



Spamarknaden i Sverige

2010

Under 2010 besökte cirka 1,1 miljoner gäster Sveriges 68 spahotell. Ungefär 16 procent av dem besökte spahotellet utan att övernatta. Man betalade nästan 500 miljoner kr för de direkta spaupplevelserna. Sammanlagt njöt gästerna av cirka 400 000 spabehandlingar på de cirka 620 behandlingsplatserna. Sammanlagt lade spanärningen ned 830 000 timmar på att få sina gäster att trivas på bästa sätt.

En
ekonomisk
genomgång



Sveriges
Hotell & Restaurang
företagare

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	3
Inledning och syfte.....	3
Metod, begränsningar och avgränsningar.....	4
Urval.....	4
Metod/källor.....	4
Sveriges totala spamarknad.....	5
Spahotell.....	7
Spanyckeltal.....	7
Spahotellens logiverksamhet.....	12
Dagspa.....	19
Appendix 1. Extrapoleringsmetod och kommentarer.....	21
Appendix 2. Enkätundersökning.....	22

Figurförteckning

Tabell 1. Den svenska spamarknadens geografi.....	5
Tabell 2 Den svenska spamarknaden 2010.....	7
Diagram 1. Intäktsfördelning, spahotell, 2010, procent av omsättningen.....	8
Tabell 3. Spaverksamhetens betydelse.....	8
Tabell 4. Jämförelse av intäktsstruktur i procent av total omsättning för olika typer av anläggningar 2008 och 2010.....	9
Tabell 5. Jämförelse av olika volymmått mellan olika typer av hotell.....	9
Tabell 6. Genomsnittlig fördelning av olika spavariabler.....	10
Tabell 7. Är er anläggning effektiv? Jämför själv!.....	11
Tabell 8. Spahotellens logiverksamhet och andel av hotellmarknaden.....	12
Diagram 2. Fördelning av belagda hotellrum till gäster från olika segment på spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010, procent.....	13
Diagram 3. Gästnationalitet på spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010, procent.....	13
Diagram 4. Beläggningsgrad på spahotell och övriga hotell i Sverige 2010, procent.....	14
Diagram 5. Nivå på genomsnittspris och intäkt per tillgängligt rum (RevPAR) för spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010, kronor.....	15
Diagram 6. Utveckling av genomsnittspris, beläggningsgrad och RevPAR på spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010 jämfört med 2009, procentuell förändring.....	16
Diagram 7. Utveckling av belagda hotellrum till gäster från olika segment på spahotell och övriga hotell i Sverige 2010 jämfört med 2009, procentuell förändring.....	17
Tabell 9. Dagspa.....	19

Sammanfattning

SHR har av föreningen Svenska spahotell fått i uppdrag att göra en övergripande ekonomisk kartläggning av spabranschen bestående av bland annat en enkätundersökning. Branschen kan grovt klassificeras i två grupper; spahotell och dagspa. Ambitionen med undersökningen har varit att med hjälp av olika källor få en uppfattning om hela branschens ekonomiska omfattning. Att olika källor använts försvårar analysen. Man bör därför tolka resultaten som indikationer snarare än fakta.

De anläggningar som bedöms driva någon typ spaverksamhet omsätter runt 4 miljarder kr per år. Spahotellen omsätter runt 3,5 miljarder.

De som klassificeras som spahotell hade under 2010 en direkt spaförsäljning på omkring 500 miljoner kr till ca 1,1 miljoner gäster. Sammanlagt njöt dessa av cirka 400 000 spabehandlingar på de 68 spahotellen. Av spaomsättningen står just *behandlingar och mentala aktiviteter* och *idrott & fysiska aktiviteter* för den största andelen.

Det är svårt att säga något definitivt om tillväxten i branschen men de 15 spahotell som deltagit i enkäten både 2010 och 2009 hade tillsammans en omsättningstillväxt på 9 procent. Den totala logiomsättningen för spahotellen ökade också med 9 procent under 2010 jämfört med 2009. Ökningen av logiomsättningen beror bara på fler gäster på spahotellen och inte på högre hotellrumspriser.

De flesta spahotell ligger i storstadslänen men utanför städerna, vilket förklarar att spahotellens gäst kategorier är koncentrerade till privat- och konferenssegmentet medan den övriga hotellmarknaden tar emot relativt fler affärs gäster.

Dagspamarknaden har endast kartlagts via bokslutsinformation, vilket gör den svårbedömd. Endast en dryg tredjedel bedrivs i aktiebolagsform, vilket medför att vi endast haft tillgång till bokslutsdata för dessa. Vi uppskattar att det finns drygt 200 dagspa som i olika omfattning ägnar sig åt spaverksamhet. En uppskattning är att deras totala omsättning ligger kring 500 miljoner. Det är dock inte möjligt att säga hur mycket av detta som är ren spaförsäljning. Dagspaanläggningarna anställer drygt 600 personer och ligger framför allt i storstadslänen.

Inledning och syfte

På uppdrag av föreningen Svenska spahotell har Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare, SHR genomfört en övergripande ekonomisk genomlysning av den svenska spamarknaden. Det är den andra studien i sitt slag och syftar till att ge den relativt nya och expanderande branschen kunskap om branschens struktur och storlek. Jämförelser med föregående undersökning görs där det är möjligt men bör tolkas med försiktighet då urvalen är olika mellan åren. Den ekonomiska genomlysningen består i en genomgång av relevanta ekonomiska nyckeltal.

Rapportens disposition är följande:

1. En genomgång av hur spamarknaden definieras i denna rapport samt vilka källor/data som används i rapporten.
2. En uppskattning av HELA den svenska spamarknadens omfattning, såväl spahotell och dagspaan.
3. En detaljerad redogörelse för **spahotellens** struktur, omfattning, betydelse och verksamhet, också i förhållande till andra hotellsegment.
4. En sammanfattning av den del av spabranschen som inte erbjuder logi – Dagspaanläggningar.

Metod, begränsningar och avgränsningar

Urval

Urvalen av undersökningsobjekt kan delas in i följande två grupper, vilka tillsammans anses utgöra den svenska spabranschen:

1. **Spahotell** omfattar förutom Svenska spahotells medlemmar även anläggningar som identifierats via Svenska spaguiden¹ och av föreningen Svenska spahotell. Sammanlagt ingick 68 anläggningar.
2. **Dagspaanläggningar** omfattar anläggningar som inte erbjuder logimöjligheter men spaverksamhet som en del i företagets verksamhet. Vägledande för vilka företag som definierats som dagspaanläggningar varit om företaget kan betraktas som en konkurrent till spahotellen. Bruttourvalet gjordes med utgångspunkt i alla företag som på "hitta.se" kategoriserat sig själva som spaanläggningar (591 st). Därefter beställdes varje företags verksamhetsinformation utifrån Bolagsverket. Med hjälp av namnet, verksamhetsinformationen och en snabb titt på deras hemsida sållades mindre intressanta företag bort. 211 företag återstod.

Metod/källor

I huvudsak används två metoder för att samla in data om spabranschen.

Till spahotellen skickades en enkät (se Appendix 2) som består av frågor inom sju områden. Samtliga spahotell är medlemmar i SHR och har uppmanats att delta och bistå med så kompletta uppgifter som möjligt avseende verksamhetsåret 2009. I de fall som företagen inte har exakta siffror för vissa variabler har de uppmanats att göra en uppskattning. Svarsfrekvensen på enkäten var knappt 37 procent. Alla svar som lämnades gick dock inte att använda. Svaren har kompletterats med information ifrån Inkvarteringsstatistiken (SCB/Tillväxtverket) och officiell bokslutsinformation². När enkätresultaten redovisas används i de flesta fall de statistiska måtten median och kvartiler³. Skälet till detta är att det belyser den stora spridning som finns i materialet och ger därmed en mer nyanserad bild.

För dagspaanläggningar kommer uppgifterna från officiell bokslutsinformation. Informationen avser senast tillgängliga bokslut och alltså inte alltid uppgifter avseende 2010. Dessutom är bara en dryg

¹ 2009, Västerås ICA, Gidgård, Anna

² UC AB

³ Det statistiska materialet ordnas i storleksordning. Observationerna delas sedan i hälften. Den mittersta observationen utgör medianen. Den mittersta observationen av den nedre hälften är den undre kvartilen och på motsvarande sätt kommer man fram till den övre kvartilen i den övre hälften av materialet.

tredjedel av dessa företag aktiebolag, vilket medger tillgång till riktiga bokslutssiffror. De nyckeltal som bedömts som jämförbara och relevanta är antal företag, geografisk hemvist, antal anställda. Den totala omsättningen gäller bara de 77 företagen där den angivits p.g.a. ovan problematik.

Sveriges totala spamarknad

I detta avsnitt görs en övergripande genomgång av den totala spamarknaden, dvs. både marknaden för spahotell och dagspa. Denna genomgång görs med avseende på var företagen finns, hur mycket de omsätter och hur många de anställer.

Det bör noteras att då ingen enkätundersökning gjorts till dagspa finns bara bokslutsdata tillgängliga för dessa. Eftersom bara en dryg tredjedel (77 st av 211 st) är aktiebolag saknas dock bokslutsdata för knappt 2 tredjedelar. Detta gör att de totala omsättningssiffror som redovisas i detta avsnitt är underskattade. Samtidigt bör man som läsare ha i åtanke att omsättningen endast delvis utgörs av försäljning av spatjänster.

Tabell 1. Den svenska spamarknadens geografi

Spamarknaden per län

Län	Antal spa	Antal anställda	Total omsättning (Mkr) på anläggningar med spaverksamhet	Genomsnittligt antal anställda per anläggning
Stockholm	62	637	796	10
Västra Götaland	42	1010	1 213	24
Skåne	24	350	292	15
Dalarna	15	91	74	6
Örebro	13	76	42	6
Västmanland	12	74	59	6
Östergötland	11	149	163	14
Halland	11	351	342	32
Uppsala	11	43	40	4
Norrbottn	10	110	140	11
Västernorrland	10	60	66	6
Västerbotten	9	74	85	8
Gävleborg	9	68	61	8
Jämtland	8	346	353	43
Jönköping	7	106	97	15
Värmland	7	156	134	22
Södermanland	7	27	30	4
Kronoberg	5	75	60	15
Kalmar	3	6	2	2
Blekinge	3	66	72	22
Totalt	279	3875	4 118	14

Spaverksamheten är spridd enligt tabell 1 över Sverige enligt ovan. Sammanlagt omsätter de 279 anläggningarna som utför spatjänster cirka 4 100 miljoner kronor och sysselsätter nästan 4 000 anställda.

De län som omsätter mest är, med undantag för Jämtlands och Hallands, också de som har flest invånare, d.v.s. Stockholms, Västra Götalands och Skåne län. Storstadslänen står för knappt 50 procent av antalet spa och av den totala omsättningen på anläggningar med spaverksamhet.

Det säljs som mest per anläggning i Jämtland och Halland. Observera dock att detta inte enbart avser spatjänster utan all försäljning som sker vid anläggningar som utför spatjänster. Det är förmodligen annan försäljning än inom spa som kan förklara de höga siffrorna i norra Sverige.

Spanäringen sysselsätter klart flest i Västra Götalands län och Stockholms län. Även i Skåne, Jämtland och Halland är spanäringen en förhållandevis stor sysselsättare jämfört med i andra län.

Spahotell

I detta avsnitt görs en detaljerad genomgång av spahotellen, dvs. de spaföretag som erbjuder både spatjänster och logimöjligheter. Den totala omsättningen för spahotellen under 2010 uppgick till cirka 3,5 miljarder kronor. Det går inte att ge en exakt siffra då bokslutsuppgifter för 2010 för samtliga hotellen inte finns tillgängliga hos UC ännu. Antalet spahotell som vi i detta års undersökning har omsättningsuppgifter från UC på är fler än i förra årets undersökning. I de flesta fall rör det sig om hotell som var verksamma som spahotell redan 2009 och borde ingått i den totala omsättningssiffran redan då men som av olika anledningar inte ingick. Mot den bakgrunden, och det faktum att vi saknar omsättningsuppgifter för många hotell för 2010, så redovisar vi ingen total omsättningstillväxt för spahotellen. Den skulle vara missvisande och kunna ge upphov till felaktiga slutsatser.

Avsnittet om spahotell är uppdelad i två avsnitt. I det första redogör vi för de nyckeltal som har tagits fram genom en enkät riktad till samtliga spahotell. I det andra avsnittet redogör vi för spahotellens logiverksamhet med utgångspunkt från Inkvarteringsstatistiken som produceras av Tillväxtverket/SCB. I båda avsnitten kommer uppgifter att redovisas som ger en tydlig indikation på hur spahotellens totala omsättning utvecklades under 2010.

Spanyckeltal⁴

Med hjälp av svaren på den enkätundersökning som genomförts, samt kompletterande källor tillåts en djupare detaljnivå på analysen. Vi kartlägger först spahotellens struktur, verksamheter och omfattning och jämför där det är möjligt med andra hotellsegment. Det är viktigt att ha i åtanke att det inte är exakt samma företag som svarat på enkäten i år som gjorde det förra året. Det innebär att vi inte gör några jämförelser med värdena föregående år då risken skulle vara att man drar felaktiga slutsatser av nivåer och förändringar.

Tabell 2 Den svenska spamarknaden 2010

Spamarknaden i korthet - totalt

	2010
Spayta (kvm)	57 262
Antal spagäster	1 136 984
Antal daggäster	180 790
Spaomsättning (tkr)	494 183
Antal arbetade timmar i spaverksamheten	828 774
Arbetskostnad inom spaverksamheten	129 895
Antal behandlingar	399 535
Antal behandlingsplatser	620

I tabell 2 beskrivs en uppskattning av den totala omfattningen avseende ett antal variabler på svenska spahotell. Det är viktigt att poängtera att det är en uppskattning som är baserad på de enkätsvar som kommit in. Utgångspunkten för uppskattningen har varit att relationen mellan de olika variablerna och

⁴ Siffrorna i detta avsnitt har uppskattats med hjälp av enkätundersökningen och avser endast spahotell.

total omsättning är densamma för de företag som besvarat enkäten och de företag som inte besvarat enkäten.

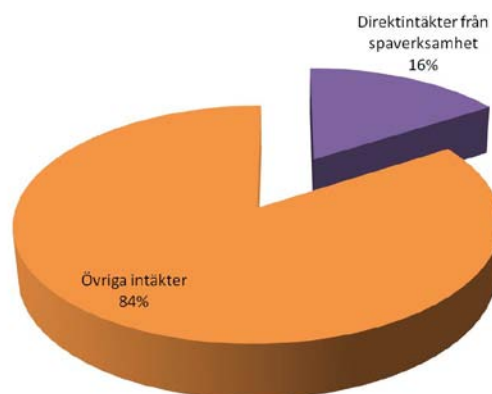
De spahotell som besvarat den enkät som skickats ut står för ca 52 procent av den totala omsättningen för samtliga spahotell. Med utgångspunkt från detta har samtliga variabler som är baserade på enkätsvaren räknats upp med 92 procent ($48/52=0,92$). Detta innebär att exaktheten i talen i tabell 2 ska tas med en "nypa salt".

Under 2010 besökte uppskattningsvis 1,1 miljoner gäster Sveriges 68 spahotell. Ungefär 16 procent av dem besökte spahotellet utan att övernatta. Man betalade nästan 500 miljoner kr för de direkta spaupplevelserna. Sammanlagt njöt gästerna av cirka 400 000 spabehandlingar på de cirka 620 behandlingsplatserna. Sammanlagt lade spanäringen ned 830 0000 timmar på att få sina gäster att trivas på bästa sätt.

Diagram 1. Intäktsfördelning, spahotell, 2010, procent av omsättningen

Den totala försäljningen på spahotellen uppskattas till 3,5 miljarder kronor enligt bokslutsstatistik. Av detta kommer cirka 500 miljoner kr från direktförsäljning inom spaverksamhet.

Totalt utträttas ca 670 årsverken direkt inom spaverksamhet på spahotellen, varav ca 20 st på entreprenad. Antalet sysselsatta inom spanäringen är större då många är deltidssysselsatta inom just spaverksamheten. Enligt UC sysselsatte spahotellen totalt 3 225 anställda under 2010.



Spahotellens struktur

Tabell 3. Spaverksamhetens betydelse

Spaverksamhetens vikt

	Procent spa av anläggningens totala...		
	UNDRE KVARTIL	MEDIAN	ÖVRE KVARTIL
Yta	7	11	20
Omsättning	9	11	17
Kostnad	6	10	26

I tabell 3 redovisar vi spaverksamhetens betydelse i förhållande till övrig verksamhet. Medianvärdet bland de svarande företagen visar att andelen av rörelsen som ägnas åt spa ligger kring 10 procent oavsett mått. 25 procent av anläggningarna ägnar dock mer än 17 procent av hela sin rörelses omsättning åt spa. Spridningen är som störst när det gäller hur stor andel av kostnaderna som kan hänföras till spa.

Tabell 4. Jämförelse av intäktsstruktur i procent av total omsättning för olika typer av anläggningar 2008⁵ och 2010⁶

Intäktsfördelning

	Procent av omsättning																
	UNDRE KVARTIL, MEDIAN, ÖVRE KVARTIL																
	Spahotell				Hotell				Konferensanläggningar				Hotell Garni				Samtliga
Logi	30	39	41	49	67	79	34	39	45	88	92	94	41	64	84		
Möten	3	4	5	2	3	5	6	10	13	0	2	3	2	4	8		
Övrigt hotell	0	1	2	1	1	3	0	1	2	1	2	3	1	1	3		
Restaurang	34	39	43	18	26	39	38	43	50	4	6	8	15	30	43		
Spa	9	11	17	0	1	4	1	3	9	0	0	1	0	2	5		

*Hotell som endast serverar frukost.

Inte helt oväntat är spaintäkterna proportionellt större för spahotellen än för övriga segment samtidigt som logiintäkterna är lägre som en andel av den totala omsättningen. Konferensanläggningar är det segment som mest liknar spahotellen. Det är inte heller överraskande då spahotellen också ofta är konferensanläggningar.

Tabell 5. Jämförelse av olika volymmått mellan olika typer av hotell⁷

Genomsnittshotellet

	Medelvärden på inlämnade svar				
	Spahotell	Hotell	Konferensanläggningar	Hotell Garni	Samtliga
Yta (kvm)	11 950	7 173	6 212	3 679	6 291
Antal hotellrum	152	132	77	92	111
Antal sittplatser	328	179	195	65	172
Antal årsanställda	48*	38	30	16	33
Årsomsättning (tkr ex moms)	73 621	45	31	19	37

*Obs! Uppskattat utifrån senast tillgängliga bokslut via UC.

Ett spahotell är generellt sett betydligt större än övriga typer av hotell. När det gäller ytan så är man större än övriga även om man drar ifrån spaverksamhetens genomsnittliga yta (ca 1 361 kvm). En hypotes är att spahotellen kan vara större än vanliga hotell och konferensanläggningar då de oftast inte ligger i citymiljö. Det ligger dessutom i de flesta spas koncept att det ska vara "luftigt" och inte trångt.

⁵ Källa: Nyckeltalsundersökning 2010, Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare. Det bör påpekas att det råder viss överlappning i jämförelsen eftersom flera av anläggningarna har deltagit på båda undersökningarna.

⁶ För spahotellen är källan årets enkätundersökning.

⁷ Se fotnot 6.

Tabell 6⁸. Genomsnittlig fördelning av olika spavariabler

Ett genomsnittligt spahotell - spridning

	Spridning på inlämnade svar			Antal svar
	Undre kvartil	Median	Övre kvartil	
Total yta (kvm)	8 000	11 600	17 000	22
Spayta (kvm)	800	1 000	1 650	22
Antal hotellrum	103	160	204	22
Antal behandlingsplatser	8	12	17	22
Antal sittplatser (rest.)	231	300	415	22
Totalt antal spagäster	11 065	20 000	40 167	21
<i>varav</i>				
<i>Daggäster</i>	1 110	2 589	7 300	17
Antal spabehandlingar	3 016	6 463	12 606	22
Logiomsättning (tkr)	14 851	27 274	41 917	21
Spaomsättning (tkr)	4 808	8 514	15 805	20
<i>varav</i>				
<i>Behandling & mentala aktiviteter (tkr)</i>	1 726	3 529	6 947	22
<i>Övriga aktiviteter (tkr)</i>	77	387	1 227	12
<i>Idrott & fysiska aktiviteter (tkr)</i>	403	2 118	8 837	15
<i>Produktförsäljning (tkr)</i>	310	600	1 420	21
<i>Uthyrning av badrock etc. (tkr)</i>	187	264	647	4
<i>Uthyrning av lokaler (tkr)</i>	721	1 072	3 803	4
<i>Övrig försäljning (spa) (tkr)</i>	84	511	1 038	8
Total omsättning 2009 (tkr)	42 687	70 675	100 492	20
Totala arbetskostnader (tkr)	14 818	22 689	36 857	22
<i>varav</i>				
<i>på entreprenad (tkr)</i>	250	1 072	1 830	18
Totala arbetskostnader (spa, tkr)	2 346	4 277	7 379	12
<i>varav</i>				
<i>på entreprenad (spa, tkr)</i>	47	293	466	5

Medianvärdet av logiomsättningen på ett spahotell är mer än tre gånger så stor som spaomsättningen. Samtidigt utgör arbetskostnaderna inom spaverksamheten endast mellan en femte- och en sjättedel av de totala arbetskostnaderna. Trots att spat kanske är den primära orsaken till anläggningens omsättning så hamnar både intäkter och kostnader framför allt inom andra områden där det pågår aktivitet. På det viset kan man anta att spaverksamheten agerar "dragare" för de andra verksamhetsgrenarnas resultat. (Exempel: Spadelen är viktig för både restaurangdelen och logidelen, trots dess förhållandevis ringa direkta ekonomiska betydelse).

⁸ Här anges medianvärden och spridning på de inlämnade svaren.

Det är *Behandling & mentala aktiviteter, Idrott & fysiska aktiviteter* (här ingår oftast inträdesavgift) och *Produktförsäljning* som står för lejonparten av spaomsättningen. Ett spahotell säljer på medianen normalt *spa- och behandlingsprodukter* 0,6 miljoner årligen.

Tabell 7. Är er anläggning effektiv? Jämför själv!

Effektivitet

Kronor

	Total omsättning per...	Spaomsättning per...
arbetad timme i spaverksamheten	3 706	692
tillgängligt hotellrum	1 494	262
kvadratmeter	6 189	1 056
kvadratmeter spa	52 817	9 215
öppetdag	224 351	39 806
spagäst	2 673	451
behandling	7 693	1 324
tillgängligt behandlingsrum	97 739	2 512

Spahotellens logiverksamhet

I följande avsnitt görs en jämförelse mellan 63 spahotell och de övriga ca 1 940 hotellen i Sverige. 5 av de 68 spahotellen återfinns inte i urvalet från Inkvarteringsstatistiken, vilket gör att siffrorna till viss del underskattar spahotellens logiverksamhet. Inledningsvis beskrivs spahotells andel av den totala hotellmarknaden med avseende på några variabler. Därefter görs en jämförelse mellan spahotellen och den övriga hotellmarknaden med avseende på kundstruktur, genomsnittspris (ARR), beläggningsgrad, intäkt per disponibelt hotellrum (RevPAR) och totala logiintäkter. Slutligen jämförs utvecklingen under 2010 med 2009 avseende samma variabler.

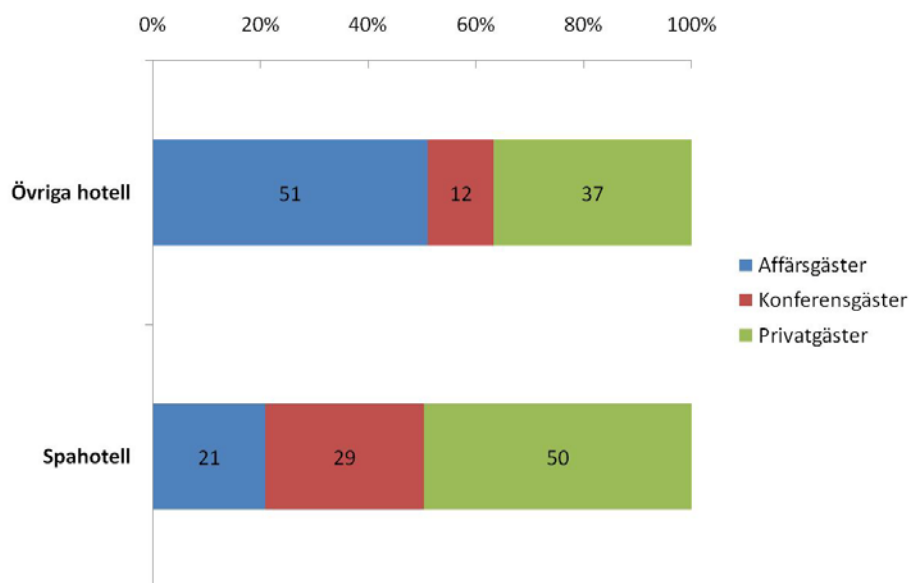
Tabell 8. Spahotellens logiverksamhet och andel av hotellmarknaden

Spahotellens logiverksamhet i korthet

	Spahotell	Andel av hotellmarknaden, %
Antal hotell	63	3,5
Antal tillgängliga hotellrum 2010	2 640 983	6,7
Antal belagda hotellrum 2010	1 154 990	5,9
Total logiomsättning 2010, mkr	1 135 747	6,8

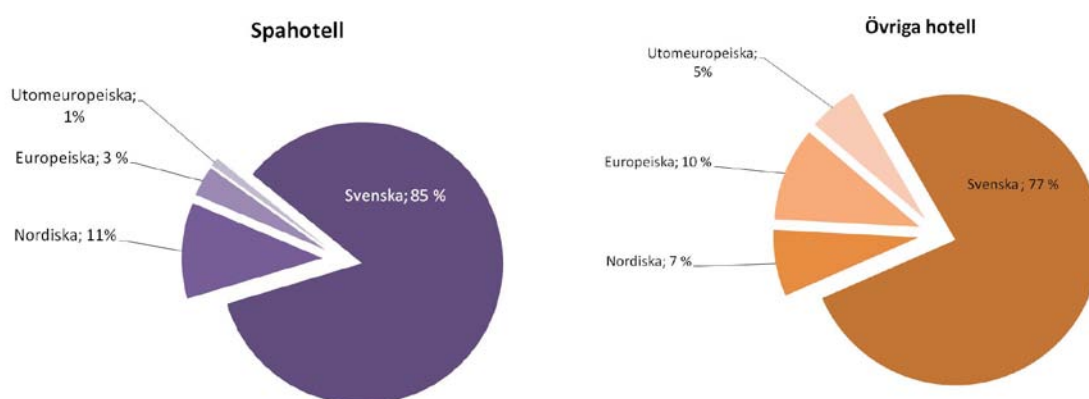
Den svenska hotellmarknaden består av ca 2 000 hotell med sammanlagt 110 000 hotellrum. De 63 spahotellen som ingår här har tillsammans ca 7 500 hotellrum, se tabell för antal tillgängliga hotellrumsnätter och fördelning i tabell 8. Att andelen belagda rum av den totala marknaden är mindre än andelen tillgängliga hotellrumsnätter tyder på att beläggningsgraden är något lägre än på den övriga marknaden. Logiomsättningen är nästan 7 procent, vilket förklaras av ett högre genomsnittspris per hotellrum än hotellmarknaden totalt.

Diagram 2. Fördelning av belagda hotellrum till gäster från olika segment på spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010, procent⁹



Kundstrukturen skiljer sig tydligt åt mellan spahotellen och den övriga hotellmarknaden, se diagram 2. På den övriga hotellmarknaden står affärgästerna för drygt hälften av samtliga belagda hotellrum under året. Motsvarande andel på spahotellen är bara drygt 20 procent. Det som förklarar detta är att många av spahotellen ligger utanför städerna och därmed ligger utanför de områden där den "vanlige" affärgästen normalt befinner sig. Däremot är andelen hotellrum som beläggs av konferensgäster och privatgäster betydligt större på spahotellen jämfört med övriga hotell. Många av spahotellen är konferensanläggningar, vilket förklarar den relativt stora andelen konferensgäster. Den stora andelen privatgäster dras förmodligen till spahotellen just för konsumtion av spåtjänster, inte sällan på helger.

Diagram 3. Gästnationalitet på spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010, procent¹⁰

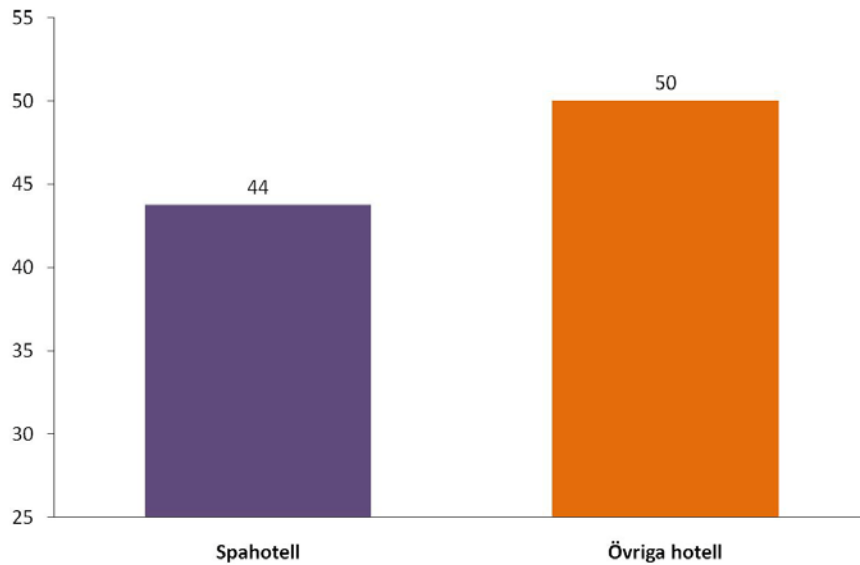


⁹ Källa: Inkvarteringsstatistiken, SCB / Tillväxtverket

¹⁰ Källa: Inkvarteringsstatistiken, SCB / Tillväxtverket

När vi jämför nationaliteten på gästerna mellan spahotellen och övriga hotell är det viss skillnad även där, se diagram 3. Spahotellen har en mindre andel utländska gäster än övriga hotell. Det är inte förvånande då de utländska gästerna som bor på svenska hotell i mycket stor utsträckning gör det i de tre största städerna Stockholm, Göteborg och Malmö där mycket få av spahotellen ligger. En utländsk turist vill sannolikt se en större del av Sverige än endast en anläggning. Det är ingen större förändring gentemot föregående års rapport.

Diagram 4. Beläggingsgrad på spahotell och övriga hotell i Sverige 2010, procent¹¹



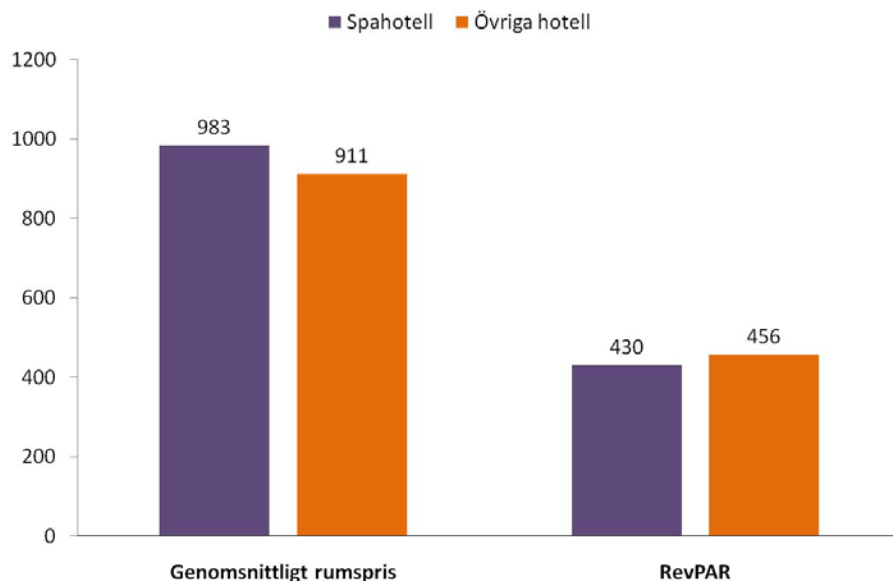
Om man jämför beläggingsgraden på spahotell och övriga hotell så ser man att beläggingsgraden ligger en bit under de övriga hotellens. Detta förhållande gällde även under föregående år. Då var beläggingsgraden på övriga hotell 49 procent medan den var 41 procent på spahotell. En förklaring till nivåskillnaden är återigen att de övriga hotellerna ofta ligger i storstäder där beläggingsgraden generellt är högre. Om vi skulle jämföra beläggingsgraden på spahotellen och övriga hotell och exkludera de tre största städerna så är den i praktiskt taget densamma.

Beläggingsgraden har dock förbättrats för båda grupperna under 2010. Inte minst för spahotellen som ökade sin beläggingsgrad med 3 procentenheter till 44 procent medan de övriga hotellerna bara förbättrade sin marginellt till 50 procent.

2009 var ett riktigt dåligt år jämfört med 2008 medan man ser en förhållandevis stark återhämtning under 2010 jämfört med 2009. Beläggingsgraden är dock ännu inte riktigt tillbaka på samma nivåer som under toppåret 2008. Noterbart är att juli verkar bli en allt starkare månad för spahotellen. Juli är visserligen årets beläggningmässigt svagaste månad men även under krisåret 2009 ökade beläggningen i juli jämfört med samma månad 2008. Denna ökning fortsatte ännu kraftigare på spahotellen under 2010. En förklaring till detta kan vara en ökad tillströmning av nordiska gäster.

¹¹ Källa: Inkvarteringsstatistiken, SCB / Tillväxtverket

Diagram 5. Nivå på genomsnittspris och intäkt per tillgängligt rum (RevPAR¹²) för spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010, kronor¹³



Det genomsnittliga hotellrumspriset ligger generellt högre på spahotell än på övriga hotell (se diagram 5). En förklaring till prisskillnaden kan vara att syftet med vistelsen på de olika typerna av hotell är olika. I spahotellens fall är vistelsen på just hotellet det primära syftet medan det på övriga hotell kanske bara är ett nödvändigt boende. Prisskillnaden är dock inte konstant över tid. De senaste tre åren har det genomsnittliga rumsprisets skillnad mellan spa- och övriga hotell olika månader varierat mellan att vara ingenting (0 %) till att ligga 17 procent över de övriga hotellrumspriserna. I genomsnitt ligger dock det genomsnittliga rumspriset på spahotell cirka 10 procent över rumspriset på övriga hotell.

¹² RevPAR: Revenue per Available Room – Intäkt per disponibelt hotellrum

¹³ Källa: Inkvarteringsstatistiken, SCB / Tillväxtverket

Diagram 6. Utveckling av genomsnittspris, beläggningsgrad och RevPAR¹⁴ på spahotell och övriga hotell i Sverige under 2010 jämfört med 2009, procentuell förändring¹⁵

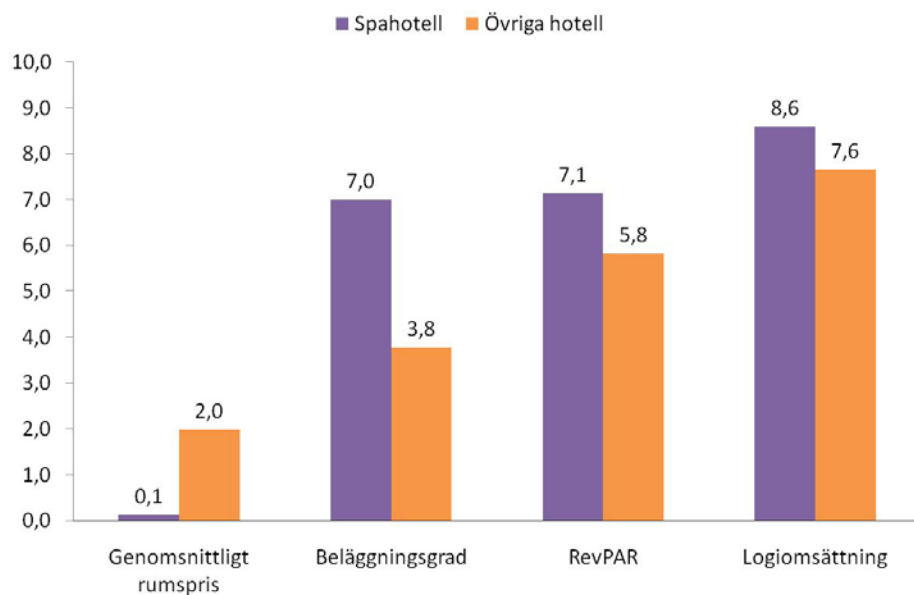
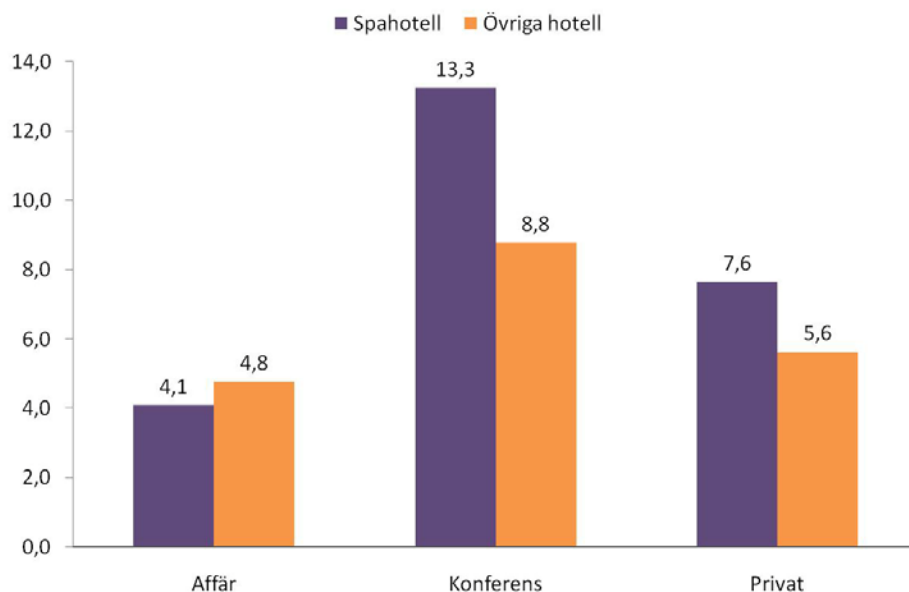


Diagram 6 visar å ena sidan att prisutvecklingen totalt sett varit starkare på den övriga hotellmarknaden under 2010 än på spahotellen där den varit marginell. Å andra sidan ökade spahotellen sitt genomsnittspris under 2009 med ca: 1,5 procent medan priset sjönk på den övriga marknaden med nästan 2 procent. Utvecklingen av beläggningsgraden på spahotellen 2010 varit klart starkare jämfört med den övriga marknaden. Det är en återhämtning från 2009 då beläggningsgraden på spahotellen sjönk med nästan 6 procent. Detsamma kan sägas om den övriga hotellmarknadens beläggningsgrad. Sammanvägt blir skillnaden mellan RevPAR på spahotell jämfört med den övriga spamarknaden en dryg procent. Den totala logiomsättningen för spahotell ökade under 2010 jämfört med 2009 med nästan 9 procent och var som sagt nästan uteslutande betingad av högre efterfrågan. För spahotellen är detta mer än en återhämtning då logiomsättningen under 2009 sjönk med ca: 3 procent medan motsvarande siffra för den övriga hotellmarknaden var ca: 4,5 procent.

¹⁴ RevPAR: Revenue per Available Room – Intäkt per disponibelt hotellrum

¹⁵ Källa: Inkvarteringsstatistiken, SCB / Tillväxtverket

Diagram 7. Utveckling av belagda hotellrum till gäster från olika segment på spahotell och övriga hotell i Sverige 2010 jämfört med 2009, procentuell förändring¹⁶



I förra årets upplaga var utvecklingstalen i diagram 7 klart negativa. Under 2010 ser vi en betydligt positivare utveckling. Under 2010 ökade antalet affärsgäster på spahotellen med 4 procent. Under 2009 minskade de dock med -18,5 procent, vilket innebär att spahotellen har en bit kvar för att komma tillbaka till samma nivå på affärsgäster som före krisen. För den övriga hotellmarknaden ökade antalet affärsgäster med nästan 5 procent medan de i fjol minskade med -4 procent. Det betyder att man kommit tillbaka till ungefär samma nivåer som under 2008 när det gäller affärsresenärer.

När det gäller konferensgäster är förhållandet snarare det omvända. Under 2010 ökade antalet konferensgäster på spahotellen med drygt 13 procent medan motsvarande minskning under 2009 var knappt -12 procent. På spahotellen har alltså antalet konferensgäster rört sig mot de nivåer som rådde före krisen 2009. På den övriga hotellmarknaden ökade också antalet konferensgäster men med knappa 9 procent, vilket inte motsvarar den minskning som 2009 förde med sig på cirka -16,5 procent. På den övriga hotellmarknaden har man alltså en bit kvar innan man är tillbaka på samma nivåer av konferensbesökare som innan krisen.

Många traditionella konferensanläggningar har breddat sitt utbud med span som också attraherar privatgäster och därmed jämnar ut beläggningen över veckodagarna och säsongerna. Privatgästerna ökade på spahotellen i år med knappt 8 procent jämfört med 2009. Motsvarande siffra i fjol var också positiv, drygt 10 procent jämfört med 2008. På den övriga hotellmarknaden ökade privatgästerna med knappt 6 procent under 2010 jämfört med 2009 och även då präglades utvecklingen jämfört med föregående år av positiva siffror, drygt 3 procent.

Det är utan tvekan så att privatgäster varit en livlina under krisen. Inte minst har detta syns på spahotellen. Den stärkta svenska kronan under 2010 till trots valde många att turista på svenska spaanläggningar. Även 2010 präglades dock av både askmoln, ekonomisk och säkerhetspolitisk osäkerhet

¹⁶ Källa: Inkvarteringsstatistiken, SCB / Tillväxtverket

i omvärlden, vilket kan ha medverkat till en starkare vilja att stanna på hemmaplan eller åtminstone semestra inom Norden.

Dagspa

Här följer en kort genomgång av de anläggningar som erbjuder spatjänster utan att erbjuda logimöjligheter till sina gäster, d.v.s. så kallade dagspa. Då ingen enkätundersökning gjorts till dessa företag finns bara bokslutsdata tillgängliga för dessa. Eftersom bara en dryg tredjedel (77 st av 211 st) är aktiebolag saknas dock bokslutsdata för knappt 2 tredjedelar. Detta gör att de totala omsättningssiffror som redovisas i detta avsnitt är underskattade. Samtidigt bör man som läsare ha i åtanke att omsättningen endast delvis utgörs av försäljning av spatjänster. Tyvärr försvårar detta någon djupare analys eller direkt jämförelse med spahotellen.

Som framgår av inledningen är indelningen och definitionen av dagspa av naturliga skäl godtyckligt gjord. Många av företagen är inte aktiebolag, varför bokslut inte alltid är tillgängliga (se ovan). Även antal anställda ska tolkas med försiktighet. Det ska givetvis inte förväxlas med antal *sysselesatta* (där *exempelvis även företagare ingår*). Många av företagen har 0 anställda. Andra ligger i ett storleksintervall. I de sistnämnda fallen har mitten av intervallet antagits (d.v.s. 1-4 anställda tolkas som 2).

Tabell 9. Dagspa

Dagspa per län

Län	Antal företag	Omsättning, tkr	Antal anställda
Stockholm	50	136 345	161
Västra Götaland	31	117 094	131
Skåne	19	32 821	83
Örebro	12	3 144	14
Uppsala	10	4 309	8
Västmanland	10	9 290	18
Dalarna	9	3 739	10
Västernorrland	9	13 330	27
Norrbottn	8	10 828	19
Östergötland	8	13 747	19
Gävleborg	7	2 411	6
Halland	7	11 987	20
Södermanland	6	3 580	8
Jönköping	5	39 749	43
Västerbotten	5	8 362	13
Kronoberg	4	8 691	10
Värmland	4	8 447	14
Kalmar	3	1 761	6
Blekinge	2	1 978	5
Jämtland	2	4 796	7
Totalt	211	436 409	622

Det ska nämnas att urvalet gjorts något noggrannare den här gången eftersom det också gjordes en snabb screening av respektive företags webbsida för att bedöma om det kunde bedömas vara ett dagspa eller inte. Det är en av anledningarna till att urvalet är större, 211 st i år, jämfört med 148 föregående år. Det handlar alltså inte uteslutande om tillväxt i antalet företag. 67 av företagen som tillkommit var även med i grundurvalet förra året men bedömdes då inte som dagspa p.g.a. en otillräcklig verksamhetsbeskrivning men finns alltså med i år. 51 st företag är dock helt nya och fanns inte med i grundurvalet förra året. 98 av företagen var med i urvalet förra året och klassades som dagspa. Skillnaden är de företag som inte längre finns med i urvalet. Det har alltså skett viss omsättning på företag inom dagspabranschen. Man bör ta hänsyn till ovanstående när man jämför med föregående års rapport. Det rör sig varken om bara organisk (inom företagen) tillväxt eller tillväxt i antal företag som nu klassificerats som dagspa. Det är dock, vad vi bedömer, en så rättvisande bild som det går att få av dagspamarknaden idag. Tittar man på identiska företag där det är möjligt och jämför de båda åren låg tillväxten kring 3 procent jämfört med föregående bokslutsår.

Appendix 1. Extrapoleringsmetod och kommentarer

Summan av varje variabel har uppskattats genom extrapolering, d.v.s. genom att använda redan kända variabler för att uppskatta utfallet på de som ej svarat (okända). Den totala omsättningen för senast tillgängliga bokslut har ansetts vara känd via årsredovisningen för 68 företag. Enligt denna uppskattning har de svarande företagen stått för cirka 52 procent av omsättningen. Övriga variabler har således räknats upp med ca 92 procent (48/52).

Det finns en uppenbar svårighet med extrapolering och det är att de variabler som uppskattas med hjälp av den kända variabeln gärna ska ha en mer eller mindre stabil relation till den. Så är inte alltid fallet i detta urval och bör beaktas av läsaren.

Appendix 2. Enkätundersökning

En ekonomisk kartläggning av spamarknaden i Sverige

Spa-hotell / Resort spas

All information som lämnas hanteras KONFIDENTIELLT av SHR.



Kontaktuppgifter

Driftställets namn:		Organisationsnr:	
Postadress:			
Postnr:		Ort:	
Kontaktpersonens titel:		Telefon:	
Kontaktperson:			
E-post:			

Om anläggningen

Fråga 1

Vilken kategori tillhör anläggningen? (Kryssa en)

Dagspa (ej logi)	<input type="checkbox"/>
Resort spa/konferenshotell	<input type="checkbox"/>
Hotellspa/affärshotell	<input type="checkbox"/>

Fråga 2

Anläggningens totala yta, inklusive biutrymmen		kvm
Anläggningens yta avsedd för spaverksamhet, inklusive biutrymmen		kvm
Antal hotellrum		st
Antal behandlingsrum/platser		st
Antal sittplatser i restaurangen/erna (exkl. uteservering)		st

Fråga 3

Antal öppethållandedagar 2009		dagar
Totalt antal spagäster 2009		gäster
<i>varav antal daggäster 2009</i>		daggäster
Antal spabehandlingar 2009		behandlingar

Fråga 4

Totalt antal arbetade timmar av företagets anställda inom spaverksamheten		timmar
Totalt antal timmar köpta entreprenader inom spaverksamheten		timmar

Fråga 5

Obs! Alla intäkter och kostnader redovisas i 1000 kr exklusive moms

Intäkter	Exklusive moms, tkr	Huvudkonto enligt SHRs kontoplan 2008
Försäljning logi		30
Försäljning möten		35
Försäljning övrigt hotell		31
Försäljning restaurang		32, 33, 34
Försäljning spa, idrott, teamaktivitet		36
<i>varav</i>		
<i>Behandling och mentala aktiviteter (25 % moms)</i>		3610
<i>Övriga aktiviteter (25 % moms)</i>		3620
<i>Idrott och fysiska aktiviteter (6 % moms)</i>		3630
<i>Livsstilsrådgivning och likn. rådgivn. (25 % moms)</i>		3650
<i>Sjukvårdande behandlingar (ej momsplikt.)</i>		3655
<i>Produktförsäljning SPA- och behandlingsprodukter (25 % moms)</i>		3660
<i>Uthyrning badrock, handduk, badkläder (6 % moms)</i>		3671
<i>Uthyrning av SPA-lokaler (6 % moms)</i>		3676
<i>Uthyrning sportartiklar, skidor, sportkläder (25 % moms)</i>		3677
<i>Gästfrihet, kompensation och rabatt (olika momssatser)</i>		3681, 3682, 3695
<i>Försäljning övrigt spa, idrott och teamaktiviteter</i>		3699
Övriga rörelseintäkter		37, 39
TOTALA intäkter		30-39
V.v. ange kontot där entréavgifter till spa bokförs		

Fråga 6

Kostnad för sålda varor och tjänster	Exklusive moms tkr	Huvudkonto enligt SHRs kontoplan 2008
Inköp spa, idrott och teamaktivitet		46
Total kostnad för sålda varor och tjänster		40-49

Fråga 7

Kostnader för personal

TOTAL kostnad för personal, inklusive ägare och företagsledning samt sjuklön, semesterlön och sociala avgifter		70-76
<i>varav entreprenader</i>		71
<i>Om möjligt, specificera personalkostnader för restaurang, möten respektive spa/idrott/teamaktiviteter</i>		
Restaurang	<i>varav entreprenader</i>	
Möten	<i>varav entreprenader</i>	
Spa/idrott/teamaktiviteter	<i>varav entreprenader</i>	

Övriga anmärkningar/upplysningar

Vänligen skicka tillbaks den ifyllda enkäten till:

t.jakobsson@shr.se

eller: SHR

Thomas Jakobsson

Sveavägen 25

111 34 STOCKHOLM

Fax: 08-21 58 61

Du har svarat på såhär många uppgifter:

0

utav:

41