



# PRESSEMITTEILUNG

## Deutscher Wellness Verband e.V.

### **Deutscher Wellness Gipfel: Das Umdenken hat begonnen**

Der internationale Wellnessmarkt steht vor einer Neuausrichtung. Dr. Don Ardell erhält den erstmals vergebenen Lifetime Achievement Award für sein Lebenswerk.

Am 22. und 23. August fand in Düsseldorf zum 20-jährigen Jubiläum des Deutschen Wellness Verbands der erste Deutsche Wellness Gipfel statt. Knapp 200 Teilnehmer aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Spanien, den Niederlanden und den USA folgten der Einladung und erlebten eine in mehrfacher Hinsicht außergewöhnliche Veranstaltung.

Drei Workshops, acht Referate, zwei Diskussionsrunden und die erstmalige Verleihung des Lifetime Achievement Awards „A life of wellness“ – nicht gerade ein kleines Programm für eineinhalb Tage. Dazu reichlich Gelegenheit zum Networking und eine begleitende Ausstellung, auf der den Konferenzteilnehmern Dienstleistungen und Produktneuheiten für das Spa- und Wellness-Business präsentiert wurden. Das Hotel InterContinental an der Düsseldorfer Königsallee bot dazu den passenden Rahmen für ein reich gefülltes, hochkarätiges Event.

### **Innovationen für Kosmetik, Bewegung und Management**

Den Auftakt machten drei mehrstündige Workshops von Dermalogica, gym 80 und Deutschem Wellness Verband. Das aus den USA stammende Kosmetikunternehmen Dermalogica präsentierte sich mit seinen individualisierten Behandlungskonzepten und einem besonders erfolgreichen Marketingansatz mit den Schlüsselementen Face Mapping und Skin Bar. Hotelmitglieder des Deutschen Wellness Verbands zeigten sich schon vor der Veranstaltung beeindruckt von der Umsatzentwicklung, die sich aus der Zusammenarbeit mit Dermalogica erzielen ließe. Gym80, eines der bekanntesten Unternehmen unter den Herstellern hochwertiger Fitnessgeräte, stellte sein innovatives Raum- und Bewegungskonzept BodySense vor. Marketingleiter Mathias Schilling war sichtlich überrascht von der großen Resonanz des Konferenzpublikums: „Wir konnten mit unserem Workshop mehr Teilnehmer erreichen als wir jemals erwartet hatten.“

Zu einem Spa-Manager Roundtable hatte der Deutsche Wellness Verband (DWWV) eingeladen und auch dieser Workshop erfreute sich eines enormen Zuspruchs, was den Bedarf an fachlichem Austausch und den Wunsch nach Klarheit in Qualitätsfragen erkennen ließ. Hier ging es um den Start einer neuen Fachgruppe für Spa-Manager im DWWV mit dem Ziel, ein verbindliches Qualifikationsprofil für diese Berufsgruppe zu definieren und dieses zur Grundlage eines vom Verband vergebenen Titels zu machen. Es wurde leidenschaftlich und mit teils kontroversen Positionen diskutiert, wobei am Ende nur eine wesentliche Frage offen blieb: Wie umfassend sollten die fachpraktischen



Kompetenzen von Spa-Managern sein, um zu einer Prüfung beim DWV zugelassen zu werden? Die neue DWV-Fachgruppe Spa-Management wird dies in den nächsten Wochen entscheiden.

## **Networking mit alten Bekannten und neuen Partnern**

Der Vorabend der Konferenz stand ganz im Zeichen des Networkings. Das lockere Get together in fast schon familiärer Atmosphäre nutzten viele der Veranstaltungsgäste, um sich ohne Zeitdruck auszutauschen und besser kennen zu lernen. Schon an diesem Abend wurde die besondere Stimmung des Deutschen Wellness Gipfels deutlich spürbar. „Das Beisammensein in dieser ungezwungenen, angenehmen Atmosphäre zeigte, wie der Wellnessgedanke die Menschen freundlich und empathisch macht“, so die Eindrücke der Teilnehmerin Rosi Zierler-Schmitt. Auch Dietrich Blank, Chef des Internetportals Wellnessfinder, zeigte sich zufrieden: „Für mich war der Deutsche Wellness Gipfel ein Ort des Netzwerkers und des Informationsaustausches in einer angenehmen und entspannten, fachlich hochwertigen Atmosphäre.“ Diesen Eindruck teilten wohl die meisten der Gäste, die an diesem Abend und auch am folgenden Konferenztag dabei waren. Ausschlaggebend für das auffallend hohe soziale Wohlbefinden war sicher nicht nur der geschaffene Rahmen, sondern vor allem auch die Mentalität und das Niveau der Gäste und Veranstaltungspartner. Ein Aussteller brachte es auf den Punkt: „Die Teilnehmerliste liest sich wie das Who is Who der Wellnessbranche.“ So gab es auch für die Newcomer unter den Gästen viele Gelegenheiten, die Großen und Erfolgreichen einmal ganz nah zu erleben und im persönlichen Kontakt kennen zu lernen.

## **Die Wellness-Story**

Den Hauptkonferenztag eröffneten Prof. Dr. Jim Miller von der österreichischen Hochschule Joanneum und der Vorsitzende des DWV, Lutz Hertel, mit einem spannenden Bogen vom Anfang der Wellnessbewegung bis zu ihrer viel versprechenden Zukunft. Der Historiker Miller erklärte die Entstehung von Wellness in der amerikanischen Geschichte und bereinigte dabei zahlreiche Fehlwahrnehmungen, die bis heute kursieren. Anders als in Deutschland wurde Wellness in den USA nicht als Freizeitkonzept populär, sondern als erfolgreiches Instrument zur Dämpfung von Krankheitskosten durch öffentliche und private Unternehmen. Miller verdeutlichte, dass der Wellnessgedanke historisch auf dem politischen Boden des Liberalismus und der Selbstverantwortung für das Leben, die Gesundheit und das Glück beruhe. Der Begriff Wellness sei keinesfalls ein aus well-being und fit-ness zusammen gesetztes Kunstwort. Er existiere seit mehreren hundert Jahren, wurde aber durch das Konzept „High Level Wellness“ des Präventivmediziners Halbert L. Dunn seit den 60er Jahren zunächst in den USA sehr populär und später auch darüber hinaus. Insbesondere Dr. Don Ardell sei es zu verdanken, dass eine internationale Wellnessbewegung in Gang gesetzt wurde, die sich ausgehend von den USA schließlich weltweit verbreitete. Heute interagierten die wichtigsten Wellnessorganisationen der Welt per Internet auf der Plattform ID Wellness.

Lutz Hertel fokussierte sich in seinem anschließenden Vortrag auf die Wellnessentwicklung in Deutschland. Er verdeutlichte, wie Wellness als Konsumgut zum Spiegel einer nationalen Verschiebung von Charakterzügen, Bedürfnissen und Lebensstilen in der deutschen Bevölkerung wurde. Inzwischen würden 43% der Deutschen Wellness als einen wichtigen Aspekt in ihrem Leben betrachten (Wellness Sensor 2009), ein Wert, den Hertel bereits an sich als revolutionär bezeichnete. Der Wellnessmarkt sei in den letzten 10 Jahren auf mehr als 70 Mrd. Euro Jahresumsatz angewachsen. Diese Zahlen könnten jedoch nicht darüber hinweg täuschen, dass das Wellnessniveau der meisten Deutschen insgesamt nur sehr bescheiden sei und ein gewaltiges Potenzial

noch brach liege. Um als Kompensation für einen belastenden Lebensalltag zu taugen, müssten andere Angebote als nur Massagen, Kosmetikbehandlungen oder Bäder in das Programm der Anbieter aufgenommen werden. Hertel erinnerte an den Informationsexperten Nefiodow, der schon Anfang der 90er Jahre die Prognose vertrat, dass der nächste große Wirtschaftszyklus durch Innovationen zur Schaffung von Gesundheit angetrieben werden würde. Dabei ginge es laut Nefiodow in erster Linie um psychosoziale Gesundheit und Kompetenz. Diese Kompetenz für Glück und Lebensqualität, so Hertel, würde jedoch nicht passiv empfangen, sondern resultiere aus produktiver und kreativer Anstrengung. Die eigentliche Wellnessrevolution, in deren Folge auch die Spa- und Wellnessindustrie ein Vielfaches des heutigen Marktes erschließen könnte, stünde deshalb laut Hertel erst noch bevor.

### **Profitcenter Wellness tourismus**

Einer der europäischen Top-Experten für Tourismus, der österreichische Berater Dr. Manfred Kohl, zog eine von Kompetenz und Erfahrung geprägte Bilanz der konzeptionellen und wirtschaftlichen Entwicklung des Wellness tourismus in Österreich und Deutschland. Mit erheblicher Skepsis stellte er fest, dass von den rund 2.000 4- und 5-Sterne-Hotels Österreichs knapp 1.000 im Relax-Guide aufgeführt wären. „Jedes zweite Hotel ein Wellnesshotel?“ Für Kohl hat nach 15 Jahren Wachstum bereits 2005 die Phase der notwendigen Differenzierung in diesem Markt begonnen. Es seien zahlreiche gravierende Fehler begangen worden, wie etwa die Konzentration auf Hardware-Schlachten, die Vernachlässigung einer durchgängigen Wellnessphilosophie in allen Abteilungen des Hotels oder die Ausblendung der eigentlichen, ursprünglichen Idee von Wellness. Kohl ließ die Konferenzteilnehmer mit seiner kritischen Analyse aber nicht im Regen stehen sondern erläuterte sieben Leitsätze für eine erfolgreiche Zukunft im Wellness tourismus: Scharfes Profil (man müsste einem potenziellen Wellnessgast in maximal 7 Sekunden von der für die Tätigkeit einer Buchung entscheidenden Einzigartigkeit überzeugen), Fokussierung auf „Lebensstil-Wellness“ mit Alltagstransfer, Bettenauslastung ist wichtiger als der Profit im Spa, Mittelklasse-Wellness ist stark im Kommen, Green Wellness (Öko, Natur, Nachhaltigkeit) wird wachsen, immateriellen Luxusgütern gehört die Zukunft („Care & Flow“: Zuwendung, Ruhe, Zeit, Raum, Sicherheit) und die Grenze zwischen Spa- und Wellness einrichtungen einerseits und Medizin- und Gesundheitseinrichtungen andererseits wird durchlässig.

### **Erfolgreiche Frauen im Wellness- und Spa-Business**

Zumindest für den deutschsprachigen Raum gilt: Ohne Frauen keine Wellnessbewegung. Sie sind bislang nicht nur die Wegbereiter und wichtigsten Umsatzbringer auf Kundenseite, sie haben auch als Unternehmerinnen und Powerfrauen eindrucksvolle Akzente auf der Anbieterseite gesetzt und bewiesen, dass Frauen gerade im Spa- und Wellness-Business Karriere machen können. Eine repräsentative Auswahl von Persönlichkeiten präsentierte Sylvia Dinter, langjährige Beraterin in der Fitness- und Freizeitbranche und Spezialistin für Networking unter Karrierefrauen, in einer Podiumsdiskussion. Hildegard Dorn-Petersen, gefragte Expertin für Wellness-Consulting in der Hotellerie, bestätigte, dass Hotelgesellschaften die Position des General Managers klassischer Weise immer noch am liebsten durch Männer besetzten, dass aber in letzter Zeit eine Tendenz erkennbar wäre, auch bewusst Frauen für das Top-Management zu rekrutieren. Rosalinde Freund, Inhaberin des Wellnesshotels Freund, braucht sich einem solchen Wettbewerb nicht zu stellen. In harmonischer Arbeitsteilung mit ihrem Mann Hubertus Trageser leitet sie in dritter Generation das Familienunternehmen und lebt die Wellnessphilosophie sowohl in ihrer Führungsrolle, als auch gegenüber den Gäs-



ten. Wie sie leisten heute viele Unternehmerinnen mit Herz und Verstand Führungsarbeit im Wellness-Business. Angelika Baur-Schermbach, Inhaberin des mehrfach ausgezeichneten Face & Body Day Spas in München, konnte für den Bereich des Spa-Managements keinen entscheidenden Vorsprung von Frauen gegenüber Männern oder umgekehrt ausmachen. Im Spa-Business könne heute jeder sehr erfolgreich sein, wenn er bzw. sie das Handwerk gut beherrsche, egal ob Mann oder Frau.

Elke Diefenbach-Althoff, die mit ihrem eigenen Unternehmen die Spa- und Beauty-Abteilungen der renommierten Althoff-Hotels operativ führt, verkörperte überzeugend und sympathisch die selbstbewusste Frau, die an der Seite eines starken Mannes ihren eigenen Karriereweg geht. Erst mit dem Aufbau ihres selbständigen Betriebs sei die Zusammenarbeit mit ihrem Ehemann spürbar einfacher und besser geworden, wusste sie zu berichten. Den Männern als Kunden im Spa bescheinigte sie einen deutlichen Zuwachs an fachlicher Kompetenz und eigenen Vorstellungen in Bezug auf Behandlungsoptionen. Diskussionsteilnehmerin Daniela Lindner, Mitglied der Geschäftsführung in der Börlind-Group, kam zusammen mit ihrer kleinen Tochter zum Deutschen Wellness Gipfel. Ein Auftritt, der schon ohne weitere Worte demonstrierte, dass Frauen sowohl als Familien-, wie auch als Unternehmens-Managerinnen imponieren können. „Eine Frau muss wählen können - und zwar nicht zwischen Verpflichtungen, sondern zwischen Angeboten“, so das verbluffende Statement von Frau Lindner.

Franka Hänig (redspa media), die ihre Karriere als Kosmetikerin begann, dann Kommunikations- und Medienwissenschaften studierte und in eine leitende Position eines bekannten Kosmetikfachverlags aufstieg, bevor sie 2007 ihr eigenes Verlagsunternehmen gründete, bestätigte nochmals, dass für den Erfolg im Beruf weniger das Geschlecht, als die Persönlichkeit und die Leistung ausschlaggebend seien. „Immer an sich glauben und überzeugt von sich sein!“, so das Motto der sympathischen Verlagschefin und zugleich Empfehlung an alle Frauen, die in der Spa- und Wellnessbranche Karriere machen wollen.

### **„A life of wellness“**

Der vom DWV erstmals vergebene Lifetime Achievement Award, eine Auszeichnung für eine herausragende Persönlichkeit der Wellnessbewegung und ihr Lebenswerk, ging an Dr. Don Ardell aus den USA. Die lebende Wellnesslegende nahm den schwergewichtigen Preis mit Stolz und sichtlicher Freude entgegen. Prof. Miller zeichnete in seiner Laudatio den Lebens- und Schaffensweg des Wellnessprotagonisten nach, der als Pilot und Städteplaner begann, bevor er sich den Gesundheitswissenschaften zuwandte. Schon 1977 war Ardell's erster Bestseller „High Level Wellness“ erschienen, auch in Deutschland, wo das Buch zum damaligen Zeitpunkt allerdings noch keinerlei Beachtung fand. Es folgten zahlreiche weitere Bücher und 1984 der seitdem durchgehend herausgegebene Ardell Wellness Report mit 74 Druckausgaben und inzwischen 546 Online-Ausgaben. Ardell transportierte das Wellnesskonzept aber nicht nur medial, sondern durch Vortragsreisen in viele Länder der Welt. Anlässlich des DWV-Jubiläums verfasste Ardell ein Booklet über REAL Wellness, das allen Konferenzbesuchern zusammen mit einer Musik-CD als Geschenk überreicht wurde. Eindrucksvoll waren auch die Hintergrundinformationen des Laudators über Ardell's Begeisterung für den Sport. Bereits 1991 wurde er von Arnold Schwarzenegger mit dem Healthy America Fitness Leaders Award ausgezeichnet. Ardell entwickelte sich über die Jahre zu einem Weltklasse-Triathleten, der 2009 mit 70 Jahren noch die Triathlon-Weltmeisterschaften (in seiner Alterklasse) gewann. Am 11. September startet Ardell erneut für die USA bei den diesjährigen Triathlon-Weltmeisterschaften in Ungarn.

## Ein neuer Markt für die Spa-Industrie

In seinem Vortrag erläuterte Ardell das von ihm entwickelte REAL Wellness Konzept, das nach seiner Auffassung in voller Übereinstimmung mit den aktuellen Forschungsergebnissen des auf dem kürzlich beim Global Spa Summit in Istanbul präsentierten SRI Wellness Report stünde. Diese Studie bezifferte den weltweiten Jahresumsatz im Wellnessmarkt auf 1,9 Billionen US-Dollar. Dabei wurde zwischen reaktiven (auf die Lösung von Problemen ausgerichteten) und proaktiven Angeboten (zur Steigerung der Lebensqualität) unterschieden. Ardell betonte, dass Spas im REAL Wellness Konzept eine ideale Basis für neue, proaktive Angebote fänden, von denen es insgesamt noch zu wenige gäbe. Bei REAL Wellness ginge es darum, Gästen und Kunden in diesem Sinne Erfahrungen zu ermöglichen, die wirklich bedeutsam für das eigene Leben seien. Als einen Aspekt nannte er die Vermittlung der bewussten Erfahrung von Alltagsglück, welche die Wahrnehmung der Lebensqualität spürbar positiv verändern könne. Ardell betonte die Faktoren Spaß, Freude, Humor und Spiel im Rahmen der Spa-Menüs sowie die Einbeziehung mentaler Erlebnisse, die Menschen aus ihrer deprimierenden Normalität herausführen könnten. REAL Wellness beinhalte rationales und kritisches Denken, Enthusiasmus und überschwängliche Lebensfreude, Athletik im Sinne einer entsprechenden Lebensführung sowie eine liberale Geisteshaltung der Welt und der Lebensgestaltung gegenüber. Ein solches Verständnis von Wellness würde im Vergleich zu den typischen Spa-/Wellnessanwendungen ganz neue Angebotsformen und auch Zielgruppen erschließen. Ardell versicherte dem Publikum, dass die Wellnessbewegung nicht weiter als in ihrem Anfangsstadium sei und eine große Zukunft noch vor ihr liege.

## Neue Sichtweisen, neue Perspektiven

In Anknüpfung an die von Ardell aufgezeigte Neuausrichtung des Wellnessmarktes gaben zwei ungewöhnliche Referenten Einblick in ihre Ansichten und Erkenntnisse über Wellness und damit dem Publikum die Möglichkeit, alternative, neue Sichtweisen kennen zu lernen und dadurch ihren Horizont für Entwicklungspotenziale der Spa- und Wellnessbranche zu erweitern. Jürgen Woldt (do it Wellnessakademie) erklärte den Zusammenhang zwischen Fitness und Wellness. Seine Antwort überraschte das Auditorium: Die Liebe. „Die Liebe zur Bewegung, die keine Verzweckung und keine Bedingung kennt“, so Woldt. Als Bewegungsforscher hätte er erkannt, dass es eine unmittelbare Verbindung zwischen der Muskulatur und dem aktuellen Gefühlszustand gäbe. Dabei sei der Körper für die Gefühle zuständig und über ihn würden sich auch alle Befindlichkeitsaspekte regulieren lassen. So wie sich Gefühle im körperlich-muskulären Ausdruck äußerten, könnten umgekehrt gezielte Veränderungen im körperlich-muskulären Bereich Gefühle beeinflussen. Mit dieser Erkenntnis ließen sich ganz neue Möglichkeiten für die Integration von körperlicher Aktivität in das klassische Spa- und Wellness-Angebot entwickeln. Eine räumliche Umgebung, die solche Prozesse unterstütze, sei die von Woldt initiierte BodySense Rauminstallation, bei der Bilder, Farben, Licht, Klang, Duft, Sprache und Bewegung entsprechend seiner Erkenntnisse von Architekten zu einem räumlich erfahrbaren Konzept umgesetzt worden wären.

Der Benediktiner-Mönch und Zen-Meister Willigis Jäger, der zu den bedeutendsten Weisheitslehrern im deutschsprachigen Raum gehört, vermittelte in einer eindringlichen Rede seine Auffassung, dass Menschen mehr suchten als das, was ihnen bislang in Spas und Wellnessstempeln geboten würde. Wellness betreffe nicht nur den Körper. „Wir suchen Antwort auf den Sinn unseres Daseins. Nur wenn wir diese Antwort finden, fühlen wir uns wohl!“, so Jäger. Er machte deutlich, dass das Finden der wahren Antworten am ehesten durch konsequenten und disziplinierten Rückzug in die Ruhe möglich sei. Jäger plädierte für eine Überwindung der Individualisierung und Abgren-



zung. „Wir alle sind Maschen in einem großen Netz. Dabei fühlen wir uns zwar als Maschen, aber wir erleben und empfinden zu wenig das Netz.“ Jäger lud die Konferenzteilnehmer zu einer spontanen, von ihm geführten Meditation ein, um eine praktische Erfahrung des Gesagten zu ermöglichen.

## **Wertschöpfung durch Wellness – neue Chancen im Wachstumsmarkt Gesundheit**

Welche Zukunft hat Wellness? Dr. Joachim Kartte, Senior Consultant und Leiter des Kompetenzzentrums Pharma & Healthcare bei Roland Berger, präsentierte Erkenntnisse aus den bisherigen Forschungsarbeiten zur Entwicklung des zweiten Gesundheitsmarkts, der auch als Selbstzahlermarkt bezeichnet wird. Die Ausgaben im ersten und zweiten Gesundheitsmarkt ergänzten sich 2005 laut Kartte im Verhältnis 80:20. Dennoch zeige der Selbstzahlermarkt ein beständiges und vergleichsweise höheres Wachstum. Bemerkenswert sei auch, dass die Nachfrage größer sei als das Angebot, 2007 betrug die Differenz bereits 16 Mrd. Euro. Der größte Umsatz werde allerdings nicht mit Wellnessreisen oder Spa-Anwendungen gemacht, sondern mit Sport- und Fitnessartikeln, Biolebensmitteln und funktionaler Wohlfühlkleidung. Allerdings bestünde bei fast der Hälfte der Bevölkerung eine zusätzliche Ausgabenbereitschaft für Wellness. Auch Kartte zeichnete wie bereits Hertel ein ernüchterndes statistisches Bild vom Gesundheitsverhalten der Deutschen, wobei er das größte Nachfragepotenzial für Wellnessangebote bei gesunden Menschen mit gesundem Verhalten und bei (chronisch) kranken Menschen mit gesundem Verhalten sah. Bei Betrachtung der Gesamtbevölkerung seien 35% für Wellness und Gesundheit sehr aufgeschlossen. Großes Wachstumspotenzial bescheinigte Kartte unter anderem Gesundheitsreisen, Aus- und Fortbildung, Nahrungsergänzungsmitteln, Functional Food und Bio Food, Naturkosmetik, Personal Training, Internetdiensten sowie Qualitätssicherung/-beratung.

Dr. Ellis Huber, einer der prominentesten Querdenker und Reformer des Gesundheitssystems, Vorkämpfer für eine bessere Medizin („Liebe statt Valium“) und derzeit Vorstandsmitglied der BKK Securvita, befasste sich in seinem abschließenden, spannenden Vortrag mit dem Wertschöpfungspotenzial der Wellnessbewegung. Huber sprach von einer Gesundheitsgesellschaft, in der die Förderung der Gesundheitsressourcen zur treibenden Kraft unserer gesellschaftlichen und ökonomischen Entwicklung werden würde. Für eine erfolgreiche Umsetzung dieses Wandels seien allerdings grundsätzlich neue Denkmuster gefragt. Eines davon sei die Abkehr von hierarchischen Räderwerken zugunsten von bürokratiearmen Netzwerken. Gesundheit sei davon abgesehen weniger eine Folge medizinischen Wissens sondern viel mehr das Ergebnis psychosozialer Fähigkeiten. Neue Wertschöpfung entstünde aus Engagement in den Bereichen Bildung, soziale Teilhabe und Gemeinschaft. Das „soziale Bindegewebe“ bezeichnete Huber als einen Schlüsselfaktor der Gesundheit des Einzelnen und der Gesellschaft. Deshalb lautete seine Empfehlung an das Publikum auch konsequent: „Wir nehmen uns Zeit für uns selbst und unsere Nächsten und Liebsten. Wir gehen achtsam miteinander um, halten zusammen und lösen Probleme gemeinsam.“

In der abschließenden Diskussion mit den Referenten wurde nochmals deutlich, dass die Wellnessbewegung ein großes Potenzial besitzt, nachhaltige Lösungen für unbefriedigende Zustände in unserem Leben und in unserer Gesellschaft zu bieten. Dabei müsse jedoch eine Neuausrichtung der Wellnessangebote auf die offensichtlichen Mängel - reaktiv - viel mehr aber noch auf die Bedürfnisse und Chancen - proaktiv - erfolgen.



## Stimmen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Die Besucher des ersten Deutschen Wellness Gipfels zeigten sich am Ende der Veranstaltung zufrieden bis begeistert. Einige beispielhafte Kommentare:

**Heinz Baumeister**, Direktor des Esplanade Resort & Spa, Bad Saarow:

„Es hat mir sehr viel Spaß gemacht, ich habe tolle Leute kennen gelernt und die Vorträge und Präsentationen waren Klasse, nicht nur informativ und lehrreich sondern auch und ganz besonders motivierend, emotional und somit ermutigend für uns alle.“

**Dr. Matthias Menschel**, Inhaber des Menschels Vitalresorts, Bad Sobernheim:

„Die Teilnahme hat mir neue, wertvolle Impulse für die zukünftige Strategie unseres Hauses gegeben. Eine Wiederholung halte ich im positiven Sinn für unvermeidbar.“

**Mathias Schilling**, Marketingleiter gym80, Gelsenkirchen:

„ Sie haben hervorragende Arbeit geleistet in einem wunderbaren Ambiente. Das war und hatte Klasse!“

**Dr. Martin Klein**, Inhaber des Therapiezentrums Lorettoberg, Freiburg:

„Die Vorträge waren alle in der Benotung zwischen 2+ bis 1. Super. Wenn ich da so manches fachärztliche Gequatsche auf großen Kongressen dagegen halte: Sie haben etwas Tolles erreicht und ich habe viel aus Düsseldorf mit in den Süden genommen.“

**Karoline Müller**, München:

„Wie Sie wissen, bin ich in der Planungsphase meines Day Spas und habe dafür viele interessante Informationen und zahlreiche Kontakte bekommen.“

**Annette Mansfield**, Insider Cosmetics, Düsseldorf:

„Gekommen bin ich mit der Erwartung gute Kontakte zu knüpfen um daraus beruflich Fortschritte zu machen. Aber am Ende der Tagung trat dieses Bedürfnis zurück. Ich hatte viel mehr das Gefühl, dass wir uns alle gemeinsam für eine große Sache, die Gesundheit unserer Mitmenschen, einsetzen und dass dies viel wichtiger ist als nur das Networking.“

**Ute Rührig**, Inhaberin Quality Spa Associates, Flensburg:

„Guter Veranstaltungsort im InterContinental Düsseldorf mit einem sehr angenehmen Aufenthalt auch neben dem Programm. Inhaltlich war das Programm hervorragend, mit aufeinander abgestimmten Themeninhalten und gut zueinander passenden Referenten auf hohem Niveau arrangiert. Die Veranstaltung war so effektiv wie eine ganze Messe. Hervorragende Aussteller mit innovativen Produkten.“

**Vera Haueisen**, Hotel- und Tourismusberaterin, Heilbronn:

„Gratulation zu dieser außergewöhnlichen, hervorragenden, hochkompetenten und zukunftsweisenden Veranstaltung!“

**Hubertus Trageser**, Geschäftsführer Hotel Freund, Oberorke:

„Es war eine super gelungene Veranstaltung. Besonders gefallen hat uns die Kompetenz der Referenten, die uns auf neue, gleich umgesetzte Ideen brachte.“

**Dr. Stefan Kannewischer**, Geschäftsführer der Kannewischer AG, Zug:

„Es war vor allem deshalb eine wichtige Veranstaltung, weil es um Wellness und nicht um die Gestaltung von Wellness-Infrastruktur ging. Woher kommt Wellness? Wohin geht Wellness? Damit beschäftigt man sich viel zu wenig.“

**Detlef H. Hubbert**, Geschäftsführer der Firma Wellness Partner, Hünenberg:

„Man konnte als Teilnehmer profitieren, es war ein Highlight in jeglicher Hinsicht: Fachlich hochklassige Referenten, gute Informationen, gute Stimmung, Vielfalt der Themen, gutes Essen. Die weite Reise hat sich gelohnt.“



**Rolf Romani**, CRI Cronauer & Romani Innenarchitekten, Bensheim:

„Wir waren überrascht, welche positive Stimmung insgesamt vorherrschte und welche gute Qualität die Vorträge der verschiedenen Referenten hatte. Man kann sagen, dass der Funke auf uns übergesprungen ist.“

**Kornelius Kirsch**, Kirsch Unternehmensberatung, Brieselang:

„Es war für mich gut und wichtig, dabei gewesen zu sein! Das intensive Netzwerken hat Ideen geweckt, neue Bekanntschaften kreiert und in erheblichem Maß Wissen transferiert. Die Vorträge waren zum großen Teil zukunftsorientiert, äußerst inhaltsreich und vielschichtig, so dass man auch davon profitieren konnte. Ich würde jederzeit zum 2. Wellnессgipfel kommen.“

**Michael Bauer**, Klafs, Schwäbisch Hall:

„Sehr angenehm, gut durchdacht und ebenso gut organisiert.“

**Sylvia Glückert**, WellConsult, München:

„Es war eine tolle Veranstaltung auf höchstem Niveau. Neben dem breit gefächerten Inhalt der Vorträge hat das gute Verhältnis zwischen Vorträgen, Pausen und Ausstellung viele Möglichkeiten für Networking und Kundengespräche sowie für den Austausch unter Kollegen gegeben.“

**Dirk Miebach**, Elsperrmann Sanitär Großhandel, Wuppertal:

„Wirklich sehr interessante Vergleiche in der Betrachtung des Marktes, sowie der mittelfristigen Entwicklung der Zielgruppen für den Wellnessbereich. Zusätzlich war der Wellnессgipfel die Plattform für sehr interessante Gespräche mit „Querdenkern“.

**Christiane Wahl**, Deutsche Zentrale für Tourismus, Frankfurt:

„Die Veranstaltung fand ich rundum gelungen. Sehr informativ, da wir bei der DZT das Thema "Wellness- und Gesundheitsreisen in Deutschland" zum Jahresthema gemacht haben.“

**Ana Lorena Gomez**, Medicom Pharma, Baierbrunn:

„Gratulation für einen so professionell organisierten und gestalteten Gipfel und mein Dank dafür, dass ich, stellvertretend für MEDICOM, teilhaben konnte an so spannenden Gedanken, neuen Einblicken und interessanten Kontakten.“

**Vera Srock**, Inhaberin Spa Emotion, Ludwigshafen:

„Es war eine große Freude mit dabei sein zu dürfen und auch jede Menge bekannte Gesichter und Kontakte einmal wieder persönlich zu sehen. Ich empfand die Veranstaltung als sehr gelungen, auch den Austausch mit der Basis innerhalb des Workshops zum Thema Spa Management.“

**Karsten Wagenhals**, Thalgo Cosmetic, Karlsruhe:

„Besonders gefallen hat mir das Qualitätsbewusstsein des Deutschen Wellness Verbandes, welches den "Gipfel" in jeglicher Beziehung zu einem hochwertigen Erlebnis machte.“

#### **Ihre Ansprechpartner:**

Lutz Hertel, Vorstandsvorsitzender; Katarina Banach, stv. Vorstandsvorsitzende  
Deutscher Wellness Verband e.V.  
Neusser Str. 35; 40219 Düsseldorf  
info@wellnessverband.de  
0211 – 954 28 05