

## **Stress loslassen, Sinne auftanken**

### **Die Wellness-Trends 2019**

Berlin, 6. März 2019. Noch nie war das Wellness-Verständnis der Gäste so unterschiedlich ausgeprägt. Von Ende Dezember 2018 bis Anfang Februar 2019 führten beauty24 und Wellness-Hotels & Resorts eine Gästenumfrage mit über 3.700 Wellness-affinen Gästen und eine Expertenbefragung unter 124 Wellnesshoteliers durch. Die Wellness-Trends 2019 bestätigen: Der Aufwärtstrend geht weiter, zugleich ist Wellness im Wandel. Weg von Kurzzeit-Effekten, hin zu Auszeiten mit langfristiger Wirkung. Junge Menschen verstehen Wellness anders. Die Natur ist gefragt und nachhaltige Erholung wird zum wichtigsten Anspruch an eine Auszeit, die der Gesundheit und Alltags-Verbesserung dient.

### **Kurz mit langer Wirkung**

Sinnvoll und nachhaltig soll er heute sein: Die Umfrage-Ergebnisse zeigen, dass Gäste die Erholung auch nach der Abreise aus dem Wellnessurlaub noch spüren möchten. Galt er lange Zeit als kurze Verschnaufpause, wünschen sich heute über 70 Prozent der Gäste eine anhaltende Wirkung in den Alltag hinein. Während etwas über die Hälfte aller Befragten durchschnittlich ein bis zwei Übernachtungen im Wellnesshotel verbringt, nimmt die andere Hälfte Wellnessreisen in Anspruch, die länger als drei Übernachtungen dauern. Bei Wellnessreisen, die das Wohlbefinden verbessern sollen, sind die beliebtesten Themen: Medical Wellness zur Verbesserung der eigenen Gesundheit, Traditionelle Naturheilverfahren sowie Rückenschule.

### **Stress abbauen: Junge Zielgruppe im Kommen (Abb. 1)**

Die junge Zielgruppe der bis 39-Jährigen unterscheidet sich in einigen Punkten von den über 40-Jährigen. Sie bucht seltener einen Wellnessurlaub, der in der Regel zudem kürzer ausfällt. Bewertungen anderer Gäste im Internet sind ihnen bei der eigenen Buchung besonders wichtig. Darüber hinaus fühlen sich offensichtlich die Jüngeren weitaus gestresster als ältere Wellnessgäste. Denn über 40 Prozent dieser Gruppe wollen Wellness zum bewussten Abbau von Stressgefühlen nutzen.

### **Mit Mental Wellness den Alltag verbessern (Abb. 2)**

Im Wellnessurlaub rücken heute neben körperlichen Aspekten die mentalen Veränderungen in den Mittelpunkt. Gerade in der Zielgruppe der bis 39-Jährigen ist Mental Wellness beliebt. Die Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit und die Arbeit am eigenen psychischen Wohlbefinden

mithilfe eines Coachs können sich fast ein Drittel aller Befragten im Rahmen eines Wellnessurlaubs vorstellen. Neben Mental Wellness sind auch weitere Themen bei einer längeren Auszeit besonders interessant. Je jünger der Gast, umso höher ist im Vergleich auch das Interesse an Stressmanagement, Detox, sportlichen Themen und Yoga-Retreats. Die hohen Ansprüche spiegeln sich in dem Wunsch nach Veränderung im Wellnessurlaub wieder. So wünschen sich 58 Prozent aller bis 39-Jährigen, dass Wellness-Leistungen im Übernachtungspaket enthalten sind.

### **Beauty rückt aus dem Fokus**

Nur noch knapp über zehn Prozent aller Befragten verbinden Wellness mit Beauty-Anwendungen. Vor zehn Jahren gab noch ein Drittel aller Befragten an, Wellnessurlaube aus Gründen der Schönheit zu machen. Beauty bleibt trotzdem eine feste Größe: In den Wellnesshotels machen Beauty- und Kosmetik-Anwendungen heute noch über 25 Prozent des Spa-Umsatzes aus.

### **Natur statt Couch**

Die Natur gewinnt weiter an Bedeutung. Runter von der Couch und rein ins Grüne: Statt sich im Wellness-Bereich aufzuhalten, gehören für mehr als ein Viertel aller Befragten Ausflüge in die Natur zum Wellness-Verständnis dazu. Zum Wunsch nach Entspannung kommt der Wunsch nach bewusstem Empfinden.

### **Das Interesse an traditionellen Naturheilverfahren wächst wieder**

Ausflüge sind nicht Natur genug: Bereits bei der Befragung 2016 zeigte jeder Vierte der Befragten ein steigendes Interesse an Naturkosmetik. Der Trend geht weiter. Ganzheitliche Naturheilverfahren wie Ayurveda, Thalasso oder Kneipp erfreuen sich bei einer längeren Wellness-Auszeit wieder großer Beliebtheit. Fast 40 Prozent aller Befragten können sich vorstellen, während einer längeren Auszeit ein traditionelles Naturheil-Konzept kennenzulernen.

### **Wellness mit Sofort-Effekt**

Natürlich soll es sein, authentisch und mit Wirkung: Über die Hälfte der Befragten wünscht sich, dass Schwerpunkte im Wellnesshotel ganzheitlich, von der Küche über's Spa bis in die Zimmer erlebbar sind. Noch anspruchsvoller sind die Wünsche der Gäste bis 39 Jahre: Der Hälfte von ihnen ist es wichtig, dass während einer Wellness-Auszeit individuell auf ihre Wünsche eingegangen wird. Fast 20 Prozent der

39-jährigen Befragten möchten außerdem, dass erste Fortschritte noch während des Wellnessurlaubs spürbar werden.

### **Buchungsgründe: Wellness, Zimmer, Lage, Bewertung (Abb. 3)**

Für ein Wellnesshotel entscheiden sich potenzielle Gäste aufgrund von vier Faktoren: Wellness-Bereich, Zimmer, Lage und Bewertungen anderer Gäste. Unwichtig hingegen ist der Markenname. Nur 1,1 Prozent der Befragten achten bei der Buchung darauf, während ihm fast ein Viertel aller Hoteliers auf der eigenen Webseite und im Marketing große Bedeutung beimessen. Eine weitere Empfehlung an die Hoteliers ist deshalb eine stärkere Präsentation der Zimmer: Aktuell stehen sie nur bei 18,5 Prozent aller Hoteldarstellungen im Fokus.

---

### **Über die beauty24 GmbH**

Das Online-Reiseportal für Wellness 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. 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>

### **Pressekontakt beauty24.de**

Manja Buschewski  
markengold PR GmbH  
Münzstr. 18 | 10178 Berlin  
fon: +49 (0) 30.219 159 60 | fax: +49(0)30.219 159 69  
[www.markengold.de](http://www.markengold.de) | [m.buschewski@markengold.de](mailto:m.buschewski@markengold.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](http://www.wellnesshotels-resorts.de) und telefonisch unter +49.(0)211.679 69 69 bestellt werden.

### **Pressekontakt Wellness-Hotels & Resorts:**

Mareike Heck, Pressereferentin  
Haroldstraße 14 | 40213 Düsseldorf  
fon: +49 (0) 211.679 69 60 | fax: +49 (0) 211.679 69 68  
[www.wellnesshotels-resorts.de](http://www.wellnesshotels-resorts.de) | [presse@wh-r.com](mailto:presse@wh-r.com)

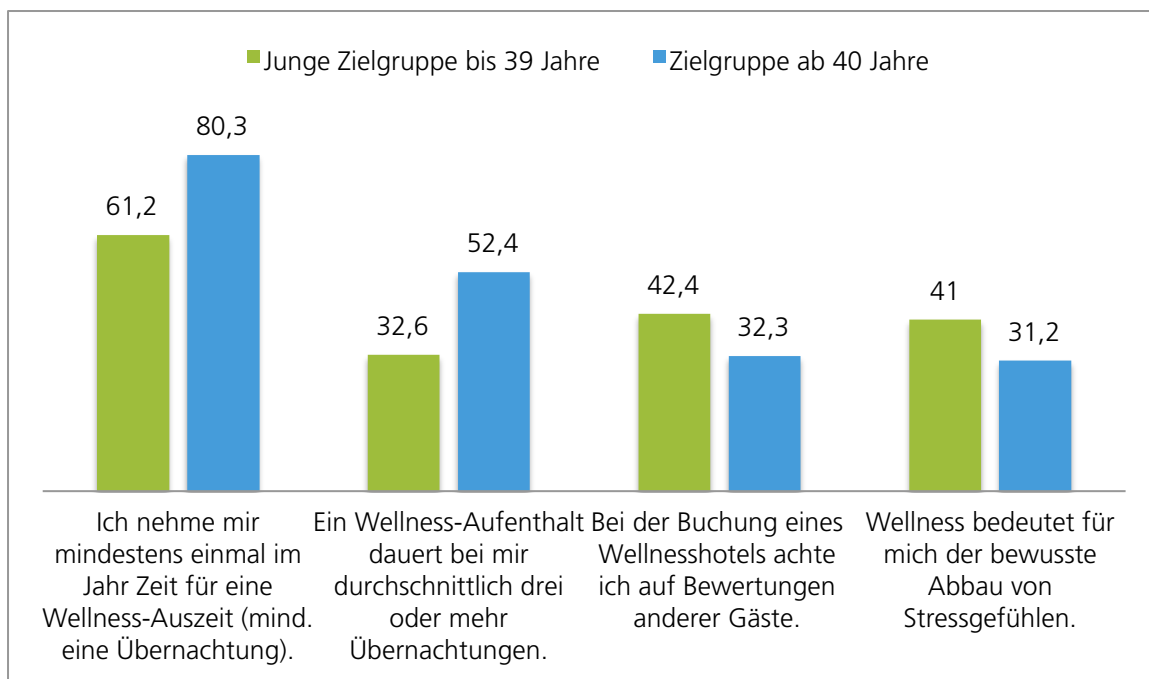
## Abbildungsverzeichnis

### Stress abbauen: Junge Zielgruppe im Kommen

Abb. 1

Wie unterscheiden sich die Wellness-Zielgruppen?

\*Zahlen in Prozent

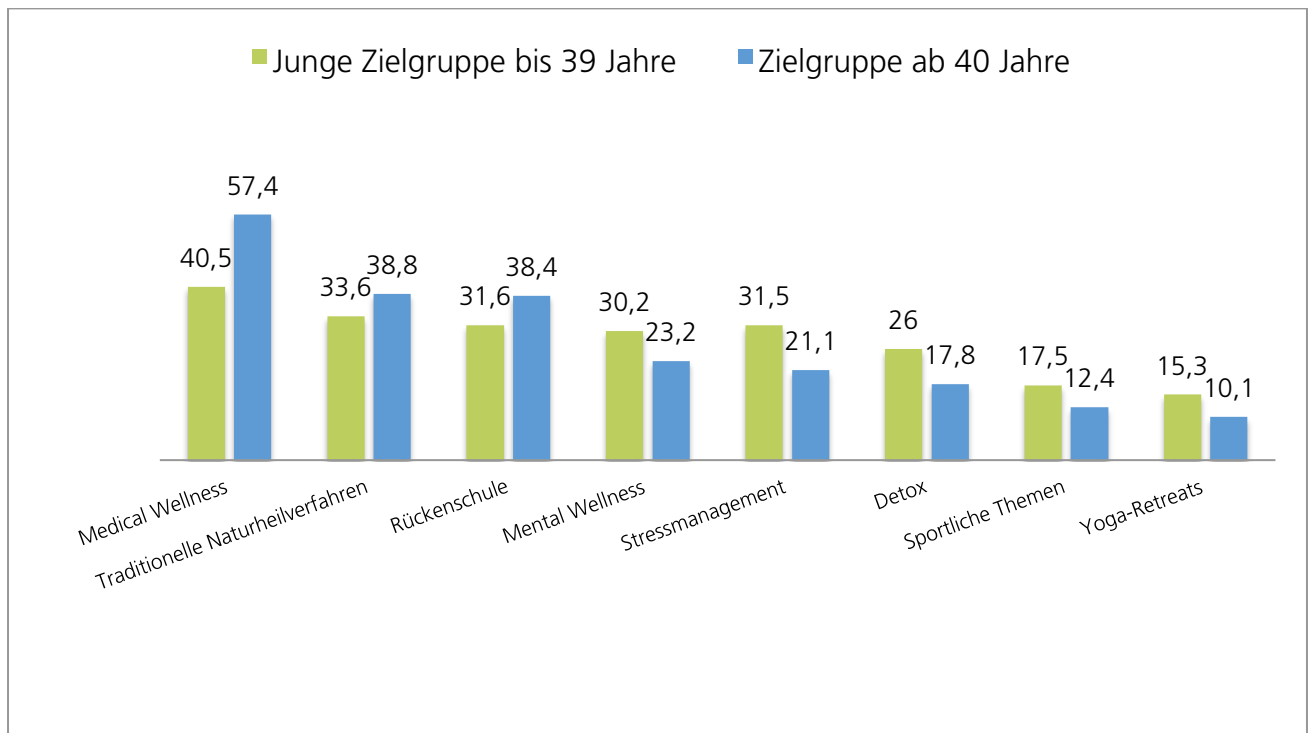


## Mit Mental Wellness den Alltag verbessern

Abb. 2

Was wäre für Sie ein Thema, mit dem Sie sich während einer längeren Wellness-Auszeit gerne beschäftigen möchten?

\*Zahlen in Prozent



## Buchungsgründe: Wellness, Zimmer, Lage, Bewertung

Abb. 3

Warum bucht ein Gast einen Wellness-Aufenthalt? Und was erachtet der Hotelier als wichtig?

\*Zahlen in Prozent

