

ARTIKELEN

De protestantse ethiek van fitness

Een kwalitatief onderzoek naar de motivatie van hoogopgeleide fitnessbeoefenaars in Amsterdam*

Judith Elshout & Olav Velthuis

In veel statistieken is fitness de meest beoefende sport in Nederland. De dominante verklaring hiervoor is dat mensen in een geïndividualiseerde cultuur meer gericht raken op het uiterlijk en de gezondheid. Met behulp van fitness kan het lichaam worden getraind en in de gewenste vorm gebracht. Ten tweede past fitness in een rationele en doelgerichte samenleving. Fitness kan worden gezien als efficiënt middel om te bewegen, net als fastfood een relatief snelle en efficiënte manier is om de honger te stillen. Op grond van empirisch onderzoek blijken deze verklaringen niet voldoende. Met behulp van de theorie van Max Weber over de protestantse ethiek en het kapitalisme laat dit artikel zien dat de motivatie om te blijven fitnessen doorgaans te simpel wordt afgespiegeld. Fitness moet niet alleen worden begrepen in het licht van een postmoderne consumptiesamenleving, maar ook in het licht van een moderne puriteinse fitnessethiek waar hard werken een doel op zich is.

Inleiding

De laatste decennia heeft fitness zo'n sterke opkomst doorgemaakt, dat zij nu een van de meest beoefende sporten is in Nederland (Breedveld, Kamphuis en Tiessen-Raaphorst 2008: 319-320). In de Verenigde Staten worden Health Clubs (moderne fitnesscentra) zelfs gerekend tot een van de snelst groeiende industrieën van het einde van de twintigste eeuw (Wallace en Wolf 1999: 369). De populariteit van fitness wordt in sociologische literatuur veelal in verband gebracht met de wens om gezond, fit en slank te zijn (Breedveld et al. 2008: 321-322). De grote toeloop heeft volgens sportsocioloog Ruud Stokvis onder andere te maken met een groeiende onvrede van mensen over hun uiterlijk

* Dit artikel is een bewerking van de doctoraalscriptie van de eerste auteur, die werd begeleid door Olav Velthuis en Giseline Kuipers.

(2006b: 476). Een ‘sterk individueel, narcistisch¹ getint streven naar een slank en vitaal uiterlijk’ draagt volgens Stokvis bij aan het succes van fitnesscentra (2007: 56-57). Socioloog Mike Featherstone benadrukt dat de wens voor een slank en strak lichaam wordt gevoed door een toename van mediabeelden van goed-gevormde lichamen in onder andere reclames en vrouwenbladen. In die beelden wordt de nadruk gelegd op jeugdigheid, schoonheid, gezondheid en fitheid (geciteerd in Howson 2004). Bovendien zou fitness in een samenleving waarin mensen weinig tijd hebben, voedsel in overvloed aanwezig is en weinig noodzaak bestaat tot bewegen, een relatief efficiënt middel zijn om het lichaam in vorm en de conditie op peil te houden. Fitness kan immers individueel worden uitgevoerd: er zijn geen teamgenoten nodig, zodat je kunt gaan wanneer je wilt binnen de relatief ruime openingstijden van het fitnesscentrum (vgl. Breedveld en Tiessen-Raaphorst 2006: 344). Fitness kan in dat opzicht gezien worden als de fastfood van de sportwereld.

De vraag die centraal staat in dit artikel is wat *hoogopgeleiden in Amsterdam motiveert om te gaan en blijven fitnessen*. Alhoewel wij niet ontkennen dat mensen fitnessen om te ‘werken’ aan hun lichaam, betogen wij dat dit niet de enige motivatie is. In de fitnesscentra gebeurt immers heel wat meer dan alleen maar werken aan het lichaam. Er wordt bijvoorbeeld gedatet en geflirt, depressies te lijf gegaan, afstand genomen van een druk dagelijks bestaan of bijgepraat met vrienden. Maar ook deze motivaties kunnen de populariteit van fitness niet volledig verklaren, althans niet voor de hoger opgeleiden naar wie wij onderzoek deden. Op basis van diepte-interviews met leden van fitnesscentra laten wij zien dat andere, mentale motivaties een rol spelen in de keuze voor fitness. Motivaties met betrekking tot gezondheid en het vormen van het lichaam zijn met name belangrijk in de aanschaf van een fitnessabonnement, maar het zijn niet de belangrijkste motivaties om te *blijven* fitnessen. Veel respondenten blijken nauwelijks te geloven in de bijdrage van fitness aan het verbeteren van hun uiterlijk. Daarbij draagt de efficiëntie wel bij aan de keuze voor fitness, maar die efficiëntie maakt ook dat zij de activiteit ‘saaï’ en ‘niet leuk’ vinden. Met behulp van de Max Webers theorie over de protestantse ethiek (2002 [1905]) laten we zien dat de drijfveer om te blijven fitnessen mede is ingegeven door een moderne calvinistische werkethiek waarbij mensen zichzelf disciplineren en verplichten te fitnessen. Onze respondenten zijn streng voor zichzelf, en zeggen zichzelf naar het fitnesscentrum toe te ‘slepen’ om zich na het fitnessen goed te voelen. Wensen met betrekking tot de gezondheid en het uiterlijk verschuiven daarbij naar de achtergrond. Het fitnessen wordt voor veel respondenten een doel op zich.

- 1 Narcisme heeft hier niet de betekenis van (pathologische) zelfliefde, zoals bij een narcistische persoonlijkheid in het dagelijkse taalgebruik, of zoals de term in de psychologie en in psychoanalytische literatuur wordt gebruikt. Met narcistisch wordt hier bedoeld op het op de eigen lichamelijke schoonheid gerichte karakter van fitness. In zijn artikel ‘The Emancipation of Bodybuilding’ (2006) vergelijkt Stokvis bodybuilding met competitieve sporten die worden gekenmerkt door het nastreven van een collectief doel. Bodybuilding daarentegen heeft volgens de sportsocioloog een ‘strong narcissistic component, since it is practiced to achieve strictly personal ideals with respect to the body and individual physiology’ (2006b: 464; zie ook Stokvis en Van Hilvoorde 2008).

Dit artikel draagt bij aan bestaande sportsociologische literatuur over fitness en fitnesscentra en cultuursociologische literatuur in bredere zin. Het laat zien dat kwalitatief onderzoek naar de motivatie van mensen om te fitnesssen een vollediger beeld oplevert dan het beeld dat opdoemt uit surveyonderzoeken, waarvan met name het SCP (Breedveld et al. 2008) gebruik maakt. In diepte-interviews kunnen onderliggende drijfveren die een rol spelen in de motivatie van mensen om te fitnesssen worden achterhaald. Op maatschappelijk gebied is het onderzoek bovendien relevant omdat fitness doorgaans wordt gezien als middel om af te vallen en gezonder te worden, terwijl voor deelnemers juist die motivatie problematisch is. We verwachten dat dit onderzoek ook relevant is voor de fitnessindustrie zelf. Dit artikel werpt een ander licht op een van de grootste problemen waarmee fitnesscentra zelf aangeven te worstelen: hoe zij hun leden kunnen behouden, door managers ook wel het 'retentieprobleem' genoemd. Op basis van het grootste onderzoek naar retentie van de Fitness Industry Association (FIA), *Winning the retention battle* (2001), stellen Willem van der Roest en Peter Wolfhagen (2012) dat het gemiddelde retentiepercentage ongeveer 60% is. De fitnessmanagers en eigenaren die wij hebben gesproken benadrukken dat de sociale binding met leden belangrijk is om hen vast te houden. Van der Roest en Wolfhagen concluderen op basis van onderzoek dat 'interactie met klanten één van de belangrijkste voorwaarden is voor hogere retentiepercentages' (2012: 95). Ook proberen fitnesscentra leden te binden door extra faciliteiten, bijvoorbeeld op het gebied van wellness, aan te bieden. De uitkomsten van dit onderzoek suggereren dat deze instrumenten voor klantenbinding slechts beperkt effectief kunnen zijn, omdat zij nauwelijks rekening houden met de mentale motivaties van fitnessbezoekers. Wij verwachten dat inspelen op wat wij de fitnessethiek noemen, bijvoorbeeld door leden aan te spreken op verzuim of door hen indirect of direct te controleren, effectiever kan zijn.

In totaal is met negentien hoger opgeleide leden tussen de 25 en de 56 gesproken, van wie negen mannen en tien vrouwen, die bij een fitnesscentrum in Amsterdam een abonnement hebben. We focussen op hoger opgeleiden omdat deze het beste passen in het profiel van de fitnessbezoeker dat onder meer het SCP schetst: uit SCP-onderzoek blijkt dat hoger opgeleiden oververtegenwoordigd zijn onder de bezoekers van fitnesscentra (Tiessen-Raaphorst, Verbeek, De Haan en Breedveld 2010: 180; Breedveld et al. 2008: 321). Dat is niet verwonderlijk, want juist deze groepen houden zich bezig met hun gezondheid en uiterlijk en beschouwen het lichaam als een 'project' dat gemanaged en verbeterd kan worden (Smith Maguire 2002: 452).

Er zijn tevens (vestigings)managers en twee (mede-)eigenaren geïnterviewd van fitnesscentra.² Deze fitnesscentra zijn in en rond het centrum van Amsterdam gevestigd. Op basis van bestaand onderzoek en literatuur zijn vragenlijsten opgesteld die de leidraad vormden van de semigestructureerde interviews. Met leden is onder andere gesproken over de aanleiding om te gaan fitnesssen, wat hun doel-

2 Er is met managers en (mede-)eigenaren van de volgende fitnesscentra in Amsterdam gesproken: A&FF, Active Fitness Centre, Clubsportive, David Lloyd, Fitness First, Fit For Free, HealthCity Woman, Personal Health Club en SportCity.

stellingen zijn, waarom specifiek voor fitness is gekozen en niet voor een andere vorm van lichaamsbeweging, en wat de positieve en negatieve aspecten van fitness zijn. Deze vragen zijn ook gesteld aan managers en (mede-)eigenaren van fitnesscentra om te achterhalen of zij de motivatie van 'hun' leden op een soortgelijke manier karakteriseren als de leden zelf. Behalve de interviews vormt promotiemateriaal van de centra de belangrijkste data voor deze studie.

Opgemerkt moet worden dat in het dagelijks taalgebruik veelal over fitness als 'sport' wordt gesproken. Ruud Stokvis benadrukt dat sport en fitness 'qua intentie' juist 'sterk uiteenlopende activiteiten' zijn (2006a: 250). Waar sport wordt gekenmerkt door 'wedstrijdintenties' en er bij sport getraind wordt om deel te nemen aan competities, is fitness een vorm van 'lichaamsoefening' waar het in de eerste plaats gaat 'om het in betere vorm en conditie brengen van het lichaam zelf' (Stokvis 2006a: 250). Het SCP laat in zijn enquêtes de vraag wat er tot sport wordt gerekend over aan respondenten. In dit artikel wordt eveneens aan respondenten overgelaten of zij fitness 'sport' noemen. Zelf spreken wij overwegend over fitness als 'activiteit'.

In de eerste sectie van dit artikel komen een korte geschiedenis van kracht- en groepsfitness en het ontstaan van fitnesscentra aan bod. Tevens presenteren we cijfers over de populariteit van de activiteit. In de tweede sectie bespreken we bestaande verklaringen voor de dominantie van fitness, die deels ook door ons eigen empirisch onderzoek worden onderschreven. Maar het motivatierepertoire dat zij aanboren blijkt complexer te zijn. In de derde sectie laten we zien hoe wat wij een fitnessethiek noemen – een ethiek die sterke gelijkenissen vertoont met Webers protestantse ethiek – ervoor zorgt dat mensen blijven fitnessen.

Historische schets en hedendaagse populariteit

Fitness is een vorm van lichaamssoefening waarmee de conditie kan worden verbeterd, de spieren kunnen worden versterkt en het lichaam slanker kan worden gemaakt. De eerste vormen van lichaamssoefeningen die overeenkomsten vertonen met de huidige fitness vinden we aan het begin van de negentiende eeuw (Stokvis en Van Hilvoorde 2008: 221). Indertijd verspreidden zich uit het toenmalige Pruisen afkomstige lichaamssoefeningen over Europa. In grote gymnastiekhallen vonden acrobatische activiteiten plaats, maar werd ook de mogelijkheid geboden met halters en gewichten te trainen. Zulke halters en gewichten worden ook nu nog gebruikt in fitnesscentra (Stokvis en Van Hilvoorde 2008: 27).

In de negentiende eeuw konden mensen in Nederland maar ook elders in Europa en Zuid-Amerika, voor het eerst binnen paramedische context kennismaken met het gebruik van zogeheten spier- en gezondheidsmachines (Stokvis en Van Hilvoorde 2008: 36). Dat gebeurde in Zanderinstituten, genoemd naar de Zweedse arts en ontwerper van gymnastiektoestellen Gustav Zander. Deze instituten zijn de voorloper van de hedendaagse sportschool. Maar volgens Stokvis en Van Hilvoorde kwam de commerciële fitnessindustrie pas echt tot ontwikkeling toen 'sterke mannen' in Europa en de Verenigde Staten gingen rondreizen om hun extreem gespierde fysiek aan publiek te tonen. Dat heeft bijgedragen aan het los-

weken van apparaten en lichaamsoefeningen van de paramedische context die tot dan toe hun habitat vormde (Stokvis en Van Hilvoorde 2008: 39; 102).

In de eerste helft van de twintigste eeuw was krachtfitness evenwel een sociaal weinig gerespecteerde activiteit (Stokvis 2006b: 466). Dit veranderde door de introductie van nieuwe fitnessactiviteiten, door filmsterren die de sport omarmden en via de media populariseerden, en door het werk van institutionele entrepreneurs die, in de woorden van Fligstein (1997), beschikten over 'social skills, that is, the ability to motivate cooperation of other actors by providing them with common meanings and identities'. Voorbeelden van zulke institutionele entrepreneurs waren de Canadese broers Bob en Joe Weider, die in 1946 de International Federation of Body Builders (IFBB) opzetten. Bovendien kwamen in de loop van de jaren dertig op Santa Monica Beach in Californië, ook wel *Muscle Beach* genoemd, mensen samen om aan hun lichaam te werken (Stokvis en Van Hilvoorde 2008: 147). Dit beeld van 'healthy consumers in the world of leisure' werd vervolgens gebruikt in tijdschriften en later ook in films. Het beeld heeft bijgedragen aan de bredere sociale acceptatie van fitness. De eerste ketens van fitnesscentra zijn na de Tweede Wereldoorlog opgezet door bezoekers van het strand in een poging een breder publiek te bereiken met hun sport (Stokvis 2006b: 471). De gebroeders Weider wisten succesvol de aansluiting te vinden bij de sfeer en glamour die van Muscle Beach afstraalde. Zij vestigden het hoofdkantoor van hun organisatie in de buurt van het strand (Stokvis en Van Hilvoorde 2008: 150).

Ook de in de Verenigde Staten ontwikkelde groepsles 'aerobics', die aan de basis staat van moderne lessen in groepsfitness, werd in de tweede helft van de twintigste eeuw populair, en dan vooral onder vrouwen. De Amerikaanse arts Kenneth H. Cooper heeft de term geïntroduceerd in zijn gelijknamige boek *Aerobics* dat in 1968 uitkwam (Stokvis 2006a: 249). Cooper verwachtte dat vrouwen weinig zouden voelen voor regelmatige duurtraining om zo de 'weldadige werking van extra zuurstofverbranding op te wekken'. Maar hij bedacht dat vrouwen zich waarschijnlijk wel zouden inspannen en in het zweet zouden werken met dansen (Cooper geciteerd in Stokvis 2005: 195). Dit idee werd opgepakt door de Amerikaanse Jacki Sorensen, die 'aerobics' de betekenis gaf die het nu heeft in de fitnesswereld: '(...) het uitvoeren van (dans)passen en sprongen op het ritme van moderne populaire muziek in een afgesloten ruimte in groepsverband onder leiding van een docent' (Stokvis 2006a: 249). Het idee van Sorensen werd overgenomen door vrouwelijke ondernemers die op commerciële basis aerobicslessen gingen geven.

Waar acteurs als Arnold Schwarzenegger en Sylvester – 'Rocky' en 'Rambo' – Stallone hebben bijgedragen aan de popularisering van krachtfitness, heeft aerobics mede een breder publiek bereikt onder invloed van de Amerikaanse actrice Jane Fonda. *Jane Fonda's Workout Book* (1981) werd een 'ultieme' trainingsbestseller; van Fonda's latere boeken en aerobicsvideo's werden miljoenen exemplaren verkocht in en buiten de Verenigde Staten (Justice geciteerd in Smith Maguire 2002: 451). Mede daardoor steeg in de jaren zeventig het aantal aerobicsdeelnemers in de Verenigde Staten en een decennium later ook in andere landen, waaronder Nederland (Stokvis 2006a: 254).

Volgens het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) is het twijfelachtige imago³ van fitness waarmee zij tot twintig jaar geleden te kampen had, afgenomen. Zij is geëmancipeerd tot een gewaardeerd segment van de Nederlandse sport- en bewegingscultuur (Breedveld et al. 2008: 328). Sinds begin jaren negentig is volgens het SCP het aantal mensen dat fitnest ruimschoots verdubbeld, van 9 procent in 1991 naar 22 procent in 2007. Fitness geldt nu als een van de meest beoefende sporten in Nederland (ibid.: 319-320).⁴ Het populairst is fitness onder jongeren tussen de 19 en 34 jaar, van wie bijna een op de drie bij een fitnesscentrum fitnest (Tiessen-Raaphorst et al. 2010: 180). Verder is de typische fitnessbeoefenaar hoger opgeleid, woonachtig in een verstedelijkt gebied en relatief goedverdienend (Lucassen en Van Schendel 2008, geciteerd in Tiessen-Raaphorst et al. 2010: 180; Breedveld et al. 2008: 321). Fitness wordt verder iets vaker door vrouwen dan door mannen beoefend.

De stijging van het aantal mensen dat fitnest, gaat gepaard met een stijging van het aantal fitnesscentra in Nederland. De afgelopen twintig jaar is het aantal fitnesscentra dat staat ingeschreven bij de Kamer van Koophandel verviervoudigd naar ongeveer tweeduizend in 2008 (Tiessen-Raaphorst 2010: 180; Breedveld et al. 2008: 322-323). In 2010 lijkt het plafond te zijn bereikt. De vraag neemt niet meer sneller toe dan het aanbod. Een op de vijf fitnessbedrijven draait met verlies (Rabobank 2008, Rabobank 2010, geciteerd in Tiessen-Raaphorst et al. 2010: 181). Vanwege de relatief slechte bedrijfsresultaten proberen fitnesscentra nieuwe doelgroepen aan te boren waaronder ouderen en kinderen (Fitness Expert 2010, geciteerd in Tiessen-Raaphorst et al. 2010: 181).

Moderne fitnesscentra bestaan doorgaans uit een of enkele ruimtes voor individueel gebruik van zogeheten krachtapparatuur zoals halters en gewichten (voor versterking van de spieren) en cardioapparatuur (voor verbetering van de conditie)⁵, en een of meer ruimtes voor groepslessen. De aanschaf van een lidmaatschap maakt het mogelijk gebruik te maken van deze faciliteiten.

'Spinning' is een voorbeeld van een populaire groepsles. Onder begeleiding van een instructeur of instructrice fietsen deelnemers op opzweepende muziek op een zogeheten spinfiets. Die is voorzien van een weerstandknop waarmee de kracht die nodig is voor het ronddraaien van de pedalen kan worden gereguleerd. Naast spinning bestaan er vele andere groepsfitnesslessen zoals 'bodyshape' en 'aerobics'⁶, die bestaan uit zowel oefeningen op de grond als staande oefeningen op muziek, waarbij al dan niet gebruikt wordt gemaakt van hulpmiddelen zoals gewichtjes. Fitnesscentra bieden verder veelal de mogelijkheid een 'personal coach' in te huren, die een trainingsschema opstelt en individuele begeleiding biedt bij het fitnessen. De laatste jaren ontwikkelen sommige fitnesscentra zich

3 Volgens het SCP had dit 'twijfelachtige imago' te maken met de 'kwaliteit van personeel en stimulerende middelen' (Breedveld et al. 2008: 328).

4 Het SCP maakt gebruik van gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), de Kamer van Koophandel (KvK) en van de Nationale Fitnessmonitor uitgevoerd door het Mulier Instituut.

5 Voorbeelden van cardioapparatuur zijn een loopband, crosstrainer, roeimachine en een spinfiets.

6 Bodyshape is een groepsles die wordt gekenmerkt door zowel staande als grondoefeningen, waarbij gewichtjes worden gebruikt. Aerobics wordt gekenmerkt door zowel staande als grondoefeningen, met relatief simpele danspasjes op muziek.

tot grote bedrijven die meer faciliteiten aanbieden dan de groepsfitness en individuele fitness met apparaten alleen, zoals sauna's, dvd-verhuur, zwembaden, kinderopvang en horecagelegenheden (zie ook Breedveld et al. 2008: 327).

Efficiënt werken aan je lichaam

Op het eerste gezicht lijkt de populariteit van fitness nauwelijks een hersenbreker. We leven in een samenleving waarin burgers op hun uiterlijk worden afgekeurd, bijvoorbeeld op de arbeidsmarkt of op de – metaforische – huwelijksmarkt. Een gezond lichaam en een goed verzorgd uiterlijk zijn kernwaarden van deze samenleving, terwijl overgewicht of het aanhouden van een ongezonde levensstijl in toenemende mate wordt gestigmatiseerd. Tegelijkertijd is de hoeveelheid lichaamsbeweging door modernisering en met name de substitutie van fysieke door mentale arbeid, fors afgenomen in het dagelijks leven.

Fitness biedt mensen in deze samenleving uitkomst. Volgens het SCP spelen fitnesscentra in op de vraag van consumenten die in relatief korte tijd aan hun gezondheid en hun uiterlijk willen werken (Breedveld en Tiessen-Raaphorst 2006). Andersom draagt de fitnessindustrie volgens Stokvis bij aan de normalisatie van de wens om het uiterlijk te verbeteren (2006b: 476). Consumptiesociologen Jennifer Smith Maguire en Kim Stanway, die onderzoek hebben gedaan naar fitness in onder meer New York, benadrukken dat in de huidige consumptiesamenleving beelden van geïdealiseerde lichamen worden verspreid en de markt wordt overspoeld met methoden om het lichaam en het uiterlijk te verbeteren. Het devies luidt immers: *'looking good matters'* (2008: 63). Gezondheid en uiterlijk voorkomen zijn volgens de auteurs een obsessie geworden in onze huidige consumentencultuur. Een 'fit' lichaam wordt daarbij gezien als externe manifestatie van een gezond lichaam en is een teken van *innerlijke* discipline (Featherstone geciteerd in Howson 2004).

Fitness draait om een 'beter' en 'mooier' lichaam, zo maakten ook onze interviews duidelijk. Een vrouw van 25 wil 'puur een beetje op conditie' blijven, om daaraan toe te voegen: 'En dat ik niet ineens eh, inderdaad een paar kilo aan zou komen.' Een man van 26 geeft aan best wel 'wat breder' te willen worden. Een dertigjarige fitnesser zegt: 'Al vanaf dat ik heel klein was... Het is heel kinderachtig maar... Na ja, dan zag je een Rambo-film en dan denk je: "zo wil ik ook worden later".' Deze respondent noemt zichzelf verslaafd aan het hebben van een 'afgetraind lichaam' en gaat zo berekenend met fitness om dat hij zijn biceps regelmatig opmeet. Gevraagd naar de voornaamste reden waarom mensen komen fitnessen, antwoordt ook de manager van SportCity: '(...) 99% komt hier toch wel voor het uiterlijk'. De manager van Clubsportive antwoordt op dezelfde vraag: 'afvallen'. Over de populariteit van fitness zegt de manager van David Lloyd: '(...) ze willen er goed uitzien'. En volgens de manager van Health City is voor de dames die komen fitnessen 'het bodyshapen en daarbij toch het verminderen van vetmassa' heel belangrijk. Om daaraan toe te voegen: 'dus het verbeteren van het lichaam'. In folders en advertenties beloven fitnesscentra dan ook gouden bergen als het gaat om gezondheid en uiterlijk (vgl. Smith Maguire 2002). Door lid te worden

van Health City gaan we 'strak en slank de zomer in', en een lidmaatschap van Fitness First staat gelijk aan een 'new you'. Bij die slogan staat een afbeelding van een jonge vrouw in een topje en een kort broekje met langs haar heup en been een stippellijn die suggereert hoeveel vet zij met fitness kan kwijtraken. Ook de namen van groepsfitnesslessen zoals 'calorie burner', 'bodyshape', 'bodypump', 'bodybalance' en 'fatattack' symboliseren de obsessie met het verbeteren van het lichaam.

Wat fitness in deze zucht naar een sterker, strakker en slanker lichaam in het bijzonder aantrekkelijk maakt, is haar sterk rationele karakter. Zij vormt in de sportwereld een schoolvoorbeeld van wat George Ritzer mcdonaldisering noemt (2000). Van de vier kenmerken van mcdonaldisering die Ritzer onderscheidt (berekendbaarheid, voorspelbaarheid, efficiëntie en beheersbaarheid), zijn zeker de eerste drie op fitness van toepassing. Er is bijvoorbeeld sprake van *voorspelbaarheid* omdat de apparatuur en groepslessen van fitnesscentra een hoge mate van standaardisering kennen, die maken dat nieuwe leden niet eerst gewend hoeven te raken aan nieuwe apparatuur of formats van het centrum. Ook weten ze wat ze krijgen omdat in beschrijvingen van bijvoorbeeld groepslessen in folders veelal staat waar je aan kan werken en wat je ermee kan bereiken. In het informatiepakket van Clubsportive wordt de groepsles spinning omschreven als 'dé caloriekiller en dé manier om conditie op te bouwen', en bodypump als 'de ideale workout voor spierversterking, afslanken en het behoud van spiermassa'. Ook op apparatuur staat precies aangegeven waar zij voor bedoeld zijn zoals 'seated leg press', of 'abdominal'. Er is sprake van *berekendbaarheid* omdat de fitnesscentra uitgaande trainingsschema's opstellen die leden precies duidelijk maken wat ze moeten doen om binnen een vooraf vastgestelde termijn een bepaald doel te bereiken. Cardioapparatuur⁷ is voorzien van kleine computers waarop je programma's kan instellen en je de hartslag en tot dan toe verbrande calorieën kan aflezen.

Maar fitness is bovenal *efficiënt*, althans zij wekt de indruk dat zij de optimale methode is om het doel van een slanker, sterker en gezonder lichaam te bereiken. Deels is die efficiency technologisch: haar beoefenaars hebben de indruk dat zij in minder tijd dan het geval is bij andere sporten, hun doelen kunnen bereiken. Een man van 26 fitnest bijvoorbeeld twee keer per week om aan zijn spieropbouw te werken. Als hij hetzelfde effect wil bereiken met voetbal zou hij 'misschien vijf keer per week' moeten trainen.

Veel belangrijker is evenwel de sociale efficiency van fitness: een bezoek aan de sportschool is individueel, duurt relatief kort en kan daarom makkelijk ingepland worden in de drukke agenda van haar hoogopgeleide beoefenaars. Bij dat inplanen hoeft geen rekening te worden gehouden met anderen. Een man van 31 die voorheen heeft gevolleybald stelt: 'For me I think it's easier and quicker to just go to the gym, to do a one hour workout.' Uit dit citaat blijkt dat het kader van een uur durende training of groepsles belangrijk voor hem is. Dit geldt ook voor een schrijver van 51 die zegt dat hij met wielrennen 'toch minimaal twee uur *en route*' is. Daarom kiest hij ervoor om twee keer per week te spinnen: 'dit is mooi nét een

7 Met cardiofitness kan aan de conditie en vetverbranding worden gewerkt. Een loopband is een voorbeeld van een cardiotoestel.

uurtje'. Fitness sluit zo aan op een samenleving waarin de druk op de vrije tijd van burgers hoog is (vgl. Van den Broek et al. 2004).

Wat fitness voor leden in het bijzonder aantrekkelijk maakt, is dat zij binnen de ruime openingstijden van de fitnesscentra, zelf kunnen bepalen wanneer zij gaan. Een werkende vrouw van 26 jaar vindt het prettig dat zij met fitness niet afhankelijk is van bijvoorbeeld 'de woensdagavond'. Zij tennist niet meer 'omdat je daar andere mensen voor nodig hebt' en zij het niet 'individueel' kan doen. Een man van 26: 'Het meest positieve aspect voor mijzelf is dat je het zelf kan indelen. Dat je gewoon zelf de dagen en de tijdstippen kan bepalen, dat is echt prettig.' Het meest positieve aspect van fitness is voor een vrouw van 27 dat zij 'niet gebonden' is aan 'tijden van klasjes en lessen en de vrijheid daarin'. De eigenaresse van Active Fitness Centre wil de efficiëntie van fitness voor leden vergroten door dag en nacht open te zijn, net als 'de McDonald's in Hoofddorp' die '24 uur open' is.

De opmars van fitness lijkt dus vooral te verklaren uit het feit dat zij een efficiënte, relatief weinig tijdrovende vorm van lichaamsvoeding is die aansluit op een op een narcistische, op uiterlijk en gezondheid gerichte samenleving, waarin lichamelijke beweging niet langer vanzelfsprekend is. Het is voor leden belangrijk dat fitness efficiënt, functioneel en gemakkelijk in hun leven in te passen is, kortom: dat zij fitness kunnen consumeren als *fastfood*. Maar de rationaliteit van fitness heeft als consequentie dat zij bijdraagt aan het saaie karakter ervan, en dat saaie karakter maakt, zo geven onze respondenten aan, dat fitness moeilijk vol te houden is. Opvallend is bovendien, dat de obsessie met het verbeteren van het lichaam slechts in beperkte mate resoneert bij onze respondenten. De meesten noemen het verbeteren van het lichaam opvallend genoeg zelden, en als ze het al doen dan meestal als een nevendoelelstelling. Een vrouw van 28 fitness vooral omdat zij zich er 'lekker' bij voelt, maar daarbij 'is het leuk als er wat kilo's af zouden gaan'. Zij voegt toe: 'maar niet als hoofddoel'. Een andere vrouw: 'En het gaat mij niet zozeer om het afvallen of iets dergelijks, dat is een leuke bijkomstigheid, maar het gaat er meer om... dat ik mij gewoon lekker fit voel.' Een mannelijke respondent benadrukt: 'In de eerste plaats wil ik gewoon een beetje die uitlaatklep hebben (...). En daarbij wil ik gewoon ook een mooi afgetraind lichaam.' Een andere man van 26 fitness in de eerste plaats omdat het voor zijn geest beter is, maar 'ietsje breder worden' ziet hij als een 'mooi doel erbij'.

Het valt niet uit te sluiten dat deze antwoorden sociaal wenselijk zijn, en vallen toe te schrijven aan een taboe dat met name onder hoogopgeleiden zou kunnen bestaan op al te veel aandacht voor het lichaam. De respondenten zelf geven evenwel een andere verklaring voor de ondergeschikte rol van het uiterlijk in de motivatie om te fitnessen. Zij benadrukken het fitnessregime simpelweg niet vol te houden als zij het (alleen) voor hun lichaam zouden doen. Een vrouw van 26 die voorheen fitness om af te vallen, stopte daar weer mee omdat ze zichzelf niet meer wist te motiveren. Een leeftijdgenoot geeft eveneens aan: 'Nou, kijk het is natuurlijk heel fijn als ik wat afval'. Maar afvallen is niet haar belangrijkste doel, stelt ze vervolgens, want: 'dan zou ik het volgens mij ook niet volhouden'. De bijdrage van fitness in het mooier maken van het lichaam valt deze respondenten tegen. Fitness als efficiënt middel om aan het uiterlijk te werken lijkt daarom als

verklaring voor haar populariteit niet afdoende. Uit ons empirisch onderzoek blijkt dat er meer nodig is om het fitnessen vol te houden dan calorieën tellen alleen.

Fitness als plichtpleging

Fitness, zo blijkt uit ons empirisch onderzoek, is niet alleen een lichamelijke activiteit maar zeker ook een mentale. Als lichamelijke activiteit alleen gericht is op het mooier, sterker en slanker maken van het lichaam, is het volgens de meeste van onze respondenten lastig vol te houden; belangrijke aanvullende motivaties zijn juist mentaal. Om die mentale motivaties te begrijpen is het belangrijk fitness niet alleen te zien als een middel tot iets anders (een mooier lichaam, een betere gezondheid) maar tevens als een doel op zich. De activiteit staat voor haar beoefenaars sterk in het teken van plichtsbef. Fitness stelt de leden in staat een overwinning op zichzelf te behalen. Er is met andere woorden sprake van *'goal displacement'* (Overman 1997: 203). In dat proces van *goal displacement* ontwikkelen deelnemers wat wij een fitnessethiek noemen, die sterke gelijkenis toont met het ascetisme uit Webers protestantse ethiek.

Hoe zij die ethiek precies ontwikkelen valt met onze data lastig te achterhalen. Daarvoor zouden respondenten gevolgd moeten worden vanaf het moment dat zij aan fitness beginnen. Maar als we cultuur in de traditie van Ann Swidler beschouwen als een gereedschapskist met symbolen, rituelen en opvattingen waaruit mensen kunnen putten (vgl. Swidler 1986: 273), is een mogelijke verklaring dat fitnessbeoefenaars een calvinistisch repertoire aanwenden, dat latent reeds aanwezig is. Een andere mogelijke verklaring komt uit de hoek van de populatie-ecologie (Hannan en Freeman 1989): de fitnessethiek zou als een selectiemechanisme kunnen werken waarbij, in een oorspronkelijk gevarieerde deelnemersgroep waarvan sommigen wel maar velen de fitnessethiek niet internaliseren, grosso modo alleen de groep fitnessers die dat wel gedaan hebben overblijft (zie bijvoorbeeld DellaVigna en Malmendier 2006 voor cijfers over het hoge percentage opzeggingen van fitnessabonnementen). Ook valt niet uit te sluiten dat de verklaring meer in de neuropsychologische hoek moet worden gezocht: wellicht leidt het gedisciplineerd fitnessen en het daarbij opzoeken van persoonlijke grenzen tot een vorm van bevrediging, die tot stand komt door het vrijkomen van onder meer dopamine in de hersenen, en die ook door marathonlopers of andere duursporters wordt ervaren.⁸

Het empirisch materiaal stelt ons wel in staat vier kenmerken van deze fitnessethiek te onderscheiden. Om te beginnen (a) zien onze respondenten fitness niet als een vrijblijvende activiteit waar zij op gezette momenten vrijwillig voor kiezen, maar als een verplichting die discipline vergt en op gezette tijden moet worden nagekomen. Bij de nakoming van die plicht (b) zijn genot en plezier niet op zijn plaats. In plaats daarvan (c) zijn afzien en, naderhand, spierpijn de tekenen van

8 De Amerikaanse psychiater William Glasser duidde dit fenomeen in zijn zelfhulpboek *Positive Addiction* (1976) al aan als *exercise addiction*.

een goede fitnesssessie. De fitnessethiek wordt ten slotte gekenmerkt door een (d) morele economie van beloning (indien er goed wordt getraind) en bestraffing (in geval van verzuim). In het vervolg van deze sectie bespreken we deze vier kenmerken in detail.

Ad a Fitness als plicht

Onze respondenten laten er geen misverstand over bestaan dat zij fitness meer zien als een verplichting of als werk dan als 'leuke' bezigheid. Veelal dwingen zij zichzelf naar het fitnesscentrum te gaan omdat zij vinden dat zij moeten van zichzelf. Een vrouw hockeyt nu niet meer en daarom 'moet' zij meer sporten van zichzelf. Zij geven vrijwel zonder uitzondering aan dat zij streng zijn voor zichzelf met betrekking tot fitness. Sommigen stellen dat zij niet aan hun eigen verwachtingen voldoen en vinden dat ze eigenlijk vaker moeten gaan: 'Mijn streven is wel twee keer per week eigenlijk', benadrukt een man van 26. Een werkende vrouw is net weer begonnen met fitnesssen, één keer in de week, maar voegt toe: 'Ik wil eigenlijk wel naar twee keer. Het is moeilijk haalbaar.'

Het moeten fitnesssen is een persoonlijk en individueel streven, waarbij de eigen verantwoordelijkheid centraal staat. In overeenstemming met de Britse sport-socioloog Steven J. Overman, die betoogt dat het moreel ascetisme van de protestantse ethiek sport heeft geherdefinieerd als 'plicht' (1997: 203), gaat het fitnesssen bij onze respondenten meestal niet van harte. 'Ja, het voelt goed omdat je jezelf ernaartoe hebt geslept en je erdoorheen bent gekomen', zegt een man die zich na het fitnesssen 'geestelijk' beter voelt. Een ander gaat alleen fitnesssen als het op weg naar haar werk is. Als zij eenmaal thuis is kan zij zich er 'niet meer toe zetten'. Een vrouw van 41 die zes keer in de week fitnest: 'Ja, als je een tijdje niet bent geweest dan is het wel van "ah, nou moet ik weer".'

Ad b Plezier is uitgesloten

Het verplichtende karakter van fitness maakt al duidelijk dat de gang naar het fitnesscentrum niet vanzelf gaat. Onze respondenten gebruiken termen als 'barrière', 'ertoe zetten' en 'over de streep trekken'. Zij winden er dan ook geen doekjes om dat zij fitness saai vinden. Een man die minimaal drie keer in de week fitnest: 'Fitness is geen zak aan'. Een man van 33 vindt het meest negatieve aspect van fitness 'dat het saai is'. Ook wordt fitness niet leuk gevonden omdat er geen 'spanning' is zoals een man aangeeft: 'Dus die voldoening is er helemaal niet'. Maar die saaiheid is deels juist wat het aantrekkelijk maakt.

Bij een leven volgens het moreel ascetisme betekende verspilling van tijd een zonde en was er voor strenge protestanten weinig ruimte voor ontspanning en plezier (Weber 2002 [1905]: 104). Ook voor onze respondenten hoeft het fitnesssen niet leuk of gezellig te zijn. Zij zien fitness als een bezigheid die zij voor zichzelf doen, in het teken van een individuele roeping. Een man van 51 vindt het meest positieve aspect van fitness 'dat je het voor jezelf doet'. Een studerende vrouw vindt het prettige aan fitnesssen 'dat je gewoon helemaal voor jezelf bezig bent'. Als leden fitnesssen, zijn ze aan het werk: '(...) tijdens de training wil ik wel echt met de training bezig zijn', zegt een mannelijke respondent. Dat onze respondenten liever alleen fitnesssen past in het idee van fitness als verplichting, als

iets dat moet. De meesten zeggen dan ook 'meteen' na het fitnesssen weer weg te gaan. Van extra faciliteiten die veelal worden geboden, zoals een sauna of een zwembad, zeggen onze respondenten vrijwel unaniem geen gebruik te maken. Een werkende vrouw van 26: 'Het is gewoon niet mijn hobby, dus je probeert er zo kort mogelijk te zijn.'

Volgens Zygmunt Bauman dient werk in de huidige consumptiemaatschappij niet monotoon te zijn en is werk voor mensen vooral een middel om zich te ontplooiën en hun identiteit vorm te geven. Werk is een hobby geworden (1998: 34-35). Bij fitness lijkt precies het omgekeerde het geval: de ascetische werkethiek van de vroeg moderne samenleving is hier juist zichtbaar in de vrijetijdsbesteding. Bovendien passen plezier en ontspanning niet bij het 'afbeulen' en afzien, wat belangrijk is voor onze respondenten omdat dit achteraf een goed gevoel geeft.

Eén respondent, een vrouw die minimaal zes keer in de week fitness en een full-timebaan heeft, zegt het sociale aspect *wel* belangrijk te vinden. Zij fitness met mensen die zij kent van de fitnessclub, omdat zij dan 'nog even leuke mensen' ziet. Als haar gevraagd wordt waarom het sociale aspect voor haar belangrijk is zegt zij: '(...) dan denk ik van "kom op, ga wat doen!"' Zij fitness met andere woorden niet samen met anderen omdat zij dat zo gezellig vindt, maar omdat zij op eigen kracht niet naar het fitnesscentrum zou gaan, met andere woorden als 'sociale dwang tot zelfdwang' (De Swaan 1996: 22). Een mannelijke respondent: '(...) maar als je elkaar een beetje motiveert en bij de les houdt, dan kan het wel goed zijn'. Een ander fitneste vroeger met een vriendin, als 'stok achter de deur'. Een man van 31 is uitgesproken over zijn wens om met een ander te kunnen fitnesssen:

'(...) I wish there was someone else with me to go. Because... when I go on my own, I can also get lazy. And decide not to go. But when you go with someone, that someone will push you in a way to go. (...) I would go a lot more. More often.'

Deze respondent voegt daaraan toe dat hij een fitnesspartner mist omdat hij niemand heeft 'to push me, or to control me in a way'.

Een vrouw fitness in een fitnesscentrum in plaats van dat zij een fitnessapparaat in huis haalt, want: 'Zien sporten is doen sporten'. Als zij andere mensen ziet zweten krijgt zij 'daardoor die stimulans' om ook te gaan zweten. Als haar wordt gevraagd waarom het voor haar belangrijk is die stimulans te krijgen, antwoordt zij:

'Omdat ik anders voor mezelf niet die druk kan opvoeren dat ik echt... Dan doe ik misschien te weinig. (...) Ja, je wilt ook voor jezelf gewoon laten zien... Ten opzichte van jezelf wil je je bewijzen'.

Zelfs in een sociale context blijft de roeping om hard te werken in het fitnesscentrum dus individueel. De controle en dwang van (eventuele) fitnessgenoten kunnen bijdragen aan het gedisciplineerd fitnesssen.

*Ad c No pain, no gain*⁹

Op zich hoeft het saaie karakter van fitness, het feit dat respondenten er geen plezier aan beleven en het zien als een verplichting, niet strijdig te zijn met de narcistische interpretatie van fitness die in de sociologische literatuur de overhand heeft. Maar zo eenvoudig is het niet: deels blijkt het saaie karakter, of sterker nog het pijnlijke karakter van de activiteit, juist te zijn wat fitness aantrekkelijk maakt. Zoals volgens Weber bij de protestantse ethiek het harde werken om uiteindelijk uitverkoren te worden centraal staat, werken leden in fitnesscentra gedisciplineerd aan hun doelen om zich daarna goed te voelen. Op grond van de interviews blijkt hard werken niet genoeg te zijn, maar moeten leden 'gesloopt zijn', zichzelf 'afmatten' en 'afbeulen'. Oftewel: *no pain, no gain*. 'Zweten' en 'spierpijn' zijn voor leden tekens, of bewijzen, dat zij hard hebben gewerkt, zoals volgens Weber economisch succes voor protestanten een teken was van predestinatie.

Een man noemt het goede gevoel dat hij overhoudt aan fitness een 'uitputtingsvoldoening'. Een andere man zegt zichzelf 'af te beulen'. Hij ervaart spierpijn als 'een goede lekkere pijn of zo', want dan voelt hij dat hij goed is bezig geweest met zijn lichaam. Een studerende vrouw vindt spinning 'leuk' omdat 'je dan echt helemaal gesloopt bent daarna'. Als zij niet heeft gezweet is dat voor haar een teken dat zij niet 'pittig' heeft gesport. Voor een werkende vrouw van 26 is het belangrijk om 'spierpijn' te hebben na het fitnessen als 'bewijs' dat zij goed heeft getraind. Dan pas kan zij zich achteraf goed voelen. Deze voldoening die leden halen uit het 'afbeulen' en 'kapot gaan', is vergelijkbaar met 'afzien' in andere duursporten of in evenementen zoals langeafstandswandelingen. Eén deelnemer van de avondvierdaagse in Nijmegen noemt het vier dagen wandelen 'zelfkastijding', een ander wil 'lichamelijk en geestelijk' helemaal tot het einde gaan, en weer een ander beweert dat hij van spierpijn zich lekker voelt omdat er dan iets gebeurt in zijn 'geest'.¹⁰

Het belang dat onze respondenten hechten aan bewijzen en tekens van hard werken, benadrukt hoe belangrijk het gedisciplineerd fitnessen voor hen is. Het geven van specifieke betekenissen aan pijn en genot is volgens Overman een belangrijk onderdeel van een moreel ascetische houding in sport (1997: 202). De auteur geeft het voorbeeld van Amerikaanse atleten die door een netwerk van managers, coaches en trainers gestimuleerd worden te sporten met pijn en blessures, wat zelfs als norm wordt gezien en positief wordt gewaardeerd. 'De erva-

9 Deze 'populaire slogan' is volgens Overman (1997: 206) onder andere van toepassing op serieuze hardlopers die door hun grote toewijding pijnlijke spieren en blessures op de koop toe nemen. Actrice Jane Fonda heeft deze slogan in de jaren tachtig geïntroduceerd in de fitnesswereld middels haar aerobicsvideo's. Volgens Fonda waren pijnlijke spieren nodig om een mooier lichaam te krijgen. De slogan werd sindsdien ook toegepast in de wereld van bodybuilding, waar het idee bestaat dat pijnlijke spieren nodig zijn om de spieren te laten groeien. De uitdrukking werd al gebruikt door de zeventiende-eeuwse Engelse dichter Robert Herrick (1591-1674). *No Pains, No Gains* is de titel van een van zijn gedichten.

10 De wandelaars worden geciteerd in *de Volkskrant* (2008, 15 juli): Sjoukje Budde, Vierdaagse: verslaving of virus?, op 7 mei 2013 ontleend aan www.volkskrant.nl/binnenland/article1043229.ece/Vierdaagse_verslaving_of_een_virus.

ring van het lijden' is volgens de auteur een belangrijk element bij bijvoorbeeld bergbeklimmen onder extreme weersomstandigheden. Dit 'gevoel van lijden' lijkt ook voor fitnessers belangrijk te zijn. De specifieke betekenis die zij geven aan zweten, moe en uitgeput zijn en pijnlijke spieren is naast het op peil houden van de gezondheid en het werken aan het uiterlijk, de belangrijkste reden dat leden zichzelf 'afbeulen' in het fitnesscentrum. Veel van onze respondenten maakten de indruk dat zij fitness niet zo bevredigend zouden vinden als zij de activiteit wel 'leuk' zouden vinden en niet de strijd met zichzelf aan konden gaan in de fitnesszaal.

Ad d De morele economie van de straf en de schouderklop

De fitnessethiek die de meeste van onze respondenten ontwikkelen, blijkt ook uit negatieve opmerkingen die leden over zichzelf maken als zij naar hun gevoel niet hard genoeg hebben gewerkt of een keer fitnessen hebben overgeslagen. Dit gaat veelal gepaard met schuldgevoel en compensatiegedrag. Een vrouw van 25 wordt bijvoorbeeld 'onrustig' als zij niet gaat: 'Dan heb ik ook een soort van schuldgevoel, dat ik niets aan het doen ben. Ten opzichte van mezelf.' Op de vraag aan een man van 33 wat voor gevoel het geeft als hij een tijd niet is geweest antwoordt hij: 'Ehm, ja dan baal ik wel. Ja. En dan op een gegeven moment dan baal ik zoveel dat ik weer ga.' Sommige leden zijn negatief over zichzelf als zij vinden dat zij niet genoeg gaan of als zij niet hard genoeg hebben gewerkt. Een vrouwelijke respondent houdt een minder goed gevoel over aan een training als zij het idee heeft dat zij meer had kunnen doen: 'Dan denk ik van "ja, hallo, slapperd!" Dan voel ik mij niet goed over mezelf.' Een andere vrouw vindt zichzelf 'gewoon een beetje lui' als zij geen zin heeft om te fitnessen. Weer een ander noemt zichzelf 'niet gedisciplineerd genoeg' omdat hij vindt dat hij te weinig gaat en zich soms niet aan zijn trainingsschema houdt.

Het niet gaan of minder hard fitnessen wekt bij respondenten een gevoel van falen op, en wordt als uiting van morele zwakheid gezien. Fitnessverzuim betekent voor de respondenten dat zij (tijdelijk) niet de controle hadden over zowel hun wil als hun lichaam. Dat controleverlies vergroot het schuldgevoel nog eens (vgl. Overman 1997: 201).

Om het negatieve gevoel over zichzelf te verminderen compenseert een aantal respondenten als zij een keer fitnessen hebben overgeslagen of als zij volgens henzelf niet hard genoeg hebben gewerkt. Een man gaat thuis nog door met oefeningen als hij zijn schema niet heeft kunnen afwerken in het fitnesscentrum. Een ander heeft bepaalde 'inhaaldagen' voor het geval zij eens heeft overgeslagen.

Fitnessethiek kent naast bestraffing, schuldgevoel en compensatie in geval van verzuim, ook beloning in geval van uitzonderlijke goede prestaties (vgl. Miller 1998 voor een soortgelijke morele economie bij het doen van boodschappen). Een werkende vrouw geeft zichzelf een 'schouderklopje' als zij zich 'helemaal in het zweet' heeft gewerkt. Een vrouw van 41 mag van zichzelf op zaterdagochtend een 'koffie latte' drinken na een 'heel zware spinningles'. En een man van 30 trakteert zichzelf op een 'proteïneshake' na het trainen. Als een werkende man van 31 wordt gevraagd of hij zichzelf trakteert na het fitnessen, zegt hij dat hij na zijn workout naar huis gaat om veel te eten:

'Because I feel like I've burnt a lot, so now I deserve to eat a lot. (...) That's why I can eat as much as I want. Otherwise I would be more careful with what I eat. Especially at ten or eleven at night. But now I think I've worked out so I deserve it'.

De verhouding tussen voedselconsumptie en fitness is hier dus omgedraaid: er wordt niet gefitnest om het overgewicht kwijt te raken dat door een onverantwoord dieet is opgebouwd, fitness is voor deze respondenten juist een alibi om meer te mogen consumeren (vgl. Smith Maguire 2002: 460).

In eerste instantie lijkt er een tegenstelling te zijn tussen deze morele economie van de beloning (die overigens niet door alle respondenten wordt gepraktiseerd) en de protestantse fitnessethiek. Op basis van Featherstone (1987) stelt de Canadese consumptiesociologe Smith Maguire dat (overmatig) consumeren na het fitnessen evenwel kan worden begrepen als 'calculerend hedonisme' (2002: 456). Zij draagt bij aan een verdergaande ontwikkeling van de fitnessethiek. Smith Maguire laat dan ook zien hoe in fitness tijdschriften mensen als motivatietechniek worden aangespoord zichzelf te belonen na het fitnessen. Belonen, toewijding en zelfdiscipline in fitness hoeven elkaar met andere woorden niet uit te sluiten, juist omdat leden door zichzelf te belonen zichzelf aansporen om het fitnessen vol te houden.

Conclusie

De expansieve groei van fitness in onze moderne samenleving wordt veelal gezien in het licht van een geïndividualiseerde cultuur, waarin mensen meer gericht zijn op het fysieke uiterlijk en het 'maakbare' lichaam. Met botox verdwijnen rimpels en met fitness kunnen mensen op een individuele en doelgerichte manier aan het lichaam werken om dat in de gewenste vorm brengen. Op basis van empirisch onderzoek laat dit artikel zien dat deze dominante interpretatie van fitness moet worden genuanceerd. Het is niet alleen ijdelheid wat onze hoogopgeleide respondenten tot fitness aanzet, maar ook een moderne strenge calvinistische fitnessethiek waarbij het zichzelf gestructureerd 'afbeulen' centraal staat en op zichzelf wordt gewaardeerd.

Terwijl ze als leden van de consumptiesamenleving hun teugels laten vieren, en hun hedonistische uitspattingen geen limieten hoeven te kennen, staat voor fitnessers in de sportschool zelfbeperking, plichtpleging en discipline centraal. Fitness biedt in dat opzicht een leidraad. Niet alleen in een consumptiesamenleving waarin voedsel in overvloed aanwezig is, maar wellicht ook in een ontzuilde en seculiere samenleving waarin de eisen en verwachtingen van de samenleving niet meer zo duidelijk zijn als een halve eeuw geleden. Door te fitnessen hebben mensen één factor onder controle, namelijk dat zij voldoen aan de waarde van 'gezond bezig zijn', door in ieder geval 'iets' aan het lichaam en de gezondheid te doen.

Onze respondenten zeggen veelal fitness niet vol te houden als zij (alleen) voor hun lichaam fitnessen. Dit maakt deze motivatie wellicht noodzakelijk, maar niet voldoende. Ook al speelt het uiterlijk een rol in de aanschaf van een fitness-

abonnement en vinden leden uiterlijke verbetering 'een mooi doel erbij', de belangrijkste (achterliggende) motivatie om te *blijven* fitnessen is gelegen in een strenge fitnessethiek waarvan de kenmerken vergelijkbaar zijn met die van de protestantse ethiek. Het harde werken in het fitnesscentrum wordt voor leden doel op zich en is een belangrijke reden dat zij zich 'goed' voelen na het fitnessen. De toewijding van leden is groot en zij beschikken over een sterk ontwikkelde moraal die zegt dat fitness goed voor hen is. Zweten, uitgeput zijn, en pijnlijke spieren zijn tekens dat zij goed hebben gewerkt, zoals volgens Weber economisch succes een teken was voor strenge protestanten dat zij uitverkoren waren. Als zij het gevoel hebben dat zij niet hard genoeg hebben gewerkt of als zij niet zijn gegaan, volgen ontevredenheid en een gevoel van plichtsverzuim. Of zoals Smith Maquire stelt over fitness: 'leisure is work (...) and pleasure lies in discipline' (2008: 208).

Het behalen van concrete doelen die leden tijdens de interviews noemen, is ondergeschikt aan de bevrediging die leden ervaren als gevolg van het *werken aan* het bereiken van deze doelen. Met als direct resultaat dat zij zich goed voelen: een *instant pleasure*, zoals Zygmunt Bauman het noemt (2002). Niet omdat ze slanker zijn geworden, maar omdat ze gewerkt hebben aan hun doelen. In termen van Bauman: 'The pleasure is in the hunting, not in the prey' (2002: 180).

Een grote zelfdwang en de wens voor een welgevormder lichaam, oftewel een fitnessethiek en een narcistische ethiek, hoeven elkaar dus niet uit te sluiten maar vullen elkaar juist aan.

Wij zien twee sporen voor vervolgonderzoek. Voorgaande bevindingen hebben betrekking op fitnesscentra in Amsterdam en op hoogopgeleide mensen die in Amsterdam fitnessen. Vervolgonderzoek moet uitwijzen wat lager opgeleiden motiveert om te gaan en blijven fitnessen, of ook bij hen een fitnessethiek te identificeren valt, en hoe hun motivatierepertoire verder overeenkomt met, dan wel afwijkt van dat van hoger opgeleiden. Op grond van bestaande sociologische literatuur (o.a. Bourdieu 1984) is het niet onwaarschijnlijk dat sociale klasse van invloed is geweest op onze bevindingen. De waardering van zelfbeheersing en de controle over het lichaam en lichaamsgewicht, is mogelijk een kenmerk en onderscheidingsmechanisme van de hogere klasse (vgl. Elias 2001 [1939] en Bourdieu 1984), en een manier om maatschappelijke waardering en status te genereren (vgl. Stokvis en Van Hilvoorde 2008: 215). Als de fitnessethiek als selectiemechanisme werkt, waarbij in een oorspronkelijk gevarieerde deelnemersgroep alleen de groep fitnessers die de fitnessethiek internaliseert overblijft, kan dit een aanwijzing zijn waarom een fitnessethiek kenmerkend is voor deze onderzoeksgroep. Wanneer mensen uit lagere sociale klassen fitness net als onze respondenten 'saai' en 'niet leuk' vinden, en zij niet over een dergelijke ethiek beschikken, is de kans op uitval relatief groot, of beginnen zij er misschien niet eens aan. Dat hogere sociale klassen zijn oververtegenwoordigd in de fitnesscentra zou daarvoor een aanwijzing kunnen zijn. Een tweede spoor voor vervolgonderzoek heeft betrekking op de herkomst van de fitnessethiek die wij in dit artikel hebben geïdentificeerd. Om te onderzoeken of de fitnessethiek niet alleen gelijkenis vertoont met een protestantse ethiek, maar daar ook door wordt gevoed, ligt dataverzameling in andere geografische regio's voor de hand. Gezien de protestantse

moraal die onze respondenten kenmerkt, is het de vraag of deze moraal ook aanwezig is bij bijvoorbeeld mensen in Zuid-Europese landen met een katholieke, niet calvinistische achtergrond. Gaan leden van fitnesscentra daar anders met de activiteit om? Zijn zij even gedisciplineerd en streng voor zichzelf als onze respondenten? Of wordt er misschien minder gefitnest in katholieke landen, zonder traditie van een calvinistische werkethos?

De bevindingen bieden meer aanknopingspunten voor verdere studie. Zo zou uitgezocht kunnen worden waar de individuele roeping en de drijfveer van leden vandaan komt. Het is niet onwaarschijnlijk dat omgevingsfactoren als media of de sociale omgeving een rol spelen in de keuze voor fitness en in de sterke overtuiging van leden dat fitness 'goed' voor hen is.

Om uit te sluiten dat onze bevindingen uit een selectie-effect voortkomen, waarbij alleen degenen die zichzelf weten te disciplineren voor interviews in aanmerking komen omdat de rest afvalt, zouden bezoekers van fitnesscentra van hun eerste bezoek af aan gevolgd kunnen worden en moeten ook de afhakers worden bevraagd. Door middel van zulk onderzoek kan ook beter begrepen worden in hoeverre een strenge fitnessethiek eraan bijdraagt dat mensen het fitnessen voor langere tijd volhouden. De prangende vraag is of mensen afhaken als hun lichaam op termijn niet of nauwelijks mooier, strakker en fitter wordt. Onze verwachting is dat een substantieel deel desondanks door zal gaan.

Geraadpleegde literatuur

- Bauman, Z. (1998) *Work, Consumerism, and the New Poor*. Buckingham: Open University Press.
- Bauman, Z. (2002) *Society under Siege*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Breedveld, K., C. Kamphuis en A. Tiessen-Raaphorst (red.) (2008) *Rapportage sport 2008*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Breedveld, K. en A. Tiessen-Raaphorst (red.) (2006) *Rapportage sport 2006*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den, K. Breedveld, J. de Haan en F. Huysmans (2004) Vrijtijdsbesteding. In: SCP, *In het zicht van de Toekomst: Sociaal en Cultureel Rapport 2004*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau, 547-585.
- DellaVigna, S. en U. Malmendier (2006) Paying Not to Go to the Gym. *American Economic Review*, 96(3): 694-719.
- Elias, N. (2001 [1939]) *Het civilisatieproces: Sociogenetische en psychogenetische onderzoeken*. Amsterdam: Boom.
- Fitness Industry Association (2001) *Winning the Retention Battle: Reviewing Key Issues of UK Health & Fitness Club Membership Retention*. London: Fitness Industry Association.
- Fligstein, N. (1997) Social Skill and Institutional Theory. *American Behavioral Scientist*, 40(4): 397-405.
- Glasser, W. (2010 [1976]) *Positive Addiction*. New York: HarperCollins.
- Hannan, M.T. en J. Freeman (1989) *Organizational Ecology*. Cambridge: Harvard University Press.
- Howson, A. (2004) *The Body in Society: An introduction*. Cambridge: Polity Press.

Judith Elshout & Olav Velthuis

- Miller D. (1998) *A Theory of Shopping*. Ithaca: Cornell University Press.
- Overman, S.J. (1997) *The influence of the protestant ethic on sport & recreation*. Suffolk: Ipswich Book Compagnie.
- Ritzer, G. (2000) *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Roest, J. van der en P. Wolfhagen (2012) Retentieverhoging als uitdaging. In: P. Hover, S. Hakkers en K. Breedveld (red.) *Tendrapport Fitnessbranche 2012*. Nieuwegein/'s-Hertogenbosch: Arko Sports Media/W.J.H. Mulier Instituut, 85-96.
- Smith Maguire, J. (2002) Body Lessons: Fitness Publishing and the Cultural Production of the Fitness Consumer. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3/4): 449-464.
- Smith Maguire, J. (2008) *Fit for Consumption: Sociology and the Business of Fitness*. London: Routledge.
- Smith Maguire, J. en K. Stanway (2008) Looking good: Consumption and the problems of self-production. *European Journal of Cultural Studies*, 11(1): 63-81.
- Spielvogel, L. (2003) *Working Out in Japan: Shaping the Female Body in Tokyo Fitness Clubs*. Durham: Duke University Press.
- Stokvis, R. (2005) De popularisering van het hardlopen. *Sociologie*, 1(2): 184-201.
- Stokvis, R. (2006a) Hardlopende vrouwen in de openbare ruimte. *Sociologie*, 2(3): 249-264.
- Stokvis, R. (2006b) The Emancipation of Bodybuilding. *Sport in Society*, 9(3): 463-479.
- Stokvis, R. (2007) Mannelijkheid en lichaamsvoeding. *Sociologie*, 3(1): 49-63.
- Stokvis, R. en I. van Hilvoorde (2008) *Fitter, harder & mooier. De onweerstaanbare opkomst van de fitnesscultuur*. Amsterdam/Antwerpen: De Arbeiderspers/Het Sporthuis.
- Swaan, A. de (1996) *Zorg en de staat: Welzijn, onderwijs en gezondheidszorg in Europa en de Verenigde Staten in de nieuwe tijd*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Swidler, A. (1986) Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2): 273-286.
- Tiessen-Raaphorst, A., D. Verbeek, J. de Haan en K. Breedveld (red.) (2010) *Sport: een leven lang. Rapportage sport 2010*. Den Haag/'s-Hertogenbosch: Sociaal en Cultureel Planbureau/ W.J.H. Mulier Instituut.
- Wallace, A.R. en A. Wolf (1999) *Contemporary Sociological Theory*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Weber, M. (2002 [1905]) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. London: Routledge.