

En förstudie - Utvecklingsarena för Hälsa och Välbefinnande



'Att ha hälsa betyder att vara en väl integrerad person som lever i fred med sig själv och där alla system samarbetar', Candace Pert.

Projektledare: Victoria Andersson
Hälsa & Välbefinnande/Tillväxtenheten
REGION HALLAND
Januari-April 2008

Innehållsförteckning

Sammanfattning	3	
Bakgrund	4	
Presentation Spa- & hälsobranschen	5	
Vad betyder ordet spa?	5	
Nationella branschorganisationer för branschen	7	
SPA & Hälsa	7	
Svenska Spahotell	7	
Fakta och statistik	8	
Forskning och Utveckling inom branschen	9	
Behov och önskemål	10	
Företagskategorier	10	
Företagens målgrupper	10	
Övriga aktörer	11	
Behovsanalys utefter företagskategori	11	
Gemensam behovsanalys för branschen i Halland	13	
Studiebesök i förstudien	14	
Sunne, Värmland	14	
Bath Spa, England	14	
Framtida tillväxtmöjligheter för spa- & hälsobranschen i Halland	15	
Slutsats	18	
Bilagor		
Bilaga 1	Statistik omsättning, antal anställda och antal enheter	22
Bilaga 2a)	Studiebesök på Broby Grafiska i Sunne	23
2b)	Sammanfattning av marknadsanalys Wellness i Värmland	27
Bilaga 3	Frågor inför studiebesöket i BathSpa i England	30
Bilaga 4	En utvecklingsarena för spa- & hälsoföretagen i Halland	31

Sammanfattning

I januari i år påbörjades en förstudie kring ”Behovet av en utvecklingsarena för spa- & hälsoföretag i Halland”.

Förstudien har utgått från att kartlägga hälsoföretagen utifrån de kategorier av företag som finns inom branschen och hur deras behov av stöd och utvecklingsinsatser ser ut samt vilka samverkansaktiviteter, kompetensförsörjning och utvecklingsprojekt som krävs för fortsatt god tillväxt i branschen.

Förstudien tar sin ansats ur ett tillväxtperspektiv för de halländska spa- & hälsoföretagen. Processen under förstudien har bestått i att projektledaren har tittat på; **Varför** ska vi genomföra ett tillväxtprojekt inom aktuell bransch? **Vem** ska ingå i projektet alltså vilka aktörer? **Hur** ska det genomföras och finansieras? samt **Var** ska vi förlägga den fysiska platsen för tillväxtprojektet?

Underlaget i förstudien har hämtats från ett urval av befintliga aktörer på spa- & hälsomarknaden i Halland genom företagsbesök. En behovsanalys har sedan gjorts med hänsyn till de olika företagskategorierna som framkom under arbetets gång. Kunskap och erfarenhet hämtades även från mässor och workshops inom spa- & hälsoområdet. Lokalt på ”Må Bra” mässan i Falkenberg samt ”Wellness mässan” på Svenska Mässan i Göteborg.

Två studiebesök har genomförts dels till Sunne i Värmland och till Bath i England. Syftet var att ta lärdom av genomförda projekt och uppstartandet av branschorganisationer inom spa- & hälsobranschen i båda dessa områden. Diskussioner har förts med olika samarbetspartners, bl.a. Campus Varberg, Högskolan i Halmstad, Nordiska folkhälsöhögskolan i Göteborg samt Kairos Future, ett analysföretag i Stockholm.

Förstudiens syfte har varit att ge underlag till en projektansökan av hög kvalitet och god träffsäkerhet vilket ska ge underlag till ett framtida projekt. Förslag på hur en sådan ”arena” skall struktureras och samordnas presenteras också i materialet som jag valt kalla Spa & Välbefinnande Center. Här finns hypotetiska tankar kring vad den fysiska platsen för ett sådant center kan läggas.

Bakgrund

Bakgrunden till förstudien är att vi i Halland sedan 2002 aktivt arbetat med behovsstyrd utveckling inom hälsoteknikområdet med utgång från föreningen Hälsoteknikalliansen.

Föreningen är ideell med medlemmar från ca 50 företag, de halländska kommunerna, Region Halland, Landstinget i Halland och Högskolan i Halmstad. Föreningen har utgjort basen för tillväxtområdet Hälsoteknik i Region Halland. Hittills har de flesta forsknings- & utvecklingsprojekt varit inriktade på äldres hälsa & boende inom ett konceptområde vi kallar 'Trygg Hemma'.

Det vi sett de sista åren är att det finns en stor tillväxtpotential även inom andra hälsorelaterade områden. Med tanke på de höga ohälsotalen som finns i västvärlden med bl.a. fetma, diabetes och stressrelaterade sjukdomar kan vi förvänta oss ett stort marknadsbehov för hälsorelaterade tjänster och produkter. Medlemsföretagen i Hälsoteknikalliansen som har en mer allmän hälsoinriktning har uttryckt behov av samverkan och forsknings- & utvecklingsprojekt inom sitt område.

Med tanke på att ett par av Sveriges främsta och mest framgångsrika spa-anläggningar ligger i Halland och att vi har en långvarig kurortstradition som dessa företag bygger vidare på, finns en önskan och insikt att större vikt läggs på gemensam utveckling av branschen för att bibehålla den ledande ställning man har idag samt säkra konkurrensfördelar för framtiden. Behovet av nya produkter och tjänster för att stärka sin konkurrenskraft och Halland med sitt utvecklade folkhälsoarbete torde ge goda förutsättningar för fler kommersiella tjänster och produkter inom detta område.

Presentation Spa- & hälsobranchen

En kort beskrivning av en bransch som haft en enorm utveckling de senaste åren runt om i världen.

Vad betyder ordet spa?

Ordet spa har flera möjliga ursprung. En av dem är förkortning av de tre bokstäverna s p a som man kan se på marmorväggar i de offentliga badhusen från antiken. Det översattes från latinets: "Salus per aqua", vilket betyder "hälsa/läkning genom vatten".

Spa är således inget nytt fenomen. Människor har i tusentals år vallfärdat till platser med hälsobringande vatten. Det är snarare paketeringen som skiljer dagens spa bransch från tidigare upplagor, så som förra sekelskiftets kurorter. Det var i slutet på 80-talet som man i U.S.A, som får sägas vara föregångslandet till den moderna spa kulturen, började prata "spa koncept".

Spa konceptet bygger på fyra hörnpelare som en verksamhet eller anläggning ska tillhandahålla sina kunder/ gäster. Det är följande fyra hörnpelare:

- Fysisk träning - Rörelse
- Mental avslappning - Vila/återhämtning
- Näring - Mat
- Beröring - Behandlingar

I praktiken innebär dessa "pelare" att en spa anläggning ska erbjuda dig som kund eller gäst olika typer av kroppsbehandlingar, hälsoriktig mat, träningsaktiviteter så som konditions- & styrketräning samt mental avslappning eller återhämtning i form av olika avslappningspass. Trenden går åt att använda sig mer och mer av de österländska metoderna som yoga, Qi gong och meditation m.fl. i takt med den uppskruvade livsstil som många upplever.

En definition som utvecklats av ISPA, International SPA Association, är betydelsen av ordet spa i form av olika termer så som upplevelser, läge och område. ISPA själva definierar spa upplevelsen som: *'Din tid till avslappning, reflektion, förnyelse och glädje'*. Det finns en vision utarbetad av ISPA kring själva spa upplevelsen som lyder: *'Att förnya människan'*. De arbetar med att upplysa människor om värdet av en spa upplevelse.

Källa: ISPA/ www.svenskaspahotell.se

Våra sista 10 års utveckling i samhället och inom arbetsmarknaden har på många sätt påverkat den positiva utveckling som spa branschen haft genom att den tar till vara på mänskliga behov av upplevelser.

Spaföretag idag finns framförallt på våra större hotell där spa har blivit ett verksamhetsområde jämte, konferens och kök/Restaurang.

Kunder som efterfrågar denna typ av verksamhet är bl.a. konferens köpare och privatpersoner. Se ovan om ”upplevelser”.

Dagspa företag erbjuder spa upplevelser över dagen, det innebär att de har de flesta hörnstenarna.

För en mer ingående beskrivning och kategorisering av vilka former av spa som finns gå in på länk: www.spafinder.com/spaguide

Med **hälsöföretag** syftar jag i den här förstudien på bl.a. verksamheter där man tillhandahåller någon eller några av ovanstående hörnstenar men som inte uppfyller kraven för spa konceptet eller rent av inte vill kopplas ihop med spa-verksamhet, likt ett hotell med spa faciliteter. Det kan vara ett behandlingscenter som erbjuder klassisk massage, osteopati, fotvård, ansiktsvård m.m

Inriktningarna kan skilja från en mer rehabiliterande till en skönhetsvårdande profil.

Dessa företag erbjuder framförallt behandlingar för ”kropp & själ”.

Deras behandlingar ligger för det mesta utanför det allmänna sjukvårdssystemet, alltså ingår inte i Landsstinget. Kunderna får betala förbehandlingarna själva utan skattesubventioner.

De flesta företagen är enmans- eller fåmansföretag. Flertalet bedrivs i hemmet eller i lokal bredvid hemmet. Här har vi bl.a. våra ”naturhälsogårdar” som kommer presenteras längre fram i förstudien. Företagen vänder sig till både privatpersoner samt företag men vill också se sina tjänster som en resurs för den allmänna hälso- & rehabiliteringsvården. Här har vi idag ett regelverk som gör det svårare för dessa företag att konkurrera om patienter eller klienter med den allmänna sjukvården.

Hälsöföretag som erbjuder fysisk träning benämns allmänt som

Friskvårdsföretag. Man erbjuder tjänster i förebyggande syfte för individens hälsa. De vänder sig till både privat personer som företag, för deras anställda.

Det är alltså inte helt lätt att veta vad vi pratar om när vi pratar om ”Spa- & hälsobranschen, då det kan se och te sig så olika ut. Det är min uppgift att i förstudien belysa vad de olika verksamheterna efterfrågar och vilka behov de har för att fortsätta utvecklas positivt så vi i Halland har en god tillväxt för just dessa företag. Hur kan vi hjälpa dem för att nå sina mål?

Nationella branschorganisationer

SPA & Hälsa

Spa- & hälsobranchen är en relativt ny bransch med stark tillväxt som präglas av snabb produktutveckling och nya tjänstepaket, men också av stor prisdifferentiering och hård konkurrens. För att få bukt med de problem som hör till en ny branschs utveckling bildades branschorganisationen SPA- & Hälsa 2006.

Organisationens viktigaste uppgift är att ge sina medlemmar ny kunskap inom Spa- & hälsoområdet med omvärldsbevakning, bilaga 2.b), likväl som lokala och globala trender. En annan uppgift är att initiera och lyfta fram studier och forskning som stärker branschens utveckling och seriositet. Man arbetar för att genom ökad samverkan mellan olika aktörer höja kunskapen om branschen hos allmänheten, myndigheter och beslutsfattare.

Kriteriet för att få bli medlem är att man är verksam inom minst två av Spa-branschens fyra hörnstenar. Se under rubriken Presentation Spa- & Hälsofbranschen. Exempel på medlemmar är: hotell/konferens med spa-anläggning, leverantörer inom spa- & hälsa, branschorganisationer så som Kroppsterapeuterna, resebyråer m.fl.

Idag finns ca 55 medlemmar registrerade i branschorganisationen Spa- & Hälsa ett drygt 10-tal av dessa är verksamma i Halland.

För mer info se deras hemsida: www.spaochhalsa.se

Svenska Spahotell

Föreningen bildades 2005 och är en sektion inom SHR, Sveriges Hotell- & Restaurangföretagare. I ett led att kvalitetssäkra vad ett Spa står för då branschens utveckling gått snabbt och många olika aktörer vill använda sig av ordet spa samt öka kunskapen hos gästerna.

Föreningens huvudområden är att arbeta med:

- ☐ Branschidentitet och branschstandard
- ☐ Marknadsföring
- ☐ Utbildning och personalförsörjning
- ☐ Kompetensutveckling/Nätverk
- ☐ Arbetsgivarfrågor och politiska beslut
- ☐ Benchmarking

Medlemskriterier bygger på den branschidentitet och branschstandard som föreningen fastställt och efter de förväntningar som de tror att gästerna har på en spaupplevelse, de fyra hörnstenarna i spa-konceptet, vilket på spahotellen betyder:

- Rörelse i form av varierad fysisk träning
- Vila i form av aktiv återhämtning
- Näring i form av välanpassad kost
- Beröring i form av behandling

Idag finns 20 medlemsföretag varav 3 i Halland. Läs mer om föreningen och medlemskriterier på deras hemsida: www.svenskaspahotell.se

Fakta och Statistik

Redovisningen grundar sig på 2006 och 2007 års statistiska material, hämtat från SCB's Momsregister samt Raps-databasen. Se bilaga 1.

Vi har valt att titta på:

- ☐ antal företag i Halland
- ☐ antal sysselsatta inom spa- & hälsobranschen i Hallands län
- ☐ sysselsättningsutvecklingen inom spa- & hälsoföretag i Halland jämfört med riket samt
- ☐ omsättningen inom spa- & hälsoföretagen i Halland

Utifrån detta material kan vi fråga företagen vad de önskar få ut ur ett tillväxtprojekt. Vad är det för aktiviteter som ska hjälpa dem öka sin omsättning, nå nya marknader eller anställa fler medarbetare inom företaget?

Statistiken indelas i fyra företagskategorier:

- ☐ Hotell med restaurang
- ☐ Konferensanläggningar
- ☐ Skönhetsvård
- ☐ Inrättningar för kroppsvård

Vi ser att branschen är liten med storstadsorienterat fokus. Halland ligger dock bra till geografiskt då vi har en stor inflyttning till länet.

Omsättningen för företagen i branschen har en sämre utveckling än de i storstäderna med undantag för skönhetsvård, där ligger Halland högre än övriga riket. Det finns per 2007 totalt 228 företag inom branschen i Halland. Störst andel är företag inom kroppsvård följt av skönhetsvård.

Tittar vi på omsättningen för de halländska företagen ser vi att det framförallt är inom kategorien kroppsvård som har den bästa utvecklingen men det är hotell med restaurang som står för störst omsättningsgrad. Jämfört med riket så ligger hotellen under genomsnittet i Sverige. Halländska företag inom skönhetsvård ligger betydligt högre än övriga riket, med 110.1% ökning mellan 2003 och 2007 jämfört med hela riket på 71.2%.

Anställda i branschen hittar vi i kategorin hotell med restaurang med flesta men ökningen har inte ökat. Antalet anställda har ökat mest inom företag med kroppsvård tätt följt av skönhetsvård.

Det är alltså framförallt kropps- & skönhetsvårdande företag vi ser den största tillväxten i Halland.

Forskning och Utveckling

Forskning

Den typ av forskning som är aktuell inom ett tillväxtprojekt för branschen handlar om den tillämpade forskningen och inom områden så som kopplingen hälsa och ekonomi, effektivitet/lönsamhet och friska medarbetare.

Forskning som bedrivs idag inom ovanstående områden sker från inom Sverige idag vid Stockholms Universitet. Paula Liukkonen är ekonomie doktor och docent i företagsekonomi. Hennes forskning omfattar ekonomi, personal och arbetsmiljöfrågor samt hur hälsofrågor kan integreras med företagets styr- & uppföljningsrutiner. På uppdrag av bl.a. Vinnova har hon forskat om hur man minskar sjukfrånvaron och hur den optimala bemanningsarbetet kan åstadkommas med god dialog och fakta om tidsanvändning.

Paula säger att forskningsrönen gett henne kunskaper om behovet av arbetsmetoder och rutiner att lösa ekonomi-, arbetsmiljö- och hälsoproblem. Fokus på detta ligger dock fortfarande på att minska sjukfrånvaron och inte hur vi gör människor friska och hur vi behåller dem friska, s.k. frisknärvaro.

Samtidigt ser vi att det visats finnas ett behov även utanför spa- & hälsobranschen att få bukt med dessa frågor där branschen har en verklig viktig roll om man kan få trovärdighet och vetenskaplig substans i sina tjänster som visar att det vi gör här har positiv påverkan på arbetsmarknaden.

Nordiska Folkhälsohögskolan med säte i Göteborg bedriver forskning i stor omfattning inom hälsoområdet. Deras forskningspolicy har en folkhälsovetenskaplig relevans samt utgår från erfarenheter och bedrivs på nordisk basis. Läs mer på länken: www.nhv.se

Utveckling

Några som tagit fasta på att var långtidsfrisk och velat vrida perspektivet från det sjuka till det friska är Birger Rexed, medförfattare till boken med just namnet "Långtidsfrisk" på Ekerlidsförlag som utkom 2003. Övriga författare är J. Jonsson och A. Lugn. Prevent, är en svensk ideell förening som arbetar med att förmedla kunskap kring arbetsmiljöfrågor och utveckla metoder som ska fungera som ett stöd för arbetsplatser i deras fortlöpande arbetsmiljöarbete. Huvudmännen för föreningen är Svenskt Näringsliv, LO och PTK. Någon forskning bedrivs dock inte inom föreningens ramar. Via länken www.metodicum.se kan vi se mallar på Hälsobokslut och personalekonomi. De arrangerar även kurser och tillhandahåller böcker och rapporter. Se boken "Att styra med hälsa-från statistik till strategi" 2007 av C.malmqvist, S. Vinberg, J.Larsson.

Forskning och utveckling internationellt

Internationellt arbetar man inom EU att matcha forskning/utbildning med företag inom hälsoområden för att i samverkan utveckla nya tjänster och produkter och generera i fler jobb. Se www.europaprogrammen.se/ smesgohealth.org och Vinnova.

Behov och önskemål

Jag kommer under följande rubriker presentera olika verksamheter inom spa- & hälsobranschen och har därför valt att dela in dem i olika kategorier. Jag beskriver kortfattat vilka målgrupper företagen vänder sig till samt vilka andra aktörer som finns för branschen i ett tillväxt- & utvecklingssammanhang. Därefter presenterar jag de behov som är gemensamt inom de olika företagskategorierna. Till sist lyfter jag fram de behov som branschen i sin helhet uttrycker, alltså den gemensamma nämnaren för alla kategorierna.

Företagskategorier

Jag har valt att dela in de företag som går under rubriken ”Spa- & hälsa” i fyra kategorier. Jag har kunnat urskilja dessa kategorier efter mina företagsbesök. Det som styrkt detta har varit deras inriktning på verksamhet, målgrupp och behov. Följande kategorier och exempel på företag presenteras här.

1. Hotell med spa verksamhet

Här återfinns bl.a. Varbergs Stadshotell & Asia Spa, Varbergs Kurort, Tylösand Spa, Kurortsstaden i Väst

2. Hälsoföretag med inriktning friskvård, skönhet

Här hittar vi Friskvågen AB i Varberg, Helheten i Fjärås

3. Hälsoföretag med inriktning mot naturen som en resurs för hälsa

Företag som jag räknar hit är bl.a. Sörby Naturhälsogård, Naturzonen och Skårsgård m.fl.

4. Leverantörer av produkter och tjänster till spa- & hälsoföretagen

Dharmazone är ett företag inom denna kategori som tagit fram en serie kropps- & hudvårdsprodukter som är kännetecknande för Halland. Man har använt sig av tång som grundingsrediens.

Företagens målgrupper

De olika kategorierna av företag har mer eller mindre olika målgrupper i fokus. Jag väljer här att endast omnämna dem, inte härleda dem till vilken företagskategori de gör sig gällande inom. Några målgrupper rör sig dessutom mellan de olika kategorierna och vice versa. Tanken är att ge en bild av vilka målgrupper jag pratar om.

- ☐ Människor i arbetslivet privat eller i företagets regi
- ☐ Seniorer; en köpstark grupp som blir fler och fler
- ☐ Barn & Ungdom; genom utbildning
- ☐ Andra företag i branschen (inom t.ex. spa kompetensutveckling)

Övriga aktörer

Med övriga aktörer menar jag de som kan tänkas spela en viktig roll för branschens tillväxt- & utvecklingsmöjligheter. Det kan vara som beställare, samarbetspartners eller som stöd hjälp av framtagande av nya tjänster och produkter. Aktörerna kan bl.a. vara:

- Forskare som genom tillämpad forskning kan underbygga branschens tjänster och produkter genom vetenskapliga belägg.
- Företag i andra branscher som ser möjligheter till samverkan med spa- & hälsobranschen
- Studenter med innovativa idéer som kan bidra med produkt- & tjänsteutveckling samt är intresserade av att starta nya företag inom branschen.
- Offentlig sektor, sjukvård och försäkringskassan

Behovsanalys utefter företagskategori

Behovsanalysen är gjord efter de företagsbesök och intervjuer som gjorts hos de halländska spa- & hälsoföretagen. Jag har sammanställt behoven efter de företagskategorier som jag presenterat tidigare vilka tillsammans har en gemensam nämnare.

1. Hotell med spa verksamhet

Ex: Asia Spa, Varbergs Kurort, Tylösand Spa, Kurortsstaden

Här frågar man efter ett kunskapscenter med tillämpad forskning som stödjer de tjänster och produkter som bl.a. vänder sig till de kundgrupper som har människan i arbetslivet som fokus.

Man arbetar mycket med utbildnings och kompetensutvecklingsfrågor både inom branschen och ut till kunder. Det som är viktigt här är att förklara de olika rollerna och konkretisera en frågeställning kring utbildning. 'Vad vill företagen erbjuda själva' samt vad ska den offentliga utbildningssektorn stå för?.

'Health- & livsstilsdesigner' är exempel på ett framtidens spa-yrke.

Vilket innebär att hjälpa dagens stressade människor att prioritera och hitta rätt i vardagens "djungel" med det enorma utbud av information och möjligheter som stressar oss och gör det svårt att urskilja vad vi behöver.

2. Hälsoföretag med inriktning friskvård, skönhet även rehabilitering

Ex: Friskvågen, Helheten i Fjärås, Hälsorum i Varberg

Affärsutveckling och marknadsföring står högt upp samt nätverk inom branschen. "Hur driver jag ett professionellt spa- & hälsoföretag?"

Behov av att kvalitetssäkra kroppsbehandlarna finns, då hälsobranschen ofta kan förknippas med "stenar och kristaller" som upplevs som mindre trovärdiga.

Nätverk av terapeuter är önskvärt med fokus inköp, leverantör kunskap och kompetensutveckling.

3. Hälsöföretag med inriktning mot naturen som en resurs för hälsa
Ex: Naturhälsogårdar m.fl.

Här är det framförallt affärsutveckling som prioriteras av gruppen samt spa-kompetens, 'Hur jag bedriver en professionell verksamhet ute på landet'. Detta är viktigt med tanke på att våra spa gäster idag har stor erfarenhet av sådan vistelse samt vet vilka krav på standards de kan kräva. Man vill också arbeta för en gemensam marknadsföringsplattform/arena under Destination Halland. Företagen vill profilera Halland med Hälsa på landet. Att marknadsföra hälsöföretagen gemensamt för att få större genomslagskraft och samtidigt visa på mångfald och bredd av verksamheter, som finns inom länet. Hitta en arena och knyta nya kontakter med företag inom branschen är också ett återkommande tema då många är enmans eller fåmansföretag på landet.

4. Leverantörer av produkter och tjänster till spa- & hälsöföretagen.
Ex: Dharmazone

Behovet man upplever utifrån dessa företag är bl.a.:
Kompetens hos spa-företagen kring affärsmannaskap;
- kunna göra affärer
- kundvård
- marknadsföring

Här talar företagen om att skapa en tydlig identitet, profil och jobba med "story telling" kring produkter och tjänster som spa- & hälsöföretagen erbjuder. Själv är man i behov av att utveckla kompetensen i produktutbildningarna Hur utbildar vi våra kunder, spa personalen, på bästa sätt med de produkter vi säljer till dem. Det som kan vara en intressant ingång här är själva produkt- och tjänsteutvecklingen mellan produkt företag som å sin sida är duktiga på att ta fram produkter och tjänsteföretagen inom spa & hälsa som är duktiga på att utföra tjänster.

Hur kan vi förädla våra produkter och tjänster utifrån Halländska termer och ta fram nya produkter? En idé finns att titta på de Halländska råvarorna och göra "dermatologiska" forskningar/ tester på dem.

T.ex.: Vad händer när man blandar tång och salt?

Kan vi göra solskydd av blåstången?

En professor vid namn Bödi, från Budapest i Ungern finns som kontakt.

Han är gästprofessor vid Göteborgs Universitet.

Gemensam behovsanalys för branschen i Halland

Här presenteras några rubriker som är genomgående önskemål från branschen oavsett vilken kategori av spa eller hälsoföretag man ingår i.

▫ 'Hela Halland' / Marknadsföring

Gemensamt för branschen är att man vill skapa en starkare profil och identitet kring Halland som Sveriges Spa- & hälso län. En portal där spa- & hälsoföretagen kan profilera och marknadsföra sig mot besökare i Halland är ett sådant önskemål. Vilka reseincitament använder vi oss av samt hur kan vi utveckla paketeringen av de olika spa- upplevelserna, är frågor vi får arbeta med.

▫ 'Kompetensutveckling'

Det alla uttrycker, när tankar kring en hållbar utveckling för branschen kommer på tals, är vikten av att aktörerna går ihop och skapar nätverk för att tillsammans bli starkare och på så sätt kunna påverka och driva igenom bl.a. kompetensutveckling inom branschen, vilket är ett bidrag till en god tillväxt. Som utveckling nämns behovet att tillhandahålla en KY-utbildning inom spa & hälsa i Halland. Idag saknas en sådan yrkesutbildning på högskolenivå i Hallands län. Kurser i massage, spa-behandlingar, hudvård, instruktör men även försäljning, värdskap och marknadsföring är värdefullt.

Det finns även ett önskemål av ett nära samarbete med bl.a. Campus Varberg. Viktigt att erbjuda fristående kurser som personal inom spa- & hälsobranschen har tillgång till. När vi talar om forskning så handlar det om den tillämpade forskningen som branschen kan knyta an till. Framförallt att kunna visa på sammankopplingen mellan hälsa och ekonomi, då många spa- & hälsoföretag använder detta i bl.a. sin marknadsföring av sina tjänster.

Inom branschen finns det de företag som nått väldigt långt inom området och som kan bistå andra inom branschen att öka sin kompetens. På sikt skulle detta leda till att branschen höjer sin lägsta nivå och får en större tyngd i sin talan mot t.ex. politiker och andra beslutsfattare i kommuner och landsting i Halland, speciellt när det handlar om olika regelverk för företagen i branschen.

Företagen uttrycker också önskemål om kunskaps- & erfarenhetsutbyte på en mer informell nivå genom studiebesök hos varandra.

▫ 'Miljö & Energi'

Ett område som också nämns är miljö- och energi.

Det är ingen hemlighet att framförallt de större spa hotellen förbrukar mycket energi genom bl.a. de uppvärmda baden. Här finns en intressant fråga, hur kan vi hjälpa företagen att hitta både miljövänligare alternativ för t.ex. vattenrening samt hur kan de återanvända energin på bästa sätt. Diskussioner har endast påbörjats kring dessa frågor med representanter inom energi och miljöområdet. Här kan jag se samarbetsmöjligheter med bl.a. EMC (energi och miljöcenter) i Varberg som jobbar med dessa frågor. En första kontakt med deras projektledare, Anders Frisk, är tagen. Genom att lyfta denna typ av frågor arbetar vi för att uppnå regionala miljömål inom spa- & hälsobranschen.

Studiebesök i förstudien

Under förstudien har två längre studiebesök genomförts. Ett besök i Sverige och ett till England. Syftet med studiebesöken har varit att inhämta information och kunskap kring tidigare genomförda projekt inom spa- & hälsoområdet.

Sunne, Värmland

Första studiebesöket gjordes till Sunne i Värmland. Sunne som anses av många vara det moderna spa konceptets vagga i Sverige med sitt Selma Spa.

Platsen för besöket hölls på Broby Grafiska i Sunne.

Med på resan var utvecklingsledare för Hälsoteknik, Ann-Mari Bartholdsson.

Vi fick en presentation av deras projekt ”Design - Hälsa -Solbacka Akademin”.

De presenterade bakgrund och syfte med projektet och hur strukturen sett ut och vad som blivit resultat. Under projektet sjösattes en rikstäckande branschorganisation kallad Spa & Hälsa. Vars tanke är att samla alla aktörer inom branschen under ett paraply för att även kunna utåta mot regering och media utöva lobbying för sina intressen. För mer information från studiebesöket se bilaga 2a).

Rektorn Inga-lill Lindqvist tryckte mycket på hur viktigt det är att i ett projekt av den här karaktären säkerställa att rätt personer är med, att näringslivet ska vara engagerade och förstår vad engagemanget innebär. Det är också av stor vikt att få fram en produkt eller tjänst snabbt för att projektet ska få liv och komma igång samt att inblandade blir mer engagerade när de ser att det faktiskt händer något. Viktigt att få med ur ett destinationsperspektiv är att hitta olika rese incitament för Halland. Hur gör vi det enkelt och bekvämt att ta sig till oss? Kan vi använda oss av t.ex. Halmstad flygplats på ett bättre sätt? Här finns redan goda samarbeten mellan bl.a. Hotel Tylösand och Halmstad Flygplats.

Bath Spa, Sydvästra England

Det andra studiebesöket gjordes i Bath, England.

Kontakterna med representanter i Bath förmedlades bl.a. via Christina Clason, utbildningssamordnare på Campus i Varberg samt Eva Eriksdotter på Varbergs Kultur och Fritidförvaltning.

Syftet var även här att titta och lyssna på hur de arbetar med att utveckla spa- & hälsoföretagen i Bath med omnejd med tanke på den stora satsning som gjordes i ett projekt vid millenniumskiftet kallat: ”Bath - The millennium project”.

Möte med projektledaren Paul Simon och stadens Utvecklings och

återuppbyggnadschef gjordes liksom med representanter inom turism näringen.

Här presenterades ”Vision for Bath”, ett 10 årigt- tillväxt och utvecklingsprojekt.

För mer information se noteringar från studiebesöket i bilaga 3. eller gå in på www.bathnes.gov.uk/future/bath.

Anmärkningsvärt många små enskilda spa- & hälsoföretag har etablerats och opererar i Baths stadskärna, som en effekt av återuppbyggnaden av de gamla

romerska baden samt uppstarten av det stora moderna ”Therma Bath Spa” en dagspa anläggning som drivs av ett nederländskt bolag.

De finns även i de halländska städerna men kan synliggöras mycket mer genom olika samverkansaktiviteter.

Kontakter mellan Halland och Bath har goda förutsättningar och kunna bli något att bygga vidare på i ett utvecklande av spa- & hälsoföretagen i Halland.

Framtida tillväxtmöjligheter för Spa- & Hälsobranchen i Halland

Här presenteras några rent hypotetiska modeller för hur ett tillväxtprojekt skulle kunna struktureras och samordnas samt vilka olika intressenter som kan vara tänkbara aktörer. Vi utgår från skapandet av en utvecklingsarena som har följande tre inriktningar:

- Affärsutveckling och marknadsföring
- Utbildning - kompetensutveckling
- Visions samverkan /Innovation av nya tjänster och produkter
- Nätverk / Mötesplats ex.vis: en årlig internationell spa-& hälsokonferens

'Spa- & Välbefinnande Center'

En form av utvecklingsarena kan vara ett 'Spa & Välbefinnande Center', SVC. Ett 'center' som kan formulera utvecklingsidéer och ta emot problemställningar från näringslivet samt initiera projekt. Till exempel ett projekt för de Spa- & hälsoföretagen som vill utveckla ett instrument eller metod som hjälper dem räkna på vad ”hälsofrämjande arbete kan bidra med” som ett led i att stärka sina marknadsföringsargument. Samtidigt är det viktigt att ett center som ska stå för utveckling av en bransch är kreativt och står för aktivitet och nyskapande, och inte stannar vid att vara ett forskningscenter. Fokus är tänkt att ligga på framgång, kvalitet och tillväxt. Ur ett tillväxtperspektiv ska ett 'center' som vi initierar vara något av en 'motor'. Här kan företagen hitta nya konstellationer i olika delprojekt för att utveckla tjänster och produkter som leder till en god tillväxt för både det egna företaget samt branschen i helhet. Centret ska agera mäklare genom att knyta kontakter mellan olika företag inom och utanför branschen samt samverka mellan olika intressenter/aktörer. De kan söka resurser samt organisera projekt.

Det finns en möjlighet för ett 'Spa- & Välbefinnande center' att vara förlagd på Campus Varberg som en mötesplats för de frågor som inryms under verksamhetsområdet FoU. Campus Varberg har startat upp ett fjärde verksamhetsområde genom det s.k. ”Alexandersson Institutet” där FoU-verksamhet ska bedrivas. Som ort får Varberg utgöra ett slags Spa- & Välbefinnande center i sig för Halland med sina gymnasiala spa-utbildningar via Drottning Blanka, högskoleutbildningen ”Health Management” vid Campus Varberg samt hemvist för tre större Spa-anläggningar. Campus Varberg är också en lämplig arena med tanke på att här kan näringsliv, forskare, offentlig sektor mötas i en 'Triple Helix' modell. Efter projekttidens slut finns också en naturlig

Institutet för Integrativ medicin

Det finns en vision, om än personlig, i dagsläget, om att utveckla vår svenska sjuk- & hälsovård. Den dagen då Sverige är moget, så ska vi se till att det "Integrativa Institutet" kommer förläggas i Halland.

Ett institut där man studerar och forskar kring hälsa i en kombination av den traditionella västerländska "skolmedicinen och den österländska traditionen. Föregångsländer i Europa är bl.a. England och Norge. Danmark är också på gång inom detta.

En viktig förespråkare inom området är läkare Christina Doctare som tidigare arbetat vid Karolinska Universitetssjukhuset i Stockholm samt skrivit böcker inom området, att förena traditionell västerländsk medicin med österländska metoder. Se böckerna Vägen till hälsa- det bästa av väst och det största av öst, 2007 samt Hjärnstress, 2000 och Skapa andrum, 2003.

Slutsats

Det jag under förstudien kommit fram till presenteras här i punktform med korta kommentarer. Besluten är grundade på mina iakttagelser inom branschen genom den kunskapshämtning, möten och besök som genomförts.

I dag talar många om spa som en trend men faktum är att spa är ett starkt varumärke. *Se Bilaga 1 med framtagit material från SCB.*

Halland har förutsättningar för en god tillväxt inom branschen, genom vår långvariga kurortstradition samt goda jordmån med havet i väster och våra många små åar och insjöar där dagens stressade människor kan finna kraft och ro. Dessa punkter bedömer jag som viktigt att genomföra i ett kommande tillväxtprojekt:

- Att tillväxtprojektet får tid på sig att etableras för att fortleva efter projekttiden. Tre år är lämpligt.
- Tillsätt en projekt/referensgrupp och styrgrupp som ser till att projektet håller strukturen och uppnår uppsatta delmål under projekttiden.
- Skapa en fysisk plats för tillväxtprojektet i form av en Spa & Välbefinnande Arena med säte på Campus Varberg.

FoU-frågorna inom projektet får en naturlig samverkanspartner genom Campus Varbergs resurser inom högre utbildning och en direkt koppling från tillämpad forskning till företagen i branschen. Pga den utbildning och kompetens som finns samlad här och att Varberg redan är ett etablerat varumärke inom Spa-branschen. Den tyngd som behövs för att sätta och få projektet att hålla kursen är att projektet knyts till Alexandersson Institutet med sin FoU-del. Finansieringen bygger på offentliga medel i form av bidrag från EU's regionala strukturfondsprogram samt högskolans möjligheter att söka forskningsbidrag. Val av plats blir naturlig för både privata som offentliga verksamheter.

□ Hela Halland- Spa och Välbefinnande

Som ett led i att förstärka Hallands profil som 'Upplevelse Destination' ingår Spa- & hälsobranschen. En 'Top of the Mind'-Destination som skapas ur en nätverksorganisation som är kopplat till ett regionalt kluster* av företag och organisationer inom och utom spa- & hälsobranschen. Styrkan i ett kluster ligger i blandningen av företag, alla får en tårbit var.

Fokus kommer vara att skapa mötesplats för att samverka kring marknadsföringsfrågor samt IT-utveckling inom marknadsföring och bokningssystem. Genom detta kommer det växa fram en tydligare profil av Halland som spa- & hälsoregion vilket i sin tur kommer leda till ökat medialt intresse och fler besökare både från den lokala befolkningen till utländska besökare.

Jag drar här en parallell med alla de dagspa och behandlingsföretag som har etablerats i Bath efter satsningen "Bath- The Millennium Project". Läs mer om det under rubriken studiebesök. Där byggandet av 'Therma Bath Spa', en modern

Dagspa verksamhet lagt grunden för att små enmansföretag etablerat sig i staden. De arbetar i nätverk för att stärka stadens profil och flera kända hud- & kroppsvårdsmärken slåss om att få etablera sitt varumärke där.

Jag iakttog även hur starkt sammankopplat spa branschen var med övriga aktörer, så som mat, kultur, upplevelsenäringen, affärer m.m. Representanter för Bath Tourism Plus arbetade med att få fram helheten under besökarnas vistelse i Bath. Den ena branschen eller näringen länkade in i de andra.

▣ **Skapa 'kluster' av företag i olika utvecklingsprojekt**

Det jag iakttagit är att det finns en enorm vilja hos företagen att utveckla sina verksamheter inom området även om kompetensen varierar inom de olika företagskategorierna. Betydelsefullt är att vi nu samlar den kompetens som finns för att kunna se varifrån vi tar avstamp för den fortsatta utvecklingen i Halland.

Det är också viktigt att samla alla som idag inte har någon naturlig samverkan eller nätverksstruktur att utbyta idéer och erfarenheter emellan.

Studiebesök hos varandras företag är ett konkret förslag från företagen själva för att dra lärdom av varandra och lita till sin egen verksamhet.

Här finns mycket att vinna på utbyte av erfarenhet och kunskap samt att tillsammans kunna påverka beslutsfattare i större utsträckning.

Då det handlar om både stora och små företag med varierande behov är det rimligt att anta att ett par olika utvecklingsprojekt avknoppas inom ett större tillväxtprojekt. Med ansats utifrån ett par problemställningar som företagen vill ha hjälp med kan nya kluster bildas och nya tjänster och produkter utvecklas.

▣ **Miljö & Energi**

För att knyta ihop säcken ordentligt så finns reflektioner även kring hur vi i Halland kan på befintliga företag jobba för en hållbar energiåtervinning.

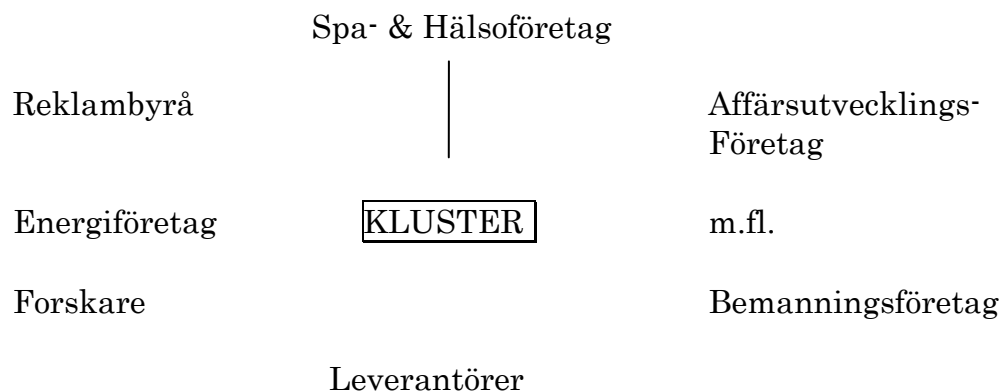
Spa-besökaren är både miljö- & energimedveten och detta kan bidra till att öka attraktionen till Halland från fler områden än vad den gör idag.

Det finns ett projekt "Tankesmedjan" som idag efterlyser företag inom spa- & hälsobranschen i Halland där man kommer titta på och utveckla energieffektivare metoder. Finansiering av detta sker genom att intresserade företag går in med en summa pengar för att projektet ska utveckla effektivare energiåtervinnings metoder. Tanken är att Tankesmedjan ska bli en del av EMC (energi och miljö center). EMC och SVC blir då två arenor som kan utbyta kunskap och erfarenhet och utveckla företagen till en god tillväxt både ekonomiskt och miljö-/energimässigt.

▣ **Att finansieringen stötts upp via offentliga medel.**

Genom en ansökan till bl.a. EU regionala strukturfondsprogram för att på sikt luckras upp av branschen som satsar ekonomiska resurser efter att nya tjänster eller produkter, verktyg utvecklats i tillväxtprojektet.

Ett förslag på kluster modell:



**Regionalt klusterprogram - samverkan för tillväxt*

Regionala kluster samverkar för att nå konkurrensfördelar. Klustren består av företag, offentliga aktörer och högskolor från samma geografiska område. Kärnan i ett kluster utgör oftast av affärsdrivande företagsnätverk som samverkar kring konkreta aktiviteter som inköpssamverkan, gemensam produktutveckling m.m. Fördelarna med geografiska kluster är t.ex. tillgång till specialiserad arbetskraft, information och erfarenhetsbaserad kunskap. Ett klusterinitiativ är ett gemensamt projekt där näringsliv och offentlig sektor samverkar för att stärka tillväxten och konkurrenskraften i ett område.

För mer info.: www.nutek.se under regional tillväxt.



'Hälsa är något som vi kan investera i och som var och en har ett ansvar för'