

## **SAUNAMARKT LAAT GEZONDE GROEI ZIEN**

Warmond, 27 juni 2017 – Het aantal saunabezoeken in Nederland is sinds 2010 flink toegenomen. In 2016 bezochten circa 1,8 miljoen Nederlanders een saunabedrijf. Gezamenlijk bezochten zij 15,6 miljoen keer de sauna. Dit is een groei van 42% ten opzichte van 2010. De saunamarkt presteert dus goed met een jaarlijkse groei van circa 3,7%. Dit blijkt uit het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek 2017 gehouden onder circa 1.300 Nederlanders door Van Spronsen & Partners horeca-advies.

### **Stijging aantal bezoekers**

Het Nationaal Saunabezoekers Onderzoek 2017 onderzoekt het aandeel Nederlanders dat een sauna bezoekt (participatie), de bezoekfrequentie en het consumentenprofiel. Hierbij gaat het om bezoekers die minimaal éénmaal per jaar een sauna bezoeken. Dit aandeel, de bezoekparticipatie, bedraagt in Nederland 10,4%. Het gemiddeld aantal bezoeken per persoon bedraagt 8,9 per jaar. Hiermee bedraagt het totaal aantal bezoeken ruim 15,6 miljoen. Het onderzoek laat een gezonde stijging zien in de marktomvang van 22% in 6 jaar (gemiddeld 3,7% per jaar).

### **Verdere groei voorzien**

Volgens Lennert Rietveld, senior-adviseur bij Van Spronsen & Partners horeca-advies sluit dit aan bij de ontwikkeling van de markt: “De bekendheid van grote saunabedrijven in ons land is in korte tijd snel toegenomen. De wellnessaanbieders hebben een kwaliteitsslag doorgemaakt en doen goed zaken bij een aantrekkende economie. De consument kan meer uitgeven en heeft behoefte aan kwaliteit in zijn/haar vrije tijd. De markt is volop actief met online promoties en bij veilingen zodat veel consumenten in aanraking komen met een saunabedrijf en de stap durven zetten. Voor de toekomst verwachten we een verdere toename van participatie aangezien de Nederlandse saunamarkt nog relatief jong is”.

### **Type saunabezoekers en besteding**

De saunamarkt op te delen in drie verschillende type bezoekers: light-, medium- en heavy users. Hierbij is onderscheid gemaakt op basis van het aantal keren dat de saunabezoeker een saunabedrijf bezoekt. De light user bezoekt jaarlijks 1 tot 12 keer een saunabedrijf, de medium user 12-40 keer en de heavy user meer dan 40 keer per jaar.

Gemiddeld geven saunabezoekers € 63,= uit aan een bezoek. Dit is een beperkte stijging ten opzichte van 2010. De bestedingen aan horeca zijn nog toegenomen, maar de besteding aan entreegelden staat onder druk als gevolg van prijsaanbiedingen, kortingsacties en yieldmanagement.

### **Saunabezoeker bestaat voornamelijk uit vrouwen**

De saunabezoeker bestaat voor 64% uit vrouwen. De vrouwelijke bezoeker is gemiddeld 41 jaar en daarmee 6 jaar jonger dan de gemiddelde man (47 jaar). Naarmate bezoekers ouder worden en vaker gaan zien we een groter aandeel van mannen ontstaan.

### **Jongeren veel preutser dan ouderen**

83% van de saunabezoekers bezoekt de sauna alleen op reguliere dagen (zonder badkleding), 9% komt alleen op badkledingdagen en 8% geeft aan op beide bezoekmomenten de sauna te bezoeken. Hierbij is er een duidelijk verband in de populariteit van badkledingdagen en de leeftijd. 50% van de 15-19 jarigen geeft de voorkeur aan badkleding dagen, terwijl dit bij de 30-39 jarigen nog maar 10% is. In de oudere leeftijdsgroepen is de populariteit van de badkledingdagen vrijwel nihil. Jongeren gaan dus minder makkelijk uit te kleren dan de oudere bezoeker.

### **Grote saunabedrijven meest populair**

Ruim 63% van de saunabezoekers geeft aan wel eens een groot saunabedrijf (vanaf 5 warme cabines) te bezoeken. De kleine saunabedrijven (met 1 of 2 cabines) zijn een stuk minder populair. Slechts 6% geeft aan wel eens een kleine saunafaciliteit te bezoeken.

### **Saunabezoekers minder loyaal**

55% van de saunabezoeker bezoekt regelmatig een ander saunabedrijf en is dus weinig loyaal. Daartegenover blijft slechts 11% loyaal aan hun huidige saunabedrijf. Het aandeel van de heavy users (meer dan 40 bezoeken per jaar) dat trouw blijft aan het huidige saunabedrijf is ruim dubbel zo groot met 24%.

### **Smartphonevrije leisure populair?**

Het voornaamste bezoekmotief van de saunabezoeker is de fysieke en mentale ontspanning. Een 'voordeel' dat een sauna biedt is het feit dat de smartphone niet toegestaan is. Met de toename van drukte en stress in de maatschappij, is deze eigenschap van wellness een belangrijk aspect voor de consument die op zoek is naar echte rust en ontspanning.

[Lees het 'Nationaal Saunabezoekers Onderzoek' voor meer informatie.](#)

--- Noot voor de redactie ---

Van Spronsen & Partners is een horeca-adviesbureau voor de gastvrijheids- en vrijetijdsindustrie. Het bedrijf is 30 jaar actief binnen deze branche en gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & communicatie en horecavisies en -beleid. Bij deze publicatie is ook een uitgave van horecatrends gepubliceerd "Wellness 2017, trends, innovatie, inspiratie". Voor meer informatie en/of reacties kunt u contact opnemen met Lennert Rietveld: 071 5418867 of 06 41832691 of [spronsen.com](http://spronsen.com) of via email: [lennertrietveld@spronsen.com](mailto:lennertrietveld@spronsen.com). Kijk voor de laatste horecatrends op [www.horecatrends.com](http://www.horecatrends.com). Bekijk ook de laatste brancheonderzoeken over de horeca en leisure, ['De Discotheek & Club in beeld'](#), ['De Bowlingbaan in Beeld'](#), ['De Snackbar in Beeld'](#) en ['De Bioscoop in beeld'](#).