

**KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN**  
**GROEP BIOMEDISCHE WETENSCHAPPEN**  
**FACULTEIT BEWEGINGS- EN REVALIDATIEWETENSCHAPPEN**

**STUDIE VAN HET SOCIAAL PROFIEL VAN  
FITNESSCENTERBEZOEKERS**

**door Maria VAN POPPEL**

Verhandeling aangeboden tot  
het behalen van de graad van  
licentiaat in de lichamelijke  
opvoeding  
(Master in de lichamelijke  
opvoeding)

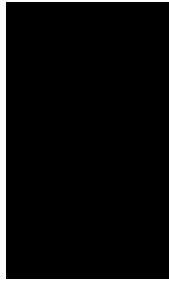
o.l.v.

**Prof. B. Vanreusel**, promotor

m.m.v. **B. Meulders**

LEUVEN, 2005





**KATHOLIEKE UNIVERSITEIT LEUVEN**  
**GROEP BIOMEDISCHE WETENSCHAPPEN**  
**FACULTEIT BEWEGINGS- EN REVALIDATIEWETENSCHAPPEN**

**STUDIE VAN HET SOCIAAL PROFIEL VAN  
FITNESSCENTERBEZOEKERS**

**door Maria VAN POPPEL**

Verhandeling aangeboden tot  
het behalen van de graad van  
licentiaat in de lichamelijke  
opvoeding  
(Master in de lichamelijke  
opvoeding)

o.l.v.

**Prof. B. Vanreusel**, promotor

m.m.v. **B. Meulders**

LEUVEN, 2005

## SAMENVATTING

Titel: Studie van het sociaal profiel van de fitness-centerbezoekers  
Auteur: Maria van Poppel  
Promotor: Prof. B. Vanreusel

De opzet van de studie naar het sociaal profiel van fitnesscenterbezoekers is achterhalen wie wanneer komt fitnessen (gender, leeftijd, socio-professionele categorie), wat de fitnessers komen doen, welke argumenten ze aanhalen om naar een fitnesscentrum te komen en welke levensstijl ze er op nahouden.

303 fitnessers namen deel aan gestructureerde interviews, 7 fitnesscentra verleenden hiervoor hun medewerking. De interviews werden afgenomen in de context van het fitnesscentrum. De dataverzameling gebeurde tussen oktober en december 2004.

De data werden geanalyseerd in SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Aan de hand van niet-parametrische testen (Mann-Whitney, Kruskal-Wallis, Chi<sup>2</sup>) zijn de data getoetst. Voor het bepalen van de socio-professionele categorie is de methodologie van het CIM (Centrum voor Informatie over de Media) gevolgd. Het CIM bepaalt de sociale groepen op basis van het beroep en de opleiding. Het CIM deelt de bevolking op in 8 ongeveer gelijke groepen. Groep 1 komt overeen met de hoogste waarden (hoogste professioneel en/of opleidingsniveau), groep 8 stemt overeen met de laagste waarden (CIM 2004).

De resultaten van de studie wijzen uit dat de fitnesser gemiddeld 35,5 jaar oud is. De argumenten van de fitnesser om te komen fitnessen zijn hoofdzakelijk gezondheid en conditie. In de steekproef zijn de socio-professionele groepen 2 en 6 oververtegenwoordigd. De fitnesser heeft voornamelijk een voltijdse job en gaat met de auto naar het werk. Qua rookgewoonten houdt de fitnesser er een gezondere levensstijl op na dan het gemiddelde, voor alcoholgebruik gaat deze stelling niet op. Van de totale steekproef komt 82% met de auto naar de fitness. Fietsen, wandelen en zwemmen zijn de voornaamste andere fysieke activiteiten die fitnessers beoefenen. De redenen waarom de fitnessers volhouden zijn voornamelijk conditiegerelateerd. Gezondheidsproblemen en tijdgebrek zijn belangrijke redenen om te stoppen met fitness. De fitnesser maakt in hoofdzaak gebruik van de diensten cardiofitness, conditietraining en krachttraining. In het fitnesscentrum wordt hoofdzakelijk een individueel programma afgewerkt, soms in combinatie met groepslessen. Fitness is een activiteit die meerdere keren per week beoefend wordt, voornamelijk 's avonds. Gemiddeld komt de fitnesser al drie jaar naar hetzelfde fitnesscentrum. De meeste fitnessers komen op eigen initiatief naar het fitnesscentrum. De belangrijkste hinderpaal om te beginnen met fitness en om het vol te houden is tijdgebrek.

De hypothese dat de fitnesscenterbezoekers slechts een deel van de bevolking vertegenwoordigen, lijkt bevestigd te kunnen worden.

# INHOUDSTAFEL

SAMENVATTING.....	2
INHOUDSTAFEL.....	3
LIJST VAN TABELLEN.....	7
LIJST VAN FIGUREN.....	9
WOORD VOORAF.....	10
INLEIDING.....	11
DEEL I: LITERATUURSTUDIE: EVOLUTIE VAN HET LICHAAMSDENKEN IN DE POSTMODERNE PERIODE.....	13
INLEIDING.....	14
HOOFDSTUK I: RELEVANTE ASPECTEN VAN DE LICHAAMSCULTUUR IN DE POSTMODERNE PERIODE .....	15
§ 1. Situering.....	15
§ 2. Gezondheidscultuur.....	16
§ 3. Het lichaam in de gezondheidscultuur: lichaamsbeelden en het	

	lichaamsideaal.....	18
§ 4.	Het lichaam in de consumptiecultuur .....	21
§ 5.	Lichaamscultuur en gender.....	23
HOOFDSTUK II: DE FITNESSINDUSTRIE EN HAAR CONSUMENTEN...25		
§ 1.	Het begrip <i>fitness</i> .....	25
§ 2.	Situering.....	25
§ 3.	De fitnessbeweging.....	27
§ 4.	Fitness in de gezondheidscultuur.....	28
§ 5.	Fitness in de consumptiecultuur.....	29
§ 6.	De fitness- en gezondheidsmarkt.....	30
§ 7.	De fitnessbeweging en gender.....	32
§ 8.	Socio-demografische gegevens en subjectieve redenen voor fitnessbeoefening.....	34
I.	Socio-demografische gegevens.....	34
II.	Subjectieve redenen voor fitnessbeoefening.....	36
DEEL II: HET SOCIAAL PROFIEL VAN DE FITNESSCENTERBEZOEKER: ONDERZOEKSMETHODE EN RESULTATEN VAN HET ONDERZOEK.....37		
HOOFDSTUK I: METHODE EN PROCEDURE VAN HET ONDERZOEK...38		
§ 1.	Benaderingswijze.....	38
§ 2.	Steekproeftrekking.....	39
§ 3.	Studie van het sociaal profiel door middel van een vragenlijst.....	41
I.	Het vragenlijstenonderzoek.....	41
A.	Constructie van de vragenlijst.....	41
B.	Uittesten van de vragenlijst.....	43
C.	Uitvoering en beperkingen.....	44
§ 4.	Dataverwerking en statistische analyse.....	45

HOOFDSTUK II: STUDIE VAN HET SOCIAAL PROFIEL VAN DE FITNESSCENTERBEZOEKER: RESULTATEN EN DISCUSSIE.....	47
§ 1. Resultaten van de studie naar het sociaal profiel van de fitnesscenterbezoeker.....	47
I. Samenstelling van het cliënteel van de fitnesscentra.....	47
A. Gender en leeftijd.....	47
1. Gender.....	47
2. Leeftijd.....	48
B. Opleiding en beroep.....	49
C. Levensstijl.....	51
1. Rookgewoonten.....	51
2. Alcoholgebruik.....	52
3. Dieet.....	53
4. Vervoermiddel naar het fitnesscentrum.....	54
5. Vervoermiddel naar werk of school.....	56
6. Participatie in andere fysieke activiteiten.....	57
D. Continuïteit en drop out.....	59
1. Redenen om fitness vol te houden.....	59
2. Redenen om te stoppen met fitness.....	60
II. Diensten waar de fitnessser gebruik van maakt.....	61
A. Diensten.....	61
B. Context waarin aan fitness gedaan wordt.....	63
III. Moment waarop de fitnessser het fitnesscentrum bezoekt.....	64
A. Regelmaat.....	64
B. Dag van de week en moment van de dag.....	65
C. Aantal weken fitnesscentrumbezoek.....	

.....	66
IV. Factoren die het fitnesscentrumbezoek beïnvloeden.....	67
A. Aanbevelingen van anderen.....	67
B. Hinderpalen om met fitness te beginnen en om het vol te houden .....	69
C. Argumenten om aan fitness te doen.....	71
§ 2. Discussie van de methode en van de resultaten.....	
.....	74
I. Methode.....	
.....	74
A. Benaderingswijze.....	74
B. Steekproeftrekking.....	74
C. Vragenlijstenonderzoek..... .....	75
D. Dataverwerking en statistische analyse..... .....	75
II. Resultaten.....	
.....	75
A. Samenstelling van het cliënteel van de fitnesscentra..... .....	75
1. Gender en leeftijd..... .....	75
a. Gender.....	75
b. Leeftijd..... .....	76
2. Opleiding en beroep.....	77
3. Levensstijl.....	79
a. Rookgewoonten.....	79
b. Alcoholgebruik.....	80
c. Dieet.....	81
d. Vervoermiddel naar het fitnesscentrum.....	81
e. Vervoermiddel naar werk of school.....	83
f. Participatie in andere fysieke activiteiten.....	84
4. Continuïteit en drop-out.....	84



a. Redenen om fitness vol te houden.....	84
b. Redenen om te stoppen met fitness.....	86
B. Diensten waar de fitnesser gebruik van maakt.....	
.....	87
1. Diensten.....	87
2. Context waarin aan fitness gedaan wordt .....	88
C. Moment waarop de fitnesser het fitnesscentrum bezoekt.....	89
1. Regelmaat .....	89
2. Dag van de week en moment van de dag.....	89
3. Aantal weken fitnesscentrumbezoek.....	90
D. Factoren die het fitnesscentrumbezoek beïnvloeden.....	90
1. Aanbeveling door anderen.....	
.....	90
2. Hinderpalen om te beginnen met fitness en om het vol te houden.....	91
3. Argumenten om aan fitness te doen.....	
.....	91
ALGEMEEN BESLUIT.....	94
APPENDIX A: PILOOTVERSIE VRAGENLIJST.....	101
APPENDIX B: DEFINITIEVE VERSIE VRAGENLIJST.....	106
APPENDIX C: DAG EN UUR WAAROP DE INTERVIEWS AFGENOMEN ZIJN .....	112
APPENDIX D: CODERING ANTWOORDEN VRAGENLIJST.....	113
APPENDIX E: TOEKENNING VAN DE PUNTEN EN DE WAARDE VAN DE KLASSENGRENZEN VOLGENS HET CIM.....	120
APPENDIX F: TABELLEN STATISTISCHE OUTPUT.....	122
REFERENTIELIJST.....	124

## LIJST VAN TABELLEN

Tabel 1:	De gecontacteerde centra en hun reacties.....	41
Tabel 2:	Significante associaties tussen de hoofddienst en socio-professionele categorie.....	50
Tabel 3:	Gender en rookgewoonten.....	51
Tabel 4:	Leeftijd en rookgewoonten.....	52
Tabel 5:	Gender en aantal dagen alcoholgebruik in de week die aan de ondervraging voorafging.....	52
Tabel 6:	Leeftijd en aantal dagen alcoholgebruik in de week die aan de ondervraging voorafging.....	53
Tabel 7:	Gegevens over gender en dieet.....	54
Tabel 8:	Gegevens over dieet per leeftijdsgroep.....	54
Tabel 9:	Top drie van het vervoermiddel naar het fitnesscentrum ten opzichte van de afstand tussen de woning en het fitnesscentrum.....	55
Tabel 10:	Top drie van vervoermiddel van de woning naar het fitnesscentrum per leeftijdsgroep.....	56
Tabel 11:	Top drie van het vervoermiddel naar het werk of de school ten opzichte van de afstand .....	56
Tabel 12:	Top drie van het vervoermiddel van de woning naar werk/school per leeftijdsgroep.....	57
Tabel 13:	Gender en deelname aan andere fysieke activiteiten door fitnessers en associatie tussen gender andere fysieke activiteiten.....	58
Tabel 14:	Participatie in andere fysieke activiteiten door fitnessers (per leeftijdsgroep).....	58
Tabel 15:	Gender en aangehaalde redenen om te blijven fitnessen.....	59
Tabel 16:	Gender en aangehaalde redenen om te stoppen met fitness.....	60
Tabel 17:	Gender en top drie van diensten die in de eerste plaats gebruikt worden .....	61
Tabel 18:	Verband tussen dienst en gender.....	62
Tabel 19:	Top drie van diensten die in de eerste plaats gebruikt worden (per leeftijdsgroep).....	62
Tabel 20:	Gender en context waarin men fitness beoefent; associatie tussen	

	context en gender.....	63
Tabel 21:	Context waarin men fitness beoefent (per leeftijdsgroep).....	64
Tabel 22:	Gender en frequentie van fitnesscentrumbezoek.....	64
Tabel 23:	Leeftijd en frequentie van fitnesscentrumbezoek.....	65
Tabel 24:	Gender en aanbevelingen van anderen om met fitness te beginnen...68	
Tabel 25:	Leeftijd en top drie van aanbevelingen van anderen om met fitness te beginnen.....	69
Tabel 26:	Gender en top vijf van hinderpalen om te beginnen met fitness en om het vol te houden.....	70
Tabel 27:	Leeftijd en top drie van hinderpalen om met fitness te beginnen.....	70
Tabel 28:	Leeftijd en top drie van hinderpalen om fitness vol te houden.....	71
Tabel 29:	Gender en hoofdargument om aan fitness te doen.....	72
Tabel 30:	Associatie gender en hoofdargument om aan fitness te doen.....	72
Tabel 31:	Gender en top drie van het tweede aangehaalde argument om aan fitness te doen .....	73
Tabel 32:	Top drie van hoofdargumenten om aan fitness te doen (per leeftijdsgroep).....	73
Tabel 33:	Verdeling van de Belgische bevolking en de fitnesssteekproef over de socio-professionele categorieën volgens het CIM.....	78
Tabel 34:	Percentage rokers per leeftijdsgroep in de Vlaanderen en in de steekproef fitnessers.....	80
Tabel 35:	Redenen om te blijven fitnessen in de verwoordingen van de ondervraagden.....	86

## LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1:	Verdeling mannen en vrouwen in de steekproef fitnessers.....	47
Figuur 2:	Verdeling leeftijd in de steekproef fitnessers.....	48
Figuur 3:	Errors bar chart voor de leeftijd bij mannen en vrouwen.....	49
Figuur 4:	Verloop van fitnesscentrumbezoek door de week.....	65
Figuur 5:	Verloop van fitnesscentrumbezoek over de loop van de dag .....	66
Figuur 6:	Errors bar chart voor aantal weken fitnesscentrumbezoek voor mannen en vrouwen.....	67
Figuur 7:	Verdeling leeftijdsklassen binnen elk gender .....	77
Figuur 8:	Aandeel mannen en vrouwen per leeftijdsgroep.....	88

## WOORD VOORAF

Graag wil ik mijn dank betuigen aan Professor B. Vanreusel en Bert Meulders voor hun kritische kijk en het nalezen van de teksten. Zonder hen was deze verhandeling niet mogelijk geweest.

Ook de fitnesscentra en de fitnessers die hun medewerking verleenden, wens ik te bedanken. Zonder hen zou ik geen data hebben.

Verder wens ik ook mijn ouders te bedanken voor het nalezen van de teksten en de opbouwende kritiek. Ook hebben zij me een paar jaar geleden aangespoord om mijn rijbewijs te halen. Zonder rijbewijs en zonder het gebruik van de auto (ook daarvoor bedankt) was het bezoeken van de fitnesscentra heel wat omslachtiger en tijdrovender geweest.

Ook Jan wil ik bedanken voor de nuttige tips in verband met statistiek en de opbouw van een verhandeling. Ook de ‘computertrucjes’ zijn in dank aanvaard.

Dankjewel mama, papa, Suzanne en Jan voor de steun de voorbije jaren, ook al was ik niet altijd even genietbaar.

Verder wil ik ook nog Ellen, Els, Karen, Leen, Jasmien en Sara bedanken voor de toffe momenten voor, tijdens en na de lessen.

Kortweg, bedankt iedereen die dit mee mogelijk heeft gemaakt!

Heverlee, 26 mei 2005

M.v.P.

## INLEIDING

*„Een veelzijdige groep van producten en praktijken, producenten en consumenten heeft zich gefocust op het oefenen van het lichaam. De ontwikkeling van het fitnessgebied omvat de institutionalisering van specifieke sociale settings (in het bijzonder de health club) en een kader van professionele producenten (zoals personal trainers, aerobic instructeurs), een markt van welvarende en goed geïnformeerde consumenten die de productie en consumptie van fitness genereren, en een betoog dat fitness representeert en constitueert als een gewaardeerde manier om voor het lichaam te zorgen. In een gecommmercialiseerd vrijetijdsveld wordt dit betoog strategisch verpakt en verkocht in ‘exercise’tijdschriften en -handleidingen om de consument zijn smaak voor en zijn uitgaven aan fitness te maximaliseren. (...) Producenten moeten ‘to and through’ de voorkeuren van consumenten spreken.” (Smith Maguire 2002: 449 )*

Fitness is een veelzijdig fenomeen. Over fitness in het algemeen is veel literatuur voorhanden, maar de Belgische en Vlaamse situatie is niet uitgebreid beschreven. Deze studie richt zich op het sociaal profiel van de fitnesscenterbezoeker.

De studie peilt naar verschillende kenmerken van de fitnesscenterbezoeker<sup>1</sup> in Vlaanderen. De hypothese dat de fitnesscenterbezoekers een specifiek deel van de bevolking vertegenwoordigen, wordt hier onderzocht. Verder tracht deze studie een antwoord te vinden op vragen als wie wanneer komt fitnessen (leeftijd, gender, levensstijl, socio-professionele status, moment van de dag) en waarom fitness wordt beoefend.

De literatuur wordt geraadpleegd om een beeld te krijgen van de cultuur waarin het fenomeen fitness zich afspeelt. In de eerste plaats wordt gekeken naar lichaamscultuur in de ruime zin, vervolgens worden de fitnessindustrie en haar consumenten belicht.

Na de literatuurstudie wordt de methode van de studie – gebaseerd op gestructureerde interviews – verder uitgewerkt. Aan de hand van gegevens uit de literatuur wordt een vragenlijst geconstrueerd. Deze vragenlijst wordt vervolgens getest, aangepast en in praktijk gebracht, rekening houdend met de beperkingen van de onderzoeksmethode.

Vervolgens worden de resultaten van de interviews verwerkt aan de hand van het statistisch programma SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). De verkennende statistiek gebeurt door middel van kruistabellen en waar mogelijk normaliteitstesten. Vervolgens worden statistische testen gebruikt om het verschil tussen gemiddelden van mannen en vrouwen of van de verschillende leeftijdsgroepen

---

<sup>1</sup> Omwille van de leesbaarheid wordt in deze verhandeling op sommige plaatsen de term ‘fitter’ gebruikt als synoniem voor de term ‘fitnesscenterbezoeker’.

te beschrijven. Voor data waar dit niet mogelijk is, wordt de Chi<sup>2</sup>-test gebruikt om te bepalen of er significante verbanden zijn tussen de variabelen.

De bekomen resultaten worden vergeleken met gegevens uit de literatuur.

In het kader van de huidige samenleving met haar nadruk op gezondheid en bewegen, poogt deze studie inzicht te geven in wie wel of niet te motiveren blijkt te zijn, wie wel of niet bereikt wordt. Deze gegevens kunnen nuttig zijn bij het opstellen van verder beleid, zowel door overheidsinstanties die gericht zijn op 'sport voor allen' als door de aanbieders van fitnessfaciliteiten.

DEEL I:

LITERATUURSTUDIE:

EVOLUTIE VAN HET LICHAAMSDENKEN IN DE  
POSTMODERNE PERIODE



## INLEIDING

In deze studie naar het sociaal profiel van de fitnesscenterbezoeker proberen we te achterhalen wie wanneer gaat fitnessen. Ook de argumenten die fitnessers aanhalen om te komen fitnessen interesseren ons. Om deze studie te kaderen in een ruimere context, zullen we in wat volgt enkele aspecten van de lichaamscultuur en de fitnessindustrie belichten.

We beginnen met een deel over de lichaamscultuur. Hierin wordt de gezondheidscultuur en de plaats van het lichaam hierin besproken. Vervolgens besteden we aandacht aan het lichaam in de consumptiecultuur. Tenslotte zullen we het kort hebben over lichaamscultuur en gender.

In een tweede deel wordt de fitnessindustrie verder uitgediept. De fitnessbeweging wordt toegelicht en gesitueerd in de gezondheidscultuur en in de consumptiecultuur. Hierna wordt aandacht besteed aan de fitness- en gezondheidsmarkt. Vervolgens hebben we het over de fitnessbeweging en gender. Dit wordt gevolgd door de socio-demografische gegevens en de subjectieve redenen voor fitnessbeoefening zoals die in de literatuur beschreven worden. Uit de literatuur blijkt dat regelmatige participatie in een vorm van fysieke activiteit in de Verenigde Staten gelimiteerd is tot een erg beperkt gedeelte van de bevolking (Gibson 1998).

# HOOFDSTUK I: RELEVANTE ASPECTEN VAN DE LICHAAMSCULTUUR IN DE POSTMODERNE PERIODE

## § 1. Situering

Vóór de modernisering<sup>2</sup> werd de lichamelijke conditie als een gegeven aanvaard. De premoderne wereld stond in het teken van lotsbestemming waar men machteloos tegen was. Met de industrialisering en medicalisering van de samenleving vanaf de achttiende eeuw kwam hier een eind aan. Het menselijk lichaam werd onderworpen aan door de mens gecreëerde vormen van discipline. In de negentiende-eeuwse moderne sport heerste er een machinistisch lichaamsbeeld. Na een kortstondige periode in de *roaring twenties* gaven de *golden sixties* aanleiding tot een versoepeling van gedragsgewoontes, niet in het minst wat lichaamscultuur betreft (Scheerder 2002).

In de premoderne tijd werden ideeën over gezondheid, schoonheid, lichamelijkheid in het algemeen voornamelijk ingevuld en geconcretiseerd door instituties zoals kerk, overheid en onderwijs. Tegenwoordig echter blijkt deze rol door vertegenwoordigers van zowel de medische cultuur als de beeldcultuur uitgeoefend te worden (Scheerder 2000: 5; Scheerder 2002: 246).

---

<sup>2</sup> „Modernisering duidt de overgang aan van de feodale, agrarische, gesloten samenlevingen naar de kapitalistische, industriële en open samenlevingen in West-Europa.” (Vranken & Henderickx 2001: 395)

De term ‘postmodernisme’ suggereert het einde van het modernistisch wereldbeeld. ‘Postmodern’ is een term die ontwikkelingen aanduidt die ertoe bijgedragen hebben dat de naoorlogse Westerse welvaartssamenleving markant verschilt van de door klassieke sociologen beschreven maatschappijvorm (Scheerder & Vanreusel 2002: 33).

## § 2. Gezondheidscultuur

Gezondheid neemt als fenomeen een eigen plaats in in de hedendaagse cultuur. Al in 1948 stelde de Wereldgezondheidsorganisatie de volgende definitie van gezondheid op:

*„Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.” (WHO, 1948)*

In het begin van de jaren '90 van de vorige eeuw is de eigen preventieve gezondheidspolitiek een belangrijk gespreksonderwerp geworden. Mensen letten op hun gewicht, joggen en sporten en praten daarover met anderen. Vaak ruilen ze allerhande gezondheidstips uit waaronder adressen van goede – of goedkope – sportscholen (Laermans 1993).

Verskillende factoren liggen hiervoor aan de basis. Er is een mentaliteitsverandering waar te nemen. Waar voorheen lotsbestemming overheerste, neem men nu het heft in eigen handen. Het lichaam is maakbaar geworden. Zoals we bij Laermans (1993) kunnen lezen duikt in de sociale omgang hoe langer hoe meer de verwachting van een gezonde levensstijl op. Aandacht voor het eigen lichaam is een nieuwe, voorlopig nog niet afdwingbare ‘burgerplicht’ geworden: een beetje fatsoenlijk mens let op de eigen gezondheid. Er goed uitzien is een plicht geworden, vermomd als een recht op een gevoel van welbehagen, en dit laatste impliceert schoonheid, jeugdigheid en gezondheid. Bij Scheerder (2000: 8) lezen we dat met het toenemen van de medische mogelijkheden de moderne mens geacht wordt zijn lichamelijke conditie en verschijningsvorm op peil te houden. Bovendien wordt gezond zijn – alsook de waarden waarmee dit concept geassocieerd wordt – als een individuele verantwoordelijkheid, en zelfs opdracht, geafficheerd (Scheerder 2000: 8). Volgens Smith Maguire (2002: 461) wordt het lichaam – zijn gezondheid en verschijning - voorgesteld als een bedrijf, en levensstijl als een patroon van investering. Het succes van zelf-verbetering en zelf-verzorging (*self-care*) rust op de schouders van het individu. Men wordt verondersteld zelf verantwoordelijkheid op te nemen voor gezondheid en welzijn (Volkwein 1998b). De mogelijkheid om voor het lichaam te zorgen evolueerde dus tot een verplichting. Deze evolutie werd tevens mogelijk omdat de bestedingsmogelijkheden toenamen (Laermans 1993).

De verplichting om er goed uit te zien, om het lichaam te verzorgen bracht een

bepaalde perceptie met zich mee van degenen die deze plicht wel en niet vervullen. Nieuwe vormen van zonde- of schuldbesef ontstonden (Laermans 1993). Het individu dat zich slecht in zijn vel voelt, had maar harder moeten werken aan zichzelf, zoniet is culpabilisatie en een verlies aan eigenwaarde zijn deel. Ongezonde handelingen raken dan ook getaboeïiseerd (Laermans 1993).

De perceptie van sociale status maakt een verschuiving mee door de verplichting er goed uit te zien en voor het lichaam te zorgen. Bij Laermans (1993) lezen we immers dat men in de ogen van een groeiend aantal burgers achtenswaardig overkomt indien het lichaam fit en gezond oogt. Met de toenemende erkenning van gezondheid als culturele basiswaarde krijgt het gezonde uiterlijk steeds meer statuswaarde (Laermans 1993). Wie niet veel bezit, kan zich tegenover gelijken onderscheiden door het bezit van een gezond lichaam, en verwerft aanzien door verwijzingen naar de vele inspanningen die hij levert voor een goede gezondheid. Ook bij de middenklassers verleent een gezonde levenswandel naast leven in goed fatsoen extra aanzien, een méér aan status. Naast individuele beweegredenen spelen dus ook sociale motieven mee. Binnen vriendengroepjes is er sprake van een opbodpolitiek om de ‘gezondste gezondheid’, om het meest gezond ogende lichaam (Laermans 1993). Daarnaast is het eigen lichaam een belangrijke bron geworden van maatschappelijke erkenning en zelfrealisatie (Scheerder & Vanreusel 2002: 43). Fitheid is een sociale imperatief geworden, het staat synoniem voor prestige, populariteit en sociale differentiatie. (De Wachter 1988: 121). Een zich sportief-bewegend vrijetijdslichaam wordt als instrument en representatie beschouwd voor gezondheid (Scheerder 2000).

Bij Scheerder (2000: 6 – 7) lezen we dat het lichaam niet ontsnapt aan het westerse rationaliseringsproces. Scheerder haalt hier De Dijn aan die stelt dat ook ideeën over gezondheid worden onderworpen aan het geloof dat het fysieke leven en het menselijk lichaam in het bijzonder, beheersbaar, controleerbaar en maakbaar zijn. Kenmerkend voor dit geloof is het verlangen om het fatum – dit is het lichaam dat ons te beurt valt - uit te sluiten en te vervangen door het factum, namelijk het lichaam dat we (zelf) fabriceren en controleren (in Scheerder 2000: 6). Nog steeds bepalen gezondheidsnormen en -idealen onze alledaagse leefwereld, inclusief onze lichaamsbeleving. Gezondheid neigt niet meer naar een biologisch feit, wij nemen haar zelf ter hand en maken haar tot thema van ons handelen (Scheerder 2000).

Sage (1998) vermeldt dat fysieke activiteiten die ondernomen worden met als doel de

gezondheid en fitheid te verbeteren en het leven te verlengen in toenemende mate geïncorporeerd zijn in de instrumentele cultuur van het kapitalisme. Deze auteur beschrijft dat ondernemingen de consumenten manipuleren, ook in hun queeste naar gezondheid en fitheid.

Gelijktijdig lijkt het moeilijk te aanvaarden dat een goede verschijning geen waarborg biedt voor een goede gezondheid. Schijn kan immers bedriegen. De gezondheidsbewuste burger die regelmatig sport, verwerft niet zoiets als een onvervreemdbaar recht op een lang leven zonder kwalen en ziektes. Dit kunnen vele trimmers en talrijke fitnessers maar moeilijk aanvaarden (Laermans 1993).

In de huidige samenleving ligt de focus op het lichaam als een bron voor voldoening en geluk. De bezorgdheid om gezondheid is in de huidige samenleving een probleem geworden. Gezondheid is een kostbaar handelsartikel geworden (Volkwein 1998b). Het huidige uitgebreide medisch regime maakt deze focus op gezondheid mee mogelijk (Laermans 1993).

### **§ 3. Het lichaam in de gezondheidscultuur: lichaamsbeelden en het lichaamsideaal**

Elke beschaving kent dominante normen die voorschrijven hoe individuen met hun eigen lichaam en dat van anderen dienen om te springen. Elke cultuur kent ook een of meer heersende lichaamsbeelden, modellen en voorstellingen die een welbepaald uiterlijk als mooi en aantrekkelijk naar voren schuiven (Laermans 1993). Door interactie tussen sociale en culturele factoren krijgt de norm waaruit lichaamsidealen zich ontwikkelen vorm (McConatha 1998). Wanneer maatschappijen veranderen, wijzigt ook de rol van het lichaam. Het lichaam wordt vandaag de dag een bron van geluk en geeft betekenis aan het leven van mensen. We leven in een wereld van lichaamscultuur, waar het lichaam en zorgen voor het lichaam een sociaal *statement* zijn (Volkwein 1998b).

Doorheen de geschiedenis werden verschillende lichaamsbeelden geïdealiseerd. Van de jaren 1960 tot heden wordt slank zijn geassocieerd met aantrekkelijkheid, succes, zelfdiscipline en zelfcontrole. In de jaren '80 begon een meer gezond, gespierd en fit beeld op te komen (McConatha 1998).

Hoewel in de huidige maatschappij individualisering hoog scoort, is er een drang naar een stereotiep, uniform uiterlijk. Mensen accepteren dat soortgenoten een natuurlijke lengte hebben, maar het lichaamsgewicht moet manipuleerbaar zijn en liefst aan de norm voldoen (Scheerder & Vanreusel 2002: 45). Collectief is iedereen met zichzelf bezig (Scheerder 2000: 16).

De huidige visie op het lichaamsbeeld is een uiting van de eerder besproken gezondheidscultuur. Het afgetrainde, aangenaam ogende lichaam getuigt van *fitness for use*, dit lichaam biedt garanties voor elke (lichamelijke) inspanning. Deze cultuurvorm legt haar participanten op te voldoen aan een aantal afgebakende lichaamsvormen, voornamelijk een krachtig, lenig en/of gezond lijf dat een reeks fitheids- en prestatieopdrachten moeiteloos aankan. Dit actieve lichaam is een vaste waarde in de actuele beeldcultuur. Een dergelijke beeldvorming doet de consument geloven dat het lichaam oneindig maakbaar of trainbaar is. Het verlangen naar lichamelijke maakbaarheid wordt gevoed door de medische praktijk (Scheerder 2002: 245).

Mensen verhouden zich dynamisch ten aanzien van hun omgeving. Ze voelen zich pas gezond indien ze overvloedig energie en vitaliteit kunnen demonstreren, en zich moeiteloos en onbegrensd aan nieuwe en hogere eisen weten aan te passen. Het is precies deze oneindige probleemloosheid en beheersbaarheid die door het atletische lichaam gesymboliseerd wordt (Scheerder 2000: 10).

Een gezond, met name goedogend, glamoureuus, gespierd, getraind lichaam is als het ware een van de hoogste idealen van onze samenleving (Scheerder 2002: 246). Eén van de meest effectieve manieren om aandacht te trekken is schoonheid – een manier die steeds belangrijker wordt in een cultuur waar vluchtige contacten steeds meer de overhand krijgen (Penz 1998). In eigentijdse westerse samenlevingen wordt een slank en fit figuur niet alleen ervaren als een fysiek ideaal, maar wordt het ook geassocieerd met een aantal positieve kenmerken zoals zelfdiscipline en zelfcontrole (McConatha 1998).

Voor heel wat mensen is 'zijn' gereduceerd tot 'zich lijfelijk (re)presenteren'. Een 'gezonde verschijning' blijkt cruciaal; een slank, energiek, sportief en gebruind lichaam het ideaal. Gezond en mooi zijn als een norm waarbij het lijfelijk waarneembare het belangrijkste is (Scheerder 2002: 249 – 250). Niet wat men is, maar wat men lichamelijk lijkt te zijn is belangrijk geworden (Scheerder 2000: 11).

Volgens Volkwein (1998b) gebruikt men het lichaam om zichzelf te vertegenwoordigen. Denken we in dit verband maar aan televisieprogramma's zoals *Beautiful* en *Extreme make-over* waar plastische chirurgen, tandartsen en -technici en oogchirurgen de deelnemers een compleet nieuw uiterlijk geven.

Wanneer het lichaam het referentiepunt wordt van identiteit en het belangrijkste medium voor presentatie van het zelf, en wanneer succes en respect, vooral bij vrouwen, afhankelijk is van de verschijning, is het geen wonder dat de drang naar schoonheid een obsessie wordt (Pfister 1998).

De link tussen de vorm van het lichaam, de persoonlijkheid van het individu en het vooruitzicht van succes (zomet geluk) wordt benadrukt (Smith Maguire 2002).

Volgens Gebauer (1998) zit mode niet langer op het lichaam, het lichaam zelf is eerder mode. Het hart van de mode vandaag is de atletische bekwaamheid van het lichaam. Alleen het naakte lichaam legt de positie van een persoon in de sociale hiërarchie bloot. Het lichaam is een bundel van sociale tekens. Tot in de jaren '70 van de vorige eeuw waren de lichaamscontouren niet zo belangrijk, belangrijker was de geest die het vulde. Deze zienswijze geldt niet meer voor het atletische 'modelichaam'. De geest veronderstelt een directe fysieke vorm, het belichaamt zichzelf. Het lichaam is de sociale vorm van de persoon. Je hebt het lichaam dat je verdient.

Binnen de lichaamscultuur wordt 'jeugd' het criterium. Het perfecte lichaam van de tiener, en zelfs zijn levensstijl lijkt de wegwijzer te worden voor de hele samenleving (McConatha 1998).

In Laermans (1993) lezen we dat hier het beschavingsproces een rol speelt. Dit proces bestaat uit verschillende fasen. In de eerste fase worden elementaire fatsoenregels en gezondheidsnormen passief aangeleerd. In de tweede fase ligt de nadruk op het bijshaven van het persoonlijk uiterlijk met het oog op een zo groot mogelijke aanpassing aan de heersende standaard(en). Aan deze aanpassing zijn psychologische premies verbonden. Volgens Laermans (1993) kent in onze huidige contemporaine cultuur de tweede fase niet langer een einddatum.

De jeugd is nog maar net afgelopen en meteen beginnen talloze mannen en vrouwen aan een onophoudelijke queeste naar het zojuist verspeelde jeugdige lichaam. In het

volwassen ideaal van eeuwige jeugd worden gezondheids- en schoonheids-overwegingen onlosmakelijk met elkaar verknoopt (Laermans 1993). Ouderdom geniet in de hedendaagse samenleving niet meer van de premoderne hoge status (Scheerder 2000: 9). Opvallend is dat hoe meer de westerse maatschappijen verouderen, hoe meer de nadruk gelegd wordt op jeugdige verschijning (Penz 1998).

Gedurende de voorbije decennia werden ideaalbeelden van aantrekkelijkheid voor meisjes en vrouwen met een extreem slank, prepubertair vrouwelijk lichaam geassocieerd (McConatha 1998). De 'gezonde', jeugdige schoonheid is de norm, dus trachten (oudere) consumenten via allerlei fysieke vrijetijdsactiviteiten hun lichaam te resocialiseren en te modelleren naar de maatschappelijke verwachtingen (Scheerder 2000: 9). De veronderstelling dat het vrouwenlichaam 'kneedbaar' is en dat met genoeg moeite, discipline en doorzettingsvermogen de natuurlijke effecten van biologie en leeftijd gecontroleerd kunnen worden, is overheersend in de huidige cultuur (McConatha 1998). Er blijft echter een scherpe tegenstelling tussen het werkelijke en het ideale lichaam (Scheerder 2000: 18).

#### **§ 4. Het lichaam in de consumptiecultuur**

Een kenmerk van de huidige cultuur is consumptie. Dit heeft invloed op de beleving en perceptie van het lichaam.

Volgens Featherstone (1991b: 13) zijn er twee aspecten aan het emotionele plezier van consumeren verbonden: de dromen en verlangens die verheerlijkt worden in de verbeelding van de consument en de specifieke plaatsen (*sites*) waar allerlei behoeften naar fysiek plezier direct bevredigd worden.



Goederen hebben in de huidige westerse samenlevingen een dubbele symbolische betekenis. Ten eerste speelt symboliek een rol in het productie- en marketingproces van het product of de dienst. Ten tweede leggen mensen symbolische associaties tussen goederen of diensten en verschillende leefstijlen (Featherstone 1991b).

In de consumptiecultuur worden het *inner body* (bezorgdheid over gezondheid en het optimaal functioneren van het lichaam) en het *outer body* (zowel verschijning als beweging en controle binnen de sociale ruimte) verenigd. Het primaire doel van de handhaving van het *inner body* is de verbetering van de verschijning van het *outer body*. ‘Lichaamsonderhoud’ voorziet in een uitdijende markt voor de verkoop van goederen. Reclame helpt door het presenteren van een ideaalbeeld een wereld creëren waarin individuen zich emotioneel ongemakkelijk voelen en zichzelf constant controleren op lichamelijke imperfecties die niet langer als natuurlijk beschouwd kunnen worden (Featherstone 1991a).

Binnen de consumptiecultuur wordt het lichaam uitgeroepen tot een middel voor plezier: hoe meer het eigen lichaam de ideale beelden van jeugd, gezondheid, fitheid en schoonheid benadert, hoe meer het lichaam waard is (Featherstone 1991a).

De tendens binnen de consumptiecultuur is dat lichamelijke kwaliteiten als ‘kneedbaar’ beschouwd worden – individuen worden ervan overtuigd dat ze met inspanning en werken aan het lichaam (*body work*) de gewenste verschijning kunnen bereiken (Featherstone 1991a).

Zoals Helena Rubinstein het kort, maar krachtig formuleerde:

‘*Consumer equation of youth = beauty = health.*’  
(*Helena Rubinstein in Featherstone 1991a*).

De term ‘lichaamsonderhoud’ (*body maintenance*) duidt de populariteit van de machinemetafoor van het lichaam aan. Zoals andere consumptiegoederen eist het lichaam regelmatig onderhoud, regelmatige verzorging en aandacht om maximale efficiëntie te behouden. De boodschappen over lichaamsonderhoud van gezondheidsopvoeders (het individu is zelf verantwoordelijk voor zijn eigen gezondheid, lichaamsvorm en verschijning) zijn sterk beïnvloed door de idealisering van jeugd en de *body beautiful* in de consumptiecultuur. Slank en fit zijn, wordt niet enkel geassocieerd met energie, drijfkracht en vitaliteit maar ook met waardigheid (Featherstone 1991a).

De lichamelijke veranderingen die gepaard gaan met het ouder worden, worden bestreden via energiek lichaamsonderhoud door het individu – geholpen door cosmetica, fitness en vrijetijdsindustrieën (Featherstone 1991a).

In Smith Maguire (2002) lezen we dat dagelijkse interacties met elkaar en met beelden uit de media ons eraan herinneren dat we beoordeeld worden op basis van onze lichamelijke verschijning en prestaties. In de loop van de voorbije dertig jaar zijn de twee lichaamsdilemma's gezondheid en verschijning *idées fixes* geworden in de consumptiecultuur, in het bijzonder in de middenklasse (Smith Maguire 2002). Zelfbehoud hangt af van het behoud van het lichaam in een cultuur waarin het lichaam het paspoort is naar al het goede in het leven (Featherstone 1991a).

In Scheerder (2000) wordt dit fenomeen als volgt beschreven:

*„Onze samenleving laaft zich aan een consument-bombarderende beeldenpulp en aan een hardnekkig geloof in (medische) fabriceerbaarheid, die ons duidelijk willen maken hoe belangrijk onze lichamelijke ik wel is. (...) Hoewel mensen overspoeld worden met beelden over wat kan (alles) en hoe het moet (idealisering) en hierdoor de greep op de realiteit verliezen, blijven zij toch op zoek gaan naar iets materieels. Vandaar dat het eigen, tastbare en zichtbare lichaam een populair medium geworden is waarmee men zichzelf graag (ver)toont (Vanreusel & Scheerder in Scheerder 2000: 13). Ook dat is een verklaring van de huidige lichaamsidolatrie.”(Scheerder 2000: 13)*

## **§ 5. Lichaamscultuur en gender**

Bolin (1998) stelt dat vrouwen traditioneel werden beoordeeld in termen van hun verschijning en niet om wat ze deden. Bijgevolg zijn ze meer kwetsbaar voor voorbijgaande aantrekkelijkheid dan mannen. Zij acht het bewezen dat het *body beautiful* een obsessie is van de moderne consumptiecultuur (Bolin 1998). Historische en recente evidentie tonen aan dat in de meeste culturen de verschijning van een vrouw nauw samenhangt met haar waarde en status. Voor mannen is deze samenhang minder uitgesproken (McConatha 1998). Volgens Sage (1998) is het ideale vrouwelijke lichaamsprofiel binnen de consumptiecultuur verbonden met aantrekkelijkheid. Fitheid en gezondheid zijn secundair (Sage 1998).

Culturele waarden en normen bepalen de parameters van het ideale vrouwelijke lichaam (McConatha 1998). Empirische evidentie en anekdotische ervaringen tonen

aan dat de morele druk voor vrouwen om te voldoen aan een bepaald ideaalbeeld in wezen sterker is dan voor mannen. Het is moeilijk voor vrouwen om zich te onttrekken aan sociale normen en druk (Behm 1998). In vergelijking met mannen zijn vrouwen gesocialiseerd om meer bewust te zijn van en beïnvloed te worden door standaarden van aantrekkelijkheid, gewicht en fitheid (McConatha 1998). Vrouwen blijven sociaal gedefinieerd door hun lichaam (McConatha 1998).

Het schoonheidsideaal zoals Pfister reeds in 1998 beschreef, is niet in overeenstemming met het vrouwelijke ideaal. De postmoderne vorm van vrouwen omvat verschillende contesterende lichaamstypes (Bolin 1998). Vrouwen zouden immers stevige en atletische lichamen moeten hebben, maar ook weer niet te gespierd (Pfister 1998).

## HOOFDSTUK II: DE FITNESSINDUSTRIE EN HAAR CONSUMENTEN

### § 1. Het begrip *fitness*

De opkomst van de opvattingen zoals beschreven in het vorige hoofdstuk leidde tot een toenemend besef van het belang van regelmatig oefenen (McConatha 1998). Het valt op dat, hoe minder we het lichaam nodig hebben in termen van kracht en uithouding op het werk, hoe meer we betrokken zijn op fitheid (Penz 1998).

Naast de traditionele sportbeoefening ontwikkelde zich dan ook de fitnessbeweging. De literatuur hieromtrent is verwarrend. De term '*fitness*' kan in het Engels immers verschillende betekenissen hebben. Enerzijds kan het fitheid (*physical fitness*) betekenen, anderzijds wordt de term ook gebruikt als aanduiding voor de 'sport'<sup>3</sup> fitness. De FitnessOrganisatie (federatie voor fitness & groepsfitness) kon geen eenduidige definitie van de activiteit fitness geven (De Rijck 2005). Verder wordt in de literatuur de term *fitness activities* gebruikt. Dit begrip is ruimer dan de 'sport' fitness. Het omvat ook andere fysieke activiteiten die de conditie (fitheid) bevorderen. In deze literatuurstudie wordt met de term *fitness* 'de sport fitness' bedoeld, tenzij anders vermeld wordt.

*Physical fitness* (fitheid) staat in dit werk in relatie tot gezondheid, in tegenstelling tot het dagelijks taalgebruik waar fitheid en gezondheid synoniemen geworden zijn (Volkwein 1998b).

### § 2. Situering

Zoals we al zagen zijn fysieke activiteit, gezondheid en schoonheid sterk met elkaar verbonden. Wie lichamelijk actief is/schijnt te zijn, is fit en mooi (Scheerder 2002). De informatie die iemand geeft door fit te zijn, wordt economisch en globaal gunstig

---

<sup>3</sup> Hier wordt sport bedoeld in de zin van de definitie van sport volgens de Raad van Europa: „*Modern sport has been defined by the Council of Europe as a free, spontaneous physical activity, which is conducted as leisure pursuit for enjoyment, recreation and relaxation. Proper sport is conducted with physical effort and encompasses several categories, which include competitive games and athletics, outdoor pursuits, aesthetic movement and conditioning activity.*” (in Volkwein 1998b: XII)

geacht voor het 'zelf'(Glassner 1989). Bij Scheerder (2000) lezen we dat ook het postmoderne lichaam, ondanks informalisering van gedrags- en omgangsvormen, niet verlost is van elke vorm van normalisatie en standaardisatie. De aerobics- en joggingsrage bijvoorbeeld evolueerde van een aanvaard tot normatief lichaamsgedrag (Scheerder 2000).

De wens om zich te onderscheiden door een gespierde, fitte en gezonde verschijning vormt volgens Penz (1998) mede de voedingsbodem voor de huidige *fitnessboom*. Volgens Scheerder & Vanreusel (2002: 44) past de fitness- en gezondheidsrage in het egotijdperk: het is de eigen inspanning, de eigen conditie en het eigen lichaam dat telt. Er is een waardeverschuiving van de omgeving (ecosport) naar het eigen ik (egosport) (Scheerder & Vanreusel 2002). In deze context halen deze auteurs Hoentjen en Venselaar aan die stellen dat iedereen wil blijven sporten, maar dan wel op een zelfgekozen tijdstip en in een zelfgekozen verband (in Scheerder & Vanreusel 2002). Het lichaam staat centraal in de huidige vrijetijdslevensstijl, vrijetijdsbesteding (*leisure*) is meer en meer gefocust op het verbeteren, versieren en tonen van ons lichaam (Smith Maguire 2002).

Bij Smith Maguire (2002) lezen we dat het veld van fitness gesitueerd is in een cultuur van verwachtingen van plezier, onmiddellijkheid (*immediacy*), vernieuwing en verscheidenheid. Fitnessinstructeurs, -producenten en -promotors zijn dus niet alleen beperkt door de smaak van consumenten, maar ook door het meer algemene verlangen naar onmiddellijke voldoening (Smith Maguire 2002).

Ook de processen van individualisering en secularisatie, karakteristiek voor het postmoderne Amerika, speelden een rol bij de opkomst van de fitnessbeweging (Volkwein 1998b).

De huidige fitnessbeweging, met haar positieve en negatieve bijdragen, vertegenwoordigt de ethos van het leven in hoog geïndustrialiseerde maatschappijen. Het is geen wereldwijd fenomeen, het is ook niet voor iedereen, maar voor een selecte klasse van mensen. Het fitheidfenomeen is een product van de westerse wereld, het is enkel voor de geïndustrialiseerde maatschappijen en het vindt haar wortels in de VS (Volkwein 1998b).

### § 3. De fitnessbeweging

In Glassner (1989) lezen we dat de huidige fitnessbeweging, in zijn vorm van commentaar op de Amerikaanse maatschappij, zijn wortels heeft in de vroegere gezondheids- en fitnessbeweging. Op het einde van de negentiende en het begin van de twintigste eeuw gold vooruitgang als het leidende motief voor de fitnessbeweging. In contrast tot deze eerdere beweging ging het discours over fitness (de *fitnesstalk*) van de jaren '60 van de vorige eeuw tot de jaren '80 niet in de eerste plaats over de geïdealiseerde gelukkigere tijd van voor de Industriële Revolutie of over de vooruitgang en rijkdom die de fysieke conditie zouden bedreigen. Veeleer werd er gesteld dat de onvolkomenheden van de moderne tijd uitgedreven moesten worden. Fitheid werd naar voor geschoven als een manier om zichzelf te beschermen tegen karakteristieke kwalen van de moderne cultuur zoals drugs, depressie en eetstoornissen (Glassner 1989). Deze reactie wordt beschreven als een poging door individuen, overwegend uit de middenklasse en de hogere klasse, om de gebreken van het moderne tijdperk te compenseren. De fitnessbeweging kan omschreven worden als een persoonlijk antwoord op de verwachtingen en tekortkomingen van de moderne cultuur (Volkwein 1998b).

De programma's die aangeboden worden in *health* en *fitness studio's* zijn enorm populair geworden in de VS sinds de jaren '70 van de vorige eeuw, in Duitsland is dit vanaf de jaren '80 (Volkwein 1998b).

De fitnessbeweging als een cultureel fenomeen is de laatste 25 jaar enorm gegroeid, in het bijzonder in de hoog geïndustrialiseerde landen. Dit is duidelijk zichtbaar aan zowel de toename van het aantal oefenprogramma's dat op fitheid georiënteerd is als aan een toename van het aantal individuen dat hiervan profiteert (Behm 1998).

De fitnessbeweging lijkt zich ook te richten tot delen van de bevolking die voorheen uitgesloten werden, zoals meisjes, vrouwen, ouderen en lichamelijk beperkten (Behm 1998) Het sportief vrijetijdslichaam is geen privilege meer voor een sociaal bevoorrechte klasse, het sportief vrijetijdslichaam is als het ware gedemocratiseerd (Scheerder 2000).

Met haar promotie van het besef van het belang van regelmatig oefenen, kan de fitnessbeweging beschouwd worden als een positieve kracht in de huidige cultuur. Toch zijn er aspecten van deze trend die kunnen leiden tot een toename van kleinering van het lichaamsbeeld. Daarom is het niet mogelijk deze beweging eenzijdig positief te bekijken (McConatha 1998).

Volgens Glassner (1989) herdefinieert de fitnessindustrie het *selfhood*. Door fit te worden, zo wordt de mensen beloofd, bereiken ze een zekere graad van zelfstandigheid ten opzichte van medische professionals en technologieën. Ze bereiken bescherming tegen het ontstaan van bijvoorbeeld obesitas of depressie. Ze krijgen een referentiekader waarin ze informatie van en over het lichaam kunnen plaatsen. De fitnessindustrie verzoent een aantal belangrijke tegenstellingen van beleving in de moderne samenleving zoals het zelf en het lichaam, mannelijk en vrouwelijk, werk en vrijetijd (Glassner 1989).

#### **§ 4. Fitness in de gezondheidscultuur**

De fitnessbeweging is onlosmakelijk verbonden met de toenemende bezorgdheid over gezondheid (Behm 1998). Zo lezen we bij Volkwein (1998b) dat gezondheid op verschillende manieren gecommificeerd lijkt te worden. De ontwikkeling van sport- en vrijetijdsactiviteiten in de sterk geïndustrialiseerde maatschappijen is direct gerelateerd met de vraag naar gezondheid. De meerderheid van de fysiek actieve populatie neemt aan verscheidene activiteiten deel om gezondheids- en fitheidsredenen (Volkwein 1998b). Wie het als werkgever goed voor heeft met de gezondheidstoestand van de eigen werknemers kan hen aanmanen tot een bezoek aan het plaatselijk fitnesscentrum op kosten van het bedrijf (Laermans 1993).

Volgens Laermans (1993) beogen de meeste fitnessers het verleggen van grenzen en willen ze de eigen lichamelijke conditie niet enkel op peil houden, maar ook voortdurend verbeteren. Achter dit streven schuilt een voor de gezondheidscultuur kardinale opvatting: je bent niet gezond, maar wordt het almaar meer. En vooral: je kan nooit gezond genoeg zijn. Het gezegde *the sky is the limit* lijkt niet enkel het motto te zijn van vele ondernemers, maar ook van talloze gezondheidsbewuste medeburgers (Laermans 1993).

Waarom zichzelf bewust pijnigen door jogging en fitness? Het antwoord van fitnessers en joggers is dat een goede conditie en goede gezondheid ‘toch belangrijk zijn in het leven’. Misschien zal men na enig doorvragen ook bekennen dat gezondheid tevens schoonheid betekent (Laermans 1993).

## § 5. Fitness in de consumptiecultuur

Penz (1998) schrijft dat de opkomst van de fitnessbeweging ingebed is in een reeks van grote socio-culturele veranderingen die dateren van in de jaren '50 van de vorige eeuw. De gestadige toename van de levensstandaard in termen van beschikbaar inkomen en vrijetijd verschaft de basis voor de massaparticipatie aan vrijetijdsactiviteiten, toerisme en programma's om de fitheid te verbeteren (*fitness training programs*). Omgekeerd is de groeiende vrijetijds- en fitnessindustrie een indicatie voor de economische *boom* in het naoorlogse Europa (Penz 1998).

Volgens Laermans (1993) waren de aankomende dertigers en vooral de bijna-veertigers niet toevallig de meest spraakmakende gangmakers van trends als joggen en fitnessen. Voor hen was – en is – een goede lichaamsconditie vooral een fel begeerd iets vanwege de ondertussen opgebouwde consumptieve levensstijl. Een gezond, liefst ook jeugdig uiterlijk vormt in deze leeftijdsgroepen de cruciale sleutel tot een levenslang consumentenbestaan. De angst voor veroudering of het niet-meer-mee kunnen in de sfeer van vermaak en plezier, voedt het geloof in de accumulatie van ‘krediet voor gezondheid’ (*health credits*) (Laermans 1993). Een soortgelijke observatie vinden we bij Smith Maguire (2002), zij stelt dat op de intersectie van de duale bezorgdheid over gezondheid en verschijning een tijdelijke *boom* in fysieke fitheidsactiviteiten is ontstaan. Als deel van de post-1960 expansie van de consumptie van vermaak en *lifestyle* door de middenklasse is *fitness* een wezenlijk vrijetijdsgebied. Fitness wordt gepresenteerd als het antwoord: fysieke activiteit (*exercise*) doet je goed voelen en doet je er goed uit zien (Smith Maguire 2002).

Een mooi lichaam is een sterke troef op de markten van consumptief vermaak en intieme relaties. Maar de maatschappelijke vraag naar ‘mooie gezondheid’ werd in de voorbije jaren ook aangezwengeld door het belang van lichamelijk uiterlijk als arbeidskapitaal (Laermans 1993). Sinds de late jaren '60 van de vorige eeuw hebben



de veranderingen op de arbeidsmarkt een nieuwe middenklasse gecreëerd. Hoe meer iemands broodwinning afhangt van verschijning en persoonlijkheid – van *one's body-for-others* – hoe meer het individu inzet om het lichaam te cultiveren als een onderneming (Smith Maguire 2002).

Door consumptie zijn we 'vrij' te kiezen, onszelf te creëren en controleren. Het fitnessveld creëert een sfeer van vrijetijd als een gebied van vrijheid om het beste van zichzelf te maken. Dit doet ze door oplossingen in verband met gezondheid aan te bieden, door macht te geven, door het beheren van het uiterlijk (*appearance management*) en zelfverbetering (Smith Maguire 1998).

In hoofdstuk 1, paragraaf 4 zagen we hoe het *inner* en *outer* body verenigd worden in de consumptiecultuur. Het primaire doel van de handhaving van het *inner body* is de verbetering van de verschijning van het *outer body*. Binnen de fitnesspraktijken doet zich het omgekeerde voor. Verbetering van het *outer body* staat in het teken van het *inner body*. Zo vermelden artikels in tijdschriften over fitness dat een uiterlijke gloed (*outer glow*) een teken is van mentale en fysieke gezondheid (Glassner 1989).

## § 6. De fitness- en gezondheidsmarkt

Bij Pfister (1998) lezen we dat gedurende de laatste jaren de individuele verplichting en verantwoordelijkheid voor fitheid en gezondheid een ongelimiteerde manipulatie van het lichaam en een *boom* in de gezondheids- en fitheidsmarkt in de hand hebben gewerkt. Commerciële *health* en *fitness studios* zijn in competitie met elkaar in de *health* en *fitnessboom* (Pfister 1998). Fitheid werd een handelsgoed waarin geld, tijd en energie geïnvesteerd moeten worden (Pfister 1998).

Door de verwetenschappelijking, professionalisering en legitimering van de curatieve en preventieve behandeling van het menselijk lichaam wordt er een behoefte gecreëerd. De fitness- en gezondheidsmarkt is immers gebaat bij algehele gevoelens van onbehagen over lichaamsvorm en conditie (Scheerder 2000).

Volgens UNESCO<sup>4</sup> heeft zich in de Verenigde Staten een volledige fitnessindustrie ontwikkeld die terecht kan geclassificeerd worden als een culturele industrie (in Sage 1998: 111).

Er is een omvangrijke commerciële fitnessindustrie ontstaan die fitnessstrainers omvat, evenals fitnessclubs, fitnessprogramma's voor werknemers, fitnessuitrusting en advertenties in massamedia over fitheid en gezondheid en manieren om dat te bereiken omvat. Een gecommmercialiseerde industrie van gezondheid/fitheid is gegroeid en vermenigvuldigd in een verscheidenheid van organisaties en bezigheden. Zoals bij elk kapitalistisch bedrijf is de impuls die de fitnessindustrie drijft winstmaximalisatie. De commerciële fitnessindustrie is op marktprincipes gebaseerd, eerder dan de vervulling van collectieve persoonlijke gezondheidsnoden. Het heeft eigenlijk weinig te maken met fitheid en traditionele concepten van persoonlijke gezondheid (Sage 1998).

Een significant deel van de fitnessindustrie bestaat uit fitness- en *healthcentra*, uitgbaat door eigenaars, trainers en ondersteunend personeel (Sage 1998).

Een tweede aspect van de commerciële fitnessindustrie omvat markten voor geassocieerde producten en diensten. Fitnessprogramma's voor werknemers vullen de persoonlijke fitness/*health*industrie aan en ondersteunen deze ook (Sage 1998).

De fitnessindustrie heeft veel van de positieve betekenis van een fysiek actieve levensstijl als vorm van gezondheidsbevordering ondergraven. Fysieke fitheid wordt steeds meer bekeken als een goed dat gekocht kan worden in plaats van een kenmerk van gezondheid dat bereikt en onderhouden moet worden (Sage 1998). Sage (1998) attendeert op een ander aspect van de commerciële fitnessindustrie, namelijk het gebrek aan aandacht voor geassocieerde lange termijngevolgen zoals onbewezen efficiëntie van bepaalde fitnessprogramma's, het gevaar van sommige toestellen, gebruik van steroïden en sluimerend gevaar voor anorexia of boulimie.

Verder valt op dat de fitnessindustrie alert inspeelt op veel aanvankelijk informele, anonieme, ongeorganiseerde fitheidsactiviteiten, zoals bijvoorbeeld de *jogging boom*. Deze *boom* begon met het verlangen van enkele individuen, die uitgesloten werden uit de prestatiegerichte sport, om op hun voorwaarden te genieten van een eenvoudige sport die goed voor is voor hun eigen gezondheid. Binnen een paar jaar had zich al een enorme industrie op het vlak van lopen (*running industry*) ontwikkeld, met multinationals die loopschoenen en andere accessoires verkochten (Sage 1998).

---

<sup>4</sup> *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO 2005)

De fitnessindustrie spreekt potentieel cliënteel aan met communicatiemiddelen. Sage (1998) schrijft dat de gezondheids- en fitheidsboom grotendeels gedreven wordt door een privé-industriese sector, fitness wordt nauwelijks gedragen door een maatschappelijk middenveld. De sector is geworteld in de promotie van het consumentisme. De enorme commerciële fitnessindustrie houdt zich bezig met het verkopen van oefenkledij en –uitrusting, lidmaatschap in fitnesscentra en gezond voedsel. Gecommercialiseerde fitness is ook gericht op het ‘verkopen van specifieke definities van schoonheid’, ze is ook betrokken in de promotie van sportevenementen (*sport events*) (Sage 1998).

Als de advertenties en publicaties van de fitnessindustrie geloofd mogen worden, is het voordeel van een fit lichaam dat het taken competent en betrouwbaar zal volbrengen. De advertenties plaatsen dagelijkse taken in het kader van fitheidsactiviteiten (Glassner 1989).

Ook de schoonheidsindustrie heeft sinds het midden van de jaren '70 van de vorige eeuw een evolutie doorgemaakt en haar werkerrein aanzienlijk verbreed. Ze richt zich thans ook tot een groeiende groep van mannen (Laermans 1993).

Voor de commerciële industrie is de levensstijlaanpak van fitness een manier om de mogelijkheden voor consumptie te vergroten, en de obstakels te omzeilen die de beoefening van fitness limiteren (zoals minder vrijetijd, verveling of bepaalde oefeningen niet leuk vinden). De boodschap is ‘fitness is een manier van leven’ (Smith Maguire 2002).

## **§ 7. De fitnessbeweging en gender**

De fitnessbeweging heeft geleid tot een toename van participatie in sport en *exercise* door vrouwen (Volkwein 1998b). Gedurende de jaren '70 van de vorige eeuw, in het midden van de eerste fitnessgolven begonnen vrouwen, voor de eerste keer in de geschiedenis, een eigen vorm van oefeningen te ontwikkelen voor een groot aantal aanhangers, zoals *aerobics*. In de jaren '80 startten de vrouwen massaal met het veroveren van het mannelijke domein van bodybuilding. Tezelfdertijd begonnen tienermeisjes sporten uit te oefenen die voorheen enkel voor de mannelijke bevolking weggelegd waren (Penz 1998).

Voor vrouwen is één van de gevolgen van de fitnessbeweging geweest dat er zich een nieuw ideaal van het vrouwelijke lichaam ontwikkelde (Glassner 1989). Hetzelfde vinden we terug bij McConatha (1998), deze auteur stelt namelijk dat ideale lichaamsbeelden significant beïnvloed zijn door de fysieke fitheidbeweging. Volgens Penz (1998) vraagt aantrekkelijkheid steeds meer werk aan het lichaam (*body work*). De enorme toename van fysieke activiteiten sinds de eerste fitheidgolf lijken de ideale *look* nogal te veranderen (Penz 1998). Dit nieuwe ideaal voegt verschillende culturele tegenstellingen samen, namelijk kracht met schoonheid, gespierd zijn met slank zijn en *hardness* met *curvaceousness* (Glassner 1989).

In verband met aantrekkelijkheid is fitheid een belangrijk thema geworden, zowel voor mannen als voor vrouwen. Het beeld en de levensstijl van oudere volwassenen is ook veranderd onder invloed van de fitnessbeweging (McConatha 1998).

Kugelman beschrijft fitnesscentra als sociale steiger waar vrouwen gedwongen worden tot vrouwelijkheid, wat geïnterpreteerd kan worden als een vorm van discriminatie. Deze conclusie kan als een verrassing overkomen, omdat gedurende een lange tijd de verovering van fitnesscentra door vrouwen beschouwd werd als een teken van hun groeiende emancipatie in de sport. Kugelman daarentegen wijst erop dat de welgekende sociale normen betreffende schoonheid en slank-zijn kritiekloze validiteit hebben in deze centra. Dikke, zieke of anders-valide mensen worden vaak uitgesloten, op zijn minst moreel (in Behm 1998).

Verder kritiseert Kugelman dat vrouwen de verantwoordelijkheid voor hun eigen gezondheid en hun eigen lichamen uit handen geven op het moment dat ze het fitnesscentrum betreden. Bovendien bieden fitnesscentra geen grote variëteit aan bewegingsmogelijkheden (in Behm 1998).

De laatste jaren is er een toenemende oriëntatie naar sport- en oefenprogramma's gebaseerd op de noden van vrouwen (Behm 1998). De aanbieders van de veel gevraagde *gymnastic and fitness courses* vermarkten de dromen gezondheid en schoonheid van vrouwen (Pfister 1998). Vrouwen en meisjes zijn als consumenten van sport en bewegingsgerelateerde producten ontdekt. Dit resulteerde in meer mogelijkheden voor vrouwen en meisjes om te participeren, bijvoorbeeld in 'women only' fitnesscentra (Behm 1998). In België is *Passage Fitness First* recent begonnen

met een fitnesscentrum exclusief voor vrouwen (Michiels 2005).

## **§ 8. Socio-demografische gegevens en subjectieve redenen voor fitnessbeoefening**

### I. SOCIO-DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

Regelmatige participatie in een vorm van fysieke activiteit is gelimiteerd tot een erg beperkt gedeelte van de bevolking. De *adult fitness market* in de VS is socio-demografisch homogeen. De hoogste graad van participatie in activiteiten ligt tussen 25 en 34 jaar. Leeftijd, geslacht en inkomen (als indicator van sociale klasse) verschillen gemiddeld voor Amerikanen die wel en niet fysiek actief zijn (Gibson 1998).

De fitnessbeweging wordt vooral beleefd door selecte bevolkingsgroepen, namelijk de middenklasse en de hoge middenklasse. De variabelen inkomen, geslacht, leeftijd, ras en etniciteit bepalen mee wie participeert in de fitnessbeweging en waarom (Volkwein 1998b).

Participatie is het hoogste in de midden en hoge sociaal-economische kringen. Degenen met weinig socio-economisch kapitaal hebben gelimiteerde toegang tot informatie over fitheid, gezondheidsprogramma's en fitnessfaciliteiten en -diensten (Sage 1998).

Socio-economische status en opleiding beïnvloeden wie oefent en aan welk soort oefeningen men deelneemt (McConatha 1998).

De consumenten van fitnesspublicaties – en fitnessproducten meer in het algemeen – in de Verenigde Staten komen overwegend uit de middenklasse, met een relatief groot aandeel van vrije beroepen en managers. Van de *health club* leden in de VS heeft 65 percent een inkomen van 50 000 US dollar of meer. Hoewel lidmaatschap van een *health club* relatief gelijk verdeeld is over beide genders (vrouwen maken 52 percent uit van alle leden), overtreft de groei van lidmaatschap van de vrouwen die van de mannen (Smith Maguire 2002). Dit stemt overeen met een algemene tendens dat de progressie van sportdeelname bij vrouwen groter is dan bij mannen (Scheerder e.a. 2002). Proportioneel meer vrouwen dan mannen nemen deel aan *fitness activities* zoals bijvoorbeeld aerobics (in Behm 1998).

Verscheidene studies stelden een algemeen verspreide en groeiende interesse vast voor het nastreven van fitheid in de middenklasse en de hogere klasse in Amerika. Als mogelijke reden wordt de relatief welvarende cohorte *baby boomers* aangehaald. Deze cohorte bereikt de *middle age* leeftijd en wordt geconfronteerd met de eerste tekens van fysieke aftakeling (Glassner 1989).

De affiniteit tussen het *fitness field* en de traditionele en nieuwe middenklasse wordt duidelijk in de manier waarop fitness geconstrueerd is als een consumptieve levensstijl, een manier van zelfcreatie die voornamelijk plaatsvindt tijdens iemands vrijetijd. Een centraal element in het verloop van deze levensstijl is het lichaam als een onderneming (*the body-as-enterprise*) (Smith Maguire 2002). *Fitness* en *fitness education* zijn ingesteld op de middenklasse die vatbaar gemaakt is om het lichaam te beschouwen als iets dat gemanaged en verbeterd moet worden door educatie en zelfverbetering als een integraal aspect van de identiteit van het zelf en sociale mobiliteit. Deze houding van investeringsgerichte oriëntatie naar het lichaam is specifiek kenmerkend voor degenen die werken en voor degenen voor wie de sociale positie expliciet afhankelijk is van de lichamelijke verschijning en presentatie (Smith Maguire 2002).

De veranderende sociale, politieke en atletische rollen van vrouwen creëerde een markt van consumenten voor wie fysieke ontwikkeling deel uitmaakte van een nieuwe, machtige levensstijl (Smith Maguire 2002).

## I. SUBJECTIEVE REDENEN VOOR FITNESSBEOEFENING

De consument van fitness werkt niet naar één rationeel doel, maar naar een mozaïek van fysieke, emotionele, economische en esthetische transformaties, een potpourri van doelen en middelen (Glassner 1989).

In de literatuur wordt vermeld dat vrouwen iets vaker dan mannen het gezondheidsmotief aanhalen als één van de belangrijkste redenen voor hun deelname aan sportieve activiteiten. De vraag rijst echter of men geen sociaal gewenste antwoorden heeft gegeven. Voor de meerderheid (zowel mannen als vrouwen) zijn fitheid en gezondheid onlosmakelijk met elkaar verbonden met hun sportactiviteiten (Pfister 1998). Voor vrouwen is slank en aantrekkelijk zijn de belangrijkste reden om deel te nemen aan sport (Pfister 1998).

Bij Behm (1998) lezen we dat de redenen voor het bezoeken van een fitnesscentrum problematisch kunnen zijn. Fitheid, een goed figuur en een goede gezondheid – vaak vermeld als de belangrijkste redenen voor deelname – lijken op het eerste zicht positieve waarden. Deze redenen representeren verwachtingen betreffende de effecten van het engageren in bepaalde oefeningen op regelmatige basis. Maar als vrouwen hun motieven grondig uitwerken praten ze over conditie verbeteren, *body styling*/een goed figuur bereiken, gewichtsverlies en *flabbiness* (slapheid) verminderen, dit toont eerder een vage conceptie van fitheid. De vraag rijst dus of naar een fitnesscentrum gaan wel positieve emoties kan opwekken (Behm 1998). Overigens neemt ook een toenemende proportie mannen deel aan *fitness*activiteiten onder het mom van gezondheid, terwijl ze in feite hun fysieke aantrekkelijkheid wensen te verbeteren (Penz 1998).

Er bestaat geen duidelijke evidentie over wat vrouwen verwachten wanneer ze deelnemen aan een fitnessprogramma. Het aantal *drop-outs* en de vermelde redenen voor onderbreking van de fitnessoefeningen geven aan dat tenminste een aantal vrouwen onrealistische verwachtingen heeft (Behm 1998). Het lijkt ook dat tegenstellingen tussen wat fitnesscentra beloven en de resultaten die bereikt worden de hoofdredenen zijn voor de grote fluctuaties in het eerste jaar lidmaatschap van fitnesscentra (Behm 1998).

DEEL II:

HET SOCIAAL PROFIEL VAN DE  
FITNESSCENTERBEZOEKER:

ONDERZOEKSMETHODE EN RESULTATEN VAN  
HET ONDERZOEK



# HOOFDSTUK I: METHODE EN PROCEDURE VAN HET ONDERZOEK

## § 1. Benaderingswijze

Om te achterhalen wie wanneer komt fitnessen en waarom en wat de levensstijl van de fitnesser is, zijn de data verzameld aan de hand van korte gestructureerde *face to face* interviews met een gestandaardiseerde vragenlijst. Na een afweging van de voordelen en beperkingen van de interviewbenadering en de postenquête is gekozen voor de hierboven vermelde vorm van interview.

De voordelen van een gestandaardiseerd interview zijn talrijk. Billiet (1996: 212- 213) vermeldt dat gestandaardiseerde interviews de mogelijkheid bieden niet-verbaal gedrag en spontane uitingen te registreren. De interviewer heeft controle over de volgorde van de vragen en kan de vragen verduidelijken en bijkomende uitleg geven. De interviewer beschikt over informatie over het tijdstip waarop de vragenlijst wordt beantwoord. Een voordeel van het gestandaardiseerde interview ten opzichte van een postenquête is de hogere responsgraad. Via een interview is er meer zekerheid over de volledigheid en adequaatheid van de antwoorden. Portney & Watkins (2000: 286) vermelden als voordelen van een gestructureerd interview dat aan alle ondervraagden dezelfde vragen in dezelfde volgorde worden gesteld en alle ondervraagden dezelfde antwoordmogelijkheden geboden worden. De beperkingen van een interview zijn dat het tijdsintensief is en in mindere mate de anonimiteit van de respondenten garandeert (Portney & Watkins 2000: 286). Bij een interview kan echter de aanwezigheid van de interviewer een rem zijn (Billiet 1996: 214).

Postenquêtes hebben als voordeel dat op korte termijn een grote, geografisch gespreide populatie bereikt kan worden (Portney & Watkins 2000: 286). De post komt overal, ook op plaatsen die moeilijk bereikbaar zijn voor interviews (Billiet 1996: 214). Er is een groter gevoel van anonimiteit dan bij het interview en er is minder *bias* door interactie met de interviewer (Portney & Watkins 2000: 286). Billiet (1996: 214) stelt dat de postenquête meer gestandaardiseerd verloopt dan een interview aangezien bij een interview toch steeds variaties optreden qua verwoording. Een belangrijke beperking ligt in de mogelijkheid dat een vraag of antwoordmogelijkheid niet begrepen of foutief geïnterpreteerd wordt. Ook de motivatie en de nauwkeurigheid van de antwoorden van de respondent zijn onbekend. De verwachte

*responsrate* op de vragenlijst bedraagt 30% à 60%. Onvolledig of foutief ingevulde vragenlijsten verminderen de bruikbare respons nog meer (Portney e.a. 2000: 286). De *non respons* bij postenquêtes bedraagt 70% à 80%, bij interviews is dit beperkt tot 30% à 40% (Billiet 1996: 214). Zoals blijkt uit bovenstaande beschrijving van de voordelen en beperkingen van het interview en de postenquête, zijn de voordelen van het interview grotendeels de nadelen van de postenquête en vice versa (Billiet 1996: 212).

Het interview werd verkozen boven de postenquête omwille van de hoge respons bij een interview. Het interview verzekert een bepaalde respons, er worden zoveel interviews afgenomen als nodig. Een andere reden waarom de interviewvorm verkozen werd boven de postenquête is ‘de wet op de bescherming van de persoonlijke levenssfeer’ van 8 december 1992 (van Poppel 1993:12 – 13). Deze wet stelt onder andere dat personen die op het Belgisch grondgebied hun persoonsgegevens ter beschikking stellen van derden, in kennis gesteld moeten worden van het doeleinde waarvoor de verzamelde gegevens gebruikt zullen worden (finaliteitsprincipe). De fitnesscentra zouden hun ledenbestand bijgevolg slechts ter beschikking mogen stellen voor de doeleinden van dit onderzoek nadat zij hiervoor toestemming hadden gevraagd aan hun leden. Dit zou een bijkomende bias kunnen creëren aangezien de samenstelling van de steekproef dan meer afhankelijk wordt van de inzet en de medewerking van de fitnesscentra.

## **§ 2. Steekproeftrekking**

Het selecteren van fitnesscentra voor het onderzoek gebeurde aan de hand van volgende criteria. Eerst werden 5 gemeenten geselecteerd in Vlaams-Brabant (Tienen, Veltem-Beisem (Herent), Kortenberg, Aarschot en Haacht). Deze gemeenten werden geselecteerd op basis van pragmatische redenen. De afstand speelde een rol, omdat het doenbaar moest zijn om regelmatig een bezoek te brengen aan de verschillende fitnesscentra. Een dertigtal minuten met de auto van de woonplaats van de onderzoekster tot aan het fitnesscentrum werd als maximum gehanteerd. Veltem-Beisem werd geselecteerd omdat geweten was dat daar een fitnesscentrum ‘tussen het niets’ aan de steenweg gelegen was.

Na consultatie van ‘De Gouden Gids Online’ (2004) onder de rubriek ‘fitnesscentra’ bleek dat in de geselecteerde gemeenten fitnesscentra gevestigd waren. Indien een

gemeente meerdere centra telde, werd door lottrekking ‘blind’ bepaald welke centra gecontacteerd zouden worden. Zes centra werden gecontacteerd door middel van een brief, waarin om hun medewerking werd gevraagd. Een week later volgde een telefonisch contact om de uitbaters van de centra bijkomende uitleg te geven en om hun toestemming te vragen om hun klanten aan een kort interview te onderwerpen.

Van de 6 gecontacteerde centra waren er 4 bereid om mee te werken. Eén fitnesscentrum weigerde medewerking omdat het al een stagefunctie voor studenten had. Een ander gecontacteerd centrum bleek een organisatie te zijn waarbij fitnesscentra kunnen aansluiten. Daarom werd een ander fitnesscentrum in dezelfde gemeente gecontacteerd, dat echter medewerking weigerde zonder opgave van reden. Uiteindelijk kwamen Haacht en Kortenberg niet meer in aanmerking en werd besloten een andere gemeente te selecteren, namelijk Overijse. Hier werd op dezelfde manier tewerk gegaan. De 2 geselecteerde centra waren bereid mee te werken aan deze studie.

Bij het verzamelen van data werd duidelijk dat één van de twee centra in Tienen een klein en a-typisch centrum was. De uitbaatster had bij het telefoongesprek al vermeld dat daar de combinatie cardiofitness en *powerplate* benadrukt werd, maar in de praktijk bleek de meerderheid van de bezoekers enkel voor de *powerplate* te komen. Daarom werd er geopteerd om een bijkomend centrum in Aarschot te contacteren. Dit centrum verleende zijn medewerking.

In totaal werden 10 centra gecontacteerd waarvan er uiteindelijk 7 uit 4 verschillende gemeenten konden weerhouden worden voor het vragenlijstenonderzoek.

In de fitnesscentra werden de fitnessers aangesproken tijdens een rustmoment, bij aanvang of afloop van hun training of terwijl men rustig aan het fietsen, steppen, ... was.

Tabel 1: De gecontacteerde centra en hun reacties

	gecontacteerd	reactie
1.	Tienen 1	deelname
2.	Tienen 2	deelname
3.	Veltem-Beisem	deelname
4.	Haacht 1	geen fitnesscentrum
5.	Kortenberg	weigering
6.	Aarschot 1	deelname
7.	Haacht 2	weigering
8.	Overijse 1	deelname
9.	Overijse 2	deelname
10.	Aarschot 2	deelname

### § 3. Studie van het sociaal profiel door middel van een vragenlijst

#### I. HET VRAGENLIJSTENONDERZOEK

##### A. CONSTRUCTIE VAN DE VRAGENLIJST

Bij de samenstelling van de vragenlijst (Appendix A) werden aanvankelijk 5 categorieën van vragen gemaakt (wat, wanneer, waarom, waar, wie). De eerste rubriek bevatte twee vragen naar de activiteiten van de bezoekers in het fitnesscentrum (wat). Ten eerste werd gevraagd naar de diensten waarvan de bezoeker gebruik maakte. Hiervoor werd een kaart aan de ondervraagde voorgelegd met diensten die aangeboden worden in de fitnesscentra. De antwoordmogelijkheden op deze vraag waren gebaseerd op de resultaten van een sectorstudie van het Vlaams Instituut voor het Zelfstandig Ondernemen (VIZO 1999). Tevens werd gevraagd of men individueel een programma afwerkte of groepslessen, of een combinatie van beide.

De tweede rubriek omvatte de 'wanneer-vragen'. Hier kwamen vragen aan bod over hoe vaak men naar het fitnesscentrum kwam, op welke dagen van de week en het moment van de dag waarop men kwam fitnesssen en hoeveel jaar men dit al deed. De antwoordmogelijkheden bij de vraag hoe vaak men het centrum bezocht waren

gebaseerd op categorieën van het Nationaal Instituut voor de Statistiek (NIS 1998).

In de volgende rubriek werd gepeild naar het 'waarom'. Hiervoor werden vragen gesteld wie de aanbeveling had gegeven om te beginnen met fitness, welke hinderpalen er waren om met fitness te starten en om het vol te houden. Ook werd gevraagd naar de argumenten om aan fitness te doen. Voor deze laatste vraag konden kiezen uit een lijst met 'motieven om te sporten' (NIS).

De vierde rubriek peilde naar de afstand tussen woning of werk en het fitnesscentrum (waar).

De vijfde en laatste rubriek beoogde het verzamelen van een aantal demografische gegevens (wie). Hiervoor werden ondermeer vragen gesteld over de scholingsgraad, het beroep en hoe men zich zou omschrijven op het vlak van fitness. In plaats van rechtstreeks naar de leeftijd te vragen, is geopteerd het geboortjaar te vragen (Billiet 1996: 180). Volgens Billiet (1996: 180) is het beter om niet vooraf in klassen in te delen omdat dan belangrijke informatie verloren kan gaan. Verder zijn er vragen geformuleerd om te achterhalen of men al dan niet een actieve levensstijl had. Hiervoor werden vragen gesteld die betrekking hadden op het vervoermiddel naar het fitnesscentrum of het werk of school. Ook is gevraagd naar andere activiteiten die men beoefende. De antwoordmogelijkheden voor deze laatste vraag waren gebaseerd op de top tien van de meest beoefende sporten in het Vlaams Gewest in 2000 (NIS). Ook werden er vragen gesteld over het rookgedrag, het alcoholgebruik en voedingsgewoonten. De indeling in categorieën voor roken is gebaseerd op een indeling van de Gezondheidsenquête 1997 (Wetenschappelijk Instituut Volksgezondheid e.a. 1997). Tenslotte werd nog gevraagd naar twee belangrijke redenen om te blijven fitnessen en naar twee belangrijke redenen waarom men zou overwegen te stoppen met fitness.

## B. UITTESTEN VAN DE VRAGENLIJST

Na het opstellen van de vragenlijst is deze uitgetest om tekortkomingen te achterhalen en het interviewen onder de knie te krijgen. Op deze wijze werd ook vastgesteld hoe lang het interview in de praktijk duurde.

De testinterviews werden afgenomen bij personen die fitnessen. Het eerste interview werd afgenomen bij de zus van de interviewer, het tweede interview bij een verre kennis en het derde interview in een fitnesscentrum bij een willekeurige bezoeker.

Na deze interviews zijn enkele aanpassingen aangebracht (Appendix B).

In rubriek één werd de antwoordmogelijkheid 'fitness' weggelaten en werd de mogelijkheid 'powerplate' (trilplaat) toegevoegd. In rubriek twee werd de mogelijkheid 'ochtend' toegevoegd.

Er werd besloten om de rubriek in verband met de afstand van woning of werk tot het fitnesscentrum in de 'wie-rubriek' op te nemen. Zo werd een meer logische opeenvolging van de vragen bekomen. Door deze aanpassing kwam de vraag naar afstand van werk/school naar fitness en de afstand van woning naar werk/school na de vraag of men beroepsactief was. Die vragen moesten dan niet gesteld worden als de geïnterviewde geen student meer was en niet beroepsactief was.

Bij de argumenten om te fitnessen is een maximum van drie argumenten opgelegd omdat anders heel de lijst werd opgesomd. Indien er meerdere van toepassing waren, werd gevraagd deze in volgorde van belangrijkheid te geven.

Bij de vraag over scholingsgraad werden ook enkele aanpassingen doorgevoerd. Eerst werd gevraagd of men student was. Vervolgens werd de vraag 'Welk onderwijs heeft u genoten?' geherformuleerd naar 'Van welk type onderwijs is uw hoogste diploma?'. Bij de eerste formulering kon men zeggen dat men een bepaald type onderwijs had gevolgd, maar dit zei niets over het feit of men dat diploma ook daadwerkelijk behaald had.

Bij de vraag over het rookgedrag werd een extra antwoordmogelijkheid toegevoegd omdat de indeling niet specifiek genoeg ervaren werd.

Een interview duurde gemiddeld een 5-tal minuten.

### C. UITVOERING EN BEPERKINGEN

Het afnemen van interviews gebeurde in de periode van 30 oktober tot 19 december 2004. De interviews werden zowel in de voormiddag, namiddag als avond afgenomen, en dit zowel op weekdays als in de weekends (Appendix C). In totaal zijn 303 fitnessers ondervraagd.

In de praktijk verliepen de interviews vlot. Ze vonden allen plaats in de context van het fitnesscentrum. De interviews werden afgenomen ofwel voor men de training aanving, tijdens rustpauzes, terwijl men rustig aan het fietsen, steppen, ... was ofwel na afloop van de fitness-sessie.

Het contact met de fitnesscenter-bezoekers verliep vlot. Op enkele uitzonderingen (+/- 5 personen) na was iedereen bereid een paar minuten vrij te maken om de vragenlijst te beantwoorden. Degenen die liever niet antwoordden, gaven ofwel geen reden op of gaven als reden 'geen tijd' of 'ik voel me niet goed' aan.

Eén persoon die eerst wat twijfelachtig stond tegenover het interview (hij kwam tenslotte om te trainen), stuurde daarna zelf kameraden en was met de onderzoekster begaan omdat er op dat moment niet zoveel fitnessers aanwezig waren. Een andere man die zich tijdens het fietsen verveelde en zag dat er interviews werden afgenomen, vroeg of hij ook geïnterviewd mocht worden want zo ging de tijd tenminste vooruit.

Enkele interviews namen iets meer tijd in beslag omdat de ondervraagde ondertussen nog met kameraden stond te praten of omdat die de tijd nam om rustig een antwoord te formuleren of omdat de ondervraagde heel zijn levensverhaal vertelde.

De gesprekken met de fitnessers tussen de interviews door waren informatief over het beeld dat heerst over andere fitnesscentra in dezelfde gemeente, of over het beeld van het eigen fitnesscentrum.

#### § 4. Dataverwerking en statistische analyse

De gegevens werden in codes (Appendix D) in de computer ingevoerd via het programma Excel. Daarna werden deze data overgezet in het statistisch programma SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Op de data ‘geboortejaren’ en ‘aantal weken fitnesscentrumbezoek’ werd na een eerste grafische interpretatie de normaliteitstest *Kolmogorov–Smirnov* toegepast. Indien deze test niet significant was ( $p > 0,05$ ), wilde dit zeggen dat de verdeling van de steekproef niet significant verschilde van de normale verdeling. Indien deze test echter wel significant was ( $p < 0,05$ ), verschilde de verdeling van de steekproef significant van de normale verdeling en hadden we dus te maken met een niet-normale verdeling (Field 2000). Bij niet-normale verdelingen werden niet-parametrische testen gebruikt om te bepalen of er significante verschillen waren tussen de gemiddelden. Het nadeel van niet-parametrische testen is dat ze minder *power* hebben. Bijgevolg is de kans op type II-fouten groter, dit wil zeggen dat de kans groter is dat tussen de groepen geen verschil gevonden wordt terwijl er in werkelijkheid wel een verschil is (Field 2000).

De niet-parametrische test voor het vergelijken van twee gemiddelden is de *Mann-Whitney* test. Indien de Mann-Whitney U waarde significant is ( $p < 0,05$ ), dan is het verschil tussen de gemiddelden significant. De nulhypothese dat er geen verschil is tussen beide groepen wordt verworpen (Field 2000). De niet-parametrische test voor het vergelijken van 3 of meer gemiddelden is de *Kruskal-Wallis* test. Indien de  $\text{Chi}^2$  – waarde significant is, kan de nulhypothese dat er geen significante verschillen zijn tussen de groepen verworpen worden (Portney & Watkins 2000).

De overige data werden eerst aan de hand van kruistabellen bestudeerd om een algemeen beeld te krijgen. Nadien zijn deze data onderworpen aan  $\text{Chi}^2$  - testen. Hierbij werd gekeken of er een significante associatie bestond tussen een variabele en gender of tussen de variabelen onderling. Pearson  $\text{Chi}^2$  test immers of twee variabelen onafhankelijk zijn van elkaar. Als de significantiewaarde klein genoeg is ( $p < 0,05$ ), wordt de nulhypothese dat de variabelen onafhankelijk zijn van elkaar, verworpen. De hypothese dat de variabelen op een of andere manier met elkaar verwant zijn, wordt aangenomen. Indien de  $\text{Chi}^2$  – test significant bleek, werd gekeken naar de waarde van Phi. Phi meet de sterkte van de associatie tussen twee categorische variabelen en



wordt gebruikt in 2 x 2 contingentietabellen (Field 2000). Hierbij werd vooral gekeken naar het teken van Phi om de richting van het verband te bepalen.

Voor het bepalen van de socio-professionele categorie is de methodologie van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) gevolgd. Het CIM bepaalt de sociale groepen op basis van een ratio berekend op het beroep van de voornaamste verantwoordelijke van het gezinsinkomen en zijn opleidingsniveau. Het CIM rangschikt de bevolking in functie van de waarde die de combinatie van de twee vernoemde variabelen oplevert. Vervolgens wordt de bevolking opgedeeld in ongeveer 8 gelijke groepen. De groep die overeenstemt met het gebied van de hoogste waarden (en bijgevolg het hoogste professioneel en/of opleidingsniveau) wordt 'groep 1' genoemd, 'groep 8' stemt overeen met de laagste waarden (CIM, 2004). De toekenning van de punten en de waarde van de klassengrenzen met de verdeling zijn in de bijlage opgenomen (Appendix E).

Bij de verwerking van de open vragen zijn in eerste instantie de antwoorden zoals opgegeven door de ondervraagden ingevoerd. Om de statistische bewerkingen te vergemakkelijken werden deze antwoorden achteraf in categorieën ingedeeld (Appendix D).

HOOFDSTUK II:  
STUDIE VAN HET SOCIAAL PROFIEL VAN DE  
FITNESSCENTERBEZOEKER: RESULTATEN EN DISCUSSIE

**§ 1. Resultaten van de studie naar het sociaal profiel van de fitnesscenterbezoeker.**

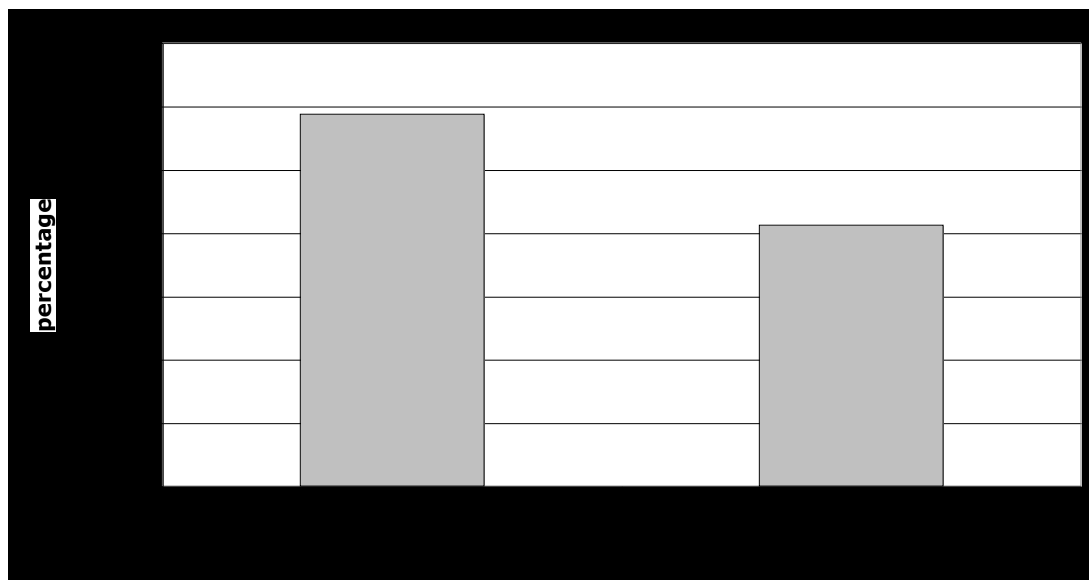
I. SAMENSTELLING VAN HET CLIËNTEEL VAN DE FITNESSCENTRA

A. GENDER EN LEEFTIJD

1. GENDER

Van de 303 ondervraagden waren er 125 vrouwen en 178 mannen. Dit komt dus neer op 41% vrouwen en 59% mannen in deze steekproef (figuur 1).

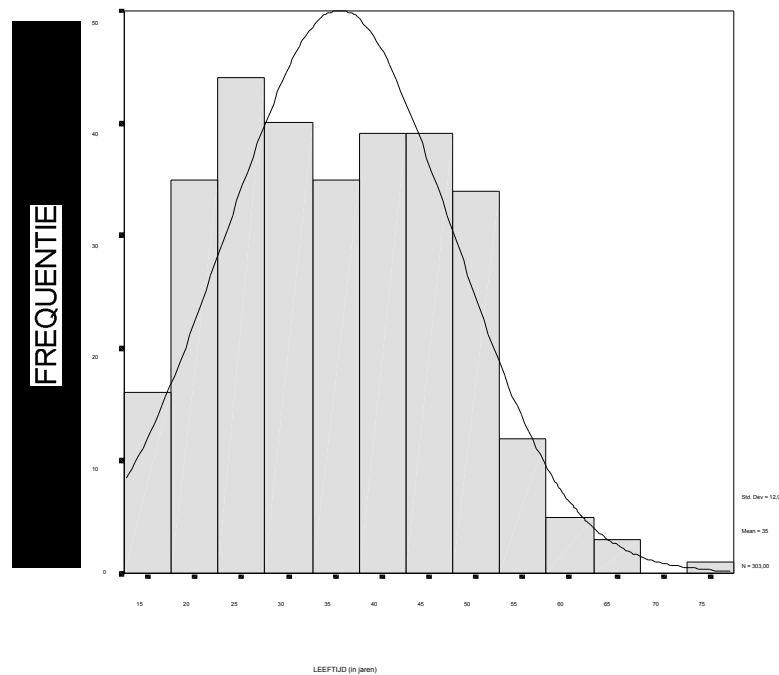
*Figuur 1: Verdeling mannen en vrouwen in de steekproef fitnessers*



## 2. LEEFTIJD

Uit een eerste grafische analyse van de verdeling van de geboortejaren in de volledige steekproef (figuur 2) kan het vermoeden uitgesproken worden dat de leeftijd in deze steekproef niet normaal verdeeld is. De verdeling lijkt eerder positief scheef te zijn.

Als we de beschrijvende statistiek bekijken zien we dat de mediaan (34 jaar) lager ligt dan het gemiddelde (35,5 jaar). Dit is een indicatie voor een niet-normale verdeling en duidt op een positief scheve verdeling met een oververtegenwoordiging van jonge subjecten.

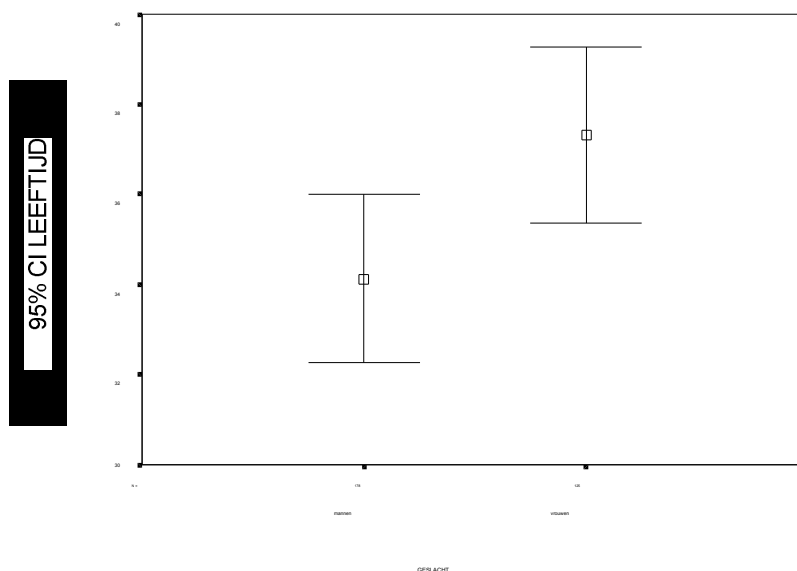


*Figuur 2: Verdeling leeftijd in de steekproef fitnessers*

De statistische test voor normaliteit (Kolmogorov-Smirnov) is significant ( $p = 0,001$ ) (Appendix F). Dit wil zeggen dat er een significante afwijking is van de normale verdeling. Voor statistische bewerkingen voor de variabele leeftijd zijn we aangewezen op niet-parametrische testen.

De gemiddelde leeftijd bij de mannen situeert zich rond 35 jaar, bij de vrouwen ligt die rond 38 jaar. Om na te gaan of dit verschil tussen de gemiddelden significant is, is de Mann-Witney test gebruikt, na een eerste ruwe grafische interpretatie.

Op basis van figuur 3 zou men kunnen verwachten dat de geboortejaren niet significant verschillen omdat de *error bars* overlappen. De resultaten van de Mann-Witney test duiden echter op het tegenovergestelde. Het verschil tussen het gemiddelde geboortjaar van de mannen en dat van de vrouwen is significant ( $p = 0,01$ ) (Appendix F). De nulhypothese dat er geen verschil is tussen beide genders wordt verworpen.



*Figuur 3: Errors bar chart voor de leeftijd bij mannen en vrouwen*

## B. OPLEIDING EN BEROEP

De totale steekproef telde 40 studenten en scholieren (13%). Van de niet-schoolgaande ondervraagden was 88% beroepsactief. Bij de mannen bedroeg dit percentage 91%, bij de vrouwen was dit 85%. Tussen gender en al dan niet werken werd geen significant verband vastgesteld.

Van de werkende ondervraagden heeft 89% een voltijdse job. Bij de mannen werkt 99% voltijds, bij de vrouwen is dit 73%. Gender en voltijds of deeltijds werken zijn niet significant geassocieerd met elkaar ( $\chi^2 = 37,826$ ;  $\Phi = -0,402$ ;  $p = 0,000$ ).

Aan de hand van opleiding en beroep werd volgens de methodologie van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM) de socio-professionele categorie van de ondervraagde persoon bepaald (zie 'dataverwerking en statistische analyse' pagina 46 en Appendix E). Hier dient evenwel opgemerkt te worden dat aan de fitnesssteekproef niet gevraagd werd naar de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen.

Dit kan de resultaten enigszins beïnvloeden.

Tussen gender en de socio-professionele categorie werden significante associaties gevonden bij groep 1 en groep 2. Voor groep 1 bedroeg het significantieniveau 0,005, de Phi-waarde was negatief. In de steekproef hebben mannen hebben meer kans om tot groep 1 te behoren dan vrouwen. Voor groep 2 zien we een positieve Phi-waarde ( $p = 0,014$ ), vrouwen hebben meer kans om tot groep 2 te behoren.

Tussen diensten en de socio-professionele groepen werden enkele significante associaties gevonden (tabel 2). Uit de Phi-waarden kunnen we afleiden dat wie tot groep 5 behoort minder geneigd is cardiofitness te doen. Wie tot groep 3 behoort is minder geneigd krachttraining als eerste dienst aan te geven. Groepen 5 en 6 zijn daarentegen meer op krachttraining gericht.

Tussen het argument om aan fitness te doen en de socio-professionele groep konden enkel significante verbanden vastgesteld worden tussen ‘voor de conditie’ en groep 2 ( $p = 0,004$ ) en tussen ‘voor de conditie’ en groep 4 ( $p = 0,031$ ). Voor groep 2 was de Phi-waarde negatief. Deze groep is minder geneigd conditie als een hoofdargument om aan fitness te doen op te geven. Bij groep 4 stellen we het omgekeerde vast (positieve Phi-waarde). Deze groep is meer geneigd conditie als hoofdargument aan te halen.

*Tabel 2: Significante associaties tussen de hoofddienst en socio-professionele categorie*

	Chi <sup>2</sup>	Phi	p	interpretatie
<b>cardiofitness - groep 5</b>	6,55	-0,147	0,01	groep 5 minder neiging cardiofitness
<b>krachttraining - groep 3</b>	5,832	-0,135	0,016	groep 3 minder neiging krachttraining
<b>krachttraining - groep 5</b>	4,414	0,121	0,036	groep 5 meer gericht op krachttraining
<b>krachttraining - groep 6</b>	4,396	0,12	0,036	groep 6 meer gericht op krachttraining

Ook werd gevraagd of men wel eens rechtstreeks van het werk of school/les naar het fitnesscentrum kwam. Deze vraag was op 11% van de steekproef (33 personen) niet van toepassing. Van de overige 270 ondervraagden gaven 99 personen (37%) aan wel eens rechtstreeks van het werk naar de fitness te gaan of omgekeerd. De overige 63% gaf aan dit nooit te doen.

## C. LEVENsstIJL

### 1. ROOKGEWOONTEN

Van de totale steekproef heeft 54% nooit gerookt, 26% heeft vroeger gerookt (tabel 3). Onder de tabaksgebruikers beperkt de grootste groep zich tot 10 sigaretten per dag of minder (11%), gevolgd door de groep die tussen 11 en 19 sigaretten per dag rookt (5%).

*Tabel 3: Gender en rookgewoonten*

			rookgedrag						
			nooit gerookt	vroeger gerookt	1 - 10 sigaretten/dag	11 - 19 sigaretten/dag	≥ 20 sigaretten/dag	sociale roker	totaal
geslacht	man	aantal	94	52	18	6	6	2	178
		% binnen geslacht	52,80%	29,20%	10,10%	3,40%	3,40%	1,10%	100%
		% van totaal	31,00%	17,20%	5,90%	2,00%	2,00%	0,70%	58,70%
geslacht	vrouw	aantal	69	26	15	8	6	1	125
		% binnen geslacht	55,20%	20,80%	12,00%	6,40%	4,80%	0,80%	100%
		% van totaal	22,80%	8,60%	5,00%	2,60%	2,00%	0,30%	41,30%
totaal	aantal	163	78	33	14	12	3	303	
	% van totaal	53,80%	25,70%	10,90%	4,60%	4,00%	1,00%	100%	

Bij de mannen heeft 53% nooit gerookt, bij de vrouwen 55%. De groep niet rokers, maar vroeger wel gerookt, maakt bij de mannen 29% uit, bij de vrouwen is dit 21%. Van de mannelijke populatie rookt 10% 1 à 10 sigaretten per dag, 3% rookt er tussen 11 en 19, bij de vrouwen bedragen deze percentages respectievelijk 12% en 6%. Voor de verschillende categorieën tabaksgebruik worden geen significante associaties gevonden met gender.

In de totale steekproef rookt 20%, indien we de ‘sociale roker’ die slechts sporadisch tabak gebruikt buiten beschouwing laten, is dit 19%. Bij de mannen tellen we 18% gebruikers van tabak, 17% zonder de sporadische rokers, bij de vrouwen is dit respectievelijk 24% en 23%. Binnen de groep rokers (sporadische rokers niet meegerekend) is 51% van het mannelijke en 49% van het vrouwelijke geslacht. Tussen al dan niet roken en gender werd geen significante associatie vastgesteld.

De leeftijdscategorie 65 tot 74 jaar bevat geen tabaksgebruikers, de leeftijdsgroep 55 tot 64 telt er één (tabel 4). De leeftijdsgroep 45 – 54 jaar telt 22% rokers. 3% zijn sociale rokers, 41% heeft nooit gerookt en 35% deed dit vroeger. Bij de fitnessers

tussen 35 en 40 jaar rookt 16%. Iets minder dan 35% heeft vroeger gerookt, 48% heeft nooit gerookt. De leeftijdsgroep van 25 tot 34 jaar telt 19% gebruikers van tabak. 60% heeft nooit gerookt, 21% heeft dit vroeger gedaan. Bij de fitnessers tussen 15 en 24 jaar oud rookt 24%. De groep die nooit gerookt heeft telt 66%, terwijl 10% vroeger gerookt heeft.

Enkel tussen de leeftijd van 34 tot 45 jaar treffen we in deze steekproef tabaksgebruikers aan die meer dan 20 sigaretten per dag roken. Onder de rokers consumeren de meesten 1 à 10 sigaretten per dag. De leeftijdsgroep van 35 tot 44 jaar vormt hierop een uitzondering, in deze groep roken de meeste tabaksgebruikers meer dan 20 sigaretten per dag.

*Tabel 4: Leeftijd en rookgewoonten*

rookgedrag	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 - 14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
nooit gerookt	100,0% (2)	65,7% (44)	60,0% (51)	47,6% (30)	40,5% (30)	55,6% (5)	33,3% (1)
vroeger gerookt	-	10,4% (7)	21,2% (18)	34,9% (22)	35,1% (26)	33,3% (3)	66,7% (2)
1 ^ 10 sigaretten/dag	-	17,9% (12)	9,4% (8)	6,3% (4)	10,8% (8)	11,1% (1)	-
11 ^ 19 sigaretten/dag	-	6,0% (4)	7,1% (6)	1,6% (1)	4,1% (3)	-	-
≥ 20 sigaretten/dag	-	-	2,4% (2)	7,9% (5)	6,8% (5)	-	-
sociale roker	-	-	-	1,6% (1)	2,7% (2)	-	-

## 2. ALCOHOLGEBRUIK

In de week die aan de ondervraging voorafging, had 32% geen alcoholische dranken genuttigd (29% bij de mannen, 37% bij de vrouwen). Degenen die dit wel gedaan hadden, hadden dit overwegend op één of 2 dagen gedaan (tabel 5). Tussen gender en dagen alcoholgebruik werden geen significante associaties gevonden.

*Tabel 5: Gender en aantal dagen alcoholgebruik in de week die aan de ondervraging voorafging (N<sub>totaal</sub> = 303)*

ranking	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen
1.	1 dag (23,4%)	1 dag (24,7%)	1 dag (22,4%)
2.	2 dagen (14,9%)	2 dagen (16,3%)	2 dagen (12,8%)
3.	7 dagen (11,9%)	7 dagen (14,0%)	3 dagen (10,4%)

In elke leeftijdsgroep, uitgezonderd de twee oudste groepen, had het grootste aandeel in de 7 dagen voor de ondervraging geen alcoholische dranken genuttigd (tabel 6). De percentages variëren van 25% tot 43%. Enkel bij de twee hoogste leeftijdsgroepen staat 7 dagen alcoholgebruik op de eerste plaats. Op de tweede plaats in deze leeftijdsgroepen vinden we nul à twee dagen alcoholgebruik. Enkel in de leeftijdsgroepen 35 tot 44 jaar en 45 tot 54 jaar vinden we een alcoholgebruik van 7 dagen terug.

Tabel 6: *Leeftijd en aantal dagen alcoholgebruik in de week die aan de ondervraging voorafging*

ranking	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 - 14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
1.	0 dagen 100% (2)	0 dagen 43,3% (29)	0 dagen 32,9% (28) 1 dag 32,9% (28)	0 dagen 25,4% (16)	0 dagen 25,7% (19)	7 dagen 33,3% (3)	7 dagen 66,7% (2)
2.	-	1 dag 25,4% (17)	2 dagen 14,1% (12)	2 dagen 19,0% (12) 7 dagen 19,0% (12)	1 dag 20,3% (15) 7 dagen (20,3%) 20,3% (15)	0 dagen 22,2% (2) 2 dagen 22,2% (2)	0 dagen 33,3% (1)
3.	-	2 dagen 14,9% (10)	3 dagen 5,9% (5) 4 dagen 5,9% (5)	1 dag 15,9% (10)	2 dagen 12,2% (9)	1 dag 11,1% (1) 3 dagen 11,1% (1)	-

### 3. DIEET

De overgrote meerderheid volgt geen dieet (83%) (tabel 7). Bij de mannen volgt 84% geen dieet, bij de vrouwen is dit 81%. Bij de mannen geeft 8% aan geen specifiek dieet te volgen, maar wel op de voeding te letten, bij de vrouwen is dit 10% en voor de totale steekproef bedraagt dit 9%. Met een bepaald dieet wordt bedoeld dat men bewust een dieet volgt (bijvoorbeeld van de *Weight Watchers* of van de dokter voor cholesterolbeheersing). Met geen dieet volgen, maar wel op de voeding letten, wordt bedoeld dat men bewust gezonde tussendoortjes eet, en bewust bezig is met een gezonde voeding.

In totaal volgt 8% een bepaald dieet, waarvan 54% mannen. Van de mannen volgt 7% een bepaald dieet, bij de vrouwen is dit 9%. Tussen de verschillende categorieën van 'dieet' werd geen significant verband met gender geconstateerd.



Tabel 7: Gegevens over gender en dieet

			dieet			
			geen dieet	bepaald dieet	geen dieet, wel op voeding letten	totaal
gender	man	aantal	151	13	14	178
		% binnen geslacht	84,80%	7,30%	7,90%	100%
		% van totaal	49,80%	4,30%	4,60%	58,70%
gender	vrouw	aantal	101	11	13	125
		% binnen geslacht	80,80%	8,80%	10,40%	100%
		% van totaal	33,30%	3,60%	4,30%	41,30%
totaal	aantal		252	24	27	303
	% van totaal		83,20%	7,90%	8,90%	100%

Beschouwen we de resultaten per leeftijdsgroep (tabel 8) dan valt op dat in elke leeftijdsgroep de meerderheid geen dieet volgt. De resultaten variëren tussen 67% en 90% (100% voor de jongste leeftijdsgroep, maar die bestond maar uit twee personen in de steekproef). In de leeftijdsgroepen 25 tot 34 jaar en 45 tot 54 jaar is de groep die een bepaald dieet volgt net iets groter dan de groep die geen dieet volgt, maar wel op de voeding let.

Tabel 8: Gegevens over dieet per leeftijdsgroep

	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 -14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
geen dieet	100% (2)	89,6% (60)	82,4% (70)	84,1% (53)	78,4% (58)	77,8% (7)	66,7% (2)
bepaald dieet	-	3% (2)	9,4% (8)	6,3% (4)	12,2% (9)	11,1% (1)	-
geen dieet, wel op voeding letten	-	7,5% (5)	8,2% (7)	9,5% (6)	9,5% (7)	11,1% (1)	33,3% (1)

#### 4. VERVOERMIDDEL NAAR HET FITNESSCENTRUM

Van de totale steekproef zegt 82% met de auto naar het fitnesscentrum te komen, gevolgd door 7% met de fiets en 5% te voet (tabel 9). Bij de fitnessers die op minder dan één kilometer van het fitnesscentrum wonen, komt iets meer dan de helft met de

auto (51%), 36% komt te voet. In elke andere categorie variëren de cijfers voor de auto als vervoermiddel tussen 82% (1 tot 5 kilometer) en 91% (meer dan 10 kilometer). In alle afstandsklassen, behalve minder dan 1 kilometer staat de fiets op de tweede plaats. Het percentage daalt evenwel met toenemende afstand. Bij de groep die op meer dan 10 kilometer woont, deelt de fiets de tweede plaats met het openbaar vervoer en met ‘in de winter per auto en in de zomer per fiets’ (seizoensafhankelijk). In de groep die op meer dan 10 kilometer afstand woont, zegt 3% in de zomer met de fiets te komen en in de winter met de auto. Bij degenen die tussen 1 en 5 kilometer en tussen 6 en 10 kilometer afstand wonen, zegt iets minder dan 5% dat ze in de zomer met de fiets en in de winter met de auto komen, bij degenen die op minder dan 1 kilometer wonen is dit 6%.

*Tabel 9: Top drie van het vervoermiddel naar het fitnesscentrum ten opzichte van de afstand tussen de woning en het fitnesscentrum (N<sub>totaal</sub> = 302)*

ranking vervoermiddel	afstand tot fitnesscentrum			
	< 1km	1 - 5km	6 - 10km	> 10km
1.	auto (51,1%)	auto (82%)	auto (89%)	auto (91,1%)
2.	te voet (36,4%)	fiets (9,3%)	fiets (4,9%)	fiets (2,7%) openbaar vervoer (2,7%) seizoensgebonden* (2,7%)
3.	fiets (6,1%) seizoensgebonden* (6,1%)	seizoensgebonden* (4,7%)	seizoensgebonden* (4,9%)	-

\* winter per auto, zomer per fiets

Beschouwen we het vervoermiddel in relatie tot gender dan zien we dat 81% van de mannen en 82% van de vrouwen de auto gebruikt om naar het fitnesscentrum te gaan. Er komen proportioneel gezien meer mannen met de fiets (9%) naar het fitnesscentrum dan vrouwen (5%). Omgekeerd komen er meer vrouwen te voet (7%) dan mannen (5%). Bij de mannen zegt 4% dat ze in de zomer met de fiets komen en in de winter met de auto, bij de vrouwen is dit 6%. We constateerden geen significante associaties tussen gender en het vervoermiddel naar het fitnesscentrum.

Uit tabel 10 blijkt dat voor elke leeftijdsgroep de auto het belangrijkste vervoermiddel is. De uitzondering is de hoogste leeftijdsgroep, hier komt de meerderheid te voet. Bij de 15- tot 24-jarigen is het aandeel van de auto relatief minder hoog dan in de andere leeftijdsgroepen waar de auto op de eerste plaats staat.

Tabel 10: Top drie van vervoermiddel van de woning naar het fitnesscentrum per leeftijdsgroep

ranking	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 -14 (2)	15 - 24 (66)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
1.	auto 100% (2)	auto 77,3% (51)	auto 85,9% (73)	auto 81% (51)	auto 82,4% (61)	auto 88,9% (8)	te voet 66,7% (2)
2.	-	fiets 16,7% (11)	te voet 5,9% (5)	fiets 7,9% (5)	seizoensgebonden* 12,2% (9)	te voet 11,1% (1)	auto 33,3% (1)
3.	-		fiets 4,7% (4)	te voet 6,3% (4)	te voet 4,1% (3)	-	-

\* winter per auto, zomer per fiets/te voet

## 5. VERVOERMIDDEL NAAR WERK OF SCHOOL

Van de 259 personen aan wie deze vraag gesteld werd (bij de overige 44 was deze vraag niet van toepassing), gaat 74% met de auto naar het werk of naar school. Bij de mannen bedraagt dit percentage 71%, bij de vrouwen 79%. Openbaar vervoer komt op de tweede plaats met 14%. Bij de mannen is dit 15%, bij de vrouwen 14%. Voor de totale steekproef en bij de mannen staat de fiets op de derde plaats als vervoermiddel om naar het werk of naar school te gaan, respectievelijk 5% en 6%. Bij de vrouwen staat 'te voet' met 4% op de derde plaats. De associaties tussen gender en de verschillende vervoermiddelen waren niet significant.

Wat de afstand tot het werk betreft, woont 62% op een afstand van meer dan 10 kilometer, 15% woont tussen 6 en 10 kilometer afstand van hun werk. In elke afstandscategorie, uitgezonderd 'minder dan 1 kilometer', is de auto het populairste vervoermiddel (tabel 11). Het percentage voor autogebruik schommelt rond 75%, uitgezonderd voor de klasse 'variabele woon-werkafstand' (vertegenwoordigers, thuisverzorgsters e.d.). Hier bedraagt het percentage 90%. Openbaar vervoer, fiets en te voet staan op de tweede plaats.

Tabel 11: Top drie van het vervoersmiddel naar het werk of de school ten opzichte van de afstand ( $N_{\text{totaal}} = 259$ )

ranking vervoermiddel	afstand woning - werk				
	< 1km	1 - 5km	6 - 10km	> 10km	variabel
1.	te voet (71,4%)	auto (75,8%)	auto (74,4%)	auto (75,5%)	auto (90%)
2.	fiets (28,6%)	te voet (12,4%)	openbaar vervoer (12,8%)	openbaar vervoer (18,2%)	fiets (10,0%)
3.	-	fiets (9,1%)	fiets (7,7%)	openbaar vervoer + fiets/te voet (2,5%)	-

In elke leeftijdsgroep, behalve de laagste, is de auto het belangrijkste vervoermiddel voor woon-werk/schoolpendel (tabel 12). De percentages vertonen wel schommelingen tussen de leeftijdsgroepen, namelijk van 85% tot 49% (de leeftijdsgroep 55 tot 64 jaar werd hier buiten beschouwing gelaten wegens de geringe omvang). Het openbaar vervoer komt op de tweede plaats.

*Tabel 12: Top drie van het vervoermiddel van de woning naar werk/school per leeftijdsgroep*

ranking	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)					
	5 - 14 (2)	15 -24 (63)	25 - 34 (78)	35 - 44 (53)	45 - 54 (60)	55 -64 (3)
1.	te voet 50% (1) openbaar vervoer 50% (1)	auto 49,2% (31)	auto 84,6% (66)	auto 77,4% (41)	auto 85% (51)	auto 100% (3)
2.	-	openbaar vervoer 31,7% (20)	openbaar vervoer 7,7% (6)	openbaar vervoer 9,4% (5)	te voet 5% (3) openbaar vervoer 5% (3)	-
3.	-	fiets 9,5% (6)	fiets 2,6% (2) openbaar vervoer en fiets/te voet 2,6% (2)	fiets 5,7% (3)	-	-

## 6. PARTICIPATIE IN ANDERE FYSIEKE ACTIVITEITEN

Zoals we in tabel 13 kunnen zien, zijn fietsen, wandelen en zwemmen de voornaamste activiteiten die fitnessers ook nog doen. Dit geldt zowel voor mannen als voor vrouwen. Ook joggen scoort behoorlijk (27% voor de volledige steekproef). Van de totale steekproef doet 11% buiten fitness geen andere fysieke activiteit. Bij de vrouwen is dit aandeel groter dan bij de mannen, er is evenwel geen significante associatie tussen gender en geen andere fysieke activiteiten (tabel 13).

Voor de meeste activiteiten, behalve tennis, ‘andere’ sporten en geen activiteiten, worden significante associaties gevonden tussen de activiteit en gender. Alle significante associaties, uitgezonderd wandelen, hebben een negatieve Phi-waarde. Vrouwen zijn meer geneigd te gaan wandelen dan mannen, mannen zijn meer geneigd de andere activiteiten te beoefenen dan vrouwen.

Tabel 13: Gender en deelname aan andere fysieke activiteiten door fitnessers en associatie tussen gender en andere fysieke activiteiten ( $N_{\text{totaal}} = 303$ )

andere sporten/activiteiten	Vlaams Gewest (BOIC)	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen	Chi <sup>2</sup>	Phi
fietsen	39%	52,10%	60,70%	40,00%	12,578*	- 0,204*
zwemmen	21,00%	31,00%	37,60%	21,60%	8,829†	△ / / / X / /
▲ * * * * * ▼	/ / /	✓ X / / / / /	✓ / / / / / / /	X + / / / / /	/ / / / / / / / / / / / / / X X X X	
◆ □ * ▼ * * ●	+ &	+ / / / / /	/ X / X / / /	/ / / / / /	/ / / X X X / / / △ / / / X X X	
* □ * * * * ▼	+ &	/ X / / / / /	✓ X / X / / /	/ / / / / / / /	/ X / / / X / / / △ / / / / / / /	
▼ * * * * * ▲	X &	X / + / / /	X / / / / /	✓ / X / / /	/ / / / + X △ / / X	
○ * * * * * □ * ▼ * * * * * - / * * * * * ◆ * ▼ * * * ●		✓ / / / / /	X / / / / /	/ / X / / /	✓ / / X X △ / / / / / X	
* * * * * ▼ * * * ●	X &	/ / X / / /	✓ / X / / /	/ / / / / /	X / X X / / △ / / / / ✓ X	
* ▼ * * * * * * * *	✓ &	X / X / / /	X / / / / /	/ / X / / /	X / ✓ X / / △ / / / / ✓ X	
* * * * * □ *	-	/ / / / / / /	/ / / / / / / /	/ / / / / / / /	/ / / / / X / / / / / X	
* * * * *	-	/ / / / / / /	X / / / / /	/ / X / / / / /	/ / / X / / / / / X	

↗ ▲ \* \* \* \* \* ▼ \* \* \* \* \* ◆ □ \* ▼ \* \* \* \* \* ▼ \* \* \* \* \*  
 † ▲ \* \* \* \* \* ▼ \* \* \* \* \* ◆ □ \* ▼ \* \* \* \* \* ▼ \* \* \* \* \*  
 ↗ ▲ \* \* \* \* \* ▼ \* \* \* \* \* ◆ □ \* ▼ \* \* \* \* \*

Voor een aantal activiteiten (fietsen, zwemmen, wandelen, joggen, geen andere activiteiten) werd gekeken naar de leeftijdsklasse en de deelname aan deze activiteit (tabel 14). De leeftijdscategorie tussen 15 en 24 jaar scoort het hoogst op fietsen. Zwemmen lijkt het populairste bij de groepen tussen 15 en 44 jaar. Wandelen is het populairst bij de hogere leeftijdsgroepen, joggen bij de jongeren. Deelname aan geen andere activiteit ligt voor elke leeftijdsgroep op hetzelfde niveau.

Tabel 14: Participatie in andere fysieke activiteiten door fitnessers (per leeftijdsgroep)

	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 - 14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
fietsen	50% (1)	59,7% (40)	51,8% (44)	44,4% (28)	52,7% (39)	33,3% (3)	100% (3)
zwemmen	0% (0)	35,8% (24)	35,3% (30)	34,9% (22)	18,9% (14)	22,2% (2)	66,7% (2)
wandelen	50% (1)	25,4% (17)	51,8% (44)	49,2% (31)	58,1% (43)	77,8% (7)	100% (3)
joggen	0% (0)	35,8% (24)	31,8% (27)	31,7% (20)	14,9% (11)	0% (0)	33,3% (1)
geen	0% (0)	10,4% (7)	9,4% (8)	14,3% (9)	12,2% (9)	11,1% (1)	0% (0)

opmerking: de som van de percentages bedraagt meer dan 100%, dit komt omdat aan verschillende activiteiten deelgenomen kan worden

## D. CONTINUÏTEIT EN DROP OUT

### 1. REDENEN OM FITNESS VOL TE HOUDEN

Voor zowel de mannen, de vrouwen als de volledige steekproef worden conditiegerelateerde items het meest aangehaald als reden om te blijven fitnessen (tabel 15). Bij de volledige steekproef en de mannen komt gezondheid op de tweede plaats. Bij de vrouwen staat 'uiterlijk en gewicht' op de tweede plaats, terwijl gezondheid op de derde plaats staat.

De gegroepeerde redenen werden aan een  $\text{Chi}^2$  – test onderworpen om te kijken of er significante verbanden waren tussen gender en de opgegeven redenen om fitness vol te houden. Enkel voor de reden 'uiterlijk en gewicht' werd een significante associatie gevonden (significantieniveau  $p = 0,025$ ). De waarde van Phi was positief, vrouwen zijn meer geneigd redenen aan te halen die in verband staan met hun uiterlijk en gewicht dan mannen.

Tabel 15: Gender en aangehaalde redenen om te blijven fitnessen ( $N_{\text{totaal}} = 303$ )

ranking	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen
1.	conditie (38,3%)	conditie (38,2%)	conditie (38,4%)
2.	gezondheid (29,0%)	gezondheid (30,3%)	uiterlijk gewicht (34,4%)
3.	uiterlijk/gewicht (27,1%)	uiterlijk/gewicht (21,9%)	gezondheid (27,2%)
4.	graag doen (19,5%)	graag doen (19,1%)	graag doen (20,0%)
5.	goed bij voelen (14,9%)	anders (15,2%)	goed bij voelen (16,8%)
6.	anders (14,2%)	goed bij voelen (13,5%)	anders (12,8%)
7.	sociaal contact (6,9%)	kracht (7,9%)	sociaal contact (8,8%)
8.	om te bewegen (6,6%)	om te bewegen (6,2%)	om te bewegen (7,2%)
9.	kracht (6,3%)	sociaal contact (5,6%)	ontspannen (6,4%)
10.	resultaat (4,3%) uitleven (4,3%) ontspannen (4,3%)	uitleven (5,1%)	kracht (4,0%) resultaat (4,0%)
11.	fit (4,0%)	fit (4,5%) resultaat (4,5%)	fit (3,2%) uitleven (3,2%)
12.	medisch advies (3,4%)	i.f.v. andere sport (2,8%) ontspannen (2,8%)	medisch advies (3,0%)
13.	i.f.v. andere sport (2,0%)	medisch advies (2,4%)	i.f.v. andere sport (0,8%)

opmerking: de som van de percentages bedraagt meer dan 100%,  
dit komt omdat meerdere antwoorden mogelijk waren

## 2. REDENEN OM TE STOPPEN MET FITNESS

In tabel 16 zien we dat voor de volledige steekproef en voor de mannen gezondheidsproblemen door de meesten aangehaald worden als reden waarom men zou overwegen te stoppen met fitness. Op de tweede plaats staat tijdgebrek. Bij de vrouwen zien we het omgekeerde, tijdgebrek op één en gezondheidsredenen op twee. Bij de vrouwen staan financiële redenen op de derde plaats en ‘geen reden’ op de vierde. Bij de mannen en de volledige steekproef is dit omgekeerd. Voor financiële redenen en ‘geen reden’ werden significante associaties gevonden met gender. Voor gender en financiële redenen was de associatie significant op 0,01-niveau. De Phi-waarde was positief, vrouwen zijn meer geneigd financiële redenen aan te halen om te stoppen dan mannen. Voor ‘geen reden’ was het significantieniveau  $p = 0,05$ . De Phi-waarde was negatief, mannen zijn meer geneigd geen reden te zien om te stoppen met fitness dan vrouwen.



*Tabel 16: Gender en aangehaalde redenen om te stoppen met fitness*  
*(N<sub>totaal</sub> = 303)*

<b>ranking</b>	<b>volledige steekproef (mannen + vrouwen)</b>	<b>mannen</b>	<b>vrouwen</b>
1.	gezondheidsproblemen (38,1%)	gezondheidsproblemen (40,7%)	tijdgebrek (36,0%)
2.	tijdgebrek (30,1%)	tijdgebrek (26,0%)	gezondheidsproblemen (34,4%)
3.	ziet geen reden (17,2%)	ziet geen reden (20,9%)	financieel (17,6%)
4.	financieel (11,6%)	financieel (7,3%)	ziet geen reden (12,0%)
5.	anders (8,6%)	anders (6,8%)	anders (11,2%)

opmerking: de som van de percentages is meer dan 100%, dit komt omdat meerdere antwoorden mogelijk waren

## II. DIENSTEN WAAR DE FITNESSER GEBRUIK VAN MAAKT

### A. DIENSTEN

Uit de datasets in verband met de diensten waar de fitnesser gebruik van maakt, kunnen we vaststellen dat in deze steekproef cardiofitness (34%) op de eerste plaats komt (tabel 17). Conditietraining (24%) en krachttraining (22%) komen op de tweede respectievelijk de derde plaats<sup>5</sup>.

Bij de mannen komt krachttraining (35%) op de eerste plaats, terwijl dit bij vrouwen cardiofitness (37%) is. Bij de vrouwen staat de *powerplate* samen met groepslessen (aerobic, steps, spinning) op een gedeelde derde plaats met elk 15%.

Tabel 17: *Gender en top drie van diensten die in de eerste plaats gebruikt worden (N <sub>totaal</sub> = 303)*

ranking	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen
1.	cardiofitness (34,3%)	krachttraining (35,4%)	cardiofitness (36,8%)
2.	conditietraining (24,1%)	cardiofitness (32,6%)	conditietraining (22,4%)
3.	krachttraining (22,1%)	conditietraining (25,3%)	powerplate (15,2%)* aerobics/steps/spinning/... (15,2%)

\* één van de centra waar de vragenlijsten afgenomen werden, legde sterk de nadruk op de powerplate (in dat centrum ligt het percentage van de powerplate als hoofddienst op 73,1%)

Bij de diensten krachttraining, *powerplate*, afslanken en groepslessen (aerobics, spinning, ...) stellen we significante associaties vast tussen gender en dienst (tabel 18). De Chi<sup>2</sup> – testen voor de andere diensten waren niet significant. De Phi-waarde voor krachttraining is negatief, de relatie tussen gender en krachttraining is dus negatief. Mannen zijn meer geneigd in de eerste plaats voor krachttraining te kiezen dan vrouwen. Een omgekeerd beeld vinden we voor de *powerplate*, afslanken en groepslessen (Phi-waarde is negatief). Vrouwen zijn meer geneigd voor deze diensten te kiezen dan mannen.

<sup>5</sup> Cardiofitness is meer gericht op uithouding (o.a. met hartslagmeter), conditietraining is gericht op de ‘algemene’ conditie en bevat dus ook andere oefeningen zoals buikspieroefeningen.



voor groepslessen en krachttraining positief. Krachttraining en groepslessen worden niet overwegend in de voormiddag gedaan. Voor de ‘middag’ vonden we een significante associatie voor cardiofitness, de Phi-waarde was positief. De fitnesser die ’s middags naar het fitnesscentrum komt, is geneigd cardiofitness te doen. Voor de categorie ‘avond’ zien we een significant verband voor groepslessen, met een positieve Phi-waarde. Wie ’s avonds komt, is geneigd groepslessen te volgen.

## B. CONTEXT WAARIN AAN FITNESS GEDAAN WORDT

Zowel bij de meerderheid van de mannen (93%), als bij de vrouwen (70%) wordt in het fitnesscentrum een individueel programma afgewerkt (tabel 20). De combinatie van groepslessen en een individueel programma is bij de mannen goed voor 7%, bij de vrouwen voor bijna een kwart (24%) en bij de mannen en vrouwen samen voor 14%. Geen enkele man zegt enkel groepslessen te volgen, bij de vrouwen is dit 6%. Voor de volledige steekproef komt dit neer op 2% die enkel groepslessen volgen.

Zowel voor het individueel programma, groepslessen als voor de combinatie groepslessen en individueel programma worden significante associaties gevonden met gender. De Phi-waarden voor de associaties met groepslessen en de combinatie groepslessen en individueel programma zijn positief, dit wil zeggen dat vrouwen meer geneigd zijn groepslessen te volgen dan mannen.

In elke leeftijdsgroep maakt de groep die een individueel programma afwerkt het grootste aandeel uit (tabel 21). Enkel in de leeftijdsgroepen 15 tot 24 jaar, 25 tot 34 jaar en 35 tot 44 jaar zegt een klein aandeel enkel groepslessen te volgen.

Tabel 20: Gender en context waarin men fitness beoefent; associatie tussen context en gender ( $N_{\text{totaal}} = 303$ )

	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen	Chi <sup>2</sup>	Phi
individueel programma	253 83,50%	165 92,70%	88 70,40%	26,495*	- 0,296*
groepslessen	7	0	7	10,204†	
combinatie groepslessen en individueel programma	46	14	32	10,204†	
enkel groepslessen	0	0	6		

\* p < 0,05  
† p < 0,01

Tabel 21: Context waarin men fitness beoefent (per leeftijdsgroep)

	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 -14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
<b>individueel programma</b>	100% (2)	89,6% (60)	76,5% (65)	81% (51)	87,8% (65)	77,8% (7)	100% (3)
<b>groepslessen</b>	-	1,5% (1)	4,7% (4)	3,2% (2)	-	-	-
<b>combinatie (individueel + groepslessen)</b>	-	9% (6)	18,8% (16)	15,9% (10)	12,2% (9)	22,2% (2)	-

### III. MOMENT WAAROP DE FITNESSER HET FITNESSCENTRUM BEZOEKT

#### A. REGELMAAT

Zoals we in tabel 22 zien, komt een ruime meerderheid enkele keren per week naar het fitnesscentrum (86%). Bij de vrouwen ligt dit percentage (87%) iets hoger dan bij de mannen (84%). Meer mannen komen dagelijks naar het fitnesscentrum, 5% mannen tegenover 1% vrouwen. Voor de totale steekproef komt dit neer op 3% die dagelijks komt fitnesssen. Tussen gender en de verschillende frequenties waarop de bezoekers naar het fitnesscentrum komen, werden geen significante associaties gevonden.

Tabel 22: Gender en frequentie van fitnesscentrumbezoek ( $N_{\text{totaal}} = 303$ )

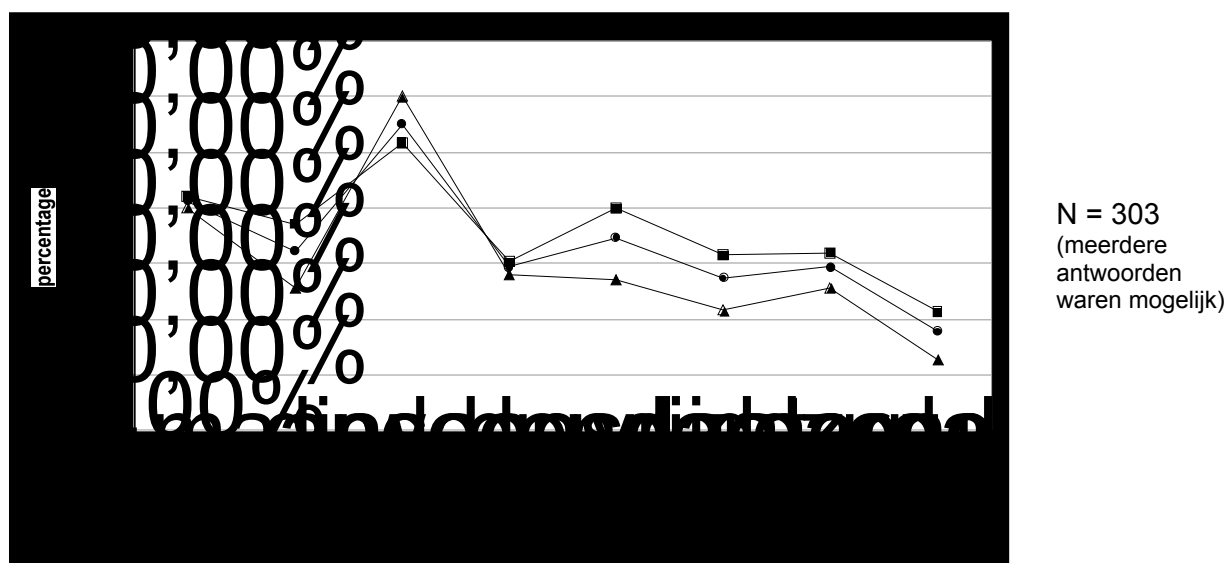
Uit tabel 23 blijkt dat in elke leeftijdsgroep de meerderheid enkele keren per week gaat fitnesssen. Indien we de laagste leeftijdsgroep (wegens te gering) buiten beschouwing laten, zien we dat de fitnessers tussen 15 en 24 jaar proportioneel gezien het meest 'enkele keren per week' komen fitnesssen. Als tweede in deze categorie vinden we de fitnessers tussen 45 en 54 jaar.

Tabel 23: Leeftijd en frequentie van fitnesscentrumbezoek

	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 -14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
wekelijks	0,0% (0)	6,0% (4)	11,8% (10)	19,0% (12)	10,8% (8)	0,0% (0)	33,3% (1)
enkele keren per week	100% (2)	92,5% (62)	85,9% (73)	76,2% (48)	87,8% (65)	77,8% (7)	66,7% (2)
dagelijks	-	1,5% (1)	2,4% (2)	4,8% (3)	1,1 (1)	22,2% (2)	-

## B. DAG VAN DE WEEK EN MOMENT VAN DE DAG

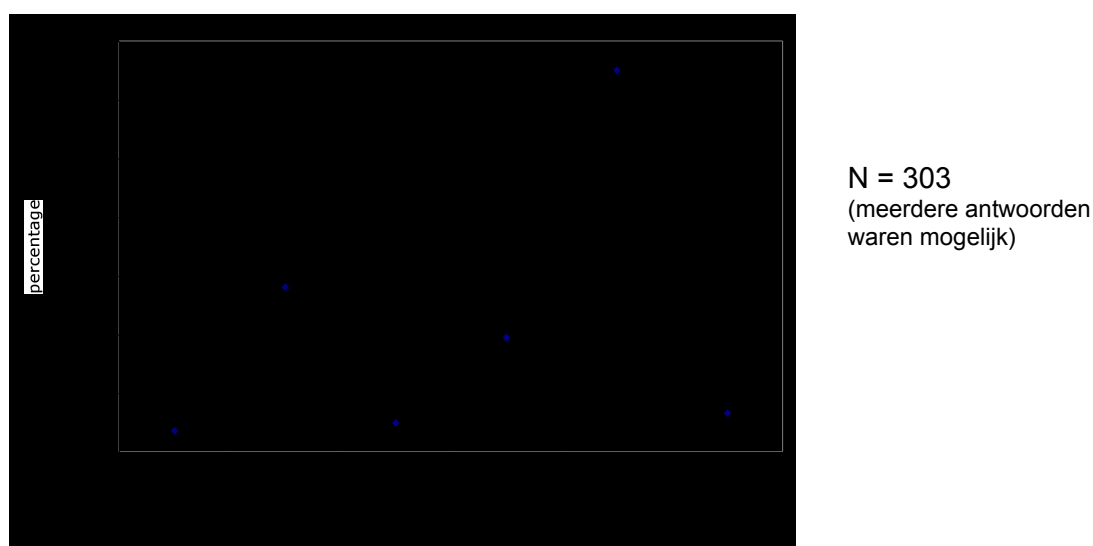
Zoals uit figuur 4 blijkt, lijkt woensdag de populairste fitnessdag te zijn, gevolgd door maandag. Bij de mannen staat vrijdag op de derde plaats, bij de vrouwen is dit donderdag. Tussen gender en dinsdag en tussen gender en vrijdag werden significante associaties gevonden. Voor dinsdag was het significantieniveau 0,05. Voor vrijdag was dit 0,025. De Phi-waarde was voor beide dagen negatief, vrouwen zijn minder geneigd dan mannen om op dinsdag of vrijdag te komen fitnessen.



Figuur 4 : Verloop van fitnesscentrumbezoek door de week

Van de totale steekproef zegt 65% 's avonds te komen fitnessen, 28% in de voormiddag en 20% in de namiddag (figuur 5). De som van de percentages bedraagt meer dan 100% aangezien enkele ondervraagden meerdere antwoorden hebben gegeven. Dit omdat het moment waarop ze komen fitnessen afhankelijk is van het feit of het een weekday betreft of een dag in het weekend.

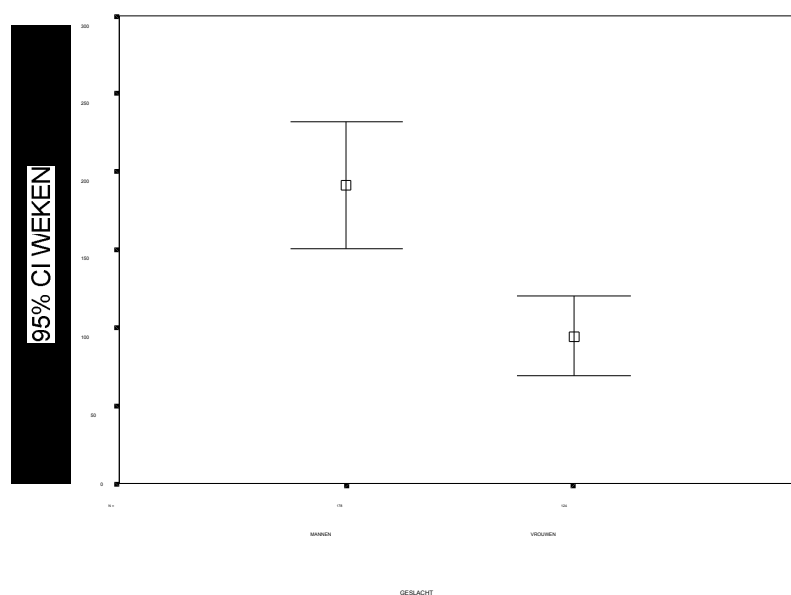
Tussen gender en het moment waarop de ondervraagden komen fitnessen, zijn geen significante associaties gevonden. Het moment van de dag en al dan niet student zijn, vertoonde geen significante associaties. Voor het moment van de dag en wel of niet beroepsactief zijn, werden enkele significante associaties gevonden. Zo was de werksituatie significant met het moment ‘voormiddag’ en ‘avond’. Voor ‘voormiddag’ was het significantieniveau 0,002 voor de Chi<sup>2</sup>- en de Phi-waarde. Phi was negatief, wie werk heeft is minder geneigd in de voormiddag te komen fitnessen. Voor ‘avond’ was de Phi-waarde positief ( $p = 0,025$ ), wie werkt is meer geneigd ’s avonds te komen fitnessen. Voor het moment van de dag en voltijds of deeltijds werken werden geen significante associaties gevonden.



*Figuur 5: Verloop van fitnesscentrumbezoek over de loop van de dag*

### C. AANTAL WEKEN FITNESSCENTRUMBEZOEK

Gemiddeld komen de ondervraagden al 151 weken naar het fitnesscentrum, dit stemt overeen met bijna 3 jaar. De vrouwen kwamen gemiddeld al 94 weken (iets meer dan anderhalf jaar), de mannen kwamen gemiddeld al 191 weken (iets meer dan 3,5 jaar). In figuur 6 zien we dat de *error bars* niet overlappen, dit indiceert dat het waargenomen verschil tussen de gemiddelden significant is. De normaliteitstest Kolmogorov-Smirnov is zowel voor de mannen als de vrouwen significant ( $p = 0,000$ ) (Appendix F), we hebben hier dus niet te maken met een normale verdeling. De output van de Mann-Whitney test is significant ( $p = 0,001$ ) (Appendix F). De nulhypothese dat er geen verschil is tussen mannen en vrouwen wat betreft aantal weken fitnesscentrumbezoek, wordt verworpen.



*Figuur 6: Errors bar chart voor aantal weken fitnesscentrumbezoek voor mannen en vrouwen*

Om te bepalen of er significante verschillen zijn tussen de periode dat de fitnessers naar het fitnesscentrum komen en hun leeftijd wordt de Kruskal-Wallis test uitgevoerd. De bekomen  $\chi^2$ -waarde is significant op 0,05 niveau (Appendix F). De nulhypothese dat er geen verschil is tussen de leeftijdsgroepen wat betreft aantal weken fitnesscentrumbezoek wordt verworpen.

#### IV. FACTOREN DIE HET FITNESSCENTRUMBEZOEK BEÏNVLOEDEN

##### A. AANBEVELINGEN VAN ANDEREN

Hier wordt een onderscheid gemaakt tussen fitnessers die op eigen initiatief gestart zijn en fitnessers die door aanbevelingen van anderen de eerste stap gezet hebben. Meer dan de helft van de ondervraagden zegt zelf het initiatief genomen te hebben, dit zowel voor de volledige steekproef als voor de mannen en vrouwen afzonderlijk (tabel 24). Op de tweede plaats komt het advies van vrienden. Bij de vrouwen komt advies van familie (uitgezonderd ouders en kinderen) op de derde plaats. Indien we de noemer familie uitbreiden met ouders en kinderen dan komt deze categorie voor de ganse steekproef (8%), mannen (8%) en vrouwen (8%) op de derde plaats. In de volledige steekproef is de dokter in ongeveer 3% van de gevallen de verwijzer.



Tabel 24: Gender en aanbevelingen van anderen om met fitness te beginnen

( $N_{\text{totaal}} = 303$ )

ranking	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen
1.	eigen initiatief (54,5%)	eigen initiatief (54,4%)	eigen initiatief (54,4%)
2.	vrienden (20,8%)	vrienden (22,5%)	vrienden (18,4%)
3.	'anders' (5,3%)	'anders' (5,4%)	familie* (6,4%)
4.	familie* (4,6%)	familie* (3,4%) arts (3,4%)	'anders' (5,6%)
5.	arts (3,3%)	ouders (2,8%)	partner (4,8%)
6.	partner (3,0%)	partner (1,7%) werk (1,7%) kinderen (1,7%)	media (3,2%) arts (3,2%)
7.	ouders (2,3%)	andere sport (1,1%) studie (1,1%) trainer (1,1%)	andere sport (2,4%)
8.	andere sport (1,7%)	media (0,0%)	ouders (1,6%)
9.	media (1,3%)	-	werk (0,0%) kinderen (0,0%) studie (0,0%) trainer (0,0%)
10.	werk (1,0%) kinderen (1,0%)	-	-
11.	studie (0,7%) trainer (0,7%)	-	-

\* familie: uitgezonderd ouders en kinderen

Enkel voor verwijzing door advertentie en media wordt een significante associatie gevonden voor gender ( $\text{Chi}^2 = 5,772$ ;  $\text{Phi} = 0,138$ ;  $p = 0,025$ ). De Phi-waarde is positief, vrouwen zijn meer dan mannen geneigd om door een advertentie of dergelijke te beginnen met fitness.

Uit de resultaten per leeftijdsgroep blijkt eveneens dat het grootste aandeel zelf het initiatief heeft genomen met fitness te beginnen (tabel 25). In elke leeftijdsgroep, uitgezonderd de hoogste, komen vrienden op de tweede plaats. In de groep 15- tot 24-jarigen ligt het procent voor ‘vrienden’ hoger dan in de andere leeftijdscategorieën.

Tabel 25: *Leeftijd en top drie van aanbevelingen van anderen om met fitness te beginnen*

ranking	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 -14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
1.	eigen initiatief 50% (1) studie 50% (1)	eigen initiatief 44,8% (30)	eigen initiatief 57,6% (49)	eigen initiatief 61,9% (39)	eigen initiatief 51,5% (38)	eigen initiatief 66,7% (6)	eigen initiatief 66,7% (2)
2.	-	vrienden 32,8% (22)	vrienden 21,2% (18)	vrienden 15,9% (10)	vrienden 14,9% (11)	vrienden 22,2% (2)	kinderen 33,3% (1)
3.	-	ouders 10,4% (7)	arts 4,7% (4)	arts 4,8% (3) partner 4,8% (3) anders 4,8% (3)	anders 9,5% (7)	partner 11,1% (1)	-

## B. HINDERPALEN OM MET FITNESS TE BEGINNEN EN OM HET VOL TE HOUDEN

Zoals we in tabel 26 kunnen zien, is de top drie wat betreft hinderpalen om met fitness te beginnen voor beide genders en de volledige steekproef dezelfde. Toch werd een significante associatie vastgesteld tussen gender en ‘geen hinderpaal’ ( $\text{Chi}^2 = 12,062$ ;  $\text{Phi} = - 0,200$ ;  $p = 0,001$ ). Verder werd ook het verband tussen gender en de hinderpaal ‘het alleen moeten gaan’ significant bevonden ( $\text{Chi}^2 = 6,395$ ;  $\text{Phi} = 0,145$ ;  $p = 0,011$ ). Vrouwen zijn minder geneigd als hinderpaal ‘geen’ te zeggen, terwijl ze meer geneigd zijn het alleen gaan’ als een hinderpaal te vermelden.

Bij de hinderpalen om vol te houden, zien we een gelijkaardige top drie (tabel 26). De top twee is identiek. Voor de volledige steekproef en de vrouwen staat ‘anders’ ook op de derde plaats. Bij de hinderpalen om vol te houden werd een significante associatie gevonden tussen motivatie en gender ( $\text{Chi}^2 = 4,519$ ;  $\text{Phi} = - 0,122$ ;  $p = 0,034$ ). Dit stemt overeen met wat we op eerste zicht in de tabel kunnen zien. Motivatie staat bij de mannen op de derde plaats, bij de vrouwen komt dit zelfs niet in de top vijf voor.

Tabel 26: Gender en top vijf van hinderpalen om te beginnen met fitness en om het vol te houden ( $N_{\text{totaal}} = 303$ )

ranking	hinderpalen om te beginnen met fitness			hinderpalen om fitness vol te houden		
	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen
1.	geen (38%)	geen (46,1%)	geen (26,4%)	geen (41,7%)	geen (43,3%)	geen (39,5%)
2.	tijdgebrek (20,1%)	tijdgebrek (17,4%)	tijdgebrek (24,0%)	tijdgebrek (25,2%)	tijdgebrek (25,3%)	tijdgebrek (25,0%)
3.	anders (12,2%)	anders (12,4%)	anders (12,0%)	anders (9,3%)	motivatie (9,6%)	anders (12,9%)
4.	drempelvrees (6,3%)	drempelvrees (6,2%)	alleen gaan (9,6%)	motivatie (7,0%)	anders (6,7%)	familiaal (5,6%)
5.	alleen gaan (5,6%)	motivatie (3,9%)	motivatie (7,2%)	werk/school (4,6%)	werk/school (5,1%)	alleen gaan (4,8%) het gaan (4,8%)

Voor de leeftijdsgroep 35 tot 44 jaar was ‘tijdgebrek’ de hinderpaal die door de meeste ondervraagden aangehaald werd (tabel 27). In de andere leeftijdsgroepen ondervond de grootste groep geen hinder om met fitness te beginnen. Bij de hinderpalen om vol te houden (tabel 28) zien we een gelijkaardig beeld. ‘Geen hinderpalen’ staat namelijk in elke leeftijdsgroep, uitgezonderd de laagste, op de eerste plaats. Op de tweede plaats vinden we ‘tijdgebrek’ als hinderpaal om fitness vol te houden.

Tabel 27: Leeftijd en top drie van hinderpalen om met fitness te beginnen

ranking	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 - 14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
1.	tijdgebrek 50,0% (1)	geen 40,3% (27)	geen 47,1% (40)	tijdgebrek 31,7% (20)	geen 32,4% (24)	geen 44,4% (4)	geen 66,7% (2)
	drempelvrees 50,0% (1)						
	het onbekende 50,0% (1)						
2.	-	anders 19,4% (13)	tijdgebrek 22,4% (19)	geen 27,0% (17)	tijdgebrek 16,2% (12)	tijdgebrek 22,2% (2)	anders 33,3% (1)
3.	-	tijdgebrek 11,9% (8)	anders 9,4% (8)	anders 9,5% (6)	anders 12,2% (9)	de stap zetten 11,1% (1)	-
						drempelvrees 11,1% (1)	
						motivatie 11,1% (1)	
						andere activiteiten 11,1% (1)	

opmerking: de som kan meer dan 100% bedragen aangezien meerdere antwoorden mogelijk waren

Tabel 28: *Leeftijd en top drie van hinderpalen om fitness vol te houden*

ranking	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 - 14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (84)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
1.	motivatie 50,0% (1) anders 50,0% (1)	geen 44,8% (30)	geen 35,7% (30)	geen 38,1% (24)	geen 44,6 (33)%	geen 77,8% (7)	geen 66,7% (2)
2.	-	tijdgebrek 22,4% (15)	tijdgebrek 34,5% (29)	tijdgebrek 28,6% (18)	tijdgebrek 17,6% (13)	tijdgebrek 11,1% (1) sociaal leven 11,1% (1) anders 11,1% (1)	motivatie 33,3% (1)
3.	-	anders 11,9% (8)	anders 9,5% (8)	familiaal 9,5% (6)	motivatie 9,5% (7)	-	-

opmerking: de som kan meer dan 100% bedragen aangezien meerdere antwoorden mogelijk waren

### C. ARGUMENTEN OM AAN FITNESS TE DOEN

Zowel in de volledige steekproef, als in de beide geslachtsgroepen haalt ongeveer 42% gezondheid aan als het belangrijkste argument om aan fitness te doen (tabel 29). Op de tweede plaats staat conditie als belangrijkste argument met 22% bij de mannen en 27% bij de vrouwen. Op de derde plaats halen de mannen ‘om zich mentaal en fysiek sterker te voelen’ (14%) aan, bij de vrouwen is dit ‘om een mooier lichaam te hebben’ (10%).

Voor de hoofdargumenten werden enkel significante associaties gevonden tussen gender en het argument ‘zich mentaal en fysiek sterker voelen’ en tussen gender en ‘om te vermageren’ (tabel 30). In het eerste geval is de Phi-waarde negatief, dit wil zeggen dat mannen meer geneigd zijn dit argument aan te halen. In het tweede geval is de Phi-waarde positief, vrouwen zijn meer geneigd deze reden aan te halen.

Tabel 29: Gender en hoofdargument om aan fitness te doen (N <sub>totaal</sub> = 303)

ranking	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen
1.	voor de gezondheid (42,2%)	voor de gezondheid (42,1%)	voor de gezondheid (42,4%)
2.	voor de conditie (24,1%)	voor de conditie (21,9%)	voor de conditie (27,2%)
3.	om zich mentaal en fysiek sterker te voelen (10,6%)	om zich mentaal en fysiek sterker te voelen (14,0%)	om een mooier lichaam te krijgen (10,4%)
4.	om een mooier lichaam te krijgen (8,3%)	voor het plezier (7,3%)	om zich mentaal en fysiek sterker te voelen (5,60%)
5.	voor het plezier (6,3%)	om een mooier lichaam te krijgen (6,7%)	voor het plezier (4,8%) om te vermageren (4,8%)
6.	om te vermageren (2,6%)	i.f.v. een andere sport (2,8%)	om zich jong te blijven voelen (2,4%)
7.	om zich jong te blijven voelen (1,7%) i.f.v. een andere sport (1,7%)	om zich jong te blijven voelen (1,1%) om grenzen te verleggen (1,1%) om te vermageren (1,1%) anders (1,1%)	om deel uit te maken van een groep (0,8%) om er iets aan te hebben (0,8%) om met anderen samen te zijn (0,8%)
8.	om grenzen te verleggen (0,7%) anders (0,7%)	om sociaal contact te hebben (0,6%)	om sociaal contact te hebben (0,0%) om grenzen te verleggen (0,0%) i.f.v. een andere sport (0,0%) anders (0,0%)
9.	om sociaal contact te hebben (0,3%) om deel uit te maken van een groep (0,3%) om er iets aan te hebben (0,3%) om met anderen samen te zijn (0,3%)	om deel uit te maken van een groep (0,0%) om er iets aan te hebben (0,0%) om met anderen samen te zijn (0,0%)	-

Tabel 30: Associatie gender en hoofdargument om aan fitness te doen

hoofdargument	Chi <sup>2</sup>	Phi	interpretatie	hoofdargument	Chi <sup>2</sup>	Phi	interpretatie
gezondheid	0,002	0,003		deel van een groep	1,429	0,069	
plezier	0,783	-0,051		vermageren	3,861 <sup>†</sup>		

Het argument dat het meeste als tweede aangehaald wordt (N = 295) is ‘voor de conditie’ (30% of meer) (tabel 31). Als tweede wordt ‘gezondheid’ aangehaald (17% of meer). Ongeveer 10% van de volledige steekproef en van de mannen haalt als tweede reden ‘voor het plezier aan’, dit komt bij de vrouwen niet voor in de top drie van de als tweede aangehaalde redenen. Bij de vrouwen staat daar ‘vermageren’ op de derde plaats met 14%.

Tabel 31: *Gender en top drie van het tweede aangehaalde argument om aan fitness te doen (N<sub>totaal</sub> = 295, N<sub>mannen</sub> = 172, N<sub>vrouwen</sub> = 123)*

ranking	volledige steekproef (mannen + vrouwen)	mannen	vrouwen
1.	voor de conditie (32,2%)	voor de conditie (30,2%)	voor de conditie (35,0%)
2.	voor de gezondheid (19,0%)	voor de gezondheid (20,3%)	voor de gezondheid (17,1%)
3.	voor het plezier (10,5%)	voor het plezier (11,0%)	om te vermageren (13,8%)

‘Conditie’ is voor de volledige steekproef (N = 263) en de mannen het argument dat op de eerste plaats als derde aangehaald wordt, respectievelijk 15% en 16%. Voor de vrouwen is dit ‘om zich mentaal en fysiek sterker te voelen’ (16%). Dit argument komt bij de volledige steekproef en de mannen op de tweede plaats. Bij de mannen staat ‘voor het plezier’ ook op de tweede plaats (13%). Bij de vrouwen staan ‘om te vermageren’ en ‘om een mooier lichaam te krijgen’ op een gedeelde tweede plaats met beide 14%. Op de derde plaats voor de volledige steekproef staat ‘om een mooier lichaam te krijgen’ (12%).

Voor alle leeftijdsgroepen is het eerste argument dat aangehaald werd om aan fitness te doen gezondheid (tabel 32). Uitzondering hierop zijn de 5- tot 14-jarigen en de 55- tot 64-jarigen. Op de tweede plaats bij de als eerste aangehaalde argumenten om aan fitness te doen is voor elke leeftijdsgroep conditie, uitgezonderd voor de groep tussen 55 en 64 jaar.

Tabel 32: *Top drie van hoofdargumenten om aan fitness te doen (per leeftijdsgroep)*

ranking	leeftijd (aantal ondervraagden per leeftijdsklasse)						
	5 -14 (2)	15 - 24 (67)	25 - 34 (85)	35 - 44 (63)	45 - 54 (74)	55 - 64 (9)	65 - 74 (3)
1.	conditie 50,00% (1)	gezondheid 29,90% (20)	gezondheid 43,50% (37)	gezondheid 42,90% (27)	gezondheid 51,40% (38)	conditie 55,60% (5)	gezondheid 66,70% (2)
	mentaal en fysiek sterker voelen 50,00% (1)						
2.	-	conditie 22,40% (15)	conditie 20,00% (17)	conditie 22,20% (14)	conditie 27,00% (20)	gezondheid 44,40% (4)	conditie 33,30% (1)
3.	-	plezier 16,40% (11)	mooier lichaam 10,60% (9)	mentaal en fysiek sterker voelen 15,90% (10)	mentaal en fysiek sterker voelen 10,80% (8)	-	-

## § 2. Discussie van de methode en van de resultaten.

### I. METHODE

#### A. BENADERINGSWIJZE

De fitnesssers werden ondervraagd aan de hand van korte gestructureerde *face to face* interviews. Deze benaderingswijze werd als positief ervaren. In de literatuur werd al beschreven dat met deze methode vragen verduidelijkt konden worden (Billiet 1996). In de praktijk bleek dit in een aantal gevallen nuttig te zijn. Door de persoonlijke interviews werd overigens ook veel bijkomende informatie verkregen.

#### B. STEEKPROEFTREKKING

Door de blinde steekproeftrekking werd een zeer gevarieerde groep van fitnesscentra bekomen. De steekproef omvatte zeer democratisch geprijsde fitnesscentra, enkele ‘gemiddelde’ centra en enkele centra die zeer prijzig waren. Eén van die prijzige centra werd door een klant van een ‘democratisch’ fitnesscentrum ‘een centrum voor de elite’ genoemd.

Zes fitnesscentra bevonden zich op een afstand van ongeveer 20 kilometer van Leuven, één fitnesscentrum lag op ongeveer 7 kilometer van Leuven. Deze beperking in afstand was nodig om de studie praktisch haalbaar te maken. Anderzijds kan deze geografische beperking de generaliseerbaarheid van de resultaten beïnvloed hebben.

De tweede trap van de steekproeftrekking gebeurde in de fitnesscentra. Hier werden de fitnesssers willekeurig aangesproken. Een persoonlijke bias van de interviewer kan hierbij opgetreden zijn. Sommige fitnesssers lijken immers extroverter dan anderen en zullen hierdoor misschien eerder benaderd zijn. Toch kan verondersteld worden dat het effect hiervan beperkt was: zowel de arrogante mevrouw die uit de hoogte deed als de norske bodybuilder werden uiteindelijk – zij het met enige schroom – benaderd.

## C. VRAGENLIJSTENONDERZOEK

Wat de vragenlijst betreft zouden enkele opmerkingen gemaakt kunnen worden. De antwoordmogelijkheden op sommige vragen (bijvoorbeeld de vraag in verband met de diensten en de argumenten om te fitnessen) waren uitgebreid. Dit maakte de verwerking van de resultaten gecompliceerder. Anderzijds zou een beperking van de antwoordmogelijkheden een verlies aan informatie kunnen betekenen.

Ook de antwoorden op de open vragen maakten de verwerking van de resultaten ingewikkelder. Maar deze antwoorden bevatten zeer veel informatie, onder andere door de verwoording ervan, die anders verloren zou gaan.

## D. DATAVERWERKING EN STATISTISCHE ANALYSE

De Chi<sup>2</sup>-testen waren een goede aanvulling op de kruistabellen. Resultaten die in de kruistabellen niet veel van elkaar verschilden, bleken toch een significante Chi<sup>2</sup>-waarde te geven en omgekeerd.

De *Mann-Whitney* test en de *Kruskal-Wallis* test bleken een noodzakelijke aanvulling te zijn op de *error bar charts*. Aan de hand van de grafische interpretatie van deze figuren werden uitkomsten gevonden die verschilden van de statistische testen.

## II. RESULTATEN

### A. SAMENSTELLING VAN HET CLIËNTEEL VAN DE FITNESSCENTRA

#### 1. GENDER EN LEEFTIJD

##### A. GENDER

Zoals bleek uit de resultaten telde de steekproef meer mannen dan vrouwen (figuur 1). Dit zou haar oorzaak kunnen vinden in het feit dat enkele fitnesscentra als ‘mannenbastions’ bestempeld kunnen worden. Een bestuurslid van Tienen 2 vertelde dat de vrouwen nu ook hun fitnesscentrum ontdekten. Voorheen had dit centrum een bodybuilding-imago, dit neemt nu geleidelijk aan af. Een andere oorzaak zou kunnen zijn dat de vrouwen moeilijker bereikbaar waren, omdat ze meer groepslessen volgen dan mannen (zie discussie ‘context waarin aan fitness gedaan wordt’ pagina 88).

##### B. LEEFTIJD



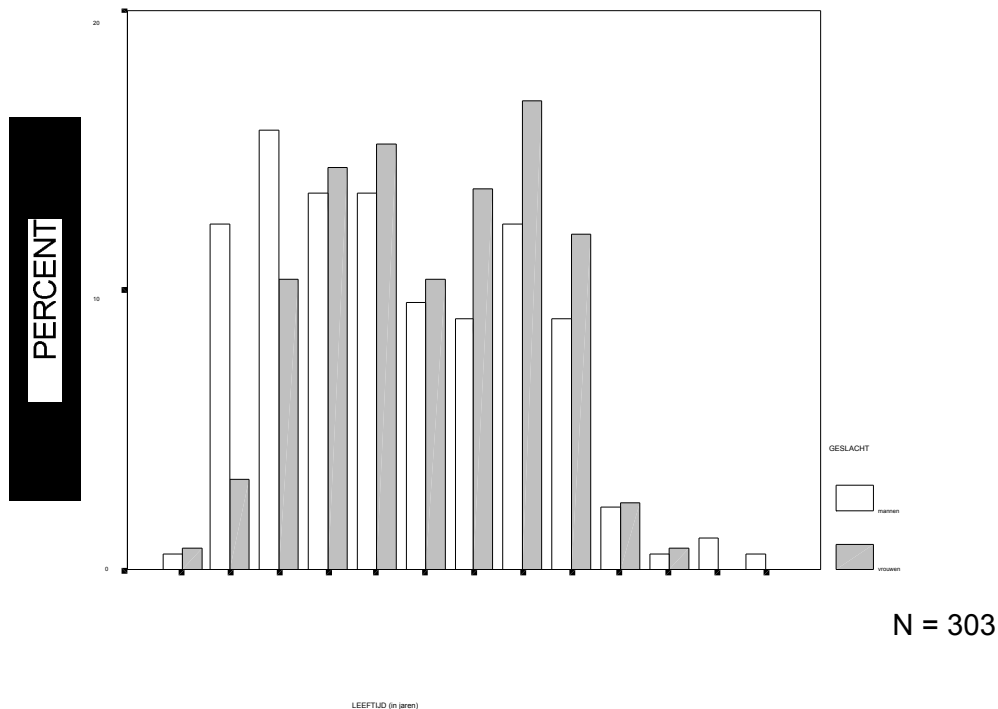
De oudste man in de steekproef is 74 jaar oud, de oudste vrouw is 59. Zowel bij de mannen als de vrouwen is de jongste fitnessser 14 jaar. Bij de mannen is er dus een leeftijdsverschil van 60 jaar tussen de jongste en de oudste, bij de vrouwen is dit verschil 45 jaar.

In Gibson (1998) lezen we dat de hoogste graad van participatie aan fysieke activiteiten gelegen is tussen de leeftijd van 25 tot 34 jaar. Bekijken we de leeftijdsopbouw van de ondervraagde fitnessers, dan zien we dat de groep die het grootste aantal deelnemers telt de leeftijdsgroep is van de 25- tot 34-jarigen. Op dit vlak lijken de fitnessers het algemene patroon te volgen.

De mannen zijn gemiddeld 35 jaar op het moment van de ondervraging, de vrouwen 38 jaar. De mannen zijn significant jonger dan de vrouwen. In vergelijking met de gemiddelde leeftijd van de bevolking van het Vlaams Gewest (mannen: 38,9 jaar, vrouwen 41,4 jaar) zijn de fitnessers gemiddeld jonger. Dit geldt zowel voor de mannen als voor de vrouwen (FOD Economie 2005a). Dit is niet verwonderlijk aangezien, zoals reeds vermeld werd, de hoogste graad van participatie aan fysieke activiteiten gelegen is tussen 25 en 34 jaar (Gibson 1998).

In figuur 7 kunnen we zien dat in de lagere leeftijdscategorieën proportioneel minder vrouwen in de steekproef vertegenwoordigd waren dan mannen. In de leeftijdsgroep 15 tot 19 jaar en in de leeftijdsgroep 20 tot 24 jaar is deze vaststelling duidelijk zichtbaar. Jonge vrouwen lijken zich niet in dezelfde mate aangetrokken te voelen tot fitness als jonge mannen.

Anderzijds zien we dat in de hogere leeftijdscategorieën de vrouwen de mannen in aandeel overtreffen. Bij de vrouwen zien we een piek in de groep 45- tot 49-jarigen, bij de mannen situeert deze piek zich in de groep 20- tot 24-jarigen. Het lijkt alsof vrouwen op latere leeftijd dan de mannen aan fitness doen. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de sociale rollen van de vrouw veranderen met het toenemen van de leeftijd. Vaak komt meer tijd vrij doordat de kinderen ouder zijn of het huis verlaten hebben. Deze vrijgekomen tijd zou door een aantal vrouwen ingevuld kunnen worden met fitness. Uit de gegevens kan echter niet afgeleid worden of de jongere leeftijdsgroepen in andere fysieke activiteiten dan fitness participeren.



*Figuur 7: Verdeling leeftijdsklassen binnen elk gender*

## 2. OPLEIDING EN BEROEP

Indien we de percentages van voltijds en deeltijds werken in de steekproef fitnessers vergelijken met cijfers van de Belgische bevolking kunnen we besluiten dat het percentage deeltijds werkenden in de steekproef fitnessers lager ligt. In 2003 werkte 22% van het totaal aantal loontrekkenden deeltijds (vrouwen 41%, mannen 6%) (FOD Economie 2005b). In de steekproef bedraagt het aantal deeltijds werkenden 11% (van de werkende subgroep) (vrouwen 27%, mannen 1%). Hieruit zouden we kunnen besluiten dat fitness een sport is die mensen die weinig tijd hebben aanspreekt, gezien het hogere percentage voltijds werkenden.

In tabel 33 zien we dat de socio-professionele categorieën 2 en 6 (CIM-methodologie: pagina 46; Appendix E) sterk oververtegenwoordigd zijn in de fitness-steekproef in vergelijking met de Belgische bevolking. De oververtegenwoordiging van groep 2 is niet onverwacht, gezien in de literatuur beschreven wordt dat fitness als een typische middengroepsport beschouwd kan worden (Scheerder e.a. 2002: 296). Bij Volkwein (1998b) lezen we eveneens dat de fitnessbeweging vooral beleefd wordt door een selecte bevolkingsgroep, namelijk de middenklasse en de hoge middenklasse. De oververtegenwoordiging van groep 6 kan te wijten zijn aan het feit dat 2 fitnesscentra

vroeger (en tegenwoordig ook nog enigszins) gericht waren op bodybuilding. Uit de literatuur blijkt dat bodybuilding een sportdiscipline is die voornamelijk door de laagste beroepsklassen beoefend wordt (Scheerder e.a. 2002: 295). Verder dienen we er ook rekening mee te houden dat het in de resultaten van de fitnessers niet enkel om de voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen gaat zoals in de CIM-methodologie beschreven staat. Dit kan een effect hebben op de vergelijkbaarheid. De oververtegenwoordiging van groep 6 kan mogelijk ook gedeeltelijk verklaard worden door de studenten en scholieren in de steekproef. Aangezien studenten en scholieren geen beroep uitoefenen, belanden zij in de lagere socio-professionele groepen. De significante associatie tussen de dienst krachttraining en de socio-professionele groepen 5 en 6 kunnen we kaderen in de reeds vernoemde vaststelling dat bodybuilding een sport is die voornamelijk door de lagere beroepsklassen beoefend wordt (Scheerder e.a. 2002: 295). De lagere sociale groepen zijn meer op krachttraining gericht dan de hogere socio-professionele groepen.

*Tabel 33: Verdeling van de Belgische bevolking en de fitnesssteekproef (N = 303) over de socio-professionele categorieën volgens het CIM*

<b>CIM-groep</b>	<b>% Belgische bevolking</b>	<b>% fitness-steekproef</b>
groep 1	11,6	13,9
groep 2	12,5	24,8
groep 3	11,7	8,9
groep 4	11,6	11,9
groep 5	11,8	8,6
groep 6	14,2	18,2
groep 7	11,4	11,9
groep 8	12,4	2,3
whn	2,8	-

### 3. LEVENSTIJL

#### A. ROOKGEWOONTEN

Volgens de gegevens op de website van ‘Kom op tegen kanker’ bedraagt het aantal dagelijkse rokers in Vlaanderen 27% (Kom op en stop 2005). Als we dit cijfer vergelijken met de gegevens uit de steekproef fitnessers (20%) kunnen we besluiten dat fitnessers relatief gezien minder roken dan ‘de Vlaming’. Dit is niet verwonderlijk aangezien uit de resultaten omtrent de argumenten die fitnessers aangeven om te komen fitnessen, blijkt dat fitnessers met hun gezondheid begaan zijn.

Volgens de gegevens van de Gezondheidsenquête 2001 (Demarest e.a. 2001a) maakten de zware rokers (20 sigaretten of meer per dag) een derde uit van de rokende populatie. In de ondervraagde fitnessgroep is dit beduidend minder, 12 van de 303 ondervraagden rookt meer dan 20 sigaretten per dag (4%). Uit de gezondheidsenquête bleek eveneens dat mannen meer roken dan vrouwen, respectievelijk 34% en 24%. Onder de fitnessers tekent zich een omgekeerd beeld af, er zijn meer vrouwelijke (23%) rokers dan mannelijke (16%). We vonden echter geen significante associatie tussen gender en al dan niet roken ( $\text{Chi}^2 = 1,886$ ;  $p = 0,170$ ). Tussen de gezondheidsenquête en dit onderzoek zijn 3 jaren verstreken, dit kan de vergelijking beïnvloeden.

Het percentage personen dat ooit gerookt heeft, is hoger bij de mannen (68%) dan bij de vrouwen (51%) (Demarest e.a. 2001a). Dezelfde trend wordt gevonden bij de fitnessers, 29% van de mannen heeft ooit gerookt, bij de vrouwen is dit 20%.

Aan de hand van tabel 34 vergelijken we het aantal rokers per leeftijdsgroep in de Vlaamse populatie (Kom op en stop 2005) met het aantal rokers in de steekproef fitnessers. We zien dat in elke leeftijdsgroep relatief minder rokers zijn in de steekproef fitnessers dan in de Vlaamse populatie.

In de drie laagste leeftijdscategorieën zien we wel een omkering in de rangorde. De leeftijdsgroep van 35 tot 44 jaar telt in de Vlaamse populatie procentueel het grootste aantal rokers, terwijl in de steekproef fitnessers de leeftijdscategorie van 15 tot 24 jaar procentueel gezien het meeste rokers telt. Hieruit kunnen we het besluit trekken dat de fitnessers een gezondere levensstijl hebben op het vlak van roken dan de Vlaamse populatie in het algemeen. De laagste leeftijdsgroep fitnessers komt wel dicht bij de cijfers van de Vlaamse populatie. Deze groep is misschien minder vatbaar voor

gezondheidsboodschappen van bijvoorbeeld de fitnesscentra. Deze laagste leeftijdsgroep haalt ook gezondheid aan als het hoofdargument om te fitnessen, dit percentage ligt echter lager dan de percentages voor gezondheid in de andere leeftijdsgroepen.

Toch dienen de vaststellingen omtrent de rookgewoonten van de steekproef fitnessers met de nodige voorzichtigheid benaderd worden. Het is immers mogelijk dat enkele fitnessers een sociaal wenselijk antwoord gegeven hebben, dit kan de resultaten beïnvloeden. Dit sociaal wenselijk antwoord zou dan kunnen kaderen in wat we bij Laermans (1993) lezen, namelijk dat ongezonde handelingen (waar roken er ook één van is) getaboeïseerd worden.

*Tabel 34: Percentage rokers per leeftijdsgroep in Vlaanderen en in de steekproef fitnessers (N<sub>totaal fitnessers</sub> = 303)*

<b>leeftijdsgroep</b>	<b>% rokers in Vlaanderen*</b>	<b>% rokers in de steekproef</b>
<b>15 tot 24 jaar</b>	30,00%	23,90%
<b>25 tot 34 jaar</b>	33,70%	18,90%
<b>35 tot 44 jaar</b>	36,90%	15,80%
<b>45 tot 54 jaar</b>	33,00%	21,70%
<b>55 tot 64 jaar</b>	20,10%	11,10%
<b>65 tot 74 jaar</b>	13,60%	0,00%
<b>75 jaar en meer</b>	8,40%	/

\* bron: Kom op tegen Kanker ([www.komopenstop.be/roken/vlaanderen\\_vla.asp](http://www.komopenstop.be/roken/vlaanderen_vla.asp))

## B. ALCOHOLGEBRUIK

In vergelijking met de Belgische bevolking (Demarest e.a. 2001b) telt de fitnesssteekproef evenveel dagelijkse alcoholgebruikers, namelijk 12%. In België bedraagt dit bij de mannen 15% en bij de vrouwen 9% (Demarest e.a. 2001b). In de steekproef fitnessers tekent zich een gelijkaardig beeld af. Hier bedraagt dit percentage voor de mannen 14%, voor de vrouwen is dit 9%. Waar de fitnessers op het vlak van roken gezonder lijken dan de globale bevolking, gaat dit op het vlak van

alcoholgebruik kennelijk niet op.

Uit de gezondheidsenquête (Demarest e.a. 2001b) blijkt dat globaal genomen alcohol populairder is bij mannen dan bij vrouwen. Ook in de fitnesssteekproef lijkt alcohol populairder te zijn bij mannen dan bij vrouwen. Bij de mannen had 42% de week voor de ondervraging iets alcoholisch gedronken, bij de vrouwen was dit 26%.

Enkele keren kwam de vraag of wijn bij het eten of wijn in het algemeen ook meetelde als alcoholische drank. Dit doet de vraag rijzen of de bekomen resultaten misschien geen onderschatting zijn van het alcoholgebruik in realiteit. Blijkbaar bevat wijn niet voor iedereen alcohol.

### C. DIEET

Veel mensen fitnesssen om te vermageren en gewicht te verliezen (tabel 15, tabel 29, tabel 32), men zou dus verwachten dat relatief veel fitnessers een dieet zouden volgen. De sleutel tot succesvol vermageren is immers een combinatie van gezonde voedingsgewoonten en fysieke activiteit. Acht procent van de steekproef volgt een specifiek dieet, 54% hiervan zijn mannen. Indien we degenen die een dieet volgen en degenen die op hun eten letten, maar geen specifiek dieet volgen optellen, komen we voor de hele steekproef op 17% die met voeding bezig is, 15% bij de mannen en 19% bij de vrouwen

Opmerkelijk is dat van de groep die een bepaald dieet volgt ruim de helft mannen zijn. Voortgaand op dagelijkse ervaringen zou men eerder een meerderheid vrouwen verwachten die een bepaald dieet volgen. Dit zou er op kunnen wijzen dat de populatie mannen die naar het fitnesscentrum komt inderdaad gezondheidsgericht bezig is (zie ook tabel 29).

### D. VERVOERMIDDEL NAAR HET FITNESSCENTRUM

Het onderschrift bij een cartoon van Linden (2005) *'I want a fitness video. Do you deliver?'* lijkt bij de levensstijl van fitnessers aan te sluiten. Maar liefst 51% van degenen die op minder dan 1 kilometer afstand van het fitnesscentrum wonen, komt met de auto naar het fitnesscentrum (tabel 9). Om zich daar vervolgens op een fiets en op de loopband in het zweet te werken. Nog eens 6% zegt in de zomer met de fiets te komen en in de winter met de auto. Vraag is of deze laatsten niet een sociaal

wenselijk antwoord hebben gegeven en toch maar gezegd hebben dat ze in de zomer met de fiets komen, terwijl ze dat in werkelijkheid misschien maar zelden doen. Bij sommige fitnesscentra was de parking niet vlak aan het fitnesscentrum gelegen. Degenen die de korte afstand van minder dan 1 kilometer met de auto overbruggen, zijn dus langer op zoek naar een parkeerplaats en het stappen van de auto tot het fitnesscentrum. Met de fiets of te voet zouden ze uiteindelijk even snel of misschien zelfs sneller in het centrum zijn.

Ook in de groep die tussen 1 en 5 kilometer van het fitnesscentrum woont, is de auto als vervoermiddel opvallend populair (82%). Deze afstand is immers gemakkelijk met de fiets te overbruggen. Van de mensen die op deze afstand wonen zegt 5% in de zomer met de fiets te komen en in de winter toch voor de auto te kiezen.

In de antwoorden van de fitnessers lijkt zich een tegenstelling voor te doen tussen enerzijds gezondheid als reden om te fitnessen en anderzijds de keuze van het vervoermiddel naar het fitnesscentrum. Het argument gezondheid lijkt hier eerder ingegeven vanuit sociale wenselijkheid, dan dat het een gefundeerd argument is. Fitness als statussymbool op zich zou de vermelde tegenstelling kunnen verklaren. In Laermans (1993) lezen we dat het gezonde uiterlijk steeds meer statuswaarde krijgt. Fitnessen is op die manier ook eerder een soort statussymbool. Door fitness te beoefenen zien anderen dat aan de gezondheid gewerkt wordt.

Opvallend was dat tijdens de interviews soms 'beschaamd' gereageerd werd op de vraag hoe men naar het fitnesscentrum kwam, nadat men gezegd hadden op welke afstand men woonde. Toen men hardop aangaf hoever men woonde en daarna vermeldde hoe men die afstand overbrugde, leek het alsof men beseftte dat men toch wel dichtbij woonde. Anderen daarentegen die op minder dan 5 kilometer woonden, gaven als antwoord op de vraag hoe ze die afstand aflegden 'met de auto natuurlijk, hoe anders'. Eén vrouw die op een paar honderd meter van het fitnesscentrum woonde, zei eerst dat ze natuurlijk te voet of met de fiets kwam. Maar uiteindelijk bleek dat, wanneer ze na het fitnessen naar de winkel ging, ze toch met de auto naar het fitnesscentrum kwam.

De hoogste leeftijdsgroep komt overwegend te voet naar het fitnesscentrum, maar de omvang van deze leeftijdsgroep is beperkt. Ook de omvang van de laagste leeftijdsgroep is klein. Bij de hoogste leeftijdsgroep kan de afstand een factor zijn die mee bepalend is voor de 'actievare' vorm van verplaatsing. De leeftijdsgroep van 15

tot 24 jaar komt overwegend met de auto naar de fitness, maar toch in mindere mate dan in de andere leeftijdsgroepen (tabel 10). Van deze leeftijdsgroep komt 18% met de fiets, dit is meer dan in de andere leeftijdsgroepen (uitgezonderd de oudste). Een verklaring hiervoor kan zijn dat een deel van deze leeftijdsgroep nog niet de leeftijd heeft bereikt om een rijbewijs te bezitten. Een ander deel van deze leeftijdsgroep beschikt waarschijnlijk nog niet over een auto. Aangezien deze leeftijdsgroep waarschijnlijk toch zelfstandig naar het fitnesscentrum komt, is deze groep aangewezen op andere vervoermiddelen, zoals de fiets.

#### E. VERVOERMIDDEL NAAR WERK OF SCHOOL

Ook om naar het werk of school te gaan lijkt de auto het transportmiddel bij uitstek (tabel 11, tabel 12). In tegenstelling tot het vervoer naar de fitness, scoort openbaar vervoer hier procentueel hoger. De fiets en 'te voet' scoren dan weer behoorlijk lager in vergelijking met het vervoer naar het fitnesscentrum. Dit kan te wijten zijn aan het feit dat de afstand tussen woning en werk over het algemeen groter is dan de afstand tussen woning en fitnesscentrum. Net als bij het woon-fitnessverkeer werden geen significante associaties gevonden tussen het vervoermiddel en gender.

Volgens gegevens uit de Nationale Enquête naar de mobiliteit van huishoudens (1998 – 1999) (Nationale 1998 – 1999) gaat in het Vlaams Gewest 70% met de auto naar het werk, 12% maakt gebruik van het openbaar vervoer en 12% gaat met de fiets. In vergelijking met deze cijfers nemen de ondervraagde fitnessers meer de auto. De fitnessers die deels met de auto en deels met het openbaar vervoer gaan, zijn hier niet meegerekend. De fitnessers maken voor deze verplaatsingen iets meer gebruik van het openbaar vervoer dan de gemiddelde inwoner van het Vlaams gewest. De fiets is in vergelijking met de cijfers uit de voornoemde Nationale Enquête minder populair onder de fitnessers, hoewel de fitnessers meer op gezondheid gericht lijken te zijn dan de 'gemiddelde' Vlaming.



Het meer gebruiken van de auto en het minder gebruiken van de fiets door fitnessers kan verschillende oorzaken hebben. Een hypothese zou kunnen dat de woon-werkafstand voor de fitnessers groter is dan de gemiddelde woon-werkafstand in Vlaanderen. Verder kan ook de bereikbaarheid met het openbaar vervoer en de veiligheid van de fietsinfrastructuur haar invloed hebben op de keuze van het vervoermiddel naar de werkplaats. Ook kan een statuseffect meespelen.

#### F. PARTICIPATIE IN ANDERE FYSIEKE ACTIVITEITEN

In vergelijking met de cijfers van het BOIC (2000) is de top drie van de meest beoefende sporten gelijklopend, enkel wandelen en zwemmen wisselen van plaats. Opvallend is dat de fitnessers voor bijna alle sporten hoger scoren (tabel 13). Fietsen en wandelen scoren veel hoger bij de fitnessers in vergelijking met de gegevens van het Vlaamse Gewest (BOIC 2000). Dit kan te verklaren zijn door verschillende definities die gebruikt werden. In de vragenlijst voor de fitnessers werden fietsen en wandelen niet gedefinieerd om de duur van het interview te beperken. Bijgevolg bevat het cijfer dat we bekomen voor deze activiteiten waarschijnlijk ook verplaatsingen met de fiets en te voet. Het feit dat de leeftijdsklasse 15- tot 24-jarigen relatief gezien het hoogste scoort op 'fietsen' bevestigt dit vermoeden. Een deel van deze leeftijdsklasse is te jong voor een rijbewijs, een ander deel beschikt nog niet over een auto. Deze groep is dus genoodzaakt zich op andere manieren te verplaatsen, waaronder met de fiets.

#### 4. CONTINUÏTEIT EN DROP OUT

##### A. REDENEN OM FITNESS VOL TE HOUDEN

Vrouwen halen uiterlijk en gewicht meer aan als reden om te blijven fitnessen (tabel 15). Dit toont aan dat ze, zoals ook in de literatuur beschreven werd (Behm 1998), meer morele druk ervaren dan mannen om te voldoen aan een bepaald lichaamsbeeld. Vrouwen zijn in vergelijking met mannen meer gesocialiseerd om zich bewust te zijn van en beïnvloed te worden door normen van aantrekkelijkheid, gewicht en fitheid (McConatha 1998). Bij Pfister (1998) lazen we dat vrouwen meer betrokken zouden zijn op hun gezondheid dan mannen, dit vinden we in deze resultaten echter niet

terug. Hier lijken de mannen meer bekommerd om hun gezondheid dan vrouwen. We vonden evenwel geen significante associatie tussen gender en de reden gezondheid.

Wat opvalt is dat de reden 'je kan komen fitnessen wanneer je wilt' niet aangehaald wordt als reden om te blijven fitnessen. Dit lijkt in tegenstelling te zijn met wat we in de literatuurstudie reeds vermeldden. Scheerder en Vanreusel (2002) stellen immers een verschuiving vast naar de egosport (het eigen ik). Zij halen in deze context Hoentjen en Venselaar aan die stellen dat iedereen wil blijven sporten, maar op een zelfgekozen tijdstip en in een zelfgekozen verband.

Uit de resultaten bleek tevens dat het feit dat fitness geen ploegsport is, een hinderpaal was om te beginnen fitnessen en een reden is om te stoppen met fitness.

De verwoordingen van de redenen om te blijven fitnessen passen in de geest van de gezondheidscultuur zoals beschreven in de literatuurstudie. In tabel 35 staan enkele uitspraken opgesomd. Deze uitspraken komen overeen met of liggen in het verlengde van wat we onder andere bij volgende auteurs aantreffen: Featherstone (1991a), Laermans (1993), McConatha (1998), Pfister (1998), Scheerder (2000), Smith Maguire (2002) en Volkwein (1998b). Deze uitspraken illustreren onder andere dat het lichaam als maakbaar wordt beschouwd en dat de verantwoordelijkheid bij het individu ligt. De maakbaarheid van het lichaam wordt ook duidelijk aan de hand van de werkwoorden die de ondervraagde fitnessers gebruiken, zoals *werken*, *bijschaven*, *onderhouden* en *vormen*. Uit deze uitspraken wordt ook duidelijk dat gezondheid en conditie in één adem genoemd worden alsof het synoniemen zijn. De ondervraagde fitnessers gaan er van uit dat ze door fysieke activiteit gezond worden en/of blijven. De uitspraak 'er beter uitzien dan de collega's' getuigt van de opbodpolitiek tussen vrienden zoals bij Laermans (1993) beschreven werd.

Tabel 35: Redenen om te blijven fitnessen in de verwoordingen van de ondervraagden

redenen	redenen
<p><i>manier van leven</i> gezonde verslaving routine, gewenning</p> <p>onderbewust: 'ik moet sporten, anders overkomt mij iets' omdat 'moet' (<i>verantwoordelijkheid</i>) <i>nodig omdat</i> zittend beroep zolang je kan <i>moet</i> je dat doen</p> <p>gezond blijven gezondheid --&gt; goed voelen voelt dat het <i>goed</i> is voor de <i>gezondheid</i> <i>gezond zijn er door</i> <i>gezond bezig zijn</i> gezond lichaam goed voor lichaam</p> <p>lichaam <i>bijschaven</i> aan lichaam <i>werken</i> lichaam <i>vormen</i> lichaam <i>verbeteren</i> om <i>aan lichaam</i> te <i>werken</i> <i>iets doen voor lichaam</i> goede vorm houden/hebben figuur <i>onderhouden</i> zichtbaar aan lichaam</p>	<p><i>beter</i> uitzien <i>dan</i> collega's (= motivatie) esthetisch 'voor de vrouwen', mooi lichaam</p> <p>gewicht op peil houden mooi vermageren ter compensatie van eten en drinken</p> <p>om aan sport te doen sportief/sterker worden om iets te doen toch utopie sportief te zijn iets van sport doen</p> <p>gevecht tegen veroudering</p> <p>goed voor de gezondheid <i>en</i> conditie</p> <p>abonnement loopt</p> <p>beste therapeut, dokter, ...</p>

## B. REDENEN OM TE STOPPEN MET FITNESS

Gezondheidsproblemen (gaande van blessure tot ernstige ziekte) scoren hoog als redenen om te stoppen met fitness (tabel 16). Hoewel de fitnessers ervan overtuigd lijken dat fitness goed is voor de gezondheid, zijn gezondheidsredenen de hoofdredenen om eventueel te stoppen met deze (gezonde) sport. Is fitness als puntje bij paaltje komt dan toch niet gezond? De fitnessers lijken niet te beseffen dat de trainingsschema's aangepast kunnen worden aan de gezondheidssituatie van het individu.

De financiële aspecten worden meer aangehaald door vrouwen. De kostprijs voor een abonnement verschilde sterk tussen de verschillende centra. Zo waren de prijzen van het fitnesscentrum Tienen 2 en het fitnesscentrum Aarschot 1 zeer democratisch. De 'keerzijde' van de democratische prijzen was dat de infrastructuur niet zo modern

was. Tienen 1 en Overijse 1 waren hier het tegenovergestelde van. Eén vrouw vermeldde dat ze ging stoppen omdat een fitnessabonnement en kinderopvang betalen financieel te zwaar werd. Hoewel sportparticipatie volgens Taks (1994) niet vaak een kwestie is van enkel geld, lijkt hier het financiële aspect van fitness voor een aantal mensen toch een belangrijke rol te spelen. Het blijkt zelfs een reden te zijn om te stoppen met fitness.

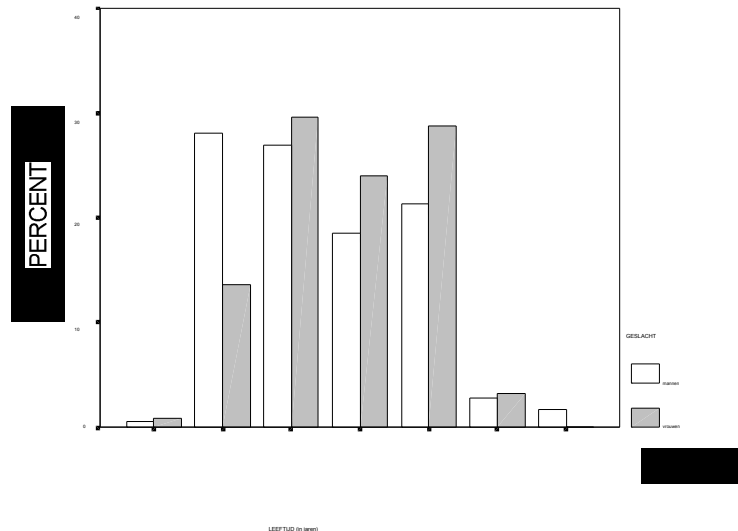
## B. DIENSTEN WAAR DE FITNESSER GEBRUIKT VAN MAAKT

### 1. DIENSTEN

Bij de mannen vinden we wat betreft diensten waar gebruik van gemaakt wordt een andere klemtoon dan bij de vrouwen (tabel 17). Krachttraining komt bij de vrouwen niet voor in de top drie van de diensten waarvan de ondervraagden zeggen in de eerste plaats gebruik te maken. Bij de mannen daarentegen staat dit op de eerste plaats. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de  $\text{Chi}^2$ -waarde voor krachttraining en gender significant werd bevonden. Dat de *powerplate* bij de vrouwen in de top drie van de belangrijkste diensten staat, kan te wijten zijn aan het feit dat het fitnesscentrum 'Tienen 1' sterk de nadruk legde op de *powerplate*. In dit centrum vermeldde 73% (19 op 26) de *powerplate* als de belangrijkste dienst waar men gebruik van maakten. Het cliënteel van dit centrum was overwegend vrouwelijk (23 van de 26 ondervraagden in dat centrum waren vrouwen).

Het feit dat krachttraining bij de groep 15- tot 24-jarigen zo hoog scoort, kan verklaard worden door het proportioneel groter aandeel van mannen in deze leeftijdsgroep (figuur 8). Zoals uit de resultaten bleek, is krachttraining een dienst van fitnesscentra waar vooral mannen in de eerste plaats gebruik van maken.

Het is niet verwonderlijk dat er een positieve Phi-waarde gevonden wordt voor de associatie tussen groepslessen en 'avond', aangezien de meeste groepslessen 's avonds ingericht worden. Krachttraining, cardiofitness en conditietraining daarentegen zijn minder aan uren gebonden dan groepslessen.



*Figuur 8: Aandeel mannen en vrouwen per leeftijdsgroep*

## 2. CONTEXT WAARIN AAN FITNESS GEDAAN WORDT

Zowel voor mannen als voor vrouwen blijkt fitness een individuele sport te zijn (tabel 20). Beide genders werken overwegend een individueel programma af. De vrouwen volgen meer groepslessen of een combinatie van groepslessen en individueel programma dan mannen. De resultaten lijken te bevestigen wat in de literatuur staat, namelijk dat vrouwen meer aan *fitness activities* zoals aerobics deelnemen dan mannen (Behm 1998).

De resultaten per leeftijdsgroep (tabel 21) tonen aan dat fitness voor elke leeftijdsgroep voornamelijk een individuele sport is. Zelfs als men groepslessen volgt, doet men dit meestal toch nog in combinatie met een individueel trainingsprogramma. Uit de antwoorden op de vragen omtrent redenen om fitness vol te houden of om er mee te stoppen blijkt dat de fitnessers toch vaak samen met vrienden naar de fitness komen, ook al is het een individuele sport.

Het lage percentage van mensen die groepslessen volgen, kan echter ook geheel of gedeeltelijk te verklaren zijn door het feit dat deze groep minder vertegenwoordigd was in de steekproef. Het was moeilijker om de mensen te bereiken die enkel groepslessen volgen. Meestal waren de zalen voor de groepslessen afgescheiden van de zaal met de fitnessstoestellen en was het moeilijker om deze mensen aan te spreken. Het fitnesscentrum Tienen 2 bood geen groepslessen aan, ook dit kan de resultaten beïnvloeden.

## C. MOMENT WAAROP DE FITNESSER NAAR HET FITNESSCENTRUM KOMT

### 1. REGELMAAT

Zoals uit de resultaten blijkt, lijkt fitness een sport te zijn die meerdere keren per week beoefend wordt (tabel 22, tabel 23). Ongeveer 10% beoefent fitness ‘slechts’ éénmaal per week. De lagere leeftijdsgroep is de koploper in de groep ‘enkele keren per week’. Een verklaring hiervoor is moeilijk te vinden.

### 2. DAG VAN DE WEEK EN MOMENT VAN DE DAG

Uit de antwoorden van de fitnessers bleek dat de meeste fitnessers een bepaald patroon aanhouden. Meestal zit er minstens één rustdag tussen de fitnessbeurten. Verder zijn er ook de zogenaamde weekend-fitnessers en fitnessers die het patroon ‘om de dag’ volgden. Tenslotte was er ook een aantal fitnessers bij wie de ‘fitnessdagen’ afhankelijk waren van het werk (onder andere door ploegenwerk).

Woensdag kwam in de resultaten naar voor als een populaire ‘fitnessdag’. Hierbij moet echter wel vermeld worden dat de resultaten hier beïnvloed kunnen zijn door de dagen waarop de interviews afgenomen werden (Appendix C).

Uit de resultaten blijkt dat fitness een sport is die overwegend ’s avonds uitgeoefend wordt (figuur 5). Het percentage van de fitnessers dat in de voormiddag en in de namiddag komt, bevat een groep fitnessers die in het weekend komen. De meeste fitnesscentra zijn dan enkel overdag open, op zondag meestal enkel in de voormiddag, op zaterdag meestal tot de vooravond.

Het is niet verwonderlijk dat er een significante associatie gevonden werd tussen beroepsactief zijn of niet en het moment ’s avonds. Veel mensen werken immers overdag, en ’s avonds is dan het enige moment dat ze kunnen gaan sporten. Toch kwamen sommige mensen ook vòòr hun werk (’s ochtends vroeg om half acht) of tijdens hun middagpauze fitnessen.

### 3. AANTAL WEKEN FITNESSCENTRUMBEZOEK

Op basis van de resultaten over het aantal weken fitnesscentrumbezoek, lijkt het alsof de vrouwen minder volhardend zijn dan de mannen. Anderzijds zou het ook kunnen dat de vrouwen minder trouw zijn aan hun fitnesscentrum. Er werd immers gevraagd hoe lang ze al naar het fitnesscentrum kwamen waar ze nu waren. De specifieke redenen voor het verschil tussen mannen en vrouwen kunnen we uit deze dataset niet afleiden.

Bij de mannen zijn er meer fitnessers die al heel lang in hetzelfde fitnesscentrum komen, deze extremen beïnvloeden de gemiddelden. Bij de mannen is het maximum 1300 weken (25 jaar), bij de vrouwen is dit slechts 858 weken (16,5 jaar) (Appendix F). De cijfers worden ook beïnvloed door de duur van het bestaan van de fitnesscentra. Sommige centra bestaan al ruim 20 jaar (bijvoorbeeld Tienen 2), een ander centrum (Tienen 1) bestaat pas iets meer dan een jaar. Dit laatste centrum trok voornamelijk vrouwelijke klanten, terwijl Tienen 2 meer een ‘mannenbastion’ was.

#### D. FACTOREN DIE HET FITNESSCENTRUMBEZOEK BEÏNVLOEDEN

##### 1. AANBEVELING DOOR ANDEREN

Het zijn vooral de fitnessers zelf die het initiatief nemen om te gaan fitnessen (tabel 68). Vrienden vormen ook een belangrijke factor. Hoewel fitness een individuele sport is, zijn er toch veel fitnessers die met vrienden of familie naar het centrum komen. Uit de antwoorden op hinderpalen om met fitness te beginnen bleek dat het alleen gaan een hinderpaal was. De top 3 van personen die aanraden om te gaan fitnessen is voor de beide genders gelijk. Voor het effect van mediaboodschappen zien we een verschil tussen de beide genders. Hieruit kan echter niet zonder meer afgeleid worden dat vrouwen meer gevoelig zijn voor reclameboodschappen. Het is immers mogelijk dat ze actief op zoek zijn naar een fitnesscentrum dat bij hen past en hierdoor meer naar advertenties kijken. Voor de lagere leeftijdsgroepen lijken vrienden (*peer group*) een belangrijkere factor dan in de andere leeftijdsgroepen.

## 2. HINDERPALEN OM TE BEGINNEN MET FITNESS EN OM HET VOL TE HOUDEN

Het grote aantal fitnessers dat aangaf geen hinderpalen ondervonden te hebben om te starten met fitness en om het vol te houden (tabel 26), zou er op kunnen wijzen dat dit antwoord een ‘gemakkelijkheidsantwoord’ is. Het komt nogal ongeloofwaardig over dat er niets in de weg heeft gestaan om te beginnen met fitness of dat het steeds gemakkelijk is om vol te houden. Anderzijds zou het ook kunnen dat gaan fitnessen een hoge prioriteit heeft en dat de hinderpalen er niet toe doen.

Opmerkelijk is dat de hinderpalen om te starten en om vol te houden gelijklopend zijn. Tijdgebrek lijkt voor beide genders en alle leeftijdsgroepen een belangrijke factor te zijn die als hinderpaal ervaren wordt om met fitness te beginnen en om het vol te houden.

## 3. ARGUMENTEN OM AAN FITNESS TE DOEN

De percentages voor ‘gezondheid’ als het eerste aangehaalde argument om aan fitness te doen, liggen in dezelfde lijn voor zowel de mannen als de vrouwen (42%) (tabel 29). Dit stemt niet overeen met hetgeen in de literatuur gevonden wordt, namelijk dat mannen minder op hun gezondheid betrokken zijn dan vrouwen (Pfister 1998). Deze auteur stelt dat vrouwen iets vaker dan mannen gezondheid als belangrijkste reden aanhalen.

In deze steekproef lijken de percentages bij het hoofdargument voor beide genders in dezelfde lijn te liggen. Er wordt immers geen significante associatie gevonden tussen gender en het argument gezondheid. Bij de top drie van het tweede aangehaalde argument om te fitnessen (tabel 31), scoort gezondheid in percentages zelfs hoger bij de mannen dan bij de vrouwen.

We moeten er echter wel rekening mee houden dat de ondervraagde steekproef van fitnessers een specifiek *gezondheidsminded* deel van de hele populatie betreft. Dit verlaagt de vergelijkbaarheid. De resultaten tonen aan dat gezondheid in de huidige cultuur inderdaad hoog aangeschreven staat. Voor sporters in het algemeen wordt ‘gezondheid’ als eerste reden aangehaald om te sporten (BOIC 2000). We kunnen vaststellen dat fitnessers in dat opzicht niet verschillen van de ‘gemiddelde sporter’. Waar fitnessers wel verschillen van de ‘gemiddelde sporter’ is het argument ‘voor het



plezier'. In de algemene statistieken (BOIC 2000) is dit het tweede populairste argument om te sporten. Bij de fitnessers komt dit argument enkel bij de mannen in de top drie van het tweede en derde aangehaalde argument om te sporten. Bij de vrouwen vinden we dit argument in geen enkele top drie terug.

Bij de vrouwen scoren 'om te vermageren' en 'om een mooier lichaam te krijgen' hoger dan bij de mannen. Het argument vermageren vertoont een significante associatie met gender, het argument 'om een mooier lichaam te krijgen' niet. Uit deze antwoorden kunnen we besluiten dat vrouwen waarschijnlijk inderdaad meer sociale druk ondervinden om er goed uit te zien zoals Behm (1998) en McConatha (1998) vermeldden. Wat we hier vinden, lijkt ook overeen te komen met wat we bij Pfister (1998) lezen, namelijk dat voor vrouwen slank zijn en aantrekkelijkheid, bijvoorbeeld een mooi lichaam hebben, de belangrijkste redenen zijn om deel te nemen aan sport.

De reden 'voor de conditie' scoort hoog bij zowel de mannen als de vrouwen. De top drie van de hoofdargumenten om te fitnessen van de vrouwen (tabel 29) sluit aan bij wat we in Behm (1998) lezen. Deze auteur stelt dat fitheid, een goed figuur en een goede gezondheid als belangrijkste redenen aangehaald worden voor het bezoeken van een fitnesscentrum.

De argumenten om te fitnessen zijn voor de verschillende leeftijdsgroepen gelijklopend (tabel 32), zeker wat betreft de top twee van hoofdargumenten om aan fitness te doen. Enkel de derde plaats vertoont onderlinge verschillen per leeftijdsgroep. Bij de groep tussen 15 en 24 jaar komt plezier als een hoofdargument om aan fitness te doen naar voor op de derde plaats. Verder vermelden alleen in de leeftijdsgroepen 25 tot 34 jaar en 35 tot 44 jaar enkelen plezier als argument. In de andere leeftijdsgroepen wordt dit niet vermeld.

Algemeen kan gezegd worden dat de meerderheid van de fysiek actieve populatie (in dit geval de fitnesspopulatie) inderdaad, zoals we bij Volkwein (1998b) lezen, aan verschillende activiteiten deelneemt om gezondheids- en fitheidsredenen.

Uit de resultaten van ons onderzoek blijkt dat alle leeftijdsgroepen die fitnessen gezondheidsgericht zouden zijn. De op één na hoogste leeftijdsgroep en de laagste leeftijdsgroep zouden als uitzonderingen gezien kunnen worden.

Toch moeten we er alert op zijn dat 'gezondheid' een sociaal wenselijk antwoord kan zijn. In de huidige cultuur wordt gezondheid beschouwd als de verantwoordelijkheid van het individu (Scheerder 2000). Uit angst om ijdel over te komen zal niet iedereen toegeven dat een verbetering van het fysieke voorkomen de eerste bekommernis is. Een onderschatting van het belang van de factor 'uiterlijk' kan hiervan het gevolg zijn.

## ALGEMEEN BESLUIT

Het doel van deze studie van het sociaal profiel van fitnesscenterbezoekers was achterhalen wie wanneer komt fitnessen (gender, leeftijd, socio-professionele categorie), wat de fitnessers komen doen, welke argumenten ze aanhalen om naar een fitnesscentrum te komen en welke levensstijl ze er op nahouden.

De steekproef telde meer mannen (59%) dan vrouwen (41%). Het feit dat sommige centra als ‘mannenbastions’ bestempeld kunnen worden, kan hier een rol spelen. Een andere oorzaak kan zijn dat de vrouwen moeilijker bereikbaar waren omdat zij meer groepslessen volgen dan mannen.

Het verschil tussen de gemiddelde leeftijd van de mannelijke fitnessers en die van de vrouwelijke was significant. De mannen waren gemiddeld 35 jaar, de vrouwen waren gemiddeld 38 jaar. In de lagere leeftijdscategorieën waren de vrouwen proportioneel minder vertegenwoordigd dan de mannen. Anderzijds overtreffen de vrouwen proportioneel de mannen in de hogere leeftijdsgroepen. Deze vaststellingen kunnen een verklaring zijn voor het waargenomen verschil tussen de gemiddelde leeftijd van mannen en vrouwen.

De socio-professionele categorieën 2 en 6<sup>6</sup> zijn oververtegenwoordigd in de fitnesssteekproef. De oververtegenwoordiging van de socio-professionele groep 6 kan te wijten zijn aan het feit dat 2 fitnesscentra in het verleden (en nu ook nog enigszins) gericht waren op bodybuilding. Uit de literatuur blijkt dat bodybuilding een sportdiscipline is die voornamelijk door de laagste beroepsklassen uitgeoefend wordt (Scheerder e.a. 2002: 295). De oververtegenwoordiging van socio-professionele groep 2 bevestigt de bevinding van Volkwein (1998b) dat de fitnessbeweging vooral beleefd wordt door de middenklasse en de hoge middenklasse. Tussen de socio-professionele groepen 5 en 6 en de dienst krachtraining werden significante associaties gevonden. Dit kunnen we kaderen in de reeds vermelde opmerking van Scheerder e.a. (2002: 295).

---

<sup>6</sup> Indeling van de bevolking in 8 ongeveer even grote socio-professionele groepen volgens de CIM-methodologie: groep 1 komt overeen met de hoogste waarden (hoogste professioneel en/of opleidingsniveau), groep 8 stemt overeen met de laagste waarden.

Wat betreft rookgewoonten lijken de fitnessers gezonder dan de gemiddelde Vlaming. Elke leeftijdsgroep fitnessers telt relatief minder rokers dan de Vlaamse populatie. Enkel de laagste leeftijdsgroep komt dicht bij de cijfers voor de Vlaamse populatie. Wat betreft alcoholgebruik verschillen de fitnessers niet veel van de Belgische bevolking. Hoewel heel wat fitnessers deze sport beoefenen om te vermageren en gewicht te verliezen, volgen slechts weinigen een bepaald dieet (8%). In totaal is 17% van de steekproef wel met voeding bezig (bepaald dieet of geen dieet, maar wel op voeding letten).

Om naar het fitnesscentrum te komen zijn de fitnessers liever lui dan moe. Maar liefst 51% van de fitnessers die op minder dan 1 kilometer van het fitnesscentrum wonen, komt met de auto naar het fitnesscentrum. Nog eens 6% zegt in de winter met de auto te gaan en in de zomer met de fiets. Ook in de groep die op 1 à 5 kilometer afstand woont, is de auto opvallend populair (82%) voor een afstand die in principe gemakkelijk per fiets is te overbruggen. Deze vaststellingen gelden voor zowel de mannen als de vrouwen en voor alle leeftijdsgroepen. De leeftijdsgroep 15 tot 24 jaar, komt ook overwegend met de auto naar het fitnesscentrum, maar toch in mindere mate. Dit kan te wijten zijn aan het feit dat een deel te jong is om een rijbewijs te bezitten en een ander deel gewoonweg niet over een auto beschikt.

In de antwoorden van de fitnessers lijkt zich een tegenstelling voor te doen tussen enerzijds gezondheid als reden om te fitnessen en anderzijds de keuze van het vervoermiddel naar het fitnesscentrum. Het argument gezondheid lijkt hier eerder ingegeven vanuit sociale wenselijkheid, dan dat het een gefundeerd argument is. Misschien is fitnessen op zich ook eerder een soort statussymbool.

Ook om naar het werk of school te gaan lijkt de auto het transportmiddel bij uitstek. De fysieke activiteiten die buiten fitness nog beoefend worden, zijn gelijklopend met de cijfers van het BOIC (2000) van de meest beoefende sporten in het Vlaamse Gewest. Opvallend is dat de fitnessers voor haast alle sporten hoger scoren.

De redenen die aangehaald worden om het fitnessen vol te houden zijn overwegend van conditionele aard. Verder valt op dat vrouwen de redenen uiterlijk en gewicht meer aanhalen dan de mannen. Deze vaststelling kan bevestigen wat we in de literatuur gevonden hebben, namelijk dat vrouwen meer morele druk ervaren om te voldoen aan een bepaald lichaamsbeeld dan mannen (Behm 1998). De verwoordingen van de redenen om te blijven fitnessen passen in de geest van de gezondheidscultuur zoals beschreven in de literatuurstudie. De uitspraken komen overeen met of liggen in het

verlengde van wat we onder andere bij volgende auteurs aantreffen: Featherstone (1991a), Laermans (1993), McConatha (1998), Pfister (1998), Scheerder (2000), Smith Maguire (2002) en Volkwein (1998b). Uit het woordgebruik blijkt immers dat het lichaam als maakbaar wordt beschouwd en dat de verantwoordelijkheid voor de gezondheid bij het individu ligt. De ideeën over maakbaarheid van het lichaam worden ook duidelijk aan de hand van de werkwoorden die de ondervraagde fitnessers gebruiken, zoals *werken*, *bijschaven*, *onderhouden* en *vormen*. Uit de uitspraken van de fitnessers blijkt tevens dat gezondheid en conditie inderdaad, zoals we in Volkwein (1998b) hebben gelezen, in één adem genoemd worden alsof het synoniemen zijn. Paradoxaal scoren gezondheidsproblemen hoog als reden om te stoppen met fitness. Hoewel de fitnessers ervan overtuigd lijken dat fitness goed is voor de gezondheid, zijn gezondheidsproblemen de hoofdreden om te stoppen met deze sport. De fitnessers lijken niet te beseffen dat de trainingsschema's aangepast kunnen worden aan de gezondheidssituatie van het individu. Verder overweegt men soms om financiële redenen te stoppen met fitness, vrouwen vermelden dit significant vaker dan mannen.

De resultaten uit dit onderzoek tonen aan dat de fitnessers in eerste instantie gebruik maken van de diensten cardiofitness, conditietraining en krachttraining. Bij vrouwen komt krachttraining niet voor in de top drie. We vonden dan ook een significante associatie tussen gender en krachttraining. Voor elke leeftijdsgroep, behalve de 15- tot 24-jarigen, komt cardiofitness op de eerste plaats. Bij de fitnessers tussen 15 en 24 jaar staat krachttraining op de eerste plaats. Dit kan te wijten zijn aan het feit dat deze leeftijdsgroep proportioneel meer fitnessers van het mannelijke geslacht telde.

Zowel de mannen als de vrouwen werken in het fitnesscentrum voornamelijk een individueel programma af. Hetzelfde beeld is te zien in de analyse per leeftijdsgroep. Zowel voor het individueel programma, groepslessen als voor de combinatie groepslessen en individueel programma worden significante associaties gevonden met gender. De vrouwen volgen meer groepslessen of de combinatie groepslessen en een individueel programma dan mannen. Geen enkele man geeft aan enkel groepslessen te volgen ten opzichte van 6% vrouwen. De combinatie van groepslessen en een individueel programma is bij de heren goed voor 7%, bij de dames voor bijna een kwart (24%). Hoewel fitness een individuele sport is, zijn er toch veel fitnessers die met vrienden of familie naar het fitnesscentrum komen.

De meerderheid van de fitnessers komt enkele keren per week fitnessen. Tussen

gender en de verschillende frequenties waarop de bezoekers naar het fitnesscentrum komen werden geen significante associaties gevonden.

De meeste fitnessers houden een bepaald 'fitnesspatroon' aan. Meestal zit er minstens één rustdag tussen de verschillende fitnessbeurten. Fitness is een sport die overwegend 's avonds uitgeoefend wordt. Dit is niet verwonderlijk aangezien veel mensen overdag werken. 's Avonds is dan het enige moment is dat ze kunnen sporten. Enkele fitnessers gaven aan 's ochtends vòòr hun werk of tijdens de middagpauze te komen fitnessen.

Mannen komen gemiddeld langer naar hetzelfde fitnesscentrum dan vrouwen, dit verschil tussen de gemiddelden is significant. Bij de mannen zijn er meer fitnessers die al heel lang naar hetzelfde fitnesscentrum komen, deze extremen beïnvloeden de gemiddelden. De cijfers kunnen ook beïnvloed worden door de oprichtingsdatum van de fitnesscentra in de steekproef.

De fitnessers zetten in hoofdzaak zelf de eerste stap om te gaan fitnessen. Vrienden zijn daarnaast ook belangrijk bij de beslissing om te gaan fitnessen. De aanbevelingen van anderen om te gaan fitnessen lopen voor mannen en vrouwen in grote mate gelijk. Enkel voor mediaboodschappen zien we een verschil tussen de genders. Van de vrouwen haalt 3% media aan, bij de mannen is dit 0%. Voor de lagere leeftijdsgroepen lijken vrienden een belangrijkere factor dan voor de andere leeftijdsgroepen.

De hinderpalen om met fitness te beginnen en om het vol te houden zijn gelijklopend en dit voor beide genders. Tijdgebrek is voor zowel mannen als vrouwen een belangrijke factor die als hinderpaal ervaren wordt.

Gezondheid wordt in 42% van de gevallen als eerste argument om te fitnessen aangehaald. De percentages voor mannen en vrouwen liggen in dezelfde lijn. Dit lijkt in tegenspraak met wat we in Pfister (1998) lezen. Deze auteur stelt dat vrouwen vaker dan mannen gezondheid als belangrijkste reden aanhalen. Wat betreft het gezondheidsargument verschillen de fitnessers niet van de 'gemiddelde sporter'. Waar fitnessers wel verschillen van de 'gemiddelde sporter' is het argument 'voor het plezier'. In de algemene statistieken (BOIC 2000) is dit het tweede populairste argument om te sporten. Bij de fitnessers komt dit argument enkel bij de mannen in de top drie van het tweede en derde aangehaalde argument om te sporten. Bij de vrouwen vinden we dit argument in geen enkele top drie terug. Bij de vrouwen scoren de argumenten 'om te vermageren' en 'om een mooier lichaam te krijgen' hoger dan bij

de mannen. Het argument vermageren vertoont een significante associatie met gender. Uit deze antwoorden kunnen we besluiten dat vrouwen waarschijnlijk inderdaad meer sociale druk ondervinden om er goed uit te zien zoals Behm (1998) en McConatha (1998) in de literatuur vermeldden. De argumenten om te fitnessen zijn voor de verschillende leeftijdsgroepen gelijklopend, alle leeftijdsgroepen lijken gezondheidsgericht te zijn. Algemeen kan gezegd worden dat de meerderheid van de fysiek actieve populatie (in dit geval de fitnesspopulatie) inderdaad, zoals we bij Volkwein (1998b) lezen, aan verschillende activiteiten deelneemt om gezondheids- en fitnessredenen.

Samenvattend kan gesteld worden dat de fitnesser gemiddeld 35,5 jaar oud is. In de fitnesssteekproef waren de socio-professionele groepen 2 en 6 oververtegenwoordigd. De fitnesser die werkt heeft voornamelijk een voltijdse job en gaat met de auto naar het werk. Qua rookgewoonten houdt de fitnesser er een gezondere levensstijl dan het gemiddelde op na, voor alcoholgebruik gaat deze stelling niet op. Wat betreft vervoer naar het fitnesscentrum is de fitnesser liever lui dan moe. Van de totale steekproef komt 82% met de auto naar de fitness. Fietsen, wandelen en zwemmen zijn de voornaamste andere fysieke activiteiten die fitnessers beoefenen. De redenen waarom de fitnessers volhouden zijn voornamelijk van conditionele aard. Gezondheidsproblemen en tijdgebrek zijn belangrijke redenen om te stoppen met fitness. De fitnesser maakt in hoofdzaak gebruik van de diensten cardiofitness, conditietraining en krachttraining. De mannen zijn meer geneigd krachttraining te doen dan vrouwen. In het fitnesscentrum wordt hoofdzakelijk een individueel programma afgewerkt, soms gebeurt dit in combinatie met groepslessen. Hoewel fitness een individuele sport is, komen veel fitnessers met vrienden naar het fitnesscentrum. Fitness is een sport die meerdere keren per week beoefend wordt, voornamelijk 's avonds. Gemiddeld komt de fitnesser al drie jaar naar hetzelfde fitnesscentrum. De meeste fitnessers nemen op eigen initiatief de stap om te gaan fitnessen. De voornaamste hinderpaal om te beginnen met fitness en om het vol te houden is tijdgebrek. Ook drempelvrees is een hinderpaal. De fitnesser beoefent deze sport niet voor zijn of haar plezier. De argumenten om te komen fitnessen zijn hoofdzakelijk gezondheid en conditie.

De hypothese dat de fitnesscenterbezoekers slechts een deel van de bevolking vertegenwoordigen, lijkt bevestigd te kunnen worden.

Met de resultaten van dit onderzoek kunnen de fitnesscentra hun marketingstrategie aanpassen waar nodig. Voor het gezondheidsbeleid is het nuttig te onderzoeken of het publiek dat zich niet aangesproken voelt door fitness aan andere fysieke activiteiten deelneemt.

De studie naar het sociaal profiel van de fitnesscenterbezoeker zou in grootsteden herhaald kunnen worden, dit kan wellicht tot andere conclusies leiden.



## APPENDICES

## APPENDIX A: PILOOTVERSIE VRAGENLIJST

### **Vragenlijst sociaal profiel fitness-centerbezoeker**

#### *I. We beginnen met enkele vragen over wat u in het fitnesscentrum doet.*

1) Op deze kaart staan een aantal diensten die aangeboden worden in fitnesscentra. Van welke diensten maakt u gebruik? U kan gewoon de letter zeggen die voor uw antwoordkeuze of antwoordkeuzes staan.

- A. Fitness
- B. Cardiofitness
- C. Conditietraining
- D. Afslanken
- E. Bar
- F. Aerobics/step/callanetics/dans/...
- G. Zonnebank
- H. Krachttraining
- I. Sauna
- J. Bedrijfsfitness
- K. Vechtsporten
- L. Outdoortraining
- M. Yoga/relaxatietechnieken
- N. Kinesithérapie
- O. Kinderopvang
- P. Squash/badminton
- Q. Lichaamsverzorging
- R. Andere nl. ....

2) Volgt u de groepslessen of werkt u individueel uw programma af, of een combinatie van beide?

#### *II. Nu volgen enkele vragen over de momenten waarop u komt sporten.*

3) Hoe vaak komt u naar het fitnesscentrum?

- A. Minder dan maandelijks
- B. Maandelijks
- C. Wekelijks
- D. Enkele keren per week
- E. Dagelijks

4) Op welke dag of dagen bent u de afgelopen maand naar het fitnesscentrum gekomen?

- A. Maandag
- B. Dinsdag
- C. Woensdag
- D. Donderdag
- E. Vrijdag
- F. Zaterdag
- G. Zondag

5) Op welk moment van de dag bent u afgelopen maand het meest gekomen?

- A. Voormiddag
- B. Middag
- C. Namiddag
- D. Avond

6) Hoeveel jaar komt u al naar dit fitnesscentrum?

*III. Nu volgen enkele vragen in verband met het hoe en waarom van het fitnesssen.*

7) Hoe bent u ertoe gekomen om te beginnen met fitness? Wie of wat heeft u verwezen? Bijvoorbeeld: dokter, trainer, u zelf, vrienden, ouders, partner ...

8) Wat waren de hinderpalen om te beginnen?

9) Welke hinderpalen ervaart u om vol te houden?

10) Op deze kaart staan enkele motieven om te sporten. Welk van deze sluit het meest aan bij uw motief om te fitnesssen? U kan gewoon de letter aangeven die

er voor staat. Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- A. Voor de gezondheid
- B. Voor het plezier
- C. Voor de conditie
- D. Om zich mentaal en fysiek sterker te voelen
- E. Om zich jong te blijven voelen
- F. Omdat je in de buurt aan sport kunt doen
- G. Om sociaal contact te hebben
- H. Als emotionele uitlaatklep
- I. Om uw grenzen te verleggen
- J. Om deel uit te maken van een groep
- K. Om te vermageren
- L. Om een mooier lichaam te krijgen
- M. Om er eens tussenuit te zijn
- N. Om er iets aan te hebben
- O. Om met anderen samen te zijn
- P. In functie van een andere sport
- Q. Anders nl. ....

*IV. Nu ga ik u enkele vragen stellen over de ligging van uw woning/werk t.o.v. het fitnesscentrum.*

11) Wat is de afstand van uw woning tot het fitnesscentrum?

- A. minder dan 1 km
- B. 1 – 5 km
- C. 6 – 10 km
- D. meer dan 10 km

12) Indien van toepassing: wat is de afstand van uw werk tot het fitnesscentrum?

- A. minder dan 1 km
- B. 1 – 5 km
- C. 6 – 10 km
- D. meer dan 10 km

V. De volgende vragen dienen om inzicht te krijgen in de samenstelling van het cliënteel van het fitnesscentrum.

13) Geslacht

- A. Man
- B. Vrouw

14) In welk jaar bent u geboren?

15) Welk onderwijs heeft u genoten?

- A. Geen diploma
- B. Lager
- C. Lager secundair
  - ASO
  - TSO
  - BSO
  - KSO
- D. Hoger secundair
  - ASO
  - TSO
  - BSO
  - KSO
- E. Hoger
  - universitair
  - niet-universitair lange type
  - niet-universitair korte type
- F. Andere nl. ....

16) Bent u beroepsactief?

17) Wat is uw beroep?

18) Doet u dit deeltijds of voltijds?

19) Hoe zou u uzelf omschrijven op het vlak van fitness? Bijvoorbeeld  
beginneling/gevorderd, een 'permanente' fitnesser

20) Welk van de volgende activiteiten op deze kaart hebt u de afgelopen maand beoefend?

- A. Fietsen
- B. Zwemmen
- C. Wandelen
- D. Voetbal
- E. Joggen
- F. Tennis
- G. Minivoetbal/zaalvoetbal
- H. Basketbal
- I. Atletiek
- J. Andere nl. ....

21) Hoeveel sigaretten rookt u per dag?

- A. geen, nooit gerookt
- B. geen, vroeger gerookt
- C. 1 - 10
- D. meer dan 10

22) Hoeveel dagen per week gebruikt u alcohol?

23) Volgt u momenteel een bepaald dieet?

24) Hoe gaat u naar uw werk?

25) Hoe komt u naar het fitnesscentrum?

26) Geef 2 belangrijke redenen waarom u blijft verder fitnessen.

27) Geef 2 belangrijke redenen waarom u zou overwegen te stoppen met fitness.

Hartelijk bedankt voor uw medewerking

## APPENDIX B: DEFINITIEVE VERSIE VRAGENLIJST

*Fitnesscenter:* .....

*Dag, datum, uur:* .....

### **Vragenlijst sociaal profiel fitness-centerbezoeker**

#### *I. We beginnen met enkele vragen over wat u in het fitnesscentrum doet.*

1) Op deze kaart staan een aantal diensten die aangeboden worden in fitnesscentra. Van welke diensten maakt u gebruik? Indien u van meerdere diensten gebruik maakt, geef dan uw top 3. U kan gewoon de letter zeggen die voor de antwoordkeuzes staan.

- A. Cardiofitness
- B. Conditietraining
- C. Powerplate (trilplaat)
- D. Afslanken
- E. Bar
- F. Aerobics/step/callanetics/dans/...
- G. Zonnebank
- H. Krachttraining
- I. Sauna
- J. Bedrijfsfitness
- K. Vechtsporten
- L. Outdoortraining
- M. Yoga/relaxatietechnieken
- N. Kinesithérapie
- O. Kinderopvang
- P. Squash/badminton
- Q. Lichaamsverzorging
- R. Andere nl. ....

2) Volgt u de groepslessen of werkt u individueel uw programma af, of een combinatie van beide?

#### *II. Nu volgen enkele vragen over de momenten waarop u komt sporten.*

3) Hoe vaak komt u naar het fitnesscentrum?

- A. Minder dan maandelijks
- B. Maandelijks
- C. Wekelijks
- D. Enkele keren per week
- E. Dagelijks



- 4) Op welke dag of dagen bent u de afgelopen maand naar het fitnesscentrum gekomen?
- A. Maandag
  - B. Dinsdag
  - C. Woensdag
  - D. Donderdag
  - E. Vrijdag
  - F. Zaterdag
  - G. Zondag
- 5) Op welk moment van de dag bent u afgelopen maand het meest gekomen?
- A. Ochtend
  - B. Voormiddag
  - C. Middag
  - D. Namiddag
  - E. Avond
- 6) Hoeveel jaar komt u al naar dit fitnesscentrum?

*III. Nu volgen enkele vragen in verband met het hoe en waarom van het fitnessen.*

- 7) Hoe bent u ertoe gekomen om te beginnen met fitness? Wie of wat heeft u verwezen? Bijvoorbeeld: dokter, trainer, u zelf, vrienden, ouders, partner ...
- 8) Wat waren de hinderpalen om te beginnen?
- 9) Welke hinderpalen ervaart u om vol te houden?

10) Op deze kaart staan enkele motieven om te sporten. Welk van deze motieven sluit het meest aan bij uw motief om te fitnessen? Indien meerdere motieven van toepassing zijn, geef dan uw top 3. U kan gewoon de letter aangeven die voor de antwoordmogelijkheid staat.

- A. Voor de gezondheid
- B. Voor het plezier
- C. Voor de conditie
- D. Om zich mentaal en fysiek sterker te voelen
- E. Om zich jong te blijven voelen
- F. Omdat je in de buurt aan sport kunt doen
- G. Om sociaal contact te hebben
- H. Als emotionele uitlaatklep
- I. Om uw grenzen te verleggen
- J. Om deel uit te maken van een groep
- K. Om te vermageren
- L. Om een mooier lichaam te krijgen
- M. Om er eens tussenuit te zijn
- N. Om er iets aan te hebben
- O. Om met anderen samen te zijn
- P. In functie van een andere sport
- Q. Anders nl. ....

IV. De volgende vragen dienen om inzicht te krijgen in de samenstelling van het cliënteel van het fitnesscentrum.

11) Geslacht

- A. Man
- B. Vrouw

12) In welk jaar bent u geboren?

13) Studeert u nog?

→ nee: Van welk type onderwijs is uw hoogste diploma?

→ ja: Welk type onderwijs volgt u?

A. Geen diploma

B. Lager

C. Lager secundair

- ASO
- TSO
- BSO
- KSO

D. Hoger secundair

- ASO
- TSO
- BSO
- KSO

E. Hoger

- universitair
- niet-universitair lange type
- niet-universitair korte type

F. Andere nl. ....

14) Bent u beroepsactief?

→ nee: volgende vraag,  
vraag 21 en 22 NIET stellen als werkloos (als geen student)

→ ja: Wat is uw beroep?

Doet u dit deeltijds of voltijds?

15) Hoe zou u uzelf omschrijven op het vlak van fitness? Bijvoorbeeld  
beginneling/gevorderd, een 'permanente' fitnessser

16) Welk van de volgende activiteiten op deze kaart hebt u de afgelopen maand beoefend?

- A. Fietsen
- B. Zwemmen
- C. Wandelen
- D. Voetbal
- E. Joggen
- F. Tennis
- G. Minivoetbal/zaalvoetbal
- H. Basketbal
- I. Atletiek
- J. Andere nl. ....
- K. Geen

17) Hoeveel sigaretten rookt u per dag?

- A. geen, nooit gerookt
- B. geen, vroeger gerookt
- C. 1 - 10
- D. 11 - 19
- E. 20 of meer

18) Hoeveel dagen van de afgelopen week hebt u alcohol gebruikt?

19) Volgt u momenteel een bepaald dieet?

20) Wat is de afstand van uw woning tot het fitnesscentrum?

- A. minder dan 1 km
- B. 1 - 5 km
- C. 6 - 10 km
- D. meer dan 10 km

Hoe legt u deze afstand af?

21) Komt u wel eens rechtstreeks van uw werk/school naar het fitnesscentrum?

→ nee: volgende vraag

→ ja: Wat is de afstand van uw werk/school tot het fitnesscentrum?

- A. minder dan 1 km
- B. 1 - 5 km
- C. 6 - 10 km
- D. meer dan 10 km

Hoe legt u deze afstand af?

22) Wat is de afstand van uw woning tot uw werk/school?

- A. minder dan 1 km
- B. 1 – 5 km
- C. 6 – 10 km
- D. meer dan 10 km

Hoe legt u deze afstand af?

23) Geef 2 belangrijke redenen waarom u blijft verder fitnesssen.

24) Geef 2 belangrijke redenen waarom u zou overwegen te stoppen met fitness.

*Hartelijk bedankt voor uw medewerking!*

APPENDIX C: DAG EN UUR WAAROP DE INTERVIEWS  
AFGENOMEN ZIJN

	<i>Datum</i>	<i>Dag</i>	<i>Uur</i>	<i>Aantal interviews</i>
TIENEN 2	30 oktober	Zaterdag	13.00 ÷ 16.30	11
	4 november	Woensdag	19.00 ÷ 21.05	13
	14 november	Zondag	9.45 ÷ 12.30	17
	17 november	Woensdag	10.10 ÷ 11.45	9
AARSCHT 2	15 december	Woensdag	17.00 ÷ 21.25	32
	19 december	Zondag	10.00 ÷ 12.10	17
AARSCHT 1	30 oktober	Zaterdag	10.15 ÷ 11.30	4
	3 november	Woensdag	16.00 ÷ 20.40	25
	24 november	Woensdag	18.30 ÷ 21.50	18
	28 november	Zondag	10.30 ÷ 11.10	3
VELTEM-BEISEM	5 november	Vrijdag	17.00 ÷ 18.40	12
	6 november	Zaterdag	15.15 ÷ 16.30	9
	7 november	Zondag	10.15 ÷ 12.30	16
	9 november	Dinsdag	21.05 ÷ 22.35	13
TIENEN 1	10 november	Woensdag	16.30 ÷ 20.30	11
	12 november	Vrijdag	10.00 ÷ 12.30	6
	1 december	Woensdag	18.00 ÷ 21.40	9
OVERIJSE 2	4 december	Zaterdag	15.30 ÷ 17.00	9
	5 december	Zondag	9.45 ÷ 12.20	18
OVERIJSE 1	17 november	Woensdag	17.00 ÷ 20.55	27
	19 november	Vrijdag	9.50 ÷ 12.20	13
	21 november	Zondag	11.30 ÷ 13.20	11

## APPENDIX D : CODERING ANTWOORDEN VRAGENLIJST

### 1) Van welke diensten maakt men gebruik?

Top drie → in drie kolommen dienst 1, dienst 2, dienst 3

A. Cardiofitness	1	
B. Conditietraining	2	
C. Powerplate (trilplaat)	3	
D. Afslanken	4	
E. Bar	5	
F. Aerobics/step/callanetics/dans/...	6	
G. Zonnebank		7
H. Krachttraining	8	
I. Sauna	9	
J. Bedrijfsfitness	10	
K. Vechtsporten	11	
L. Outdoortraining	12	
M. Yoga/relaxatietechnieken	13	
N. Kinesithérapie	14	
O. Kinderopvang	15	
P. Squash/badminton	16	
Q. Lichaamsverzorging	17	
R. Andere nl. ....	18	

### 2) In welk verband?

Groepslessen	1
Individueel	2
Combinatie	3

### 3) Hoe vaak?

A. Minder dan maandelijks	1
B. Maandelijks	2
C. Wekelijks	3
D. Enkele keren per week	4
E. Dagelijks	5

### 4) Welke dagen?

A. Maandag	1
B. Dinsdag	2
C. Woensdag	3
D. Donderdag	4
E. Vrijdag	5
F. Zaterdag	6
G. Zondag	7

Per dag 0 of 1 + categorie variabel (0 of 1)

5) Welk moment van de dag?

A. Ochtend	1
B. Voormiddag	2
C. Middag	3
D. Namiddag	4
E. Avond	5
F. Variabel	6
G. Anders	7

6) Hoeveel jaar komt u?

→ antwoord omrekenen naar weken omdat er ook veel antwoorden in maanden en weken gegeven worden, het is makkelijker om jaar om te rekenen naar weken dan weken/maanden naar jaar

7) Hoe ertoe gekomen om te beginnen met fitness? Wie of wat heeft u verwezen?

dokter	1	andere sport	8
trainer,	2	familie	9
u zelf,	3	zoon	10
vrienden,	4	studie	11
ouders	5	advertentie, media	12
partner	6	anders ...	13
werk	7		

8) Hinderpalen om te beginnen?

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| - geen   | - luiheid                          |
| - tijd   | - financiële redenen               |
| - de stap zetten                                       | - eentonig                         |
| - drempelvrees   | - geen conditie                    |
| (verschillende redenen vb. opvallen, overgewicht, ...) | - onbekend                         |
| - vooroordelen   | - andere sporten/activiteiten      |
| - motivatie, karakter                                  | - familiale redenen (in ruime zin) |
| - alleen gaan  | - anders                           |

9) Welke hinderpalen ervaart u om vol te houden?

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| - geen                                 | - familie (in ruime zin)            |
| - tijdgebrek                           | - monotoon, saai, ...               |
| - motivatie, karakter, discipline, ... | - leeftijd                          |
| - werk/school                          | - resultaat, vooruitgang            |
| - alleen gaan                          | - gezondheid                        |
| - sociale agenda, sociaal leven        | - individueel, geen ploeggeest, ... |
| - het gaan, thuis vertrekken, ...      | - anders                            |



10) *Motieven om te fitnessen?*

top 3 → in drie kolommen motief 1, motief 2, motief 3

A. Voor de gezondheid	1
B. Voor het plezier	2
C. Voor de conditie	3
D. Om zich mentaal en fysiek sterker te voelen	4
E. Om zich jong te blijven voelen	5
F. Omdat je in de buurt aan sport kunt doen	6
G. Om sociaal contact te hebben	7
H. Als emotionele uitlaatklep	8
I. Om uw grenzen te verleggen	9
J. Om deel uit te maken van een groep	10
K. Om te vermageren	11
L. Om een mooier lichaam te krijgen	12
M. Om er eens tussenuit te zijn	13
N. Om er iets aan te hebben	14
O. Om met anderen samen te zijn	15
P. In functie van een andere sport	16
Q. Anders nl. ....	17

11) *Geslacht*

A. Man	0
B. Vrouw	1

12) *Geboortejahr*

geboorteklassen

(→ omgerekend naar leeftijdsklassen om de leesbaarheid te verbeteren):

ofwel per vijf jaar:

1930 – 1934 (70 – 74 jaar): 1
1935 – 1939 (65 – 69 jaar): 2
1940 – 1944 (60 – 64 jaar): 3
1945 – 1949 (55 – 59 jaar): 4
1950 – 1954 (50 – 54 jaar): 5
1955 – 1959 (45 – 49 jaar): 6
1960 – 1964 (40 – 44 jaar): 7
1965 – 1969 (35 – 39 jaar): 8
1970 – 1974 (30 – 34 jaar): 9
1975 – 1979 (25 – 29 jaar): 10
1980 – 1984 (20 – 24 jaar): 11
1985 – 1989 (15 – 19 jaar): 12
1990 – 1994 (10 – 14 jaar): 13

ofwel per 10 jaar:

1930 – 1939 (65 – 74 jaar): 1
1940 – 1949 (55 – 64 jaar): 2
1950 – 1959 (45 – 54 jaar): 3
1960 – 1969 (35 – 44 jaar): 4
1970 – 1979 (25 – 34 jaar): 5
1980 – 1989 (15 – 24 jaar): 6
1990 – 1999 ( 5 – 14 jaar): 7

13) *Studerend?*

Student	00
Niet-student	01

*Type onderwijs*

A. Geen diploma	01
B. Lager	02
C. Hoger	
• Universitair	03
• niet-universitair lange type	04
• niet-universitair korte type	05
D. Andere nl. ....	06
E. Middelbaar onderwijs	
• Lager secundair	07
• Hoger secundair	08
• Lager beroepsonderwijs	09
• Hoger beroepsonderwijs	10

14) *Beroepsactief?*

Nee	0
ja:	1

*Wat is uw beroep?*

Deeltijds	0
Voltijds	1

15) *Uzelf omschrijven op vlak van fitness?*

Beginneling	1
Tussenin	2
Gevorderd	3
'permanente' fitnesser	4

als nog iets anders gezegd werd, staat neergeschreven

16) *Andere activiteiten*

A. Fietsen	G. Minivoetbal/zaalvoetbal
B. Zwemmen	H. Basketbal
C. Wandelen	I. Atletiek
D. Voetbal	J. Andere nl. ....
E. Joggen	K. Geen
F. Tennis	

Elke activiteit staat in een kolom, activiteit gedaan → ja: 1; nee: 0

17) Hoeveel sigaretten rookt u per dag?

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| A. geen, nooit gerookt   | 0 |
| B. geen, vroeger gerookt | 1 |
| C. 1 – 10                | 2 |
| D. 11 – 19               | 3 |
| E. 20 of meer            | 4 |
| F. ‘sociale roker’       | 5 |

18) Dagen alcoholgebruik?

19) Bepaald dieet?

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| Nee                     | 0 |
| Ja                      | 1 |
| Nee, wel op eten letten | 2 |

20) Afstand woning - fitnesscentrum?

- |                    |   |
|--------------------|---|
| A. minder dan 1 km | 1 |
| B. 1 – 5 km        | 2 |
| C. 6 – 10 km       | 3 |
| D. meer dan 10 km  | 4 |

Hoe legt u deze afstand af?

- |                         |   |                                  |   |
|-------------------------|---|----------------------------------|---|
| auto                    | 1 | openbaar vervoer + fiets/te voet |   |
| fiets                   | 2 |                                  | 7 |
| te voet                 | 3 | brommer                          | 8 |
| openbaar vervoer        | 4 | zomer fiets/te voet, winter auto |   |
| motor                   | 5 |                                  | 9 |
| openbaar vervoer + auto | 6 |                                  |   |

21) Rechtstreeks van werk/school fitnesscentrum?

- |     |   |
|-----|---|
| Nee | 0 |
| ja: | 1 |

Wat is dan de afstand van uw werk/school tot het fitnesscentrum?

- |                    |   |
|--------------------|---|
| E. minder dan 1 km | 1 |
| F. 1 – 5 km        | 2 |
| G. 6 – 10 km       | 3 |
| H. meer dan 10 km  | 4 |
| I. variabel        | 5 |

*Hoe legt u deze afstand af?*

auto	1	openbaar vervoer + fiets/te voet	
fiets	2		7
te voet	3	brommer	8
openbaar vervoer	4	zomer fiets/te voet, winter auto	
motor	5		9
openbaar vervoer + auto	6		

22) *Afstand woning - werk/school?*

Woning = werk	0
A. minder dan 1 km	1
B. 1 – 5 km	2
C. 6 – 10 km	3
D. meer dan 10 km	4
E. variabel	5

*Hoe legt u deze afstand af?*

auto	1	openbaar vervoer + fiets/te voet	
fiets	2		7
te voet	3	brommer	8
openbaar vervoer	4	zomer fiets/te voet, winter auto	
motor	5		9
openbaar vervoer + auto	6		

23) *2 belangrijke redenen waarom verder fitnessen.*

De antwoorden op deze open vraag zijn samengebracht in een aantal rubrieken om de statistische verwerking te vergemakkelijken. In de discussie wordt ook verwezen naar het specifieke woordgebruik in de antwoorden.

Conditie	1	Sociaal contact	9
Gezondheid	2	Uitleven en ontstressen	10
Fit	3	Graag doen, plezierig, leuk	11
Kracht	4	Om te bewegen	12
Uiterlijk en gewicht	5	In functie van andere sport	13
Goed bij voelen	6	Ontspanning, bezigheid	14
Doktersadvies	7	Anders	15
Resultaat	8		

24) 2 belangrijke redenen waarom overwogen te stoppen met fitness.

gezondheidsredenen	1
tijdgebrek (algemeen, door school, werk, gezin, ...)	2
kostprijs	3
afstand (door verhuizing, sluiting, ...)	4
eentonigheid	5
familiale redenen	6
andere sport	7
andere activiteiten	8
werk en school	9
niet plezierig meer, gebrek aan zin	10
ziet geen reden	11
niet meer kunnen	12
anders	13

*OPMERKING: DE MEESTE ANTWOORDEN OP DE VRAGEN ZIJN OOK IN 0 EN 1 OMGEZETVOOR DE CHI<sup>2</sup>-TEST*

## APPENDIX E: TOEKENNING VAN DE PUNTEN EN DE WAARDE VAN DE KLASSENGRENZEN VOLGENS HET CIM (CENTRUM VOOR INFORMATIE OVER DE MEDIA)

### *Toekennen van de punten*

<b>Voornaamste verantwoordelijke voor het gezinsinkomen</b>	
Zonder diploma en lager onderwijs	10
Lager secundair onderwijs, algemeen, technisch of artistiek	25
Hoger secundair onderwijs, algemeen, technisch of artistiek	50
Lager beroepsonderwijs	25
Hoger beroepsonderwijs	60
Hoger niet-universitair onderwijs	90
Hoger universitair onderwijs	100

<b>Huidig beroep</b>	
<b>A. Zelfstandigen</b>	
(Kleine) landbouwer	40
(Grote) landbouwer (15 ha en meer)	50
Ambachtsman, handelaar met 5 of minder loontrekkenden in dienst	70
Industrieel, groothandelaar met 6 of meer loontrekkenden in dienst	90
Vrij beroep of beroep waarvoor een kwalificatie vereist is (dokter, advocaat, accountant, ...)	100
<b>B. Bedienden</b>	
Lid van de algemene directie, hoger kaderlid (directeur, beheerder, ...):	
- verantwoordelijk voor 5 loontrekkenden of minder	80
- verantwoordelijk voor 6 tot 10 loontrekkenden	90
- verantwoordelijk voor 11 loontrekkenden of meer	100
Middenkader die geen deel uitmaakt van de algemene directie (uitvoerend of hoofd van dienst):	
- verantwoordelijk voor 5 loontrekkenden of minder	70
- verantwoordelijk voor 6 loontrekkenden of meer	75
Andere bedienden die hoofdzakelijk kantoorwerk uitvoeren (secretaris/secretaresse, assistent(e), ...)	60
Andere bedienden die geen kantoorwerk uitvoeren (verpleger/verpleegster, onderwijzer(es), politieman, ...)	60
<b>C. Arbeiders</b>	
Geschoold arbeider	50
Niet-geschoold arbeider	25
<b>D. Geen beroepsactiviteit</b>	
Gepensioneerde	60% van het gewicht van het laatst uitgevoerde beroep
Invalide	10
Student(e)	10
Huisvrouw	10
Werkloze	60% van het gewicht van het laatst uitgevoerde beroep
Rentenaar	50

*Waarden van de klassengrenzen*

## APPENDIX F: TABELLEN STATISTISCHE OUTPUT

### 1. SPSS output Mann-Whitney test voor aantal weken fitnesscentrumbezoek

Ranks				
GESLACHT	N	Mean Rank	Sum of Ranks	
WEKEN	0	178	165,37	29436,00
	1	124	131,99	16317,00
Total	302			

geslacht: 0 = man, 1 = vrouw

Test Statistics <sup>a</sup>	
	WEKEN
Mann-Whitney U	8567,000
Wilcoxon W	16317,000
Z	-3,311
Asymp. Sig. (2-tailed)	,001

a. Grouping Variable: GESLACHT

### 2. SPSS output Kruskal-Wallis test voor aantal weken fitnesscentrabezoek

Ranks			
WEKEN	LFTKLASS	N	Mean Rank
	1	3	215,67
	2	9	176,89
	3	74	172,27
	4	63	144,01
	5	84	150,42
	6	67	133,99
	7	2	40,50
Total		302	

Leeftijdsklasse: 1: 65 – 74 jaar; 2: 55 – 64 jaar; 3: 45 – 54 jaar; 4: 35 – 44 jaar;  
5: 25 – 34 jaar; 6: 15 – 24 jaar; 7: 5 – 14 jaar

Test Statistics <sup>a,b</sup>	
	WEKEN
Chi-Square	12,998
df	6
Asymp. Sig.	,043

a. Kruskal Wallis Test  
b. Grouping Variable: LFTKLASS



3. *Output SPSS beschrijvende statistiek voor gender en aantal weken fitnesscentrumbezoek*

Description				STATISTICS	LEEF TIJD
MEASUREMENT	Mean			161.79	167.27
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		145.38	
		Upper Bound		218.08	
	95% Trimmed Mean			155.83	
	Median			161.00	
	Variance		22882.889		
	Std. Deviation		151.372		
	Minimum		1		
	Maximum		1000		
	Range		1000		
	Interquartile Range		210.00		
	Skewness		-.238		.161
	Kurtosis		3.227		.362

Description				STATISTICS	LEEF TIJD
MEASUREMENT	Mean			98.82	12.82
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		88.11	
		Upper Bound		119.88	
	95% Trimmed Mean			73.23	
	Median			48.00	
	Variance		22882.889		
	Std. Deviation		151.372		
	Minimum		1		
	Maximum		888		
	Range		887		
	Interquartile Range		93.00		
	Skewness		3.279		.217
	Kurtosis		12.420		.827

4. *SPSS output normaliteitstest (Kolmogorov-Smirnov) voor leeftijd*

Tests of Normality<sup>a</sup>

	Kolmogorov-Smirnov <sup>*</sup>		
	Statistic	df	Sig.
LEEF TIJD	.072	303	.001

a. Lilliefors Significance Correction

5. *SPSS-output Mann-Whitney test voor leeftijd*

Ranks

GESLACHT	N	Mean Rank	Sum of Ranks
LEEF TIJD 0	178	141.17	25127.50
1	125	167.43	20928.50
Total	303		

Geslacht: 0 = man; 1 = vrouw

Test Statistics<sup>a</sup>

	LEEF TIJD
Mann-Whitney U	9196.500
Wilcoxon W	25127.500
Z	-2.570
Asymp. Sig. (2-tailed)	.010

a. Grouping Variable: GESLACHT

## REFERENTIELIJST

Behm K,

1998, Influences and consequences of the fitness movement for women and girls, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, 93 – 107.

Billiet JB,

1996, *Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek: ontwerp en dataverzameling*, Leuven: Acco, 320p.

BOIC,

2000, *Meest beoefende sporten – per gewest (2000), Vlaams gewest* (Online versie 29 februari 2004; [http://statbel.fgov.be/figures/d34\\_nl.asp#3](http://statbel.fgov.be/figures/d34_nl.asp#3)).

Bolin A,

1998, Muscularity and femininity: women bodybuilders and women's bodies in culturo-historical context, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, 187 – 212.

CIM,

2004, *Bereikstudies, pers, bioscoop en plurimedia: mei 2003 – mei 2004*, 33 – 36 (Online versie 25 april 2005; <http://www.cim.be/base/nl/g/gm.html>).

De Gouden Gids Online,

2004, (Online versie in de periode september – oktober 2004; [www.goudengids.be](http://www.goudengids.be)).

Demarest S; Van der Heyden J; Gisle L; Buziarist J; Miermans P-J; Sartor F; Van Oyen H; Tafforeau J,

2001a, Tabaksgebruik in België: gezondheidsenquête 2001, in  
*Gezondheidsenquête door middel van interview: België 2001*, 949 –  
1034 (Online versie 12 april 2005;  
[http://statbel.fgov.be/studies/thesis\\_nl.asp?q=09](http://statbel.fgov.be/studies/thesis_nl.asp?q=09)).

Demarest S; Van der Heyden J; Gisle L; Buziarist J; Miermans P-J; Sartor F; Van Oyen H; Tafforeau J,

2001b, Gebruik van alcohol: gezondheidsenquête 2001, in  
*Gezondheidsenquête door middel van interview: België 2001*, 875 –  
948 (Online versie 12 april 2005;  
[http://statbel.fgov.be/studies/thesis\\_nl.asp?q=09](http://statbel.fgov.be/studies/thesis_nl.asp?q=09)).

De Rijck S,

2005, E-brief aan M. van Poppel, (Online boodschap 18 mei 2005;  
[sofie@fitnessorg.be](mailto:sofie@fitnessorg.be)).

De Wachter F,

1988, The symbolism of the healthy body: a philosophical analysis of the sportive imagery of health, in Morgan WJ; Meier KV (eds), *Philosophic inquiry in sport*, Champaign (Illinois) : Human Kinetics, 119 – 224.

Featherstone M,

1991a, The body in consumer culture, in Featherstone M; Hepworth M; Turner BS (eds), *The body: social process and cultural theory*, London: Sage, 170 – 196.

Featherstone M,

1991b, *Consumer culture and postmodernism*, London: Sage, 164p.

Field A,

2000, *Discovering statistics using SPSS for Windows*, London: Sage, XVI + 496p.

FOD Economie – NIS, Bureau methodologie en coördinatie,

2001a, *Mathematische demografie: gemiddelde leeftijd van de bevolking (1981 – 2001)* (Online versie 19 april 2005; [http://www.statbel.fgov.be/figures/d23\\_nl.asp](http://www.statbel.fgov.be/figures/d23_nl.asp)).

FOD Economie – NIS, Enquête naar de arbeidskrachten,

2001b, *Werkgelegenheid en werkloosheid: deeltijds werk (1995 – 2003)*, 4 (Online versie 19 april 2005; [http://statbel.fgov.be/figures/d31\\_nl.asp#3](http://statbel.fgov.be/figures/d31_nl.asp#3)).

Gebauer G,

1998, On the role of everyday physical-fitness-sports in our times, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, 83 – 91.

Gibson HJ,

1998, The fitness and tourism connection: who participates?, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport), Münster: Waxmann, 131 – 149.

Glassner B,

1989, Fitness and the postmodern self, *Journal of health and social behavior* 30: 180 – 191.

Kom op en stop,

2005, *Kom op en stop: roken informatief* (Online versie 8 april 2005; [http://www.komopenstop.be/roken/vlaanderen\\_vla.asp](http://www.komopenstop.be/roken/vlaanderen_vla.asp)).

Laermans R,

1993, *Individueel vlees: over lichaamsbeelden*, Amsterdam: De Balie, 55p.

Linden,

2005, I want a fitness video. Do you deliver?, in *Physical activity and sedentary behaviours in youth* (gastlezing Biddle S.; Heverlee: Faculteit Bewegings- en revalidatiewetenschappen; 12 mei 2005).

McConatha JT,

1998, Contours of self through the body, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, 151 – 167.

Michiels F,

2005, Televisie is de grootste concurrent voor fitness, *Vacature* (2 april 2005).

Nationale,

1998 – 1999, *Nationale enquête naar de mobiliteit van huishoudens (1998 – 1999): Woon-werkpendel per vervoermiddel – België en gewesten (1998/1999)*, 9 (Online versie 19 april 2005; [http://www.statbel.fgov.be/figures/d37\\_nl.asp#7](http://www.statbel.fgov.be/figures/d37_nl.asp#7)).

NIS (Nationaal Instituut voor de Statistiek),

1998, *Frequentie van sportbeoefening*, (Online versie 26 augustus 2004; [http://statbel.fgov.be/figures/d34\\_nl.asp#3](http://statbel.fgov.be/figures/d34_nl.asp#3)).

Penz O,

1998, Fit for the looks: heavenly bodies, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, 33 – 54.

Pfister G,

1998, Women – fitness – sport in Germany: the social-scientific perspective, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, 55 – 81.

Portney LG; Watkins MP,

2000, *Foundations of clinical research: applications to practice*, 2nd edition, Upper Saddle River: Prentice Hall Health, xiv + 768p.

Sage GH,

1998, The political economy of fitness in the United States, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, 111 – 130.

Scheerder J,

2000, Fysieke gezondheid, verschijning, ervaring en het hedendaagse vrijetijdslichaam, *Vrijetijdstudies* 18 (3 - 4): 5 – 20.

Scheerder J,

2002, Prestatie, sensatie en digitalisatie: het lichaam in de postmoderne bewegingscultuur, in De Knop P; Vanreusel B; Scheerder J (eds), *Sportsociologie: het spel en de spelers*, Maarssen: Elsevier gezondheidszorg, 244 – 250.

Scheerder J; Taks M; Vanreusel B; Renson R,

2002, De actieve sportbeoefening gedemocratiseerd? Over de sociale gelaagdheid in de sport, in De Knop P; Vanreusel B; Scheerder J (eds), *Sportsociologie: het spel en de spelers*, Maarssen: Elsevier gezondheidszorg, 284 – 308.

Scheerder J; Vanreusel B,

2002, 'Sport' in beweging: de bewegingscultuur in een veranderende samenleving, in De Knop P; Vanreusel B; Scheerder J (eds), *Sportsociologie: het spel en de spelers*, Maarsse: Elsevier gezondheidszorg, 31 – 56.

Smith Maguire J,

2002, Body lessons: fitness publishing and the cultural production of the fitness consumer, *International review for the sociology of sport* 37: 449 – 464.

Taks M,

1994, *Sociale gelaagdheid in de sport: een kwestie van geld of habitus?* (rapporten van de onderzoekseenheid SOCK 16), Heverlee: KUL Faculteit lichamelijke opvoeding en kinesitherapie, XVII + 399p.

UNESCO,

2005, *Unesco.org* (Online versie 21 mei 2005;  
[http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=15006&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=15006&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)).

Valentis,

2004, *Valentis: All lifestyle concept* (Online versie 1 december 2004;  
[www.valentis.be](http://www.valentis.be)).

van Poppel A (ed),

1993, *Direct marketing gids DM 93 – 94*, Evergem: Linda Engels, 254p.

VIZO (Vlaams Instituut voor het Zelfstandig Ondernemen),

1999, *Aangeboden diensten binnen de Vlaamse fitnesscentra*  
(Online versie 29 februari 2004;  
<http://aps.vlaanderen.be/sgml/reeksen/3086.htm>).

Volkwein KAE (ed),



1998a, *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, XXVI + 259 p.

Volkwein KAE,

1998b, Introduction: fitness and the cross-cultural exchange, in Volkwein KAE (ed), *Fitness as cultural phenomenon* (German & American studies in sport 4), Münster: Waxmann, IX - XXVI.

Vranken J; Henderickx E,

2001, *Het speelveld en de spelregels: een inleiding tot de sociologie*, Leuven: Acco, 473p.

Wetenschappelijk Instituut Volksgezondheid; NIS; Limburgs Universitair Centrum,

1997, *Gezondheidsenquête 1997*, Mate van sportbeoefening volgens diverse parameters, (Online versie 29 februari 2004; [http://statbel.fgov.be/figures/d34\\_nl.asp#3](http://statbel.fgov.be/figures/d34_nl.asp#3)).

World Health Organization,

1948, *WHO definition of Health*, (Online versie 2 mei 2005; <http://www.who.int/about/definition/en/>).