

Der Wellness-Reiseveranstalter beauty24 und die Wellness-Hotels-Deutschland stellten Mitte März auf der ITB in Berlin aktuelle Umfrageergebnisse zur Wellness-Branche vor. Positives Fazit: Spa-Hotels profitieren vom Trend zu Kurzreisen und Wohlfühl-Wochenenden

Stellten 2008 44% der Hoteliers eine erhöhte Nachfrage an Wellness-Leistungen fest, so stiegen im Jahr 2009 die Buchungen für Wellness-Angebote bei 50% der Hoteliers. Eine Stagnation scheint lange nicht in Sicht: So erwartet mehr als die Hälfte der Hoteliers (58%) im Jahr 2010 eine erneute Umsatzsteigerung. Diese Einschätzung kurbelt zudem den Investitionsmotor kräftig an: 78% der befragten beauty24-Hoteliers möchte im Jahr 2010 in das eigene Hotel investieren. Davon werden 48% den Wellness-Bereich um- oder ausbauen und 19% werden Spa-Suiten oder Private Spas einrichten.

„Die Gäste wählen häufiger Kurzreisen und vermeiden lange



Michael Altewischer,
Geschäftsführer Wellness-
Hotels-Deutschland

Roland Fricke,
Geschäftsführer beauty24



Anfahrten – wollen aber gleichzeitig einen hohen Erholungswert. Genau das bietet ein Wellness-Wochenende“, so Roland Fricke, Geschäftsführer von beauty24. Michael Altewischer, Geschäftsführer von W-H-D, ergänzt: „Ein Wellness-Urlaub in Deutschland inmitten der Natur bietet Erholung. Wenn die Menschen aufs Geld schau-

Studie: Kurztrips immer beliebter

« Mehr Spa(ß) »

en müssen, zählt unterm Strich das gute Preis-Leistungsverhältnis hierzulande. Auch das Interesse, heimische Regionen kennenzulernen, steigt derzeit beim Reiseweltmeister.“

Folgende Wellness-Trends kristallisierten sich zudem aus der Befragung heraus:

- **Orientalische Baderituale** wie Hamam und Rasul sind inzwischen weit verbreitet. 30% der Befragten haben bereits ein Hamam besucht oder ein Rasulbad getestet. 30% möchten orientalische Wellness einmal ausprobieren.

- **Regionale Behandlungen** auf dem Vormarsch: 60% der beauty24-Wellness-Hoteliers setzen sich nach eigenen Angaben für den Umweltschutz ein. 40% bieten ausschließlich Produkte aus der Umgebung an. 33% der Gäste wollten 2009 die Region auch über typische Spa-Anwendungen erleben.

- **Anti-Aging und Detox:** Laut der Umfrage wird Entspannung von 93% der Befragten immer noch als der Hauptgrund für ein Wellness-Wochenende angegeben, aber auch Kuren zur Entschlackung (11%) und Programme gegen äußere Alterserscheinungen (10%) werden

ein solches Programm testen. Detox-Kuren wurden schon von 22% der Gäste ausprobiert. Hier steckt weiteres Potenzial für die Wellness-Hotellerie, denn 21% möchten entsprechende Programme für sich entdecken.

- **Spa-Suiten haben Hochkonjunktur.** Paare haben die großzügig gestalteten Hotelzimmer mit Spa- und Wellness-Ausstattung als privates Refugium für sich entdeckt, aber auch Freunde oder Geschäftspartner schätzen die vertrauliche Atmosphäre eines Private Spa mit privatem Dampfbad, Jacuzzi und Sauna, bequemen Tagesbetten, Massage- oder Relaxliegen. Für rund 30% der Umfrageteilnehmer sind Spa-Suiten ein wichtiges Kriterium bei der Wahl eines Wellness-Hotels. 2009 haben bereits 18% der befragten Hotels in solche Räume investiert. In diesem Jahr plant fast jedes fünfte befragte Hotel (19%) Investitionen in private Spa-Bereiche.

Zur Studie: Die Kundenumfrage wurde im Januar und Februar 2010 mit insgesamt 1.834 Kunden von beauty24 und W-H-D online durchgeführt. An der Hotelierumfrage beteiligten sich insgesamt 112 Partnerhotels. Weitere Informationen unter www.beauty24.com, www.w-h-d.de



D O W N L O A D

Ausführliche Studie

Unter www.spaconcept.com/downloads steht die Studienzusammenfassung zum Download.

**Benutzername: spa2
Passwort: studie**

als Motive genannt. An Bedeutung gewinnt der Aspekt, allgemein etwas für die Schönheit tun zu wollen. Während 2008 nur 23% der Befragten Wellness-Urlaub aus Gründen der Schönheit unternahmen, waren es 2009 schon 36%. So haben 13% der Befragten bereits ein Anti-Aging-Programm ausprobiert, jeder Fünfte möchte zudem