



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Branche-informatie

Wellnesscentra en sauna's

Een wellnesscentrum of sauna beschikt over verschillende voorzieningen die alles te maken hebben met ontspanning en welbevinden. Het gaat hierbij om sauna, zwembad, stoombad, whirlpool, zonnebank, relaxruimte, bar en restaurant. Deze voorzieningen kunnen zowel binnen als buiten aanwezig zijn. Daarnaast is er veelal plaats voor een massagesalon, schoonheidssalon en fitnessruimte. De branche bestaat uit kleine sauna's tot aan grote wellnesscentra.

Trends

- Combinatie wellness met overnachting;
- Opkomst grote saunacomplexen (wellnesscentra);
- Toename badkledingdagen;
- Vraag naar service, persoonlijke aandacht, vakkundige advisering en kwaliteit van behandelingen;
- Opkomst van dagdeel-tarief en abonnementen;
- Toename medisch toerisme: medical wellness en cosmetisch medische spa's;
- De markt van preventieve wellness is groeiende;
- Ketenvorming.

Kansen en bedreigingen

- De consument wordt bewuster van een goede verzorging van lichaam en geest.
- Ook mannen maken in toenemende mate gebruik van wellnessfaciliteiten.
- Door te kiezen voor specifieke doelgroepen is het mogelijk meer onderscheidend vermogen te bieden.
- Toenemende ketenvorming en samenwerking binnen de branche. Door professionalisering komt er meer aandacht voor sturen op kosten, productiviteit en rendement.
- De (prijs)concurrentie neemt toe door uitbreiding en nieuwbouw van wellnesscentra.
- Branchevervaging: er komen steeds meer wellnessfaciliteiten bij hotels, fitnesscentra en vakantieparken.
- Door de crisis is de gemiddelde besteding per persoon fors gedaald
- Gekwalificeerd personeel is één van de belangrijkste, maar ook moeilijkste uitdagingen.



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Branche-informatie

Perspectief

Bezoekersaantallen en bestedingen staan onder druk

In tijden van crisis en stress blijft er behoefte aan ontspanning. De markt is groeiende evenals het aanbod mede door branchevervaging (o.a. van hotels). Er is sprake van schaalvergroting en toetreding van grotere wellnesscentra. Kleinere centra hebben het moeilijk(er). De tendens die reeds in 2011 zichtbaar was dat bezoekers hun uitgaven beperken zet nog steeds door. De gemiddelde besteding staat onder druk, waarbij minder uitgegeven wordt aan onder meer horeca en schoonheidsbehandelingen. Vanwege de combinatie van afnemende bestedingen en groeiende markt zal de brancheomzet stabiel blijven, circa 0-2 % omzetgroei. Om je te onderscheiden in deze markt, die gekenmerkt wordt door het toegenomen aanbod (dreigende verzadiging), is blijvend vernieuwen en innoveren een must. Oog voor hygiëne blijft belangrijk.

Professionele ondernemers gevraagd

Door de opkomst van grotere fullservice-wellnesscentra is het aanbod sneller gestegen dan de vraag. Dit leidt tot spanningen in de branche. De wellnessbranche blijft weliswaar een groeibranche, maar de concurrentie is flink toegenomen. Ondernemers moeten onherroepelijk een professionaliseringsslag maken om voldoende toekomstperspectief te houden. De bedrijven moeten blijven vernieuwen, waarbij telkens weer gezocht wordt naar een nieuw "wow-effect", hetgeen extra bezoekers moet trekken.

Vraag

- Naar schatting bezoekt zo'n 20-30% van de bevolking tussen 18-65 jaar een wellnesscentrum;
- Dit zijn circa twee tot drie miljoen mensen en dus bezoekers (exclusief herhalingsbezoek);
- Zo'n 60% van alle bezoeken wordt binnen een reisafstand van dertig minuten gedaan;
- Nog eens 25% wordt binnen een reisafstand van dertig tot zestig minuten gedaan;
- De overige bezoeken hebben een landelijk bereik.

Bezoekers

- Het saunapubliek is de afgelopen jaren flink gegroeid en jonger en rijker geworden;
- Het overgrote deel van de saunabezoekers is tussen de 30 en 59 jaar en hoogopgeleid;
- Vrouwelijke saunabezoekers zijn licht in de meerderheid met 58,5%;
- Gezond leven is in;
- De jongeren gaan naar de grote, hippe saunabedrijven;
- De kleinere sauna's trotseren de nieuwe concurrentiegolf door een publiek aan te trekken dat rustig wil genieten, zoals vijftigplussers;
- Van de bezoekers trekt 76% naar de sauna om te ontspannen;
- De tweede grootste groep gaat, omdat ze het 'lekker en prettig' vinden;
- De derde voor de gezondheid.



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Branche-informatie

Bestedingen

Gemiddeld geeft de saunabezoeker tussen de 40 en 60 euro uit per bezoek. Deze besteding is verdeeld in verschillende categorieën (zie tabel). We gaan hier uit van een gemiddelde. Niet elke bezoeker besteedt even veel geld aan elke categorie. Vrouwen geven gemiddeld meer uit dan mannen.

Gemiddelde besteding per bezoeker (in euro's)

Entree	15-20
Horeca	20-25
Beauty	10-15
Verhuur spullen	1-4
Verkoop producten	0-3
Totale besteding per bezoeker	40-60
Bron: Rabobank	

Aanbod

Capaciteit

De sector is snel gegroeid, al ontbreken harde cijfers. Er zijn naar schatting 200 (middel-) grote wellnesscentra in Nederland. En dan zijn er nog de bedrijven waarvan sauna geen core business is, waaronder hotels, fitnesscentra, zwembaden, vakantieparken en sportcentra. In totaal wordt het aantal bedrijven met sauna geschat op ruim 2.500. De maximale capaciteit van een sauna is niet alleen afhankelijk van het aantal m2 saunaoppervlakte (nodig is circa 10 m2 saunarimte per bezoeker per dag), maar ook van bijvoorbeeld het aantal parkeerplaatsen of het aantal kledingkastjes. Een saunabedrijf is meestal 7 dagen per week open.

Breed assortiment versus specialisatie

Het aantal grootschalige wellnesscentra is sterk toegenomen. Zij bieden een breed dienstenpakket (sauna, zwembad, sportactiviteiten, schoonheidsbehandelingen, zonnekuren, afslankkuren, fitness, cosmetica, haarverzorging, eetgelegenheden etc.). Daarnaast zijn er de laatste tijd ook een aantal gespecialiseerde bedrijven gestart met een smal assortiment (bijvoorbeeld toegespitst op de behandeling van huidproblemen of geneeskrachtige baden).

Omzet

De jaarlijkse omzet varieert bij wellnesscentra van zo'n 150.000 tot 300.000 euro voor kleine bedrijven, van 1 tot 3 miljoen euro voor middelgrote bedrijven, tot 5 tot 10 miljoen euro voor grote bedrijven.

De verdeling van de omzet over een jaar ziet er als volgt uit:

1e kwartaal = 30% / 2e kwartaal = 25% / 3e kwartaal = 15% / 4e kwartaal = 30%.

Horeca is volgens DSWA de grootste inkomstenbron van wellnesscentra (60 tot 90% van de omzet). Er lijkt daarmee nog een sterke groei voor het aandeel in 'beauty'.

Omzetgegevens

MKB

Kleinbedrijf

Middenbedrijf



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Branche-informatie

	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Omzet per onderneming (x €1000)	210,0	220,0	179,0	188,0	901,0	936,0

Toelichting:

Cijfers over 2010 zijn realisaties; cijfers over 2011 zijn ramingen.

De begrippen in bovenstaande tabel worden toegelicht in de [Begrippenlijst](#).

Bron: Rabobank



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Branche-informatie

Achtergrondinformatie

Vakbladen

Sauna & Spa

Wellness life

Massage Zaken

Organisaties

Naam	Plaats	Telefoonnummer	URL
Dutch Spa & Wellness Association	Vlaardingen	(010) 841 60 30	www.dswa.nl
Nederlandse Saunavereniging (NSV)	Zwolle	(038) 460 23 10	www.nsv.nl
Thermen & Beauty Group Nederland	Zoetermeer	(0900) 235 23 28	www.thermenenbeautygroup.nl
RECRON, bedrijfsgroep Sauna en Thermen	Driebergen	(0343) 52 47 00	www.recron.nl
Wellness Platform	Woerden	(0348) 48 94 89	www.wellnessplatform.nl

Rabobank Cijfers & Trends

Al meer dan vijfendertig jaar biedt de Rabobank met Cijfers & Trends betrouwbare branche-informatie. Via www.rabobank.nl/cijfersentrends is deze informatie gratis te raadplegen. U vindt er onze thema-updates, branche-informatie en sectorprognoses. Ook kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche.