



ZENVENTURE™

Club Med Ψ



VOR WORT

Geschäftslei-
tung Club Med
Deutschland

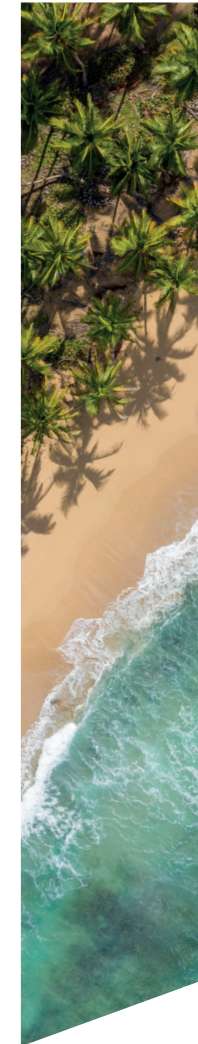
04



ZEN VENTURE™

by Club Med
Eine neue Art
des Reisens

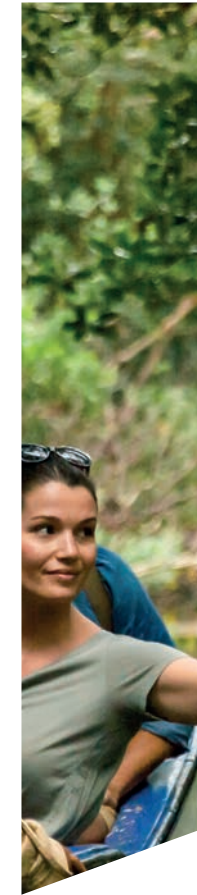
06



RESORTS

ZENVENTURE™
erleben

08



STUDIE

Die Club Med
Studie

14



TRENDS

Club Med und
die Entwicklung
der Reisebranche

18



UNSERE VISION

von
ZENVENTURE™
und Nachwort

26



LIEBE REISENDE,

1950 wurde Club Méditerranée auf der Insel Mallorca als ein idyllisches, exklusives Clubdorf gegründet.

Die Idee unseres Gründers Gérard Blitz entsprang dem Bedürfnis der Menschen nach einem Ort des Glücks, an dem – fern von den Sorgen des Alltags – Entspannung und Harmonie geboten wurden. Folglich erschuf Club Med das Konzept der All-Inclusive-Pauschalreisen: ein komplettes Rundum-Sorglos-Paket.

Heute haben wir unser Angebot auf alle Kontinente erweitert und sind unserem ursprünglichen Konzept dabei treu geblieben. Allerdings haben sich die Bedürfnisse der Menschen und Vorstellungen von einem Freude bringenden Urlaub verändert. Reisende möchten sich im Urlaub von ihrem schnelllebigen Alltag erholen und die Zeit individuell und bewusst erleben.

**„Das Ziel im Leben ist es, glücklich zu sein.
Der Ort, um glücklich zu sein, ist hier.
Der Moment, um glücklich zu sein, ist jetzt.“**

Gérard Blitz



Verstärkt wird dieser Wandel durch die mit der COVID-19-Pandemie einhergehenden täglichen Entbehrungen und Herausforderungen. Statt Städtetrips und Partyurlaube liegen insbesondere bei Familien längere erholsame Reisen in der Natur im Trend – das belegen auch die Ergebnisse einer aktuellen Studie von Club Med.

Mit *Zenventure*™ stellen wir nach dem All-Inclusive-Konzept eine neue Kategorie des Reisens vor: *Zen* trifft auf *Adventure*. Das Konzept verkörpert die Verbindung von Abenteuer und Abwechslung mit Entspannung, Achtsamkeit, kulinarischem Genuss, Design und Luxus. Mit diesem einzigartigen Angebot definieren wir wiederholt das Reisen neu. Wir richten uns an den aktuellen Wünschen der Menschen aus und bleiben dabei unseren historischen Wurzeln treu. In unserem *Zenventure*™ Flagship Resort auf den Seychellen bieten wir außergewöhnlichste Naturerlebnisse in einem luxuriösen Rahmen, um der Seele Entspannung und Abenteuer zu schenken.

Lassen Sie sich auf den nächsten Seiten in unsere *Zenventure*™ Welt entführen.

NATHALIE ROHMER

Geschäftsleitung Club Med Deutschland GmbH

ZEN VENTURE™

Eine neue Art des Reisens

Entsprechend der Gründerphilosophie und dem Anspruch, Glücksmomente zu schaffen, erfindet Club Med mit *Zenventure™* die Art zu Reisen neu.

Während sich vor 70 Jahren bei der Gründung von Club Med alles um einen unbeschwerten Urlaub in guter Gesellschaft gedreht hat, kombiniert das neue Konzept *Zen* und *Adventure*. Passend zu den aktuellen Bedürfnissen der Urlauber*innen, die sich vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Entwicklungen stark verändert haben, steht *Zenventure™* für eine optimale Balance aus Abenteuer und Entspannung.

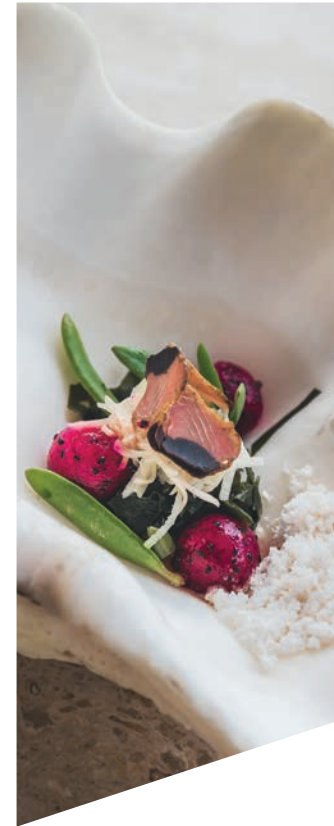
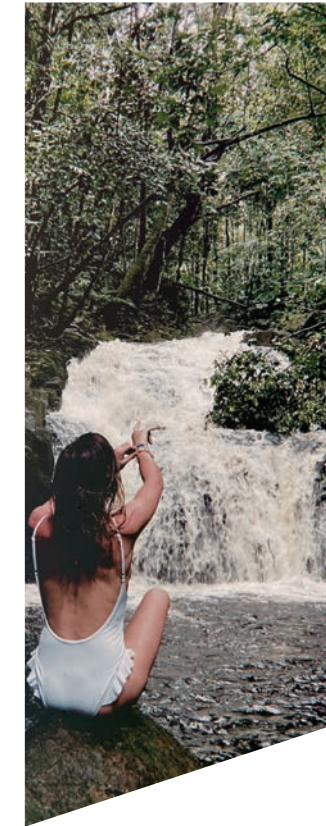
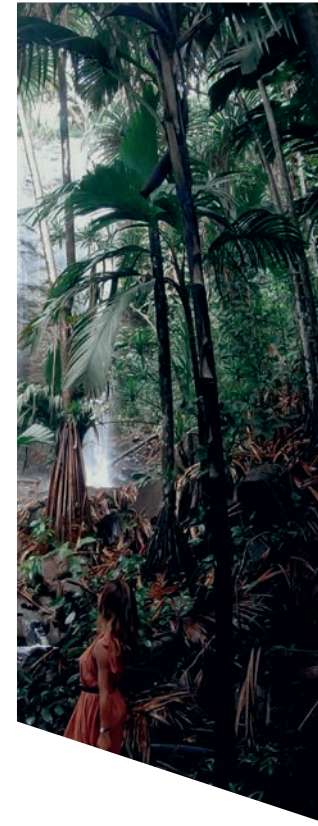
Genau in diesem von „Yin und Yang“ geprägten Konzept liegt der Schlüssel zur Glückseligkeit. *Zenventure™* beendet Gegensätze, indem Reisende durch achtsame kleine Abenteuer eins werden mit der Natur und durch Entspannung und Ruhe gleichzeitig zur inneren Balance finden. Über allem steht der Anspruch des bewussten Luxus und des Genusses für alle Sinne – egal ob kulinarisch oder architektonisch. Das Konzept stützt sich somit auf die vier Kernaspekte Erkundung & Abenteuer, Gesundheit & Achtsamkeit, Design & Luxus und Kulinarik & Genuss, die in optimaler

Balance verschmelzen und ein ausgewogenes, luxuriöses Gesamterlebnis schaffen.

Zenventure™ greift mit seinem Ansatz den Zeitgeist auf und erfüllt auch die Bedürfnisse der nun neu entstandenen Generation Corona, die während und nach der Krise auf die Welt kommt. Diese „Generation C“, wie Zukunftsforscher Tristan Horx sie beschreibt, wird mehr denn je dem Motto „Qualität statt Quantität“ folgen und steht für „mehr Lebensqualität, mehr Nachhaltigkeit, weniger Wachstumswahn und Umweltblindheit.“¹

Ziel ist es, den Urlauber*innen einen Mehrwert zu bieten, der weit über die Urlaubsreise hinausgeht. Durch die Erfahrungen aus den vielfältigen Angeboten vor Ort wird es möglich, sowohl *Zen* als auch *Adventure*-Inspirationen mit nach Hause zu nehmen, die den Gästen dazu verhelfen, ihr Leben langfristig bewusster zu gestalten.

¹ Tristan Horx, „Generation Corona“, in: Matthias Horx (Hrsg.), „Zukunftsreport 2021“, Zukunftsinstitut 2020



ERKUNDUNG
UND
ABENTEUER

GESUNDHEIT
UND
ACHTSAMKEIT

DESIGN
UND
LUXUS

KULINARIK
UND
GENUSS



RESORTS

Zenventure™ erleben

Die exklusiven *Zenventure™* Resorts von Club Med verkörpern diese Idee und machen *Zenventure™* in all seinen Facetten erlebbar. Dabei geht das Angebot in diesen Resorts weit über gewöhnliche Hotel- und Urlaubsangebote hinaus.

Reisende können ihre Sinne in exotischen Wellnessoasen und mit kulinarischen Besonderheiten verwöhnen oder als Familie gemeinsam meditieren.

Gleichermaßen bietet Club Med Erlebnisse in der Natur und neue Aktivprogramme an, die – alleine oder gemeinsam – den Alltag vergessen lassen.





DAS ZENVENTURE™ FLAGSHIP RESORT

Club Med Seychellen

Gelegen im Herzen des Seychellen-Archipels und eines geschützten nationalen Meeresparks beherbergt die Privatinsel Sainte Anne allein unsere *Zenventure™* Anlage.

Als Eco-Resort errichtet, legt das Hotel den Fokus auf Nachhaltigkeit – begonnen mit der Innenausstattung über kulinarische Köstlichkeiten und Spa-Treatments bis hin zu den Aktivitäten, die die Reisenden direkt am Indischen Ozean und seiner einzigartigen Landschaft genießen können.

Der *Zen*-Teil des neuen Club Med Konzepts umfasst Angebote für Entschleunigung, Harmonie und Meditation, während wir mit unseren *Adventure*-Aktivitäten für die notwendige Dynamik, Anregung, Entdeckungsfreude und Bewegung sorgen.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil von *Zenventure™* ist Nachhaltigkeit. Das Resort bietet ausschließlich „Green Activities“ an und lässt Gäste mehr über die Naturschätze der Seychellen erfahren.



ADVENTURE

Auf der Privatinsel ist es uns möglich, Urlauber*innen exotische und unvergessliche Abenteuer zu bieten. Im Vordergrund steht das bewusste Erleben der weltweit für ihre Diversität bekannten Flora und Fauna der Seychellen.

Die Seychellen sind der perfekte Ort, um in kristallklarem Wasser und inmitten bunter Korallenriffe im Sainte Anne Marine Nationalpark, auf der Insel Aldabra oder im Shark Bank zu tauchen und zu schnorcheln. Unter Wasser können sich unsere Gäste in eine faszinierende Welt entführen lassen und den Alltagsstress vergessen.

Verbunden mit unseren Tauchkursen bieten wir zudem Weiterbildungen zur Erhaltung der Korallenriffe an – ein Aspekt, welcher uns besonders am Herzen liegt. Hierbei wird praxisnah gezeigt, wie die für das Ökosystem so wichtigen Korallenriffe erhalten und wiederhergestellt werden. Auch können Urlauber*innen ein Stand-up Paddle oder Kajak mit Glasboden ausleihen und so das Unterwasserparadies „von oben“ betrachten.

Um bewusst die lokale Kultur der Inseinwohner*innen, der Seychellois, kennenzulernen, bieten wir Kochkurse zu der vielfältigen seychelischen Küche an. Inspiriert durch französische, chinesische, indische und afrikanische Einflüsse, werden alle Gerichte mit aromatischen Kräutern

sowie Gewürzen gekocht und mit frischen Früchten und Gemüse zubereitet.

Unsere Gäste können beispielsweise auch lernen, wie per Hand aus Kokosnüssen Kokosnuss-Öl gewonnen wird. Gemeinsam zelebrieren wir außerdem die traditionellen Feste der Seychellois und besuchen lokale Handwerksmärkte der Inselbewohner*innen.

Es ist uns ein ganz besonderes Anliegen, unseren Gästen verschiedene Aktivitäten zum Erhalt der Natur anbieten zu können. Beispiele sind die Kurse „Beach Cleaning“, Nisten und Füttern von Schildkröten, Anbau von regionalem Obst sowie Gemüse und Kurse zur Meereskunde. Für Familien mit Kindern haben wir pädagogisch ausgerichtete Ausflüge konzipiert.

Zudem stellen wir unseren Gästen Elektro-Buggies zur Erkundung der Umgebung zur Verfügung und bieten motorfreien Sport auf dem Wasser an. Darüber hinaus unterstützen wir Nachhaltigkeitsinitiativen wie „Bye-bye Plastik“ und eine Abfüllanlage vor Ort für die Trinkwasserherstellung mit wiederverwendbaren Glasflaschen.

Mit Aktivitäten wie diesen inspirieren wir Reisende, sich bewusst auf das Hier und Jetzt sowie die Schönheit der Natur zu besinnen.



ZEN

Mit personalisierten Angeboten, wie geführter Meditation, Yogastunden und Achtsamkeitsübungen, können Club Med Urlauber*innen auf den Seychellen zur Entspannung finden. Die Zen-Zone des Resorts besteht neben einem luxuriösen Wellness- und Spa-Bereich mit Hamam aus einer Beach Lounge, einem Calm Pool, einem Yogastudio und einer Bibliothek.

In allen Zen-Angeboten spiegelt sich dabei der Charakter der Seychellen wider. Das Zenventure™ Spa-Angebot ist von der Flora der Insel inspiriert und besteht ausschließlich aus Naturprodukten. Auch in den Yoga- und Pilateskursen erwarten die Gäste ganz besondere Erlebnisse durch die exotischen Locations in den hohen Gipfeln der Bäume von Sainte Anne.

Für entspannte Tage am Strand oder lange Spaziergänge empfehlen wir Praslin und La Digue, welche – unweit unseres Resorts gelegen – mit weißem Sand und türkisblauem Wasser dem Paradies ähneln. Alternativ können sich Paare auch in der Swim-up Suite oder unserer Zen-Zone am Pool entspannen.

Unsere Zen-Angebote erweitern das Erlebte aus dem Adventure-Portfolio auf harmonische Weise und ermöglichen es den Urlauber*innen, zu innerer Balance zu finden.



DIE CLUB MED STUDIE

Um die aktuellen Vorstellungen der Deutschen von Glück und Reisen noch besser verstehen zu können, hat Club Med gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov eine deutschlandweite repräsentative Umfrage durchgeführt. Die Umfrage basiert auf Online-Interviews mit 2054 Teilnehmer*innen des YouGov Panel Deutschland, die im Zeitraum vom 6. bis 8. Januar 2021 befragt wurden.

Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die Fragen hatten zum Ziel, detaillierte Einblicke in den aktuellen Gemütszustand der Bevölkerung zu gewinnen und mehr über das

heutige Verständnis von Glück und einem perfekten Urlaub zu erfahren.

Die Antworten der Deutschen haben gezeigt, dass jede*r Dritte heute eine andere Vorstellung von einer gelungenen Reise hat als vor der Pandemie. 56 Prozent der Befragten gaben an, dass sie sich inmitten von monatelangen Lockdowns in den eigenen vier Wänden gestresst fühlen und nach Entspannung jenseits des Alltags suchen.

Anders als vor der Pandemie wünschen sich Reisende vor allem die individuell richtige Balance aus völliger Entspannung und aufregenden Erlebnissen. Denn sowohl aktive Betätigung (34 Prozent) als auch entspannende Momente (17 Prozent) werden als Stresskiller empfunden.

Außerdem konnten wir sehen, dass die Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen – und somit besonders Familien – derzeit die am meisten gestresste Gruppe ist. Durch die COVID-19-Pandemie ist der Wunsch, mehr Zeit mit Familie und Freund*innen im Urlaub zu verbringen, bei über 50 Prozent der Befragten gestiegen.



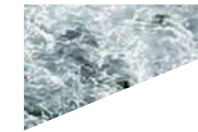
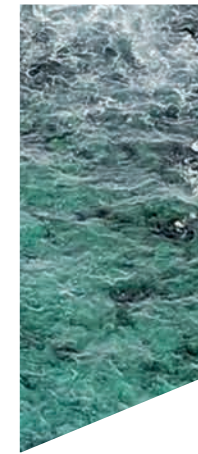
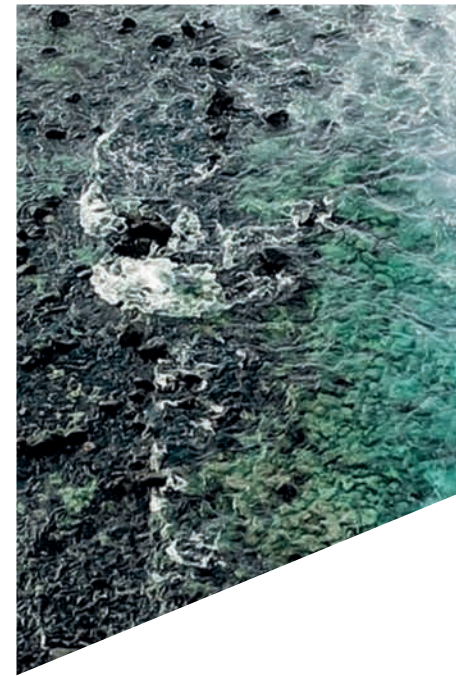
DIE CLUB MED STUDIE

Quality Time mit Menschen, die einem wichtig sind, ist für drei von fünf Befragten entspannend. Für die Hälfte bedeutet Zeit mit der Familie oder Freund*innen zu verbringen, sogar wahrer Luxus.

Dass besondere Erlebnisse mit der Familie beliebter sind denn je und die Bereitschaft, dafür auch lange Wege auf sich zu nehmen, groß ist, belegen auch Buchungszahlen von Club Med. Zusätzlich zu näher gelegenen Destinationen stehen daher auch Fernziele hoch im Kurs.

Auch die Nähe zur Natur spielt eine zunehmend zentrale Rolle. Menschen möchten sich verstärkt draußen bewegen, sei es zum Erholen (89 Prozent) oder für aufregende Aktivitäten (50 Prozent).

Über die Hälfte der Deutschen assoziiert mit dem Konzept der Achtsamkeit eine bewusste, gesunde Lebensweise und innere Ruhe. 61 Prozent lassen sich durch ein geschmackvoll gestaltetes Umfeld in ihrer Stimmung positiv beeinflussen. Ergänzend gaben fast 90 Prozent an, dass exzellente Ernährung essenziell für die Erholung ist: kulinarische Erlebnisse als Balsam für Körper, Geist und Seele. Auch hier stehen Individualität und Hochwertigkeit im Fokus.



59 %

Für 59 Prozent der Deutschen kommt es im Urlaub auf die richtige Balance aus Entspannung und Erlebnissen an

34 %

mögen Aktivurlaub

40 %

und mehr schätzen Kulturreisen

15 %

verbinden mit gesundheitsfördernder Achtsamkeit aufregende Erlebnisse

70 %

schätzen Wellnessurlaube

90 %

mögen kulinarische Erlebnisse

61 %

auf 61 Prozent wirkt sich ein geschmackvoll gestaltetes Umfeld positiv aus

TRENDS

Club Med und die Entwicklung der Reisebranche

Mehr denn je ist das heutige Leben von Stress und Schnelllebigkeit geprägt. Durch die Omnipräsenz moderner Technologie im Alltagsleben ist ein wirkliches Entspannen auch nach Feierabend kaum mehr möglich.

Daher wird die Rolle von Urlaub im Hinblick auf Erholung, Achtsamkeit und innere Balance immer bedeutender. Reisende suchen inzwischen nicht nur einen kurzweiligen Tapetenwechsel und Unterhaltung, sondern die Gelegenheit, zu sich selbst zu finden, Alltagsroutinen zu durchbrechen und dabei gleichzeitig unvergessliche Momente zu erleben.

Dies zeigt sich auch in den rasant wachsenden Reisebuchungen der letzten Jahre. Im Jahr 2019 lag die Zahl der Urlaubsreisenden in Deutschland laut einer Statista-Umfrage von 2020 so hoch wie nie zuvor.



AUCH TRENDFORSCHER TRISTAN HORX BEOBACHTET DIESE ENTWICKLUNGEN:



„Durch die Veränderung der Bedürfnisse in der Moderne hat sich auch die Aufgabe des Reisens gewandelt. Was früher noch Konzeptreisen waren – also im Vorfeld definierte, zu konsumierende Erfahrungen – hat sich vermehrt zu Erlebnisreisen gewandelt. Der Wunsch, sich auf das Hier und Jetzt zu fokussieren, sich zu verlieren, wurde somit wichtiger, die Erfahrung und Erinnerungen standen im Mittelpunkt.“

Wir steuern im Moment auf das Zeitalter der Intentionsreisen zu, welche darauf noch ein Level draufsetzen. Hier geht es darum, Reisen als Teil der individuellen Selbstverwirklichung zu begreifen.“

Verstärkt wird eben dieser Drang nach außergewöhnlichen Momenten durch die Erfahrungen der Covid-19-Pandemie. So erwarten Tourismusforscher*innen, dass nach dem Ende des Lockdowns die Nachfrage nach Urlaub und insbesondere nach Fernreisen durch einen Nachholeffekt rasant steigen wird. Nach Monaten der Isolation und des Stresses durch neue Herausforderungen im Berufsalltag und dem eingeschränkten Betrieb von Schulen und Kitas werden sich die neuen

Bedürfnisse laut Tristan Horx auch in dem zukünftigen Reiseverhalten widerspiegeln. Insbesondere Familien sehnen sich nach einer harmonischen Zeit außerhalb der eigenen vier Wände:

„Die Sphären von Leben und Beruf sind in unserem Zuhause verschmolzen. Dadurch tritt eine gewisse Genervtheit und Langeweile ein, anstelle von Freude und Gelassenheit, die wir beim Heimkommen verspüren würden. Während des ersten Lockdowns herrschte ein Gefühl von Gemeinschaft durch die Distanz vor, das nun der sozialen Isolation, die vielen zu schaffen macht, wich.“

Neben diesen verstärkten Bedürfnissen nach Erlebnissen und Harmonie ist das Reiseverhalten der Deutschen auch vom Megatrend des bewussten Lebens und nachhaltigen Umgangs mit natürlichen Ressourcen geprägt. Nachhaltiges Reisen in ökofreundlichen Hotelanlagen, CO₂-Ausgleich beim Fliegen oder Outdoor-Aktivitäten werden von Urlauber*innen immer mehr gefragt.

Zu beobachten ist außerdem ein verstärkter Trend in Richtung „Slow Travel“. Hier eilen die



Reisenden nicht von einer Destination zur nächsten, sondern kosten ein Reiseziel aus und finden dort durch Achtsamkeit und bewussten Genuss zu sich selbst.

„Auch wenn es dazu noch keine Studien gibt, ist es durchaus abzusehen, dass vor allem der Eskapismus, also die ‚Realitätsflucht‘ ein elementares Bedürfnis sein wird. Wenn sich die Welt wieder öffnet, und wir zu unseren geliebten Urlaubsstränden oder -städten unbeschränkt reisen können, spielt die Pandemie subjektiv für das Privatleben vieler keine Rolle mehr. Gleichzeitig prägte bereits vor der Corona-Krise ein Megatrend das Urlauben besonders: die Individualisierung“, erklärt Tristan Horx. „Durch das hohe Reiseaufkommen haben wir (unter anderem auf Social Media) bereits jeden Urlaub gesehen. Somit sind wir schon länger auf der Suche nach eigenen, besonderen, individuellen Erfahrungen gewesen. Urlaub nicht nur als eine Form des Konsums, sondern eine echte, persönliche, wandelnde Erfahrung wurde immer interessanter. Erinnerungen gehören am Ende des Tages schließlich nur mir allein, auch wenn sie auf Fotos und Videos festgehalten werden.“

EXPERT*INNEN STIMMEN

„Club Med wurde auf dem Ideal des harmonischen Zusammenlebens und der Idee der Revitalisierung durch die Natur gegründet. Diese inspirierende Vision geht einher mit der Verantwortung, das Gastland, seine Gemeinden, Landschaften und Ressourcen zu respektieren und seine soziale Entwicklung zu unterstützen. Diese Denkweise treibt weiterhin unser allumfassendes Engagement an, für heute und morgen.“

Agnès Weil | Director of Sustainability & Philanthropy Club Med | 1

„Amazing Family ist ein perfektes Konzept für Familien, die Zeit miteinander verbringen wollen. Wir bieten eine breite Palette innovativer Aktivitäten für alle Altersgruppen aus fünf Kategorien. Die Kategorie Time to Care beinhaltet sinnvolle Aktivitäten für Kinder, um mehr über die Nachhaltigkeit unseres Planeten zu lernen. Familien können ihren Liebsten wieder näherkommen und gemeinsam unvergessliche Erinnerungen schaffen, indem sie beispielsweise an einer digitalen Schatzsuche in der Natur, Aktivitäten zur Erhaltung der Artenvielfalt oder einem Kunstworkshop teilnehmen.“

Fulya Beste Sert | Amazing Family Expert Club Med Seychellen | 2

„Meiner Erfahrung nach hat ein Abenteuer – auch ein Mikro-Abenteuer – durch die Abwechslung zum Alltag, durch das Neue, das Unbekannte, das Über-sich-Hinauswachsen eine positive Wirkung auf unsere Psyche. Ich empfehle jedem Menschen, etwas (mehr) Abenteuer in sein Leben zu lassen.“

Norman Bücher | Abenteuerer, Extremläufer & Vortragsredner | 3

„Bei unseren Food & Beverage Selections stehen Erstklassigkeit, Einfachheit und Frische im Vordergrund. Unser Angebot spiegelt die Vielfalt unserer Destinationen auf authentische Weise wider. Mit abwechslungsreichen kulinarischen Erlebnissen kreieren wir Emotionen und verbinden gesunde Produkte mit Gourmetküche. Eine verantwortungsvolle Beschaffung steht hierbei an erster Stelle.“

Abdel Chahbani | Food & Beverage Manager Club Med Seychellen | 4



1



2



3



4



5

„Die meisten Menschen haben ein grundlegendes Bedürfnis nach Ausgeglichenheit und Sicherheit – nach der Gewissheit, dass alles auf eine sehr vorhersehbare Art und Weise in Ordnung sein wird. Aber durch die vielen Gewohnheiten und Routinen, die sich durch jeden Tag unseres Lebens ziehen, sind wir zugleich auf der Suche nach Abwechslungen. Was Menschen unter „Abenteuer“ verstehen, kann von Person zu Person unterschiedlich sein. Unsere Green Activities sind ganz danach ausgerichtet, in eine wunderbare, neue und doch fragile Umwelt einzutauchen und sie dadurch besser zu verstehen. Es liegt uns am Herzen, das Bewusstsein der Reisenden für die Natur auf eine bereichernde, aufregende und spielerische Weise zu wecken.“

Maxime Fabre | Green Activities Expert Club Med Seychellen

„Für mich besteht Luxus nicht nur aus einem schönen Hotel und gutem Service. Es geht bei unseren Reisen um Tiefgang, echte Gefühle und Resonanz. In Erinnerungen bleiben Erlebnisse, die berühren und uns eintauchen lassen! Luxus ist für mich vollkommen, wenn er die richtige Balance aus Freiraum, Genuss und Authentizität findet. Immer unter der Voraussetzung, dass wir diese Glücksmomente möglichst nachhaltig gestalten und möglichst bewusst wahrnehmen können!“

Alexander Mirschel | Luxus-Reise-Blogger | 5

„Eine Insel inmitten üppiger Natur ist ein magischer und idealer Ort, um Yoga zu praktizieren. Dies bereichert die verschiedenen Yoga-Übungen. Es ist eine erstaunliche, unvergessliche und transformative Erfahrung. Entspannungs-, Atem- und Meditationsübungen im Yoga helfen, Stress und Anspannung zu reduzieren. Wir lernen, mit Emotionen umzugehen, was sich sofort auf die nervlichen und körperlichen Verspannungen auswirkt. Durch thematische Workshops haben Teilnehmer die Möglichkeit, ihr Wissen zu verschiedenen Themen wie Atmung, Prävention von Rückenschmerzen und Meditation zu erlernen oder zu vertiefen.“

Elsa Bulting | Wellness Expert Club Med Seychellen



EXPERT*INNENSTIMMEN

„Wir nutzen das natürliche und historische Erbe der Insel mit einem Design-Ansatz, der die Umgebung abbildet, in einem Indoor/Outdoor-Spirit und mit ikonischen Elementen, die sich auf die üppige und allgegenwärtige natürliche Umgebung beziehen. Die Herausforderung bestand darin, eine dynamische und spielerische Familienfacette zu entwickeln, die sich um Abenteuer und Erkundung dreht, neben der Entwicklung und Gestaltung einer Honeymoon-Facette, die sich um ein Eco-Luxus-Erlebnis in Symbiose mit der Natur und dem Wohlbefinden dreht.“

Gauthier Guillaume | Interior Designer Club Med Seychellen | 6

„Architektur ist immer Träger einer Botschaft und ihre Komposition vermittelt Reisenden, die neue Gefühle und Umgebungen entdecken möchten, ein Erlebnis. Wenn die Architektur relevant ist, kann der Gast seine eigenen Bezüge herstellen. Die meisten Gäste kommen aus den Städten und sehnen sich nach einer Verjüngungskur in der Natur. Michès hat eine natürliche Umgebung mit einem Gefühl von Freiheit und Unberührtheit. Die Anlage selbst bietet zwischen Dschungel, wilden Stränden und der karibischen Unterwasser-Fauna eine breite Palette von Möglichkeiten, im Einklang mit der Natur zu sein.“

Didier & Quentin Lefort | Architekten Club Med Michès Playa Esmeralda | 7 & 8

„Ich denke, Gartenarbeit sollte für jeden Luxusurlaub obligatorisch sein. Es ist eine Möglichkeit, etwas Angenehmes mit positiven Folgen zu tun. Es ist auch ein Weg, um sich mit uns selbst und mit anderen als Gruppenaktivität zu verbinden. Natürlich hat die Gartenarbeit nachweislich positive Auswirkungen auf die Psyche und den Körper. Es kann jemanden Geduld und Demut lehren und helfen, sowohl die erstaunliche Vitalität als auch die große Zerbrechlichkeit von Pflanzen zu erkennen. Die Landschaftspflege hat den Ehrgeiz, die Bedingungen für ein gutes Zusammenleben zwischen der Biosphäre und uns zu schaffen oder wiederherzustellen.“

Roman Leroy | Green Space Manager Club Med Seychellen



6



7



8



9



10

„Genauso, wie wir den Akku unseres Handys regelmäßig aufladen, müssen wir auch unseren Akku laden. Dazu ist Entspannung ein wichtiges Tool. In der Entspannung regeneriert unser Körper und wir sind wieder belastbarer. Wenn wir in der Natur sind, können wir uns ‚erden‘ und Kraft tanken. Oft kann ein ruhiges, harmonisches und geordnetes Umfeld einen beruhigenden Einfluss haben.“

Anke Gläßmeyer | Psychologin & Psychotherapeutin | 9

„Wer mit sich im Einklang leben will und Kreativität und Produktivität steigern möchte, der braucht einen gesunden Geist in einem gesunden Körper und damit gutes Essen und die Zeit, das alles zu genießen. Der Genuss bringt Wohlbefinden und Wohlbefinden bringt Energie. Deswegen wird kulinarischer Genuss immer wertvoller, je hektischer die Zeiten sind. Exotische Produkte vergrößern den Geschmackshorizont und die Vielfalt im Essen. Wer mit exotischen Produkten umgehen kann, ist wie ein Magier, der sein Publikum verblüfft und begeistert.“

Dave Hänsel | TV-Koch & Kulinarik-Experte | 10

„Zu meiner Philosophie gehört es, jedes einzelne Produkt zu würdigen und dementsprechend auch sicherzustellen, dass die Teller ästhetisch gut präsentiert werden. Hier auf den Seychellen und besonders in Sainte Anne sind wir damit gesegnet, eine Vielfalt an lokalen Gemüse- und Pflanzensorten zu haben, die die lokale Küche ausmachen. Sehr viele dieser lokalen Produkte verwenden wir in unseren Menüs, um sicherzustellen, dass unsere Gäste den authentischen Geschmack der Seychellen erleben können.“

Vincent Wan Pang Cheung | Chef de Cuisine Club Med Seychellen

„Heutzutage ist chronischer Stress eines der häufigsten Gesundheitsprobleme in der Arbeitswelt. Die richtige Work-Life-Balance ist wichtiger denn je. Daher ist es unser Ziel, unseren Gästen außergewöhnliche Möglichkeiten zum Erholen und Aktivwerden anzubieten, denn beides zusammen gibt dem Gehirn eine Pause von allem, was es normalerweise tut. Auch die Nähe zur Natur spielt eine entscheidende Rolle. Für unsere Gäste bietet die Interaktion mit der Natur ein friedliches Gefühl und erhöht das Bewusstsein der Kinder für die Schätze der Seychellen.“

Houcem Mannai | Assistant Resort General Manager Club Med Seychellen





UNSERE VISION

von Zenventure™

Zenventure™ ist ein Gefühl, das nicht nur im Urlaub, sondern auch weit über die Reise hinaus gelebt werden kann. Dafür arbeiten wir an Möglichkeiten, wie unsere Gäste ihr neues Bewusstsein für nachhaltiges Leben und persönliche Balance in ihren Alltag integrieren können.

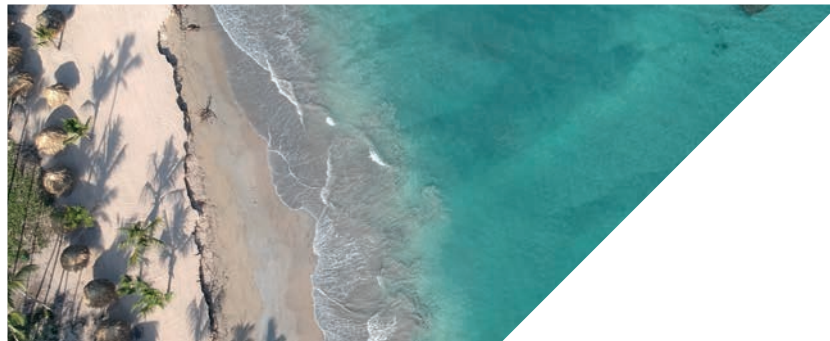
Mit besonderen Musik-Playlists, die sowohl zum Yoga als auch bei abenteuerlichen Aktivitäten gehört werden können, bringen wir den Klang des Konzepts in die eigenen vier Wände. Ein besonderer Duft soll Menschen, besonders ehemalige *Zenventure™* Reisende, wieder in Urlaubsstimmung versetzen und unsere ausgezeichneten Resort-Köch*innen arbeiten bereits

an ersten *Zenventure™* Rezepten, die mit regionalen Produkten aus Deutschland auch Zuhause die Sinne verwöhnen.

Zusätzlich zu den *Zenventure™* Momenten für daheim tragen wir dazu bei, *Zenventure™* Reisen weltweit zu etablieren. Unsere Vision ist es, zukünftig weitere *Zenventure™* Resorts nach unserer Neudefinition von Luxus zu eröffnen.

Wir bringen mit weiteren ökologisch verantwortungsvollen Anlagen den Geist von *Zenventure™* in die verschiedensten Teile dieser Welt – in einem Ambiente, das in seiner Ästhetik und Qualität keine Wünsche offenlässt. Ob am Meer, in den Bergen, in weitläufigen Seenlandschaften oder im Dschungel – in unterschiedlichen Settings gehen wir nach dem „Yin und Yang“-Prinzip auf die Bedürfnisse unserer Gäste optimal ein.

Menschen genau zum richtigen Zeitpunkt das zu bieten, wonach sie sich sehnen, macht eine*n perfekte*n Gastgeber*in aus und ist unser Ziel, das durch *Zenventure™* in einem Wort beschrieben wird.



VIELEN DANK,

dass Sie diesen kurzen Einblick
mit uns gewagt haben.

Mit *Zenventure*[™] verbinden wir unsere Mission, das Schaffen von Glücksmomenten, mit den aktuellen Bedürfnissen der Menschen. Wie sich in unserer Studie und den Einschätzungen vieler Expert*innen zeigt, geht der Trend hin zu einem Lebens- und Reisestil, der verschiedene Erlebnisfacetten harmonisch miteinander verbindet. Denn niemals kam es mehr auf die richtige Balance im Leben an als jetzt. Wir haben gesehen, dass der überwiegende Teil der deutschen Bevölkerung sich aktuell gestresst fühlt und insbesondere Familien sich mehr gemeinsame Quality Time wünschen.

Deshalb bauen wir *Zenventure*[™] auf den vier Säulen Abenteuer, Entspannung, kulinarischem Genuss und Luxus auf und verbinden sie in optimaler Ausgewogenheit. Das Ganze basiert auf dem Einklang und dem Respekt gegenüber unserer Umwelt.

Wir beginnen unsere Reise mit unserem Flagship Resort auf den Seychellen sowie ausgewählten Häusern von Club Med und möchten das Gefühl *Zenventure*[™] langfristig auch im Alltag erlebbar machen. Damit möchten wir unseren Beitrag leisten, den Menschen Momente des Glücks zu schenken.

Ich freue mich sehr auf bevorstehende *Zenventure*[™] Reisen mit Ihnen!

NATHALIE ROHMER
Geschäftsleitung Club Med
Deutschland GmbH

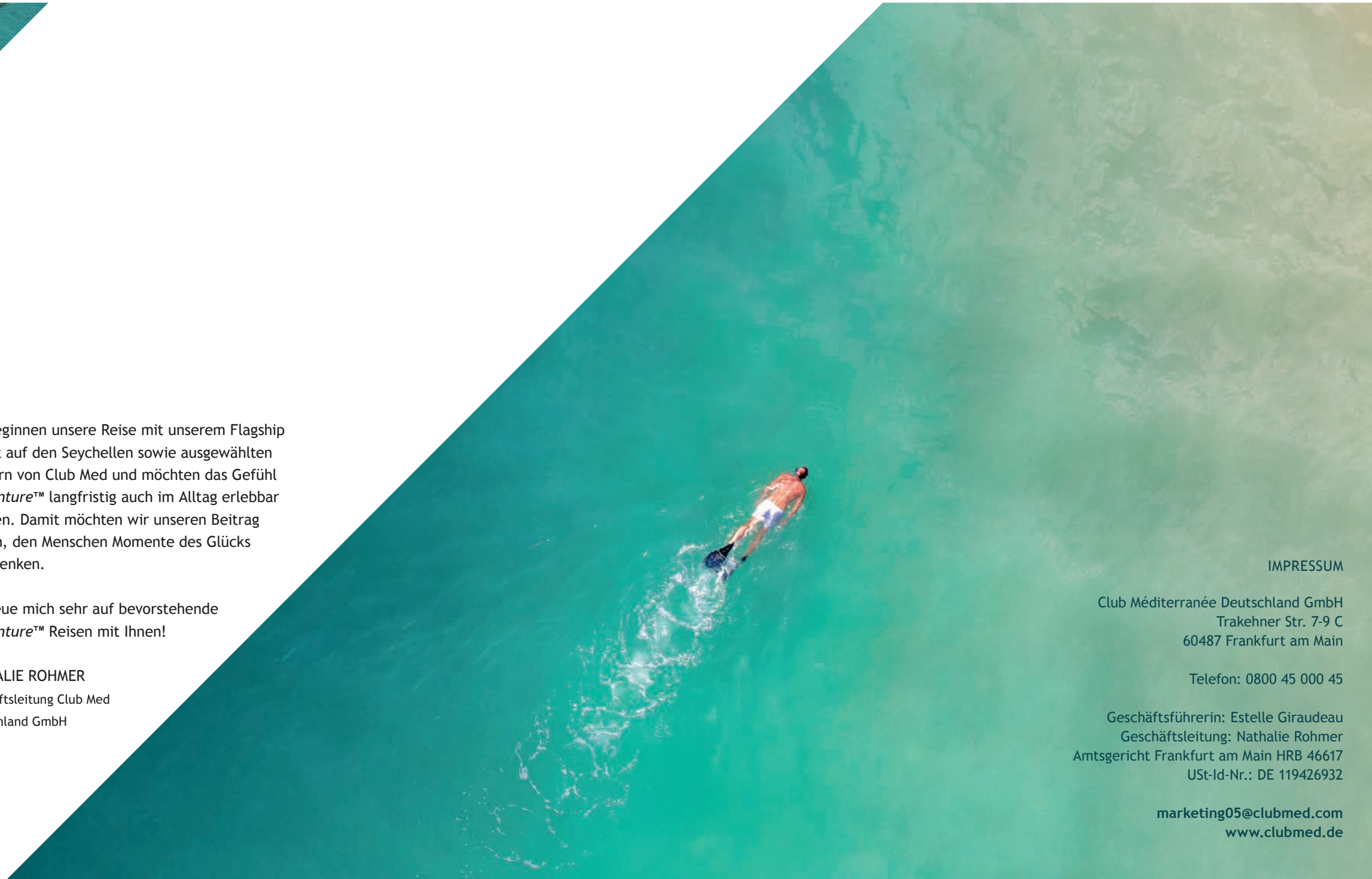
IMPRESSUM

Club Méditerranée Deutschland GmbH
Trakehner Str. 7-9 C
60487 Frankfurt am Main

Telefon: 0800 45 000 45

Geschäftsführerin: Estelle Giraudeau
Geschäftsleitung: Nathalie Rohmer
Amtsgericht Frankfurt am Main HRB 46617
USt-Id-Nr.: DE 119426932

marketing05@clubmed.com
www.clubmed.de





ZENVENTURE™

ClubMed®