



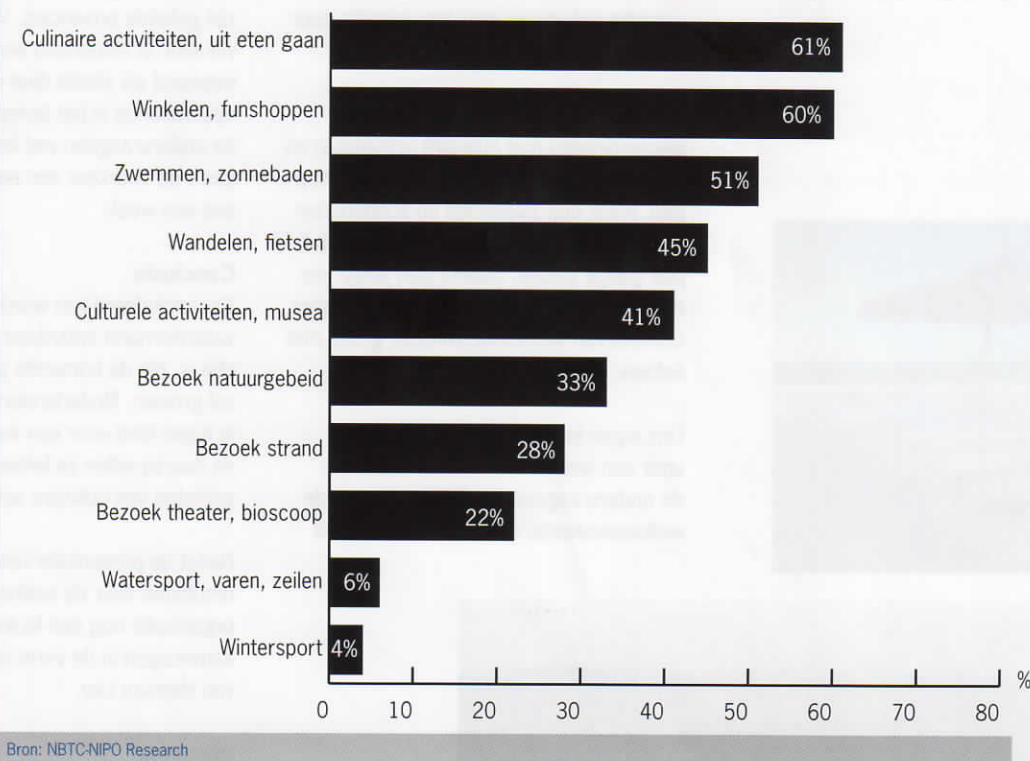
Wellness, een vitale branche

Een congresverslag

Door: Irene Viergever

Speciaal voor iedereen die actief is binnen de wellnessmarkt, en meer grip wil krijgen op de branche, hebben NHTV internationaal hoger onderwijs Breda (NHTV) en Dutch SPA & Wellness Association (DSWA) het congres 'Wellness, een vitale branche' georganiseerd. Het congres vond plaats op 9 december 2010 aan de Sibeliuslaan in Breda, waar de opleidingen Facility- en Hotelmanagement van de NHTV gevestigd zijn.

De dag werd ingeleid door Dirk Jan Meijer van de Dutch SPA & Wellness Association, DSWA. Deze organisatie is ontstaan uit de Dutch SPA Association en het Wellnessplatform (een samenwerking van de drie brancheorganisaties ANBOS, Koninklijke Horeca Nederland en RECRON). Deze partijen willen met deze samenwerking beschikbare kennis delen met anderen, zodat er een onafhankelijk kennis- en informatiecentrum voor de Spa & Wellnessbranche ontstaat. DSWA streeft naar herkenbaarheid en borging van kwaliteit op alle niveaus in de SPA- en Wellnessbranche.



Actuele cijfers over wellness, door Kees van der Most

Vervolgens was het de beurt aan Kees van der Most van NPTC-NIPO Research. Deze organisatie is vooral bekend van het ContinuVakantieOnderzoek (CVO). In het CVO wordt ook aandacht besteed aan special interest vakanties en daar maken wellnessvakanties vanzelfsprekend onderdeel van uit. Op het congres presenteerde hij de eerste resultaten. Voor bedrijven binnen de wellness is dergelijke informatie van groot belang en daarom heeft Kees van der Most, medeauteur van het CVO, de belangrijkste

bevindingen uit het onderzoek tijdens het wellnesscongres gepresenteerd.

De markt voor wellnessvakanties kan de komende jaren nog flink groeien. Momenteel ondernemen Nederlanders zo'n 430.000 wellnessvakanties, terwijl de potentiële markt een omvang van 890.000 vakanties omvat. Daarmee hebben wellnessvakanties samen met spirituele, taal-, culinaire en cruisevakanties binnen de special interestvakanties het hoogste groeipotentieel. Bovenstaande verdubbeling wordt veroorzaakt door de ontwikkeling naar een Economy of Happiness, wat inhoudt dat er in onze maatschappij een verschuiving te zien is van beleving naar verrijking. Kees van der Most: "De puurheid van dingen gaat steeds belangrijker worden en mensen gaan steeds bewuster leven". NPTC-NIPO verwacht dat

deze ontwikkeling zich in de toekomst nog verder zal uitbreiden en men steeds vaker op zoek gaat naar inhoudelijke verdieping, iets wat bereikt kan worden tijdens een wellnessvakantie.

De potentiële wellnessvakantieganger is veelal een vrouw, in de leeftijd van 24 tot 35 jaar en behoort tot de sociale klasse B-boven. Uit het gepresenteerde onderzoek blijkt verder dat 52% van de ondervraagden een behandeling gericht op verwennen en ontspannen als belangrijkste activiteit ziet tijdens een wellnessvakantie. Ongeveer 86% geeft aan deze activiteit te willen ondernemen tijdens de wellnessvakantie. 29% van de ondervraagden, voornamelijk mannen, vindt het saunabezoek de belangrijkste activiteit. Mannen gaan bij voorkeur (88%) met hun partner op wellnessvakantie, terwijl

een derde (32%) van de vrouwen deze vakantie ook graag met een vriendin door zou brengen.

Wellnessactiviteiten worden het liefst gecombineerd met culinaire activiteiten en funshoppen. Opvallend is dat het funshoppen, maar ook zwemmen en zonnebaden voornamelijk bij de doelgroep van 25 tot 44 jaar (jonge stellen, ouders met jonge kinderen) populair is. De wat oudere mannen combineren wellnessactiviteiten graag met fietsen, wandelen en natuur.

Ons eigen land is het meest populair voor een wellnessvakantie en 59% van de ondervraagden geeft dan ook aan de wellnessvakantie het liefst in Nederland

door te brengen. Limburg en Gelderland zijn geliefde provincies. Voor een wellnessvakantie in Nederland wordt een (lang) weekend als ideale duur gezien. Een wellnessvakantie in het buitenland mag volgens de ondervraagden wel langer duren: 25% geeft de voorkeur aan een midweek en 30% aan een week.

Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat de wellnessvakantiemarkt inderdaad een erg vitale branche is, die de komende jaren nog verder zal groeien. Nederlanders blijven het liefst in eigen land voor een wellnessvakantie en daarbij willen ze lekker ontspannen en genieten van culinaire activiteiten.

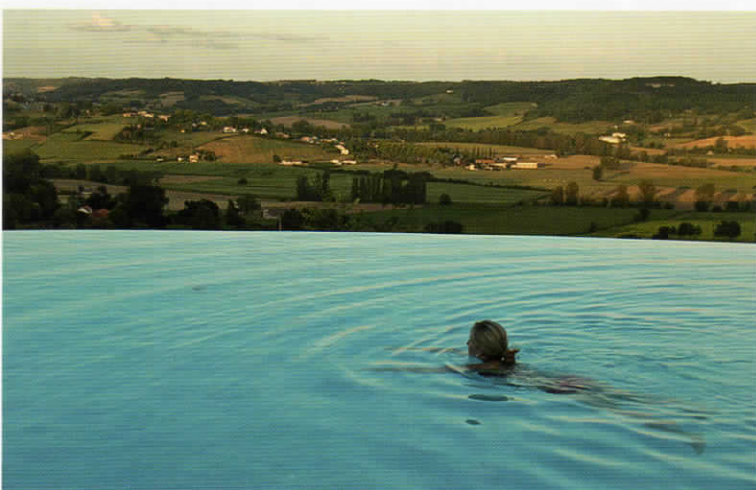
Naast de presentatie van de onderzoeksresultaten over de wellnessmarkt had de organisatie nog een leuke uitsmijter voor de aanwezigen in de vorm van een gastcollege van Herman Lier.

Afsluiting

Het ochtendprogramma werd afgesloten met een vragensessie betreffende de trends en actualiteiten in de branche. Tijdens deze vragensessie kwamen een aantal belangrijke partners van DSWA aan het woord en werd er antwoord gegeven op verschillende vragen van de aanwezigen. Alle sprekers waren het met één ding eens: wellness wordt steeds breder en iedereen gaat er mee aan de haal, waardoor de hele sector uitgedaagd wordt onderscheidend te blijven en kwaliteit toe te voegen.

Speedcolleges

Na de lunch was het tijd voor de speedcolleges, waarbij in een kort college toepasbare kennis werd gepresenteerd over verschillende, uiteenlopende onderwerpen. De aanwezigen konden drie van onderstaande colleges bijwonen, waarna de dag werd afgesloten met een netwerkreceptie in de foyer.



Groeï special interest vakanties			Tabel 1
	Bestaande markt	Potentiële markt	Groeï
Cultuurvakanties	1.950.000	2.270.000	16,4%
Wandelvakanties	1.520.000	2.070.000	36,2%
Fietsvakanties	1.090.000	1.750.000	60,1%
Avontuurlijke vakanties	1.080.000	1.250.000	15,7%
Natuurvakanties	860.000	1.290.000	50,0%
Wellnessvakanties	430.000	890.000	107,0%
Cruisevakanties	350.000	750.000	114,2%

Bron: NBTC-NIPO Research, CVO

Wellness, de nieuwe lifestyle, door Herman Lier

Herman Lier is behalve marketingdocent aan de NHTV ook de auteur van het boek 'Van Experience naar Challenge Economy'. De NHTV heeft, in samenwerking met Hogeschool Zeeland, de opleiding 'Wellness en vitaliteit' opgezet. Tijdens het wellnesscongres trakteerde Herman Lier de aanwezigen op een college marketing, geheel toegespitst op de branche. Wellness wordt steeds belangrijker. Sterker nog, wellness is een levensstijl geworden. Dit heeft alles te maken met de verschuiving van Experience Economy naar Challenge

Economy: er wordt steeds meer betekenis toegevoegd aan het leven. Het is volgens Lier echter tijd voor vernieuwing, omdat wellness niet meer als bijzonder wordt gezien maar als onderdeel van het dagelijkse leven. Er zal constant vernieuwd moeten worden om waarde te creëren, want "het enige constante is de vernieuwing". Wellness wordt Selfness, waarin voortdurend een balans wordt gelegd tussen lichaam en geest.

De branche zal in de toekomst nog klantgericht moeten worden, waardoor een netwerk, inzicht in de markt en kennis over de klant essentieel zijn.

- Wellness 2.0: in shape for social media. Door Jeroen Vinkesteyn, docent interactieve marketing NHTV;
- Van Mossenscrub naar Bad Domburg, terugblik op de resultaten van het project "Vitaliteit-Wellness, een zee van kansen". Door Wies Buysrogge en Marlies Sobczak-Boumans, Economische Impuls Zeeland;
- Investeren in wellness, een zaak van een lange adem? Door Annemarie de Goort, sectormanager Horeca & Recreatie Rabobank Nederland;

- Kansen voor co-creatie: co-branding, crowd-sourcing en nieuwe vormen van sponsoring. Door Bert Smit, docent Imaginering NHTV;
- Hostmanship, door Constant Moolenaar, Hostmanship Group;
- Keurmerk, een noodzaak voor een gerespecteerde branche. Door Jeroen Maree, DSWA en ROC Rijn IJssel;
- Opleiden van vitaal personeel. Door Peter Kruijnga, opleidingsmanager "Vitaliteitsmanagement en toerisme";

- Vitaal ondernemerschap. Door Jan Karel Fikke, directeur Hampshire Trivium Hotel & SPA in Etten-Leur;
- Voeding als ingrediënt van wellness: trends in de food industry en de betekenis voor wellness. Door Remco Klasen en Raoul Kivits, verbonden aan opleiding Hotelmanagement, NHTV.

Heeft u het congres niet bezocht? Dan kunt u het alsnog meemaken op: <http://www.kenniscentrumtoerisme.nl/nl/congreswellness>. •



Een handige tool om dit te verwezenlijken is het boek 'Vitaliteit en wellness' van Marlies Sobczak-Boumans, die tijdens het congres gepresenteerd werd. Het boek is het eerste complete werk over de branche en behandelt in vijftien hoofdstukken alle facetten gericht op de bedrijfsvoering van een wellnesscentrum. In het boek komen ook diverse inhoudelijke aspecten van wellness aan de orde, zoals het gebruik van water als medicijn, sport- en fitnessprogramma's, gezond

eten, kuurvakanties, behandelingen en ontspanningstherapieën. Het eerste exemplaar van 'Vitaliteit en Wellness' is tijdens het congres overhandigd aan Hans Uiterwijk, voorzitter van college van bestuur van NHTV. Sobczak: "Het boek is de eerste druppel. Het is een aanzet tot alle goede dingen die in ontwikkeling zijn". Alle aanwezigen hebben bij het verlaten van het congres tevens een exemplaar van 'Vitaliteit en Wellness' meegekregen.