



THUISFITNESS.

LES MILLS

HOME WORKOUTS

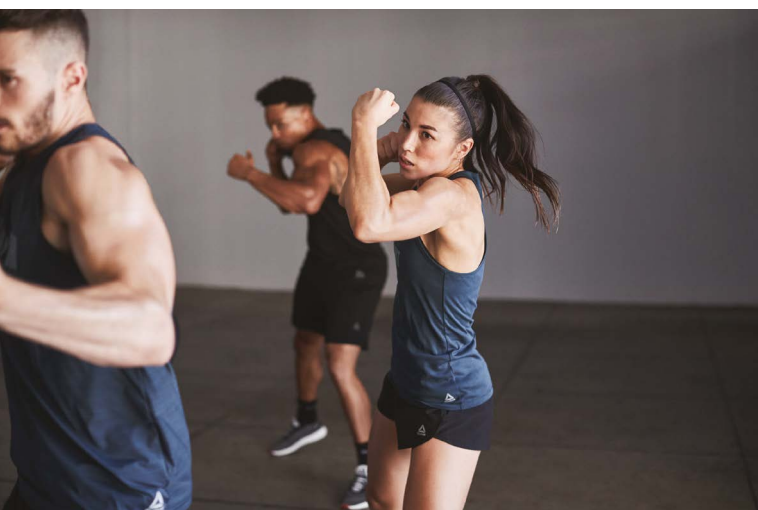
VRIEND OF VIJAND VOOR CLUBS?

Q1. Hoeveel procent van de mensen die in een fitnessclub sporten, sport ook thuis?

a) **30%** b) **60%** c) **85%**

Antwoord. c) 85%

Een verrassend hoog percentage van 85% van mensen die naar een fitnessclub gaan en ook home workouts doen¹. Mensen die regelmatig naar een fitnessclub gaan, sporten vaak ook nog thuis. De reden hiervoor is dat ze hun trainingsroutine vast willen houden als ze niet naar de club kunnen komen, zodat ze toch hun fitnessdoelen behalen.



BODYCOMBAT les



Les Mills BODYCOMBAT™

Q2. Hoeveel mensen die aan home workouts doen, betalen ook nog voor het lidmaatschap van een fitnessclub?

a) **25%** b) **50%** c) **67%**

Antwoord. c) 67%

67% van de mensen die thuis workouts doen, zijn ook lid van een fitnessclub¹.

Er zijn veel redenen waarom clubleden ook home workouts doen¹:

'Ik kan trainen wanneer ik wil/ zo kort of zo lang als ik wil' (53%)¹, 'Ik kan privé sporten' (45%)¹ en 'Ik kan thuis aantrekken wat ik wil' (36%). Dit zijn de voornaamste redenen. Home workouts zijn 24/7/365 beschikbaar. Dit zorgt voor een onbeperkt aanbod, wat vooral handig is voor mensen met weinig tijd.

Maar sporten in je eentje kan demotiverend werken zonder de sociale sfeer en de motivatie van een instructeur of andere deelnemers aan een groepsles in een fitnessclub.

Bronnen:

1. Les Mills 2019 Global Consumer Fitness Survey
2. Nielsen 2016 digital report

Q3. Hoe vaak per week bezoeken mensen die ook thuis workouts doen de club?

- a) **1-2** b) **5-6** c) **7+**

Antwoord. b) 5-6 keer per week

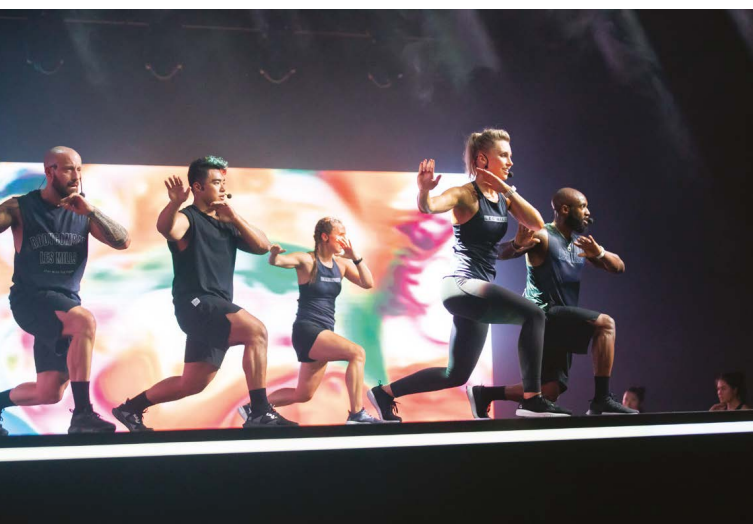
30% van alle leden die ook thuis workouts doen, zijn clubleden die de club 5 tot 6 keer per week bezoeken! Dit was de categorie met de grootste frequentie. Zeer betrokken clubleden combineren hun fitnessroutines in de club met thuis workouts zonder dat dit invloed heeft op de frequentie van hun clubbezoeken.

Q4. Wat is de stijging van het gebruik van apps en/of online workouts door regelmatige sporters geweest in de laatste vijf jaar?

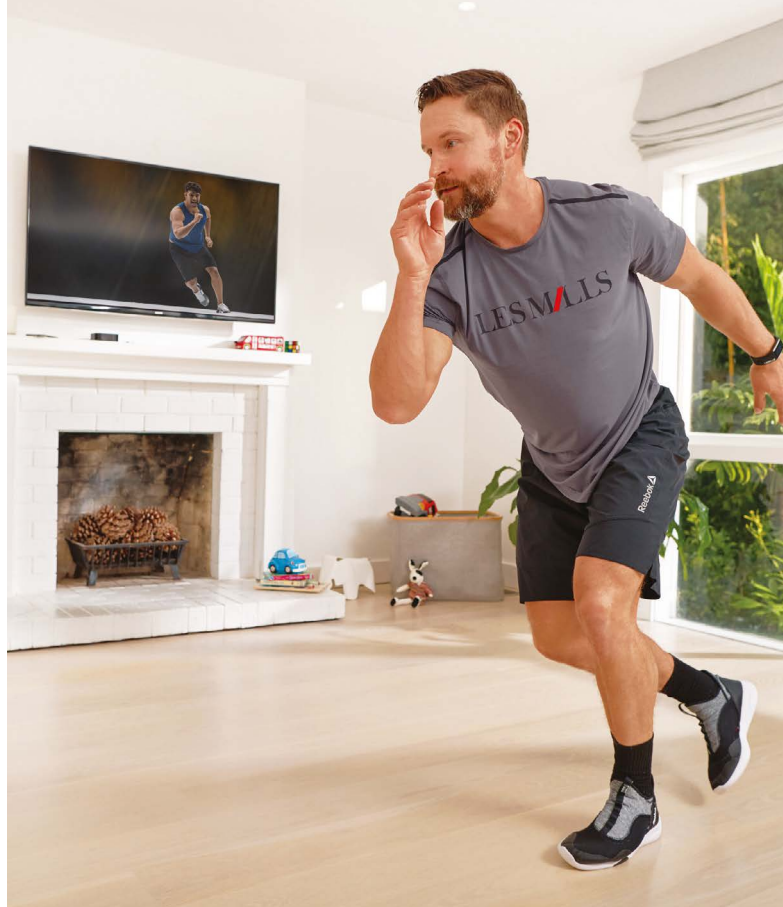
- a) **30%** b) **60%** c) **100%**

Antwoord. c) 100% stijging

23% van alle regelmatige sporters maakt nu gebruik van apps of online workouts. Dit is een stijging van 100% in de laatste vijf jaar! Fitness apps zijn handig voor sporters die hun statistieken bij willen houden, maar ook voor sporters die veel reizen of het niet redden om naar de club te komen. Apps zorgen voor motivatie en coaching, altijd en overal. Of de gebruiker nu op zoek is naar nieuwe ideeën over wat te doen in de fitnessclub of liever een pre-planned workout wil doen, de motivatie zal verschillen van gebruiker tot gebruiker.



BODYCOMBAT in de Les Mills On Demand App



23% van alle reguliere sporters maakt nu gebruik van apps of online workouts

Q5. Wie maakt gebruik van deze apps en online workouts?

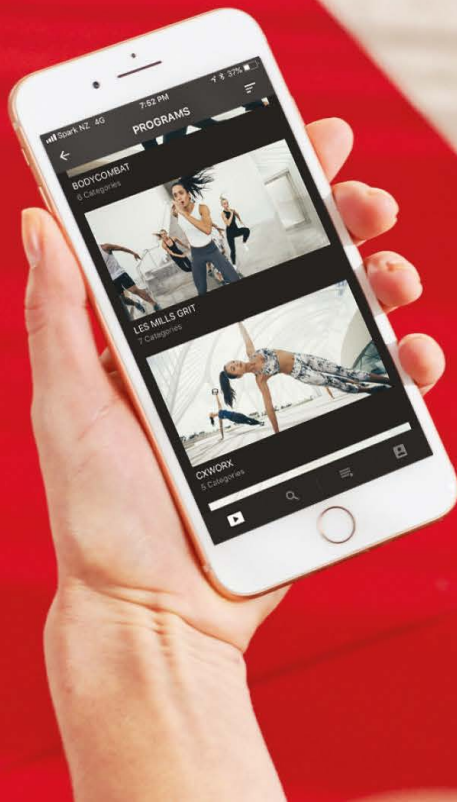
- a) **MILLENNIALS**
b) **GEN Z**
c) **FEMALES**

Antwoord. Iedereen die hierboven genoemd is

Niet verrassend: Generation Active (Millennials and Gen Z) omarmen deze digitale workouts van harte! 98% is in het bezit van een smartphone, daarom is het eenvoudig te begrijpen dat Generation Active de beschikbaarheid van digitale workouts als een basisverwachting ziet van fitnessaanbieders. Millennials zijn goed voor 28% van de gebruikers. Dit is gelijk aan het percentage van Generatie Z.¹ Vrouwen maken er iets meer gebruik van dan mannen, 52% is namelijk vrouw.¹

Bronnen:

1. Les Mills 2019 Global Consumer Fitness Survey
2. Nielsen 2016 digital report



Les Mills On Demand App

HOME WORKOUTS EEN BELANGRIJKE USP VOOR JE CLUB.

Verbonden blijven met leden en ze gemotiveerd houden buiten de vier muren van de club blijft een grote uitdaging voor onze branche.

Succesvolle clubs zijn de clubs die een 360 graden fitnesservaring aanbieden die de leden inspireert en betrokken houdt, zodat trainen een leuke gewoonte wordt in plaats van een enorme opgave. Het ondersteunen van leden met een digitaal fitnessaanbod dat ze thuis en onderweg kunnen doen, is een goede manier om ze betrokken te houden.

Het Les Mills On Demand platform zorgt ervoor dat clubs verbonden kunnen blijven met hun leden door het leveren van thuisfitness ervaringen die het aanbod in de club ondersteunen.

Het platform helpt de clubs om de huidige leden te behouden en nieuwe leden aan te trekken. Daarnaast zorgt de integratie van Les Mills On Demand voor extra inkomstenstromen voor clubs zonder toenemende overheadkosten.

Er zijn honderden workouts beschikbaar. BODYPUMP, BODYCOMBAT en LES MILLS GRIT zijn de meest populaire programma's op het platform. BODYCOMBAT is ook het meest bekeken programma waarbij geen materialen nodig zijn en daarom ook heel geschikt voor leden die vaak onderweg zijn of thuis niet veel ruimte hebben om de materialen op te slaan.



GEEF JE LEDEN EEN VOLLEDIGE 360-GRADEN FITNESS EXPERIENCE

In deze tijd verwachten leden een omni-channel (360°) fitnessoplossing, zodat ze kunnen trainen waar en wanneer ze willen, 365 dagen per jaar! Live fitness blijft het belangrijkste en is de beste ervaring die we kunnen bieden. Maar het is net zo belangrijk om de kloof tussen live en online fitness te overbruggen.

Wil jij meer informatie over het integreren van online fitness naast live en virtual lessen in de club met Les Mills om je bereik te vergroten en meer nieuwe leden binnen te halen? Neem dan contact met ons op via telefoonnummer +31(0)416 34 97 25 of stuur een e-mail naar info@lesmills.nl.