

PRESSEMITTEILUNG | 21. Oktober 2026

WORLD LUXURY SPA AWARDS | MARKETING DELUXE SPA DEVELOPMENT GROUP

PIONIERE DER LONGEVITY- UND SPA-BRANCHE ALS BEST SPA DEVELOPMENT GROUP IN EUROPA AUSGEZEICHNET



Während Longevity die Wellnessbranche neu definiert und immer mehr Hotels mit den verschiedensten Gesundheitsangeboten in den Markt drängen, baut marketing deluxe auf mehr als 20 Jahre fundierte Medical- und Health-Development-Expertise. Die international tätige Development Group entwickelt Spa- und Gesundheitsdestinationen von der ersten Vision auf der grünen Wiese über Konzept, Produkt und Betriebsmodell bis zur operativen Umsetzung – und etabliert das Ergebnis als unverwechselbare Marke im internationalen Markt. Bei den World Luxury Spa Awards 2026 wurde marketing deluxe dafür als „Best Spa Development Group“ in Europa ausgezeichnet.

Mit der Prämierung bei der Jubiläumsgala der World Luxury Awards 2026 im JW Marriott Bucharest Grand Hotel steht 2026 die Entwicklungsarbeit der international tätigen Spa Development Group, die ihr Head Office in Schwaz in Tirol hat, im Mittelpunkt: die Verbindung von mehr als zwei Jahrzehnten Medical- und Health-Know-how mit einer systemischen Methode, die von der ersten Vision bis zur operativen Umsetzung und internationalen Marktpositionierung reicht.

Kaum ein Begriff prägt die internationale Hospitality- und Wellnessbranche derzeit so stark wie Longevity. Hotels erweitern ihre Spa-Menüs um Diagnostik, Biohacking, Treatments, Infusionen, Zell-Repair- oder Lasting-Beauty-Programme; vielerorts wird aus dem klassischen Spa ein vermeintliches Gesundheitsresort. Doch zwischen einem trendgetriebenen Angebot und einer medizinisch fundierten, wirtschaftlich tragfähigen Health-Destination liegen Welten – vor allem in der fachlichen Tiefe, der operativen Komplexität und der Konsequenz der Umsetzung.

Genau an dieser Schnittstelle arbeitet marketing deluxe seit mehr als zwei Jahrzehnten. Die Spa Development Group mit Sitz in Schwaz in Tirol unter der Leitung von Gründerin und CEO Claudia Reichenberger entwickelt keine standardisierten Spa-Konzepte, sondern maßgeschneiderte Medical-, Holistic-Health- und Longevity-Destinationen. Ihr Ansatz beginnt lange vor Innenarchitektur, Treatment-Menü oder Marketingkampagne: bei der Frage, welche Positionierung ein Standort glaubwürdig tragen kann, welche medizinische und therapeutische Kompetenz ein Produkt benötigt und wie daraus ein funktionierendes Geschäftsmodell entsteht.

„Longevity ist heute in aller Munde. Aber ein paar neue Geräte, Treatments, Infusionen, eine Kältekammer und ein entsprechender Claim machen noch keine Health-Destination. Wer Gesundheit ernsthaft in Hospitality integrieren will, braucht medizinische Kompetenz, ein maßgeschneidertes Produkt, belastbare Betriebsstrukturen und eine klare Marktstrategie. Genau das entwickeln wir seit mehr als 20 Jahren“, sagt Claudia Reichenberger.

VON DER GRÜNEN WIESE BIS ZUM MARKTERFOLG

Die Arbeit beginnt bei der Vision eines Hoteliers, der Idee eines Investors oder dem Potenzial eines Standorts. Ob Neubau auf der grünen Wiese, Neupositionierung oder Transformation

einer historischen Immobilie: Machbarkeit, Markt, Zielgruppen, Standortidentität, medizinische Ausrichtung und wirtschaftliche Ziele werden zu einem belastbaren Entwicklungsszenario verbunden.

Darauf bauen Positionierung, Medical- und Holistic-Konzept, ganzheitliche, integrative Programme, Raum- und Funktionsplanung, Service-Logik und Guest Journey auf. Gleichzeitig entstehen die betrieblichen Grundlagen: Organisation, Personal, Schnittstellen zwischen Medizin, Therapie und Hospitality, Qualitätsstandards und SOPs.

Entscheidend ist das Zusammenspiel: Exzellente Diagnostik ergibt noch kein überzeugendes Resortprodukt. Erst wenn Gesundheitsleistungen, Gästerlebnis, Betrieb und Wirtschaftlichkeit ineinandergreifen, kann eine Destination ihr Markenversprechen nachhaltig einlösen.

INTERDISZIPLINÄRE EXPERTISE. EIN SYSTEM. MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN.

marketing deluxe vernetzt Expertise aus Medizin, Therapie, Ernährung, Bewegung und Regeneration mit Spa, Hospitality, Operations, Strategie, Produktentwicklung, Innenarchitektur, Branding und internationaler Positionierung. Statt isolierter Teilkonzepte entsteht ein klar differenziertes, operativ umsetzbares und wirtschaftlich tragfähiges Gesamtsystem.

Internationale Positionierung ist dabei kein nachgelagertes Marketing: Zielgruppen, Märkte, Marke sowie internationale Kommunikation und PR werden von Beginn an mitentwickelt. Denn nur ein substanzielles und funktionierendes Produkt lässt sich nachhaltig am Markt etablieren.

„Wir denken nicht in einzelnen Leistungen oder Ressorts, sondern in einem geschlossenen System. Unsere Stärke ist die Verbindung von jahrzehntelang gewachsenem Know-how aus unterschiedlichsten Disziplinen – und die Fähigkeit, daraus für jeden Standort eine eigene, unverwechselbare Lösung zu entwickeln. Wir begleiten die Vision bis in die operative Realität und anschließend in den internationalen Markt“, sagt Claudia Reichenberger.

INTERNATIONALE REFERENZEN

Das Portfolio der Development Group reicht von Medical Resorts bis zu Holistic-Health-Konzepten und Luxury Spas. Zu den Referenzen zählen Park Igls, European Ayurveda und das Mount Med Resort in Tirol, Plunhof Spa & Acqua Minera in Südtirol sowie die *Leading Hotels of the World* Botanic Sanctuary Antwerp in Belgien und Van Oys Maastricht Retreat mit Oysana Spa & Sports in den Niederlanden. Auszeichnungen dieser Destinationen untermauern die Expertise: 2025 erhielt das Mount Med Resort den Titel „Global Spa of the Year“ sowie drei weitere Global Awards. 2026 gewann Oysana Spa & Sports drei World Luxury Spa Awards, darunter „Best Luxury Health & Fitness Spa“ weltweit. Das Van Oys Maastricht Retreat wurde somit gesamt neunmal prämiert. Insgesamt erhielten marketing deluxe und seine Kunden 2026 neunzehn World Luxury Auszeichnungen.

DIE ZUKUNFT DER HEALTH HOSPITALITY BRAUCHT SUBSTANZ

Longevity eröffnet Hoteliers und Investoren neue Chancen, erhöht aber zugleich die Anforderungen an medizinische Qualität, Personal, klare Differenzierung, operative Umsetzung und Rentabilität. Nicht die Anzahl der Technologien entscheidet über den Erfolg, sondern ihre sinnvolle Integration in ein eigenständiges, marktfähiges Gesundheitsprodukt.

„Unser Ziel ist nicht, einem Trend hinterherzulaufen oder möglichst viele Leistungen unter einem neuen Begriff zu bündeln. Wir entwickeln Destinationen mit einem klaren Profil, einer funktionierenden Leistungsarchitektur und dem Potenzial, in ihrer Nische eine führende internationale Marktposition aufzubauen.“

Der Award ist eine wunderbare Bestätigung für diese Haltung – und vor allem für die Menschen und die Expertise, die dahinterstehen“, sagt Claudia Reichenberger.

ÜBER marketing deluxe | SPA DEVELOPMENT GROUP

marketing deluxe ist eine international tätige Development Group mit Head Office in Schwaz, Tirol. Seit mehr als 20 Jahren entwickelt und positioniert das Unternehmen individuelle Medical Spas, Holistic-Health-Konzepte, Longevity-Resorts und Luxury-Hospitality-Destinationen. Die systemische Methode verbindet Standort- und Marktanalyse, Feasibility, Medical- und Spa-Konzeption, Produkt- und Markenarchitektur, Guest Experience, operative Planung und Implementierung sowie internationales Go-to-Market, PR und Markenentwicklung.

WORLD LUXURY AWARDS

Die 2006 gegründeten World Luxury Awards zeichnen Leistungen der internationalen Hotellerie, Gastronomie, Spa- und Tourismusbranche aus. Die Preise werden auf globaler, kontinentaler, regionaler und nationaler Ebene vergeben. Über die Gewinner entscheiden Gäste, Reisende und Branchenvertreter in einer internationalen öffentlichen Abstimmung.



PRESSEKONTAKT

marketing deluxe | Nicole Ginzinger

Tannenberggasse 2/G1 | 6130 Schwaz | Austria

T +43 5242 61115 | presse@marketing-deluxe.at | marketing-deluxe.at

