Inhalt

Basis-Pressetexte

- Das Unternehmen beauty24
- beauty24 – Daten und Fakten
- beauty24 blog

Aktuelle Pressemitteilungen

- Wellnesstrends 2008
- beauty24 Publikumspreis
- Vertriebswege von beauty24

MEDIENINFORMATION

beauty24 – Wellness von der entspannten Seite

beauty24, einer der größten Spezialveranstalter und Mittler für Wellnessreisen in Deutschland, vereint erstklassige Beratung und Service mit dem Gespür für neue Trends.

beauty24 besticht durch sein vielfältiges Angebot

beauty24 ist einer der Vorreiter in der Wellnessreise-Branche: Gestartet im Jahr 2000 als einer der ersten Onlineanbieter für Wellnessreisen, gehört die Agentur heute zu den Top 5 der Branche und bietet seine Reisen sowohl im Internet als auch in ausgewählten Reisebüros und im TV an. Eine der großen Stärken von beauty24 liegt in dem flächendeckenden Angebot in Deutschland. Kaum ein Anbieter hat hier so viele Hotels unter Vertrag: Die Kunden können aus über 6.000 ausgesuchten Wohlfühlprogrammen in über 550 renommierten Hotels wählen. Das umfangreiche Angebot an Wellness-Programmen reicht von Verwöhntagen an der Ostsee bis hin zu Afrika-Wellness in Bayern. Zudem ist für beauty24 Wellnessurlaub ein essentieller Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Daher setzt sich das Unternehmen mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben.

So können Behandlungen der traditionellen chinesischen Medizin, Shiatsu-Akupressur, Präventionsreisen, Anti-Aging-Programme, Ayurveda-Behandlungen und viele mehr gebucht werden. Als einer der Pioniere der Branche setzt beauty24 immer wieder Trends. Nach dem großen Erfolg der Chocotherapia, die 2005 in aller Munde war, und der Edelsteinanwendungen, die 2006 mit gemahlenen Rubinen einen Hauch von Luxus im Wellnesssegment verbreitete, stellte beauty24 2007 zwei weitere Trends vor: kraftvolle, energiereiche und erdige Afrika-Anwendungen und die Hinwendung zu Sinnsuche und Spiritualität. Auch das Potenzial des Themas Männerwellness wurde bei beauty24 früh erkannt. Entsprechend werden Programme für Männer, wie z. B. „Wohlfühltage für Ihn“ oder „Wellness á la Bond“ angeboten.

Durch die Dichte des Angebots ist beauty24 auch der ideale Anbieter für Wellness-Geschenkgutscheine. Überall in Deutschland wird dem Beschenkten eine große Auswahl an Hotels geboten, um Gutscheine einzulösen. Neben den regulären Gutscheinen steht beauty24 unter dem Motto „Wellness aus der Box“ zusätzlich für ein völlig neues Gutscheinkonzept. In der dekorativen Wellness-Box bietet beauty24 Gutscheine, die bundesweit in allen beauty24-Hotels eingelöst werden können.

beauty24 setzt eigene Qualitätsstandards

Angebote in puncto Wellness nehmen hierzulande stetig zu. Der große Wellnessboom veranlasst manche Hotels – in Hoffnung auf Geschäftsbelebung – zu einem Ausbau des Wellnessbereichs. Nicht jedes Hotel, welches über Sauna und Schwimmbad verfügt, ist jedoch auch gleich ein Wellnesshotel. beauty24 achtet darauf, dass die Angebote eine Reihe von Kriterien erfüllen. So müssen etwa ausreichend große Wellnesseinrichtungen vorhanden sein und die Anwendungen von ausgebildetem Fachpersonal durchgeführt werden. Auch das Ambiente des Hotels muss stimmen. Auf diese Weise kann ein Mindeststandard gewährleistet werden. Um den Kunden einen besseren Überblick zu bieten, werden die Hotels von beauty24 in drei Kategorien eingeteilt: Wellnesshotels, Hotels mit Wellnessbereich und Beautyfarmen.

Ebenso wichtig wie die Qualität in den Hotels selbst, ist die Qualität der Beratung, bevor ein Gast ein bestimmtes Programm bucht. *„Gerade der Wellness-Bereich mit seinen vielfältigen, teilweise exotischen Angeboten ist für den Verbraucher schwer zu überschauen. Hier ist unsere neutrale, sachkundige Beratung als Vermittler gefragt. Denn zufrieden ist ein Gast nur dann, wenn er vor Ort ein Ambiente und ein Programm vorfindet, das seinen Erwartungen entspricht“*, stellt Roland Fricke, Geschäftsführer von beauty24, fest. Bei beauty24 können die Kunden jederzeit online und offline ausführliche Informationen zu allen Reisen und Programmen erhalten. Mit Beratung und einem vorbildlichen Service setzt der Wellnessreiseanbieter eigene Standards. Wer direkt beraten werden möchte, erreicht unter der Wellnessreise-Hotline die beauty24-Wellnessberater. *„Individuelle Betreuung des Kunden – auch nach der Buchung – wird bei uns groß geschrieben. Die hohe Wiederbuchungsrate zeigt uns, dass wir hier den richtigen Weg eingeschlagen haben“,* unterstreicht Roland Fricke. Zudem bietet beauty24 seinen Kunden die Möglichkeit, eigene Hotelbewertungen der verschiedenen Angebote vorzunehmen. So greifen Wellnessinteressierte direkt auf individuelle Meinungen und Tipps vorheriger Besucher zu.

Angebote von beauty24 sind in Reisebüros buchbar

Bereits seit Mai 2006 können beauty24-Programme auch in ausgewählten Reisebüros gebucht werden. Mit dem Schritt in den stationären Verkauf übernimmt beauty24 ebenfalls eine Vorreiterrolle. Nach einer erfolgreichen Testphase wurde der Ausbau des stationären Verkaufs 2007 konkret umgesetzt. Maßgeblich sind hier eine Kooperation mit den zur REWE-Group gehörenden Reisebüros Atlasreisen und DER Reisebüros sowie das Etablieren von Shop-in-Shop-Systemen für Reisebüros und andere wellnessaffine Geschäfte. Die Shop-in-Shop-Lösung stellt ein Novum für die Branche dar: Erstmalig werden Programme, die überall in Deutschland in unterschiedlichen Hotels einzulösen sind, angeboten. Der Kunde erhält eine hochwertige Geschenkbox. Über den stationären

Verkauf kann beauty24 Kunden erreichen, die das Internet nicht nutzen. Beim Vertrieb über Reisebüros liegt der Vorteil für den Kunden auf der Hand: Er erhält alle Leistungen gebündelt und kann so etwa bequem die passende Anreise zu seinem Wellnessprogramm gleich mitbuchen. Kompetente Beratung, größtmögliche Auswahl und sofortige Prüfung der Verfügbarkeit sind inklusive.

beauty24 bietet Präventionsreisen mit Krankenkassenzuschuss

Das Gespür für neue Kundenpotenziale stellt beauty24 auch mit seinem Spezialangebot an Präventionsreisen unter Beweis. Maßnahmen zur Primärprävention verbessern und erhalten den allgemeinen Gesundheitszustand und beugen der Entstehung von Krankheiten vor. Dies haben auch der Gesetzgeber und die Krankenkassen erkannt. Seitdem kann sich jeder gesetzlich Krankenversicherte zwei Themen zur Gesundheitsprävention pro Jahr fördern lassen. Die Präventionsbudgets der Krankenkassen beinhalten eine jährliche Bezuschussung von insgesamt bis zu 150 Euro pro Versichertem. beauty24 ist einer der ersten Anbieter von Wellnessreisen, der dazu eigene Pakete zusammenstellt. Zusätzlich bietet beauty24 einen Rundum-Service in Bezug auf Präventionsreisen an: Die Wellnessreise-Agentur hilft bei der Antragstellung und berät bei der Auswahl der Hotels, die den strengen Kriterien der Krankenkassen gerecht werden.

Über beauty24

Die Wellnessreise-Agentur ist einer der größten Veranstalter und Mittler für exklusive und qualitativ hochwertige Beauty- und Wellnessreisen in Deutschland. Unter dem Motto „Ich lebe Wellness“ können die Kunden aus weltweit über 6.000 Wohlfühlprogrammen in über 550 Hotels auswählen, wobei der Angebotsschwerpunkt in Europa liegt. Für beauty24 ist Wellnessurlaub ein essentieller Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Daher setzt sich das Unternehmen mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben ein. Dazu gehört vor allem auch eine starke Ausrichtung auf regionale Angebote. beauty24 Wellnessreisen sind über www.beauty24.de, in Reisebüros, im TV und über den Direktverkauf erhältlich. Die Wellness-Berater stehen ihren Kunden von 9 - 19 Uhr über die Wellnessreise-Hotline 01805 - 24 00 44 (14 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk) oder per E-Mail unter service@beauty24.de als Ratgeber zur Verfügung. Durch ein konstantes Qualitätsmanagement wird eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleistet. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet.

Texte und Bilder finden Sie in digitaler Form unter http://presse.beauty24.de
Abdruck honorarfrei. Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.

Pressekontakt:
markengold PR GmbH
Manja Buschewski
Tel. (030) 219 159 60
Fax (030) 219 159 69
www.markengold.de – m.buschewski@markengold.de

beauty24 – Daten und Fakten

Anschrift: beauty24 GmbH
Hagelberger Str. 52
10965 Berlin

Telefon: (030) 789 54 - 0
Fax: (030) 789 54 - 222

Website: www.beauty24.de

E-Mail: service@beauty24.de

Beratungshotline: 01805 - 24 00 44 (14 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk)

Unternehmen:

beauty24 ist einer der größten Veranstalter und Mittler für Wellnessreisen in Deutschland. Die Kunden können weltweit aus über 6.000 Wohlfühl-Programmen in über 550 Hotels auswählen (Stand: März 2008). Die beauty24-Wellnessberater stehen mit Rat und Tat zur Seite, sei es am Telefon oder per E-Mail. Zusätzlich können sich die Kundinnen und Kunden im Online-Magazin der Website oder im beauty24 blog unter http://blog.beauty24.de über die neuesten Trends und Tipps aus der Wellness- und Beauty-Branche informieren. Der Incentive-Bereich richtet sich an Entscheider in Unternehmen, die ihren Angestellten und Kunden hochwertige oder außergewöhnliche Incentives oder Prämien bieten möchten. Auch hier wird Service großgeschrieben.

Fakten:

- Weltweites Angebot von 6.000 Wellnessprogrammen in über 550 Hotels
- Professionelle Beratung bei der Auswahl der Wellnessreisen telefonisch oder per E-Mail
- Beauty- und Wellnessmagazin
- beauty24 blog
- Gutscheinservice
- Wellnessreise-Angebote bei Atlasreisen und DER Reisebüros

MEDIENINFORMATION

Gründung: Dezember 2000, online seit 23. Juli 2001

Geschäftsführung: Roland Fricke, Christa Boll

Mitarbeiterzahl: 20 Mitarbeiter, 2 Auszubildende
(Stand: März 2008)

Marketing beauty24: Alexandra Studier
Hagelberger Str. 52
10965 Berlin
Tel.: (030) 789 54 - 150
astudier@beauty24.de

Über beauty24

Die Wellnessreise-Agentur ist einer der größten Veranstalter und Mittler für exklusive und qualitativ hochwertige Beauty- und Wellnessreisen in Deutschland. Unter dem Motto „Ich lebe Wellness" können die Kunden aus weltweit über 6.000 Wohlfühlprogrammen in über 500 Hotels auswählen, wobei der Angebotsschwerpunkt in Europa liegt. Für beauty24 ist Wellnessurlaub ein essentieller Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Daher setzt sich das Unternehmen mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben ein. Dazu gehört vor allem auch eine starke Ausrichtung auf regionale Angebote. beauty24 Wellnessreisen sind über www.beauty24.de, in Reisebüros, im TV und über den Direktverkauf erhältlich. Die Wellness-Berater stehen ihren Kunden von 9 - 19 Uhr über die Wellnessreise-Hotline 01805 - 24 00 44 (14 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk) oder per E-Mail unter service@beauty24.de als Ratgeber zur Verfügung. Durch ein konstantes Qualitätsmanagement wird eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleistet. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet.

Texte und Bilder finden Sie in digitaler Form unter http://presse.beauty24.de
Abdruck honorarfrei. Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.

Pressekontakt:
markengold PR GmbH
Manja Buschewski
Tel. (030) 219 159 60
Fax (030) 219 159 69
www.markengold.de – m.buschewski@markengold.de

Wellness 2.0: beauty24 startet einen Blog für die Wellnesscommunity

- **Die Wellnessreise-Agentur beauty24 eröffnet mit dem beauty24 blog eine neue Plattform zum Thema Wellness.**
- **Der beauty24 blog bietet Tipps und Trends aus den Kategorien: Hotel-Aktuell, Wellness, Wellnessbranche und die Möglichkeit, diese zu kommentieren.**
- **beauty24 vollendet damit sein Serviceangebot für die Wellnesscommunity.**

Die Wellnessreise-Agentur beauty24 greift auf ihre Erfahrung als Wellnessexperte zurück und präsentiert mit dem beauty24 blog eine neue Plattform für alle Wellnessinteressierten. Unter http://blog.beauty24.de kann sich ab sofort die Wellnesscommunity über aktuelle Trends und Ideen rund um das Thema Wellness informieren und über Kommentare die eigene Meinung und bisherige Erfahrungen mitteilen. beauty24 nutzt dabei die Interaktivität des Internets, die das Web 2.0 bietet und weckt so den Appetit auf den nächsten Entspannungsurlaub. Auch Hotelbetreiber und Brancheninterne finden in den angebotenen Inhalten die Möglichkeit, ihr Wissen zu erweitern und gegenseitig von den gesammelten Erkenntnissen zu profitieren. Zur besseren Orientierung ist der Inhalt des Blogs in drei Kategorien unterteilt.

Hotel-Aktuell

Hier werden innovative Ideen und Lösungen von Hotels zum Thema Wellness vorgestellt. Kreative Designs und innovative Speisen, aber auch regionale Besonderheiten und Feste regen die Phantasie der Nutzer an und machen auf den nächsten Hotelbesuch neugierig.

Wellness

Alles Aktuelle findet in dieser Kategorie statt. Zahlreiche Trends, Tipps und Tricks rund um die Themen Entspannung, Erholung und Ernährung werden hier präsentiert und diskutiert.

Wellnessbranche

Dieser Bereich beschäftigt sich mit Messen und Events, aber auch mit den Zukunftsperspektiven und kommenden Trends der Wellnessbranche.

Mit dem beauty24 blog ergänzt die Wellnessreise-Agentur ihre Serviceleistungen. Bereits seit dem letzten Jahr können Kunden von beauty24 die von ihnen besuchten Wellnesshotels direkt bewerten und somit zukünftigen Besuchern noch mehr Orientierung geben. Der beauty24-Newsletter versorgt zudem Wellnessinteressierte mit den aktuellen Angeboten und Trends, während das Wellnesslexikon sich als schnelles Nachschlagewerk zu Wellness- und Gesundheitsthemen anbietet. Gut informiert und beraten, kann man den Wellnessurlaub von seiner entspannten Seite antreten.

Über beauty24

Die Wellnessreise-Agentur ist einer der größten Veranstalter und Mittler für exklusive und qualitativ hochwertige Beauty- und Wellnessreisen in Deutschland. Unter dem Motto „Ich lebe Wellness“ können die Kunden aus weltweit über 6.000 Wohlfühlprogrammen in über 550 Hotels auswählen, wobei der Angebotsschwerpunkt in Europa liegt. Für beauty24 ist Wellnessurlaub ein essentieller Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Daher setzt sich das Unternehmen mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben ein. Dazu gehört vor allem auch eine starke Ausrichtung auf regionale Angebote. beauty24 Wellnessreisen sind über www.beauty24.de, in Reisebüros, im TV und über den Direktverkauf erhältlich. Die Wellness-Berater stehen ihren Kunden von 9 - 19 Uhr über die Wellnessreise-Hotline 01805 - 24 00 44 (14 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk) oder per E-Mail unter service@beauty24.de als Ratgeber zur Verfügung. Durch ein konstantes Qualitätsmanagement wird eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleistet. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet.

Texte und Bilder finden Sie in digitaler Form unter http://presse.beauty24.de
Abdruck honorarfrei. Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.

Pressekontakt:
markengold PR GmbH
Manja Buschewski
Tel. (030) 219 159 60
Fax (030) 219 159 69
www.markengold.de – m.buschewski@markengold.de

MEDIENINFORMATION

ITB 2008: Wellnesstrends von beauty24 und Wellness Hotels Deutschland

Berlin, 5. März 2008. Die Wellnessbranche ist nach wie vor ein Wachstumsmarkt. Wellnessreisen erfreuen sich wachsender Beliebtheit, und die Umsätze stiegen auch im Jahr 2007 weiter an. Die Wellnessreise-Agentur beauty24 konnte als einer der größten Veranstalter und Mittler für Beauty- und Wellnessreisen sogar ein Umsatzplus von 15 Prozent verbuchen. Wellness liegt folglich weiter im Trend. Doch was ist bei den Gästen besonders gefragt? Die Wellnessexperten W-H-D und beauty24 stellen aktuelle Entwicklungen und Trends der Branche für 2008 vor: Wellness für Paare, Private Wellness, Wellness zum Stressabbau, Wellness für Gesundheit und Nachhaltigkeit. Ein weiteres wichtiges Thema ist die wachsende Bedeutung von Hotelbewertungen für die Branche.

1. Wellness für Paare

Immer mehr Paare genießen Wellness gemeinsam

Auffallend in der Wellnessbranche ist der wachsende Wunsch der Gäste nach Zweisamkeit bei ihren Wellnessaufenthalten. Wellness wird dabei zunehmend als ganzheitliches Erlebnis für Mann und Frau gesehen. Grundlegend für diese Entwicklung waren zunächst neue Angebote für männliche Gäste. Vital-, Entspannungs- und Fitnessprogramme eroberten sich ihren Platz neben traditionellen Schönheitsbehandlungen. Wellness für Männer hat sich etabliert und auch die aktuelle Kundenumfrage von beauty24 bestätigt: 98 Prozent der Befragten finden den Trend gut, dass Männer sich mehr um ihr Wohlbefinden kümmern.

Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Die Männerwelt entdeckt Wellness jedoch nicht nur für sich, sondern vor allem auch als Paarerlebnis. Der Trend geht eindeutig zum gemeinsamen Wellnessaufenthalt. Die Hotels kommen dieser Entwicklung entgegen und erweitern ihr Angebot und Ambiente nicht nur um männer-, sondern auch um paartaugliche Arrangements. Die Badewannen in den Hotelzimmern sind größer geworden, und romantische Programme oder Massagen für Paare laden zu trauter Zweisamkeit und zum gemeinsamen Entspannen und Wohlfühlen ein.

Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Eine Umfage von beauty24 zum Thema Wellness für Paare bestätigt die steigende Nachfrage: 40 Prozent der Befragten gaben an, Wellness bereits mit ihrem Partner erlebt zu haben, weitere 55 Prozent äußerten den Wunsch danach. 57 Prozent der Kunden gaben an, am liebsten mit dem Partner/ der Partnerin Wellness zu erleben. Auch beim Buchungsverhalten kann beauty24 den Trend zur Zweisamkeit beobachten. Im Jahr 2007 wurden 75 Prozent der Reisen für zwei Personen gebucht. „Ein gemeinsamer Wellness-Aufenthalt muss beiden Partnern Freude bereiten, daher halten unsere Hotels spezielle Angebote für Paare bereit“, stellt der W-H-D Geschäftsführer Michael Altewischer fest und weist dabei auf die wohltuende Wirkung von Wellness auf die Beziehung hin. „Diese werden seit Jahren kontinuierlich stärker nachgefragt. Mit der gemeinsamen Zeit, die man sich ganz bewusst für den Partner nimmt, kommt meist auch die Freude am Leben zu zweit von ganz allein zurück.“

Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Quelle: Umfrage beauty24 2007 zum Thema Paarwellness

Romantik steht laut einer Umfrage von beauty24 für mehr als die Hälfte der Befragten im Mittelpunkt des gemeinsamen Aufenthaltes. 20 Prozent empfinden zudem die erotische Komponente als besonders wichtig. Die Paare haben bei einem Wellnessaufenthalt endlich genügend Zeit und Raum füreinander und können sich auf die wesentlichen Werte der Partnerschaft rückbesinnen. beauty24 Geschäftsführer Roland Fricke weiß: „Ein gemeinsames Wellnesswochenende ist die ideale Vitalkur für die Beziehung. So können Paare sich abseits vom Alltag begegnen und Kraft für kommende Aufgaben tanken.“

2. Private Wellness

Individuelle Entspannung und Abgeschiedenheit

Bei immer mehr Wellnessgästen wächst der Wunsch nach Privatheit und Abgeschiedenheit bei ihren Wellnessaufenthalten. Mit den sogenannten „Private Spas” entstanden exklusive und private Erlebnisräume innerhalb der Wellnesslandschaften. Dorthin können sich die Gäste allein oder zu zweit zurückziehen, um sich vom qualifizierten Spa-Mitarbeiter bei luxuriösen Wellness-Zeremonien verwöhnen zu lassen. Auch die neuen Spa-Suiten bieten sich als erweiterte Hotelzimmer mit

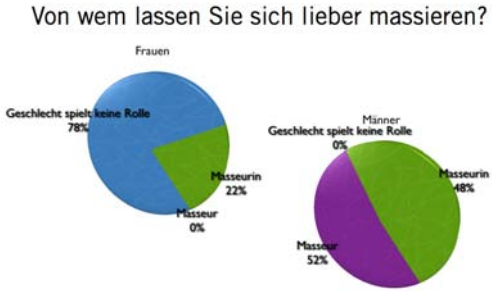
exklusivem Ambiente und Wellness-Arrangements als ein perfektes Refugium an, um Massagen in Ruhe zu genießen und Wellness in Abgeschiedenheit zu erleben.

Immer mehr Gäste tendieren zu „Private Wellness“. 51 Prozent der Kunden schätzen Private Spas und Spa Suiten als besonders geeignet für Aufenthalte zu zweit ein, wie eine Umfrage von beauty24 ergab. Volle Saunen und bisweilen überfüllte Wellness-landschaften weichen dem privaten Wellnesserlebnis im abgetrennten Ambiente.

Quelle: Umfrage beauty24 2007 zum Thema Paarwellness

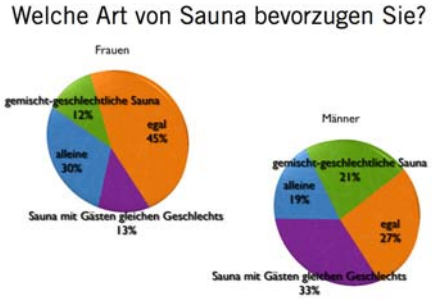
Die Gründe für die wachsende Bedeutung von Private Wellness sind vielfältig. Zum einen spielt die Sehnsucht nach abgeschiedener Zweisamkeit eine Rolle. Paare wollen unter sich bleiben und schätzen ihre Privatsphäre. Ein Teil des Wellnesspublikums ist ohnehin älter und will sich bei seinen Wellnessaufenthalten nicht so gerne nackt zur Schau stellen.

Voraussetzung für die wachsende Nachfrage ist aber auch, dass immer mehr Gäste bereit sind, zusätzliche Kosten für Private Spas in Kauf zu nehmen. Begünstigt wird der Trend dadurch, dass wohlhabende Menschen schon immer eine wichtige Gästegruppe im Wellnessurlaub bilden. „Diese Gäste ziehen die private Abgeschiedenheit dem Gemeinschaftserlebnis in den Saunalandschaften vor”, so der W-H-D Geschäftsführer Michael Altewischer.



Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Zur Thematik „Privatheit” gehören weitere Phänomene, die sich zunehmend deutlich abzeichnen: Frauen werden lieber von einer Masseurin behandelt, wohingegen die Mehrheit der Männer einen Masseur bevorzugt. Jenseits von Private Spa und Spa Suiten wird im öffentlichen Saunabereich zunehmend eine gleichgeschlechtliche Konstellation der Gäste favorisiert. Fast ein Drittel der Befragten zieht es sogar vor, Sauna ganz für sich allein zu genießen. Ein Bedürfnis der Gäste nach Private Wellness ist deutlich erkennbar.

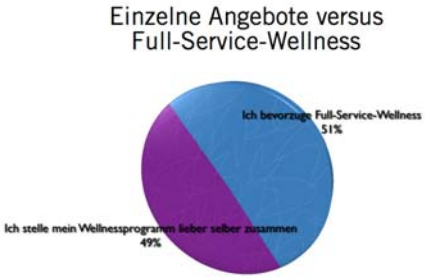


Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Der Wunsch der Gäste nach Private Wellness, der sich jetzt schon deutlich in den Umfragen widerspiegelt, zeigt einen Trend auf, der wohl erst in den kommenden Jahren zu konkreten Veränderungen in Angebot und Nachfrage führen wird. Mit Blick auf Wellness Hotels Deutschland stellt Altewischer fest: „Private-Spa-Suiten sind zwar ein starker Trend, dem auch die meisten unserer Häuser durch Schaffung neuer Kapazitäten Rechnung tragen. Im Verhältnis zum Gesamtvolumen an Spa-Fläche bewegt sich der Anteil an Private-Spa-Suiten allerdings noch im kleineren einstelligen Prozentbereich. Dem Wunsch nach getrennter Sauna für Männer und Frauen kommt man in unseren Häusern eher durch getrennte Saunazeiten entgegen als durch separate Räumlichkeiten."

Die voranschreitende Umsetzung von Private Wellness entspricht dem Bedürfnis der Gäste nach Privatheit. Neben dem Wunsch nach Abgeschiedenheit sieht beauty24 Geschäftsführer Roland Fricke als weiteren Grund für den aufkommenden Trend auch den wachsenden Anspruch der Gäste auf individuellen Service: „Die Kunden achten mehr auf die exklusive Qualität des Wellnesserlebnisses und bevorzugen individuelle Angebote, die ihren persönlichen Wünschen und Bedürfnissen entsprechen. Dazu gehört auch Full-Service-Wellness mit individuell abgestimmten Programmen und Ritualen statt einzelnen Anwendungen."

In einer von beauty24 durchgeführten Umfrage äußerten 51 Prozent der Befragten den Wunsch nach solcher Rundumbetreuung zum Wohlfühlen. Besonderen Wert legen die Wellnessgäste dabei auf eine Begrüßungszeremonie, entsprechende Musik und die Führung durch die einzelnen Wellnessanwendungen durch qualifiziertes Personal. Im Private Spa erwartet der Gast die verschiedenen Anwendungen in aller Ruhe. Die Behandelnden kommen zum Gast, und er muss nicht in Badeschlappen von Anwendung zu Anwendung laufen.



Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

„Die Erwartung der Gäste an die Atmosphäre und an das Ambiente der Wellnesslandschaft ist höher geworden. Eine inspirierende Kulisse, ein schöner Duft und eine angenehme musikalische Begleitung reichen da nicht mehr aus", stellt Fricke fest. „Der wachsende Wunsch nach Abgeschiedenheit und Exklusivität geht einher mit dem Bedürfnis nach individuell zugeschnittenen Wellnessritualen und Private Wellness."

3. Wellness zum Stressabbau

Den Alltag ablegen und sich gegen Stressgefahren wappnen

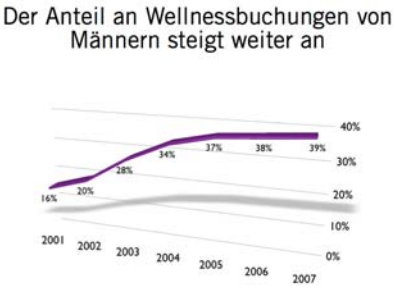
Der Alltag wird in den letzten Jahren immer hektischer empfunden. Termindruck, dauernde Erreichbarkeit, Anspannung und der fortwährende Leistungsanspruch belasten viele Menschen zunehmend körperlich und geistig. Stress und seine Folgen werden nach Einschätzung der Welt-Gesundheits-Organisation WHO bis zum Jahr 2020 in den modernen Ländern die zweithäufigste Ursache für Arbeitsunfähigkeit und vorzeitigen Tod sein.

Diese Fakten haben W-H-D bewogen, den Stressabbau mithilfe von Wellness zum zentralen Thema des diesjährigen Hotelkataloges zu machen. W-H-D Geschäftsführer Michael Altewischer kennt die Lösung für Gestresste: „Wellnesshotels bieten bekanntermaßen hervorragende Möglichkeiten zur Entspannung vom stressigen Alltag. Wir wollen jetzt aber stärker ins Bewusstsein bringen, dass der Gast in unseren Hotels auch lernen kann, sich aktiv gegen drohende Stressgefahren zu wappnen. Unsere Trainer halten dafür den Fachbegriff `Stress-Management´ bereit. Dafür gibt es eine breite Palette an Fitness- und Meditationsprogrammen."

Um den Stress zu bewältigen, raten die Experten zur Bewegung, zu stressbefreienden Massagen und Entspannungstechniken. Durch Ausdauersport und Fitness wird die Sauerstoffzufuhr des Körpers verbessert und dadurch auch seine Fähigkeit gefördert, psychischen Stress abzubauen. Erfahrene Masseure sind in der Lage, den Pegel der Stresshormone zu senken. Dabei greifen Massagetechniken auch auf uralte Traditionen zurück und bieten im Kampf gegen den Stress ein ganzes Wohlfühlarsenal mit Anwendungen wie Aromamassagen, ayurvedischen Massagen, Shiatsu oder Behandlungen mit heißen Lavasteinen. Entspannungstechniken wie Yoga oder Qi Gong stärken sowohl das Körperbewusstsein wie auch die Wahrnehmung innerer Prozesse und wirken so dem Stress entgegen.

Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Die Nachfrage nach Wellness zum Stressabbau steigt mit dem wachsenden Bedürfnis nach Entspannung und Erholung. Denn Entspannung ist immer noch die wichtigste Motivation, um Wellness zu betreiben. 80 Prozent der Befragten gaben dies in einer Umfrage von beauty24 als Hauptgrund an. Mehr als ein Viertel sieht in Wellnessangeboten auch eine Gesundheitsvorsorge. Vor allem Männer nutzen Wellness zunehmend zur Stressbewältigung. Der Anteil der männlichen



Quelle: beauty24

Kunden stieg über die Jahre stetig und machte 2007 fast 40 Prozent der Buchungen bei beauty24 aus. beauty24 Geschäftsführer Roland Fricke kennt selbst die stressbefreiende Wirkung von Wellness-aufenthalten und rät: „Es ist wichtig, mal nicht erreichbar zu sein. Einfach mal das Handy ausschalten und die Seele baumeln lassen, reicht aber nicht aus. Mit gezielten Anti-Stress-Programmen kann man sich auch langfristig von dem Stress lösen und für den Alltag stärken."

4. Gesundheit und Nachhaltigkeit

Wellness ist Bestandteil des gesunden und nachhaltigen Lebensstils

Gesundheitsbewusstes Leben rückte in den letzten Jahren immer mehr ins Bewusstsein der Verbraucher. Der Bio-Boom ist in aller Munde und veranlasste die Menschen, zunehmend auf ihre Ernährung und ihren Lebensstil zu achten. Nachhaltigkeit prägt das moderne Bewusstsein, und ein ökologisches Verständnis wird immer wichtiger.

So entstand auch ein neuer Konsumententyp. Menschen, die auf ihre Gesundheit achten, sich an Nachhaltigkeit orientieren und dabei den Annehmlichkeiten des modernen Lebens nicht entsagen, werden als „Lohas" bezeichnet. LOHAS ist die Abkürzung für "Lifestyle of Health and Sustainability". Dieser neue Lebensstil steht nicht für Verzicht, sondern für einen bewussten Umgang mit der Umwelt und gleichzeitig für genussvollen Konsum von Produkten hochwertiger Qualität mit hoher Umweltverträglichkeit und ethisch einwandfreier Herkunft.

Wellnessurlaub ist dabei ein essentieller Bestandteil dieses modernen Lebensstils. beauty24 setzt sich mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben ein. „Unser Fokus lag schon immer auf regionalen Angeboten, die dem Wunsch nach lokaler Identität und ausgewogenen Leben entsprechen. Hierfür haben wir eine große Auswahl mit über 550 Hotels geschaffen und bieten jedem Entspannungssuchenden das passende Hotel in seiner Nähe", erklärt der beauty24-Geschäftsführer Roland Fricke und ergänzt: „Auf Grund der großen Nachfrage nach Tipps und Trends zur gesunden Lebensführung haben wir für die wachsende Wellness-Community den beauty24 blog eingerichtet. Dort kann man sich neue Impulse holen und über neue Trends zum nachhaltigen Leben informieren."

5. Hotelbewertungen

Informationen aus dem Internet nutzen Gäste und Hotels

Bewertungen von Dienstleistungen und Produkten haben sich spätestens mit dem Web 2.0 in fast jeder Branche durchgesetzt: Patienten bewerten online ihre Ärzte, Studenten ihre Professoren. Technikanbieter stellen sich schon seit Jahren der Kritik der Verbraucher, die bei etlichen Bewertungsportalen und Onlineshops die Produkte mit Lob und Tadel versehen.

Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Quelle: Umfrage beauty24 2008 zum Thema Wellness

Auch die Wellnessbranche ist im Web 2.0 angekommen, und mit dem weiteren Wachstum der Tourismusbranche steigt auch der Bedarf der Kunden nach Reiseinformationen aus erster Hand. Die Folge: Hotelbewertungen im Internet boomen. Laut der beauty24-Umfrage nutzen 79 Prozent der Befragten Hotelbewertungen im Internet, um sich über ihr Reiseziel zu informieren. 93 Prozent von ihnen sehen dabei die Informationen als hilfreich an, und fast 30 Prozent haben bereits selbst Kritiken zu Hotels verfasst.

Eine gemeinsame Umfrage von W-H-D und beauty24 zeigt, dass auch 43 Prozent der Hoteliers den Hotelbewertungen positiv gegenüber stehen. Allerdings sind viele Hotelbetreiber noch skeptisch. 27 Prozent der befragten Hoteliers sehen die Hotelbewertungen sogar eher negativ. Besonders bemängelt wird oftmals die fehlende Möglichkeit zur Gegendarstellung von Seiten des Hotels. Man befürchtet Umsatzverluste durch subjektive und ungerechte Kritiken.

Quelle: Umfrage Partnerhotels von beauty24 + Wellness-Hotels-Deutschland

Doch die Hotels können das Potenzial von Hotelbewertungen auch für sich nutzen, indem sie initiativ ihre Gäste ermuntern, das besuchte Hotel zu bewerten. Durch eine Vielzahl an Bewertungen wird ein breites Spektrum an Meinungen abgebildet. Extreme Einzelmeinungen fallen damit weniger ins Gewicht. So profitiert das Hotel durch eine ihm adäquate Darstellung, und der Gast kann das Angebot besser einschätzen. beauty24 bietet seit 2007 den Kunden die Möglichkeit, unter www.beauty24.de das besuchte Hotel zu bewerten und sich über das kommende Reiseziel zu

informieren. Seitdem wurden bereits mehr als 2.000 Kritiken abgegeben, und die Zahl steigt rasch an.

Auch W-H-D-Geschäftsführer Michael Altewischer nimmt sich dieser Thematik aktiv an: „Wir werden auf unserem nächsten Qualitäts-Treffen, zu denen wir die Inhaber unserer Hotels zweimal jährlich versammeln, den produktiven Umgang mit diesen Portalen zum Thema machen. Hierzu werden wir für unsere Hoteliers einen Workshop mit Experten veranstalten, die Erfahrungen aus dem amerikanischen Markt einbringen. Wir sind optimistisch, dass unsere Hoteliers die Portale danach als ein nützliches Werkzeug des Qualitäts-Managements schätzen lernen."

beauty24-Geschäftsführer Roland Fricke begrüßt die wachsende Bedeutung von Hotelbewertungen: „Erstmalig zur diesjährigen ITB verleihen wir den beauty24 Award für den besten Gästeservice und zwar auf Basis der bei uns abgegebenen Hotelbewertungen. Nicht nur unsere Kunden profitieren von diesem Informationsaustausch. In den Bewertungsportalen steckt auch viel Potenzial für die Hotels, positiv auf sich aufmerksam zu machen."

MEDIENINFORMATION

Über WELLNESS-HOTELS-DEUTSCHLAND (W-H-D)

W-H-D (www.w-h-d.de) ist der führende deutsche Qualitäts- und Marketingverbund im Marktsegment Wellness. Seit Gründung im Jahre 1997 hat W-H-D die Entwicklung der deutschen Wellness-Hotellerie entscheidend geprägt. Derzeit gehören der Kooperation 50 Häuser im 4- und 5-Sternebereich an. Die Qualität aller Häuser wird regelmäßig vom TÜV Rheinland überprüft und sichergestellt: ein Novum in der Wellnessbranche.

Pressekontakt:
Gerd Hübinger
Tel.: 0211 679 69-79
mobil: 0175 – 41 49 553
www.w-h-d.de – huebinger@w-h-d.de

Über beauty24

Die Wellnessreise-Agentur ist einer der größten Veranstalter und Mittler für exklusive und qualitativ hochwertige Beauty- und Wellnessreisen in Deutschland. Unter dem Motto „Ich lebe Wellness" können die Kunden aus weltweit über 6.000 Wohlfühlprogrammen in über 550 Hotels auswählen, wobei der Angebotsschwerpunkt in Europa liegt. Für beauty24 ist Wellnessurlaub ein essentieller Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Daher setzt sich das Unternehmen mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben ein. Dazu gehört vor allem auch eine starke Ausrichtung auf regionale Angebote. beauty24 Wellnessreisen sind über www.beauty24.de, in Reisebüros, im TV und über den Direktverkauf erhältlich. Die Wellness-Berater stehen ihren Kunden von 9 - 19 Uhr über die Wellnessreise-Hotline 01805 - 24 00 44 (14 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk) oder per E-Mail unter service@beauty24.de als Ratgeber zur Verfügung. Durch ein konstantes Qualitätsmanagement wird eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleistet. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet.

Texte und Bilder finden Sie in digitaler Form unter http://presse.beauty24.de
Abdruck honorarfrei. Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.

Pressekontakt:
markengold PR
Manja Buschewski
Tel. (030) 219 159 60
Fax (030) 219 159 69
www.markengold.de – m.buschewski@markengold.de

MEDIENINFORMATION

beauty24 Wellness Award 2008 geht an Hotel Bernstein auf Rügen

- **beauty24 Kunden haben gewählt: Hotel Bernstein in Sellin auf Rügen erhält den Wellness Award 2008.**
- **beauty24 etabliert Hotelbewertungen von Kunden als neues Qualitätskriterium.**
- **Erstmalig verleiht die Wellnessreise-Agentur auf der ITB einen Publikumspreis an das beste Wellnesshotel.**

Berlin, 05. März 2008. Der Sieger steht fest: Das Hotel Bernstein auf Rügen erhält den Wellness Award 2008 von beauty24 als bestes Wellnesshotel. Zum ersten Mal wird diese Auszeichnung unter den 550 qualitätsgeprüften Partnerhotels der Wellnessreise-Agentur vergeben. Der Preis wird künftig einmal im Jahr auf der Internationalen Tourismus-Börse in Berlin verliehen.

Das Besondere an diesem Preis: Der Award wird nicht von einer Jury vergeben, sondern allein die Kunden beurteilen die Hotels über die Bewertungsfunktion auf der beauty24-Website und küren so das beste Wellnesshotel. Die Benotung erfolgt in den Kategorien Lage, Service, Wellness und Verpflegung. In allen vier Kategorien können bis zu fünf Punkte vergeben werden. Insgesamt 2.000 Kundenkritiken wurden von beauty24 ausgewertet. Die beste Bewertung erwarb 2007 das Hotel Bernstein aus dem Ostseebad Sellin und erhält somit den beauty24 Publikumspreis. Diese Auszeichnung wird nun jährlich an das bestbewertete Wellnesshotel verliehen. Laut einer aktuellen Umfrage von beauty24 werden Hotelbewertungen im Internet immer beliebter: 77 Prozent der Befragten nutzen diese Art, um Informationen zum gewünschten Wellnesshotel zu erhalten. Mit diesem neuen Publikumspreis räumt beauty24 den Hotelbewertungen seiner Kunden einen größeren Stellenwert ein und etabliert so ein neues Qualitätskriterium für die Partnerhotels.

„Kundenmeinungen sind uns sehr wichtig. Nur so können wir unser Angebot immer wieder verbessern und unseren Qualitätsanspruch sicher stellen“, erklärt Roland Fricke, Geschäftsführer der beauty24 GmbH. „Wir möchten unsere Partnerhotels motivieren, Kundenbewertungen aus dem Internet positiv zu nutzen und haben uns daher ganz bewusst für einen Publikumspreis auf Grundlage unserer Website-Bewertungen entschieden. Der beauty24 Publikumspreis belohnt den besten Gästeservice“, so Fricke weiter.

Über beauty24

Die Wellnessreise-Agentur ist einer der größten Veranstalter und Mittler für exklusive und qualitativ hochwertige Beauty- und Wellnessreisen in Deutschland. Unter dem Motto „Ich lebe Wellness" können die Kunden aus weltweit über 6.000 Wohlfühlprogrammen in über 550 Hotels auswählen, wobei der Angebotsschwerpunkt in Europa liegt. Für beauty24 ist Wellnessurlaub ein essentieller Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Daher setzt sich das Unternehmen mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben ein. Dazu gehört vor allem auch eine starke Ausrichtung auf regionale Angebote. beauty24 Wellnessreisen sind über www.beauty24.de, in Reisebüros, im TV und über den Direktverkauf erhältlich. Die Wellness-Berater stehen ihren Kunden von 9–19 Uhr über die Wellnessreise-Hotline 01805 - 24 00 44 (14 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk) oder per E-Mail unter service@beauty24.de als Ratgeber zur Verfügung. Durch ein konstantes Qualitätsmanagement wird eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleistet. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet.

Texte und Bilder finden Sie in digitaler Form unter http://presse.beauty24.de
Abdruck honorarfrei. Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.

Pressekontakt:
markengold PR GmbH
Manja Buschewski
Tel. (030) 219 159 60
Fax (030) 219 159 69
www.markengold.de – m.buschewski@markengold.de

beauty24 Wellnessreisen: Für jeden Kunden der richtige Vertriebskanal

- **Wellnessreisen von beauty24 sind sowohl im Internet als auch in ausgewählten Reisebüros erhältlich.**
- **Auch 2008 werden beauty24 Wellnessreisen bei Tchibo angeboten.**
- **Zusätzlicher Vertriebskanal ist der Shoppingsender HSE24.**

Berlin, 5. März 2008. Im Jahr 2000 startete die Wellnessreise-Agentur beauty24 als Onlineanbieter und etablierte sich als einer der Top-Anbieter der Wellnessbranche. Nach und nach wurden weitere Vertriebskanäle erschlossen. So stehen die attraktiven Wellnessreisen einer breit gefächerten Zielgruppe zur Verfügung. Neben dem Onlinevertrieb sind beauty24-Wellnessreisen über ein Callcenter, bei Tchibo, in ausgewählten Reisebüros und im TV erhältlich.

Der größte Vertriebskanal von beauty24 ist das Internet. Auf der Website www.beauty24.de hat der Kunde eine große Auswahl an unterschiedlichen Wellnessreisen. Insgesamt 6.000 Programme in über 550 Hotels stehen zur Verfügung. Neben Pauschalangeboten finden Kunden hier außerdem individuell zusammenstellbare Programme für den Wellnessurlaub. Auch wer auf der Suche nach einem passenden Geschenk ist, wird hier fündig: Der Wert der Gutscheine wird individuell bestimmt, zusätzlich ist der Gutschein in der dekorativen Wellnessbox erhältlich. Der Onlinevertrieb über die eigene Website wird ferner durch die Wellnessberater, die mit Rat und Tat zur Seite stehen, unterstützt

Der Onlinevertrieb wird durch weitere Kooperationspartner verstärkt. So offerierte der führende deutsche Anbieter für Kaffee und Non-Food-Produkte Tchibo im Frühjahr 2007 exklusiv Wellnessreisen von beauty24. Die angebotenen Medical-Wellnessreisen ergänzten die Tchibo-Produktwelt optimal. Auch 2008 stellt beauty24 den Kunden von tchibo.de attraktive Angebote zur Verfügung.

Nach einer erfolgreichen Testphase sind seit Herbst 2007 beauty24-Wellnessreisen in allen 550 Reisebüros von Atlasreisen und DER Reisebüros erhältlich. Zusätzlich stehen Displays mit verschiedenen Programmen in den Wellness-Boxen für die Kunden als Mitnahmeprodukt bereit.

Im Herbst 2006 schloss beauty24 eine Vertriebskooperation mit dem Sender HSE24. Seitdem werden den Zuschauern des Shoppingkanals Gutscheine in der Wellnessbox offeriert. beauty24 ist einer der ersten Anbieter von Wellnessreisen, die den Vetriebsweg über HSE24 nutzen.

Mit seinen unterschiedlichen Vertriebskanälen stellt sich beauty24 auf die verschiedenen Bedürfnisse der Kunden ein und macht das umfangreiche Angebot vielen Wellnessinteressierten zugänglich.

Über beauty24

Die Wellnessreise-Agentur ist einer der größten Veranstalter und Mittler für exklusive und qualitativ hochwertige Beauty- und Wellnessreisen in Deutschland. Unter dem Motto „Ich lebe Wellness" können die Kunden aus weltweit über 6.000 Wohlfühlprogrammen in über 550 Hotels auswählen, wobei der Angebotsschwerpunkt in Europa liegt. Für beauty24 ist Wellnessurlaub ein essentieller Bestandteil eines gesunden Lebensstils. Daher setzt sich das Unternehmen mit seinem Angebot schon seit Jahren für ein gesundes und nachhaltiges Leben ein. Dazu gehört vor allem auch eine starke Ausrichtung auf regionale Angebote. beauty24 Wellnessreisen sind über www.beauty24.de, in Reisebüros, im TV und über den Direktverkauf erhältlich. Die Wellness-Berater stehen ihren Kunden von 9 - 19 Uhr über die Wellnessreise-Hotline 01805 - 24 00 44 (14 Cent/Minute aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichende Preise aus dem Mobilfunk) oder per E-Mail unter service@beauty24.de als Ratgeber zur Verfügung. Durch ein konstantes Qualitätsmanagement wird eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleistet. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet.

Texte und Bilder finden Sie in digitaler Form unter http://presse.beauty24.de
Abdruck honorarfrei. Bitte schicken Sie uns ein Belegexemplar.

Pressekontakt:
markengold PR GmbH
Manja Buschewski
Tel. (030) 219 159 60
Fax (030) 219 159 69
www.markengold.de – m.buschewski@markengold.de