

## Wellvoyage AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presseinformation  
Spa-dich-fit Wellnessreisen  
05.05.2020

### **„Urlaub made in Germany“: Der Preis positioniert das Produkt!**

**- Über 79% der Gäste tragen eine Preissteigerung für die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen im Hotel mit.**

**- 90% der Befragten empfinden es als wichtig über die konkreten Corona-Schutzmaßnahmen des Hotels informiert zu sein.**

Eines der wichtigsten Steuerungselemente im Marketing ist der Preis. Neben Innovation, Service und Qualität positioniert entscheidend der Preis das Produkt „**Urlaub made in Germany**“ auf dem Markt. Umso verwunderlicher sind die bereits jetzt startenden Urlaubs-Rabattaktionen. Was sollen diese Schnäppchen-Angebote bewirken und schaden sie gar der ganzen Reisebranche?

Nach den bisher vorliegenden Ergebnissen der repräsentativen **„Covid 19 Reise-Umfrage: Safety first – for more happiness!“** mit mehr als 4.000 UmfrageteilnehmerInnen in Deutschland, **sind über 79% der Befragten bereit, eine Preissteigerung für die zusätzlichen Sicherheits- und Hygieneleistungen im Hotel mitzutragen.**

**Über 50% der Gäste sind bereit, für die zusätzlichen Sicherheits- & Hygieneleistungen bis zu € 10,- pro Person und Tag mitzutragen.** Zusätzlich sind über 21% der Befragten dazu bereit, bis zu € 20,- pro Person und Tag zu zahlen. Nur 20% der Befragten lehnen eine Kostenbeteiligung ab.

Die Erwartungshaltung der Konsumenten bezüglich der Preisentwicklung in der Ferienhotellerie ist sehr pragmatisch und realistisch zugleich: **49% der Befragten gehen von einer Preissteigerung in den nächsten Monaten aus, 27% gehen von Preissenkungen/Rabattaktionen aus.**

**„Halten Sie die Preise stabil aus Solidarität zur Gemeinschaft, machen Sie keine Rabattaktionen mit“** rät Stefan Wiegand, CEO der Wellvoyage AG, seinen Hotelpartnern. **„In der jetzigen Zeit wirkt eine Preissenkung unseriös und ungläubwürdig** hinsichtlich der zusätzlich notwendigen Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen“, erläutert Stefan Wiegand weiter.

WELLNESSREISEN  
inklusive Extras

## Wellvoyage AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Nachfrage nach dem Produkt « **Urlaub made in Germany** » ist größer als das Angebot. Durch die Covid 19 Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen ist von einem zusätzlichen Kostendruck bei der Hotellerie zu rechnen.

Daher ist es für die Ferienhotellerie in Deutschland wichtig, **jetzt die richtigen Zeichen zu setzen: Mit einem separat ausgewiesenen Sicherheits-Zuschlag in Höhe von € 10,- pro Person und Tag treffen die Hotelliers bei Ihren Gästen auf breite Akzeptanz und dokumentieren den hohen Covid 19 Hygiene- und Sicherheitsstandard im Hotel.**

**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**, laut der vorliegenden Umfrageergebnisse. Der Hotelier finanziert darüber einen großen Betrag der zusätzlichen Kosten. Die generelle Aufmerksamkeit und Empathie aller Beteiligten wird somit geschärft.

Nicht zu letzt bereitet gerade der Einzelhandel das fruchtbare Feld für die Ferienhotellerie her. Ein Blick auf die Friseure zeigt : € 7,- bis € 10,- kostet der Friseurbesuch im Durchschnitt jetzt mehr, auf Grund der erforderlichen höheren Corona-Schutzmaßnahmen.

**„Safety first – for more happiness.“**

**Wir benötigen Ihre Unterstützung.** Leiten Sie bitte die Gäste- und Hotel-Umfrage vielfach weiter und nutzen Sie das 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 die 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>**

WELLNESSREISEN  
inklusive Extras

## Wellvoyage AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

**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>

**Umfrageergebnisse Gäste-Umfrage, DE, Stand 05.05.2020:**  
<https://de.surveymonkey.com/results/SM-HCGWD2LN7/>

### Kontakt

**Ansprechpartner:** Amelita Silea  
**Telefon:** +49 (0) 7621 425 15-0 / **Fax:** +49 (0) 7621 425 15-39  
**Email:** [info@spa-dich-fit.de](mailto:info@spa-dich-fit.de)

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

### Firmenprofil Wellvoyage AG

Die Wellvoyage AG ist mit ihren Marken Spa-dich-fit Wellnessreisen, Wellvoyage Systems, Wellvoyage Media und seit April 2020 mit upyoli.com – Upgrade your Lifestyle, einer der führenden Anbieter von individuellen Wellnessreisen und Anbieter von Premium-Marketing-Dienstleistungen im deutschsprachigen Tourismusbereich.

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. Im März 2011 wurde die Wellvoyage AG mit Sitz in Pratteln/Baselland, Schweiz, gegründet und legte den Grundstein für die zukünftigen Neuerungen, die das Unternehmen aktuell plant bzw. schon unternommen hat. 2019 erweiterte die Wellvoyage AG ihr Netzwerk in Europa. Am 1. März 2019 wurde die erste Regionalrepräsentanz in Kroatien (Split) eröffnet. Zwei weitere Regionalrepräsentanzen in Europa sind bereits in Planung (Österreich und Schweiz).

WELLNESSREISEN  
inklusive Extras

## Wellvoyage AG Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Seit 2011 hat die Wellvoyage AG für mehr als 100.000.000 Euro Wellnessreisen inklusive Extras verkauft. Über 100 ausgesuchte Partner-Wellnesshotels mit über 300 tagesaktuellen Wellnesspauschalen gewährleisten ein abwechslungsreiches Wellnessreisen-Portfolio. Die starke Medienpräsenz mit bis zu 32 Millionen erreichten Haushalte pro Monat im DACH-Bereich, die nachhaltige Erschließung der kaufkräftigen, gesundheitsbewussten und Lifestyle affinen Zielgruppe, mit 99,8% Kundenzufriedenheit bei 23% „Wiederholungstätern“ und das innovative IT- und CRM-System von Spa-dich-fit.de bilden gemeinsam die Basis der starken Entwicklungs-Dynamik, der überdurchschnittlichen Effizienz und die schnelle Anpassungsfähigkeit der Wellvoyage AG. Zum 31. Dezember 2019 beschäftigte das Unternehmen 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

**Wellness mit Mehrwert.** Spa-dich-fit Wellnessreisen 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 genau die Wünsche und Bedürfnisse der Kernzielgruppe erfüllt werden und neue Zielgruppen erschlossen werden. Die Wellvoyage AG 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.

### Spa-dich-fit.de, das Wellness-Reiseportal der Wellvoyage AG

**Schauen Sie vorbei:**

<https://www.facebook.com/SPA.dich.fit>

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

<https://www.Spa-dich-fit.de>

WELLNESSREISEN  
inklusive Extras