

**BASIC-FIT.EN.RUMAG.ONTHULLEN.HUN.SELFIE-ZONE.1 APRIL.-  
STATEMENT.CAMPAGNE.**



1 april 2019, Amsterdam. De No-Sweat Selfie-Zone die op 28 maart werd gelanceerd bij Basic-Fit Amsterdam Stadhouderskade is onderdeel van een 1 april statement-campagne van Basic-Fit in samenwerking met mediapartner RUMAG. De Selfie-Zone wordt niet echt toegevoegd aan het huidige aanbod van sportschoolketen Basic-Fit. De berichtgeving en het openingsevenement voor de Selfie-Zone is bedacht om aandacht te creëren voor een kwestie waar beide partijen mee spelen: de soms over de top health en fitness-trends waar de vooral jongere generatie mee geconfronteerd wordt anno nu. In de campagne-video, met GTST-acteur Everon Jackson Hooi, onthult RUMAG. de statement van deze campagne.



### **Gym-selfie hype**

RUMAG is van het begin af aan als media partner betrokken geweest bij de 1 april statement-campagne. RUMAG, als spreekbuis van de maatschappij, ziet dat het thema 'fitness' zich voor jongeren niet beperkt tot binnen de muren van een sportschool. RUMAG: "De sportwereld is naar onze mening volledig doorgeslagen. Tegenwoordig zijn er sportscholen waarbij het voelt alsof je in de club staat inclusief DJ. Het eten van een banaan is tegenwoordig een #cheatday en je Açai Bowl moet in de vorm en kleuren van een unicorn zijn zodat deze #instaproof is. Er wordt zwaarder getild aan het aantal likes van een gym-selfie, dan aan dat fijne gevoel na een work-out. Met deze campagne willen we een statement maken en in samenwerking met Basic-Fit mensen oproepen om sporthypes met een knipoog te nemen. Sporten op een manier die voor jou goed voelt is het belangrijkste".

### **Fitheid blijheid**

Basic-Fit wil met deze campagne overbrengen dat men zich niet gek moet laten maken door onhaalbare schoonheidsidealen op social media. Basic-Fit heeft alles voor de sporter om fit te worden zonder de onnodige extra's. Basic-Fit is

meer dan voldoende. Back to Basic. Basic-Fit: “Het is voor ons belangrijk dat alle leden zich comfortabel voelen in onze sportscholen. Je niveau, spiermassa en sportoutfit zijn daarbij niet belangrijk. Waar het om gaat is dat je op een fijne manier kunt sporten. Door te bewegen blijf je fit en dit maakt gelukkig. Dat is uiteindelijk ons einddoel, dat iedereen die bij ons sport of van plan is dit binnenkort te gaan doen zich fit en gelukkig voelt!”. RUMAG was voor ons de uitgelezen partner voor deze samenwerking. Met hun specifieke kijk op zaken, weten zij altijd haarscherp te reageren op belangrijke onderwerpen die spelen binnen de samenleving.

### **Campagne video**

In de begeleidende campagne-video ziet men hoe RUMAG-host René Watzema volledig opgaat in alle fit-trends. In de video hoort Rene in het nieuws keer op keer hoe er een nieuwe trend is ontstaan in de sportwereld, die hij met alle liefde omarmt, om mee te kunnen doen met de rage. Aan het einde van de video horen we hoe bekend wordt gemaakt dat dit alles een statement was om duidelijk te maken dat we allemaal gek zijn geworden, en dat we gewoon even normaal moeten doen, back to basic.

### **RUMAG x Basic-Fit collectie**

Om het manifesto van de statement-campaign te versterken wordt via de RUMAG webshop een merchandise collectie uitgebracht. De collectie bestaat uit hoodies, sweatshirts en T-shirts met de cynische teksten: ‘Op Insta Lijk Ik Dunner’, ‘Geloof In Je Selfie’ en ‘Sportshirt, ChillShirt, Vreetshirt’. En een bidon met de tekst ‘Hier Zuigen’. Alle merchandise-stukken zijn verkrijgbaar via [www.rumag.nl/webshop/](http://www.rumag.nl/webshop/)



Sport hoodie black €39,95



Selfie sweater black €34,95



Selfie tee black €24,95



Waterfles €14,95

END

#### OVER RUMAG.

RUMAG. is een van de grootste online mediaplatforms van Nederland. Zij staan voor de empowerment van millennials, en vermaken dagelijks ruim 1,7 miljoen volgers op Instagram, Facebook en Youtube met hun humoristische, cynische content met een zwart randje.

#### OVER BASIC-FIT

Basic-Fit is met meer dan 600 clubs de grootste fitnessketen in Europa. We zijn actief in vijf landen en in onze clubs werken meer dan 1,8 miljoen leden aan het verbeteren van hun gezondheid en conditie. Basic-Fit heeft een transparant lidmaatschapsmodel en biedt een betaalbare hoge kwaliteit fitnesservaring die aansluit bij de fitnessbehoefte van actieve mensen. Een standaard lidmaatschap kost € 19,99 en geeft mensen toegang tot al onze clubs in Europa en alle voordelen van de Basic-Fit App.