

# Wellness, een vitale branche!

**Wellness is een begrip waar je als schoonheidsspecialist veel kanten mee op kunt. Er zijn veel ontwikkelingen op het gebied van wellness. Daarom organiseerden internationaal hoger onderwijs Breda (NHTV) en de Dutch SPA & Wellness Association (DSWA) in december vorig jaar in Breda voor het eerst het congres 'Wellness, een vitale branche!'.**

Tijdens het congres kwamen verschillende actuele trends en ontwikkelingen omtrent wellness aan bod. NBTC-NIPO presenteerde bijvoorbeeld nieuwe cijfers over wellness en toerisme. En schrijver Marlies Sobczak-Boumans overhandigde het eerste exemplaar van het Nederlandstalige boek voor de manager 'Vitaliteit en wellness' aan Hans Uiterwijk, voorzitter van het College van Bestuur van de NHTV.

## Cijfers

Kees van der Most, directeur NBTC-NIPO Research, presenteerde nieuwe cijfers over wellness en toerisme. Onder een groep van 45.000 Nederlanders onderzocht NBTC-NIPO Research de interesse naar speciale interest vakanties. Na onder andere cultuur-, fiets- en wandelvakanties staat wellnessvakanties op nummer zes. "Nederland behoort tot de meest reislustige landen van Europa", aldus Kees. "Wanneer we kijken naar de samenstelling van de totale groep vakantiegangers, zien we relatief veel 65-plussers. Deze toekomstige senioren zijn gewend om regelmatig op vakantie te gaan. Dat heeft een positieve impact op de participatie en frequentie van de vakanties. Ze hebben andere reiswensen, bijvoorbeeld qua voorzieningen en meer belangstelling voor aspecten als gezondheid, comfort en veiligheid.

De Nederlandse vakantiemarkt stabiliseert de komende jaren. Maar voor wellness-vakanties bestaat daarentegen veel groeipotentieel. Vakantiegangers gaan steeds meer variëren. Ze kiezen steeds vaker voor reisjes waarin een bepaalde activiteit centraal staat. De afgelopen drie jaar brachten al 430.000 Nederlanders een (korte) vakantie grotendeels door in een spa. Dat aantal zal de komende jaren minimaal verdubbelen, blijkt uit ons onderzoek."

## Profiel wellnessstoerist

"De potentiële wellnessvakantieganger is meestal vrouw (59%) in de leeftijd van 25-34 jaar en qua inkomen behorend tot de B-bovenklasse", aldus Kees. "Een (lang) weekend is de meest populaire verblijfsvorm. Mannen gaan het liefst met hun partner op wellnessvakantie. De favoriete bestemming voor een wellnessvakantie is Nederland met 59%. Duitsland staat op twee met 8%, gevolgd door Turkije met 5%. Binnen Nederland heeft men een voorkeur voor de provincies Gelderland en Limburg. Wellnessactiviteiten worden het liefst gecombineerd met culinaire activiteiten en funshoppen. Het verblijf regelt men bij voorkeur direct bij de accommodatie. Zoekmachines en websites van accommodaties zijn de belangrijkste informatiebronnen."

*Kees van der Most, directeur NBTC-NIPO Research, presenteerde nieuwe cijfers over wellness en toerisme.*

*Herman Lier, auteur van het boek 'Van Experience naar Challenge Economy' en docent aan NHTV, vertaalde vervolgens deze onderzoeksgegevens naar de markt.*

*Het eerste exemplaar van 'Vitaliteit en Wellness' is tijdens het congres overhandigd aan Hans Uiterwijk, voorzitter van college van bestuur van de NHTV.*





### Wellness, een nieuwe lifestyle

Herman Lier, auteur van het boek 'Van Experience naar Challenge Economy' en docent aan de NHTV, vertaalde vervolgens deze onderzoeksgegevens naar de markt. "Wellness wordt steeds meer een lifestyle", zegt Herman. "Het gaat verder dan gezondheid en bewegen, het gaat om de juiste balans in het leven. Belangrijk is dan ook het juiste gebruik van wellness. Nu wordt het vaak te pas en te onpas als label gebruikt, kijk maar naar de Peugeot Wellness, een reclame campagne van het automerk Peugeot om hun autoverzekering te promoten. Vroeger was wellness iets bijzonders, nu niet meer. Het is dan ook tijd voor vernieuwing. De populariteit van wellness biedt kansen. De toekomst wordt klantgericht; het is de uitdaging om te komen van belevenis naar betekenis. Een holistische aanpak wordt belangrijk en dit vraagt om goed opgeleide medewerkers. Gekwalificeerde medewerkers die genoeg bagage en kennis hebben om de ouder wordende en mondige gast te adviseren waarbij een holistische benadering centraal staat. De NHTV werkt dan ook samen met Hogeschool Zeeland in de nieuwe opleiding Vitaliteitsmanagement & Toerisme."

### Boek Vitaliteit en Wellness

Aansluitend vond de presentatie van het eerste Nederlandstalige boek voor de manager 'Vitaliteit en wellness' van Marlies Sobczak-Boumans plaats. Marlies: "In vijftien hoofdstukken behandelt dit boek alle facetten van deze vitale bedrijfstak, waarin ontspannen en inspannen, lichaamsverzorging en bewegen de hoofdrol spelen. De professional krijgt een totaalbeeld van de omvang en de marktkansen in de sector en de (startende) ondernemer wordt duidelijk gemaakt welke onderdelen voor de commerciële bedrijfsvoering van belang zijn." 'Vitaliteit en Wellness' is een uitgave van Uitgeverij Garant. ISBN: 978-90-441-2588-7. Het boek is te bestellen via [www.sobczak.nl](http://www.sobczak.nl).

### In gesprek met de zaal

Als slot van het ochtendprogramma was er een interactieve sessie onder leiding van Wicher Meijer – directeur Academie voor toerisme van de NHTV – met als panelleden Marlies Sobczak, Kees van der Most, Dirk Jan Meijer, lid Raad van Advies DSWA en hierbinnen verantwoordelijk

*Wicher Meijer – directeur Academie voor toerisme van de NHTV – hield een interactieve sessie met als panelleden Dirk Jan Meijer, lid Raad van Advies DSWA, Marlies Sobczak, Kees van der Most, en Jan Karel Fikke, directeur Hampshire Trivium Hotel & Spa in Etten-Leur.*

voor PR & marketing en Jan Karel Fikke, directeur Hampshire Trivium Hotel & Spa in Etten-Leur. Uit eigen ervaring bevestigde Jan Karel Fikke de cijfers over de huidige wellnessgebruiker en de kansen die wellness een hotel kan bieden. Met de komst van het wellnesscentrum is zijn van oorsprong zakenhotel nu ook aantrekkelijk voor de toerist. Vijftig procent van de gasten maakt gebruik van de wellnessfaciliteiten. Dirk Jan Meijer onderstreepte het belang van de seniorenmarkt. Deze groeiende groep vindt op dit moment niet altijd het aanbod dat men zoekt. Door meer activiteiten en behandelingen te bieden gericht op het vitaal ouder worden, zal het aanbod beter passen bij de vraag van deze senioren. Deze lifestyle wellness vraagt wel voldoende kennis van de medewerker. Niet voor niets zijn de belangrijkste pijlers van DSWA kwaliteit op het gebied van opleidingen en de introductie van het keurmerk dat duidelijkheid zal verschaffen aan de consument.

### Speed colleges

Na de lunch waren er negen speedcolleges met onderwerpen als 'Wellness 2.0', 'in shape for social media', 'investeren in wellness', 'opleiden van vitaal personeel' en 'kansen voor co-creatie'.

Tijdens het speedcollege 'van Mosselsclub naar Bad Domburg' werden de resultaten besproken van het project 'Vitaliteit-Wellness, een zee van kansen'. Het congres werd afgesloten met een hapje en drankje tijdens de netwerkreceptie.

Dirk Jan Meijer, ontving van de 75 deelnemers, positieve reacties na afloop van het congres. "Veel mensen gaf het stof tot nadenken, dus ik denk dat we ons doel om de krachten en kennis te bundelen op dit congres, wel hebben bereikt. Er moet nog een evaluatie plaatsvinden maar gezien de reacties is er de intentie om hieraan een vervolg te geven. Ook met kleinschaligere bijeenkomsten."