

## MEDIENINFORMATION

# Wellness-Trends 2017

## Von pauschaler Buchung zum individuellen Wohlgefühl: Wellnessurlaub, wie er mir gefällt

Berlin, 8. März 2017. Die Wellnessauszeit im Hotel wird neu definiert: Die letzten Jahre haben gezeigt, dass Wellness für viele Menschen zum Leben dazu gehört. Heute ist der Anspruch an diese Auszeit dementsprechend hoch. Welche Wünsche und Erwartungen haben die Gäste aktuell, wie drängt die junge Zielgruppe in den Markt und wie wandelt sich das Angebot?

Diesen Fragen sind die Hotelkooperation Wellness-Hotels & Resorts und der Wellnessreise-Veranstalter beauty24.de bei der Umfrage zu den Wellness-Trends 2017 nachgegangen. Als dritter Partner beleuchtet Trusted Shops, der Experte für Käuferschutz, die Kundenwünsche für eine sichere Online-Reisebuchung. Grundlage der Wellness-Trends ist die Online-Befragung 3.535 Wellness-affiner Gäste und 101 Wellnesshoteliers, die Anfang 2017 durchgeführt wurde.

### Immer beliebter: Auszeit mit Freunden

Über 80 Prozent der Befragten gönnen sich mindestens einen Wellnessaufenthalt pro Jahr. Hauptgrund hierfür ist weiterhin die Auszeit vom Alltag, aber auch die Bedürfnisse, etwas für die Gesundheit oder gegen akuten Stress zu tun, sind in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Neben Wellnessurlaube werden kurze Wellness-Auszeiten in Thermen, Fitness- und Wellnessanlagen immer populärer. Zusätzlich zur gemeinsamen Auszeit mit dem Partner können sich auch immer mehr Menschen vorstellen, mit der Familie oder Freunden einen Wellnessurlaub zu genießen: Wellness sozialisiert sich. Michael Altewischer erklärt das so: „Soziales Wohlbefinden ist eine wichtige Komponente für ein glückliches Leben. Wellness-Auszeiten fernab vom Alltag bieten die Möglichkeit, Entspannung und gemeinsame Zeit mit Freunden zu verbinden.“

*(Ausführliche Zahlen und Charts finden Sie auf dem beiliegenden Trendtext: Auszeit mit Freunden.)*

### Pauschal buchen, aber individuellen Service bevorzugen

Der Wellnessgast von heute ist anspruchsvoll. Denn wer wenig Zeit zum Ausspannen hat, erwartet einen außergewöhnlich guten Service und ein perfektes Ambiente, um abschalten zu können. Da es eine immer größere Auswahl von Entspannungsangeboten auch außerhalb von Wellnesshotels gibt, steigt die Erwartung an das Rundum-Paket im Wellnesshotel. Die unbegrenzte Nutzung des gesamten Wellnessbereichs sollte im Wellnessurlaubs-Paket inklusive sein, das sagen nahezu 90 Prozent der Befragten. Die Liste der erwarteten Selbstverständlichkeiten geht weiter über Bademantel & Slipper, Saunatücher, Obst und Getränke im Wellnessbereich bis hin zur Wasserflasche auf dem Zimmer. Für über die Hälfte der Befragten gehört auch unbedingt eine physiotherapeutische Anwendung wie eine Rückenmassage dazu. Die beliebteste Verköstigung während eines Wellnessurlaubs ist die Halbpension mit einem Dinner am Abend, mehr als einem Drittel genügt aber auch das Frühstücksbüfett. Das passt auch zu der Aussage, dass über die Hälfte der Befragten flexiblere Essenszeiten sehr begrüßen würde. Die Gäste wünschen sich einen vielfältigen Wellnessbereich. So sollte für ein Wellnesshotel die Massageabteilung am wichtigsten sein, denn diese gehört für vier von fünf Gästen zu einem Wellnessbereich dazu. Verschiedene Saunen zur Auswahl, unterschiedliche Pools sowie spezielle

Ruheräume sollten ebenso zur Wellnessabteilung zählen. Heute wünschen sich nur noch knapp 45 Prozent der Gäste einen Beauty- und Kosmetikbereich.

Ein Wellnessurlaub wird heute im Paket gebucht, nur jeder Zehnte bestellt alle Leistungen einzeln. Etwas mehr als ein Drittel bevorzugt das Wellnessarrangement, mit dem alle Leistungen komplett gebucht werden, ein weiteres Drittel bucht zusätzlich noch ein paar Leistungen on top.

Und was darf das ganze pro Person kosten? „Unsere Gäste buchen zu 77 Prozent zwei Übernachtungen für einen Wellnessurlaub und sind zu 88 Prozent zu zweit. Im Durchschnitt geben sie dafür insgesamt 410 Euro aus. Das sind also gut 200 Euro pro Person. Das bestätigt auch unsere Umfrage“, erklärt Roland Fricke, Geschäftsführer von beauty24. Fast 44 Prozent möchten für ein solches Wellnesspaket zwischen 121 und 200 Euro bezahlen, über ein Fünftel würde mit 201-250 Euro etwas tiefer in die Tasche greifen. Aber auch günstige Angebote sind verlockend. Immerhin vier von zehn Deutschen schlagen bei den so genannten Streichpreisen zu. Wenn Wellnessreisen vergünstigt angeboten werden, lassen sich Frauen sogar eher zum Kauf animieren als Männer. Aber da nicht alles Gold ist, was verlockend glänzt, achten vier von fünf Wellnessgästen ganz genau auf die enthaltenen Leistungen.

*(Ausführliche Zahlen und Charts finden Sie auf dem beiliegenden Trendtext: Pauschal buchen.)*

## Wellness-Ziel Gesundheit

Ein Leben im Einklang mit der eigenen inneren Uhr gilt als ideal. Ein Großteil der Befragten sagt, dass ihr Alltag mit ihren Lebensumständen im Großen und Ganzen zusammenpasst, ein Fünftel empfindet dieses Verhältnis als gut. Mehr als jeder Sechste lebt jedoch entgegen seinem biologischen Rhythmus und die Mehrzahl dieser Gruppe empfindet diesen Zustand als belastend. Das Interesse an einem Leben nach der inneren Uhr wächst – besonders im Wellnessurlaub möchten viele Gäste die Möglichkeit nutzen und ihren Tagesablauf individuell gestalten. Über die Hälfte aller Gäste wünschen daher beispielsweise längere Frühstückszeiten und ausgedehnte Öffnungszeiten des Wellnessbereichs. Der Wunsch nach einem gesund gestalteten Leben ist bei vielen Gästen ganzheitlich geprägt und umfasst auch die Bereiche Ernährung und Fitness. Für mehr als 40 Prozent der Befragten ist eine Verbesserung der Gesundheit auch der Motivationsgrund, um Sport zu treiben. Die Themen Schönheit und Kosmetik rücken im Wellnessurlaub hingegen in den Hintergrund. „Das Bewusstsein für die eigene Gesundheit zieht sich als roter Faden durch den ganzen Wellnessurlaub. Wellness wird als Gesundheit, die Spaß macht verstanden“, so Michael Altewischer, Geschäftsführer der Wellness-Hotels & Resorts.

*(Ausführliche Zahlen und Charts finden Sie auf dem beiliegenden Trendtext: Wellness-Ziel Gesundheit.)*

## Essen ist das neue Yoga

Wellness geht auch durch den Magen. Essen wird immer mehr ein wesentlicher Faktor für einen gelungenen Wellness-Aufenthalt. So sagt auch knapp jeder Dritte, dass das Essen vor allem lecker sein soll. Zur perfekten Auszeit vom Alltag gehört aber auch eine individuelle Zeiteinteilung ohne Termindruck. Dazu wünschen sich über die Hälfte der Befragten vor allem flexible Essenszeiten. Dafür spricht auch, dass mehr als ein Viertel eher viele kleine Mahlzeiten bevorzugt. Aber auch die Qualität der Lebensmittel, die verwendet werden, spielt eine Rolle. So legt mehr als jeder Zweite Wert auf regionale Lebensmittel. Das bedeutet aber nicht, dass schwere Kost mit Sahnesoße auf dem Teller gewünscht ist. Im Gegenteil, fast 38 Prozent bevorzugen leichte und kalorienarme Gerichte aus der Wellnessküche.

Vor allem die junge Generation der bis 29-Jährigen definiert sich über neue Hypes rund um Ernährungsphilosophien. Superfood, slow food, low carb, seasonal oder natural food – Wellnesshoteliers können Ernährungstrends nutzen, um die junge Zielgruppe mit attraktiven

Angeboten anzusprechen. So gehören für mehr als ein Fünftel der unter 29-Jährigen Kochkurse mit Lebensmittelkunde unbedingt zum Wellnessurlaub. Bei der Qualität legen sie zudem noch wesentlich mehr Wert auf Bio-Lebensmittel (29 Prozent im Vergleich zu gesamt 25 Prozent). Mehr als jeder Sechste wünscht sich eine Ernährungsberatung zum Thema Foodtrends. „Hier liegt eine echte Chance, die junge Zielgruppe abzuholen und die traditionelle Zielgruppe mit neuer Küche zu begeistern. Essen ist immer Anlass für eine Unterhaltung. Und wenn das Essen im Wellnesshotel richtig gut war, ist das der bester Aufhänger für eine Weiterempfehlung. Das Hotel profitiert so auch von der Mund-zu-Mund-Propaganda“, erklärt Roland Fricke.

*(Ausführliche Zahlen und Charts finden Sie auf dem beiliegenden Trendtext: Essen ist das neue Yoga.)*

### Die junge Zielgruppe im Blick

Dass Wellnesshoteliers stärker auf die junge Generation eingehen sollten, zeigt nicht nur die Einstellung zur Ernährung, sondern auch andere Ergebnisse der *Wellness-Trends 2017* belegen das. Im Unterschied zum Durchschnitt der Deutschen nutzen die unter 30-Jährigen Wellnessangebote aktuell häufiger in Thermen als in Wellnesshotels. Auch Fitness- und Wellnessanlagen stehen bei den jungen Gästen höher im Kurs. Die bis 29-Jährigen genießen Wellnessangebote zudem wesentlich häufiger mit Freunden, nahezu ein Viertel von ihnen ist im Wellnessurlaub auch mit der Familie unterwegs. Im Gegensatz zu den älteren verbinden sie Wellness gern mit gemeinschaftlichen Aktivitäten. Das zeigt sich auch an den gewünschten Fitnessangeboten: Während die Hälfte im Durchschnitt mit aktuellen Fitnessangeboten zufrieden ist, sind es bei den bis 29-Jährigen nicht einmal ein Viertel. Die Gäste ab 30 Jahren im Wellnesshotel wünschen sich eher individuelle Aktivitäten wie Spazierengehen, Radfahren oder Wandern, die Jüngeren ziehen eher Gruppenangebote wie Trendworkouts, Jumping Fitness bis hin zu Zumba vor. Angebote also, die sie aus dem Fitnessclub gewohnt sind. Bei der jüngeren Generation steht die Selbstoptimierung im Fokus.

Summa Summarum müssen Wellnesshotels sich hier stärker profilieren und nicht nur Selbstverständlichkeiten bedienen, sondern jetzt die junge Zielgruppe mit mehr individuellen Angeboten abholen. „In den nächsten drei Jahren wird sich zeigen, wer sich mit seinen Angeboten von anderen abhebt. Die Wellnesshotels werden mit anderen flexibleren Wellnessanbietern im Wettbewerb stehen“, sagt Roland Fricke von beauty24.

*(Ausführliche Zahlen und Charts finden Sie auf dem beiliegenden Trendtext: Die junge Zielgruppe.)*

### Sicherheit und Vertrauen sind ausschlaggebend für die Buchung

Sicherheit beim Online Shopping ist heute wichtiger denn je – auch bei der Onlinebuchung einer Wellnessreise. So gab jeder Zweite (52 Prozent) der Befragten an, dass für ihn der sogenannte Käuferschutz sehr wichtig ist. Für 34 Prozent ist der Käuferschutz „wichtig“ und nur 4 Prozent geben ihn als „unwichtig“ an. Ein Käuferschutz sichert den Kunden von Onlineshops beim Kauf vor Nicht-Lieferung und Nicht-Erstattung ab.

Deutsche Verbraucher legen zudem bei der Buchung sehr großen Wert auf Kundenbewertungen. Für 63 Prozent der Befragten sind Kundenbewertungen ein wichtiges Kriterium und für 10 Prozent sogar das wichtigste Kriterium bei der Entscheidung, ein Wellnessangebot im Internet zu buchen. Viele Onlineshops sind heutzutage mit einem Gütesiegel ausgezeichnet. Die Siegel, wie beispielsweise das bekannteste von Trusted Shops, stehen zumeist für Sicherheit, Beratung und Schutz. Doch wie wichtig sind diese Siegel gerade bei der Buchung von Wellnessreisen? Mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) gaben an, dass ihnen ausgezeichnete Onlineshops bei der Buchung von Wellnessreisen wichtig sind. 26 Prozent bezeichnen eine solche Auszeichnung als „sehr wichtig“.

„Die Studie zeigt sehr deutlich, wie wichtig deutschen Verbrauchern die Themen Sicherheit und

Vertrauen bei der Online-Buchung einer Wellnessreise sind. Und genau das erkennen auch immer mehr Reiseveranstalter. Inzwischen zählen weit über 500 Kunden aus diesem Segment zum Portfolio von Europas führender Vertrauensmarke“, erläutert Martin Rätze, Rechtsexperte bei Trusted Shops. *(Ausführliche Zahlen und Charts finden Sie auf dem beiliegenden Trendtext: Sicherheit und Vertrauen.)*

**Fazit:** Die Wellness-Trends 2017 zeigen, dass mehr als die Hälfte der Gäste einen pauschalen Urlaub buchen möchte und dann vor Ort eine große Flexibilität erwartet. Die Wellnessurlauber wünschen sich diese Flexibilität unter anderem bei der Auswahl an Speisen sowie bei den Öffnungszeiten der Restaurants und des Spas. Zudem legen die Gäste den Fokus immer mehr auf Entspannung und Gesundheit. „In Wellnessurlaube möchten die Gäste genau das erleben, was im Alltag oft Wunsch bleibt – eine Tagesgestaltung nach individuellem Belieben und vielseitige Angebote, aus denen sie frei wählen können“, so Michael Altewischer. „Dabei sollten auch die Gäste von morgen im Blick behalten werden, denn auch diese gönnen sich Auszeiten“, ergänzt Roland Fricke.

#### Details zur Umfrage:

Die Online-Befragung wurde zwischen Januar und Februar 2017 von beauty24, Wellness-Hotels & Resorts und Trusted Shops durchgeführt. An der Gästefrage beteiligten sich 3.535 Gäste.

#### Über die beauty24 GmbH

Das Online-Portal für Wellnessreisen und Kurzurlaub mit dem Trusted Shops Gütesiegel. beauty24 steht seit dem Jahr 2000 für qualitativ hochwertigen Wellnessurlaub. Das Reiseangebot von beauty24 umfasst Kurzurlaube übers Wochenende ebenso wie ausgedehnte Reisen in Deutschland, Europa und ausgewählten internationalen Destinationen. Alle Wellnessangebote sind sowohl online als auch über das beauty24-Callcenter buchbar. Die Buchung ist nutzerfreundlich, transparent und einfach. Kooperationspartner wie vente-privee, limango, Amazon sowie brands4friends präsentieren ebenfalls zahlreiche Arrangements von beauty24. Über die Wellness-Hotline 030/789 54 0 oder per E-Mail unter [service@beauty24.de](mailto:service@beauty24.de) stehen die Berater für alle Fragen rund um die Buchung persönlich und kompetent zur Verfügung.

Weitere Informationen unter <https://www.beauty24.de>

#### Über die Wellness-Hotels & Resorts GmbH

Die Kooperation der Wellness-Hotels & Resorts ist die erste Adresse für „Wellness im Hotel“ und steht seit 1997 an der Spitze der deutschsprachigen Wellnesshotellerie. Mittlerweile gehören ihr neben den ersten Pionieren sorgfältig ausgewählte, meist inhabergeführte deutsche Wellness-Hotels sowie internationale Partner im 4- und 5-Sterne-Bereich an. Unabhängige Tourismus-Experten prüfen die Mitgliedshotels vor der Aufnahme und dann in regelmäßigen Abständen in allen Bereichen. Dem Qualitätssiegel der Wellness-Hotels & Resorts liegt mit einem knapp dreitägigen Prüfzeitraum das ausführlichste Audit aller vom TÜV Rheinland geprüfter Wellnessanbieter im Markt zugrunde. Weitere Infos zum Qualitätssiegel unter: <http://bit.ly/wellness-qualität>. Der aktuelle Katalog kann online unter [www.wellnesshotels-resorts.de](http://www.wellnesshotels-resorts.de) und telefonisch unter +49.(0)211.679 69 69 bestellt werden.

#### Über Trusted Shops

Trusted Shops ist Europas Vertrauensmarke im E-Commerce. Das Kölner Unternehmen stellt mit dem Gütesiegel inklusive Käuferschutz, dem Kundenbewertungssystem und dem Abmahnschutz ein „Rundum-sicher-Paket“ bereit: Anhand von strengen Einzelkriterien wie Preistransparenz, Kundenservice und Datenschutz überprüft Trusted Shops seine Mitglieder und vergibt sein begehrtes Gütesiegel. Mit dem Käuferschutz, den jeder zertifizierte Online-Shop bietet, sind Verbraucher etwa bei Nichtlieferung von Waren abgesichert. Darüber hinaus sorgt das Kundenbewertungssystem für nachhaltiges Vertrauen bei Händlern und bei Käufern. Das Trusted Shops Projekt „Locatrust“ verhilft lokalen Händlern zu echten Bewertungen ihrer Kunden. Damit bietet Trusted Shops lokalen Händlern die Möglichkeit, mehr Sichtbarkeit für ihr Geschäft und ihr Sortiment im Netz zu schaffen, um den Local Commerce zu stärken. Das Projekt wird im Rahmen des Strukturfonds EFRE (Europäische Fonds für Regionale Entwicklung) von der Europäischen Union gefördert. Weitere Informationen: <http://www.trustedshops.de>