

Het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek

Jaargang: 2017



Bron: Pixabay

'Het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek 2017' is een publicatie van
Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Inleiding

Van Spronsen & Partners horeca advies heeft in de periode 2016-2017 onderzoek gedaan naar het bezoek en eigenschappen van de Nederlandse saunabezoeker. In 2015 is reeds de publicatie 'Het Wellnesscentrum in beeld' uitgebracht waarin de wellnessmarkt en de aanbodzijde zijn weergegeven.

Wat is een saunabedrijf?

Een saunabedrijf biedt saunacabines als kernfaciliteit. Aanvullende faciliteiten bestaan hoofdzakelijk uit stoomcabines, zwembad, spa, massage, beauty en horeca. Het hoofdmotief voor een saunabezoeker is het bezoek aan de saunafaciliteiten. Het onderzoek richt zich op de bezoekers van saunabedrijven. Het bezoek aan kuuroorden en overige wellness-aanbieders is in dit onderzoek niet meegenomen.

Het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek 2017

Het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek is uitgevoerd in de periode van april 2016 tot april 2017 door middel van enquêtes. De enquêtes zijn schriftelijk, mondeling en online afgenomen. De steekproef bestaat uit circa 1.300 Nederlanders en geldt als representatief voor de Nederlandse bevolking.

Doelstellingen onderzoek

- Aantal saunabezoeken:** Doel van het onderzoek is het bepalen van de bezoekparticipatie en bezoekfrequentie. Dit wordt uitgedrukt in het aandeel Nederlanders dat minimaal één of meerdere keren per jaar een sauna bezoekt en de gemiddelde bezoekfrequentie.
- Eigenschappen saunabezoeker:** Doel van het onderzoek is een goed beeld te vormen van de saunabezoeker. Hierbij is onderzoek gedaan naar socio-demografische eigenschappen, voorkeuren, bezoekmotief, samenstelling, loyaliteit, koopmoetebereidheid, badkledingdagen en bestedingspatroon.

Het Wellnesscentrum in beeld

Jaargang: 2015



'Het Wellnesscentrum in beeld' is een publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

Brancheverdeling

*Droge warme saunacabines

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Klein (1-2 cabines*) Gemiddeld 1,6 cabines	Middel (3-4 cabines*) Gemiddeld 3,4 cabines	Groot (5-9 cabines*) Gemiddeld 6,3 cabines	Landelijk (10+ cabines*) Gemiddeld 13,1 cabines
Entree per dag: € 19,- inclusief BTW	Entree per dag: € 22,04 inclusief BTW	Entree per dag: € 27,15 inclusief BTW	Entree per dag: € 30,43 inclusief BTW
• 35 bedrijven • Stoombaden & overige baden: 1,2	• 55 bedrijven • Stoombaden & overige baden: 1,4	• 44 bedrijven • Stoombaden & overige baden: 2,3	• 8 bedrijven • Stoombaden & overige baden: 4,5
Tuin 49%	Tuin 67%	Tuin 89%	Tuin 100%
Whirlpool 60%	Whirlpool 76%	Whirlpool 95%	Whirlpool 100%
Zwembad 63%	Zwembad 87%	Zwembad 100%	Zwembad 100%
Massage & Beautyfaciliteiten 60%	Massage & Beautyfaciliteiten 75%	Massage & Beautyfaciliteiten 91%	Massage & Beautyfaciliteiten 100%
Horeca outlet 43%	Horeca outlet 67%	Horeca outlet 95%	Horeca outlet 100%
Foto: Spavarin	Foto: Fonteyn Thermen	Foto: Spa Sport Hotel Zuiver	Foto: Thermen Bussloo

Bovenstaande verdeling komt voort uit een analyse van de wellness bedrijven. Per bedrijf zijn sauna-, spa en beautyfaciliteiten, entreeprijs en horecafiliteiten in beeld gebracht. Naarmate de uniciteit van een saunabedrijf toeneemt, neemt de koopmoetebereidheid van de gasten toe. In het algemeen geldt, dat kleinere saunabedrijven een meer lokaal verzorgingsgebied hebben en de grotere bedrijven een meer regionaal of landelijk gebied bedienen. De branche bestaat voor 25% uit kleine bedrijven, 39% uit middelgrote bedrijven, 31% uit grote bedrijven en 5% uit bedrijven met landelijke aantrekkingskracht. Bron: Het Wellnesscentrum in beeld



Bezoekparticipatie

- 10,4% van de Nederlandse bevolking bezocht in 2016-2017 minimaal één of meerdere keren per jaar een sauna, dit komt neer op circa 1,8 miljoen saunabezoekers.
- In de periode 2010-2016 is het aantal Nederlanders dat één of meerdere keren per jaar naar de sauna gaat met 38,5% toegenomen. Jaarlijks is dit een gemiddelde stijging van circa 5,5%.

Bezoekfrequentie en totaal aantal bezoeken (zie grafiek)

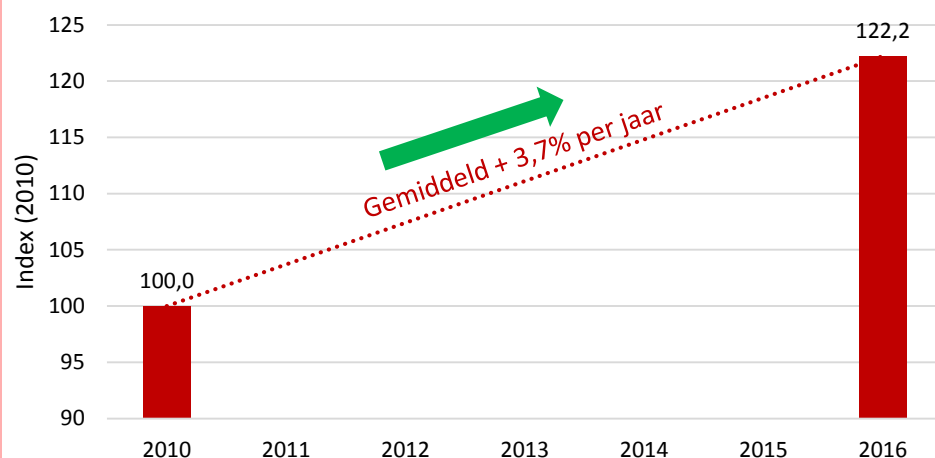
- Saunabezoekers bezochten in 2016 gemiddeld 8,9 keer een saunabedrijf. Dit is een lichte daling ten opzichte van 2010 (gemiddeld 10,3 bezoeken).
- Het aantal saunabezoeken bedroeg hiermee circa 15,6 miljoen in 2016. Dit is een stijging van 22,2% (2010). Dit is een jaarlijkse groei van 3,7%.

Verskillende type bezoekers

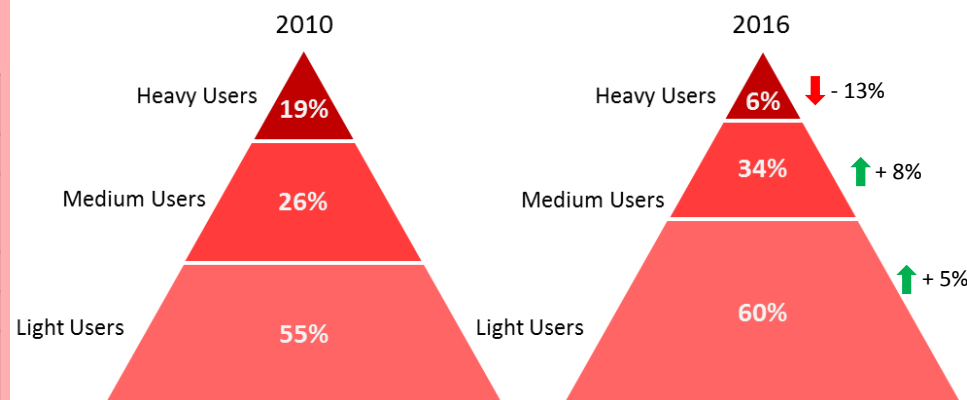
- Verklaring voor de daling in de bezoekfrequentie is de toename (+5%) in light users en forse afname (-13%) in heavy users. Er zijn dus relatief meer saunabezoekers die minder vaak naar de sauna gaan.
- Door Van Spronsen & Partners horeca-advies wordt onderscheid gemaakt in drie verschillende type bezoekers: Light user (1 tot 12 bezoeken per jaar), Medium user (12 tot 40 bezoeken per jaar) en Heavy user (meer dan 40 bezoeken per jaar).

Saunabezoeken	2010	2016	Ontwikkeling
Aantal inwoners Nederland	16.575.989	16.979.120	↑ + 2,4%
% Nederlanders dat minimaal één keer per jaar bezoekt	7,5%	10,4%	↑ + 38,5%
Aantal saunabezoekers	1.243.199	1.763.986	↑ + 41,9%
Gemiddelde bezoekfrequentie	10,3	8,9	↓ - 13,9%
Aantal saunabezoeken in Nederland	12.819.952	15.661.322	↑ + 22,2%

Ontwikkeling aantal saunabezoeken 2010-2016



Ontwikkeling van de verdeling type bezoekers



Geslacht: fors meer vrouwen in de sauna

- Meer vrouwen naar de sauna: 64% van de saunabezoekers is vrouw, tegenover 36% man. In 2010 bedroeg het aandeel vrouwen nog 60%.
- Meer mannen op leeftijd: Naarmate de leeftijd stijgt, neemt het aandeel mannen toe tot circa 40%.

Opleidingsniveau: veel hoger opgeleiden

- Fors aandeel hoog opgeleiden: De saunabezoeker is voor 57% hoger opgeleid, ruim twee keer zo hoog als het aandeel in Nederland.
- Het aandeel laagopgeleiden bedraagt 8%, vier keer zo laag als het aandeel in Nederland.

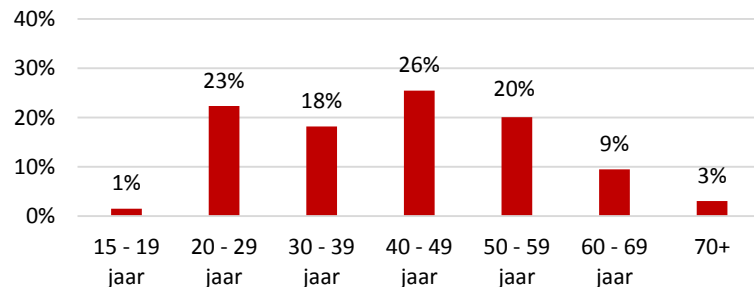
Type bedrijf: meeste saunagebruikers bezoeken grote bedrijven

- Slechts een klein deel van de saunagebruikers geeft aan kleine saunabedrijven te bezoeken. Dit type sauna is populair onder Heavy users.
- De grote en landelijke saunabedrijven zijn met name populair onder Light users.

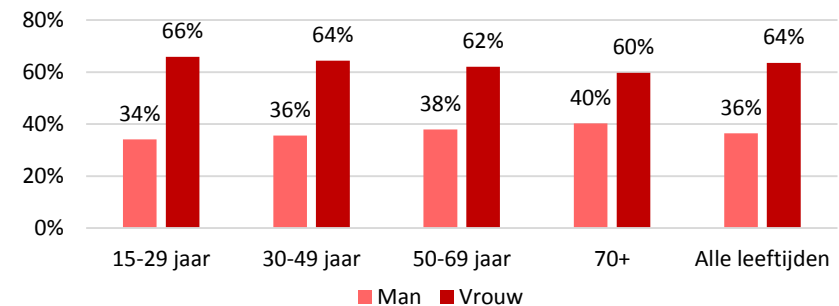
Gemiddelde leeftijd: saunabezoeker wordt nauwelijks ouder

- De gemiddelde leeftijd van de saunabezoeker is 42 jaar. Dit verschilt nauwelijks van de gemiddelde leeftijd in 2010.
- De mannelijke bezoeker (47 jaar) is gemiddeld ouder dan de vrouwelijke bezoeker (41 jaar).
- Vanaf 20 jaar tot 60+ zijn alle leeftijden relatief goed vertegenwoordigd. Het is hiermee een vorm van ontspanning voor alle leeftijden.

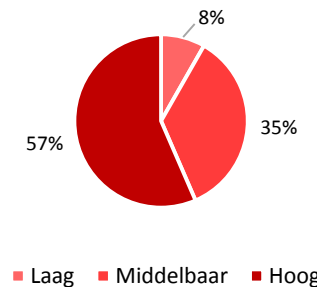
Leeftijdsverdeling



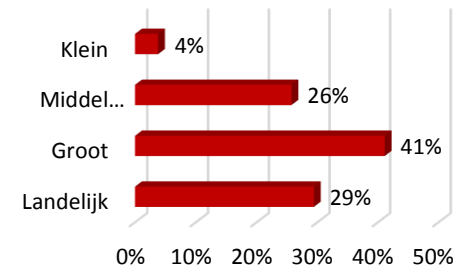
Verdeling man/vrouw per leeftijdscategorie



Opleidingsniveau



Type saunabedrijf



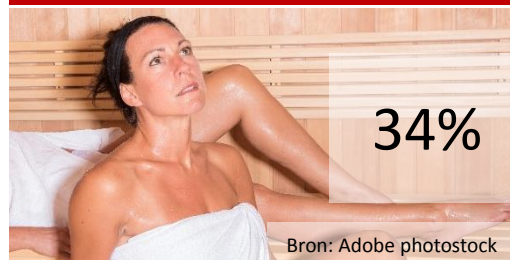
Type bezoekers

Type Bezoeker

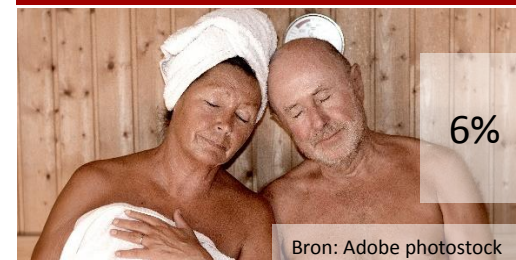
"Light user"
(1-12 bezoeken per jaar)



"Medium user"
(12-40 bezoeken per jaar)



"Heavy user"
(meer dan 40 bezoeken per jaar)



Verdeling man/vrouw

26%
man

74% vrouw

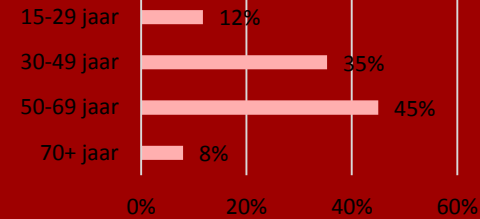
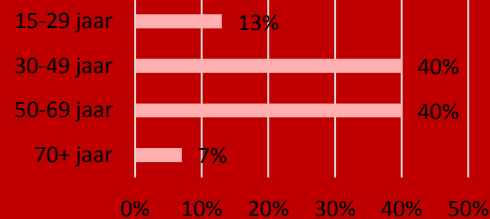
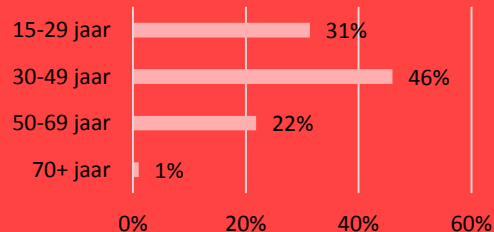
32% man

68% vrouw

50% man

50% vrouw

Leeftijdsverdeling



Leeftijdsverdeling

Groot aandeel 30-49 jarigen en klein
aandeel 70+'ers

Groot aandeel van middelbare leeftijd
(30-69 jaar)

Groot aandeel 50-69 jarigen en klein
aandeel 15-29 jarigen

Gemiddelde leeftijd

39 jaar

47 jaar

51 jaar

Bezoekfrequentie

2,5 keer per jaar

13,7 keer per jaar

45,3 keer per jaar

Gemiddelde verblijfsduur

2,1 dagdelen

2,0 dagdelen

1,8 dagdelen

Type bezoekers

Type Bezoeker

Light user
(1-12 bezoeken per jaar)



Bron: Van Spronsen & Partners horeca-advies

Medium user
(12-40 bezoeken per jaar)



Bron: Adobe photostock

Heavy user
(meer dan 40 bezoeken per jaar)



Bron: Flickr (Tara Angkor Hotel)

Bezoekmotief



Motto

“Een leuk dagje uit”

“Ontspanning”

“Gezondheid”

Gebruik van faciliteiten

6,8 verschillende per bezoek

6,4 verschillende per bezoek

5,8 verschillende per bezoek

Gemiddelde besteding

€ 70,40

€ 63,50

€ 53,90

Loyaliteit

Laag:
Bezoekt verschillende saunabedrijven

Laag:
Bezoekt regelmatig verschillende saunabedrijven

Hoog:
Bezoekt bijna altijd hetzelfde saunabedrijf

Type saunabedrijf

Landelijke en grote saunabedrijven

Middelgrote en grote saunabedrijven

Kleinere saunabedrijven

Koopmoeite-bereidheid

47 minuten

45 minuten

36 minuten

Bezoekdag: weekenden drukst voor saunabedrijven

- Weekenddagen populair: 18% van de bezoekers geeft aan een saunabedrijf te bezoeken op zaterdag.
- Doordeweeks niet slecht: bezoek op doordeweekse dagen blijft met 12%-tot 16% niet ver achter op de zaterdag. Saunabezoeken zijn hiermee goed verdeeld over de week.

Verblijfsduur: gemiddeld 6 tot 8 uren

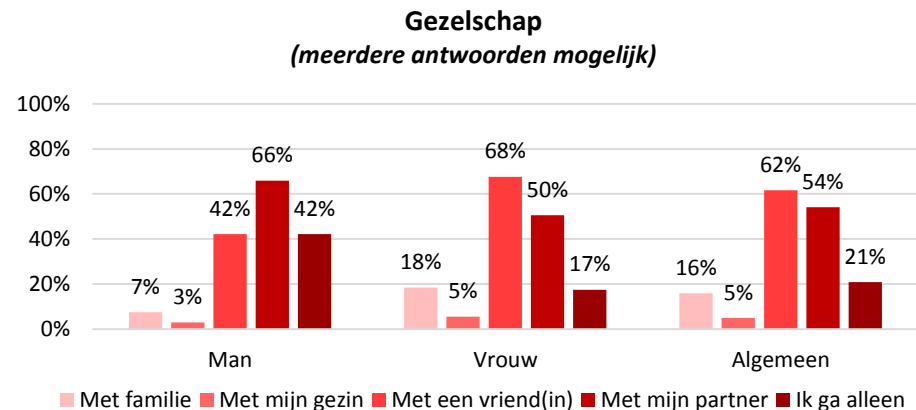
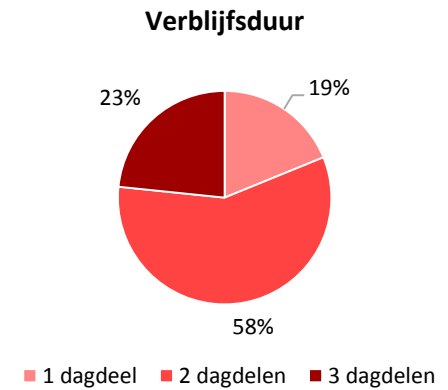
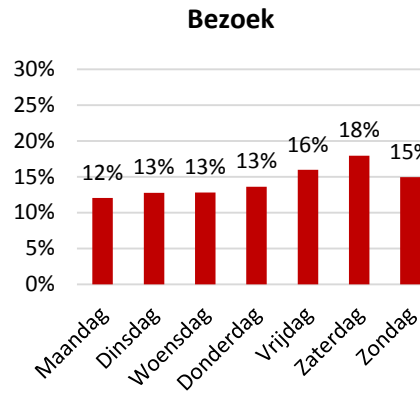
Gemiddelde verblijfsduur bij een saunabedrijf duurt 2 dagdelen (6 tot 8 uur).

Gezelschap: Sauna voornamelijk bezocht met vriendinnen

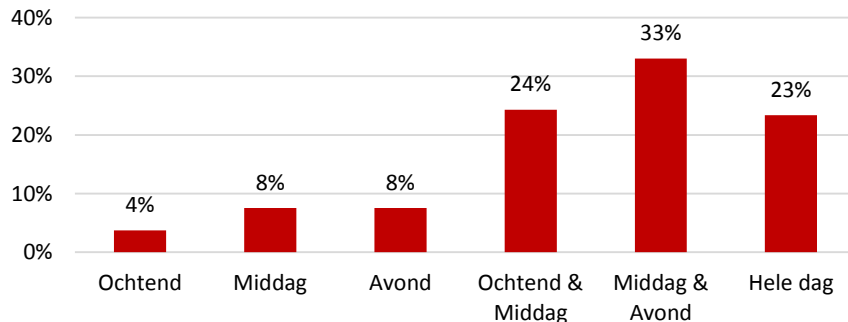
- Algemeen: 62% van de ondervraagden geeft aan wel eens met een vriend of vriendin een saunabedrijf te bezoeken. 54% bezoekt een saunabedrijf ook met zijn of haar partner.
- Vrouwen gaan het meest naar de sauna met een vriendin (68%), gevolgd door samen met partner (50%). Vrouwen gaan weinig (17%) alleen.
- Mannen gaan juist in de meeste gevallen met hun partner (66%) gevolgd door samen met vriend/vriendin (42%). Mannen gaan vaak alleen (42%).

Bezoekmoment: middag populairste bezoekmoment

- De meeste saunabezoeken nemen 2 dagdelen in beslag: Meeste bezoeken vinden gedurende middag en avond plaats (33%), gevolgd door ochtend en middag (24%).
- 23% van de bezoeken neemt hele dag in beslag.

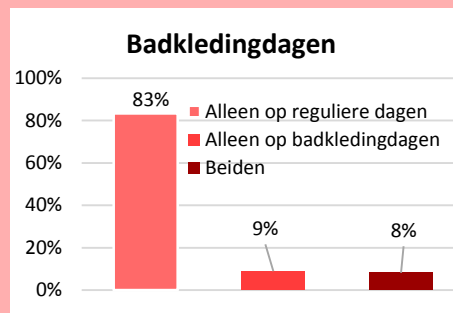


Bezoekmoment



Badkledingdagen

- Het overgrote deel (83%) van de bezoekers geeft aan alleen een saunabedrijf te bezoeken op reguliere dagen (geen badkleding).
- Het zijn met name Light users die gebruik maken van de badkledingdagen.

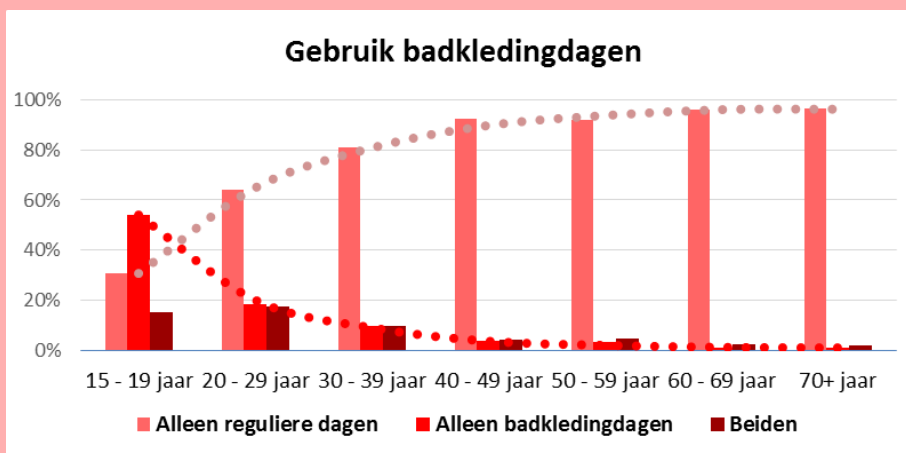


Badkledingdagen met name populair onder vrouwen

- 1 op de 10 vrouwen bezoekt de sauna tijdens badkledingdagen.
- Bij de mannen is dit aandeel circa 30% kleiner.

Badkleding naar leeftijd: jongere generatie preutser

- Het 'naakt-recreëren' geldt voor nieuwe gebruikers als een forse drempel. Badkledingdagen zijn daarom zeer geschikt om kennis te maken met de sauna. De toename van het aantal badkleding dagen verklaart deels de verhoging in aantal gebruikers.
- Met name de jongere bezoeker (15-29 jaar) geeft sterk de voorkeur aan badkledingdagen. Naarmate de bezoeker ouder wordt neemt gebruik van badkledingdagen zeer sterk af.



Faciliteiten

De faciliteiten binnen een saunabedrijf zijn in te delen in drie categorieën: wellness-, horeca- en beauty/massage faciliteiten.

Wellness-faciliteiten

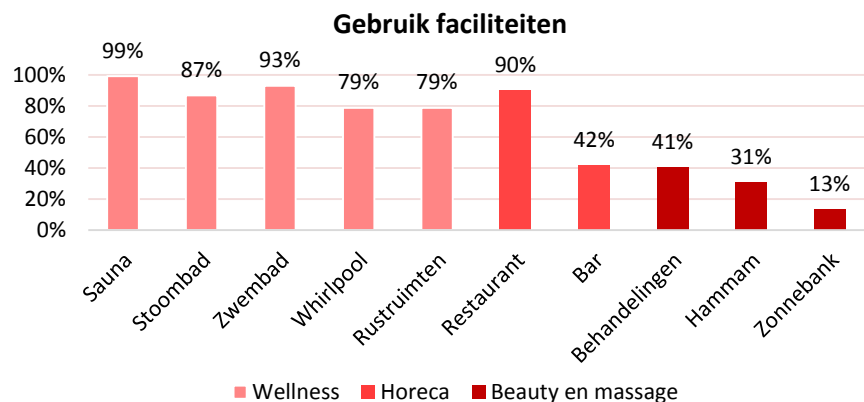
- Vanzelfsprekend maken vrijwel alle bezoekers gebruik van de sauna (99%).
- Overige wellness faciliteiten als het zwembad (93%) en het stoombad (87%) zijn zeer populair.
- Van de whirlpool (79%) en rustruimten (79%) wordt in mindere mate gebruik gemaakt.

Horecafaciliteiten

- 90% van de saunabezoekers maakt gebruik van het restaurant.
- De bar is met 42% een stuk minder populair. *(Niet iedere sauna beschikt over een bar).*

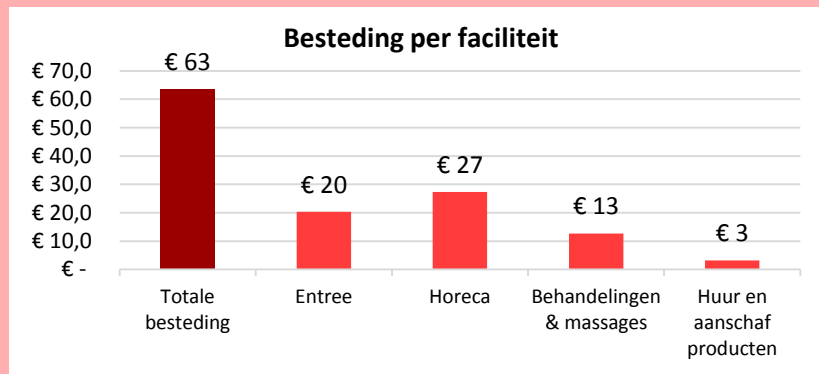
Beauty- en massage faciliteiten

- 41% van de saunabezoekers maakt gebruik van de beauty- en massagefaciliteiten. Hierbij is het aandeel vrouwen (44%) dat gebruik maakt, fors hoger dan bij mannen (31%).
- Hammam wordt door 31% van de bezoekers gebruikt.
- De zonnebank is met 13% de minst bezochte faciliteit binnen de saunabedrijven. *(Niet iedere sauna beschikt over een zonnebank).*



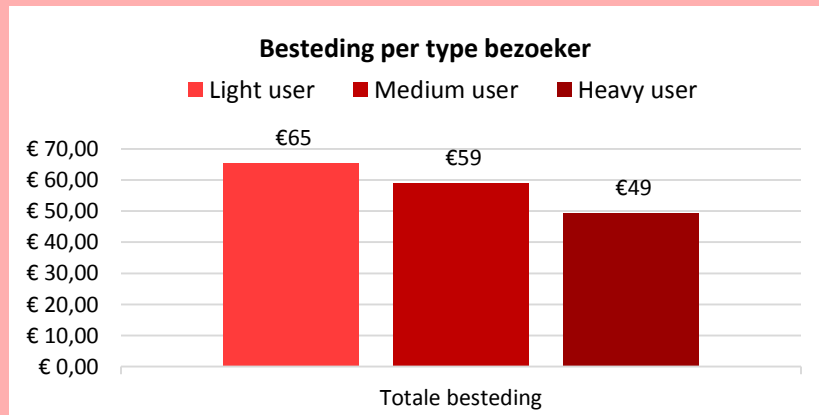
Besteding

- Gemiddeld besteedt een saunabezoeker circa € 63,- per bezoek. Ontwikkeling: Ten opzichte van 2010 is de gemiddelde besteding licht toegenomen met circa € 1,50. Deze toename komt met name door hogere bestedingen in de horeca. De entreprijzen staan juist onder druk als gevolg van prijs- en kortingsacties en yieldmanagement (variabele prijzen afhankelijk van bezoekmoment).



Lagere besteding naarmate men vaker een saunabedrijf bezoekt

- De saunabezoeker geeft minder uit naarmate men vaker de sauna bezoekt. Zo geeft de Heavy user gemiddeld € 49,- uit, terwijl een Light user gemiddeld circa € 65,- uitgeeft.



Loyaliteit: Heavy users loyaal, Light user kijkt vaker op andere locaties

- Heavy user: meest loyale groep waarvan 24% aangeeft altijd hetzelfde bedrijf te bezoeken. 39% bezoekt af en toe een andere bedrijf. Dit is te verklaren door de meer functionele aard van het bezoek waarbij dit minder een uitje is. De gast weet hierbij heel goed wat hij/zij kan verwachten.
- Medium en Light users: Minst loyale groepen waarbij ruim 55% regelmatig andere bedrijven bezoekt. Slechte circa 10% is honkvast en bezoekt altijd hetzelfde bedrijf. Dit zijn de bezoekers die veel meer vanuit mentale ontspanning en met vrienden/vriendinnen een uitje ervan maken. Deze groep wil daarbij vaker nieuwe belevingen ervaren.

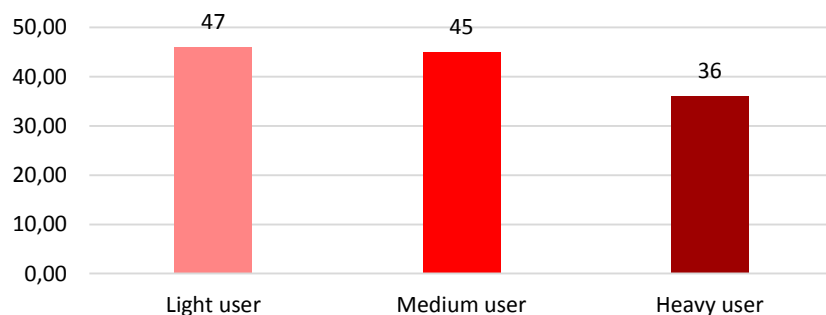
Manier van reizen: ruime meerderheid met de auto

- 85% van de bezoekers geeft aan altijd met de auto te reizen.
- Overige reismethoden; OV (7%), de fiets (7%) en te voet (1%) zijn minder populair.

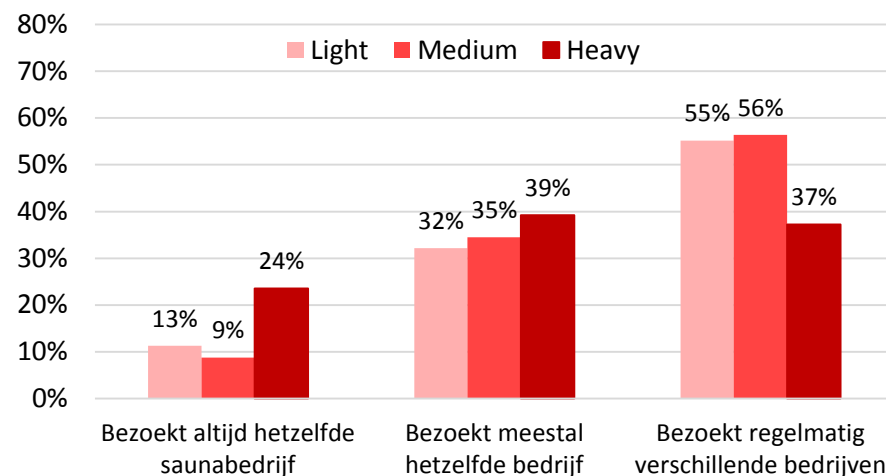
Koopmoeitebereidheid

- Heavy users: deze groep bezoekt over het algemeen een sauna dicht bij huis. De bezoeker is bereid 37 minuten te reizen.
- Medium en Light users: De koopmoeitebereidheid ligt bij deze groepen niet ver uit elkaar. Gemiddeld zijn de bezoekers bereid ruim 45 minuten te reizen voor een saunabadrijf.

Koopmoeitebereidheid (minuten)



Loyaliteit



Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 30 jaar kunnen horecaondernemers, overheden, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies en onderzoek over de horeca- en leisurebranche.

Naast horeca-advies verzorgt de Van Spronsen & Partners groep horeca-salarisadministratie, horeca - administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing en strategische visies. Ons bureau voert daarnaast horeca- en leisure onderzoeken uit zoals Meest Gastvrije Stad en het Sauna Onderzoek.

Regelmatig publiceren wij vakgerelateerde blogs, trendpresentaties en brancheboekjes. Kijk voor alle publicaties op www.spronsen.com.



Deze publicatie is opgesteld door Lennert Rietveld. Voor informatie, reacties of vragen kunt u direct contact opnemen via 071 541 88 67 of 06 418 326 91. Email: lennertrietveld@spronsen.com.

Meer weten over wellness branche?

Download 'Wellnesscentrum in beeld' op www.spronsen.com



'Het Wellnesscentrum in beeld' is een publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

Inspiratie nodig?

Download 'Trends in Wellness' op www.horecatrends.com

