



WellnessTotaal.nl voorspelt de trends voor 2010

Wie en wat is WellnessTotaal.nl?

WellnessTotaal.nl is op 1 november 2009 gestart als het platform voor consument en ondernemer met interesse in en belang bij de wellnessbranche. WellnessTotaal.nl is een direct uitvloeisel van activiteiten binnen onze bedrijven de Nationale Wellness Kadobon B.V. en Pijlman & Van Osch B.V.. Onder de paraplu van die laatste vallen onder andere fullservice dienstverlening aan de zakelijke markt én, naast WellnessTotaal.nl, ook SaunaChecken.nl. Onze jarenlange ervaring als gast van de branche én als ondernemer menen wij ons dit jaar de eerste editie van ons eigen *trendwatching rapport* te kunnen permitteren voor 2010. ***Dit zijn onze bevindingen, dit zijn de trends die wij voorspellen!***

Kernwoorden en termen: Kwaliteit, individuele wensen voorop, bewust genieten en ontspannen, innerlijk en uiterlijk komen veel meer op 1 lijn, competitie is géén vies woord, thuiswellness en persoonlijke aandacht.

Samenvatting/Conclusies: Uit vrije wil om te ontspannen én vanuit preventief oogpunt genieten van de volle breedte van de branche. Het individu en de individuele wensen geven vrijwel overal de doorslag bij alle keuzes. Bewust genieten van saunafaciliteiten wordt een vast onderdeel van een groter deel van onze samenleving waarbij de opgieting (löyly/aufguss) voor veel mensen een welkome bonus is. Voeding en verzorgingsproducten zijn bij voorkeur 100% natuurlijk en zeker niet getest op dieren. Ecologische en biologische producten blijven aan terrein winnen. Teamsport is populairder dan alleen sporten maar als er alleen gesport wordt moet het competitief zijn door middel van bijvoorbeeld op moderne wijze doelen stellen door de integratie van computerspellen in fitnessstoestellen. Persoonlijke aandacht en benadering is op alle vlakken essentieel en kwaliteit van personeel en diensten wordt belangrijker dan kwantiteit. Met dit laatste verschaald het actieklimaat van 2=1 wat vooral bij sauna's en thermen een noodzaak doch doorn in het oog was de afgelopen jaren. Naaktrecreatie wordt een minder heikel punt, het innerlijk én uiterlijk zijn vrijwel even belangrijk en branche groeit in de breedte én diepte.

Algemeen

- ◆ Toename bewustwording nut en noodzaak preventieve wellness op het gebied van weerstand, conditie en voeding bij arts, consument en zorgverzekeraar.
- ◆ Groei van de branche in de diepte én de breedte.
- ◆ Toename van besteding per gast welke minder “zomaar doet” en meer “bewust kiest”.
- ◆ De media zullen op een andere manier nadrukkelijker een vaste plek in haar uitingen geven aan producten en diensten uit de wellnessbranche door middel van columns, vaste rubrieken en nieuwe initiatieven.
- ◆ Kleine groeperingen en samenwerkingsverbanden zullen afvallen. Overkoepelende samenwerkingsverbanden en partners zullen ruim aan terrein winnen waarbij de potentie op “return on investment” een doorslaggevend wapenfeit zal zijn.
- ◆ Integratie in bedrijfsleven neemt een enorme vlucht. Fitness tijdens de lunch, actieve bedrijfsuitjes, stoelmassage etc. blijven in populariteit toenemen.
- ◆ Wellnessweekendjes en wellnessvakanties in eigen land en (ver) daarbuiten nemen een enorme vlucht. Liever 1 keer goed op vakantie en écht genieten dan 2 keer half.
- ◆ De wens van biologische producten, vegetarische gerechten, producten die niet getest zijn op dieren en/of volledige ecologisch/biologisch zijn alsook het aanbod van aangepaste producten als gevolg van bijvoorbeeld een voedselintolerantie, blijft onverminderd actueel en zal aanzienlijk toenemen.

Valkuilen (algemeen)

- ◆ Het onderschatten van de noodzaak goed opgeleid en kwalitatief personeel in te zetten. Hierop zal meer geïnvesteerd moeten worden overleven op de middellange termijn haalbaar blijven.
- ◆ Kwaliteit van producten in het bedrijf van salon tot keuken. “Blikvoer” kan bij je bedrijfsconcept passen, past het niet, serveer het niet.
- ◆ Onderschatting profilering via internet. Websites hebben ook in 2010 minder aandacht dan noodzakelijk is. De toename van de eerste oriëntatie via internet wordt belangrijker en daarmee dient een homepage meer te zijn dan een uithangbord.
- ◆ Angst voor te hoge tarieven; past de kwaliteit bij het tarief, dan betaalt de gast graag.

Sauna & Thermen

- ◆ Er komt een nadrukkelijker dieldeling in het soort saunabezoekers.
- ◆ Toename bewust genieten, bewust kiezen.
- ◆ Afname acties zoals 2=1 en reserveringsverplichting.
- ◆ Keuzevrijheid of het totaalconcept als perfect afgestemd arrangement.
- ◆ Service, klantgerichtheid en hygiëne.
- ◆ De Löyly/aufguss/opgieting is “je van het in 2010”.

Groep 1 is de groep die al enkele keren per jaar naar de sauna ging, maar dan een hele (verwen)dag. Deze groep zal sauna verder in haar levensstijl integreren en ook vaker korte bezoeken aan de sauna afleggen zoals “een paar uurtjes ’s avonds na het werk”. De 2^e groep is de groep die al zeer regelmatig ging, veelal op badenkaart of abonnement. Deze groep gaat ook aandacht besteden aan het bredere genieten van bijvoorbeeld een behandeling waardoor de omzet per bezoeker omhoog gaat. Groep 3 is de groep die voor het eerst of opnieuw kennismakt met sauna via een aanbieding, actie of kado waardoor de markt zal blijven groeien. Deze groep zal voornamelijk herkenbaar zijn in grote centra welke duidelijk zichtbaar zijn in diverse media.

De gast in het algemeen wordt een meer bewustere genietter na een jaar van onverwachte stress als gevolg van, jawel, teruglopend besteedbaar inkomen. De waardering voor wat men wel heeft neemt aanzienlijk toe en daarmee ook de wens bewust te genieten. De gast zal vaker sauna kiezen als “avondje uit” of “dagje weg”. Vergelijk het met een dagje pretpark, een museumbezoek of dagje shoppen.

In het algemeen zullen acties zoals 2=1 verder afnemen en zal de weerstand tegen het “gratis weggeven” verder groeien. De markt realiseert zich in toenemende mate dat “kwaliteit niet gratis kan” maar ook dat de gast daar aan zal moeten wennen na jaren van acties. De nadruk zal komen te liggen op totale keuzevrijheid of bijzondere arrangementen voor de gast. Geen eenheidsworsten meer, geen arrangementen die het hele jaar door boekbaar zijn. De gast, de tijd van het jaar en nieuwe producten zullen van invloed zijn op de keuze van de gast en het samenstellen van arrangementen.

De reserveringsverplichting voor losse saunabezoeken zal, zij het met horten en stoten, verder afnemen omdat de gast niet langer (ruim) vooraf wil beslissen naar de sauna te gaan. De ondernemer meent deze tool nodig te hebben voor personele planning maar legt hierbij teveel ondernemersrisico bij de gast. De gast wil de vrijheid te reserveren voor het bedrijf van zijn keuze maar ook ruimte voor spontane opwellingen. Meer bedrijven zullen de mogelijkheid tot deeltree aanbieden. Entree voor overdag, avond of per uur tegen gereduceerd tarief.

Hygiëne, service en kwaliteit. Bedrijven die zichtbaar actief werken aan een schoon bedrijf, voldoende servicegericht personeel hebben, personeel dat binnen enkele minuten na binnenkomst in een horecaruimte de bestelling opneemt heeft wat ook nog oogcontact maakt én onthoudt wie wat besteld heeft, heeft een flinke stap voor. Haar in het putje is funest, evenals lange wachttijden bij het inchecken en een gebrek aan parkeerruimte.

Sport & fit

- ◆ Toename activiteiten die niet op een vast moment plaats dienen te vinden zoals squash en onbeperkte fitnessabonnementen welke “go as you please” stimuleren.
- ◆ Activiteiten geschikt voor groepen.
- ◆ Meetbare resultaten.
- ◆ Personal training.
- ◆ Thuisstraining, al dan niet via internet.
- ◆ Light producten worden vervangen voor bewuster eten, vaker kleinere porties, minder suiker en meer genieten van slechtere keuzes zonder schuldgevoel.
- ◆ Lol. Sorry? Ja, lol. Plezier in sporten. Geen moeite. De individuele muziekkeuze op machines zet door, we sporten met de Wii of met doelgerichte activiteiten in de vorm van computerspellen op schermen in onze sportschool. Sporten en lachen dus.
- ◆ Skiën is uit, snowboarden is in.
- ◆ Golf, voetbal, tennis en schaatsen zijn de sporten van 2010.
- ◆ Nordic walking is passé, “gewoon” wandelen, inclusief wandelvakanties, zijn weer terug.
- ◆ Sporten in je eentje is not done, samen of niet. Teamsporten worden weer populair.
- ◆ Valkuil: perfectie en te hoge niveaus. Mensen met verminderde conditie door gebrek aan sport of bijvoorbeeld chronische ziekte willen wel maar weten niet waar en hoe. Verlaag de drempel, er hoeft geen perfecte vrouw achter de receptie. Mensen willen herkenning en redelijke doelen om te realiseren.

Sport omdat het moet is uit. Sport om gewicht te verliezen, conditie op te bouwen maar vooral omdat het leuk is. Nieuwe “fysporten” zoals Reebok aanbiedt, sporten via internet en sporten in teamverband zijn de trends van 2010. Voetballen mag weer op straat, fietsen in plaats van de auto (met hippe fietstas!) is weer normaal en competitie is geen vies woord meer. Je mag willen winnen!

Vind je het leuk om een basketbal in een netje te gooien maar heb je niks met basketbal? Gebruik de nieuwste fitnessapparaten en train gelijk je buikspieren. Lekker competitief bezig zijn mag maar moet niet. Geen teamsportmens? Klim op de nieuwe hippe fietsen en loopbanden en loop, fiets en ren met een computer tegenover die je resultaten meet én bijhoudt.

Personal training en golf zijn niet meer voor de elite. Bewust met je eigen lijf bezig zijn met behulp van een trainer die even alleen maar aandacht heeft voor jou, mag. Het is tenslotte jouw lijf. Golf is 3 uur heerlijk buiten zijn, lopen, spieren gebruiken waarvan je niet wist dat je ze had en samen met je partner, zakenrelatie of vrienden echt de tijd voor elkaar hebben.

Beauty & verzorging

- ◆ Toename veiliger gebruik kunstmatige zonproducten zoals de zonnebank.
- ◆ Afname bruin crèmes, toename sprays.
- ◆ Verzorgingsproducten voor het haar en de huid passen bij het seizoen.
- ◆ “Benidorm” bruin is uit. Een zachte licht gebruide huid is in. Alsof het een maquillage betreft op een zorgvuldige gereinigde huid met af en toe een scrub.
- ◆ Uitgroei is funest, lang haar mag weer, de kapsel zijn meer eigen en uitgesproken.
- ◆ “Bijpunten” bij de kapper is terug.
- ◆ Thuis je haar verven mag weer.
- ◆ Aandacht voor de veranderende huid. Bij twijfel wordt makkelijker een arts geconsulteerd.
- ◆ Permanente ingrepen zijn uit. Opvullende crèmes, niet permanente injecties zijn in.
- ◆ Permanent ontharen is een wens van vele mannen en vrouwen waaraan in 2010 gehoor wordt gegeven.
- ◆ Permanente make-up zoals wimpers en wenkbrauwen verven en een lijntje boven de ogen zijn geaccepteerd gemeengoed.
- ◆ Er is weer aandacht voor handen en voeten! Voetenbadje, massage, parafine handpakking, nagels lakken, eelt verwijderen, het mag weer!

- ◆ Producten welke biologisch, ecologisch en diervriendelijk zijn blijven hot.
- ◆ De kleuren op je ogen in 2010: Paars, azuurblauw en goud. Glitter mag ook weer buiten de feestdagen maar niet teveel.
- ◆ Je lippen verzorg je met lippenbalsem, je stift ze dramatisch of niet.
- ◆ De uiercrème, talkpoeder en vaseline mogen weer uit de la en gewoon op de plank in de badkamer. Droge ellebogen, irriterende huid, wondjes? Smeren maar!
- ◆ Lange nagels, rijkelijk gedecoreerd. Kunst of echt maakt niet uit, ze moeten opvallen.

Eigenlijk is 2010 het begin van het tijdperk waarin je niet verzorgen en geen aandacht hebben voor jezelf, niet meer mag. Je hoeft geen Barbie te zijn met ultrahip kapsel maar een droge huid met verstopte poriën en dode haarpunten kunnen echt niet meer. Bijt je nagels, ga aan de Bitex of kunstnagels, stompjes kunnen echt niet meer.

Ben je een beetje lui als het op verzorging aankomt? Gebruik 2 in 1 producten (shampoo en doucheschuim), pak een combinatiepot goede dag en nachtcrème, een elektrische tandenborstel, een goede kam en maak wat van jezelf. Je wimpers en wenkbrauwen laat je 1 keer in de 6 weken verven en het lijntje boven je ogen laat je tatoeren (PMU). Geen zin in scheren? Kies voor permanente ontharing met bijvoorbeeld ELOS of IPL, een baard van 5 dagen, behaarde onderbenen en wildgroei onder je armen als vrouw, kunnen echt niet meer.

Spirituele wellness

- ◆ Yoga en meditatie blijven winnen aan populariteit.
- ◆ Yogavakanties zijn zeer hip, net als detoxkuren en sapvastkuren in landen zoals Thailand en Maleisië.
- ◆ Coaching is de nieuwe vorm van therapie.
- ◆ Iedere dag een minstens kwartiertje voor jezelf. Zonder iets. Geen laptop, tv, kind etc.
- ◆ De man, eindelijk (!) ontdekt spirituele wellness. Daar wordt natuurlijk nog een hippe naam voor verzonden maar het feit blijft dat bewustwording niet meer alleen voor “Teva sandalen, tuinbroeken en linkse rakkers” is.
- ◆ Kiezen voor elkaar, met of zonder huwelijk, mag weer. Samen rust in het hoofd door vertrouwen in elkaar.

Een vast moment in de week om alleen maar met “hoofdzaken” bezig te zijn is een sterk groeiend fenomeen. Tijd voor bewustwording zonder “uit zichzelf te treden”. Het is niet raar meer om in “het zesde zintuig te geloven” en geloven mag weer maar zonder “voet tussen de deur”. Reizen met een spiritueel kenmerk zoals de yogavakantie of sapvastkuur zijn hipper dan hip maar ook reizen die meer religieus van aard zijn mogen weer.

Therapie zal meer en meer geaccepteerd worden al zullen woorden als coaching uit schaamte nog meer gebruikt worden. Het besef niet alles alleen te kunnen op sommige momenten en een frisse blik van buiten zijn normaal zonder trauma te hebben.

Op de bank met een boek, lopen met je hond, de tv uit, meezingen met je favoriete muziek, je laptop het hele weekend in een hoek, een vakantie zonder mobieltje, het mag!

Medisch & gezondheid

- ◆ Toename bewustwording nut en noodzaak preventieve wellness op het gebied van weerstand, conditie en voeding bij arts, consument en zorgverzekeraar.
- ◆ De wens van biologische producten, vegetarische gerechten, producten die niet getest zijn op dieren en/of volledige ecologisch/biologisch zijn alsook het aanbod van aangepaste producten als gevolg van bijvoorbeeld een voedselintolerantie, blijft onverminderd actueel en zal aanzienlijk toenemen.
- ◆ Op je gezondheid letten is niet nuffig meer, het mag!
- ◆ Stoppen met borstvoeding is geen doodzonde meer.

- ◆ Geven aan het (medische) goede doel per automatische incasso is uit. Nalaten uit een testament en geven aan de deur zijn in.
- ◆ Roep op preventieve wellness in de basis- en/of aanvullende zorgverzekering wordt groter en harder vanuit alle hoeken van de samenleving.

Bewust actief bezig zijn met de eigen gezondheid wordt steeds normaler en deze “trend” zet in 2010 flink door. De paracetamol als je hoofdpijn hebt mag weer net als je ziekmelden als je ziek bent. Doorwerken is niet stoer maar dom. Als je angst hebt, twijfelt of iets niet over gaat, ga je weer naar de huisarts. Wachten tot het 4 keer zo groot of zo erg is doen we niet meer.

We investeren meer in eigen gezondheid door bewuster te kiezen voor weerstandverhogende voedingsmiddelen en activiteiten zoals saunabezoek. Daarnaast proberen we niet reguliere geneeswijzen uit als regulier niet of onvoldoende helpt en delen deze kennis en ervaringen met onze omgeving.

Sporten doen we weer omdat het leuk is en samen met 1 of meerdere mensen. Het is niet langer een verplichting maar we doen het omdat we het leuk vinden.

Niet voor publicatie: Aanvullende informatie via Marijke Pijlman, 06-46288683 of marijke.pijlman@pijلمانvanosch.nl.



wellnesstotaal™