

WELLNESS TIL HVERDAG I GENTOFTE KOMMUNE

En borgerundersøgelse af holdninger til og
interesse for wellness i Gentofte Kommune

Notat / November 2019



Steffen Rask &
Rasmus K. Storm



Idrættens
Analyseinstitut

WELLNESS TIL HVERDAG I GENTOFTE KOMMUNE

Titel

Wellness til hverdag i Gentofte Kommune

Forfatter

Steffen Rask og Rasmus K. Storm

Øvrige bidragydere

Jens Alm

Rekvirent

Gentofte Kommune

Layout

Idrættens Analyseinstitut

Forsidefoto

Colourbox

Udgave

1. udgave, Aarhus, november 2019

ISBN

978-87-93784-16-1 (pdf)

Udgiver

Idrættens Analyseinstitut

Frederiksgade 78B, 2.

DK-8000 Aarhus C

T: +45 3266 1030

E: idan@idan.dk

W: www.idan.dk

Gengivelse af denne rapport er tilladt med tydelig kildehenvisning.

Indhold

Resume	6
1. Indledning.....	7
Wellness i Danmark - og Gentofte Kommune	7
2. Lokal interesse for wellness i Gentofte Kommune.....	10
Borgernes forhold til wellness.....	11
Borgernes interesse for lokale wellnesstilbud.....	17
Opsummering.....	25
3. Erhvervslivets interesse for lokale wellnesstilbud	27
Opsummering.....	28
4. Erfaringer fra andre facilitetscentre i Danmark	30
Opsummering.....	35
5. Konklusion.....	37
Litteratur	39

Resume

Dette notat præsenterer resultaterne af en borgerundersøgelse af holdninger til og interesse for wellness i Gentofte Kommune. Undersøgelsen er foretaget af Idrættens Analyseinstitut for Gentofte Kommune med henblik på at undersøge potentialet for etablering af en wellnessafdeling i Kildeskovshallen.

Undersøgelsen viser, at 57 pct. af borgerne i Gentofte Kommune har benyttet sig af et eller flere wellnesstilbud, hvoraf 12 pct. benytter et eller flere tilbud på månedlig basis eller oftere. Borgerne benytter typisk wellness enten i forbindelse med ferieophold eller i forbindelse med anden idrætsaktivitet. Sauna (34 pct.) er det mest benyttede wellnesstilbud blandt borgerne sammen med massage (33 pct.). Herefter følger spabad (21 pct.) og dampbad (18 pct.). Borgerne bruger typisk mellem 300 og 400 kr. pr. gang, når de benytter et wellnesstilbud, hvor kvinderne er mere tilbøjelige til at betale for dyrere tilbud end mænd.

Adspurgt om interessen for et lokalt, kommunalt wellnesstilbud angiver halvdelen (51 pct.), at de er interesserede i at benytte sig af et wellnesscenter, som det er skitseret for Kildeskovshallen. Borgerne efterspørger særligt tilbuddene massage (38 pct.), sauna (26 pct.), spabad (23 pct.) samt yoga, afspænding og meditation (23 pct.).

Adspurgt om den forventede brug af wellness i Kildeskovshallen svarer 55 pct. af de nuværende brugere af svømmehallen, at de vil benytte faciliteterne endnu mere, mens 33 pct. af borgerne, der ikke benytter svømmehallen, finder det sandsynligt, at de vil begynde at benytte svømmehallen. 40 pct. af borgerne finder det sandsynligt, at de vil komme i Kildeskovshallen udelukkende for at benytte et wellnesstilbud, som det er skitseret. I gennemsnit er borgerne villige til at betale cirka 150 kr. for et tilbud som skitseret for Kildeskovshallen med adgang til svømmehal og wellnesscenter.

I tillæg til borgerundersøgelsen er der foretaget en kort rundspørge blandt otte lokale store eller mellemstore virksomheder og to hoteller for at kortlægge det lokale erhvervslivs interesse i at benytte et wellnesscenter i Kildeskovshallen. Her var kun én virksomhed muligvis interesseret, hvis det kan kombineres med adgang til fitness.

For at kunne kortlægge erfaringer med og udfordringer ved at drive et wellnesscenter tilknyttet et svømmeanlæg består sidste del af undersøgelsen af interviews med repræsentanter fra fire forskellige svømmeanlæg med tilhørende wellnessafdeling. Fælles for anlæggene er, at de alle fokuserer på en form for 'hverdagswellness', der appellerer til en bred brugergruppe. Det blev desuden understreget, at det er nødvendigt med stordriftsfordele på tværs af anlæggenes afdelinger, hvis et wellnesscenter skal være økonomisk rentabelt. Endelig var der bred enighed om, at behandlingstilbud skal udliciteres fra den generelle drift for at holde sig inden for kommunalfuldmagtsreglerne.

På denne baggrund opstilles et scenarie for drift af et wellnesscenter i Kildeskovshallen med udlicitering af eventuelle behandlingstilbud såsom massage, der er det mest efterspurgt tilbud blandt borgerne.

1. Indledning

Som en del af Gentofte – Plan 2019 og budgetaftalen for årene 2019 og 2020 er der afsat i alt 150 mio. kr. til at øge kapaciteten i Kildeskovshallens svømmehal. I forlængelse heraf er der opstået et ønske om at undersøge mulighederne for at indrette et sundheds- og wellness-center i Kildeskovshallen (Gentofte Kommune, 2018).

Flere områder i hallen står foran en renovering, og i den forbindelse skal det vurderes, om et sundheds- og wellnesscenter kan etableres og drives i de nuværende bygninger. Gentofte Kommune har på den baggrund bedt Idrættens Analyseinstitut (Idan) om at skabe et vidensbaseret grundlag til at træffe en politisk beslutning vedrørende den fremtidige indretning af svømmefaciliteterne.

På baggrund heraf har dette notat til formål at:

- præsentere kortlægningen af borgernes holdninger til wellness samt konkrete ønsker til en eventuel kommunal wellnessafdeling i Gentofte Kommune
- belyse borgernes betalingsvillighed for at benytte wellness
- skabe et overblik over interessetilkendegivelse fra det lokale erhvervsliv i forhold til benyttelse af wellness
- afsøge driftsmodeller og erfaringer fra andre sammenlignelige kommunale facilitetsprojekter med henblik på at opstille scenarier for drift.

Wellness i Danmark – og Gentofte Kommune

Wellness er et udtryk, som danskerne for alvor blev opmærksomme på i starten af det nye årtusinde. Ordet er amerikansk og er dannet af *well* ('rask') og *ness* ('hed') og kan i princippet oversættes til 'sundhed'.¹ I wellnessbegrebet ligger dog også en bredere forståelse af et livsstilsfænomen, som handler om velvære, godt fysisk og mentalt helbred, selvforkælelse og sund kost.

I dansk kontekst har wellnessaktiviteter og tilbud hidtil haft en relativt snæver udbredelse og er primært begrænset til eksklusive og kommercielle udbydere ved f.eks. feriesteder, fitness- og motionscentre eller forskellige typer af svømmehaller og vandaktivitetscentre.

Wellness spænder bredt fra aktiviteter som spa og sauna over kropslige behandlinger som massage og zoneterapi, til kosmetologiske behandlinger som manicure, pedicure og ansigts- samt makeup-behandlinger. Wellness kan også have en mere spirituel karakter som mindfulness og meditation.

Det er ikke entydigt let at afgrænse wellness til en smal række aktiviteter, men det følgende vil tegne et kort billede af, hvordan man med udgangspunkt i idrætsfaciliteterne har arbejdet med wellness i Danmark.

¹ <https://sproget.dk/raad-og-regler/artikler-mv/sprogligt-politikens-sprogklumme/11-november-2006>

Wellness i Danmark

I 2002 så Lokale og Anlægsfondens skriftrække nærmere på udviklingen af vandkulturhuse i Danmark og kiggede i den forbindelse nærmere på kurbadene og udviklingen i badekultur i Danmark (Lyngsgård, 2002). Kurbadstraditionen, der er en stor del af det, som vi i dag kalder wellness, har været kendt i Danmark siden middelalderen som badstuer. Fra slutningen af 1800-tallet og i 1920'erne og 1930'erne blev der bygget svømmehaller med badstuer og luksusbade. I 1990'erne blev langt de fleste af badeanstaltens luksusbade dog lukket, og dermed var kurbadene stort set forsvundet herhjemme (Lyngsgård, 2002).

I takt med udviklingen af vandkulturhuse omkring årtusindskiftet peger Lokale og Anlægsfonden dog på en genoplivning af kurbadstraditionen i Danmark. Tages udviklingen over de seneste 15-20 år i betragtning er flere og flere vandkulturhuse og wellnessudbydere med både 'tørre' (saunaer, varmluftbade, dampbade) og 'våde' kurbade (varmtvandsbassiner både ude og inde) piblet frem.

At der siden 2002 er sket meget inden for wellness- og kurbadstraditionen i Danmark viser sig blandt andet ved, at Lokale og Anlægsfonden i perioden har støttet en lang række af vandkultur- og svømmebadsprojekter med wellness- og kurbadselementer som en del af en særlig indsats for "Nyt liv i gamle svømmehaller".

Ser man overordnet på wellness i Danmark, koncentrerer wellnessaktiviteter primært om tre overordnede typer af 'faciliteter'. Den første type opstår som et supplement til svømmeanlæg, hvor svømmehallerne kombineres med kurbadselementer i form af både tørre og våde elementer. Den anden er som en del af fitness- eller andre træningscentre – særligt i form af tørre elementer som sauna, dampbade og lignende. Endelig er den tredje type dedikerede wellnesscentre, enten som isolerede centre eller i forbindelse med hoteller eller resorts.

Wellness i Gentofte: Kildeskovshallen

Kildeskovshallen er et kommunalt idrætsanlæg centralt placeret i Gentofte Kommune, og Kildeskovshallens svømmehal er uden sammenligning kommunens mest benyttede enkeltstående facilitet med 15 pct. af skolebørnene som brugere (Pilgaard, 2016).

Anlægget består i dag af en lang række idrætsfaciliteter herunder et svømmeanlæg, to idrætshaller (inklusive springcenter), fire mindre idrætssale og et fitnesscenter. Svømmeanlægget indeholder et 50 meter-bassin, et 25 meter-bassin, tre mindre bassiner samt saunaer og koldtvandsbassiner i de enkelte omklædnings- og badeafdelinger. Derudover findes Kildeskovshallens Fysioterapi og caféen Ronaldos.

Idéen til et wellnesscenter i Kildeskovshallen udspringer fra en opfattelse af, at svømmeanlægget har nogle områder, der er dårligt udnyttede og utidssvarende, og som kan udnyttes til at skabe flere tilbud i hallen. Kombineret med en øget efterspørgsel efter mere wellnessorienterede tilbud og med inspiration fra Østerbro Svømmehal og Frederiksberg Svømmehal præsenterede Gentofte Kommune i 2015 en plan for projektet.

Det foreslåede projekt har til formål at revitalisere de uudnyttede områder i omklædningsrummene, der tidligere har været brugt til opstilling for skoleklasser og afsæbning, samt de gamle garderober og teknikrum, som har mistet deres oprindelige funktion.

Projektets tegninger viser, at revitaliseringen skal udmøntes i et wellness- og velværeområde med saunaer, aromabade, oplevelsesbrusere, spabade og juicebar, der kan indbyde til afslapning og fordybelse, men samtidig indeholde behandlingsmuligheder. I tillæg foreslås det at oprette et mindre wellnessområde i den oprindelige svømmehal med tre mindre bassiner.

Det foreslås dertil at prissætte adgang til wellness og svømmehal på 150 kr. Dermed lægger Kildeskovshallens tilbud sig prismæssigt mellem Frederiksberg Svømmehal og Østerbro Svømmehal.

Gentofte Kommune har i oktober 2015 foretaget en mini-behovsanalyse blandt Kildeskovshallens svømmeanlægs brugere. Analysen peger på en generel opbakning til idéen om en wellnessafdeling i Kildeskovshallen.

I notatets anden del afrapporteres resultaterne af en større spørgeskemaundersøgelse blandt 3.000 borgere i Gentofte Kommune i relation til planerne for Kildeskovshallen, som er gennemført af Idan.

2. Lokal interesse for wellness i Gentofte Kommune

Dette kapitel præsenterer resultaterne af en spørgeskemaundersøgelse foretaget blandt borgere mellem 16 og 80 år i Gentofte Kommune. Undersøgelsen har blandt andet fokus på borgernes nuværende deltagelse i wellnessaktiviteter, borgernes holdning til og interesse for wellness samt borgernes betalingsvillighed i forhold til wellnessstilbud.

Undersøgelsen er foretaget ved hjælp af en internetbaseret spørgeskemaundersøgelse, som 3.000 tilfældigt udvalgte borgere mellem 16 og 80 år i Gentofte Kommune blev inviteret til at besvare via e-Boks. I alt besvarede 817 borgere spørgeskemaet, hvilket giver en svarprocent på 27 pct. 33 borgere var ikke i stand til at besvare spørgeskemaet – primært fordi de ikke har computer eller anden adgang til internettet i hjemmet.

På trods af at en svarprocent på 27 pct. er acceptabel, kan det have betydning for udfaldet, at kun lidt over hver fjerde i stikprøven har deltaget i undersøgelsen. Respondenter, der har interesse for wellness, er formentlig mere villige til at deltage i spørgeskemaundersøgelsen end ikke-interesserede borgere, og derfor overvurderer undersøgelsen formentlig den overordnede brug af wellnessstilbud en smule.

Tabel 2.1. Spørgeskemaundersøgelsens datagrundlag

		Antal inviteret	Antal besvarelser	Svarprocent
I alt		3.000	817	27 %
Køn	Kvinder	1547	438	28 %
	Mænd	1453	379	26 %
Alder	16-19 år	211	24	11 %
	20-29 år	367	50	14 %
	30-39 år	296	50	17 %
	40-49 år	440	110	25 %
	50-59 år	645	202	31 %
	60-69 år	472	171	36 %
	70 år+	569	210	37 %

Svarfordelingerne varierer en anelse mellem køn og aldersgrupperne, idet lidt flere kvinder end mænd har besvaret spørgeskemaet, ligesom tendensen til at besvare spørgeskemaet stiger med alderen, på trods af at flere ældre ikke har lige så god adgang eller kendskab til brug af computer som yngre borgere.

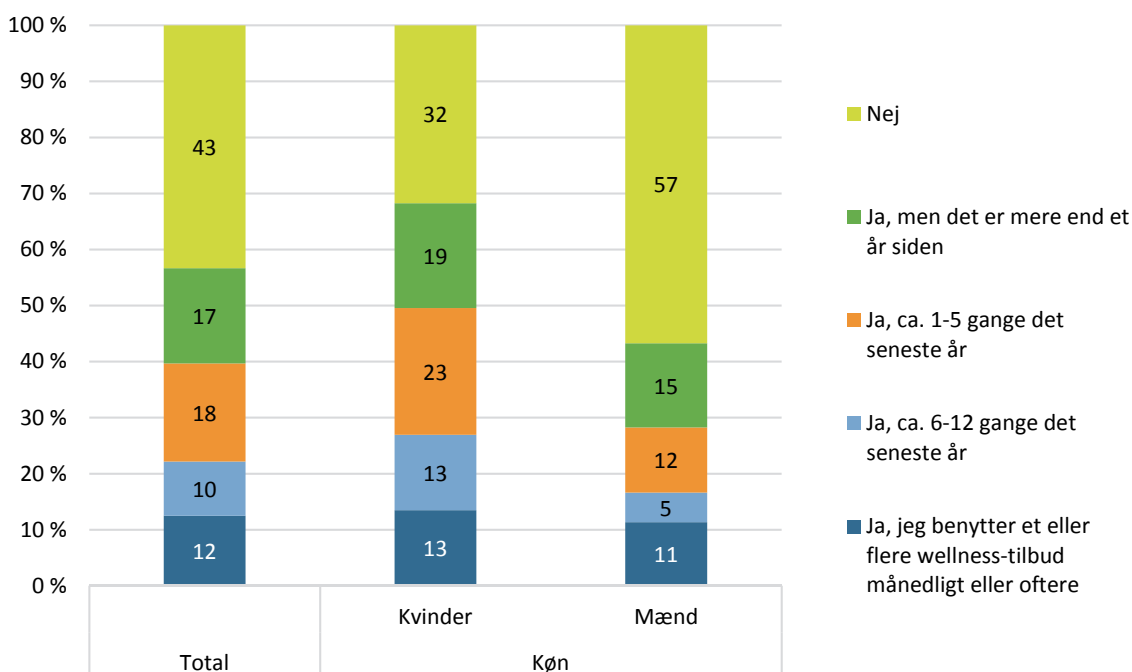
Ud fra den faktiske aldersfordeling i befolkningen i Gentofte Kommune er der en skævhed i dataene i forhold til aldersgrupperne. Der er en mindre overrepræsentation af respondenter over 50 år – særligt i aldersgruppen 70-80 år, som står for 26 pct. af besvarelserne i undersøgelsen, mens kun 14 pct. af borgerne i kommunen tilhører denne aldersgruppe. Omvendt er der en mindre underrepræsentation af borgere under 50 år, der dog er nogenlunde ligeligt fordelt mellem aldersgrupperne.

Borgernes forhold til wellness

Spørgeskemaundersøgelsen viser, at 57 pct. af borgerne i Gentofte Kommune svarer 'Ja' til spørgsmålet: 'Har du tidligere benyttet dig af et eller flere wellnessstilbud (f.eks. massage, spa, sauna, dampbad, ansigts- og/eller kropsbehandling eller lignende)?'. 12 pct. angiver, at de bruger et eller flere wellnessstilbud månedligt eller oftere, mens det for 17 pct. af borgernes vedkommende er mere end et år siden.

Det er i højere grad kvinderne, der gør brug af forskellige wellnessstilbud, hvor 68 pct. svarer, at de har gjort brug af et eller flere tilbud, mens andelen blandt mænd er 43 pct. Der er kun mindre forskelle mellem andelen af kvinder og mænd, som benytter sig af wellnessstilbud på fast månedlig basis, mens kvinder i højere grad end mænd gør brug af tilbud mere sporadisk.

Figur 2.1: Borgernes brug af wellnessstilbud i Gentofte Kommune (pct.)

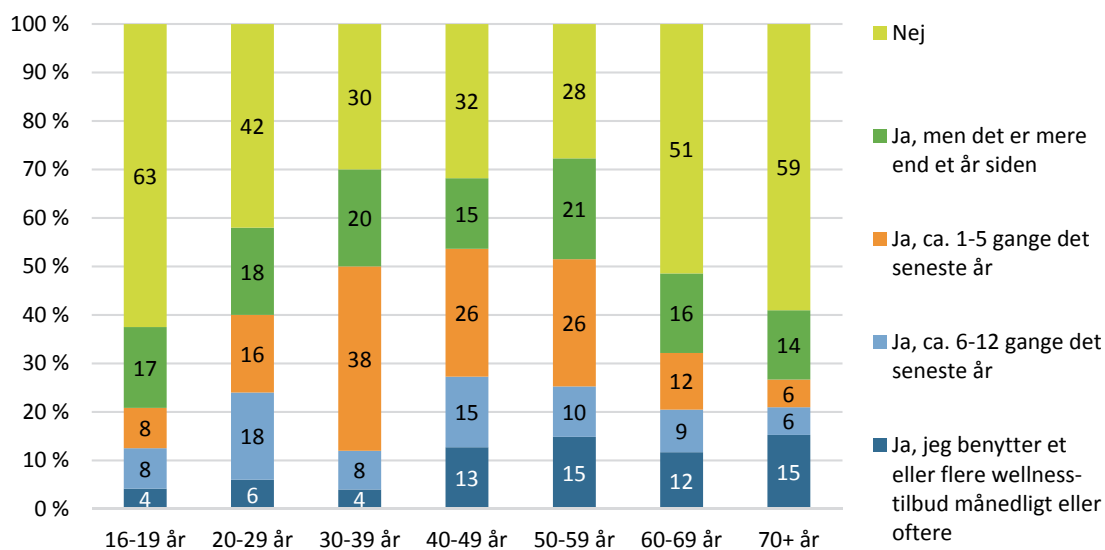


Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Har du tidligere benyttet dig af et eller flere wellnessstilbud (f.eks. massage, spa, sauna, dampbad, ansigts- og/eller kropsbehandling eller lignende)?' fordelt på total og køn (n=817).

Det er primært borgere mellem 30 og 59 år, der angiver, at de benytter et eller flere wellnessstilbud. Andelen af borgere, der aldrig har benyttet et wellnessstilbud, er højest blandt de 16-19-årige og 70-80-årige.

Til gengæld er andelen af borgere, der benytter wellnessstilbud på månedlig basis, størst blandt borgere over 40 år. Selvom kun 41 pct. af 70-80-årige angiver, at de benytter et sådant tilbud, bruger hele 15 pct. mindst ét tilbud på månedlig basis.

Figur 2.2: Borgernes brug af wellnessstilbud i Gentofte Kommune (pct.)



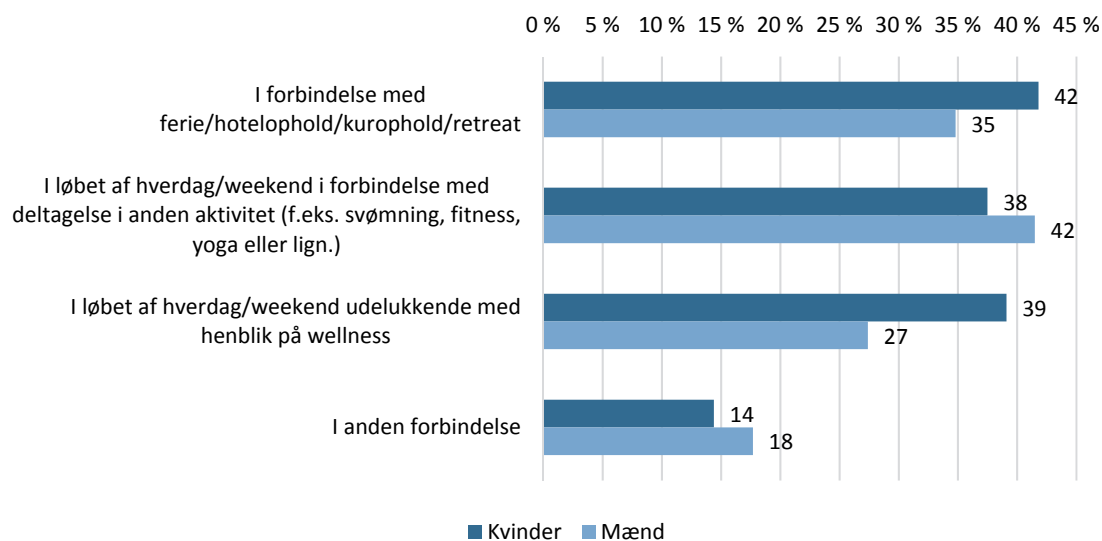
Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Har du tidligere benyttet dig af et eller flere wellnessstilbud (f.eks. massage, spa, sauna, dampbad, ansigts- og/eller kropsbehandling eller lignende)?' fordelt på aldersgrupper (n=817).

Når borgerne har gjort brug af wellnessstilbud, har det typisk været i forbindelse med et ferieophold eller deltagelse i en anden fysisk aktivitet (39 pct.). 35 pct. angiver, at de benytter wellnessstilbud udelukkende med henblik på wellness.

Kvinderne angiver i højere grad end mænd, at de benytter wellness som en del af ferieophold og i hverdagen udelukkende med henblik på wellness. Mænd er i stedet mere tilbøjelige til at benytte tilbuddene i forbindelse med andre aktiviteter.

Under kategorien 'I anden forbindelse' nævnes overvejende firmatilbud, gavekort eller skadesbehandling.

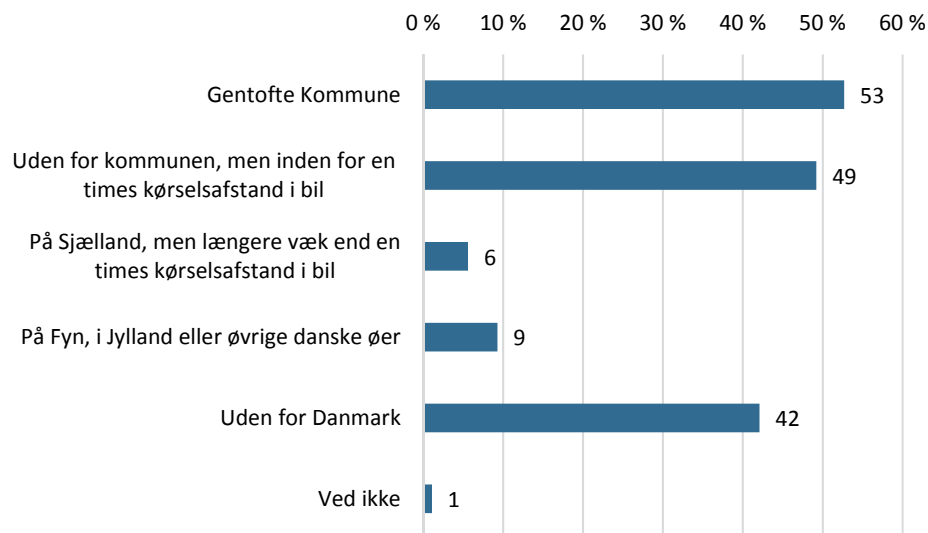
Figur 2.3: I hvilken forbindelse borgerne gør brug af wellnessstilbud (pct.)



Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'I hvilken forbindelse har du benyttet dig af wellnessstilbud? (Angiv gerne flere svar)' blandt borgere, der angiver, at de har benyttet et eller flere wellnessstilbud (n=463).

Den fysiske placering af de benyttede tilbud deler sig overvejende i to kategorier henholdsvis i eller i nærheden af Gentofte Kommune og i udlandet, hvilket også afspejles i svarfordelingen i figur 2.3. I eller i nærheden af Gentofte Kommune benyttes "hverdagstilbud", mens 42 pct. angiver, at de benytter tilbud uden for Danmark, sandsynligvis i forbindelse med ferie. Relativt få angiver, at de rejser for at benytte tilbud i andre dele af landet.

Figur 2.4: Hvor borgerne gør brug af wellnessstilbud (pct.)



Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Hvor har du benyttet dig af wellnessstilbud? (Angiv gerne flere svar)' blandt borgere, der angiver, at de har benyttet et eller flere wellnessstilbud (n=463).

Wellnessaktiviteter

Borgerne i spørgeskemaundersøgelsen er blevet bedt om at angive, hvilke wellness tilbud de har benyttet sig af. De to mest populære tilbud er sauna, som 34 pct. af borgerne angiver, at de har benyttet sig af, og massage, som er angivet af 33 pct. (se tabel 2.2).

Derudover benytter borgerne en række badtilbud i form af spabad (21 pct.) og dampbad (18 pct.). 16 pct. angiver, at de benytter afspændingstilbud som yoga, afspænding og meditation. Borgerne benytter i mindre grad egentlige behandlingstilbud som akupunktur og zoneterapi.

Tabel 2.2: Brug af wellness tilbud (pct.)

	Total	Køn		Alder						
		Kvinder	Mænd	16-19 år	20-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70+ år
Sauna	34	38	30	17	40	46	48	44	29	21
Massage	33	43	23	21	36	40	41	50	27	18
Spabad	21	27	15	17	28	34	37	26	18	7
Dampbad	18	21	14	8	26	28	31	23	16	4
Yoga, afspænding, meditation	16	26	5	8	24	12	22	24	14	6
Ansigtsbehandling	16	29	1	4	6	20	19	22	18	8
Krops- eller hudplejebehandling	9	15	3	4	8	18	15	13	8	2
Isbad	8	9	7	8	10	10	12	9	6	5
Akupunktur	6	7	5	4	6	6	6	7	5	6
Andre former for wellness tilbud	5	5	6	4	0	0	3	6	6	8
Zoneterapi	5	7	2	8	6	2	6	5	5	5

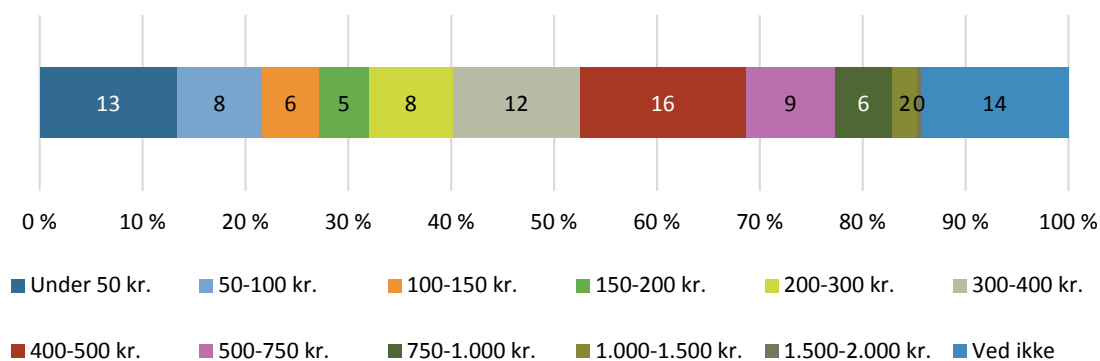
Tabellen viser svarfordelingen til spørgsmålet: 'Hvilke wellness tilbud har du benyttet dig af?', fordelt på køn og aldersgrupper (n=817).

Betaling

Et relevant aspekt af borgernes brug af wellness tilbud er, hvor meget brugerne betaler for at benytte disse tilbud. Svarfordelingen i spørgeskemaundersøgelsen fremgår af figur 2.5, som viser, at de fleste borgere betaler under 400 kr., når de benytter et wellness tilbud (53 pct.), mens kun 2 pct. gennemsnitligt betaler mere end 1.000 kr.

Kvinderne bruger i gennemsnit flere penge, når de benytter et tilbud end mænd, særligt fordi dobbelt så mange mænd (20 pct.) som kvinder (10 pct.) bruger under 50 kr., når de benytter et wellness tilbud. Det skyldes primært, at kvinder i højere grad benytter dyrere tilbud som egentlige behandlinger (ansigtsbehandling, krops- eller hudbehandling og massage), mens mænd i stedet benytter billigere former som bade og sauna.

Figur 2.5: Betaling for wellness (pct.)



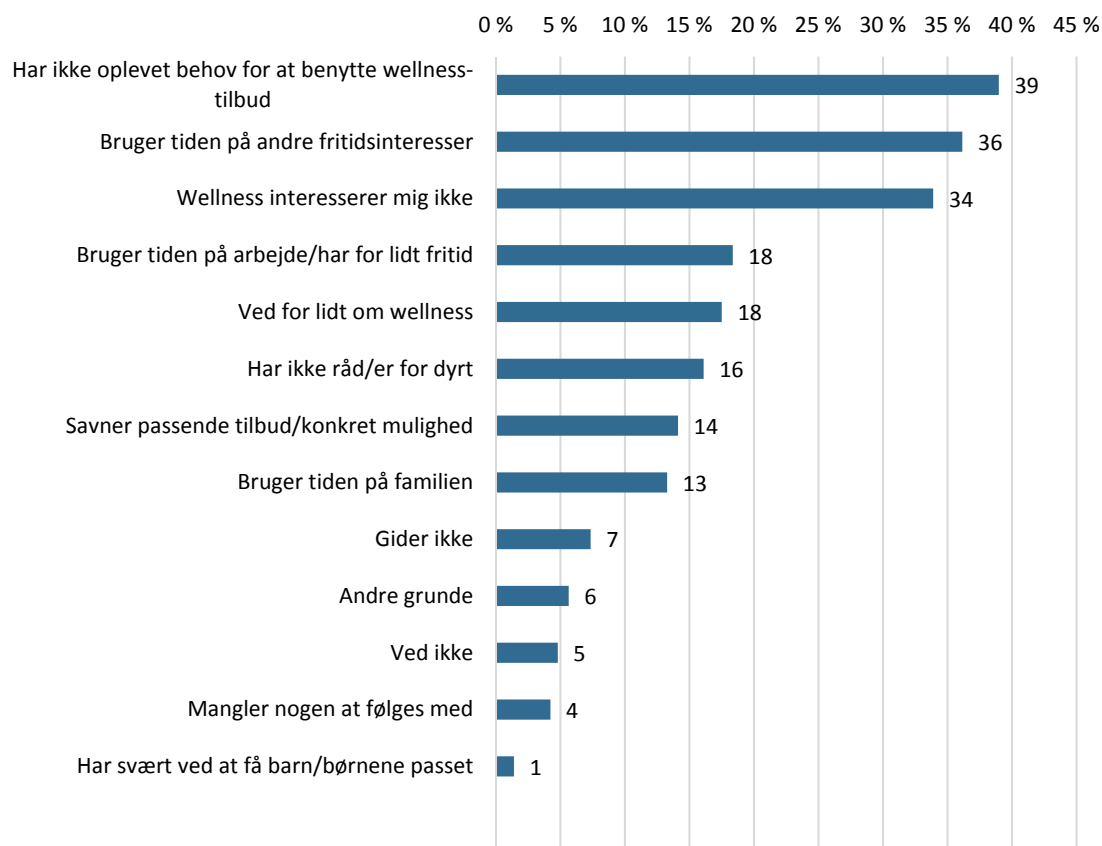
Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Hvor meget vil du vurdere, at du typisk betaler, når du benytter dig af wellnesstilbud? (Her skal du vurdere udgifterne alene til wellnessdelen og fraregne eventuelle udgifter til eksempelvis transport/ophold/forplejning/træning el. lignende. Hvis det veksler meget, så angiv et gennemsnit' blandt borgere, der angiver, at de har benyttet et eller flere wellnesstilbud (n=463).

Ikke-brugerne

Godt fire ud af 10 (43 pct.) af borgerne, der har besvaret spørgeskemaet, har angivet, at de ikke har benyttet et wellnesstilbud. Denne gruppe blev i stedet adspurgt om årsagerne til, at de ikke har benyttet nogen wellnesstilbud, og hvad der eventuelt kunne få dem til at benytte et eller flere i fremtiden.

Borgerne peger særligt på tre årsager. De fleste (39 pct.) angiver, at de ikke har oplevet et behov for at benytte et eller flere tilbud, mens 36 pct. angiver andre interesser som årsag. 34 pct. angiver, at wellness ikke interesserer dem.

Figur 2.6: Årsager til at borgerne ikke har benyttet wellnessstilbud (pct.)

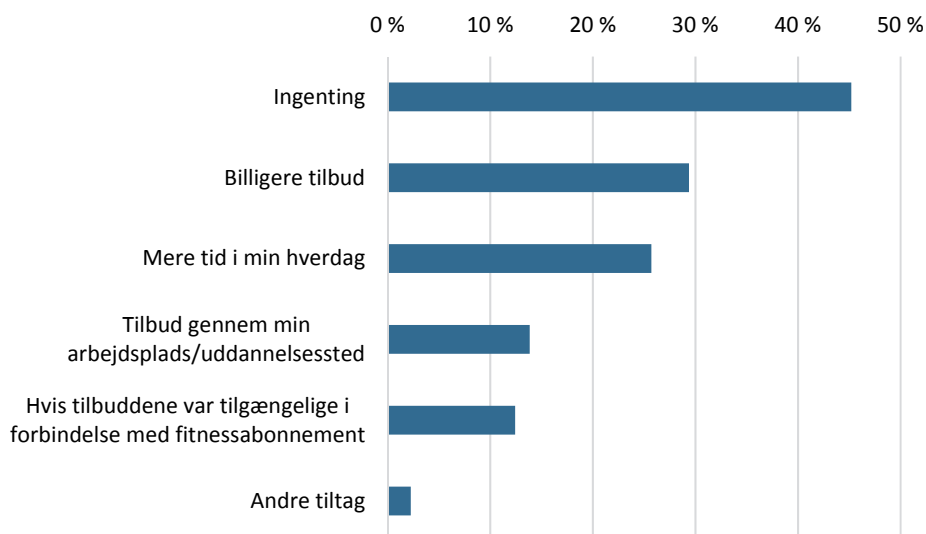


Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Hvorfor har du indtil nu ikke gjort brug af et wellnessstilbud? (Sæt gerne flere krydser)' blandt borgere, der angiver, at de ikke har benyttet et eller flere wellnessstilbud (n=354).

Til spørgsmålet om, hvilke tiltag der kunne gøre det mere attraktivt at benytte et eller flere wellnessstilbud, svarer flest (45 pct.), at der ikke er noget, der kunne gøre det mere attraktivt (se figur 2.7).

På trods af at kun 16 pct. svarede, at de ikke har råd til wellness, angiver 29 pct. alligevel, at billigere tilbud kunne gøre det mere attraktivt at benytte et eller flere tilbud. Samtidig vil henholdsvis 14 og 12 pct. være interesseret i tilbud, der tilbydes gennem arbejdspladsen/uddannelsesstedet eller et fitnessabonnement.

Figur 2.7: Faktorer der kunne gøre det mere attraktivt at benytte wellnessstilbud (pct.)



Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Hvilke af følgende tiltag, tror du, kunne gøre det mere attraktivt for dig at benytte et eller flere wellnessstilbud?' blandt borgere, der angiver, at de ikke har benyttet et eller flere wellnessstilbud (n=354).

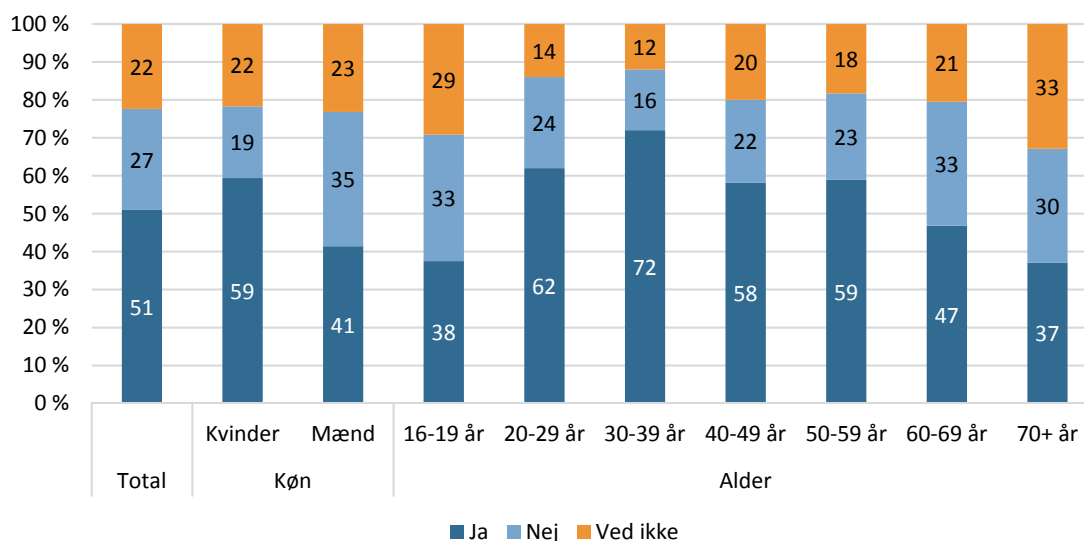
Borgernes interesse for lokale wellnessstilbud

Hvor første del af spørgeskemaundersøgelsen fokuserede på borgernes forhold til wellness generelt set, ser denne anden del af undersøgelsen nærmere på borgernes mere specifikke interesse i lokale wellnessstilbud i Gentofte Kommune.

Resultaterne i figur 2.8 viser, at godt halvdelen (51 pct.) er interesseret i at benytte sådan et tilbud, mens 27 pct. ikke er interesseret.

Den største interesse findes blandt borgerne i alderen 20-59 år, mens de yngste og ældste aldersgrupper udviser mindre interesse.

Figur 2.8: Interesse for at benytte et eller flere wellnessstilbud i nærområdet (pct.)



Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Er du interesseret i at benytte et eller flere wellnessstilbud i dit nærområde (f.eks. massage, spa, sauna, dampbad, ansigts- og/eller kropsbehandling eller lignende)?' fordelt på køn og aldersgrupper (n=817).

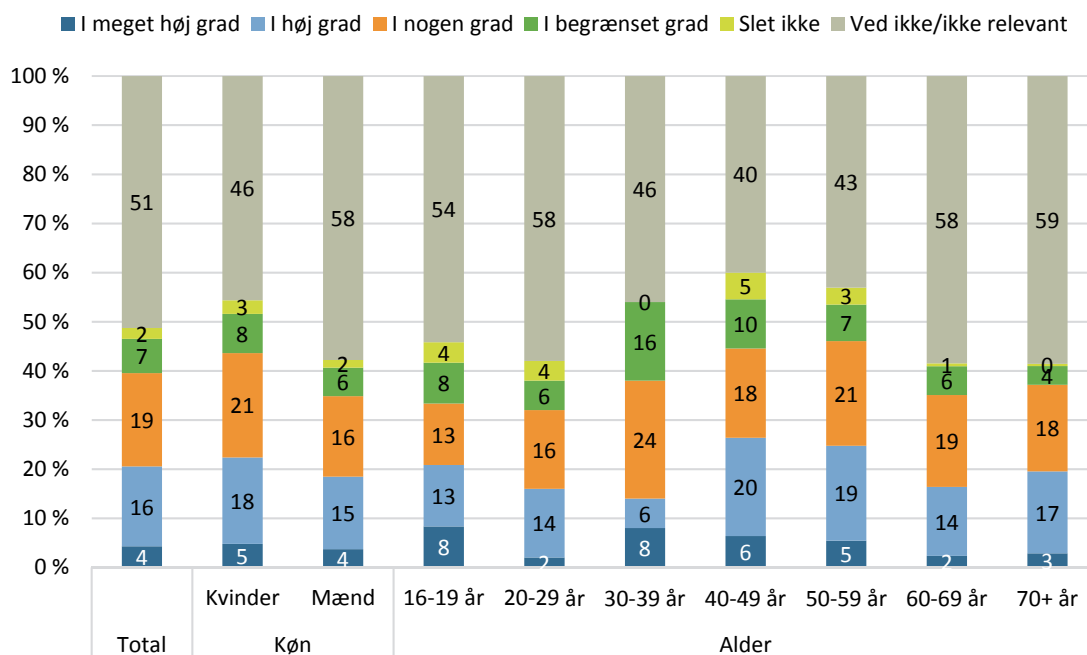
Figur 2.4 på side 13 viser, at cirka halvdelen af borgerne, der har benyttet et eller flere wellnessstilbud, har gjort brug af tilbud i Gentofte Kommune. Derfor er det også naturligt, at en stor del (51 pct.) ikke kan vurdere de lokale tilbud. Blandt de, der har kendskab til de lokale tilbud, svarer 20 pct., at de er overvejende tilfredse. Det er dog kun meget få, der svarer, at de er meget tilfredse (4 pct.).

Omvendt svarer kun 9 pct., at de 'slet ikke' eller 'i begrænset grad' er tilfredse med wellnessstilbuddene i nærområdet, mens 19 pct. svarer 'i nogen grad'.

Kvinderne har generelt bedre kendskab til tilbuddene, men rensset for 'ved ikke'-kategorien er der ikke de store forskelle mellem kvinders og mænds tilfredshed.

Det laveste kendskab til tilbuddene findes blandt de yngste og ældste aldersgrupper, men den laveste tilfredshed er blandt de 20-39-årige. Til gengæld falder andelen, der slet ikke eller i begrænset grad er tilfredse, med alderen.

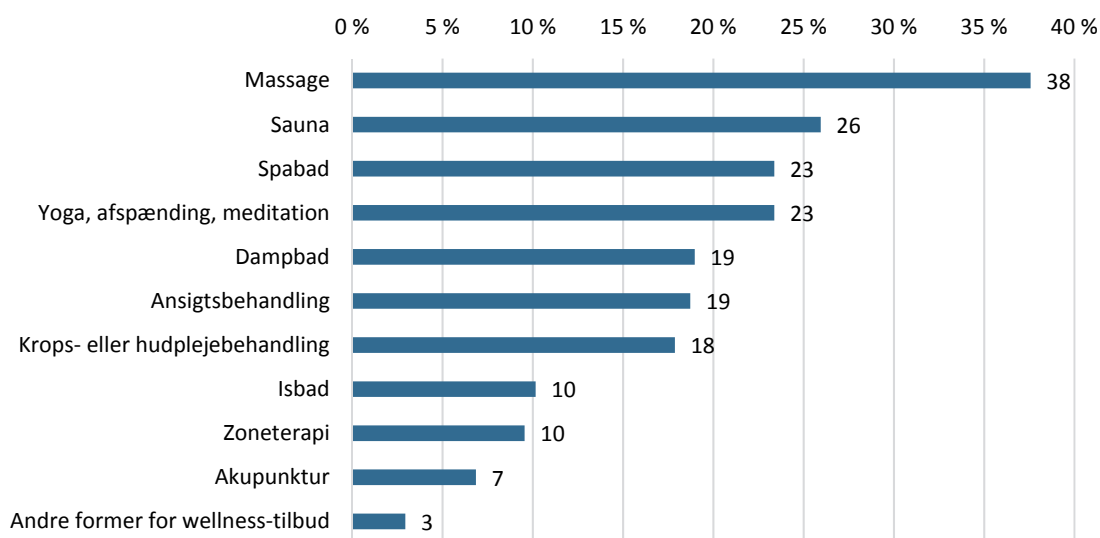
Figur 2.9: Tilfredshed med de eksisterende wellnessstilbud i nærområdet (pct.)



Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Er du tilfreds med de eksisterende wellnessstilbud i dit nærområde? (Også selvom du ikke benytter dig af dem)' fordelt på køn og aldersgrupper (n=817).

Til spørgsmålet om, hvilke wellnessstilbud borgerne er interesseret i at benytte i lokalområdet, svarer flest, at de er interesseret i massage (38 pct.). Dernæst følger sauna og en række badtilbud som spabad og dampbad, ansigts-, krops- og hudplejebehandlinger og yoga/afspænding. Svarprocenterne fremgår af figur 2.10.

Figur 2.10: Ønskede lokale wellnessstilbud (pct.)



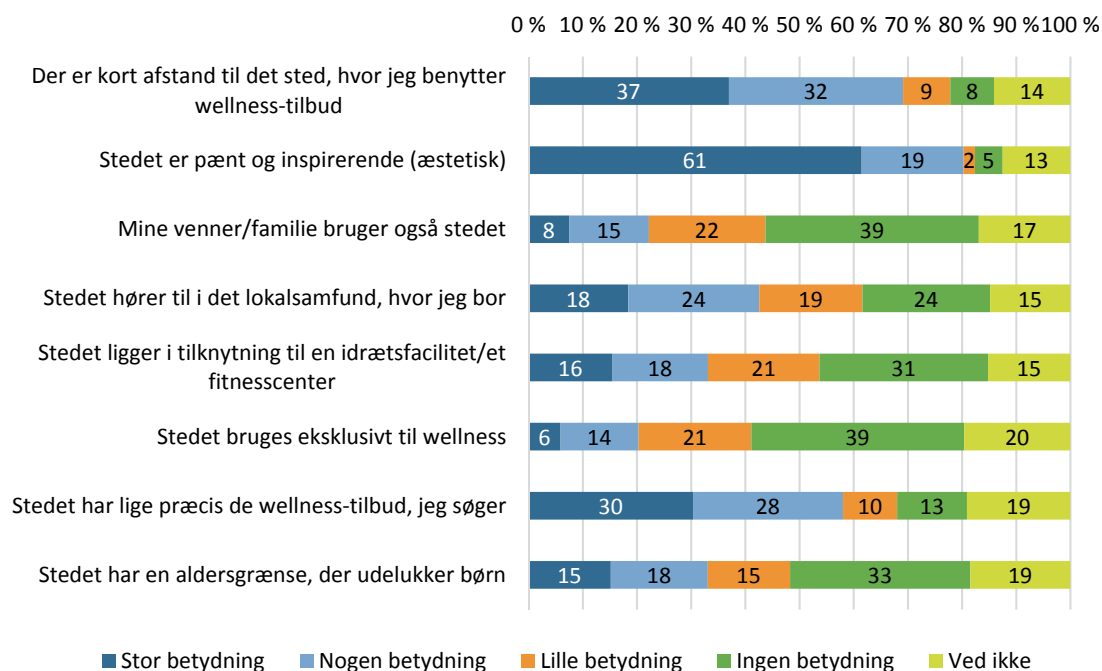
Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Hvilke wellnessstilbud er du interesseret i at benytte i dit nærområde?' (n=817).

I tillæg til spørgsmålet om, hvilke specifikke tilbud borgerne er interesseret i, er de blevet spurgt ind til betydningen af en række forhold, hvor de foretrækker at gøre brug af wellnesstilbud.

Figur 2.11 viser, at borgerne i Gentofte Kommune særligt tillægger tre forhold størst betydning. Med højest betydning er, at stedet er pænt og inspirerende, mens kort afstand følger lige efter. Det tredje forhold er – måske meget naturligt – at stedet har lige præcis de tilbud, der efterspørges.

Omvendt tillægges det ikke en særlig betydning, om venner og familie også bruger stedet, eller om stedet bruges eksklusivt til wellness.

Figur 2.11: Betydningen af forskellige forhold for brugen af wellness-tilbud (pct.)



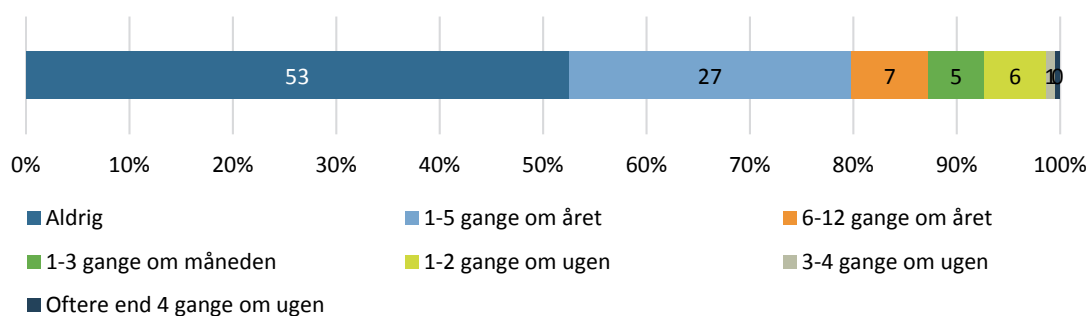
Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Hvor stor betydning har følgende forhold for, hvor du foretrækker at gøre brug af wellness-tilbud?' (n=817).

Kildeskovshallen

Kildeskovshallen indeholder – som tidligere nævnt – både flere idrætshaller og –sale, et fitnesscenter og et svømmeanlæg med et 50 meter-bassin, et 25 meter-bassin, tre mindre bassiner samt saunaer og koldtvandsbassiner i de enkelte omklædnings- og badeafdelinger.

53 pct. af borgerne, der har besvaret spørgeskemaet, angiver dog, at de aldrig har benyttet svømmefaciliteterne i Kildeskovshallen. Godt hver fjerde (27 pct.) benytter dem 1-5 gange om året, og 7 pct. benytter dem 6-12 gange om året. Blot 12 pct. af borgerne bruger svømmefaciliteterne på månedsbasis (se figur 2.12).

Figur 2.12: Borgernes benyttelse af svømmefaciliteterne i Kildeskovshallen (pct.)



Figuren viser svarfordelingen til spørgsmålet 'Hvor ofte anvender du selv svømmefaciliteterne i Kildeskovshallen? (Hvis det varierer, så angiv et gennemsnit)' (n=817).

Respondenterne er i forbindelse med spørgsmålet om, hvor ofte de anvender svømmefaciliteterne i Kildeskovshallen, blevet bedt om at forholde sig til deres forventede, fremtidige brug, hvis de foreslåede wellnessmuligheder realiseres.

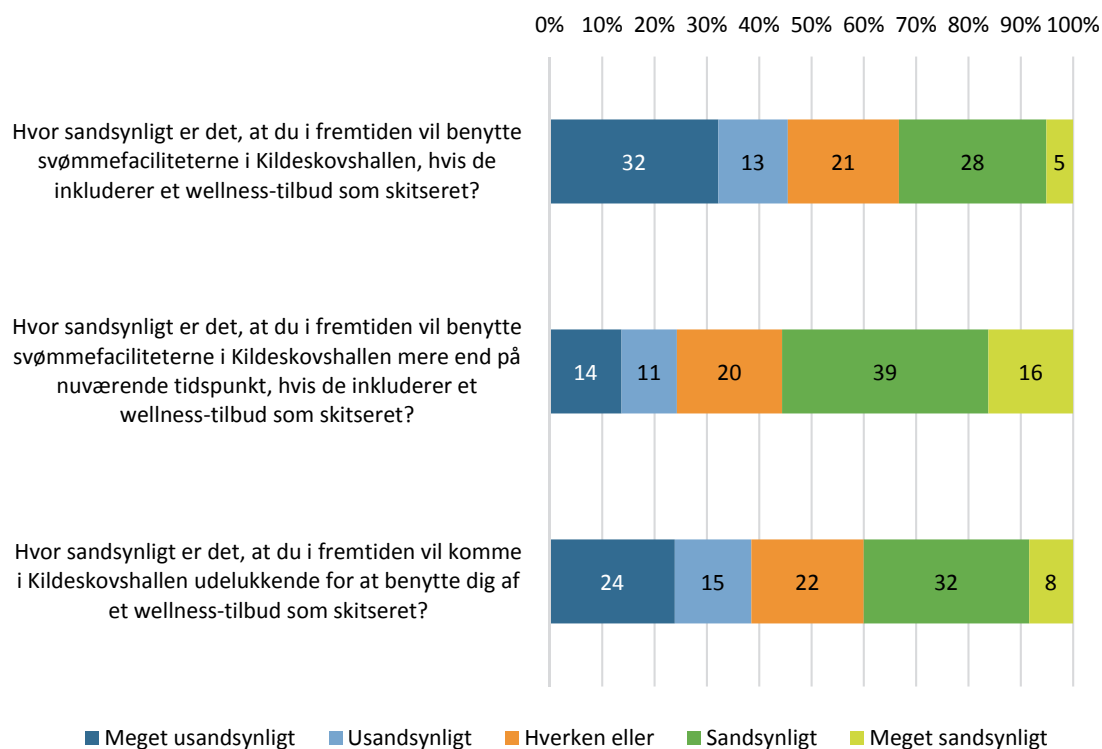
Respondenterne præsenteres i spørgeskemaet for, at Gentofte Kommune med spørgeskemaundersøgelsen ønsker at vurdere borgernes holdning til et nyt wellnesstilbud, der kan udvikles i forbindelse med en renovering af svømmeområdet i Kildeskovshallen. Det præciseres, at tilbuddet i sammenhæng med adgang til svømmehallen vil give adgang til en række wellnesselementer som sauna, koldt- og varmtvandsbassiner, dampbad, spabad, terapi- og varmebænke eller lignende. Yderligere bliver det præciseret, at tilbuddene indpasses på svømmehallens eksisterende områder, og at de skal ses som en kvalitetsmæssig opgradering.

Borgerne, der angiver, at de ikke har benyttet Kildeskovshallens svømmeanlæg, er herunder blevet spurgt om sandsynligheden for, at de i fremtiden vil benytte svømmefaciliteterne i Kildeskovshallen, hvis de inkluderer det beskrevne wellnesstilbud. Til det svarer 32 pct., at det er sandsynligt eller meget sandsynligt, at de også vil benytte svømmefaciliteterne, hvis der er mulighed for at benytte et wellnesstilbud. 21 pct. svarer hverken eller, mens 45 pct. svarer, at det er usandsynligt eller meget usandsynligt.

De borgere, der angiver, at de har benyttet Kildeskovshallens svømmeanlæg, er blevet spurgt om sandsynligheden for, at de i fremtiden vil benytte svømmefaciliteterne mere, hvis de inkluderer et wellnesstilbud, som beskrevet. Hertil svarer 55 pct., at det er sandsynligt eller meget sandsynligt, 20 pct. svarer hverken eller, mens 25 pct. svarer, at det er usandsynligt eller meget usandsynligt. Det er særligt de borgere, som i forvejen benytter svømmefaciliteterne, der angiver, at det er sandsynligt, at de i fremtiden vil benytte svømmefaciliteterne endnu mere.

Til spørgsmålet om, hvorvidt det er sandsynligt, at borgeren i fremtiden vil komme i Kildeskovshallen udelukkende for at benytte wellnesstilbud, svarer 40 pct., at det er sandsynligt eller meget sandsynligt. 39 pct. svarer, at det er usandsynligt eller meget usandsynligt (se figur 2.13). Det er særligt de borgere, som i forvejen aldrig benytter Kildeskovshallens svømmeanlæg, der ser det som usandsynligt, at de vil benytte wellnesstilbuddet, mens de, der allerede bruger Kildeskovshallen, anser det som mere sandsynligt.

Figur 2.13: Borgernes forventede brug af Kildeskovshallen (pct.)



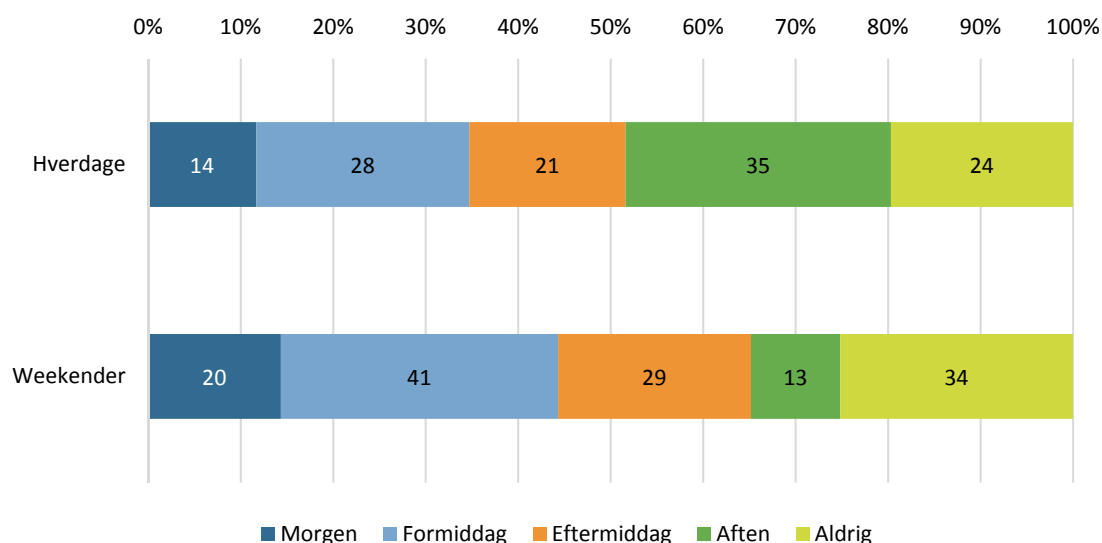
Figuren viser svarfordelingerne til de tre forskellige spørgsmål. Det første spørgsmål er besvaret af alle borgere, der har angivet, at de ikke har benyttet svømmefaciliteterne i Kildeskovshallen (n=429). Det andet spørgsmål er besvaret af alle borgere, der har benyttet svømmefaciliteterne i Kildeskovshallen (n=388). Det tredje spørgsmål er besvaret af alle borgere (n=817).

Givet, at borgerne vil benytte det beskrevne tilbud, er de blevet bedt om at angive, hvilke tidspunkter de typisk vil benytte dem på opdelt på henholdsvis hverdage og weekender. Svarprocenterne fremgår af figur 2.14.

I hverdagene foretrækker størstedelen at benytte wellnesstilbuddet om aftenen (35 pct.), mens 28 pct. foretrækker at benytte tilbuddet om formiddagen. Et nærmere kig på besvarelsenerne viser, at det især er borgere mellem 30 og 59 år, der foretrækker at benytte tilbuddet om aftenen, mens borgere over 60 år i stedet foretrækker at benytte tilbuddet om formiddagen.

I weekenderne er billedet et andet, hvor størstedelen (41 pct.) angiver, at de typisk vil benytte tilbuddet om formiddagen, mens kun 13 pct. foretrækker at benytte det om aftenen.

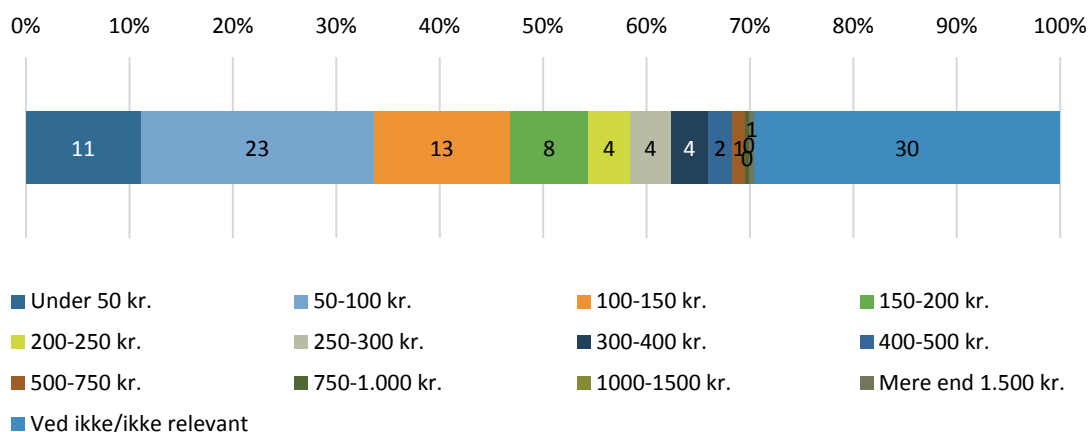
Figur 2.14: Foretrukne tidspunkt at benytte wellnesstilbud i Kildeskovshallen (pct.)



Figuren viser svarfordelingerne til spørgsmålet 'Givet, at du vil benytte det nye tilbud, på hvilke tidspunkter vil du da typisk benytte det?' (n=817).

Til sidst er borgerne blevet spurgt til deres betalingsvillighed overfor et tilbud, som er beskrevet med adgang til både svømmeanlæg og wellnesscenter. Svarmulighederne var i intervaller fra under 50 kr. og op til mere end 1.500 kr. Flest svarer 50-100 kr. (23 pct.), mens den gennemsnitlige betalingsvillighed ligger på cirka 150 kr. Dette er på linje med den undersøgelse, Gentofte Kommune selv har foretaget vedrørende pris (se side 8).

Figur 2.15: Betalingsvillighed for et kombineret svømme- og wellnesstilbud i Kildeskovshallen (pct.)



Figuren viser svarfordelingerne til spørgsmålet 'Givet, at du vil benytte de nye tilbud, hvor meget vil du være villig til at betale for et sådan tilbud med samlet adgang til svømmehal og wellness?' (n=817).

Opsummering

Godt seks ud af ti borgere i Gentofte Kommune svarer, at de tidligere har benyttet sig af et eller flere wellnesstilbud, men kun godt 12 pct. af borgerne benytter et tilbud månedligt eller oftere.

Brugerne er i højere grad kvinder end mænd og befinder sig typisk i alderen 30-59 år. De mest brugte wellnesstilbud er de mest almindelige tilbud som sauna, spabad og dampbad samt massage, der typisk tilkøbes eksklusivt.

Normalt betaler borgerne i Gentofte i gennemsnit mellem 300 og 400 kr. for deres wellnesstilbud, hvor kvinderne i højere grad end mænd har en højere betalingsvillighed. Til gengæld er borgerne kun villige til at betale omkring 150 kr. for et tilbud, som skitseret for Kildeskovshallen.

Størstedelen af borgerne, der ikke benytter wellnesstilbud, angiver, at de ikke har et behov eller interesse for wellness. Kun relativt få angiver pris eller tilgængelighed som en årsag, men alligevel vil billigere tilbud gøre tilbuddene mere attraktive for 29 pct. af ikke-brugerne.

Den relativt lave brug af wellness på månedsbasis kan på den ene side være et udtryk for en manglende interesse blandt borgerne. På den anden side et udtryk for manglende tilbud med 'hverdagswellness' i lokalområdet.

Men at halvdelen af borgerne viser interesse for et tilbud, som skitseret for Kildeskovshallen, tyder på, at det rette tilbud mangler. Borgerne er særligt interesseret i massage (38 pct.) efterfulgt af mere gængse tilbud som sauna og spabad og yoga.

De vigtigste aspekter for borgerne i forhold til et kommende tilbud er det æstetiske udtryk og facilitetens nærhed.

I forbindelse med borgernes forventede brug af et wellnesstilbud, som skitseret, er det primært borgere, der i forvejen benytter Kildeskovshallen, som vil benytte faciliteterne endnu mere. Fire ud ti borgere vil være interesseret i at benytte Kildeskovshallen udelukkende for at benytte wellnessafdelingen.

Der er herudfra grund til at forvente en relativt høj efterspørgsel på 'hverdagswellness' i Kildeskovshallen.

Det skal dog bemærkes, at når man forsøger at tegne et billede af efterspørgslen på og den forventede brug af et wellnesscenter, er det vigtigt at være opmærksom på, at borgere, der har en interesse for wellness, er mere tilbøjelige til at besvare et spørgeskema om wellness i kommunen. Der er derfor en risiko for, at vi overvurderer antallet af kommende brugere på baggrund af spørgeskemaundersøgelsen en smule.

Derudover er der risiko for en begrebsmæssig forvirring i forhold til begrebet 'wellness', der spænder bredt over aktiviteter, som kan skabe forskellige opfattelser af, hvilke aktiviteter og tilbud der kan betegnes som wellness. F.eks. hverdagswellness som sauna i fitnesscentre eller lignende, der ikke nødvendigvis opfattes som et wellnessstilbud, men som en del af dét at gå i fitness.

På trods af disse forbehold forekommer det dog, at der vil være rimelig efterspørgsel på et wellnessstilbud i Kildeskovshallen, som skitseret.

3. Erhvervslivets interesse for lokale wellnessstilbud

I tillæg til borgerundersøgelsen blandt 3.000 borgere i Gentofte Kommune er der gennemført en række interviews med virksomheder med sæde i Gentofte Kommune. I alt blev otte lokale virksomheder kontaktet og interviewet i løbet af april måned 2019.

Virksomhederne fik stillet en række spørgsmål omhandlende virksomhedens nuværende firmaaftaler, i forhold til om virksomheden i forvejen har nogen form for aftaler som en del af et personalegode, om de specifikt har aftaler om massage, wellness, træning eller lignende, og om de kunne have interesse i at benytte det foreslåede wellnessstilbud i Kildeskovshallen.

I tillæg til de otte virksomheder blev også to hoteller i kommunen, der ikke selv har et wellnessstilbud på hotellet, interviewet. Hotellerne blev stillet de samme spørgsmål som virksomhederne samt spørgsmål om, hvorvidt de eventuelt vil være interesseret i at anbefale sine gæster at besøge wellnessområdet i Kildeskovshallen som en del af hotelopholdet.

Udvælgelsen af de interviewede virksomheder har primært fokuseret på to faktorer. For det første at der er tale om mellemstore (50-249 årsværk) eller store (250 eller flere årsværk) virksomheder, der er placeret i Gentofte Kommune.² For det andet at virksomhederne ligger i umiddelbar nærhed af Kildeskovshallen. På baggrund heraf ligger alle de interviewede virksomheder mellem 1,9 og 4 kilometer fra Kildeskovhallen.

Interesse for lokale wellnessstilbud

Ud af de interviewede virksomheder oplyser én af de store virksomheder, at den allerede har etableret en firmaaftale med WELLCOME Fitness & Spa, der er beliggende i Waterfront i Tuborg Havn i Hellerup, cirka tre kilometer fra Kildeskovshallen. På grund af nærheden mellem virksomheden og Waterfront samt en generel tilfredshed med de faciliteter, som WELLCOME Fitness & Spa tilbyder, er det på nuværende tidspunkt ikke aktuelt med en aftale med kommunen om Kildeskovshallens kommende wellnessstilbud.

Men hvis der etableres et samarbejde mellem Gentofte Kommune og en af de store fitnesskæder, kan det måske være interessant at tegne en firmaaftale. Virksomheden kan heller ikke udelukke, at virksomhedens personale, der bor tæt på Kildeskovshallen, vil benytte wellnessfaciliteterne i hallen.

En af de mellemstore virksomheder oplyser, at den på nuværende tidspunkt ikke har nogen firmaaftale med træning, fitness og/eller wellness. Tidligere har der været en aftale med WELLCOME Fitness & Spa, men den blev ikke særligt brugt af medarbejderne, da prisen blev vurderet til at være alt for høj.

² <https://www.dst.dk/Site/Dst/Udgivelser/nyt/GetAnalyse.aspx?cid=27867>

I forhold til en firmaaftale med Kildeskovshallen var en første reaktion, at den ligger for langt væk. Virksomheden ligger længere end tre km fra Kildeskovshallen. Derudover frygter man, at firmaaftaler vil skabe ekstra arbejde for virksomheden. Der kan dog være interesse for at lave en aftale med kommunen og Kildeskovshallen, hvis det bliver muligt at dyrke fitness i forbindelse med wellnessaftalen.

Virksomheden pointerede dertil, at det vil være mere interessant for dens medarbejdere, hvis der er tale om et mere 'low key'-tilbud end det, WELLCOME Fitness & Spa tilbyder. WELLCOME Fitness & Spa beskrives i sammenligning med den foreslåede wellnessafdeling i Kildeskovshallen som 'mere luksus-spa' med flere personlige behandlinger og tilbud, der prismæssigt placerer sig højere end mere 'hverdagswellnesstilbud'. Virksomheden foreslår selv at kunne støtte med 300 kr., mens en eventuel merudgift skal dækkes af medarbejderne selv.

En anden af de mellemstore virksomheder har heller ikke på nuværende tidspunkt en firmaaftale med træning, wellness eller fitness. Virksomheden har tidligere haft en firmaaftale om træning og massage, men den havde ikke nogen særlig interesse blandt medarbejderne. Virksomheden ser derfor intet behov for en firmaaftale, da der findes så mange tilbud rundt omkring i nærheden. Hvis det skal være interessant for virksomheden med en firmaaftale, skal den indebære en eller anden form for medarbejderbetaling.

Fra yderligere en af de mellemstore virksomheder var den generelle melding, at alle ansatte boede uden for kommunen, hvorfor der ikke findes en interesse for en firmaaftale med en udbyder af træning eller wellness i Gentofte Kommune.

Af de otte adspurgte mellemstore eller store virksomheder i området omkring Kildeskovshallen er det kun én virksomhed, der vil være interesseret i en form for firmaaftale med Kildeskovshallen vedrørende wellnesstilbud. Det er dog et krav, at aftalen også inkluderer adgang til fitness, hvis det skal være interessant for medarbejderne.

Ingen af de to kontaktede hoteller havde umiddelbart interesse i en eventuel firmaaftale i forhold til wellness i Kildeskovshallen. En chef for et hotel i kommunen oplyste, at hotellet gennem sundhedsforsikring og hotellets hovedkontor har adgang til wellness og træning, og at det derfor ikke er interessant med en mulig firmaaftale med Kildeskovshallen. Chefen kunne ikke nærmere oplyse, om hotellet vil have interesse i at anbefale Kildeskovshallens wellnessområde til hotellets gæster.

Opsummering

Generelt peger dette korte overblik på, at der umiddelbart er en relativt lille interesse fra det lokale erhvervsliv for at benytte et wellnesstilbud, som det skitseret for Kildeskovshallen. En enkelt af de otte virksomheder, der blev interviewet, vil være interesseret i en form for aftale med Kildeskovshallen vedrørende wellness, hvis det er muligt at kombinere tilbuddet med fitness og træning.

Der er dog ikke tale om en fuldstændig kortlægning, men et lille udpluk af erhvervslivet i Gentofte Kommune. Kortlægningen er således ikke ensbetydende med, at der ikke findes andre dele af erhvervslivet, der kunne have interesse for forskellige former for aftaler med Kildeskovshallen om brug af wellnessafdelingen.

4. Erfaringer fra andre facilitetscentre i Danmark

Som en del af opgaven med at afdække eksisterende indhold under wellnessbegrebet samt afdække erfaringer og mulige driftsmodeller er der foretaget en række interviews blandt udvalgte svømmefaciliteter med tilknyttet wellnessafdeling i Danmark.

I dette afsnit præsenteres et oprids af erfaringer og udfordringer i lignende faciliteter. Der er ikke udelukkende tale om kommunale anlæg, men svømmeanlæg med erfaringer, der kan være relevante på tværs af driftsmodeller. I de tilfælde, hvor det har været muligt at finde relevante data på omsætning og besøgstal, er disse taget med.

Det er vigtigt at understrege, at der ikke er tale om en dybdegående analyse af alle tænkelige driftsforhold, men en overordnet vurdering baseret på konkrete erfaringer fra aktører, der driver lignende faciliteter.

Wellness i Vejen Idrætscenter

Vejen Idrætscenter er et kommunalt ejet idrætsanlæg, der drives som en selvejende institution. Ud over svømmehal og spa har centeret en lang række udendørs og indendørs idrætsfaciliteter – blandt andet idrætshaller, et springcenter, kampsportscenter og aktivitetsale og -områder.

Svømmefaciliteterne benyttes af både almene gæster, foreninger, skoler og institutioner. Spaafdelingen/wellness, der kaldes Den Blå Plads i Vejen Idrætscenter, indeholder tre saunae, varmtvandsbassin, saltbassin, spa, dampbad, udendørs årstidsbassin (følger årstidernes temperatur og bruges til vinterbadning), udendørs hottub (lille varmtvandsbassin) og to udendørs varmtvandskar.

Projektet med spaafdelingen i Vejen Idrætscenter startede i 2013, og siden afdelingens åbning er man gået fra at have åbent 56 timer i ugen til 106 timer. Brugere beskrives som alle centrets brugere, men især de bevægelsessvage personer sætter i høj grad pris på det varme vand. Det betyder, at ældre, pensionister, overvægtige og personer med handicap frem for den egentlige svømmetur, de i forvejen kom i centeret for, nu langt oftere besøger Den Blå Plads.

I forhold til særlige initiativer i Vejen Idrætscenter er der dagligt saunagus, og i en artikel til fagbladet *Svømmebadet*, som udgives af Dansk Svømmebadsteknisk Forening, peger direktør Jakob Sander netop på temperaturskift mellem koldt og varmt vand samt saunakulturen som særligt vigtige, hvis man vil trække flere gæster til svømmehallerne (Dansk Svømmebadsteknisk Forening, 2019). Han mener, at "saunakulturen er kæmpestor lige nu, og hvis du ikke allerede udbyder saunagus, så skal du til at komme i gang."

Den vigtigste erfaring og et fokuspunkt hos Vejen Idrætscenter har været, at selvom de rette faciliteter og bassiner selvfølgelig er væsentlige, skal der være et fællesskab og mulighed for, at man i ro og fred kan tale og slappe af *sammen*. Det har blandt andet ført til, at

man har udvidet saltvandsbassinet fra de normale 1,5 x 1,5 meter til at være 2 x 6 meter, således at der er plads til en hel familie eller en gruppe. Af samme grund har man efter indledende protester fjernet de kønsopdelte saunaer og i stedet placeret saunaerne i fællesområderne, hvilket gæsterne har taget rigtigt godt imod.

Et andet fokusområde har været at bruge en anden betegnelse for spaafdelingen end 'wellness', da mange gæster vil have en anden opfattelse af betegnelsen og andre forventninger, end hvad der møder dem i centret. I stedet har man brugt ord som 'velvære' og 'hverdagswellness', ligesom man forsøger at fokusere mere på 'trivsel' i stedet. Det har blandt andet også ført til, at man ikke bruger badekåber, som mange ellers vil forbinde med wellness, der er mere luksuriøst og eksklusivt.

I forhold til den økonomiske model i Vejen Idrætscenter har man haft ét klart fokuspunkt i form af sammenhængskraft. Det har været vigtigt for det økonomiske fundament, at alle aktiviteterne i svømmehallen og spaafdelingen kører under ét, da der ellers vil have været udfordringer med at udvikle spaafdelingens koncept (i form af nye aktiviteter, faciliteter osv.). Ydermere kræver svømmefaciliteter en række forskellige stabsfunktioner, som der er stordriftsfordele i at holde under samme enhed.

En anden grund til at man har valgt at samle svømme- og spaafdelingerne er, at man på den måde ikke kommer i konflikt med kommunalfuldmagtsreglerne, da der er tale om et komplekst område, når det omhandler forskellige enheder og faciliteter. På den måde drives spaafdelingen i Vejen Idrætscenter i teorien som et par ekstra bassiner i svømmehallen. Derfor opererer man også med én fast adgangsbillet og pris for gæsterne, som derefter har fri adgang til både svømme- og spafaciliteterne.

Prismæssigt placerer Vejen Idrætscenter sig som den billigste af de interviewede faciliteter, idet det koster 30-40 kr. for børn og 60-80 kr. for voksne for en adgangsbillet til svømmehal og spa. Prisen afhænger af, om der er tale om hverdage eller weekender.

Wellness i Slotssøbadet og Dronning Dorotheas Badstue

Slotssøbadet i Kolding er en selvejende institution, som har lejet sig ind i en kommunal svømmehal, mens wellnessafdelingen Dronning Dorotheas Badstue er adskilt fra svømmehallen og ejet og drevet af fonden bag. Svømmehallens faciliteter består af syv bassiner – herunder to 25 meter-bassiner, øvebassin, varmtbandsbassin, børnebassin og morskabsbassin. Endvidere spafaciliteter som spabad, sauna, dampbad og romersk bad.

I sammenhæng med svømmehallen findes kurbadet Dronning Dorotheas Badstue, som tilbyder saunaer, dampbad, relaxbassin, saltbassin, koldt vandsbassin, oplevelsesbruser og udendørs spa. Man opfatter dog hverken i svømmehallen eller badstuen, at de aktiviteter og tilbud, man tilbyder, er egentlig 'wellness'. I svømmehallen er der tale om en moderne svømmehal med spafaciliteter, mens badstuen er et decideret kurbad.

I Slotssøbadet påpeger man desuden, at konstruktionen med opdeling mellem kurbad og svømmehal med enkelte spaelementer og Romersk Bad giver mulighed for at fokusere

mere tydeligt på to forskellige gæstesegmenter. Dertil er det ifølge informanten vigtigt ikke at forvirre begreberne og dermed sine gæster. Det er derfor nødvendigt at være skarp på sin målgruppe, når der er to separate enheder, der skal kunne løbe rundt sideløbende med hinanden.

I badstuen fokuserer man på at tilbyde eksklusivitet med ro og afslapning til en mindre gruppe af gæster, der til gengæld betaler en højere indgangspris, end gæsterne gør i svømmehallen. Derfor er der en aldersgrænse på 15 år og kun plads til 35-40 personer i badstuen ad gangen. I svømmehallen tilbyder man omvendt nogle gængse spatilbud, hvor der er åbent for familier og andre gæster uden krav til antal, støjniveauer og så videre. Dermed henvender de to tilbud sig også til to forskellige kundetyper. Fælles er dog, at man i Slotssøbadet og Dronning Dorotheas Badstue er bevidste om, at 'motion er blevet livsstil', hvorfor der fokuseres på at tilbyde folk afslapning i fællesskab med venner og familie.

I badstuen er man klar over, at gæsterne kommer med forventninger til det produkt, de betaler for. Det er således nødvendigt at være særlig skarp på forskellene mellem wellness, spa og en moderne svømmehal med spafaciliteter, når man præsenterer tilbuddene til den primære målgruppe. Det samme gør sig gældende, når man vælger de aktiviteter, man tilbyder. I badstuen tilbyder man saunagus – både særskilt og som helaftensarrangementer med drikke og/eller mad i form af Well España med drinks og tapas og havfrueaften for kvinder samt andre lignende pakker. Derudover er det muligt at købe personlige spa- og kosmetologiske behandlinger.

Organisatorisk er stedet delt op i otte afdelinger med fælles administration. Slotssøbadet har Kolding Kommune som sin primære kunde og er derfor i tæt samarbejde med kommunen om en drifts- og samarbejdsaftale. Personalemæssigt er det nødvendigt med ansatte på tværs af de forskellige afdelinger for at gøre det rentabelt. I alt er der ansat omkring 100 medarbejdere, hvoraf 50 er fuldtidsstillinger. I badstuen er der 35 ansatte, som primært er specialarbejdere som behandlere og lignende.

I Slotssøbadet peger man på, at en konstruktion med en økonomisk opdeling mellem wellness og svømmehal i to separate enheder på samme adresse er nødvendigt for at kunne agere som en kommerciel virksomhed på et kommercielt marked. Ellers vil der være hindringer i forhold til kommunalfuldmagtsreglerne, hvor Fredericia Idrætscenter fremhæves som et eksempel på en kommunal idrætsfacilitet, der ikke kunne drive en afskåret kommerciel wellnessdel rentabelt. Det problem kommer man uden om ved at drive alle svømmefaciliteterne som en selvejende virksomhed, der er ejet af en fond, hvilket giver mulighed for stordriftsfordele på tværs af de otte afdelinger.

En billet til svømmehallen koster 68 kr. for voksne og mellem 20 og 43 kr. for børn. I Dronning Dorotheas Badstue koster entré 295 kr. Prismæssigt placerer badstuen sig altså højere end de andre steder, hvilket også afspejler kvaliteten i tilbuddene. Der er dog mulighed for at benytte svømmehallen fra badstuen, hvilket man vurderer kun fem pct. af gæsterne gør. Omvendt er det ikke muligt at komme fra svømmehallen til badstuen.

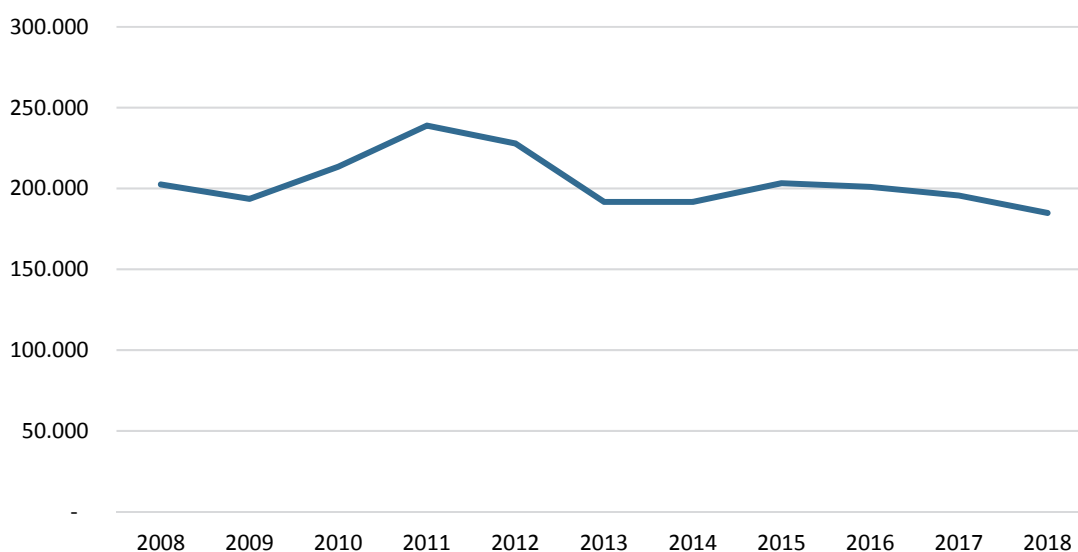
Omsætningen i Dorotheas Badstue har over de seneste to år været i fremgang, hvor særligt omsætningen for wellness uden moms, som dækker over momsfritagede indtægter – primært behandlinger og tilbud, der falder under kategorien sundhedsfremme (som f.eks. massagebehandlinger og almindelige badstuebilletter) – har stået for fremgangen. Som det fremgår af tabel 4.1 var stigningen på 434.000 kr. fra 2017 til 2018 i denne kategori.

Tabel 4.1: Omsætning for Dronning Dorotheas Badstue

Konto	2018	2017
Wellnessbehandlinger	2.423.861,89 kr.	2.414.149,02 kr.
Wellness (uden moms)	1.753.863,39 kr.	1.390.573,00 kr.
Badstuebilletter	101.899,60 kr.	40.754,80 kr.
I alt	4.279.624,88 kr.	3.845.476,82 kr.

Der føres ikke statistik over besøgstillene for de enkelte afdelinger, men det oplyses, at der sælges omkring 3.550 behandlinger om året til forskellige priser i Dronning Dorotheas Badstue. Antallet af betalende gæster i Slotssøbadet og badstuen har været nogenlunde stabilt siden 2013 med en lille nedgang i 2018.

Figur 4.1: Udvikling i antallet af betalende gæster i Slotssøbadet og Dronning Dorotheas Badstue



Wellness i Svømmestadion Danmark og Esbjerg Spa & Wellness

Svømmestadion Danmark og Esbjerg Spa & Wellness er en del af det kommunalt ejede idrætsanlæg Sport & Event Park Esbjerg, der drives som en selvejende institution under Esbjerg Kommune.

Svømmestadion Danmark er Danmarks største vandland med både 50 meter-konkurrencebassin, badeland, varmtvandsbassin og aktivitetsbassin samt romersk bad med varmtvandsbassin, koldtvandsbassin, spa, dampbad og sauna. Separat fra dette ligger Esbjerg Spa & Wellness på 1. sal, der tilbyder spa og wellness samt behandlinger i form af massage

og kuroplevelser. Her tilbydes forskellige saunaer, dampbad, spabade, kurbade og oplevelsesbrusere.

Den oprindelige idé til at udvide med en wellnessafdeling var, at man havde ledig kapacitet i svømmestadionet, ligesom det er tilfældet i Kildeskovshallen. Samtidig efterspurgte gæsterne, at det romerske bad blev udvidet med sauna, spa og koldt- og varmtvandsbassiner samt mere plads til ro og afslapning. Derfor udvidede man med Esbjerg Spa & Wellness.

Svømmestadion Danmark adskiller sig fra de andre undersøgte svømmeanlæg, ved at Svømmestadion Danmark har ændret driftsmodellen for wellnessafdelingen i løbet af de seneste år. Tidligere var wellnessafdelingen udliciteret til en privat virksomhed, der stod for at drive hele afdelingen adskilt fra resten af svømmehallen. Erfaringen var dog, at der var store problemer med salget, som gjorde det svært at gøre en separat wellnessafdeling rentabel. I dag er wellnessafdelingen i stedet en del af Svømmestadion Danmark, og kun individuelle behandlinger er udliciteret gennem en forpagtaftale med en privat behandler. Erfaringerne er, at det er nødvendigt med synergi og stordriftsfordele med overlap af personale mellem svømmehallen og wellnessafdelingen for at gøre afdelingen rentabel.

I Svømmestadion Danmark og Esbjerg Spa & Wellness har man derfor både en decideret wellnessafdeling og romersk bad i svømmestadionet på samme måde som i Slotssøbadet og Dorotheas Badstue. Et særligt fokus er at tiltrække turister til anlægget, hvor man er i konkurrence med ferieparker som Lalandia og Sea West. Derfor forsøger man at præsentere en samlet pakke med motion, badeland og wellness.

Men selvom Svømmestadion Danmark og Esbjerg Spa & Wellness økonomisk varetages som en samlet virksomhed, har man bevidst lavet separate omklædningsrum og indgange for fysisk at markere de forskellige fokus, alt efter om man besøger svømmestadionet eller wellnessafdelingen. En billet til wellness giver dog også adgang til svømmestadionet.

Prismæssigt ligger man under eksempelvis Slotssøbadet og Dronning Dorotheas Badstue med en billetpris på mellem 20 og 43 kr. for børn og 77 kr. for voksne. En billet til både svømmehallen og wellness koster 195 kr.

Wellness i Gigantium Vand & Wellness

Gigantium Vand & Wellness i Aalborg er et kommunalt svømmeanlæg, der er en del af kultur- og idrætscenteret Gigantium. Svømmehallen består af et 25 meter-bassin, et springbassin, varmtvandsbassin, baby- og børnebassiner, familiebasin samt en familiesauna. Wellnessafdelingen har saunaer, dampbad, spabade, koldt vandskar og oplevelsesbrusere. I 2018 blev wellnessafdelingen udvidet yderligere med blandt andet storfamiliesauna.

Baggrunden for at udvide svømmehallen med et wellnessområde var, at der var tale om en familiesvømmehal, hvor det var naturligt med et wellnessområde målrettet forældrene. Dertil er det ifølge Gigantium Vand & Wellness i dag nødvendigt at have mere end et 25 meter-bassin, hvis man skal drive en populær svømmehal.

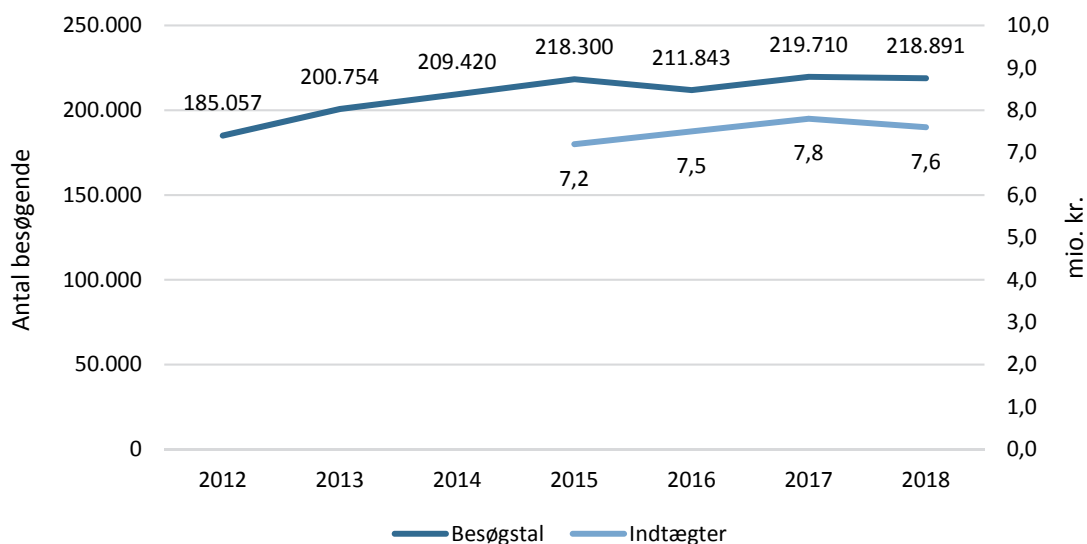
Fokus har fra starten været at lave 'billig wellness' - 'den folkelige model' - hvor man bevidst adskiller sig fra de egentlige wellnesscentre såsom Esbjerg Spa & Wellness. Man har dog lavet en opdeling, hvor wellnessafdelingen er placeret på 1. sal over svømmehallen, og der er en aldersgrænse på 18 år. Der er dog ugentlige familiedage, hvor det er muligt for alle aldersgrupper at få adgang til wellnessafdelingen.

Der er imidlertid ikke fokus på særlige målgrupper: 'Det er alle - det er der ingen struktur i'. Dette hænger sammen med, at der ikke findes nogen umiddelbare konkurrerende tilbud i området. Det skyldes dog også, at Gigantium Vand & Wellness ikke tilbyder nogen former for behandlinger og dermed ikke konkurrerer med kommercielle udbydere. Oprindeligt forsøgte Gigantium Vand & Wellness sig med en fysioterapeut for at kunne udbyde enkelte behandlinger, men det lukkede hurtigt igen på grund af manglende interesse blandt gæsterne.

Et særligt fokus i Gigantium Vand & Wellness har været at forny sig og tilpasse sig gæsternes behov. Det har blandt andet betydet, at man har udvidet med en storfamiliesauna i svømmehallen for at imødekomme efterspørgslen på saunagus. Mantraet har været, at hvis man ikke udvider og udvikler, går man i stå. Det er vigtigt at skabe nye oplevelser for gæsterne, og antallet af gæster er ligeledes steget efter udvidelsen.

Besøgstillene i Gigantium Vand & Wellness er steget stødt siden 2012, hvor 185.000 gæster besøgte svømmehallen, mens antallet i 2018 var godt 219.000. Samtidig er omsætningen steget fra 7,2 mio. kr. i 2015 til 7,6 mio. kr. i 2018. Udviklingen fremgår af figuren nedenfor.

Figur 4.2: Udvikling i besøgende og omsætning



Opsummering

Fælles for de fire svømmefaciliteters arbejde med wellness er, at de alle peger på, at udviklingen af aktiviteter - særligt saunagus i forskellige udgaver - er vigtig for at fastholde gæsterne.

Derudover er det tydeligt, at de fire svømmefaciliteter i varierende grad udbyder en form for 'hverdagswellness', der adskiller sig fra de mere luksuspregede wellnesscentre (eller i de adskilte afdelinger som Dronning Dorotheas Badstue og Esbjerg Spa & Wellness). I stedet udbyder man en 'light-udgave', der appellerer bredt og giver mulighed for at kombinere motion med afslapning og velvære.

Et andet fokuspunkt på tværs af svømmefaciliteterne er, at der er nødt til at være en vis grad af stordriftsfordele mellem en wellnessafdeling og den primære svømmefacilitet, da det vurderes at være vanskeligt at drive en wellnessafdeling alene på kommercielle vilkår.

For det tredje har der været stort fokus på kommunalfuldmagtsreglerne i forhold til at være kommunale udbydere af wellnessstilbud, der kan ende i en konkurrencesituation med andre kommercielle wellnessstilbud. Her har den overordnede tilgang været at udlicitere behandlingstilbud, som typisk vil konkurrere med andre tilbud. Derimod er wellnessafdelingen ikke udliciteret, men fungerer som en udvidelse af svømmehallen.

De opstillede erfaringer og udfordringer med at drive et wellnesscenter i sammenhæng med et etableret svømmeanlæg varierer naturligvis på tværs af byer og kommuner. Disse afhænger af befolknings sammensætning og -størrelse, konkurrerende centre i form af kommercielle udbydere og kommunale/selvejende idrætsanlæg samt politiske beslutningsgrundlag. Alligevel er de opstillede tematikker inddraget, da de i større eller mindre grad er relevante på tværs af anlæg og kommunegrænser.

5. Konklusion

Dette notat har til hensigt at tegne et billede af mulighederne og udfordringerne i forbindelse med udviklingen af et wellnesscenter i Kildeskovshallen. I dette sidste afsnit bliver der samlet op på notatets resultater og fremsat anbefalinger for drift af en wellnessafdeling i Kildeskovshallen med henblik på at sikre en fornuftig økonomi på baggrund af konklusionerne.

Af rapporteringen af borgerundersøgelsen viser, at 57 pct. af respondenterne har benyttet ét eller flere wellnesstilbud. Kun en mindre del af borgerne (12 pct.) benytter i forvejen, hvad man kan kalde 'hverdagswellness' i form af wellnesstilbud på månedlig basis. Til gengæld er de vant til at betale en markant højere pris for wellness, idet den gennemsnitlige pris ligger lidt under 400 kr. Dette understreger, at borgerne i dag er vant til mere eksklusive wellnesstilbud med en dertilhørende højere pris. Der kan således være muligheder i at fokusere på en bredere gruppe af kunder til det tilbud, som er skitseret for Kildeskovshallen, i form af ældre borgere, mænd og kvinder, der ikke benytter sig af personlige behandlingstilbud.

Selvom prisen i mindre grad nævnes som en barriere for at benytte wellness, er billigere tilbud en faktor, der kan gøre wellness mere attraktivt for tre ud af ti borgere, som ikke i forvejen benytter et tilbud. Sammen med den relativt lave andel af borgere, der benytter wellness på månedsbasis, kan det være udtryk for, at borgerne mangler tilbud med 'hverdagswellness' i lokalområdet. Det understreges af, at godt halvdelen af borgerne viser interesse for et tilbud, som skitseret for Kildeskovshallen, hvor massage i sammenhæng med gængse wellnesstilbud som sauna og spabad efterspørges.

Til gengæld viser en kort rundspørge blandt Gentofte Kommunes lokale erhvervsliv ikke den store interesse for at benytte et wellnesscenter, som skitseret. Virksomhederne har haft eller har i enkelte tilfælde aftaler med et konkurrerende kommercielt wellnesscenter og efterspørger i højere grad fitness- og træningsmuligheder for medarbejderne end et wellnesstilbud. De adspurgte virksomheders svar og umiddelbare manglende interesse for et isoleret wellnesscenter viser, at der kan være muligheder i at kombinere tilbuddet med Kildeskovshallens fitnesscenter. Selvom der er tale om en ekstern virksomhed (Fitness World), kan en mulighed være at undersøge potentialerne for et samarbejde med Kildeskovshallen, hvis målet er at tilbyde samarbejdsaftaler til det lokale erhvervsliv.

På baggrund af notatets resultater og interviewene med repræsentanter fra andre svømmeanlæg med wellnesscentre kan det være fordelagtigt at tilpasse tilbud, der er interessante for en større målgruppe end de mere eksklusive wellnesstilbud, ved at fjerne barrierer for unge og ældre i forhold til pris og tilgængelighed. Eksempelvis ved at have adgang i løbet af dagen, hvor pensionister og unge (ofte studerende) ønsker at benytte wellness. Desuden kan man lave særlige tilbud målrettet ældre eller fysisk svage personer.

Samtidig vil et fokus på de relativt gængse tilbud, som borgerne efterspørger (sauna, spabade og dampbade), give mulighed for at lave billigere tilbud. Dertil kan massage, som er det mest efterspurgte blandt borgerne, tilbydes som et tilkøb.

I forlængelse heraf er det et tema på tværs af interviewene med repræsentanter fra andre svømmeanlæg, at wellnesscentret signalerer ro og afslapning, selvom der ikke er tale om personlige behandlinger. Hertil fokuserer borgerne særligt på centrets æstetiske udtryk. Det er dog interessant, at mens borgerne ikke anser det som væsentligt, at familie og venner benytter samme center, er dette et fokusområde blandt flere af de interviewede fra andre svømmeanlæg. Det store fokus på fællesskab i Vejen Idrætscenter nævnes blandt andet som en beslutning, der fik en del kritik i starten, men som senere blev rost, da det giver besøget en ny dimension, når man kan slappe af i fællesskab med venner og familie på tværs af aldersgrupper og køn.

På baggrund af interviewene med andre wellnesscentre er der en række udfordringer i forhold til at udvikle et wellnesscenter i forbindelse med en kommunal svømmehal, der er nødvendige at tage stilling til. Særligt i forhold til kommunalfuldmagtsreglerne, når et kommunalt tilbud skal varetage en bestemt opgave. I andre wellnesscentre er erfaringen, at der særligt kan være problemer forbundet med de specifikke behandlingstilbud, som i de tilfælde, hvor de udbydes, er udliciteret til en kommerciel partner.

I alle interviews med repræsentanter fra de fire andre anlæg har man derfor en række wellnessstilbud, der fungerer som en udvidelse af det eksisterende svømmehalskoncept (Den Blå Plads i Vejen Idrætscenter, romersk bad i Slotssøbadet og Svømmestadion Danmark og wellnessafdelingen i Gigantium). I Dronning Dorotheas Badstue og Esbjerg Spa & Wellness findes der egentlige wellnesscentre som tillæg til svømmehallernes faciliteter, som drives mere eller mindre separat fra svømmehallens virksomhed. Dermed sikrer anlæggene sig mod konkurrence fra lokale kommercielle udbydere.

På baggrund af undersøgelsens resultater anbefales det afslutningsvist at arbejde videre med en driftsmodel, hvor wellnesscentret fungerer som en udvidelse til den eksisterende svømmehal, mens en eventuel behandlingsdel i centret udliciteres til en kommerciel aktør, da massage er det mest efterspurgte tilbud blandt kommunens borgere.

Litteratur

Dansk Svømmebadsteknisk Forening (2019): *Sådan tiltrækker du flere gæster til din (traditionelle) svømmehal*, i Svømmebadet, nr. 55, februar 2019.

Gentofte Kommune (2018): *Ændringsforslag til Gentofte-Plan 2019 samt overslagsårene 2020-2020, 19/9-2018*, 19. september 2018.

Lyngsgård, Hans (2002): *Vandkulturhuse*, Lokale- og Anlægsfonden.

NIRAS (2018): *Hvad er et velfungerende svømmeanlæg? Evaluering af fire nye svømmeanlæg*, Lokale og Anlægsfonden.

Pilgaard, Maja & Rask, Steffen (2016): *Danskernes motions- og sportsvaner 2016*, København: Idrættens Analyseinstitut.

Rask, Steffen (2017): *Idræt i storbyerne. Motions- og sportsvaner 2016. Aarhus og København*, København: Idrættens Analyseinstitut.

