

# Das Ende der klassischen Wellnesshotellerie?

Risiken und Chancen durch Wandel

# Situation auf dem Hotelmarkt generell

- Gesellschaft und Finanzmarkt
- Kulturwandel und Generationenwechsel
- Wandelnde Kundenbedürfnisse (speziell Spa & Wellness)
- Globale Gästestrukturen
- Verdrängungsmarkt und neue Segmente
- Digitalisierung
- No Service to Full Service
- Unterschiedliche Situation von Stadt contra Ferien-Hotellerie
- F&B contra B&F

# Trends in der Hotellerie

- Diversifikation durch Spezialisierungen und Sub-Brands
- Themenhotels und Nischenprodukte
- Medical und Wellness
- Bindung des Gastes durch Individualität und Zielgruppenabgrenzung
- Starke Entwicklung im Bereich Budget und lifestyle (Image/Lebensgefühl/Individualität)
- Effizienzsteigerung (Flächen, Personal, Unterhalt)
- Servicelevel und Digitalisierungsprozesse

# Erkenntnisse

- Grossteil privat und Inhaber geführte Hotels, oft verbunden mit Investitionsstau, mittlere und kleine Betriebe
- Anbindung an Sales und Marketing-Kanäle (Neue Märkte)
- Vergleichbarkeit der Produkte (Plattformen)
- Kundenbindung und Kunden-Experience
- Storytelling: Erfüllung der Erwartungshaltung des Gastes
- Nischen und lokalen Markt besetzen als Chance
- Abgrenzung und Verbesserung durch Weglassen
- Digitalisierung und Technik als treibende Kraft

Was bedeutet das für Wellness als Nische oder Trend?

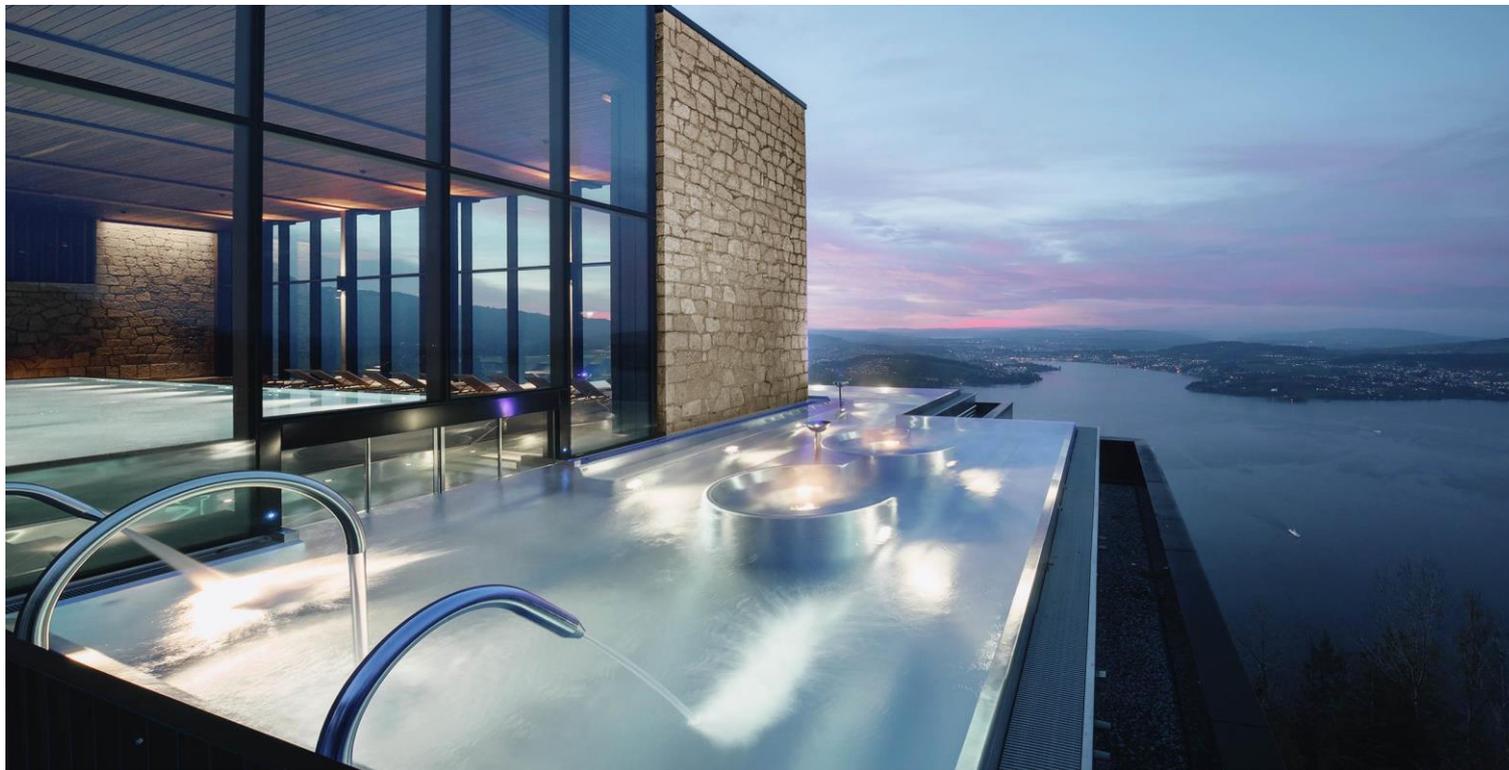
# Neue Gäste, neue Werte

- Die veränderten Gästestrukturen und Generationen bringen neue Wünsche, Erwartungen und Anforderungen
- Woher kommen meine Kunden und was erwarten diese?
- Potenzial Mittlere Osten und Fernost – andere Länder andere Sitten...
- Hardware und Software: Welche baulichen Angebote werden benötigt und welche Services werden erwartet?

## Spa als Alleinstellungsmerkmal und/oder WOW Effekt

- Früher ein USP, heute Standard.
- Stetiger Zwang zur Differenzierung, Erneuerung oder Zuschnitt auf eine klare Zielgruppe notwendig.
- Kann Wellness alleine nachhaltig ein Konzept sein oder was braucht es darüber hinaus?

# Spa als Alleinstellungsmerkmal und/oder WOW Effekt



# Anhand von 3 Beispielen der Differenzierung

- Medical
- Digitalisierung
- Private Spa

# Spa und Medical

## Spa und Medical

*«Vergessen Sie den Stress des Alltags. Tauchen Sie ein in eine neue Dimension der körperlichen und mentalen Leichtigkeit. Erleben Sie Wohlbefinden durch unser Konzept» Healthy by Nature». Vielleicht möchten Sie Ihrem Körper ein Detox gönnen, Ihren Organismus in Schwung bringen oder einfach nur an Vitalität und Balance gewinnen?  
Wir bieten Ihnen individuelle Treatments, die Ihren Wünschen und Begehren entsprechen und sie erquicken lassen.»*

# Spa und Medical

- Medical als Ergänzung zum klassischen Spa Angebot sowohl als Chance zur Weiterentwicklung als auch als Widerspruch zur klassischen Wellnesshotellerie.
- Wohlfühlen contra Krankenhaus-Atmosphäre
- Gesundheit contra Laster (Cigare-Lounge)
- Oberflächen, Dimensionen und Anforderungen

# Typische Medical Services

Dermatologie

Diagnostik & Laboranalytik

Ernährungsberatung

Orthopädie

Psychosomathik

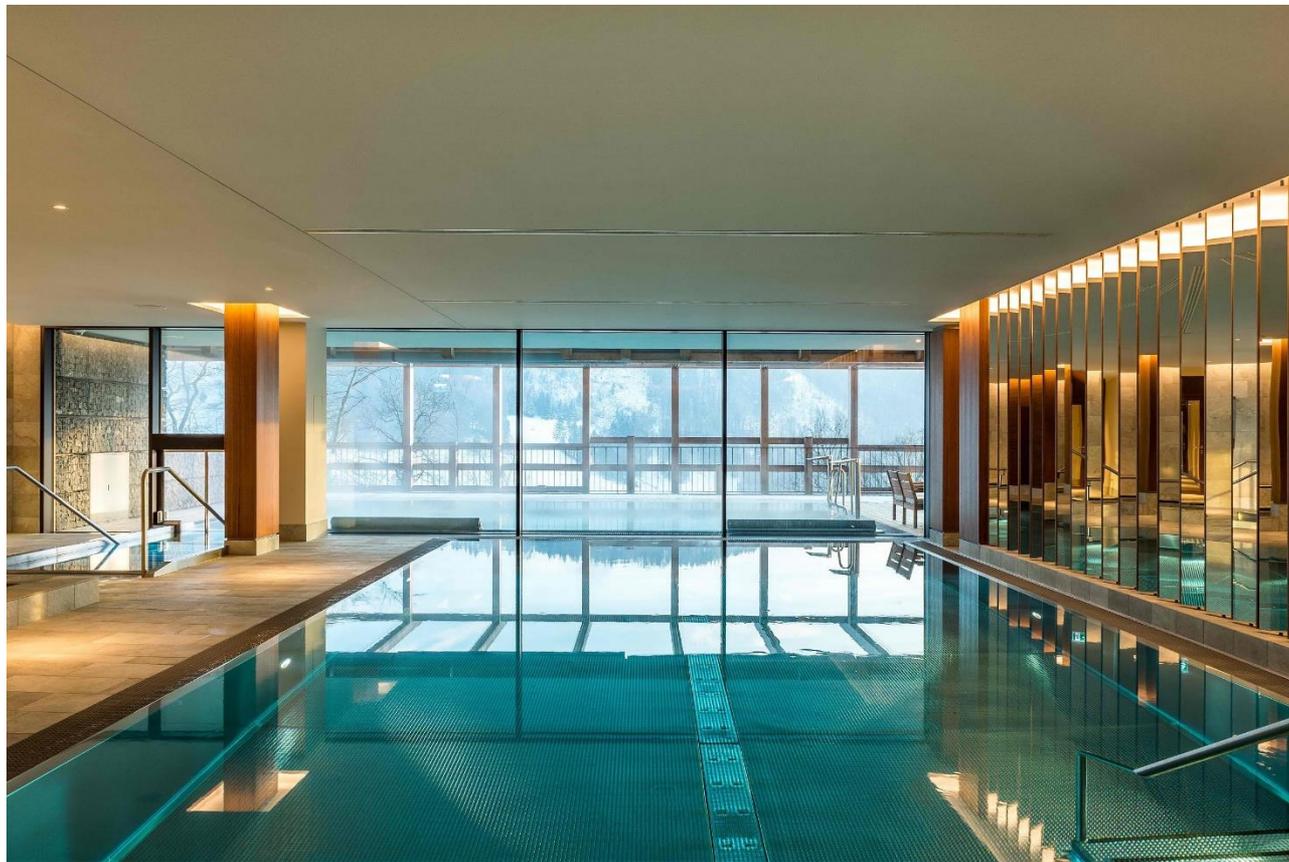
Sportmedizin

Therapie & Fitness

Zahnmedizin & Bleaching

# Look&Feel - Vergleich

# Medical Wellness – Look&Feel



# Wellness– Look&Feel



# Digitalisierung

# Digitalisierung

*„Neues Portal für VR-Wellness-Apps“*



# Digitalisierung

## **VR – Virtual Reality Reisen und Tourismus**

### **Virtual Reality Wellness Reisen in Wellnesshotels, Flugzeugen, Kreuzfahrtschiffen, Reisebüros ...und von zu Hause.**

*«Im Virtual Reality werden Sie mit Hilfe von 3D Brillen auf Wellness Reisen entführt, die Sie in fast jede Umgebung projektieren. Relaxen Sie am Strand der Maldiven, machen Sie Yoga in der Wüste oder liegen Sie auf einer wunderschönen grünen Wiese im Allgäu. Die Virtual Reality läßt Sie in entspannenden Umgebungen Wellnessurlaub machen. Sie brauchen sich nur zurücklehnen und eine VR Brille aufzusetzen. Gute Virtual Reality Videos emotionalisieren und lassen uns glauben, wir wären an einem anderen Ort. Hier können wir perfekt entspannen oder neues erleben.*

***Wellness Reisen im Virtual Reality** in entspannten Umgebungen meint, das Sie auch von zu Hause aus Wellnessurlaub machen können. Sie sitzen im Couchsessel oder liegen auf dem Sofa und entspannen Ihren Körper und Geist in einer virtuellen Welt.»*

Private Spa

# Private Spa

- Wellness hält Einzug in das Zimmer/Bad – sowohl privat als auch im Hotel. Dies entspricht einem Bedürfnis (Privacy und Kulturwandel) und resultiert in neuen Chancen (Private Spa, Spa Suiten) und Herausforderungen (Bau, Service, Personal)

# Private Spa



Was bedeutet das für...?

# Gast

- Demokratisierung und Transparenz der Hospitality Branche:  
Freie Wahl des Gastes
- Individualisierung: Der Gast steht im Vordergrund
- Preis, Erfahrung, Lage und Service als Entscheidungskriterien
- Von No Service to Full Service (Self-Treatments, analog Fitness  
Wellness-Trainer statt Personal-Trainer)
- Erwartungshaltung und Kundenbindung
- Digitalisierung und Prozesse

# Hotelier

- Gastronomie, Medical, Wellness und weitere Mischformen
- „Storytelling“ und „Naming“ zur Kundengewinnung
- Service als Differenzierungsmerkmal
- Personal und Know-How
- Mögliche Spezialisierung/Diversifikation
- Innovation und Mut zur Veränderung
- Neue Gästesegmente und Kulturen
- Authentizität

# Investor

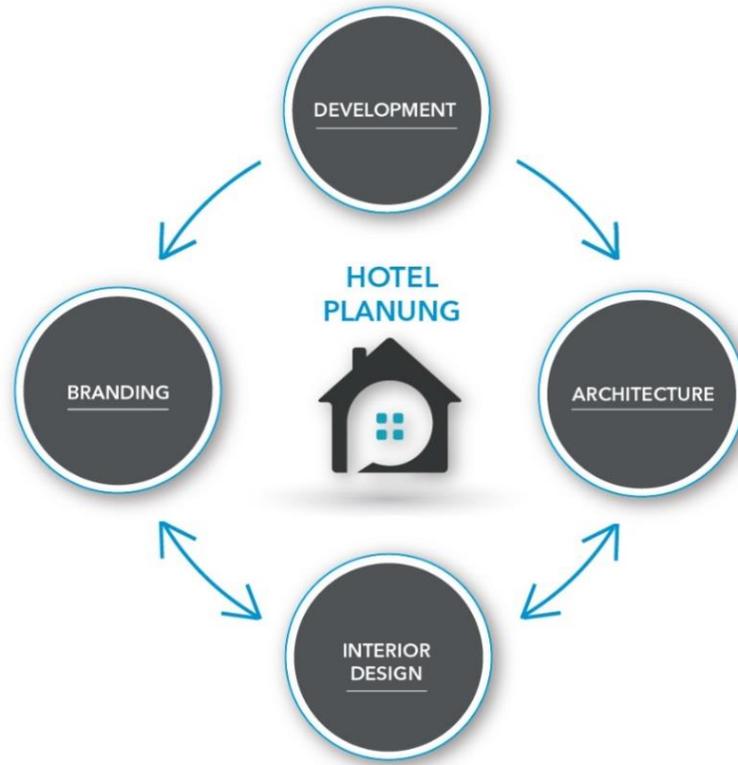
- Emanzipation der Branche
- Flexible Vertragsmodelle (Pacht, Management, Hybrid etc.)
- Professionalisierung durch den Druck der Systemhotellerie
- Hotelimmobilien als echte alternative im gewerblichen Immobilienbereich

# Architektur und Planung

- Funktionalität contra „Ikone“
- Das Erlebnis fängt bei der Architektur an
- BoH und FoH Planung: Hier werden die Weichen zum Erfolg (oder Scheitern) gestellt
- Zeithorizont und Investitionszyklus: 5, 10, 15, 20, 25,
- Technik-Technik-Technik: Haustechnik als entscheidendes (Killer-) Kriterium
- Digitalisierung, 3D und BIM als treibende Kraft

# Interiordesign und Positionierung

- Technologie als treibender Faktor: Hotel 4.0 und was bedeutet das für Wellness und Spa?
- Service und Design: Differenzierungsmerkmal und Abgrenzung
- Storytelling und Trends: Was brauchen wir in den nächsten 5, 7, 12, 20 Jahren?
- Planer: Know-How contra Innovation
- Trend: Kompaktes Zimmer, wohnliche Öffentliche-Bereiche, persönlicher Spa?





**monoplan.**