

# Wellness auf einen Click

Sein persönliches Wellnessziel ganz bequem per Mausklick suchen – das Internetportal [wellnessfinder.com](http://wellnessfinder.com) macht das möglich. SPA inside sprach mit den „Machern“ des virtuellen Wellness-Marktplatzes.

**B**ereits vor knapp 10 Jahren haben Sie mit [www.wellnessfinder.com](http://www.wellnessfinder.com) das Buchen von Wellnessreisen per Mausklick ermöglicht. Herr Blank, wie kamen Sie auf diese Idee?

In den 90-er Jahren verfolgte ich mit großem Interesse das neue Kommunikationsmedium Internet. Aufgrund meiner langjährigen Erfahrung als Hotelier wurde mir schnell klar, dass das Internet viele Möglichkeiten auch bei der Vermarktung von touristischen Angeboten bieten würde. Wie, in welchem Ausmaß und mit welcher Geschwindigkeit sich das Internet verbreiten würde, war damals erst wenigen klar – mir auch nicht! Bereits 1997 kaufte ich die ersten Domains für damals viel Geld, so dass der Provider fragte, ob ich das Geld zum Fenster hinauswerfen wolle. Sicher kam ich ihm vor wie ein „Traum-

„Unsere Stamm-User informieren wir regelmäßig über News aus der Spa-Welt.“

wandler“, denn im Vergleich zu heute musste man damals für eine Domain noch tief in die Tasche greifen.

Der Gedanke, einen Internet-Marktplatz zum Thema Wellness, Wellness-Hotels und Wellness-Angebote ins Leben zu rufen, wurde immer konkreter. Ich beauftragte eine Werbeagentur mit der Erstellung und Gestaltung des Internet-Auftritts von [wellnessfinder.com](http://wellnessfinder.com), denn Webdesigner oder gar Web-

Agenturen suchte man damals auf dem deutschen Markt noch vergebens. Ich fühlte mich ein wenig wie ein Pionier, als ich am 20. August 1999 per Knopfdruck meinen [wellnessfinder.com](http://wellnessfinder.com) ins world wide web frei gab, das erste Wellness-Portal im deutschsprachigen Raum mit über 200 Hotels und den entsprechenden Wellnesspaketen.

Für die ersten User war es ein neues Gefühl, auf der Wellnessfinder-Plattform ganz individuell „ihr“ Wellness-Hotel zu finden und sich direkt mit dem Hotel per Telefon oder per E-Mail in Verbindung zu setzen oder die gewünschte Wellness-Pauschale gleich online zu buchen. Weder Reiseveranstalter noch Reisebüro sind dazwischen geschaltet.



Dietrich Blank und Annette Heydenreich stehen hinter dem 1999 gegründeten Internetportal. [www.wellnessfinder.com](http://www.wellnessfinder.com) bietet Usern ein umfassendes Themenportal rund um Wellness, Beauty, Fitness und Gesundheit wie z. B. Angebote von zirka 250 Partnerhotels in 11 Ländern und einem E-Magazin. Der Hotellerie-Branche steht zudem ein umfangreiches Marketing-Tool zur Verfügung.

Für die auf dem Wellnessfinder platzierten Wellness-Hotels war es dagegen neu, sich auf einer themenbezogenen Plattform zu präsentieren und dadurch besser und schneller gefunden werden zu können.

**Das Internet ist ein schnelllebiges Geschäft. Was hat sich seit Ihrer Gründung besonders gravierend geändert?** Früher fand der User seine Wunsch-Wellness-Pauschale und buchte diese per Anfrageformular ein. Telefonieren war vor zehn Jahren noch nicht so angesagt wie heute. Es war teuer, noch dazu, wenn es sich um ein Ferngespräch handelte und man es abends von zu Hause führen musste. Es dauerte also einfach entsprechend länger. Vor allem das Ausfüllen von Anfrageformularen bedeutet „Zeitverlust“. Zeit, die wir nicht mehr zu haben glauben. Das heißt: Auch das Internet musste hier schnellere und unkompliziertere Lösungen anbieten. Heute gibt es das Internet im Büro, daheim, per Netzwerk oder W-Lan, die globalisierte Welt wird „ergoogelt“. Gerade die Kombination Internet und Handy sind für die Wellnessangebote auf wellnessfinder.com unschlagbar. Wenn jemand ein Hotel buchen möchte, ruft er gleich an. So nimmt man erste „Tuchföhlung“ mit dem Haus auf und merkt durch den persönlichen Kontakt, ob man sich dort wohlföhlen kann.

**Frau Heydenreich, besuchen Sie Ihre vorgestellten Hotels alle persönlich?**

Anhand des Wellness-Angebots eines zukünftigen Partnerhotels, der Homepage, seiner „Hardware“ in Form von Pools, Saunalandschaft, Behandlungsräumen etc. und seiner „Software“ in Form von möglichst zielorientierten Wellness-, Beauty- oder Gesundheitspauschalen nehmen wir vorab eine entsprechende Gesamtbeurteilung des Hauses vor. Fällt diese positiv aus, besuchen wir natürlich auch das Haus persönlich. Und Mystery-Checks werden selbstverständlich auch beim Wellnessfinder in unregelmäßigen Abständen durchgeführt. Sie dienen nicht zuletzt der Qualitätskontrolle, was unseren Usern wichtig ist und die Qualität von wellnessfinder.com ausmacht.



Mit Wellnessfinder und SPA inside den perfekten Wellnessurlaub finden. Einfach [www.spa-inside.de](http://www.spa-inside.de) eingeben und unter den 250 Hotels aus elf Ländern auswählen

**Welche Urlaubsziele sind bei den Usern zurzeit besonders beliebt?**

Beliebt sind hauptsächlich die Nahziele. Denn wer möchte heute schon die meiste Zeit seines Wellnesswochenendes auf der Autobahn und womöglich noch im Stau zubringen? Lange An- und Abfahrten sind einfach mega-out. Man möchte schnell und einfach an sein Wellnessziel kommen und ganz rasch mit dem Genießen beginnen. Das heißt konkret: Der User sucht sich eigentlich sein Wellnessziel im Umkreis von ca. 1 bis 3 Stunden Autofahrt. Beliebte Wellnessziele sind zum Beispiel im Norden von Mecklenburg-Vorpommern, besonders mit seinen Ostseeinseln, und im Süden von Bayern mit dem Bayrischen Wald und den bekannten Zielen in Oberbayern und, nicht zu vergessen, in Baden-Württemberg.

**Herr Blank, Sie bieten Ihren Usern einen umfangreichen Service, wie beispielsweise einen E-Newsletter. Haben Sie inzwischen richtige Stammgäste?**

Wir verfügen über eine wachsende Anzahl von Stammgästen, die immer wieder und in regelmäßigen Ab-

ständen, teilweise auch mehrmals im Jahr unsere Dienste nutzen, um unsere Partnerhotels zu besuchen. Der Wellnessfinder-Marktplatz hat sich zudem zu einem beliebten Kommunikationszentrum entwickelt. Und über unseren erwähnten monatlichen Wellnessletter informieren wir unsere Stamm-User und eingetragene Abonnenten über Neuigkeiten auf der Plattform oder in den Wellness- bzw. Spa-Welten.

**„Man will schnell ans Ziel kommen. Lange Anfahrten sind bei Wellnessreisen mega-out.“**

**Das Internet ist heute längst nicht mehr nur eine Plattform für junge Leute. Können Sie das bestätigen?**

Ja, alle Altersgruppen von 18 bis 80 Jahren und nicht nur das weibliche Geschlecht, sondern auch immer mehr Männer nutzen die Informationsmöglichkeiten des Internets. Und das macht das Internet ja auch so spannend.

**Frau Heydenreich, Herr Blank – verraten Sie uns Ihr liebstes Urlaubsziel?**

Gedanklich haben wir doch eigentlich immer Urlaub, oder? Gerne nutzen wir unsere freie Zeit, um meist in Mitteleuropa neue und etwas andere Wellnessziele zu entdecken, die bequem und schnell erreichbar sind.