

## Wellvoyage AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presseinformation  
Spa-dich-fit Wellnessreisen  
30.04.2020

### **Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage: *Safety first – for more happiness!***

- **repräsentative, aktuelle Gästenumfrage in Deutschland**
- **Aktuelle Reisetrends, Stand 29.04.2020**
- **Konkrete Handlungsempfehlungen**

Für die effektive Gestaltung der verbleibenden Zeit bis zur Wiederaufnahme des Hotel-Regelbetriebs wollen wir unsere Expertise in der vermittelnden Rolle zwischen Wellnessreisenden und Hotelpartnern nutzen. Dafür haben wir zwei Umfragen (Hotel- und Gäste-Umfrage) vorbereitet, die uns ermöglichen, sowohl unsere 100.000 Kunden als auch unsere Hotelpartner aktiv in die Gestaltung der Lösungsansätze miteinzubeziehen.

Wir wollen die konkreten, aktuellen Wünsche und Bedürfnisse unserer KundInnen verstehen und gleichzeitig die Realisierungsmöglichkeit verschiedener Lösungsansätze für Hoteliers evaluieren. Schlussendlich werden damit konkrete Handlungskonzepte entwickelt, die beide Seiten bestmöglich verbinden – damit Reiseträume wieder wahr werden.

>> **Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: *Safety first – for more happiness!***

## Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: **Safety first – for more happiness!**

Die Gästebefragung in Deutschland „Covid 19 Reise-Umfrage: **Safety first – for more happiness!**“ startete am Mittwoch, 22.04.2020 und läuft bis 30.05.2020. Die Deutsche „Covid19 Hotelumfrage“ wurde bereits am Dienstag, 21.04.2020, versendet und läuft ebenfalls bis 30.05.2020. Beide Umfragen sind auch für den Österreichischen Markt erhältlich. 3.739 Umfrage-TeilnehmerInnen in Deutschland, 88% Abschlussrate, Stand 29.04.20

### QUINTESSENZ „REISETRENDS“

- > **Über 90% der Befragten wollen noch in 2020 in den Urlaub fahren.**
- > **74% der Befragten verreisen mit dem PKW (Selbstanreise).**
- > **Annähernd 65% der Befragten wollen in einem 4- bis 5-Sterne-Hotel ihren Urlaub verbringen.**
- > **54% aller Befragten (mehrfach Nennung möglich) wollen 2020 ans Meer, ganz dicht dahinter suchen 53% die Nähe zu einem Thermalbad/Therme.**
- > **Auf die Frage nach den Aktivitäten der Befragten in ihrem nächsten Urlaub, entschieden sich 74% für Wellness, gefolgt von Schwimmen (59%), Wandern (49%) und Radfahren (35%).**
- > **Über 90% der Befragten beabsichtigen mindestens 4 Übernachtungen zu buchen.**
- > **91 % der Befragten empfinden es als wichtig über die konkreten Corona-Schutzmaßnahmen des Hotels informiert zu sein.**
- > **Über 83% der Befragten befürworten, dass die im Hotel angebotenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen von einer unabhängigen Stelle kontrolliert und garantiert werden (z.B. über ein offizielles Prüfsiegel)**
- > **Über 79% der Befragten tragen eine Preissteigerung für die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen mit.**
- > **47% aller Befragten gehen in den kommenden Monaten von einer Preissteigerung aus.**
- > **Annähernd 4% der Befragten erwarten in den kommenden Monaten bei inländischen Hotels starke Preissenkungen/Rabattaktionen.**

## Handlungskonzept für Spa-dich-fit Partnerhotels, (Teil1)

(Basiert auf „Covid 19 Reise-Umfrage: **Safety first – for more happiness!**“, Stand 29. April 2020)

### OPTIMIEREN DURCH MINIMIEREN.

Der erste Teil des SDF-Handlungskonzepts beschäftigt sich mit den **3 möglichen Grundsteuerungselementen im Corona19 Krisen-Management: Preis, Reisedauer und Kontrolle.**

#### 1.) Handlungskonzept Preis

**Halten Sie die Preise stabil aus Solidarität zur Gemeinschaft,** machen Sie keine Rabattaktionen mit. In der jetzigen Zeit wirkt eine Preissenkung unseriös und unglaubwürdig hinsichtlich der zusätzlich notwendigen Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen.

**Die Nachfrage nach Ihrem Produkt ist größer als das Angebot.** Durch die Covid 19 Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen ist von einem zusätzlichen Kostendruck bei der Hotellerie zu rechnen.

**Setzen Sie Zeichen:** Dokumentieren Sie Ihre Covid 19 Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen mit einem separat ausgewiesenen Sicherheits-Zuschlag pro Person und Tag. Mit € 10,- pro Person/Tag liegen Sie in breiter Akzeptanz bei Ihren Gästen. „**Safety first – for more happiness.**“

**WIN-WIN-WIN-Situation:** Über 79% der Gäste tragen eine Preissteigerung für die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen mit und 90% der Befragten empfinden es als wichtig über die konkreten Corona-Schutzmaßnahmen des Hotels informiert zu sein. Der Hotelier finanziert darüber einen großen Betrag der zusätzlichen Kosten und die generelle Aufmerksamkeit und Empathie aller Beteiligten wird geschärft.

## Handlungskonzept für Spa-dich-fit Partnerhotels, (Teil1)

(Basiert auf „Covid 19 Reise-Umfrage: **Safety first – for more happiness!**“, Stand 29. April 2020)

### 2. Handlungskonzept Reisedauer

**Einführung einer Mindest-Übernachtungszahl. Vermeidung des massenhaften Kurzurlaubs unterhalb von min. 4 Nächten!** Die Aufenthaltsdauer kann zu einem äußerst wichtigen Steuerungselement im Covid 19 Management werden. Je länger die Aufenthaltsdauer in einem Hotel ist, desto niedriger ist die Kontakthäufigkeit mit neuen potentiellen Risiken. Dadurch senkt man die Ansteckungsrisiken im Hotel und in der Urlaubsregion/Ort, ohne die Auslastung unbedingt minimieren zu müssen.

**Pragmatischer Vorschlag im Küstengebiet:** Bis Ende Oktober 2020 sollte es prinzipiell und ausschließlich nur Anreisen mit einem **Mindest-Aufenthalt von 7 Übernachtungen** geben. Die Frequentierung würde dadurch immens reduziert werden, die vielen Wochenend-Urlaube würden entfallen.

In allen anderen Regionen in Deutschland sollte es bis Ende Oktober 2020 prinzipiell und ausschließlich nur Anreisen mit einem **Mindest-Aufenthalt von 5 Übernachtungen** geben.

**WIN-WIN-WIN-Situation:** die Gäste möchten sowieso zu 90 % länger als vier Nächte reisen, 32 % sogar länger als eine Woche, der Hotelier hat stets das Interesse die Verweildauer im Hotel zu erhöhen und das generelle Ansteckungsrisiko wird deutlich gesenkt. **Und das bei einer hohen Nachfrage der Kunden.**

## Handlungskonzept für Spa-dich-fit Partnerhotels, (Teil1)

(Basiert auf „Covid 19 Reise-Umfrage: **Safety first – for more happiness!**“, Stand 29. April 2020)

### 3. Handlungskonzept Kontrolle (in Arbeit)

Jeder Hotelbetrieb ist nach dem Arbeitsschutzgesetz verpflichtet, die Gefährdungen der Beschäftigten bei der Arbeit zu beurteilen, ggf. Maßnahmen abzuleiten und umzusetzen. **Weiten Sie die Gefährdungsbeurteilung auf die Gästebereiche aus und leiten Sie daraus die notwendigen Handlungen ab.**

„**Safety first – for more happiness.**“ Die große Chance, nachhaltig ein für alle Seiten effektives und dynamisches Kundenbindungssystem einzuführen. Kontrolle heisst Transparenz und ausgiebige Kommunikation. Wir sind uns sicher, Ihnen bald unseren Lösungsvorschlag unterbreiten zu können.

**WIN-WIN-WIN-Situation:** über 83% der Gäste befürworten, dass die im Hotel angebotenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen von einer unabhängigen Stelle kontrolliert und garantiert werden (z.B. über ein offizielles Prüfsiegel). Die Hotels können darüber dokumentieren, dass alle Covid19-Sicherheitsmaßnahmen kontinuierlich durchgeführt werden und die Gesellschaft erhält die geforderte Transparenz.

## Wir benötigen auch Ihre Unterstützung.

Der interessanteste Teil unserer Covid19 Umfrage liegt im Match beider Umfragen: **Der Abgleich der Hotel- und Gäste-Umfrage könnte detailliertere Handlungsempfehlungen im täglichen Hotelablauf aufzeigen und die Inspiration für neue Angebote/Dienstleistungen sein.**

Leiten Sie bitte unsere Gäste- und Hotel-Umfrage vielfach weiter und nutzen Sie unser Angebot, die Umfragen gegebenenfalls für Ihre eigenen Zwecke zu verwenden. Hierfür erhalten Sie gerne einen individuellen Zugang und einen auf ihr Unternehmen abgestimmtes Design.

**Nutzen Sie unsere Umfragen für den österreichischen Markt.** Je mehr Daten wir insgesamt zur Verfügung gestellt bekommen, desto präziser werden die Ergebnisse, die wir Ihnen gerne zur Verfügung stellen.

Vielen Dank.

**Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: Safety first – for more happiness!**

### LINKS ZUR UMFRAGE

**Deutschland** Gäste-Umfrage: <https://de.surveymonkey.com/r/spa-dich-fit>

**Deutschland** Hotel-Umfrage: <https://de.surveymonkey.com/r/sdf-hotelpartner>

**Österreich** Gäste-Umfrage: <https://de.surveymonkey.com/r/spa-dich-fit-at>

**Österreich** Hotel-Umfrage: <https://de.surveymonkey.com/r/sdf-hotelpartner-at>

**Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: Safety first – for more happiness!**

**KONTAKT:**

**Ansprechpartner:** Amelita Silea  
**Telefon:** DE +49 (0) 7621 425 15-0  
**Fax:** +49 (0) 7621 425 15-39  
**Email:** a.silea@spa-dich-fit.de

[www.Spa-dich-fit.de](http://www.Spa-dich-fit.de)

**POSTANSCHRIFT:**

Spa-dich-fit Wellnessreisen  
Güterstrasse 9  
CH-4133 Pratteln

Nachfolgend Kurzfassung

**Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: Safety first – for more happiness!**

WELLNESSREISEN  
inklusive Extras

## Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: **Safety first – for more happiness!** 3.739 Umfrage-TeilnehmerInnen in Deutschland, 88% Abschlussrate, Stand 29.04.20

### Zusammenfassung

#### REISE-BASICS:

- > Im Jahr 2019 sind über 55% der Befragten mehr als 3 Mal verreist, **über 90% wollen noch in 2020 in den Urlaub.**
- > 74% der Befragten beabsichtigen im Inland zu verreisen, 25% wollen ins Ausland.
- > 41% der Befragten möchten weiter als 300 km entfernt von ihrem Wohnsitz verreisen.
- > **74% verreisen mit dem PKW (Selbstanreise)**, nur 7,8% der Befragten wollen über einen Reiseveranstalter (TUI/FTI) buchen.
- > **Annähernd 65% der Befragten wollen in einem 4- bis 5-Sterne-Hotel ihren Urlaub verbringen.**
- > Ferienwohnungen und –Häuser kommen zusammen auf über 18% der Befragten.
- > Pensionen und Hotels bis zu 3-Sternen kommen auf über 10% Zuneigung bei den Befragten.
- > 2% der Befragten bevorzugen ein Biohotel.

**Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: **Safety first – for more happiness!****  
**3.739 Umfrage-TeilnehmerInnen in Deutschland, 88% Abschlussrate, Stand 29.04.20**

**BEDÜRFNISSE:**

- > **54% aller Befragten (mehrfach Nennung möglich) wollen 2020 ans Meer, ganz dicht dahinter suchen 53% die Nähe zu einem Thermalbad/Therme.**
- > 44% aller Befragten bevorzugen die Berge und 43% wollen an einen See.
- > 28% der Befragten möchten einen Städteurlaub verbringen.

**AKTIVITÄTEN:**

- > **Auf die Frage nach den Aktivitäten der Befragten in ihrem nächsten Urlaub, entschieden sich 74% für Wellness, gefolgt von Schwimmen (59%), Wandern (49%) und Radfahren (35%).**
- > 21% der Befragten möchten aktiv Fitness betreiben, 10% Yoga & Meditation, 5% Ernährung/Fasten/Detox, 15% Beauty.

**REISEDAUER:**

- > **Über 90% der Befragten beabsichtigen mindestens 4 Übernachtungen zu buchen.**
- > 29% der Befragten wollen bis zu einer Woche Urlaub machen, 32% länger als eine Woche.

**Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: Safety first – for more happiness!**  
**3.739 Umfrage-TeilnehmerInnen in Deutschland, 88% Abschlussrate, Stand 29.04.20**

**COVID 19 VORSICHTSMASSNAHMEN:**

- > **91 % der Befragten empfinden es als wichtig über die konkreten Corona-Schutzmaßnahmen des Hotels informiert zu sein.**
- > **67% der Befragten empfinden es als sehr wichtig über die konkreten Corona-Schutzmaßnahmen des Hotels informiert zu sein, zusätzlich 24% empfinden es als wichtig.**
- > 63% der Befragten empfinden es als sehr wichtig über die konkreten Corona-Schutzmaßnahmen der Region/Ort informiert zu sein, zusätzlich 27% empfinden es als wichtig.
- > **Über 83% der Befragten befürworten, dass die im Hotel angebotenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen von einer unabhängigen Stelle kontrolliert und garantiert werden (z.B. über ein offizielles Prüfsiegel)**
- > Über 51% der Befragten empfinden es als sehr wichtig, dass die im Hotel angebotenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen von einer unabhängigen Stelle kontrolliert und garantiert werden (z.B. über ein offizielles Prüfsiegel)
- > Über 32% der Befragten empfinden es als eher wichtig, dass die im Hotel angebotenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen von einer unabhängigen Stelle kontrolliert und garantiert werden (z.B. über ein offizielles Prüfsiegel)
- > **Im Hotel jederzeit Desinfektionsmöglichkeiten zu haben ist über 60% der Befragten sehr wichtig, 28% eher wichtig.**
- > Wenn das Hotelpersonal Schutzmasken trägt, empfinden 41% dies zur Zeit eher als beruhigend, 48% befremdlich, aber notwendig.

**Repräsentative Covid 19 Reise-Umfrage für Deutschland: *Safety first – for more happiness!***  
**3.739 Umfrage-TeilnehmerInnen in Deutschland, 88% Abschlussrate, Stand 29.04.20**

**PREIS:**

**> Über 79% der Befragten tragen eine Preissteigerung für die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen mit.**

> Über 49% der Befragten sind dazu bereit, die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen bis zu einem Betrag in Höhe von € 10,- (Tag/Person) mitzutragen.

> Über 30% der Befragten sind dazu bereit, mehr als € 10,- (Tag/Person) für die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen zu bezahlen.

**> 20% der Befragten sind nicht dazu bereit, für die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen zu bezahlen.**

**> 47% aller Befragten gehen in den kommenden Monaten von einer Preissteigerung aus.**

> 12% der Befragten erwarten in den kommenden Monaten bei inländischen Hotels eine starke Preiserhöhung.

> 37% der Befragten erwarten in den kommenden Monaten bei inländischen Hotels eine leichte Preiserhöhung.

> 23% der Befragten erwarten in den kommenden Monaten bei inländischen Hotels keine Preiserhöhung.

> 23% der Befragten erwarten in den kommenden Monaten bei inländischen Hotels leichte Preissenkungen.

**> Annähernd 4% der Befragten erwarten in den kommenden Monaten bei inländischen Hotels starke Preissenkungen/Rabattaktionen.**

## Was hat Spa dich fit Wellnessreisen während der Corona-Krise gemacht?

„Das wichtigste Ziel der aktuellen Kommunikationsstrategie von Spa-dich-fit Wellnessreisen ist, dass die Menschen überhaupt wieder damit anfangen zu träumen, sich auf etwas zu freuen, positiv zu denken und sich mit dem Thema Reisen zu beschäftigen.“

80% aller potentieller Stornierungen bezüglich „Covid19“ mit Anreise bis zum 30.04.2020 wurden auf einen späteren Reisezeitraum umbucht oder in einen Reisegutschein umgewandelt.

Das Unternehmen hat seit Anfang März intensiv den Dialog mit seinen Kunden auf den sozialen Medien ausgedehnt und bietet neben wichtigen Informationen zum Coronavirus, praktische Tipps zum Thema „Wellness für zu Hause“ und veranstaltet wöchentlich interessante und unterhaltsame Wellnessgewinnspiele, Challenges und mehr. Schauen Sie vorbei: <https://www.facebook.com/SPA.dich.fit> und machen Sie mit.

Unsere aktuelle Kampagne „Wellnessreisen mit Wunschtermin – heute träumen, morgen happy sein“ hat breite positive Resonanzen bewirkt, auf Seiten der Gäste, der Medien und bei unseren Hotelpartnern.

### Mehr Informationen finden Sie hier:

<https://www.spa-dich-fit.de/blog/beitrag/news/jetzt-kommt-endlich-wieder-freude-auf-vorfreude/>

INFORMIEREN

**KOMMUNIZIEREN**

**ANALYSIEREN**

PRAGMATISIEREN

ENTSCHEIDEN

**REALISIEREN: SPA-DICH-FIT KRISEN-MANAGEMENT**

**[MOTIVIEREN].**

## UPGRADE YOUR LIFESTYLE

**“Wir setzen auf Klasse, nicht auf Masse. Wir garantieren Qualität und bieten Sicherheit. Und wir bauen auf kleine, flexible und schnelle Kompetenz-Teams.“**

Seit 2006 bietet Spa-dich-fit umfassende Informationen zu Thermen und Wellnessreisen in Deutschland und den Nachbarländern an. Spa-dich-fit wurde bereits 2009 vom Computer Magazin als eine der besten Internet-Adressen für Thermen- und Wellness-Fans empfohlen. 2019 erweitert die Wellvoyage AG ihr Netzwerk in Europa. Am 1. März 2019 wurde die erste Regionalrepräsentanz in Kroatien (Split) eröffnet. Drei weitere Repräsentanzen in Europa sind bereits in Planung (Österreich, Schweiz und Italien). Spa-dich-fit ist das Wellnessreise-Portal der Schweizer Wellvoyage AG und arbeitet seit 2006 sehr erfolgreich mit namhaften Regionen, Hotels und Thermen zusammen. Mit einer Auswahl von über 100 Wellnesshotels jeder Kategorie und über 300 Wellnessangeboten kann Spa-dich-fit das gesamte „Wohlfühl-Segment“ perfekt abdecken.

## WELLNESS MIT MEHRWERT

Spa-dich-fit ist nicht einfach nur ein Vermittler von Wellnessreisen, sondern ein Vermarkter. Spa-dich-fit erarbeitet für jedes Partnerhotel eine alleinstellende Positionierung. Und entwickelt auf dieser Basis ein maßgeschneidertes 360° Vermarktungskonzept, mit dem wir genau die Wünsche und Bedürfnisse der Kernzielgruppe erfüllen und neue Zielgruppen erschließen. Spa-dich-fit unterscheidet sich vom Wettbewerb durch eine einzigartige Unternehmensstruktur: Hotelfachleute, Reisemanager und Kommunikationsspezialisten erarbeiten gemeinsam maßgeschneiderte Vermarktungskonzepte und coachen danach zielgerichtet die Mitarbeiter in der Reiseproduktion und Kundenbetreuung.

## EIN STARKES TEAM FÜR STARKE LÖSUNGEN

- Erfahrene Kreativdirektoren, die internationale Hotelbrands betreut haben
- Marketing-Spezialisten, die viele nationale und internationale Marken aufgebaut haben
- Hoteldirektoren, die genau wissen, was Hotelpartner und deren Gäste wünschen und wie sie ticken
- Reisefachleute, die für große deutsche Unternehmen Reisen organisiert, neue Produkte entwickelt und den Kundenservice von der Pike auf gelernt haben. **Und wir gehen täglich mit der Zeit.**

[www.Spa-dich-fit.de](http://www.Spa-dich-fit.de), das Wellness-Reiseportal der Wellvoyage AG