

SUPERIOR HOTEL

MARKT & PRODUKTE

Emotional-Wellness-Trend



Die neue Hotelkosmetik Be Different von ADA Cosmetics setzt auf den Emotional Wellness Trend in der Hotellerie / Foto: ADA Cosmetics

In unserer schnelllebigen Kultur ist es wichtiger als je zuvor, die persönliche Gesundheit und das Wohlbefinden zu steigern. ADA Cosmetics hat den Wert von Vitalität und Wohlergehen erkannt und präsentiert Be Different: eine Reihe von Körper- und Haarpflegeprodukten, die Hotelgäste ermutigt, jeden Tag die kleinen Dinge des Lebens zu genießen.

Be Different zeichnet sich durch eine optimistische Stimmung aus. Positive Botschaften in kräftigen Farben zieren die Verpackungen: Von Follow your heart über Start with a smile bis zu Make your own magic? die aufmerksamkeitsstarken Sprüche sollen Hotelgäste dazu inspirieren, jeden Moment ihrer Reise in vollen Zügen zu genießen. Das Sortiment besteht aus drei Düften. Bei den Körperprodukten trifft Limette auf Minze, während Shampoo und Conditioner nach Wassermelone und Beere riechen. Die Seife mit dem Duft von Orangen vervollständigt die Kollektion.

Im Einklang mit dem Fokus von ADA Cosmetics auf Nachhaltigkeit und dem Wunsch, bewusste Entscheidungen zu unterstützen, ist die Be-Different-Linie in recycelbaren Flaschen mit einer Vielzahl von Spendersystemen? press+wash, Pumpspender, Smart Care und dem neu eingeführten Shape Spender? sowie in Mini-Flaschen und Tuben erhältlich. Die komplett veganen und auf pflanzlichen Rohstoffen basierenden Produkte sind frei von Parabenen, Silikonen und Mineralölen und enthalten nur biologisch leicht abbaubare Tenside. Alle Formulierungen des Sortiments wurden in den hauseigenen Produktionsstätten von ADA Cosmetics entwickelt.

?Die Höhen und Tiefen der letzten zwei Jahre haben gezeigt, dass der Wunsch nach einem

stimmungsaufhellenden Ansatz für Gesundheit und Wellness wächst. ?Be Different trifft den Nerv der Zeit und vermittelt eine positive und optimistische Stimmung. Gemäß unserem Motto Putting beauty into travel ermutigen wir unsere Gäste, die einzigartigen Erlebnisse eines jeden neuen Tages zu genießen?, sagt Gerd von Podewils, CMO der ADA-Gruppe.