



Rabobank

## Rabobank Cijfers & Trends

### Thema-update: Wellness



## Overaanbod dreigt in de wellnessbranche

**In de wellnessbranche dreigt overaanbod. De vraag naar wellness is flink gestegen en wij verwachten ook dat deze de komende jaren verder groeit. Het probleem is echter dat het aanbod nog sneller toeneemt. Bovendien zijn er veel plannen in ontwikkeling. De wellnessbranche heeft zeker toekomstperspectief, maar de concurrentie wordt veel groter. Dat stelt hogere eisen aan ondernemers. De branche staat dan ook onherroepelijk een professionaliseringslag te wachten.**

De afgelopen tien jaar heeft de wellnessbranche in Nederland een ware vlucht genomen. Elk jaar openden diverse centra hun deuren. Dit groeiende aanbod heeft de behoefte aan wellness aangewakkerd en steeds meer mensen weten de weg naar een wellnesscentrum te vinden.

#### Toename vraag

Naast het toegenomen aanbod zijn er meer verklaringen voor de gestegen vraag. Zo is deze ook te danken aan veranderingen in de samenleving, zoals de verharding van de maatschappij, de groeiende aandacht voor lichaam en gezondheid, vergrijzing, spiritualisering en het stijgende inkomen van vrouwen.

Afgelopen jaar heeft naar schatting 20-30% van de bevolking tussen 18-65 jaar een wellnesscentrum bezocht. 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.

#### Forse toename aanbod

Overall in Nederland verrijzen wellnesscentra. De sector groeit snel. We schatten het aantal (middel-)grote wellnesscentra op 200. Dat waren er vier jaar geleden nog maar 160. Verder zijn er nog de kleine sauna's plus de bedrijven waarvan sauna geen core business is, waaronder hotels, fitnesscentra, zwembaden, vakantieparken en sportcentra. Deze laatste groep blijft ook doorgroeien. Vrijwel elk nieuw hotel wordt gebouwd met saunafaciliteiten. In totaal wordt het aantal bedrijven met sauna geschat op ruim 2.500. Bovendien worden vandaag de dag nog meer nieuwe initiatieven ontplooid. Alleen al bij Rabobank zijn tientallen plannen bekend voor het realiseren van nieuwe wellnesscentra. Daar komt bij dat veel bestaande centra uitbreidingsplannen hebben. Kortom, de consument heeft veel keuze, het aanbod is groot en neemt de komende jaren nog verder toe.

Tabel 1: Gemiddelde besteding per bezoeker\*

	in euro's
Entree	15-20
Horeca	20-25
Beauty	10-15
Verhuur spullen	1-4
Verkoop producten	0-3
<b>Totale besteding per bezoeker</b>	<b>45-65</b>

Bron: Rabobank

\* We gaan hier uit van een gemiddelde. Niet elke bezoeker besteedt geld aan elke categorie.

#### Kritieke succesfactoren

Wat zou je als bedrijf moeten bieden om klanten te binden?  
Wat is je onderscheidend vermogen?

- Goede prijs-kwaliteitverhouding;
- Een onderscheidend product bieden;
- Ambiance en sfeer;
- Goede service en gastvrijheid;
- Aandacht voor de markt en de klant;
- Goed onderhouden faciliteiten;
- Continu investeren in een optimale beleving van de klant.



### Huidige situatie: crisis raakt omzet en rendement

Tot en met 2008 zat er een flinke groei in het aantal wellness-bezoekers. De bestedingen per bezoeker namen jaarlijks toe. De wellnessbranche moest een pas op de plaats maken door de economische crisis. Deze crisis heeft consumenten bewuster gemaakt van hun uitgaven. De gevolgen daarvan zijn dat consumenten bezuinigen op luxe, minder besteden aan de horeca en de beauty-afdeling en scherper letten op aanbiedingen. Vaak zijn de daadwerkelijke entreprijzen veel lager dan het gepubliceerde tarief. Dit heeft invloed op het rendement dat gezien de hoge investeringen vereist is. De jaren 2009 en 2010 waren geen topjaren voor wellnesscentra. De bezoekersaantallen stagneerden en de gemiddelde bestedingen stonden onder druk. Met de gematigde economische verwachtingen voor 2011 blijft de consument terughoudend. Hierdoor blijven de bestedingen onder druk staan. De wellnessmarkt heeft pas vanaf 2012 een echte kans om op het oude groeiniveau terug te komen.

**Tabel 2: Exploitatierkening grotere wellnesscentra**

	% van omzet
<b>Brutowinst *</b>	<b>81-86</b>
<b>Personeelskosten **</b>	<b>35-42</b>
<b>Overige kosten ***</b>	<b>20-24</b>
<b>GOP ****</b>	<b>20-25</b>

Bron: Rabobank

- \* afhankelijk van het aandeel f&b en beauty in de omzet.
- \*\* inclusief ondernemersbeloning.
- \*\*\* exclusief huur, afschrijvingen en rente.
- \*\*\*\* Gross Operating Profit is een kengetal dat inzicht geeft in de kwaliteit van het resultaat. Dit is het bedrijfsresultaat voor kapitaalslasten en betaalde huur en na ondernemersbeloning.

### Rabobank Cijfers & Trends

Al meer dan vijftig jaar biedt de Rabobank met Cijfers & Trends betrouwbare branche-informatie. Via [www.rabobank.nl/cijfersentrends](http://www.rabobank.nl/cijfersentrends) is deze informatie gratis te raadplegen. Speciaal voor u als ondernemer is er de online benchmarktool Kijk & Vergelijk. Daarmee kunt u de prestaties van uw bedrijf vergelijken met die van andere bedrijven in uw branche.

**Tabel 3: Brutowinstmarge omzetcategorieën\***

	% van omzetcategorie
<b>Wellness**</b>	<b>90-95</b>
<b>Horeca</b>	<b>65-70</b>
<b>Verkoop producten</b>	<b>38-42</b>

Bron: Rabobank

- \* de omzet van een wellnesscentrum bestaat uit verschillende componenten die allemaal een eigen brutowinstmarge kennen. Voor een goede analyse van de cijfers is opsplitsing vereist van de omzet en de inkoop naar de diverse categorieën.
- \*\* tot de categorie wellness behoren onder meer entree, beauty en verhuur.

### Toekomst: kansen voor professionele ondernemers

Wellness mag zeker niet worden gezien als een hype maar als een ware trend in de samenleving. Tegenwoordig beïnvloedt het begrip wellness bewust en onbewust tal van onze dagelijkse beslissingen. Het staat dan ook buiten kijf dat er nog volop groeipotentie is voor de wellnessbranche. Maar door toenemende concurrentie moet je als ondernemer nog beter inspelen op de wensen van de consument. Alleen dan kun je hem verleiden tot een bezoek en hem aan je binden. Een professionaliseringslag in de branche is daarom onvermijdelijk.

#### Tips voor de start: wat kun je leren van anderen?

- Tip 1:** Doe een gedegen haalbaarheidsonderzoek.
- Tip 2:** Maak realistische prognoses en houd rekening met aanloopverliezen.
- Tip 3:** Zorg voor een goed onderbouwd investeringsplan en goede bouwbegeleiding.
- Tip 4:** Wees kritisch op uw eigen ervaring en kwaliteiten.
- Tip 5:** Stuur scherp op productiviteit en rendement.

