



“Op een gegeven moment hebben mensen alle vaste oefeningen gedaan en zoeken ze naar een nieuwe uitdaging. Pixformance bevat 200 verschillende programma’s, die je heel specifiek op de persoon kunt afstemmen, bijvoorbeeld ‘wintersport’ of ‘bikini’. De gebruiker houdt een pas voor het grote beeldscherm, waarna het juiste programma vanzelf opgeroepen wordt. Overigens wisselen wij dit af met stretchoefeningen, om onze klanten nog meer te laten bewegen en leniger te maken, zeker met al die zittende beroepen van tegenwoordig. Zo kunnen hier tien mensen tegelijk trainen, terwijl we vijf Pixformance-schermen hebben staan.”

Soort competitie

Na enkele maanden ervaring met het concept maakt Modde de balans op. “Het levert ons nieuwe klanten op, ook de jongere generaties, die het systeem met een app wel aanspreekt. We hebben Pixformance onder de aandacht gebracht via het huis aan huis verspreiden van folders, online-marketing en het organiseren van een open dag, waar mensen het gratis mochten uitproberen. Voor mijn gevoel kunnen we de bestaande klanten langer vasthouden, nu we een nieuwe uitdaging met een enorme variëteit aan oefeningen bieden.”

“We merken dat ze het erg leuk vinden om te doen, vooral door de interactie met het beeldscherm, dat hen als een digitale coach



feedback geeft. Dat motiveert enorm, net als het feit dat met de oefeningen punten te verdienen zijn, ook als je ze thuis uitvoert met behulp van de app. Er ontstaat zelfs al een soort van competitie aan de hand van de ranglijst binnen onze club. Trouwens, ook andere sporten leveren punten op wanneer je de app erbij gebruikt, zoals wandelen, fietsen en tennissen. Wij beschouwen Pixformance echt

als een aanwinst en wanneer onze nieuwe vestiging in Vlissingen voorspoedig groeit, zullen we het op termijn ook daar gaan aanbieden.”

Meer informatie: www.pixformance.com

Ingeborg Modde van Sweat over Pixformance

“PUNTEN SCOREN, DAT MOTIVEERT”

Pixformance begint tot in de uithoeken van het land bekendheid te verwerven. In het geval van sportcentrum Sweat, gevestigd in Zeeuws-Vlaanderen, zelfs letterlijk. “Het is voor ons een aanwinst, die ons helpt de klanten voor langere tijd te behouden en ook nieuwe aanwas oplevert,” zegt eigenaresse Ingeborg Modde. “Ze kunnen er punten mee scoren en dat motiveert, zo merken wij.”

Door: Aart van der Haagen, Fotografie Sweat

Het omarmen van een nieuw concept past wel bij deze ervaren ondernemster, die begin jaren negentig in Zeeuws-Vlaanderen fitness bij een breed publiek introduceerde. “Het zat destijds nog erg in de hoek van de bodybuilders, dat zag je wel als je op beurzen rondliep. Ik had net mijn CIOS-opleiding afgerond en vond mezelf er best klaar voor om zelfstandig aan de slag te gaan. In Breskens kon ik een pand betrekken en een klantenkring opbouwen. Dat kostte veel energie, maar na een jaar zat ik op 250 leden. Hard werken, overal je gezicht laten zien, actief meedraaien bij evenementen, zodanige begeleiding geven dat hui-

sartsen en therapeuten je sportcentrum aanbevelen: zo kwam het op gang en het hielp dat iedereen hier in de buurt elkaar kent. We haakten in op trends en breidden de activiteiten uit met een zonnebank, een sauna, bodypump, Les Mills, enzovoorts. Na vijftien jaar begon ik het zat te worden om elke dag van ’s morgens vroeg tot ’s avonds laat te werken en besloot ik de sportschool te verkopen.”

Uitsluitend individueel

Het bloed kroop echter waar het niet gaan kon. “Ik liep tegen het Milon-concept aan en voor ik het wist had ik in 2013 een nieuw fitnesscentrum

draaiende: Sweat in Oostburg, mooi centraal gelegen in Zeeuws-Vlaanderen,” vertelt Modde. Ze trok de industriële uitstraling van het pand - waar voorheen een autodealer zat - door naar het interieur, waar gele en groene accenten de grote zwarte vlakken breken. “Ik pak het nu wel anders aan, vooral met de openstelling: alleen ’s morgens, ’s avonds en op zaterdagochtend, dus de momenten wanneer de meeste mensen willen sporten. We bieden uitsluitend individuele trainingen aan, dus geen groepslessen met harde muziek, omdat we veel waarde hechten een persoonlijke begeleiding en aandacht voor onze klanten. Het spreekt een doelgroep aan die dat belangrijker vindt dan het goedkoopste maandabonnement, veelal dertigplussers. We onderscheiden ons ook met extra buitenactiviteiten, zoals een natuurwandeling onder leiding van een gids en een fietsochtend.”

Nieuwe uitdaging

De vaart zit er goed in bij Sweat, want recentelijk opende het een vestiging in Vlissingen, terwijl Modde in Oostburg een stuk liet aanbouwen. “We wilden voor onze klanten graag betere voorzieningen treffen om zich om te kleden en te douchen. Verder biedt het ruimte aan Pixformance, waarmee we in januari gestart zijn. Ik kwam het concept tegen op Facebook en vond het erg interessant omdat het verder gaat. Verder dan de grenzen waarbij we bij de Molon aanlopen.”

