

Pressemitteilung

Wellness-Trends 2024 – Die Wellnessbranche erlebt einen dynamischen Wandel

Trotz steigender Kosten weiterhin hohe Nachfrage nach Wellnessreisen Wellnessgäste definieren ihre Bedürfnisse und Interessen neu

Berlin, den 07. März 2024. Die Preise in den Hotels ziehen an, trotzdem ist der Wunsch nach Wellnessurlaube ungeboren. Wie das zusammenpasst, zeigen die zur ITB bereits zum zwanzigsten Mal vorgestellten Wellness-Trends der Kooperation Wellness-Hotels & Resorts und des Wellness-Reiseportals beauty24.de. Die Gäste der ersten Stunde sind den Wellnesshotels im deutschsprachigen Raum über zwei Jahrzehnte treu geblieben. Heute stellen die 50-69-Jährigen den größten Teil der Wellnessurlauber. Auch die nachfolgenden Generationen haben Wellness in ihren Alltag integriert. Laut den Ergebnissen teilt sich der Wellnessmarkt auf: Ein Teil der Gäste bucht kostenbewusster mit weniger Anwendungen und verbringt mehr Zeit zum Entspannen und Entschleunigen in der Wellnesslandschaft und der umliegenden Natur. Der andere Teil reist weniger häufig, dafür aber gerne länger. Die Erwartungen an individuellere Programme und neue Themen in den Hotels steigen. Hoteliers stehen also vor der Entscheidung: Konzentration auf Standards und Hardware-Kernkompetenzen im Spa oder neue Konzepte mit mehr Spezialisierung und Individualität im Angebot.

Trend 1: Gäste sind treu, trotz notwendig gewordener Preissteigerungen. Dies gibt den Hoteliers Planungssicherheit – es wird weiterhin auf hohem Niveau investiert.

Eine große Mehrheit von 87 % der befragten Hoteliers hat die Preise für 2024 erhöht. Trotzdem erwarten aktuell 46 % der Hotels eine eher oder stark steigende Nachfrage für das laufende Jahr. Im Vorjahr waren dies sogar 54 %. Ein Vergleich mit den vorliegenden Buchungszahlen zeigt: Es buchen aktuell zwar weniger Gäste, diese sind teilweise aber bereit, mehr für Hotel- und Wellnessleistungen zu zahlen. Diese Treue der Gäste ermutigt die Hotels zu investieren: 78 % der befragten Hotels wollen 2024 investieren, mit Fokus auf Umbau und Ausbau der Zimmer (63 %) sowie den Ausbau der technischen Anlagen (53 %).

Trend 2: Wellness ist erwachsen geworden – und offen für neue Trends wie Longevity.

Vor 20 Jahren machten die 30-49-Jährigen den größten Gästeanteil in den Hotels aus. Diese Urlauber sind über all die Jahre Wellness treu geblieben und auch heute, mit 50-69 Jahren, die am stärksten vertretene Altersgruppe. Ihre Interessen haben sich mit der Zeit jedoch gewandelt. Während in den 2000ern Beauty hoch im Kurs stand, ist gerade bei diesen Gästen heute Wellness mit Wirkung gefragt. Dazu passt, dass der neue Trend-Begriff Longevity, länger gesund und glücklich leben, hoch im Kurs steht. Über 85 % aller Gäste sind daran interessiert - vor allem an Methoden für ein entspannteres Leben, Sport- und Bewegungsangebote und Mental Wellness. Auch wenn über 90 % der Hoteliers sich in immer mehr Bereichen auf die ältere Zielgruppe einstellen, werden erst von rund 12 % der befragten Hotels entsprechende Angebote im Rahmen des Trends Longevity adressiert.

Trend 3: Konzentration aufs Wesentliche. Viele Hotels folgen neuem Gastinteresse.

Laut Umfrage erwartet der Großteil der Gäste einen kurz- und mittelfristigen Entspannungseffekt durch eine Wellnessauszeit. Dies trifft vor allem auf Reisende zu, die ihrem Arbeits-, Familien- und Sozialstress entfliehen wollen. Dafür reichen ihnen 1-2 Behandlungen (56,5%). Oder sie verzichten ganz darauf, genügen sich selbst und genießen lieber die freie Zeit im Wellnessbereich (26.6%). Roland Fricke, Geschäftsführer beauty24.de: „Solche ‚Alltagsabtaucher‘ wollen Wellness ohne Termine. Der Fokus liegt auf Entspannung im Wellnessbereich mit einem Minimum an Anwendungen. Hotels als Wohlfühlort mit entspannter Atmosphäre sind das Ziel.“

Trend 4: Spezialisiertere Angebote für Anspruchsvolle. Hoteliers profitieren doppelt.

Mit dem Reisebudget steigen die Ansprüche: Ab einem Betrag von 500 Euro pro Person für zwei Übernachtungen, erwarten rund ein Drittel langfristige Effekte für Gesundheit und Aussehen. Für besonders exklusive Behandlungen, die über Angebote im alltagsnahen Umfeld hinausgehen, wollen mehr als Hälfte der Befragten sogar mehr zahlen. *„Die Gäste, die Wellness als gesundheitsorientierten Lebensstil betrachten, suchen nicht nur nach einer Pause vom Alltag, sondern nach professioneller Unterstützung für den Alltag – sie verlangen nach ‚Wellness mit Wirkung‘. Diesen Anspruch gilt es zu erfüllen: Die Entwicklung innovativer und wirkungsvoller, auf die einzelne Person abgestimmter Angebote.“*, beschreibt Michael Altewischer, Geschäftsführer von Wellness-Hotels & Resorts die Motivation der Gäste. Hoteliers, die sich auf hochwertige und individualisierte Angebote für diese Gästegruppen konzentrieren, können eine stärkere Bindung zu ihren Gästen aufbauen und sich im Wettbewerb zu anderen Hotels sowie gegenüber alltagsnahen Angeboten in Day-Spas oder Thermen besser differenzieren. *Wohlfühlort mit entspannter Atmosphäre sind das Ziel.“*

Trend 5: Automation und KI: Wellnessgäste sind offen für Neues und profitieren.

KI und technische Hilfsmittel, die Mitarbeiter entlasten, werden von den Hoteliers immer mehr genutzt – und erfahren eine hohe Akzeptanz bei den Gästen. Fast die Hälfte der befragten Wellnessurlauber (48%) ist bereit, Spa-Angebote wie zum Beispiel Massagesessel und Wasserbetten zu nutzen. Über ein Viertel der Hoteliers setzt solche automatisierten Angebote schon ein. Große Zurückhaltung gibt es in vielen Häusern noch beim Einsatz von Robotern zur Entlastung von Servicemitarbeiter beispielsweise beim Transport von Geschirr in die Küche oder von Putzrobotern zur Entlastung von Raumpflegerinnen (nur 6 bzw. 7% der befragten Hotels nutzen diese). *„Viele Gäste sind offen für technische Helfer, vor allem in dem Bewusstsein, dass dadurch die Kostensteigerung in den Hotels im Rahmen bleibt. Hingegen akzeptieren anspruchsvollere Gäste dies nur, solange ihr Gefühl von Verwöhnt werden nicht gestört wird, oder, wenn bei Diagnose und Behandlung ein zusätzlicher Nutzen entsteht.“*, fasst Roland Fricke zusammen. Spezielle moderne Geräte für eine Fitness- oder Gesundheitsanalyse der Gäste kommen schon in einem Fünftel der Hotels zum Einsatz. Michael Altewischer ergänzt: *„Moderne Diagnosetools und KI in der Gastkommunikation für individuelle Informationen sowie für Fitness-, Entspannungs- oder Ernährungspläne, findet beinahe die Hälfte der befragten Gäste heute schon interessant. Das gibt Hoteliers die Möglichkeit, Gäste auch nach ihrem Aufenthalt weiterhin professionell zu unterstützen.“*

Über die Wellness-Trends 2024

Die jährlich seit 2004 zur ITB veröffentlichten Wellnesstrends der Kooperation von Wellnesshotels Wellness-Hotels & Resorts sowie dem Wellness-Reiseportal beauty24.de feiern in diesem Jahr ihr 20jähriges Jubiläum. Die kombinierte Befragung von Gästen einerseits und Hoteliers andererseits bietet auf Basis von Vergleichszahlen aus nun mehr 20 Jahren eine besondere Qualität bei Trends und Prognosen für den deutschsprachigen Wellnessmarkt. Grundlage der Wellness-Trends 2024 ist eine Gästenumfrage mit 1.770 Teilnehmern sowie eine Expertenbefragung mit 100 Wellness-Hotels (Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien und Tschechien)

Über beauty24 GmbH

Das Wellness-Reiseportal für Wellness und Kurzurlaub mit dem Trusted Shops Gütesiegel. beauty24.de steht seit dem Jahr 2000 für qualitativ hochwertigen Wellnessurlaub. Das Reiseangebot von beauty24.de 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 sicher. 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 (WH-R) ist die erste Adresse für Wellness-Erlebnisse und steht seit 1997 an der Spitze der deutschsprachigen Wellness-Hotellerie. Mittlerweile gehören ihr neben den ersten Pionieren sorgfältig ausgewählte, meist inhabergeführte deutsche Wellness-Hotels sowie internationale Partner im 4- und 5-Sterne-Bereich an. Die Kooperation fungiert außerdem als Vorreiter beim Thema Positionierung in der Wellnesshotellerie und darf bereits top positionierte Häuser, beispielsweise im Bereich Thalasso, Ayurveda oder auch Medical und Mental Wellness, zu ihren Mitgliedern zählen. Unabhängige TÜV-Experten testen die Hotels unter anderem unter den Aspekten Großzügigkeit, Innovation und Nachhaltigkeit des SPA-Bereichs. Der Katalog der Wellness-Hotels & Resorts kann telefonisch unter +49 (0)211 679 69 69 bestellt werden oder unter <https://www.wellnesshotels-resorts.de/de/ueber-uns/services/wellnesshotel-katalog-bestellung>

Pressekontakte

Wellness-Hotels & Resorts
Alexandra Fehlberg
Haroldstr. 14 | 40213 Düsseldorf
a.fehlberg@wh-r.com
fon: +49 (0)211 679 69 60

beauty24.de
Christina Eulgem
Hagelbergerstr. 52 | 10965 Berlin
presse@beauty24.de
fon: +49 (0)179 - 6965909