

## Onderzoek naar de meerwaarde van leisure in de Vlaamse hotelsector Wellness biedt potentieel voor West-Vlaamse (kust)hotels

Ben Glorieux\* Master of Science in Toerisme, KU-Leuven, Poperinge

Je laten verwennen. Het zit in ons. En al helemaal als we op vakantie zijn. In de kunststeden horen ze het niet graag, maar de kust blijft veruit de populairste vakantiebestemming van ons land. Ook daar moet je je gasten verdienen. Elke dag en nacht opnieuw. Om in te spelen op de toenemende vraag naar leisurefaciliteiten investeerden hotels de voorbije jaren fors in wellness. Om zo extra gasten aan te trekken.



Al bijna een kwarteeuw runnen mijn ouders een vakantiewoning in de Westhoek. Hierdoor heb ik al een hele tijd een bijzondere interesse in het thema wellness. Deze vorm van leisure is aan een sterke opgang bezig. Onder wellness verstaan we faciliteiten als sauna, jacuzzi, fitness, zwembad en kuren. Uit cijfermateriaal blijkt trouwens dat slechts één op de dertig kusthotels een kuurbehandeling aanbiedt: Koksijde is koploper, ook Oostende haalt de top drie, maar Brugge zit ver onder het gemiddelde.

Bij mijn onderzoek 'De meerwaarde van wellness in de Vlaamse hotelsector', lag de focus op de regio's Brugge en Oostende, maar ik zag de sterrenhotels aan de westkust niet over het hoofd. Deze studie was onderdeel van mijn masterproef voor een Master of Science in het Toerisme aan de Katholieke Universiteit Leuven. Professor dr. Norbert Vanhove fungeerde als promotor.

### De factor rendabiliteit

Ik voelde acht hoteliers in Oostende en evenveel in Brugge aan de tand. Hieronder de belangrijkste bevindingen.

#### 1. Wellnesstoerisme is overduidelijk een trend, het genereert ook extra omzet voor de hoteliers

Prognoses van 2012 geven aan dat wellnesstoerisme elk jaar, en dit tot in 2017, op jaarbasis meer dan negen procent zal groeien. Dat is de helft sneller dan het totale toerisme. Wat voor hotelgasten leuk en aantrekkelijk lijkt, is daarom nog geen evidentie voor een hoteluitbater. Wellness gaat vaak gepaard met hoge investeringen, wat niet

altijd spoort met het aspect rendabiliteit. Toch doen hoteliers er goed aan om mee te stappen in het wellnessverhaal, omdat deze bijkomende faciliteiten een competitief voordeel bieden ten opzichte van de concurrentie. Zeker voor wie boekt via het internet, en dit doen alsmaar meer mensen, is de aanwezigheid van wellness vaak een factor van doorslaggevend belang. Ook al maken die hotelgasten er tijdens hun aanwezigheid soms helemaal geen gebruik van. Ook in Oostende doen hotels dit naar beste vermogen. Zo liet een gerenommeerd hotel in het centrum van Oostende een heus wellnesscentrum bouwen met zwembad, sauna, bio sauna, stoombad, infraroodzitbank, relaxruimte en fitness, een investering van liefst 600.000 euro. Eén van de zaken die uit mijn onderzoek naar voren is gekomen: hoe groter het hotel, hoe rendabeler de investering in wellness.

Het wellnessgedeelte wordt in de hotels beschouwd als een extra service voor de gast. Afhankelijk van het wellnessstype en of het wellnessstype al dan niet betalend is,

kan de wellness winstgevend zijn en dus meer omzet geven. Zo brengt een jacuzzi in een hotel van 60 kamers, onafgezien van de kamerbezetting het minst op, 10 euro per koppel; terwijl een kuur- en massagebehandeling het meest opbrengt, 75 euro per koppel. Een professioneel zwembad is dan weer een grote verliespost voor een hotel.

De hotelier kan er ook voor kiezen om de kosten van het wellnessstype te verrekenen in de kamerprijs. Als de kwaliteit in het hotel verbetert, bijvoorbeeld door het vernieuwen van de kamers, het verbeteren van de dienstverlening of het aanbieden van een wellnessruimte, dan geeft dit de mogelijkheid om een meerprijs te vragen aan de gasten, via een verhoging van de gemiddelde kamerprijs. Dit genereert dan ook meer omzet.

#### 2. Wellness is verankerd aan de hotels aan zee

Tabel 1 inventariseert alle kusthotels met wellnessfaciliteiten. Ongeveer 3 op de 10 hotels bieden wellness aan. Bijna 1 op de

Tabel

Aanwezigheid van wellness in de hotels aan de Kust en Brugge, 2013

	Wellness in het hotel	Geen wellness in het hotel	Totaal aantal hotels	Aandeel hotels met wellness
De Panne	6	15	21	28,6 %
Koksijde	4	9	13	30,8 %
Nieuwpoort	2	6	8	25,0 %
Middelkerke	3	15	18	16,7 %
Oostende	17	20	37	45,9 %
Bredene	0	4	4	0,0 %
De Haan	7	19	26	26,9 %
Blankenberge	14	23	37	37,8 %
Brugge	24	75	99	24,2 %
Knokke-Heist	8	25	33	24,2 %
<b>Vlaamse Kust &amp; Brugge</b>	<b>85</b>	<b>211</b>	<b>296</b>	<b>28,7 %</b>

BRON Westtoer, 2013 + eigen verwerking

4 Brugse hotels (24,2 %) heeft wellnessinfrastructuur. Oostende daarentegen heeft in bijna de helft van de hotels wellness (45,9 %). Oostende zit ruim boven het West-Vlaamse gemiddelde van 28,7 %, Brugge bevindt zich onder dit gemiddelde.

Als we de hotels in Oostende verder analyseren, dan blijkt dat de aanbieders van wellness tot het hogere marktsegment behoren (drie of vier sterren). Wellnessfaciliteiten dragen ertoe bij dat hoteliers aan de kust minder afhankelijk zijn van het (zomer)seizoen en dus van mooi weer. Dankzij wellness trekken ze naast leisure- ook businesscliënteel aan. Als er gekeken wordt naar de doelgroep die een

wellnesshotel boekt, is de leeftijdsgroep 50 tot 70 jaar oververtegenwoordigd. Dat is de welstellende babyboomgeneratie. Een manier om zonder al te veel extra inspanningen het rendement binnen een hotel te verhogen, is de wellness open te stellen voor dagtoeristen. Zij dienen hiervoor uiteraard een dagvergoeding te betalen.”

### 3. De westkust overtroeft de oostkust

Hotels gelegen aan de westkust scoren doorgaans betere percentages dan hotels aan de oostkust. Dit beeld is echter wat vertekend omdat er beduidend meer hotels aan de oostkust zijn.

Toch herbergen De Panne en vooral Koksijde meer hotels met een sauna dan Blankenberge, Knokke-Heist en De Haan. Inzake kuurbehandeling spannen Koksijde en Nieuwpoort zelfs de kroon aan onze kust. Van de tien kustgemeenten moet De Panne procentueel enkel Oostende laten voorgaan als het gaat om hotels met wellnessfaciliteiten. Ook inzake jacuzzi's liggen Koksijde en Nieuwpoort ver voorop. Ook als we er zwembaden en wellness bij nemen, halen hotels aan de Westkust mooie percentages. Goed bezig dus en er zit nog rek op, want onthaasten blijft een groeimarkt. Ook in de toekomst. ■



foto: ©Westtoer