)
Vrouw		14 (93.33 %)

Tabel 4.1: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of zij een man of vrouw zijn (N=15).

Wat is uw leeftijd?		
4-16 jaar		0 (0 %)
17-25 jaar		1 (6.67 %)
26-40 jaar		0 (0 %)
41-60 jaar		13 (86.67 %)
60+		1 (6.67 %)

Tabel 4.2: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan wat hun leeftijd is (N=15).

Hoe lang bent u ongeveer lid van Sportcenter Allround?		
0-1 jaar		3 (20 %)
1-2 jaar		1 (6.67 %)
2-3 jaar		1 (6.67 %)
3-4 jaar		2 (13.33 %)
4-5 jaar		2 (13.33 %)
langer dan 5 jaar		6 (40 %)

Tabel 4.3: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan hoe lang zij lid zijn van Sportcenter Allround (N=15).

Hoeveel uur per week sport u gemiddeld bij Sportcenter Allround?		
0-2 uur		5 (33.33 %)
2-4 uur		7 (46.67 %)
4-6 uur		3 (20 %)
6-8 uur		0 (0 %)
langer dan 8 uur		0 (0 %)

Tabel 4.4: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan hoeveel uur per week zij Sporten bij Sportcenter Allround (N=15).

Hoe bent u bij Sportcenter Allround terecht gekomen?		
Via familie		3 (20 %)
Via een vriend/vriendin		4 (26.67 %)
Via het internet		0 (0 %)
Via een advertentie		3 (20 %)
Anders, namelijk		5 (33.33 %)

Tabel 4.5: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan hoe zij bij Sportcenter Allround terecht zijn gekomen (N=15).

*Bij "Anders" werd aangegeven dat zij terecht zijn gekomen bij Sportcenter Allround, omdat het in de buurt ligt.

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Waarom sport u bij Sportcenter Allround (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Voor de gezelligheid		6 (40 %)
Om af te vallen/een beter figuur te krijgen		13 (86.67 %)
Om aan mijn conditie te werken		14 (93.33 %)
Om gezondheidsredenen		5 (33.33 %)
Om spiermassa te kweken		0 (0 %)
Om iets te leren op het gebied van sport		0 (0 %)
Om te revalideren na een blessure		0 (0 %)

Tabel 4.6: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan waarom zij sporten bij Sportcenter Allround (N=15, #38).

Waarom prefereert u Sportcenter Allround boven andere sportscholen (meerdere antwoorden mogelijk)?		
Omdat Sportcenter Allround het dichtst bij is voor mij		8 (57.14 %)
Omdat ik Sportcenter Allround qua prijs aantrekkelijk vind		0 (0 %)
Omdat ik vind dat ik bij Sportcenter Allround beter begeleid wordt		5 (35.71 %)
Vanwege de extra faciliteiten die Sportcenter Allround biedt, zoals: zonnebank, sauna etc.		0 (0 %)
Omdat al mijn vrienden en vriendinnen bij Sportcenter Allround sporten		3 (21.43 %)
Anders, namelijk		4 (28.57 %)

Tabel 4.7: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan waarom zij liever bij Sportcenter Allround sporten i.p.v. een andere sportschool (N=14, #20).

*Bij "Anders" werd aangegeven dat leden het gezellig vinden en omdat Sportcenter Allround voedingsprogramma's aanbiedt.

Bij dit onderdeel wil ik graag uw mening weten over de kwaliteit die Sportcenter Allround u biedt. Ik wil graag weten hoe tevreden u bent over een aantal zaken met betrekking op Sportcenter Allround. Dit kunt u beoordelen met een cijfer van 1 t/m 10, waarbij 10 heel goed is en 1 heel slecht.

De uiterlijke verzorging van het personeel

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,3

Tabel 4.8: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de uiterlijke verzorging van het personeel van Sportcenter Allround (N=15).

De beleefdheid van het personeel achter de receptie

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,1

Tabel 4.9: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van het personeel achter de receptie bij Sportcenter Allround (N=15).

De beleefdheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,1

Tabel 4.10: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van de instructeurs bij Sportcenter Allround (N=15).

De bereidheid van de instructeurs om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,1

Tabel 4.11: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van de instructeurs om te helpen bij Sportcenter Allround (N=15).

De bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 4 Gemiddeld: 8,0

Tabel 4.12: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen bij Sportcenter Allround (N=15).

De deskundigheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,3

Tabel 4.13: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van de instructeurs bij Sportcenter Allround (N=15).

De deskundigheid van het receptiepersoneel

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,2

Tabel 4.14: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van het receptiepersoneel bij Sportcenter Allround (N=15).

De ventilatie in de sportzalen

Maximaal: 8 Minimaal: 5 Gemiddeld: 6,6

Tabel 4.15: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de ventilatie in de sportzalen bij Sportcenter Allround (N=15).

De hygiëne in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 7,6

Tabel 4.16: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de sportzalen bij Sportcenter Allround (N=15).

De hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,0

Tabel 4.17: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten bij Sportcenter Allround (N=15).

De muziek in de fitnesszaal en/of tijdens de lessen op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,7

Tabel 4.18: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de muziek in de fitnesszalen bij Sportcenter Allround (N=15).

De bereikbaarheid van de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,5

Tabel 4.19: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de bereikbaarheid van Sportcenter Allround (N=15).

De parkeergelegenheid bij de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,6

Tabel 4.20: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de parkeergelegenheid bij Sportcenter Allround (N=14).

De kwaliteit van de sauna

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,6

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Tabel 4.21: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de sauna bij Sportcenter Allround (N=9).

De kwaliteit van de kinderopvang

Maximaal: 8 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,2

Tabel 4.22: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de kinderopvang bij Sportcenter Allround (N=6).

De kwaliteit van de zonnebank

Maximaal: 8 Minimaal: 5 Gemiddeld: 6,7

Tabel 4.23: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de zonnebank bij Sportcenter Allround (N=6).

De hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround

Maximaal: 7 Minimaal: 2 Gemiddeld: 5,9

Tabel 4.24: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround (N=15).

De sfeer op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,1

Tabel 4.25: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de sfeer bij Sportcenter Allround (N=15).

De openingstijden

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,1

Tabel 4.26: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende de openingstijden bij Sportcenter Allround (N=15).

Hoe tevreden bent u in het algemeen over Sportcenter Allround?

Maximaal: 9 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,1

Tabel 4.27: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven een rapportcijfer betreffende Sportcenter Allround in het algemeen (N=15).

Wat vindt u van de duur van de voedingsprogramma's?		
Goed		14 (93.33 %)
Te lang		0 (0 %)
Te kort		1 (6.67 %)

Tabel 4.28: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan wat zij vinden van de duur van de voedingsprogramma's (N=15).

Ziet u resultaat nu u deelneemt aan een voedingsprogramma?		
Ja		14 (100 %)
Nee		0 (0 %)

Tabel 4.29: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of zij resultaat zien nu zij deelnemen aan een voedingsprogramma (N=14).

Wordt u voldoende begeleid door de instructeurs tijdens uw voedingsprogramma?		
Ja		10 (66.67 %)
Nee		5 (33.33 %)

Tabel 4.30: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of zij voldoende begeleid worden tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma (N=15).

Wat vindt u van de samenstelling van de aangeboden voeding?		
Lekker		13 (86.67 %)

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Vies		0 (0 %)
Niet lekker/niet vies		2 (13.33 %)

Tabel 4.31: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan wat zij vinden van de samenstelling van de aangeboden voeding (N=15).

Is uw hongergevoel tijdens uw deelname aan het voedingsprogramma weg?		
Ja		11 (73.33 %)
Nee		4 (26.67 %)

Tabel 4.32: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of hun hongergevoel weg is tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma (N=15).

Wat vindt u van de intensiviteit van het sporten tijdens uw deelname aan het voedingsprogramma?		
Te hoog		2 (13.33 %)
Te laag		0 (0 %)
Goed		13 (86.67 %)

Tabel 4.33: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan wat zij vinden van de intensiviteit van het sporten tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma (N=15).

Doet u genoeg kennis op over voeding en bewegen tijdens dit voedingsprogramma?		
Ja		14 (93.33 %)
Nee		1 (6.67 %)

Tabel 4.34: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of zij genoeg kennis opdoen over voeding en bewegen tijdens hun deelname aan een voedingsprogramma (N=15).

Kunt u na dit voedingsprogramma zonder begeleiding door met gezond eten en bewegen?		
Ja		12 (80 %)
Nee		3 (20 %)

Tabel 4.35: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of zij zonder begeleiding door kunnen gaan met gezond eten en bewegen (N=15).

Krijgt u goed en duidelijk antwoord als u vragen heeft over voeding of bewegen?		
Ja		15 (100 %)
Nee		0 (0 %)

Tabel 4.36: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan of hun vragen worden beantwoord (N=15).

Wat vindt u van de kosten van de voedingsprogramma's?		
Te hoog		5 (33.33 %)
Goed		10 (66.67 %)
Te laag		0 (0 %)

Tabel 4.37: de deelnemers aan een voedingsprogramma geven aan wat zij van de kosten van het voedingsprogramma vinden (N=15).

Legenda:

n = aantal respondenten dat de vraag heeft gezien

= aantal ontvangen antwoorden

Algemene deel van de enquête van alle 4 de groepen samengevoegd

Bent u een man of een vrouw?

Man	47%
Vrouw	53%

Grafiek 1.1: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan of zij een man of vrouw zijn (N=144).

Wat is uw leeftijd?

4-16 jaar	8%
17-25 jaar	37%
26-40 jaar	13%
41-60 jaar	37%
60+	5%

Grafiek 1.2: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan wat hun leeftijd is (N=145).

Hoelang bent u al lid bij Sportcenter Allround?

0-1 jaar	20%
1-2 jaar	18%
2-3 jaar	16%
3-4 jaar	10%
4-5 jaar	6%
Langer dan 5 jaar	30%

Grafiek 1.3: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan hoelang zij al lid zijn (N=145).

Hoeveel uur per week sport u gemiddeld bij Sportcenter Allround?

0-2 uur	15%
2-4 uur	36%
4-6 uur	29%
6-8 uur	13%
Langer dan 8 uur	7%

Grafiek 1.4: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan hoeveel uur per week zij sporten (N=145).

Hoe bent u bij Sportcenter Allround terecht gekomen?

Familie	21%
Vriend/vriendin	53%
Internet	6%
Advertentie	7%
Anders	13%

Grafiek 1.5: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan hoe zij terecht zijn gekomen bij Sportcenter Allround (N=142).

Onderzoeksrapport
Sportcenter Allround
Koen Göbel

Waarom sport u bij Sportcenter Allround?

Voor de gezelligheid	18%
Om af te vallen/een beter figuur te krijgen	22%
Om aan mijn conditie te werken	27%
Om gezondheidsredenen	7%
Om spiermassa te kweken	17%
Om iets te leren op het gebied van sport	4%
Om te revalideren na een sport blessure	5%

Grafiek 1.6: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan waarom zij bij Sportcenter Allround sporten (N=145, #328).

Waarom prefereert u Sportcenter Allround boven andere sportscholen?

In de buurt	45%
Qua prijs aantrekkelijk	1%
Betere begeleiding	14%
Extra faciliteiten	6%
Mijn vrienden/vriendinnen sporten hier	22%
Anders	12%

Grafiek 1.7: de huidige leden van Sportcenter Allround geven aan waarom zij liever bij Sportcenter Allround sporten i.p.v. een andere sportschool (N=142, #228).

Bij dit onderdeel wil ik graag uw mening weten over de kwaliteit die Sportcenter Allround u biedt. Ik wil graag weten hoe tevreden u bent over een aantal zaken met betrekking op Sportcenter Allround. Dit kunt u beoordelen met een cijfer van 1 t/m 10, waarbij 10 heel goed is en 1 heel slecht.

De uiterlijke verzorging van het personeel

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,1

Grafiek 1.8: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de uiterlijke verzorging van het personeel bij Sportcenter Allround (N=143).

De beleefdheid van het personeel achter de receptie

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 8,0

Grafiek 1.9: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van het receptiepersoneel bij Sportcenter Allround (N=142).

De beleefdheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,1

Grafiek 1.10: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de beleefdheid van de fitnessinstructeurs bij Sportcenter Allround (N=143).

De bereidheid van de instructeurs om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 3 Gemiddeld: 7,9

Grafiek 1.11: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van de fitnessinstructeurs om te helpen bij Sportcenter Allround (N=143).

De bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,7

Grafiek 1.12: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de bereidheid van het receptiepersoneel om te helpen bij Sportcenter Allround (N=143).

De deskundigheid van de instructeurs

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,0

Grafiek 1.13: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van de fitnessinstructeurs bij Sportcenter Allround (N=143).

De deskundigheid van het receptiepersoneel

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,9

Grafiek 1.14: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de deskundigheid van het receptiepersoneel bij Sportcenter Allround (N=139).

De ventilatie in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 6,5

Grafiek 1.15: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de ventilatie in de sportzalen bij Sportcenter Allround (N=141).

De hygiëne in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,6

Grafiek 1.16: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de sportzalen bij Sportcenter Allround (N=143).

De hygiëne in de kleedkamer/doucheruimte/toiletten

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 8,7

Grafiek 1.17: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de hygiëne in de kleedkamers/toiletten/doucheruimtes bij Sportcenter Allround (N=141).

De muziek in de fitnesszaal en/of tijdens de lessen op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7,2

Grafiek 1.18: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de muziek in de sportzalen bij Sportcenter Allround (N=143).

De bereikbaarheid van de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,6

Grafiek 1.19: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de bereikbaarheid van Sportcenter Allround (N=142).

De parkeergelegenheid bij de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,9

Grafiek 1.20: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de parkeergelegenheid bij Sportcenter Allround (N=142).

De kwaliteit van de sauna

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7,6

Grafiek 1.21: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de sauna bij Sportcenter Allround (N=116).

De kwaliteit van de kinderopvang

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7,1

Grafiek 1.22: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de kinderopvang bij Sportcenter Allround (N=77).

De kwaliteit van de zonnebank

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 7,1

Grafiek 1.23: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de kwaliteit van de zonnebank bij Sportcenter Allround (N=92).

De hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround

Maximaal: 10 Minimaal: 1 Gemiddeld: 5,6

Grafiek 1.24: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de hoogte van de contributie bij Sportcenter Allround (N=141).

De sfeer op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 8,4

Grafiek 1.25: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de sfeer bij Sportcenter Allround (N=142).

De openingstijden

Maximaal: 10 Minimaal: 2 Gemiddeld: 7,7

Grafiek 1.26: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende de openingstijden van Sportcenter Allround (N=142).

Hoe tevreden bent u in het algemeen over Sportcenter Allround?

Maximaal: 5 Minimaal: 10 Gemiddeld: 7,8

Grafiek 1.27: de huidige leden van Sportcenter Allround geven een rapportcijfer betreffende Sportcenter Allround in het algemeen (N=145).

Enquête van de potentiële klanten van Sportcenter Allround

Bent u een man of een vrouw?

Man	40%
Vrouw	60%

Grafiek 2.1: de potentiële klanten geven aan of zij een man of vrouw zijn (N=40).

Wat is uw leeftijd?

4-16 jaar	2%
17-25 jaar	13%
26-40 jaar	35%
41-60 jaar	50%
60+	0%

Grafiek 2.2: de potentiële klanten geven aan wat hun leeftijd is (N=40).

Hoeveel uur sport u per week?

Niet	16%
0-1 uur	20%
1-2 uur	41%
2-3 uur	7%
3-4 uur	7%
4-5 uur	9%
Meer dan 5 uur	0%

Grafiek 2.3: de potentiële klanten geven aan hoeveel uur per week zij momenteel sporten (N=40).

Waar sport u momenteel?

Ik sport niet	17%
Thuis	10%
Vereniging	53%
Buiten in mijn vrije tijd	20%
Anders, namelijk	0%

Grafiek 2.4: de potentiële klanten geven aan waar zij momenteel sporten (N=40).

Wat zijn uw belangrijkste motieven geweest om te starten met sporten?

Ik sport niet	7%
Beperken van stress	3%
Om af te vallen	16%
Op advies van mijn arts/fysiotherapeut	6%
Voor de gezelligheid	14%
Om spiermassa te kweken	7%
Voor mijn gezondheid	17%
Om mijn conditie te verbeteren	8%
Om iets te leren op het gebied van sport	1%
Om met mijn vrienden/vriendinnen bezig te zijn	15%
Voor de ontspanning	6%

Grafiek 2.5: de potentiële klanten geven aan wat hun motieven waren om te starten met sporten (N=40, #106).

Wat zijn uw belangrijkste motieven om door te blijven gaan met sporten?

Ik sport niet	7%
Beperken van stress	0%
Om af te vallen	16%
Op advies van mijn arts/fysiotherapeut	2%
Voor de gezelligheid	19%
Om spiermassa te kweken	7%
Voor mijn gezondheid	15%
Om mijn conditie te verbeteren	11%
Om iets te leren op het gebied van sport	0%
Om met mijn vrienden/vriendinnen bezig te zijn	18%
Voor de ontspanning	5%

Grafiek 2.6: de potentiële klanten geven aan wat hun motieven zijn om door te blijven gaan met sporten (N=40, #106).

Waarom sport u niet bij een fitnesscentrum?

Te duur	37%
Te ver weg	5%
Geen tijd voor	32%
Ik hou van de drukte bij een fitnesscentrum	3%
Ik sport al genoeg	21%
Anders, namelijk	2%

Grafiek 2.7: de potentiële klanten geven aan waarom zij niet bij een fitnesscentrum sporten (N=40, #57).

Om wat voor redenen zou u wel willen gaan fitnessen?

Als een arts/fysiotherapeut mij doorstuurt	7%
Als ik overgewicht heb	27%
Tijdens de onderbreking van het seizoen van mijn eigen sport	20%
Om spiermassa te kweken	7%
Om aan mij conditie te werken	14%
Voor de gezelligheid	9%
Als ik goed begeleid word	6%
Als ik benaderd word door het fitnesscentrum	8%
Anders, namelijk	2%

Grafiek 2.8: de potentiële klanten geven aan wanneer zij wel willen gaan fitnessen (N=40, #86).

Bij dit onderdeel wil ik graag weten hoe belangrijk u bepaalde aspecten vindt bij een fitnesscentrum. Hierbij staat een 10 voor heel erg belangrijk en een 1 voor heel erg onbelangrijk.

De uiterlijke verzorging van het personeel

Maximaal: 9 Minimaal: 7 Gemiddeld: 7,7

Grafiek 2.9: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de uiterlijke verzorging van het personeel vinden (N=40).

De beleefdheid van het personeel

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8

Grafiek 2.10: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de beleefdheid van het personeel vinden bij een fitnesscentrum (N=40).

De bereidheid van het personeel om te helpen

Maximaal: 9 Minimaal: 5 Gemiddeld: 6,8

Grafiek 2.11: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de bereidheid van het personeel om iemand te helpen vinden (N=40).

De deskundigheid van het personeel

Maximaal: 9 Minimaal: 5 Gemiddeld: 6,7

Grafiek 2.12: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de deskundigheid van het personeel vinden bij een fitnesscentrum (N=40).

De ventilatie in de sportzalen

Maximaal: 10 Minimaal: 7 Gemiddeld: 8,4

Grafiek 2.13: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de ventilatie in de sportzalen vinden bij een fitnesscentrum (N=40).

De hygiëne in een fitnesscentrum

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 7,6

Grafiek 2.14: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de hygiëne in een fitnesscentrum vinden (N=40).

De muziek in de fitnesszaal en/of tijdens de lessen op de sportschool

Maximaal: 8 Minimaal: 3 Gemiddeld: 5,3

Grafiek 2.15: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de muziek in een fitnesscentrum vinden (N=40).

De bereikbaarheid van de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,4

Grafiek 2.16: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de bereikbaarheid van een fitnesscentrum vinden (N=40).

De parkeergelegenheid bij de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 7,6

Grafiek 2.17: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de parkeergelegenheid van een fitnesscentrum vinden (N=40).

Een sauna aanwezig bij een fitnesscentrum

Maximaal: 8 Minimaal: 1 Gemiddeld: 5,3

Grafiek 2.18: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij het vinden dat er een sauna aanwezig is bij een fitnesscentrum (N=40).

Een kinderopvang aanwezig is bij een fitnesscentrum

Maximaal: 9 Minimaal: 1 Gemiddeld: 3,0

Grafiek 2.19: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij het vinden dat er een kinderopvang aanwezig is bij een fitnesscentrum (N=40).

Een zonnebank aanwezig is bij een fitnesscentrum

Maximaal: 7 Minimaal: 1 Gemiddeld: 2,8

Grafiek 2.20: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij het vinden dat er een zonnebank aanwezig is bij een fitnesscentrum (N=40).

De hoogte van de contributie bij een fitnesscentrum

Maximaal: 10 Minimaal: 6 Gemiddeld: 8,0

Grafiek 2.21: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de hoogte van de contributie bij een fitnesscentrum vinden (N=40).

De sfeer op de sportschool

Maximaal: 10 Minimaal: 5 Gemiddeld: 6,9

Grafiek 2.22: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de sfeer bij een fitnesscentrum vinden (N=40).

De openingstijden

Maximaal: 9 Minimaal: 6 Gemiddeld: 7,5

Grafiek 2.23: de potentiële leden geven een rapportcijfer over hoe belangrijk zij de openingstijden bij een fitnesscentrum vinden (N=40).

Bent u bekend met Sportcenter Allround?

Ja	82%
Nee	18%

Grafiek 2.22: de potentiële leden geven aan of zij bekend zijn met Sportcenter Allround (N=40).

Bent u ooit wel is benaderd door Sportcenter Allround?

Ja, via de mail	7%
Ja, via advertenties	55%
Ja, via persoonlijk contact	0%
Ja, via het internet	0%
Ja, via een folder	0%
Ja, via reclame	15%
Ja, via een poster	23%
Nee nog nooit	0%

Grafiek 2.23: de potentiële klanten geven aan of zij ooit wel is benaderd zijn door Sportcenter Allround (N=40).

Waarom sport u niet bij Sportcenter Allround?

Ik heb er nog nooit van gehoord	12%
Te duur	40%
Te ver weg	3%
Te druk op de sportschool	0%
Geen tijd voor	25%
Niet gezellig	0%
Ik hoor slechte dingen over de sportschool	8%
Anders, namelijk	12%

Grafiek 2.24: de potentiële leden geven aan waarom zij niet sporten bij Sportcenter Allround (N=40, #60).

*Bij 'Anders' werd voornamelijk gezegd dat mensen niet bij Allround sporten, omdat zij al ergens anders sporten.