

NEWS

Het scherm dat meezweet

Hoe digital signage (narrowcasting) fitness- en wellnesscentra slimmer, rustiger en een tikje menselijker maakt

27 mei 2026, Tobias Engl



Vroeger had Klaus nu naar de balie gemoeten en daar een flyer in zijn handen gedrukt gekregen. Maar vandaag – en hier wordt het verhaal interessant – kijkt Klaus naar de muur, en het scherm knipoogt terug. Een groot, rustig oplichtend scherm begroet hem met de lessen van vandaag: “Functional Mobility - 17:30 uur - nog 4 plekken vrij.” Daarnaast tikt geruisloos de bezetting voorbij .. cardio groen, vrije gewichten geel, squatrek rood. Klaus weet meteen wat hij vandaag niet gaat doen, een van de opmerkelijkere verworvenheden van moderne communicatietechniek.

Hij schuifelt richting kleedkamer. In de gang, waar vroeger een poster voor een smoothiewedstrijd hing, speelt nu een korte videoloop. Een trainer demonstreert in slow motion een zuivere squat. Klaus, die zijn laatste squat ergens tussen het Songfestival en de brexit heeft gedaan, blijft onwillekeurig staan, knikt goedkeurend en neemt zich voor het straks na te doen. Dat doet hij niet, maar het zaadje is geplant. In de kleedkamer, discreet boven de spiegel, een smal scherm: “Saunaopgieting vandaag 19:00 uur met eucalyptus-munt. Graag op tijd, opgietingen wachten niet.” Klaus lacht voor het eerst die dag. Wie deze teksten ook schrijft, denkt hij, heeft begrepen dat wellness niet alleen uit klankschalen bestaat.

Bij de bar wisselen drie boodschappen elkaar af: 1. het drankje van de week, 2. een discrete verwijzing naar het spreekuur van de personal trainer op donderdag, waarbij Klaus even opkijkt, 3. een felicitatie voor “mevrouw M., al 12 jaar bij ons.” Mevrouw M. staat toevallig ernaast, heft haar glas mineraalwater en proost op een monitor die precies het juiste laat zien. Het is dat korte moment, en tegelijk de reden waarom mevrouw M. hier al twaalf jaar komt en niet in de goedkopere sportschool twee straten verderop.

Terwijl Klaus zich dapper door de beslissende vijftien minuten op de crosstrainer worstelt en daarbij heen en weer kijkt tussen weerbericht, hartslagzone en een stil “Goed bezig!”, gebeurt er iets wat in geen enkele marketingstrategie voorkomt en toch de eigenlijke winst is – Klaus voelt zich gezien zonder lastiggevallen te worden. Niemand heeft hem aangeklampt, niemand wilde zijn abonnement verlengen. Toch heeft de sportschool de hele ochtend met hem gepraat, alleen dan via schermen, op het juiste volume, op de juiste plekken, met de passende inhoud.

Precies dat is de kunst van digital signage in fitness en wellness. Het gaat niet om knipperende reclameborden of schreeuwerige aanbiedingen, maar om informatie op het juiste moment op de juiste plek. Lesbezetting bij de ingang, oefenloops in de gang, opgiettijden in de kleedkamer, verjaardagen bij de bar, rustgevende beelden in de spa, daar waar niemand reclame wil zien, maar het trage kabbelen van een kristalheldere Japanse beek. En op de achtergrond, stil als een goed georganiseerde sportschool zelf, software die het geheel choreografeert. Content inplannen, schermen centraal aansturen, doelgroepen onderscheiden, spontaan een uitgevallen les melden, zonder dat iemand zes posters opnieuw moet laten drukken.

ScreenWay bouwt oplossingen voor digital signage waarmee sportscholen, hotels en spa's hun gasten informeren zonder ze te overreden. Geen megafoonboodschappen, geen schermbehang, maar een rustige, goed geplande choreografie van informatie en inspiratie, met mooie beelden en een snufje humor. Klaus komt trouwens op 8 januari terug. En op 10 januari ook. Dat is, eerlijk gezegd, niet alleen de verdienste van de schermen, maar ze hebben hem zachtjes geholpen de weg terug te vinden. En misschien is precies dat, heel nuchter bekeken, het mooiste wat ScreenWay in beweging kan brengen.