



## PRESSEMELDUNG

11.3.2011

### **Wellness Sensor 2011: Mehr Reisen, mehr Umsatz, mehr Online-Geschäft**

(Düsseldorf, Nürnberg) Mit dem Ende der Wirtschaftskrise folgt auf den Frust wieder eine gesteigerte Lust am gepflegten Wellnessurlaub. Die Ergebnisse des gerade veröffentlichten Wellness Sensors, der vom Deutschen Wellness Verband und GfK TravelScope als jährliche Befragung in 20.000 Haushalten durchgeführt wird, zeigen für 2010 gegenüber 2009 einen Anstieg der Wellnessreisen um rund 9% auf 4,9 Mio. Reisen. Der Wohlfühlsektor wuchs damit stärker als der Reisegesamtmarkt, der im Vergleich zum Vorjahr um 6% zulegen konnte. Damit bleibt die Zahl der Wellnessreisen zwar noch rund 6% hinter dem Ergebnis von 2008 zurück, im gleichen Zeitraum stiegen jedoch die Ausgaben für die kleinen Alltagsfluchten und brachten den Wellnessbetrieben in 2010 einen Umsatz für vorab gebuchte Leistungen von rund 1,1 Mrd. Euro und damit ein Plus von 6% gegenüber den Umsätzen in 2008. 80% und damit 3,9 Mio. der Wellnessreisen gingen in 2010 in deutsche Regionen, lediglich 20% der Reisen entfielen auf Ziele im Ausland. Besonders zufrieden können dabei die deutschen 4-5-Sterne-Wellnesshotels sein. Gegenüber dem Vorkrisenjahr 2008 konnten sie in 2010 bei vorab gebuchten Leistungen mit rund 430 Mio. EUR ein Umsatzplus von 11% verbuchen.

Deutlich gestiegen ist im Vergleich zu 2008 der Anteil der Internetbuchungen. Wurden 2008 rund 30% der Wellnessurlaube per Internet gebucht, so lag der Anteil 2010 bereits bei rund 40%. Dies war für den Deutschen Wellness Verband und GfK TravelScope Anlass, das Internetverhalten der Wellnessurlauber genauer zu beleuchten. So wuchs der Anteil der Vorabbuchungen per Internetportal bzw. Hotelreservierungsportal um 6 Prozentpunkte zwischen 2008 und 2010 und liegt nun bei 14%. Im Vergleich dazu gingen Reisebürobuchungen im gleichen Zeitraum von 14% auf rund 11% zurück. Auch bei der Informationssuche konnte das Medium Internet weiter an Bedeutung gewinnen. Im Jahr 2010 wurde das Internet von rund 41% der Wellnessreisenden als wichtigste Quelle für Informationen zu Reise und Unterkunft genutzt, gefolgt von rund 30% der Reisenden, die sich auf persönliche Erfahrungen verließen.

Das GfK Media Efficiency Panel (MEP), in dem seit 2008 bei 15.000 Nutzern (repräsentativ für die deutsche Onlinebevölkerung) kontinuierlich das Internetnutzungsverhalten und Werbefernsehkontakte gemessen werden, ermöglicht einen noch genaueren Blick auf die Internetnutzung von Wellnessreisenden:

Der größte Anteil der Reisenden, die das Internet zur Urlaubsvorbereitung und Buchung nutzen, ist zwischen 25 und 44 Jahre alt. Nach Wellnessreisen suchen hier überwiegend Angestellte und Best Ager. Sie verfügen über ein mittleres bis höheres Einkommen und stammen aus Vorstadtgebieten oder Ballungszentren. Der Großteil nutzt das Internet überwiegend an 3 bis 6 Tagen pro Woche. Die reichweitenstärksten Websites mit Tourismusbezug, die von Wellnessreisenden besucht werden, sind [wetter.com](http://wetter.com) bzw. [wetter.de](http://wetter.de),



bahn.de, holidaycheck.de und ab-in-den-urlaub.de sowie natürlich auch Hotelportale wie booking.com, hrs.de und hotel.de, die auch im Reisegesamtmarkt zu den meist frequentierten Websites zählen. Unter den speziellen Wellness-Sites zeigt beauty24.de die stärkste Reichweite. Es überrascht sicherlich nicht, dass Wellness-Websites überwiegend von weiblichen Reiselustigen (rund 68%) besucht werden. Mehr als 50% der Nutzer von beauty24.de starten ihre Urlaubsrecherche übrigens bei google, bevor sie sich den konkreten Angeboten der Website zuwenden. Lediglich 1% der Nutzer findet den Weg direkt auf die Website.

Generell scheint die Urlaubssuche im Netz eher (Reise-)zielgerichtet zu verlaufen, da nur ein geringer Prozentanteil der Internetnutzer mit Suchbegriffen wie z. B. „Wellness“, „Wellnessurlaub“ oder „Wellnessreise“ online geht. Außen vor bleiben an dieser Stelle noch die zunehmend beliebter werdenden Social Media Plattformen wie Facebook und YouTube, die natürlich auch ein perfektes Forum zum Austausch über die schönsten Wohlfühloasen und die attraktivsten Anwendungen und Angebote bieten.

#### **Der Wellness Sensor**

Der „Wellness Sensor“ ist eine Haushaltsbefragung des Deutschen Wellness Verbandes (DWWV) und GfK Travelscope. Er deckt an Befragungsinhalten alles ab, was die Motive, Erwartungen und in Anspruch genommenen Leistungen im Rahmen eines Wellnessurlaubs bewerten lässt. Die aktuelle Umfrage erfolgte im November 2010 innerhalb einer repräsentativen Bevölkerungsstichprobe mit 20.000 Haushalten. DWWV und GfK Travelscope analysieren mit dem Wellness Sensor seit 2008 das Verhalten und die Einstellungen der deutschen Wellnessurlauber.

#### **Weitere Informationen:**

**Deutscher Wellness Verband e.V.**  
Bundeszentrale  
Neusser Str. 35; 40219 Düsseldorf  
Ansprechpartnerin Presse:  
Catharine Banach  
Tel. 0211 / 168 20 90  
www.wellnessverband.de  
banach@wellnessverband.de

**GfK SE**  
Bereich Panel Services Deutschland, GfK Travelscope  
Nordwestring 101; 90419 Nürnberg  
Ansprechpartnerin:  
Daniela Briceño Schiesser  
Telefon 0911 / 395 2834  
www.gfk.de  
daniela.briceno-schiesser@gfk.com

#### **Über den Deutschen Wellness Verband e.V.**

Der Deutsche Wellness Verband mit Sitz in Düsseldorf gilt als die führende Non-Profit-Organisation der Wellnessbewegung in Europa. Neben der kritischen Aufklärungsarbeit und Verbraucherberatung, die das gesamte Spektrum des heutigen Wellnessmarktes abdeckt, gehört die Entwicklung von Qualitätsstandards insbesondere im Tourismus und die damit verbundene Vergabe des Deutschen Wellness Zertifikats an geprüfte, qualifizierte Anbieter zu den zentralen Aufgaben der seit mehr als 20 Jahren tätigen Institution.

#### **Über GfK TravelScope**

GfK TravelScope ist ein klassisches Consumer Tracking-Instrument der GfK. Das Team um GfK-TrafficScope hat sich dabei auf die Tourismusbranche spezialisiert. Seit Jahren sind wir speziell im Urlaubsreisemarkt mit GfK TravelScope präsent (www.gfk-travelscope.com). Für die Studie GfK TravelScope werden fortlaufend das Urlaubsreise-, Buchungs- und Informationsverhalten sowie die Reiseabsichten in Deutschland untersucht. Dafür werden 20.000 repräsentativ ausgewählte deutsche Haushalte in einer feststehenden Stichprobe regelmäßig befragt. In vier Wellen pro Jahr werden von der GfK Panel Services jährlich zu rund 180.000 Reisen umfassende Details ermittelt.