

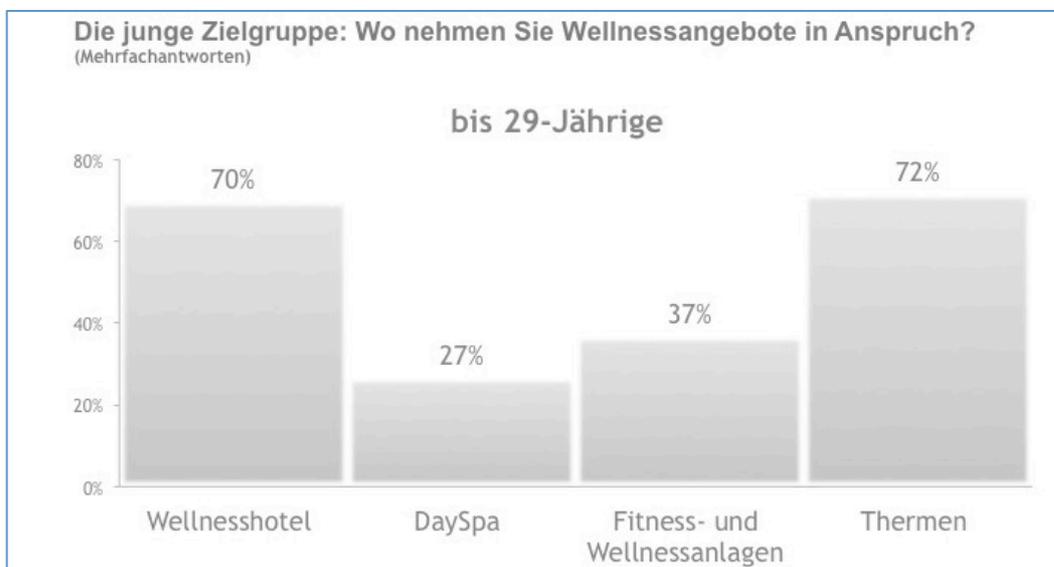
MEDIENINFORMATION

Wellness-Trends 2017

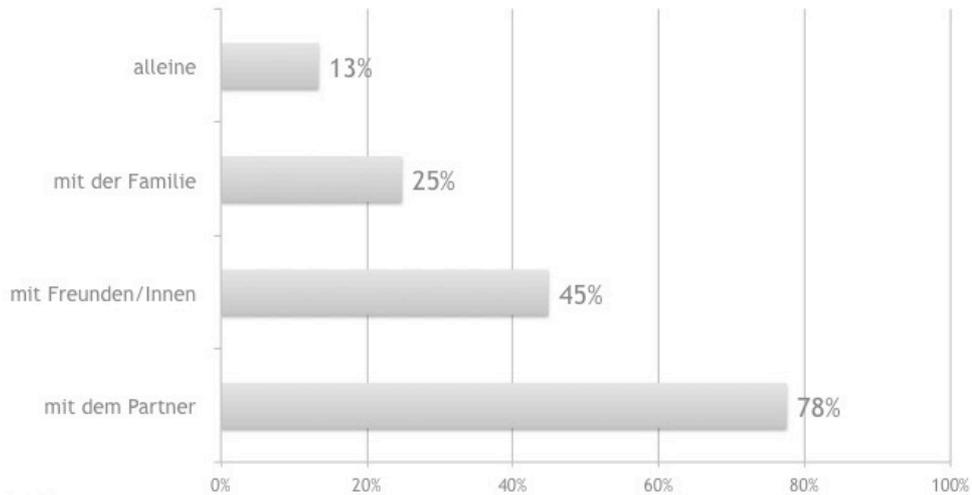
Trend: Die junge Zielgruppe im Blick

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 sie Wellnessangebote aktuell häufiger in Thermen (71,6 Prozent), als in Wellnesshotels (69,7 Prozent). Auch Fitness- und Wellnessanlagen (37 Prozent) stehen bei den Jungen höher im Kurs. Die bis 29jährigen genießen Wellnessangebote zudem wesentlich häufiger mit Freunden (44,9 Prozent), nahezu ein Viertel von ihnen (24,8 Prozent) 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: Im Durchschnitt sind nahezu die Hälfte mit den vorhandenen Fitnessangeboten im Wellnesshotel zufrieden, bei den bis 29jährigen ist es allerdings nicht einmal ein Viertel (23,4 Prozent). Legen die ab 30jährigen eher Wert auf Individuelles, wie Spazierengehen, Radfahren (71,8 Prozent) oder Wandern (27,7 Prozent), wollen die Jüngeren eher Gruppenangebote von Trendworkouts, wie Jumping Fitness (37 Prozent im Vergleich zu gesamt 16,3 Prozent) bis hin zu Zumba (38,7 Prozent im Vergleich zu gesamt 23,9 Prozent) – Angebote also, die sie aus dem Fitnessclub auch gewohnt sind. Bei der jüngeren Generation dreht es sich auch verstärkt um die Selbstoptimierung. So wünscht sich immerhin schon über jeder Vierte (28,7 Prozent) personalisierte Fitness- und Ernährungspläne für die Wellnnessauszeit. Im Durchschnitt wünscht sich das nur jeder Sechste (16,5 Prozent). Die bis 29jährigen stehen auch Apps speziell für den Wellnessurlaub offener gegenüber: Auch hier wünscht sich nahezu jeder Vierte (23,6 Prozent im Vergleich zu gesamt 14,4 Prozent) Apps mit Buchungsoption, Kurszeiten, individuellen Trainings- oder Saunaplänen.

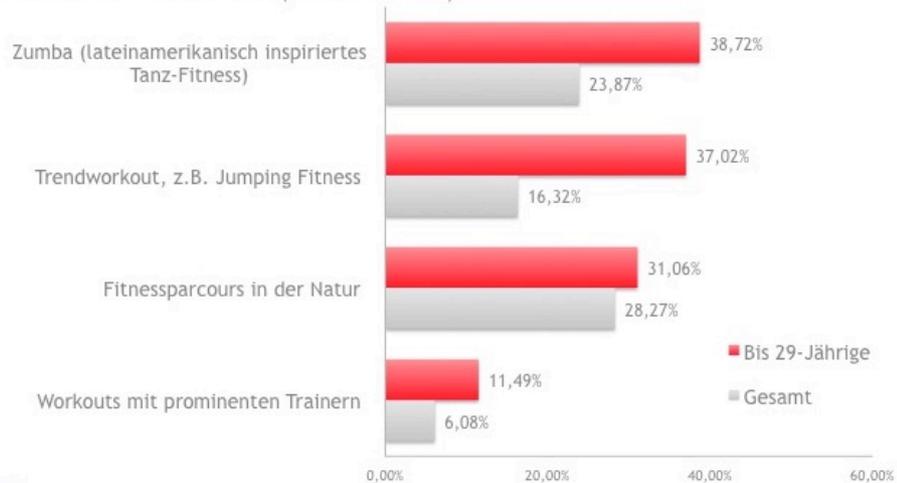
Summa Summarum müssen Wellnesshotels sich hier stärker profilieren und nicht nur Selbstverständlichkeiten bedienen, sondern jetzt die junge Zielgruppe mit mehr individuellen Angeboten abholen. „In den nächsten drei Jahren wird sich zeigen, wer sich mit seinen Angeboten von anderen abhebt. Die Wellnesshotels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



Mit wem fahren die bis 29-Jährigen in den Wellnessurlaub? (Mehrfachantworten)

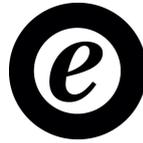


Welche neuen Fitnessangebote würden Sie zukünftig gern im Wellnessurlaub nutzen? (Mehrfachantworten)



So halten sich Wellness-Gäste fit? (Mehrfachantworten)





Details zur Umfrage:

Die Online-Befragung wurde zwischen Januar und Februar 2017 von beauty24, Wellness-Hotels & Resorts und Trusted Shops durchgeführt. An der Gästenumfrage 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 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 Mitgliedhotels 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 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>

Pressekontakt:

markengold PR GmbH

Manja Buschewski

Münzstr. 18, 10178 Berlin

Tel. (030) 219 159 60

beauty24@markengold.de | www.markengold.de