

# **Preventieve Wellness, ook in Nederland**

Innovatieve concepten voor wellnesscentra

## **Programmavoorstel RAAK - Internationaal 2010 -**

December 2010

### **Consortium Partners**

SpaZuiver Amsterdam (SZ)  
Thermen & Beautygroep (TB)  
Sauna Houten (SH)  
Sauna Van Egmond (SVE)  
Thermen en Beautygroup Anholts (TBA)  
Centre du Lac (CL)  
Excercise Connexion Europe(ECE)  
Living Well® SPA & Wellness Group (LW)  
Hidden Profits (HP)  
Total Wellness (TW)  
Dutch Spa & Wellness Association (DSWA)  
Wellness Stars (WS)  
Healing Hotels of The World (HHW)  
University of Eastern Finland (UEF)  
Hogeschool Inholland (INH)

m.m.v. Achmea Health Centers en Pré Health (AM)

# Inhoud

Samenvatting.....	
1. Inleiding.....	4
2. Vraagarticulatie .....	6
3. Netwerkvorming .....	8
4. Onderzoek en Kennisverhoging.....	10
5. Kenniscirculatie .....	13
6. Duurzaamheid.....	14
7. Disseminatie en communicatie .....	15
8. Monitoring en Evaluatie.....	16
9. Projectmanagement.....	17
10. Projectorganisatie.....	18

## BIJLAGEN

Bijlage 1 D en E  
Bijlage 2A Penvoerder  
Bijlage 2 Consortiumpartners en Buitenlandse Consortiumpartners  
Bijlage 3 Activiteitenplan  
Bijlage 4 Begroting  
Bijlage 5 Projectresultaten  
Bijlage 6 Duurzaamheid  
Bijlage 7 CV's projectmedewerkers

## 0. Samenvatting

Wellness kan worden beschouwd als een wereldwijde, brede maatschappelijke verandering die staat voor het gegeven dat steeds meer mensen zelfverantwoordelijkheid nemen, ten aanzien van hun gezondheid en welbevinden. Er is een verschuiving gaande van curatieve naar preventieve zorg. Een reflectie hiervan is óók zichtbaar in het vrijetijdsaanbod waarbij we spreken over: preventieve wellness. Onder preventieve wellness worden leefstijlprogramma's gericht op het gezond blijven in wellnesscentra verstaan. In Nederland bieden wellnesscentra geen totaalconcepten aan die hierop zijn gericht. Terwijl de Nederlandse consument hier wel behoefte aan heeft en hiertoe wordt gestimuleerd vanuit de overheid en zorgverzekeraars. Een veranderende vraag onder Nederlandse consumenten is gesignaleerd door de mkb-ondernemers uit de wellnessbranche. Zij willen hierop inspelen door het **ontwikkelen van innovatieve preventieve wellnessconcepten in Nederlandse wellnesscentra**. Landen als Duitsland en Oostenrijk (wellnessgidslanden) hebben reeds de muren tussen cure, care en wellness weten te slechten. De mkb'ers vroegen naar kennis en inzicht van hun succesfactoren.

### **Consortium Partners**

Nederlandse mkb-ondernemingen: SpaZuiver (Amsterdam), vanuit de Thermen & Beautygroup zijn dat: Sauna van Egmond (Haarlem), Centre du Lac (Pijnacker), Thermen en Beauty Anhorn en Houten Sauna. Wellness en media: Hidden Profits, Living Well en Total Wellness. Wellness en gezondheidseffectmetingen: Exercice Connexion Europe. Brancheorganisatie Dutch Spa & Wellness Association is betrokken. Preventieve wellnessaanbieders (ketens van elk met meer dan 60 aangesloten wellnesscentra) Wellness Stars en Healing Hotels of the World. Er zijn twee kennisinstellingen: de Eastern University of Finland (EUF) en Hogeschool Inholland. De EUF heeft jarenlang onderzoeks- en projectervaring vanuit Nordic Wellbeing, waarbij wellnessondernemers om ondersteuning vroegen bij het zoeken naar innovatieve concepten. Gezamenlijk hebben zij een strategische visie ontwikkeld voor de Finse wellnessmarkt. Hogeschool Inholland verzorgt sinds 2005 onderwijs over en onderzoek naar wellness vanuit de vrijetijdsstudies in het lectoraat City Marketing & Leisure Management en de minor Sports, Wellness & Lifestyle. Vernieuwend in dit programma is de multidisciplinaire samenwerking met de gezondheids- en ondernemersstudies van Hogeschool Inholland.

### **Projectdoelstellingen**

(1) Het ontwikkelen van innovatieve preventieve wellnessconcepten voor wellnesscentra, vooralsnog, op drie terreinen, te weten: leefstijlcoaching, watertherapie en healthy-ageing; (2) deskundigheidsbevordering van mkb-ondernemers uit de wellnessbranche; (3) het bijdragen aan de ontwikkeling van een multidisciplinaire minor Preventief Wellnessmanagement; (4) kennisuitwisseling en mobiliteit genereren tussen kennisinstellingen, mkb-ers in de wellnessbranche in binnen- en buitenland.

### **Vraagstelling & Onderzoek**

Centrale onderzoeksvraag is: *“In hoeverre kunnen kennis, ervaringen en preventieve wellnessconcepten uit wellnessgidslanden op innovatieve wijze worden toegepast in Nederlandse wellnesscentra?”*

Ter beantwoording van de onderzoeksvraag wordt een mix van kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden ingezet. Naast sociaal-wetenschappelijk onderzoek, zullen preventieve wellnessvormen met behulp van Evidence Based Research op hun doelmatigheid worden onderzocht. Tijdens de buitenlandse veldonderzoeksreis zal kennis en inzicht worden opgedaan dankzij (participerende) observaties, interviews en masterclasses.

**Kenniscirculatie** vindt plaats dankzij: presentaties & intervisiebijeenkomsten, masterclasses & trainingen, een digitale omgeving, videoconferencing, gastcolleges door het mkb & overig onderwijs.

**Duurzaam beoogde projectresultaten:** de prominente projectresultaten zijn:

- a. Het handboek preventief wellnessmanagement
- b. PMC's voor preventieve wellnessconcepten in Nederland

**Disseminatie** vindt plaats richting zowel de wellnessbranche als de academische wereld. Het RAAKprogramma wordt afgesloten met de organisatie van een congres.

**Het projectmanagement** wordt uitgevoerd door een stuurgroep, kwaliteitscomité, project team en projectondersteuner.

# 1. Inleiding

*Bij een gezonde levensstijl zijn voeding, lichamelijke gesteldheid en geestelijk welzijn in balans. Ontwikkelingen zoals de vergrijzing, de toenemende welvaart, bewustwording van de consument, vooruitgang in wetenschappelijk onderzoek en de verstedelijking, vormen de drijvende kracht achter de trend van wellness [healthy living]. Door de toenemende aandacht naar gezondheid zal de vraag naar allerlei gezondheidsproducten- en diensten toenemen'.*

## Wat is wellness?

Wellness kan worden beschouwd als een wereldwijde, brede maatschappelijke verandering die staat voor het gegeven dat steeds meer mensen zelfverantwoordelijkheid nemen, ten aanzien van hun gezondheid en welbevinden. Uit het eerste mondiale wellnessonderzoek *Spas and the Global Wellness Market (2010)* blijkt dat het hier een grote industrie betreft: "Drie megatrends waarborgen dan ook de continue groei in de vraag naar wellness, te weten: (1) een ouder wordende wereldpopulatie, (2) een falend en uit elkaar vallend gezondheidszorgsysteem, waarbij consumenten, medici, zorgverzekeraars en overheden zoeken naar de meest efficiënte alternatieven in de zorg. Hierbij vindt een verschuiving plaats van curatieve naar preventieve zorg en (3) een toenemende mondialisering waarin consumenten steeds beter op de hoogte zijn van diverse soorten van gezondheidsbehandelingen. De consument wordt overladen met informatie over wellness door het internet, eigen reiservaringen en door media-iconen zoals Oprah Winfrey, Jamie Oliver en Deepak Chopra."

In de geïndustrialiseerde wereld, zo vermeldt het rapport, tellen we 289 miljoen 'wellnessers'. In het verlengde daarvan is het niet verwonderlijk dat er binnen de **vrijtijdsmanagement en gezondheidsstudies** steeds meer aandacht uitgaat naar het fenomeen wellness. "Het bezoeken van spas wordt steeds meer een levensstijl.", (IRIS 2008). In Europa staan een aantal landen bekend als wellnessgidslanden. Het zijn landen die de muren tussen *cure*, *care* en *wellness* geslecht hebben. Cure en care komen vanuit de gezondheidszorg, wellness veeleer vanuit de recreatieve sector. Alle drie behelzen ze aspecten van wellbeing. "Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland gelden als bakermat van specifieke wellnessconcepten. In de kuuroorden is een basis gelegd voor preventieve gezondheidszorg door voorlichting te combineren met meerdaagse arrangementen<sup>2</sup>". Kortom, landen met een kuurcultuur waarbij de preventieve en curatieve werking van diverse behandelingsmethoden door zorgverzekeraars (deels) vergoed worden.

## Aanleiding: preventie aanbieden in Nederlandse wellnesscentra

Nederland heeft weliswaar een historie van badhuizen, maar kent niet echt een traditie op het gebied van kuren en preventieve gezondheidszorg. Het aanbieden van

### Definitie wellness:

a) multi-dimensionaal en holistisch, gericht op: het lichaam, de geest, de ziel en de sociale omgeving,  
b) complementair en proactief, niet alleen ter behandeling van ziekte, maar, belangrijker nog, gericht op het voorkomen van ziekte en het verbeteren van de kwaliteit van leven, een verschuiving van curatief naar preventief,  
c) gestuurd door de vraagzijde, waarbij wordt uitgegaan van de keuzevrijheid van de consument en niet zo zeer van de behoeften van een 'patiënt'. Uit: *Spas and the Global Wellness Market (2010)*

**Wellnessaanbod:** Het loopt uiteen van sauna's, gezonde voeding, massages, vitality coaching, schoonheidsbehandelingen, detox tot yoga.

### Preventieve Wellness:

Leefstijlprogramma's gericht op gezond blijven, aangeboden in een wellnesscentrum.

**Leisure Wellness:** aanbod in wellnesscentra dat gericht is op recreatie en niet op preventie.

**Vrijtijdsmanagement:** het initiëren, creëren en vermarkten van producten en diensten binnen de vrijetijdsector. Er is sprake van een toenemende transsectoraliteit binnen de leisuresector, zoals met de gezondheidszorgsector.

<sup>1</sup> Gezond en Lang Leven (2008), IRIS Research

<sup>2</sup> Nationaal Wellnessonderzoek 2008, Monitor Groep (2008)

wellnesstotaalconcepten is dan ook zeldzaam.[...]In Nederland zijn circa 60 grotere wellnesscentra, thermen en sauna's<sup>3</sup>. Wellnesscentra in Nederland worden groter en bieden steeds meer voorzieningen." Maar een uitgebreid aanbod van preventieve wellness, dat gericht is op leefstijlbevordering *binnen wellnesscentra*, ontbreekt. En dat terwijl steeds duidelijker wordt dat: "Een druk leven met stress en irritaties, slechte eetgewoonten, te weinig beweging kan leiden (op latere leeftijd) tot allerlei welvaartsziektes. Dat blijkt voor een groeiende groep Nederlanders de realiteit van dit moment". Uit het nationale onderzoek van het GfK-Panel (2008) komt naar voren dat 1 op de 3 Nederlanders naar wellnesscentra gaan, namelijk: 35% van de vrouwen, tegen 25% van de mannen<sup>4</sup>. "Alles wat te maken heeft met ontspanning, genot en een goed gevoel, met andere woorden: wellness, wint sterk aan populariteit. De vergrijzing en de verslechterde gezondheid door drukke levensstijlen hebben baat bij doelgerichte preventie behandelingen.", aldus blijkt uit de publicatie *Cijfers & Trends over de wellnessbranche in Nederland van de Rabobank (2008)*. De discussienota *Zorg voor je gezondheid!* (2010) van de Raad voor de Volksgezondheid en Zorg refereert eveneens aan deze ontwikkelingen: "Mensen kloppen niet in de eerste plaats aan om zorg bij ziekte. Zij willen gezond blijven. Zij willen meedoen in de samenleving. Dat betekent een ander aanbod". Deze veranderende vraag onder Nederlandse consumenten is gesignaleerd door de mkb-ondernemers uit de wellnessbranche en zij willen hierop inspelen door het ontwikkelen van innovatieve preventieve wellnessconcepten in Nederlandse wellnesscentra.

### **Betrokken projectpartners**

In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op de achtergronden van de partners en netwerkvorming. Hier kort op een rij; Nederlandse mkb-ondernemingen: SpaZuiver (Amsterdam) en vanuit de Thermes & Beautygroep zijn dat: Sauna van Egmond (Haarlem), Centre du Lac (Pijnacker), Thermes en Beauty Anhorn en Houten Sauna. Wellness en media: Hidden Profits, Living Well en Total Wellness. Wellness en gezondheidseffectmetingen: Exercice Connexion Europe. Als brancheorganisatie is de Dutch Spa & Wellness Association betrokken. Gezien het feit dat wellnesscentra in Duitsland en Oostenrijk voorlopen op het gebied van het koppelen van preventie aan leisure wellness, zijn er uit deze twee landen Wellness Stars en Healing Hotels of the World verbonden aan het programma. Er zijn twee kennisinstellingen, te weten: de Eastern University of Finland (EUF) en Hogeschool Inholland. De EUF heeft jarenlang onderzoeks- en projectervaring vanuit Nordic Wellbeing, waarbij wellnessondernemers eveneens om ondersteuning bij het zoeken naar innovatieve concepten vroegen en gezamenlijk een strategische visie hebben ontwikkeld voor de Finse wellnessmarkt. Hogeschool Inholland verzorgt sinds 2005 onderwijs over en onderzoek naar wellness vanuit de vrijetijdsstudies in het lectoraat City Marketing & Leisure Management en de minor Sports, Wellness & Lifestyle. Vernieuwend in dit programma is de samenwerking met de gezondheids- en ondernemersstudies van Hogeschool Inholland.

### **Projectdoelstelling en verwachte resultaten**

Het project heeft tot doel het ontwikkelen en versterken van preventieve wellness in Nederland door een bijdrage te leveren aan: (1) Het ontwikkelen van innovatieve preventieve wellnessconcepten voor wellnesscentra, voornamelijk, op drie terreinen, te weten: leefstijlcoaching, watertherapie en healthy-aging; (2) deskundigheidsbevordering van mkb-ondernemers uit de wellnessbranche; (3) het bijdragen aan de ontwikkeling van een multidisciplinaire minor Preventief Wellnessmanagement; (4) kennisuitwisseling en mobiliteit genereren tussen kennisinstellingen, mkb-ers in de wellnessbranche in binnen- en buitenland.

### **Motivatie keuze voor de inzet RAAK gelden**

Door de opzet van het Raak project, waarin met diverse organisaties zoals; mkb-ondernemingen, de branchevereniging en buitenlandse organisaties samengewerkt dient te worden, is het consortium breder en sterker geworden. Het heeft een nu al bindend effect gegenereerd en vormt een stimulans om daadwerkelijk tot het starten van het project over te gaan. De mobiliteitsdoelstellingen van RAAK-Internationaal sluiten goed aan op de mobiliteitsactiviteiten binnen dit wellnessproject. Mkb'ers, studenten en research fellows zullen hierdoor kennis- en ervaringen op kunnen doen in en met het buitenland. Wellness is een aantrekkelijk "jonge" branche, die het laatste decennium sterk is uitgebreid en nu nog steeds groeit. Onderzoek voor de Nederlandse wellnessbranche is nog beperkt te noemen, door RAAK-gelden kan Inholland haar **kennispositie** op dit thema versterken.

<sup>3</sup> Nationaal Wellnessonderzoek 2008, Monitor Groep (2008)

<sup>4</sup> Wellness in Nederland, GfK Panel, NRIT Media (2008)

## 2. Vraagarticulatie, initiële vraagstelling, doelstelling

*In hoeverre kunnen kennis, ervaringen en preventieve wellnessconcepten uit wellnessgidslanden op innovatieve wijze worden toegepast in Nederlandse wellnesscentra?*

Hieronder wordt uiteengezet hoe tot deze centrale onderzoeksvraag is gekomen. In hoofdstuk 4 wordt de centrale onderzoeksvraag onderverdeeld in deelvragen.

### Succesfactoren uit wellnessgidslanden

Nederland ondervindt sinds een jaar of tien een wellness explosie, maar hoe ervaren de ondernemers en klanten het bestaande aanbod eigenlijk? Uit recente expertmeetings met betrokken wellness mkb'ers<sup>5</sup> werd te kennen gegeven dat de kwaliteit van het wellnesaanbod in Nederland ondermaats is en te weinig aansluit op de veranderende vraag. Zij hebben behoefte aan nieuwe concepten. Meer inzicht in de succesfactoren en het aanbod uit wellnessgidslanden werd hierbij als onmisbaar genoemd. Nederlandse wellness mkb'ers vragen om praktijkgerichte kennis en **best practices** op het gebied van productinnovatie, management, hospitality, HRM/onderwijs en verantwoorde bedrijfsvoering. De voorzitter van de Thermen & Beautygroup Nederland geeft daarbij aan, dat het van belang is dat de wellnesscentra gezamenlijk lobbyen en een serieuze gesprekspartner vormen voor de Nederlandse zorgverzekeraars. Doel is dat er concepten komen die opgenomen kunnen worden in verzekeringspakketten.

### Innovatie: Preventieve wellness

De Nederlandse mkb'ers beseffen welke sleutelrol preventieve wellness kan spelen bij de gezondheidsbevordering van de Nederlandse bevolking. De wellnessbranche werkt vraaggestuurd, maar bezit momenteel te weinig kennis over wat de klant precies aanspreekt op het gebied van preventieve wellness. Wil de branche zich in de toekomst kunnen profileren met innovatieve producten en diensten op het gebied van preventieve wellness, dan impliceert dit over de gehele linie dat er een professionaliseringsslag gemaakt moet worden in het Nederlandse wellnessmanagement.

### Behoeft aan wellnessprofessionals

Gekwalificeerd personeel is steeds **moelijker** te krijgen binnen de wellnessbranche<sup>6</sup>. Volgens het CBS is het aantal medewerkers tussen 2001 en 2006 met 78% toegenomen. In grote wellnesscentra werken gemiddeld 58 medewerkers, het totaal aantal medewerkers werd in 2008 op 20.000 geschat: 'Het werken in een wellnessomgeving vraagt iets specifiek. Het vraagt vooral een dienstbare instelling, gemakkelijk kunnen omgaan met mensen, aandacht en rust kunnen geven.[...] In de wellnessbedrijven werken vooral mensen met een horeca-, fitness- of uiterlijke verzorgingsachtergrond. Het bedrijfsleven ervaart dat jonge mensen uit een beroepsopleiding op veel punten behoorlijk moeten bijleren in de praktijk. Dat geldt zeker ook voor commerciële vaardigheden.'<sup>7</sup>

Een groot gedeelte van het uitvoerende personeel in de wellnessbranche heeft een (deel)opleiding op mbo-niveau gevolgd, variërend van schoonheidsspecialist, saunameester, wellnesscoach, leefstijltrainer tot sportbegeleider. Veelal is er sprake van learning on the job, regelmatig binnen de context van een familiebedrijf. Beroepen als masseur, yogadocent of personal fitnessinstructeur zijn onbeschermd en betreffen over het algemeen particuliere opleidingen. Voor deze beoefenaren bestaan wél beroepsverenigingen die uitgangspunten formuleren over het gewenste aantal

Vanuit de **vraagarticulatie** wordt duidelijk dat er in Nederland behoefte is aan praktische en academische kennis van:

- 1) Preventieve wellness producten
- 2) Wellnessmanagementtools

Doelstelling: het maken van een professionaliseringsslag, door het ontwikkelen van PMC's voor preventieve wellnessconcepten.

Meer in het bijzonder worden producten/diensten ontwikkeld op het gebied van: **leefstijlcoaching, watertherapieën en healthy-agingpakketten** die binnen twee à drie jaar in te zetten zijn bij de aangesloten wellnesscentra van dit programma.

<sup>5</sup> 23 Augustus 2010, 1-3 September TTRA conferentie Health & Wellness, 8 September 2010, 11 November 2010.

<sup>6</sup> Rabobank Cijfers & Trends, 32e jaargang, juli 2008

<sup>7</sup> Nationaal Wellnessonderzoek 2008 – Markt en beroepsverkenning, Monitor Groep (2008) – en aangegeven door Dirk Jan Meijer en Marc Sanders tijdens de expertmeetings zie voetnoot 5.

opleidingsuren, bijscholing en omgangsvormen met de klant. Sommige beroeps-of brancheverenigingen hebben een eigen keurmerk ontwikkeld of zijn hier mee bezig, zoals de Dutch Spa and Wellness Association. Met de groeiende vraag naar kwalitatief hoogwaardige leisurevoorzieningen, stijgt eveneens de behoefte aan goed geschoold personeel dat kan opereren in een dergelijke werkomgeving. Professionals die zowel kennis hebben van het menselijk lichaam, (holistische) behandelingen, management, het creëren van vrijetijdsbelevissen, marketing, maatschappelijk verantwoord ondernemen en op de hoogte zijn van de laatste trends in deze, zich snel ontwikkelende, sector. Op **hbo-niveau** is het aantal opleidingen dat aandacht geeft aan wellnessmanagement vanuit de vrijetijds-en gezondheidsstudies (zeer) beperkt te noemen. Sinds 2005 is Hogeschool Inholland, gestart met het uitvoeren van diverse onderzoeken, het verzorgen van presentaties en publicaties op het gebied van wellness, vanuit het Lectoraat City Marketing & Leisure Management, de minor Sports, Wellness & Lifestyle (Vrijetijdsmanagement), Amsterdams Ondernemen en de cursus Studeren met gevoel.<sup>8</sup> Aan de Hogeschool Zeeland is het vanaf september 2009 mogelijk een vierjarige opleiding Vitaliteitsmanagement en Toerisme te volgen.

### **Vraagsturing vanuit de partners**

In de planning van het programma is op verscheidene momenten tijd ingeruimd voor de partners om tussentijdse feedback te kunnen geven op de (deel)resultaten. De partners worden frequent gevraagd input te leveren op de voortgang van het project. Enerzijds staat een digitale omgeving tot ieders beschikking waar ieder actief aanbijdraagt. Anderzijds vindt er elk half jaar een presentatie plaats waar alle partners bij aanwezig zijn. Het volgen van masterclasses staat op het programma van het buitenlandse veldonderzoek naar Duitsland en Oostenrijk. De inhoud van deze masterclasses wordt afgestemd op de wensen van de Nederlandse mkb'ers. De partners staan in nauw contact met de coördinatoren van de projectactiviteiten, waardoor een continue wederzijdse afstemming wordt gewaarborgd. In hoofdstuk 4 worden de onderzoeksfases gedetailleerd uiteengezet.

---

<sup>8</sup> Lectoraat: *Wellness in Amsterdam Noord* (2008), *Concepten voor 1012* (2009), presentatie conferentie Wellness ATLAS (2005, 2007, 2009), vanuit de Minor SWL, oa: *Wellness Experience* (2007) ism Senselab, *Wellness in de UK* (2008) en *Yogareizen* (2009) ism PuurenKuur, *Klantanalyse voor Spazuiver* (2009 en 2010), *Actieve wellness in Finland* (2008), Vanuit Vrijetijdsmanagement: *The growing Dutch Yoga community*, R. Gerritsma, *Health and Wellness Tourism*, (2009), Elsevier, M. Smith & L. Puckzo, afstudeerrapporten oa: *Wellnesscentrum* (2009), R. Haaxman Amsterdams Ondernemen en *Detoxen in Oost-Europa* (2010) P. Zwart en *Ayurveda in Duitsland* (2010) S. Schüller ism PuurenKuur.

### 3. Netwerkvorming

Nederland kent momenteel met name recreatieve vormen van wellness. (Inter)nationale ontwikkelingen in de gezondheidszorg en leisuresector, wijzen echter op een markt voor *preventieve* wellness. In Nederland is 2012 reeds aangewezen als het jaar van Healthy Ageing.

Vertrekpunt bij de samenstelling van het netwerk ligt bij de vraag van Nederlandse **wellness mkb'ers** (zie kader) en hun overkoepelende brancheorganisatie, de **Dutch Spa & Wellness Association**, naar preventieve wellness-concepten en het managen hiervan. Vervolgens is gezocht naar partners die beschikken over de benodigde praktische én academische kennis. Binnen het consortium heeft ieder zijn inbreng. Gezamenlijk is de ambitie uitgesproken om te komen tot innovatieve preventieve wellnessconcepten voor wellnesscentra waarbij kennisdeling en -verspreiding een centrale plek inneemt.

De mkb-onderneming **Excercise Connexion Europe (ECE)** is gespecialiseerd in innovatie en scholing van preventie programma's vanuit de inspanningsfysiologie en de gezondheidswetenschappen. In verband met de effectmetingen van de beoogde preventieve wellnessconcepten, zal ECE methodologische borging verschaffen en bestaande kennis inbrengen. De effectmetingen zullen plaatsvinden in de Achmea Health Centres. Hogeschool Inholland heeft sinds 1 januari 2010 een convenant afgesloten met Achmea waardoor samenwerking en kennisuitwisseling zijn gegarandeerd.

Uit de wellnessgidslanden, zijn partners uit Duitsland en Oostenrijk betrokken. De ketens **Wellness Stars** en **Healing Hotels of the World** zijn bereid om in de vorm van masterclasses en werkveldbezoeken hun (onderzoeks)kennis te delen en een uitwisseling met Nederlandse mkb'ers aan te gaan. Het zijn partners die zich in de wereld van wellness hebben bewezen als toonaangevende kenners op het gebied van preventieve en leisure wellness en keurmerkontwikkeling.

De Finse kennisinstelling, **University of Eastern Finland (UEF)**<sup>9</sup> biedt meerdere aanknopingspunten om in dit programma te zijn. Ten eerste heeft de UEF als speerpunt het onderzoeksprogramma: Health and Wellbeing. Afgelopen drie jaar vervulde de UEF de projectleidersrol in het Nordic Wellbeing programma dat als doel had een nieuwe wellnessstrategie voor Finland te ontwikkelen. Dit heeft ze gedaan samen met ondernemers, gemeenten, de welzijnssector en het Fins Toerismebureau. Ten tweede is de UEF gespecialiseerd in het doorlichten van het aanbod, het formuleren van klantprofielen (lopend promotieonderzoek) en wellnessstrategieën. Ten derde beschikt de UEF over een groot internationaal wellnessnetwerk. Zo zal zij de Innsbruck Universiteit uit

#### Consortium Partners

*\*MKB partners Wellnesscentra:* 1) **Sauna van Egmond** (Haarlem), 2) **Centre du Lac** (Pijnacker), 3) **Thermen en Beauty Anholts** 4) **Houten Sauna** en 5) **SpaZuiver** (Amsterdam) (**SZ**)

*\*MKB- wellness effectmeting:* 6) **Excercise Connexion Europe (ECE)** innovatie en scholing van preventie programma's vanuit inspanningsfysiologie en gezondheids-wetenschappen. M.m.v. Achmea Health Centres.

*\*MKB – wellnessmedia en marketing:* 7) **Living Well@ SPA & Wellness Group (LW)**: wellness marketing en ontwikkelen van wellness (business)concepten, 8) **Hidden Profits (HP)**: wellbeing marketing en 9) **Total Wellness (TW)**: vakblad.

*\*Branche partners:* 10) **Dutch Spa & Wellness Association (DSWA)**: Stichting van drie brancheorganisaties: Algemene Nederlandse Branche Organisatie Schoonheidsverzorging, Koninklijke Horeca Nederland en vereniging recreatieondernemers. 11) **Thermen & Beauty Group Nederland (TBGN)**: 12 zelfstandige luxe thermencentra door heel Nederland: Born-Sittard, Haarlem, Houten, Oldenzaal, Oss, Pijnacker, Schoonebeek, Son, Tilburg, Roosendaal, Weesp en Zevenhuizen (Gr.).

*\*Buitenlandse wellnesspartners:* 12) **Wellness Stars (WS)**: Organisatie die de Europese keurmerken Wellness Stars en Medical wellness heeft ontwikkeld en toekent aan thermen, (city)spas, hotels met spa en wellnessfaciliteiten in Duitsland, Zwitserland, Oostenrijk en Italië. In 2010 waren 20 Thermale Spa's aangesloten, 70 hotels en 9 medische spa's. En 13) **Healing Hotels of The World (HHW)**: Keten van meer dan 50 hotels, retreats en resorts die holistische gezondheids-programma's aanbieden in een luxe omgeving. Het hoofdkantoor is in Duitsland, aangesloten partners zijn vertegenwoordigd in alle werelddelen.

#### Kennisinstellingen

14) **University of Eastern Finland (UEF)**: Finse Universiteit met 14.000 studenten en 2.900 medewerkers, Health and Wellbeing is hun onderzoeksgebied. 15) **Hogeschool Inholland (INH)**: Hogeschool gelegen in de Randstad. Betrokken zijn: Lectoraat City Marketing & Leisure Management, Domein Marketing, Toerisme en Vrijtijdsmanagement, Domein Gezondheid, Sport en Welzijn en Amsterdams Ondernemen. Inholland heeft 34.000 studenten en 3.000 medewerkers.

<sup>9</sup> Lijst van publicaties omtrent Nordic Wellbeing, zie de c.v.'s in de bijlage.

Oostenrijk betrekken tijdens het buitenlandse veldonderzoek van dit programma. De UEF wil deelnemen aan dit programma aangezien zij geïnteresseerd is in wellness cases uit West-Europa (benchmarking) en wil netwerken met partners uit zowel het werkveld als andere kennisinstellingen. De UEF en de Hogeschool Inholland zijn beiden lid van de Special Interest Group Wellness van de internationale Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS). In het voorjaar 2011 organiseert de UEF de jaarlijkse Wellness conferentie voor ATLAS.

**Living Well** (ontwikkeling wellness businessconcepten), **Hidden Profits** (wellbeing marketing) en **Total Wellness** (vakblad) hebben grotendeels de taak om te zorgen voor een verspreiding van opgedane inzichten onder de wellness mkb'ers.

### **Strategische doelstelling en internationale positionering**

Als HBO instelling leidt **Hogeschool Inholland** op voor de arbeidsmarkt en is de band met bedrijven en instellingen van groot belang om op de hoogte te blijven van de steeds veranderende behoeftes op de arbeidsmarkt. Deze arbeidsmarkt is zowel nationaal als internationaal. Om toekomstige medewerkers en ondernemers zo goed mogelijk op te leiden stelt het Inholland Instellingsplan 2010-2016, dat elke student een internationale cross culturele competencies dient te hebben. Om dit ook daadwerkelijk in te kunnen vullen heeft Inholland sterke banden met buitenlandse kennisinstellingen (o.a. double degrees) en bedrijven (stages).

Het **Lectoraat City Marketing en Leisure Management** van de Hogeschool Inholland heeft drie andere onderdelen van de organisatie bij het project betrokken, zodat multidisciplinair wordt samengewerkt. Het betreffen hier het domein Marketing, Toerisme en Vrijtijdsmanagement (opleidingen), het domein Gezondheid, Sport en Welzijn (opleidingen) en Amsterdams Ondernemen (incubator center voor jonge student ondernemers).

Het lectoraat houdt zich sinds 2007 bezig met onderzoek naar de aantrekkelijkheid – Quality of Life – van woon-en leefmilieus. Het gaat hierbij niet alleen om de inrichting van het gebied, maar ook om vrijetijdsactiviteiten die daar plaatsvinden en welke stakeholders daar in te onderscheiden zijn. In de huidige trend van functiemenging wordt gestreefd naar een evenwicht tussen wonen, werken en recreëren. Wellness vormt hierbij één van de vrijetijdsvormen die in stedelijke gebieden steeds vaker wordt gesignaleerd en wordt ingezet bij te ontwikkelen gebieden. Het lectoraat past conceptontwikkelingstechnieken toe uit de vrijetijdsstudies die gericht zijn op het creëren van waardevolle belevenissen. De lector is Raad van Toezichtlid van de RECRON, een netwerk van ondernemers waarbij de wellnessbranche één van de aangesloten leden is.

### **Borging duurzaamheid netwerkvorming**

Het consortium bestaat uit zowel bestaande als nieuwe partners van Hogeschool Inholland. Door hen bijeen te brengen vindt versterking van het netwerk plaats. Samenwerking vindt plaats op het gebied van onderzoek, opleiden en praktijk-en academische kennisdeling, waardoor er een levendige uitwisseling ontstaat tussen alle betrokken partijen op het gebied van competenties inbrengen en inzichten opdoen. Dit maakt het voor alle consortiumleden interessant om ook in de toekomst onderdeel van het netwerk uit te blijven maken. Afgelopen maanden is vanuit meerdere partijen interesse getoond voor dit programma, op grond daarvan is het aannemelijk dat het netwerk zal blijven groeien en duurzaam verankerd wordt.

## 4. Onderzoek en kennisverhoging

Het lectoraat City Marketing en Leisure Management heeft op het gebied van wellness een tweetal projecten uitgevoerd. Voor de Gemeente Amsterdam waren dat: *Stad, Noord, Economie en Wellness - analyse van de mogelijkheden voor wellnessontwikkeling in Amsterdam-Noord*, (2008), J. Gadet en A. Lombarts m.m.v. R. Gerritsma en *Van exploitatie naar exploratie – concepten voor 1012* (2009), A. Lombarts, J. Vork, P. Collin en R. Gerritsma. In 2010 heeft R. Gerritsma (research fellow) de visie, *Urban Zen*, gepresenteerd over stedelijke vormen van wellness tijdens de “Health, Wellness and Tourism – healthy tourists, healthy business?” conferentie in Budapest. De conferentie was georganiseerd door de Tourism and Travel Research Association (TTRA). Er bestaat nog geen sociaal-wetenschappelijk boek over wellness in Nederland. Het GfK-panel services Benelux heeft in 2008 een onderzoek onder Nederlanders en hun wellnessgebruik uitgevoerd voor wellnesscentra en hoe zij hun marktpotentieel kunnen waarborgen. De Monitor Groep heeft eveneens in 2008 een Markt- en beroepenverkenning geschreven.

Doel van dit RAAKprogramma is het uitvoeren van onderzoek, delen en verspreiden van kennis en het ontwikkelen van preventieve wellnessconcepten die passen bij de ambities van een zich professionaliserende Nederlandse wellnessmarkt. Kennis en ervaring van omliggende landen als Duitsland, Oostenrijk en Finland zullen worden gepresenteerd en worden geanalyseerd op bruikbaarheid voor Nederland. De consument zal eveneens betrokken worden bij dit onderzoek omdat diens wensen en behoeften essentieel zijn. Inzicht in de (beleefde) effectiviteit van wellness vergroot de geloofwaardigheid van het aan te bieden product. Daarom zullen enkele preventieve wellnessvormen op grond van Evidence Based Research, dat is een mix van kwantitatieve onderzoeksmethoden, doorgelicht worden. Het onderzoeks- en ontwikkelprogramma is innovatief omdat er wordt gewerkt aan het vernieuwen van producten, diensten en services voor wellnesscentra. Nieuwe product-markt-combinaties worden ontwikkeld.

Ter beantwoording van de onderzoeksvraag wordt een mix van kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden ingezet, welke hieronder per fase worden toegelicht.

### Fasering en uitvoering van het programma

Het onderzoeksproject valt uiteen in vier fasen, elk fase duurt 6 maanden.

#### **Fase 1: Inventarisatie aanbod (preventieve) wellness in Nederland (deelvragen 1 en 2. Aan deelvraag 2 wordt in meerdere fasen gewerkt)**

Het project begint met een nulmeting/inventarisatie van het wellness aanbod in Nederland en de kennis- en scholingsbehoeften van de wellness mkb' ers. Het onderzoek, literatuurstudie en interviews, wordt uitgevoerd door research fellows en studenten van het domein Marketing, Toerisme en Vrijtidsmanagement en Amstedams Ondernemen. Tevens wordt een aanvang gemaakt met het

### Centrale onderzoeksvraag en deelvragen

*In hoeverre kunnen kennis, ervaringen en preventieve wellnessconcepten uit wellnessgidslanden op innovatieve wijze worden toegepast in Nederlandse wellnesscentra?*

De volgende **deelvragen** komen daarbij aan bod:

- 1) Waaruit bestaat het huidige aanbod van preventieve wellness in Nederland?
- 2) Welke meetbare effecten hebben preventieve wellnessvormen ten behoeve van de bevordering van een gezonde leefstijl?
- 3) Welke succesfactoren komen naar voren uit het wellnessmanagement van Wellness Stars en Healing Hotels of The World, op het gebied van preventieve wellness en zijn inzetbaar voor de Nederlandse wellnessmanagers?
- 4) Welke behoeften hebben Nederlandse consumenten aan preventieve wellnessconcepten op het gebied van: leefstijlcoaching, watertherapie en healthy-ageing?
- 5) Welke product-markt-combinaties (PMC's) in preventieve wellness zijn in Nederland het meest kansrijk?
- 6) Over welke competenties dient de Nederlandse wellnessmanager te beschikken?

meten van de effecten van preventieve wellnessvormen door studenten en research fellows uit het Domein Gezondheid, Sport en Welzijn. De eerste fase wordt afgerond met een kennisbank en een SWOT-analyse.

De volgende deelactiviteiten horen bij fase 1:

- a) Startbijeenkomst met projectteam, Starterskit wordt opgesteld
- b) Presentatie project Nordic Wellbeing door University of Eastern Finland Verdiepende literatuurverkenning naar het aanbod van (preventieve) wellness in Nederland.
- c) Diepte interviews met wellnessmanagers en deskundigen over de situatie in Nederland en hun kennisbehoefte i.v.m. de studiereis en bijscholing.
- d) Samenstellen SWOT Nederland
- e) Presentatie SWOT-analyse wellness in Nederland, focus op kansen voor preventieve wellnessvormen.
- f) Evidence Based Research naar de effecten van preventieve wellness.

### **Fase 2: Leren van de burens: preventieve wellnessaanbieders in Duitsland en Oostenrijk (deelvraag 3)**

In de tweede fase staat het buitenlandse veldonderzoek centraal. De reis gaat naar innovatieve wellnesscentra in Duitsland en Oostenrijk. Aan het buitenlandse veldonderzoek nemen de partners, circa 6 docenten/research fellows en 3 studenten deel. Het programma wordt op maat samengesteld en dient als onderlegger voor het Visiedocument Preventieve Wellness in Nederland. Hierin worden kaders ten behoeve van een keurmerk en productinnovatieprocessen beschreven. In het visiedocument worden daarbij ook de resultaten van de effectmetingen verwerkt. Research fellows van beide domeinen en Amsterdams Ondernemen zijn hierbij betrokken.

De volgende deelactiviteiten worden uitgevoerd in fase 2:

- a) Programma samenstellen met trainers.
- b) Praktische organisatie van de reis, samenstellen draaiboek.
- c) Buitenlands veldonderzoek
- d) Masterclasses, participerende observaties, rondleidingen verzorgd door Wellness Stars en
- e) Healing Hotels of The World in wellnesscentra in Duitsland en Oostenrijk
- f) Inventarisatie succesfactoren die bruikbaar zijn voor NL onder de deelnemers
- g) Verdere analyse buitenlands veldonderzoek, oa. casestudies en managementmethoden
- h) Visiedocument Preventieve Wellness in Nederland schrijven.
- i) Presentatie Visiedocument Preventieve Wellness in Nederland aan betrokken partners
- j) Inventariseren feed back op visiedocument, eventueel aanpassen van tekst
- k) Handboek Preventief Wellnessmanagement
- l) Resultaten Evidence Based Research naar de effecten van preventieve wellness.

### **Fase 3: Wat wil de Nederlandse wellnessconsument? (deelvraag 4)**

In de derde fase wordt de vraagzijde onder de loep genomen: wat zijn de wensen, ervaren effecten en behoeften van Nederlandse consumenten ten aanzien van de beoogde preventieve wellness producten en diensten die in de tweede fase zijn gepresenteerd? De projectleider en de lector zullen in deze fase naar de University of Eastern Finland gaan en de analysemethode voor de klantprofielen ontwikkelen welke wordt gebruikt voor de Nederlandse situatie. De derde fase wordt afgerond met de presentatie van de klantenprofielen voor de Nederlandse markt. Een projectgroep van 6 studenten van de Minor Sports, Wellness & Lifestyle en drie afstudeerstudenten van het domein Management Toerisme Vrijtijdsmanagement zullen literatuurstudie, enquêtes en interviews uitvoeren, onder begeleiding van en deels uitgevoerd door research fellows. Afstudeerstudenten van het domein Gezondheid, Sport en Welzijn starten Evidence Based Research, dat voortbouwt op die van fase 1.

De volgende activiteiten zullen onder meer deel uitmaken van fase 3:

- a) Klantanalyse: enquêtes en interviews afnemen onder Nederlandse wellnessconsumenten
- b) Ontwikkelen en presenteren klantenprofielen Nederlandse preventieve wellnessconsument
- c) Masterclass klantprofielen
- d) Effectmetingen van preventieve wellnessvormen

#### **Fase 4: PMC's voor Preventieve wellnessconcepten (deelvragen 5 en 6)**

Tijdens de laatste en vierde fase worden de PMC's Preventieve Wellness in Nederland ontwikkeld en gepresenteerd aan Nederlandse wellness mkb'ers, dit zal in de vorm zijn van workshops en trainingen. Zij krijgen hierbij concrete tools aangereikt zodat een professionaliseringsslag in hun wellnesscentrum kan worden bewerkstelligd. Research fellows en studenten van Amsterdams Ondernemen vervullen hierbij onderzoeks-en ontwikkeltaken. Het domein Gezondheid, Sport en Welzijn presenteert de evidence based resultaten. Alle opgedane kennis-en inzichten zijn tevens van waarde bij het ontwikkelen van de minor Preventief Wellnessmanagement. Mede daarom wordt in deze fase ook een antwoord gegeven op de deelvraag: over welke competenties dient de Nederlandse wellnessmanager te beschikken? Research fellows van de domeinen schrijven aan het competentieprofiel van de wellnessmanager.

De volgende activiteiten zullen onder meer deel uitmaken van fase 4:

- a) Ontwikkelen PMC's Preventieve Wellness in Nederland
- b) Samenwerking met UEF mbt samenstellen pmc's
- c) Presenteren PMC's Preventieve Wellness in Nederland
- d) Resultaten Evidence Based Research naar de effecten van preventieve wellness.
- e) Presenteren beroeps-en competentieprofiel wellnessmanager

Gedurende alle fasen vindt er disseminatieactiviteiten plaats, aangeduid als deelactiviteiten die starten met het cijfer "5". In het begin zijn dit met name publicaties in vakbladen en websites, later ook omvangrijkere documenten voor de wellnessbranche en wetenschappelijke publicaties en presentaties en het slot symposium.

## 5. Kenniscirculatie

Om de kenniscirculatie tussen het beroepenveld, onderwijs en onderzoek op gang te brengen wordt gewerkt aan diverse op te leveren (deel)producten. Tijdens de weg hier naartoe, worden meerdere instrumenten daartoe aangewend, zodat informatie actief kan worden uitgewisseld.

### *Presentaties & intervisiebijeenkomsten*

Twee keer per jaar vindt een presentatie plaats waarin de deelproducten worden getoond en toegelicht. In fase 1, is tevens een startbijeenkomst gepland waarbij alle partners aanwezig zijn. Na afloop van de presentaties vindt er intervisie plaats tussen de wellness mkb' ers, studenten, research fellows en de lector. Bij elke presentatie zullen verschillende partners een onderdeel verzorgen, niet alleen de onderzoekers of buitenlandse partners, maar ook de Nederlandse mkb' ers zullen regelmatig vanuit hun dagelijkse praktijk hieraan een bijdrage leveren.

### *Masterclasses & trainingen*

Wellnessmkb' ers, research fellows en studenten, zullen gedurende de looptijd van het project op diverse momenten kennis kunnen opdoen en onderling uitwisselen tijdens masterclasses verzorgd door buitenlandse partners, tijdens de startbijeenkomst en het buitenlands veldonderzoek in Duitsland en Oostenrijk. In de laatste fase worden de PMC's toegelicht, deels aan de hand van trainingen voor de wellness mkb' ers.

### *Digitale omgeving*

De projectvoortgang en de opgeleverde producten zullen voor alle partners te allen tijde te raadplegen zijn. Het internet maakt plaats-en tijd onafhankelijke toegang mogelijk, dat juist in verband met de buitenlandse partners, van belang is. Hogeschool Inholland zal een zogenaamde teamsite hosten en een Linkedingroup openstellen voor alle partners. Per deelnemer wordt bepaald welke schrijf-en zoekrechten worden toegewezen. Na afloop van het project neemt Dutch Spa & Wellness Association (DSWA) de hosting gedeeltelijk over zodat het netwerk blijvend gebruik kan maken van het materiaal.

### *Videoconferencing*

Tijdens elke fase wordt er een videoconference met de buitenlandse partners gepland.

### *Gastcolleges door MKB & overig onderwijs*

De Nederlandse mkb-partners worden uitgenodigd om gastcolleges te geven aan studenten van de minor Sports, Wellness & Lifestyle, bij de opleiding Sport&Bewegen en bij Amsterdams Ondernemen. Studenten zullen via docenten en gastsprekers tijdens colleges, stage- en afstudeerbegeleiding worden gevoed met kennis en worden hiermee uitgedaagd de opgedane kennis te gebruiken tijdens hun onderzoeksprojecten en adviesrapportages. Anderzijds passen docenten de opgedane kennis direct toe in colleges en bij de ontwikkeling van de minor Wellnessmanagement.

Terugkoppeling van kennis naar de hogeschool vindt plaats door actieve deelname van docenten en studenten en door actualisering van het curriculum. Op deze wijze neemt de hogeschool haar plaats in als kennisontwikkelaar, initiator van netwerken en verbindt het de opleiding aan de praktijk. Het lectoraat Citymarketing & Leisure Management biedt met deze RAAKaanvraag de mogelijkheid aan studenten om hier een afstudeeronderzoek aan te koppelen en geeft docenten de tijd om zich bezig te houden met sociaal-wetenschappelijk onderzoek. Het lectoraat heeft de ervaring opgebouwd met het vinden van een vraagstelling voor afstudeerprojecten, die bijdraagt aan de lopende onderzoeksprojecten en toch een individueel onderzoek voor studenten mogelijk maakt (zie voor publicaties: [www.inholland.nl/kenniskringen](http://www.inholland.nl/kenniskringen)). In de huidige aanvraag zou dat betekenen dat circa 18 studenten hun afstudeerproject koppelen aan deze centrale vraag. Het aantal research fellows dat participeert is circa 8.

Studenten en research fellows gebruiken verschillende onderzoeks-en meetmethoden. In wellnessprogramma nemen zij een prominente plaats in. Ze nemen deel aan het verzamelen van informatie en kennis door middel van literatuuronderzoek, interviews met experts en professionals uit de praktijk. Over onderdelen van dit programma zullen studenten hun afstudeerrapport schrijven en research fellow publiceren, onderwijzen en presenteren op congressen. Een ieder neemt daarmee op eigen wijze deel aan de kennisontwikkeling over preventieve wellness in binnen- en buitenland. Het lectoraat heeft nauwe banden met de Vrije Universiteit van Amsterdam en zet sterk in op het houden van wetenschappelijke presentaties op symposia en congressen.

## 6. Duurzaamheid beoogde toepassingen

De duurzaamheid van de projectresultaten zal voor elk resultaat anders zijn (zie bijlage duurzame projectresultaten voor details). De duurzaamheid is mede afhankelijk van de partners die hierbij betrokken zijn, het vervolg dat zij aan de resultaten geven en de snelheid van veranderingen in de wellnessbranche. Na afloop van het RAAKproject, zal een duurzaam netwerk bestaan dat nieuwe netwerken aan zich heeft verbonden. Partners zullen lid worden van brancheverenigingen.

### *Ondersteunende projectresultaten*

Sommige projectresultaten dragen bij tot de ontwikkeling van een ander projectresultaat. Zo dragen ondermeer de SWOT analyse NL als wellnessland (resultaat 1.2.a) en het effect rapport (resultaat 1.4.1.a en 4.3.1.a.) bij aan het tot stand komen van de PMC's voor Preventieve Wellnessconcepten in Nederland (resultaat 4.1.1.a). Studenten spelen een grote rol bij deze ondersteunende projectresultaten en doen hierdoor nieuwe competenties op. Dat geldt tevens voor de research fellows die hun onderzoeksvaardigheden verder ontwikkelen.

### *Prominente projectresultaten*

De meest concrete en tastbare projectresultaten zijn:

- a Het handboek preventief wellnessmanagement
- b PMC's voor preventieve wellnessconcepten in Nederland

Ad a) Het handboek is geborgd binnen de Hogeschool Inholland. Het handboek vormt de basis voor training van werknemers in de wellnessbranche. Een regelmatige update, ook na beëindiging van het project, zal in samenwerking met de consortium partners worden uitgevoerd. Het handboek ligt daarnaast ten grondslag aan de ontwikkeling van de minor preventief wellnessmanagement aan Hogeschool Inholland. Bij het tot stand brengen van het handboek wordt nauw samengewerkt met de UEF. Deze samenwerking binnen het consortium zal bij de minor ontwikkeling verder uitgebreid worden op het vlak van kennisdeling, student/docent uitwisseling en het opstarten van nieuwe projecten. Dit zal een cursus van 30 ECTS zijn (half academisch jaar). Aangezien er een groot tekort is aan wellness opleidingen op HBO niveau komt dit tegemoet aan een behoefte bij wellnessondernemers, die momenteel een tekort hebben aan HBO geschoold personeel op hun vakgebied. Het ligt in de lijn om deze minor uit te bouwen tot een complete preventieve wellness bacheloropleiding.

Ad b) De PMC's voor preventieve wellnessconcepten openen voor de deelnemende wellnessondernemers en de branche nieuwe perspectieven, die direct een positieve impact op hun onderneming kunnen hebben. De buitenlandse MKB-consortium partners blijven ook in de toekomst hierbij een rol spelen.

### *Kwalitatieve projectresultaten*

Branche organisatie (DSWA) zal de materialen die voortkomen uit het project en die geschikt zijn voor de kennisbank hierin opnemen. Tevens dragen resultaten van het project bij aan het keurmerk dat DSWA in ontwikkeling heeft. Een helder en onderbouwd omschreven beroeps- en competentieprofiel wellnessmanager is hier een goed voorbeeld van.

In het project wordt het onderzoek uitgevoerd door circa 8 research fellows, die daarbij ondersteund worden door circa 18 afstudeerstudenten. Beide groepen vergroten hun onderzoekscompetenties, die bijdragen en vastgelegd worden in de bovenvermelde uitkomsten van de activiteiten zoals; visiedocument preventieve wellness, klantprofielen, PMC's, afstudeerrapporten etc.

De **internationale (mobiliteits)aspecten** voor de research fellows en studenten bestaat ondermeer uit:

- 4 Internationale masterclasses
- Internationaal buitenlands veldonderzoek (beperkt aantal fellows en 3 studenten)
- Internationale vakliteratuur
- Bijdrage research fellows in internationale conferenties, seminars, special interest groups etc.
- Bijdrage research fellows aan (ten minste vier) artikelen voor (internationale) vakbladen, magazines, etc.
- Internationale videoconferenties tijdens elk van de vier fases
- Vergroting samenwerking buitenlandse kennisinstellingen
- Uitbreiden samenwerking buitenlandse MKB bedrijven (o.a. stages, afstudeeropdrachten)

## 7. Disseminatie en communicatie

De verspreiding van de opgedane kennis en ervaring naar externe partijen verloopt via diverse kanalen. Ter extra stimulering van disseminatie zijn een aantal partners speciaal benaderd. Vanuit hun expertise op het terrein van kennisverspreiding zullen zij diverse wellnessnetwerken voorzien van informatie. Disseminatie vindt hoofdzakelijk plaats richting het werkveld en de academische wereld.

### *Wellnessbranche*

Bij het delen van de projectresultaten met het werkveld zal de Dutch Spa & Wellness Association (DSWA) als stichting voor drie brancheorganisaties een grote rol spelen. Disseminatie vindt plaats doordat het project bijdraagt aan het toevoegen van materialen voor de DSWA kennisbank, waar hun leden gebruik van maken. De reeds bestaande website van DSWA wordt eveneens ingezet als disseminatieplatform. Tijdens het jaarcongres van de wellnessbranche en die van de RECRON zijn disseminatie activiteiten gepland (presentaties, publicaties, netwerken etc.). De mkb-ondernemingen Total Wellness en Hidden Profits zorgen voor een professionele invulling van de externe communicatie in de vorm van een nieuwsbrief en publicaties op de websites en vakbladen. Zij beschikken over een professioneel netwerk dat de wellnessondernemers goed weet te bereiken, waaronder via vakbladen, congressen, beurzen en websites. Het Handboek Preventief Wellnessmanagement zal tevens, vertaald, worden overgedragen aan Wellness Starts en Healing Hotels of The World. Op deze wijze kunnen ook zij nieuwe inzichten gebruiken in hun bedrijfsvoering.

### *Kennisinstellingen*

Voor de doelgroep kennisinstellingen wordt gebruik gemaakt van de reeds bestaande professionele nationale en internationale netwerken, die Hogeschool Inholland en de University of Eastern Finland hebben. In het op te stellen disseminatieplan (deelactiviteit 5.1.a) wordt beschreven hoe projectresultaten tijdens congressen, symposia, netwerkbijeenkomsten voor het voetlicht worden gebracht. Concreet gaat het hierbij ondermeer om de jaarlijkse Wellness conferentie vanuit het academische netwerk ATLAS, welke in 2011 door de UEF wordt georganiseerd. Er zal een gemeenschappelijke presentatie en publicatie over preventieve wellness in Nederland verzorgd worden. In 2012 zal Hogeschool Inholland deze wellnessconferentie voor ATLAS organiseren.

Omdat sommige internationale netwerken elkaar overlappen zal er tussen Hogeschool Inholland en de University of Eastern worden afgestemd wie welke netwerk bedient en welke nieuwe netwerken aangeboord kunnen worden. Verder zullen research fellows van beide kennisinstellingen extern publiceren en intern via hun eigen mediadragers (websites, schoolmagazines, sociale media etc.) en onderzoeksdagen de resultaten uitdragen. Het handboek preventief wellnessmanagement zal ook aan de UEF overgedragen (vertaald) worden, zodat het onderdeel van hun opleidingen kan uitmaken.

Hieronder is een overzicht gegeven van de schriftelijke en mondelinge activiteiten die verspreid worden in de netwerken van de deelnemers van het consortium. Op deze manier wordt de opgedane kennis verspreid onder het beroepenveld, onderwijs en onderzoek.

#### **Schriftelijke activiteiten voor kennisverspreiding aan externen:**

- Vermelding in de nieuwsbrieven van de partners
- Publicaties in vakbladen, websites, sociale media en artikelen.
- Instroom van de resultaten naar de relevante scholingsonderdelen, zoals de minor Sports, Wellness en Lifestyle binnen het domein Marketing, Toerisme en Vrijtijdsmanagement en de opleiding Sport & Beweging binnen het domein Gezondheid, Sport en Welzijn.

#### **Mondelinge activiteiten voor kennisverspreiding aan externen:**

- Gastcolleges in eerder genoemde domeinen en Amsterdams Ondernemen en aan de UEF
- Via intervisiebijeenkomsten met professionals uit het werkveld
- Lezing bij jaarlijkse bijeenkomst van RECRON en DSWA
- Presentaties op (inter)nationale symposia, waaronder de jaarlijkse Wellnessconferentie van ATLAS

## 8. Monitoring en Evaluatie

Monitoring en evaluatie vindt binnen de organisatiestructuur op drie plekken plaats. Binnen de Stuurgroep, met als voorzitter de lector, binnen het Project Team, met name door de projectleider, en door de projectondersteuner.

Binnen het project is de projectleider verantwoordelijk voor de invulling, uitvoering en kwaliteit van het bijbehorende projectresultaat. Tweewekelijks zal de projectleider met de lector evalueren of de in de planning opgenomen activiteiten op schema zitten, de projectondersteuner levert de relevante informatie hiertoe aan. Op deze wijze worden eventuele achterstanden vroegtijdig gesignaleerd en kan tijdig ingegrepen en bijgesteld worden. Deze monitoring zal vastgelegd worden en bijdragen aan de op te stellen kwartaalrapportages.

Aan het project is een Kwaliteitscomité toegevoegd. Hierin zitten twee buitenlandse wellnessondernemingen te weten Wellness Stars en Healing Hotels of the World, alsmede een Nederlands bedrijf voor wellness marketing en het ontwikkelen van Spa & Wellnessconcepten. Zij zijn er om gevraagd en ongevraagd advies te geven en monitoren mede de inhoudelijke kwaliteit van projectresultaten.

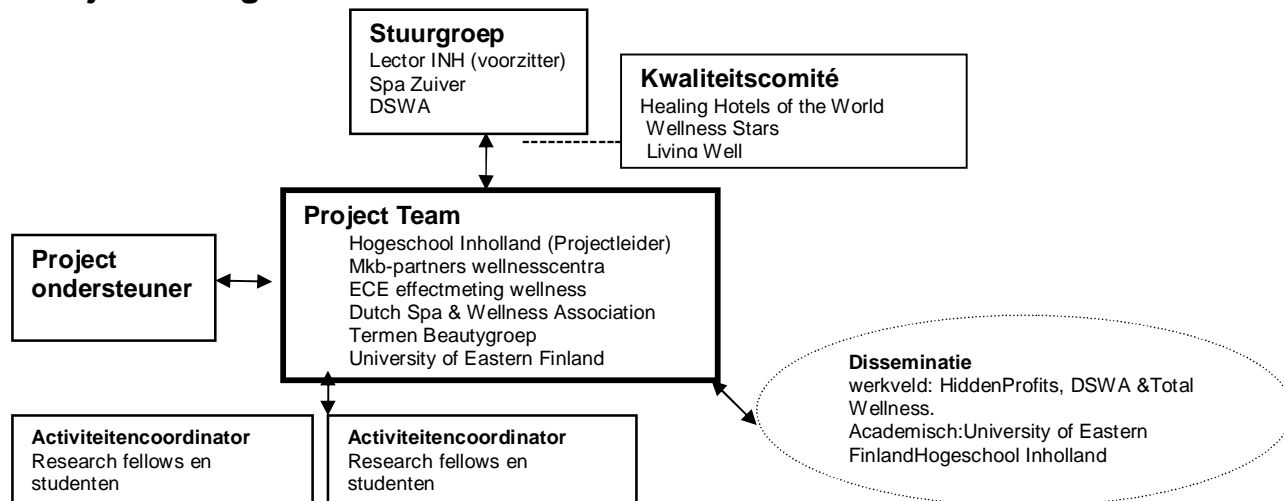
Daarnaast zijn in het project een aantal effectiviteitsmetingen opgenomen, die bijdragen aan monitoring en tussentijdse evaluatie. Deze effectiviteitsmetingen vinden in diverse fases van het project plaats.

Monitoring geschiedt a.d.h.v. de volgende elementen:

- Tijdsschema
- Project activiteiten
- Financiën
- Project bezetting en mobiliteit
- Kwaliteit inhoud
- Klanttevredenheid
- Netwerkontwikkeling

Aan het eind van het project zal een symposium plaatsvinden waarin evaluatie een grote rol speelt. Deze eindevaluatie zal tevens gebruikt worden als input om de toekomstige samenwerking binnen het consortium.

## 9. Projectmanagement



### Project Team

Centraal staat het Project Team. Het Project Team (PT) bestaat uit de projectleider en projectmedewerkers, die hun eigen instelling, bedrijf of branche vertegenwoordigen. Zij geven input, vorm en feedback op de activiteiten die leiden tot de beoogde resultaten in het project. De projectleider heeft de leiding over de uit te voeren activiteiten en heeft tweewekelijks overleg met projectondersteuner en de lector om een goede voortgang van de project onderdelen te waarborgen. Het PT komt twee a drie maal per jaar bijeen. Daarnaast heeft de projectleider frequent afstemmingsoverleg met de betrokken activiteitscoördinatoren (in de praktijk een research fellow) van de lopende onderzoeks- en ontwikkelactiviteiten. De activiteitscoördinator stemt de voortgang af met de andere research fellows en studenten.

### Stuurgroep

De stuurgroep bewaakt het project en staat onder voorzitterschap van de lector. De leden opereren op strategisch niveau en vormen een afspiegeling van de consortiumleden. De stuurgroep heeft als taak het bewaken van de algehele uitvoering van het project, het creëren van randvoorwaarden voor een succesvolle uitvoering en het bewaken en minimaliseren van risico's op bestuurlijk en voorwaardelijk niveau. De stuurgroep bestaat uit de Lector Citymarketing & Leisure management Hogeschool Inholland, de directeur van Spa Zuiver en de voorzitter van DSWA. De leden van de stuurgroep zullen twee maal per jaar vergaderen en indien nodig vaker.

### Kwaliteitscomité

Het kwaliteitscomité bestaat uit buitenlandse bedrijfspartners en een nationale partner op het gebied van wellness marketing en het ontwikkelen van businessconcepten. Zij geven gevraagd en ongevraagd advies, zowel op input- als resultaatniveau. Mede omdat preventieve wellness in het buitenland verder ontwikkeld is, is hun bijdrage van belang en kan deze bijdrage door de Nederlandse partner in het kwaliteitscomité vertaald worden naar haalbaarheid binnen Nederland

### Algeheel projectmanagement

De lector is eindverantwoordelijk voor de communicatie en verantwoording naar de subsidieverstrekker toe. De projectleider monitort de dagelijkse voortgang van het projectproces en stuurt bij waar nodig, in overleg met de lector. De projectondersteuner zorgt voor de financiële- en projectadministratie. Tevens draagt de projectondersteuner zorg voor de indiening van de tussen- en eindrapportages en zal meewerken aan het verstrekken van gegevens voor evaluatief onderzoek en /of een eventueel werkbezoek van de audit commissie.

### Planning

De doorlooptijd van het project bedraagt twee jaar. In bijlage 3 is het format activiteitenplan toegevoegd. Hierin staat de planning van het gehele project opgenomen. Voor de financiële administratie ontvangt de projectondersteuner advies van een bedrijfseconomisch medewerker die aan de projectondersteuner binnen de Hogeschool Inholland structuur is toegewezen. Hiermee zijn adequate financiële afhandelingen, auditing en control gezekerd.

### Disseminatie

Om disseminatie en publiciteit een extra dimensie te geven is dit apart opgenomen in de structuur. Hiermee is gezekerd dat de projectresultaten worden uitgezet bij wellnessondernemers en academici.

## 10. Projectorganisatie

Uit de organisatiestructuur zoals beschreven onder punt 9 komt naar voren dat partners betrokken worden bij de invulling en ontwikkeling van activiteiten die voor hen relevant zijn. Om de vraag van de markt zo goed mogelijk in te vullen is er een constante uitwisseling van vraag, kennis en inhoud tussen de Nederlandse branche organisatie en het MKB aan de ene kant en de Nederlandse en Finse kennisinstellingen plus buitenlandse praktijk partners aan de andere kant.

De resultaten van het project geven tevens input voor een aan te bieden minor preventief wellnessmanagement aan Hogeschool Inholland. Dit zal aansluitend aan het project opgestart worden. Tevens zal er bestendinging van het netwerk plaatsvinden, waaruit nieuwe samenwerkingsmogelijkheden naar voren komen; te denken valt hierbij aan stages door studenten bij (buitenlandse) wellnesscentra, uitbreiden mogelijkheden tot professionalisering voor MKB-ers in samenwerking met de kennisinstellingen.

Bij de deelnemende MKB partners is deelname gegarandeerd op beslissingsniveau. Hierdoor kunnen projectresultaten hun ingang vinden bij deze wellness ondernemingen. Door de deelname van de brancheorganisatie in het project en de betrokkenheid van professionals in het consortium op het gebied van marketing en publiciteit, vindt ook disseminatie naar bedrijven en academici plaats die niet in het consortium vertegenwoordigd zijn.

<p style="text-align: center;"><b>Sterkten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterk consortium met praktijk-, kennis- en onderzoekservaring</li> <li>• Ervaren buitenlandse bedrijfspartners</li> <li>• Ervaren buitenlandse kennisinstelling</li> <li>• Beproefde best practices aanwezig</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Zwakten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onbekendheid met preventieve wellness onder wellness mkb'ers</li> <li>• Opleidingsniveau van wellnessmanagers</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Kansen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preventieve wellness is groeimarkt</li> <li>• Preventieve wellness kent brede interesse bij overheid en zorgverzekeraars</li> <li>• Samenwerking tussen de deelnemende kennisinstellingen wordt versterkt en uitgebreid (docent-, studentuitwisseling, stages etc.)</li> <li>• Carrière perspectief vergroten voor wellness personeel in d.m.v. aansluiting MBO-HBO</li> <li>• Aanbieden door Hogeschool Inholland van een minor Preventief Wellnessmanagement</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Bedreigingen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investeringsbereidheid van de branche</li> <li>• Investeringsmogelijkheden in verband met de financiële crisis</li> <li>• Afhaken van consortium partners</li> <li>• Desinteresse bij niet deelnemende wellnessondernemingen</li> <li>• Tijdsgebrek bij deelnemende partners</li> </ul>

De bedreigingen in het project zoals genoemd, zijn hoofdzakelijk financieel van aard. Omdat preventieve wellness wel een groeimarkt is en er naast zakelijke belangen van de ondernemer zelf ook belangen zijn bij de overheid en zorgverzekeraars zal naar verwachting het steeds aantrekkelijker worden om te investeren. De kans op afhaken van consortium partners is altijd aanwezig, maar is door goede voorbereiding en afstemming van taken sterk verkleind. Desinteresse bij niet deelnemende wellness mkb'ers is met name een bedreiging voor de disseminatie van de projectresultaten. Door het inzetten van professionele partners als de branche organisatie (DSWA) en partners die gespecialiseerd zijn in marketing en publiciteit (TW en HP) wordt deze bedreiging gekeerd. Bedreiging tijdsgebrek is eveneens door goede planning en duidelijke afspraken gelimiteerd. Daarbij komt dat deze partners een sterk belang bij het project en de resultaten hebben, waardoor de motivatie groot is.