

Erfolgsfaktor Spa

Gut besuchtes Seminar in Berlin

Rund 40 Fachfrauen und -männer nahmen Anfang März am spa business seminar »Erfolgsfaktor Spa« im Aspria in Berlin teil. Unter ihnen waren viele Manager und Führungskräfte aus der Hotellerie sowie der Bäder- und Day Spa-Branche.



Kosmetik von Decléor zum »Anfassen und Erleben«



Über den Dächern von Berlin – Führung durch das Aspria



Unsere Referenten: Michael Bayer, Sylvia Glückert, Gudrun Haack, Volker Linger (von li.)



Gudrun Haack, Spa- & Fitness-Leiterin im Alten Meierhof in Glücksburg, referierte praxisnah darüber, wie man den Gast vor Ort anspricht. Sie wies darauf hin, welche Zeiten und Orte geeignet sind, um auf das Spa und seine Leistungen aufmerksam zu machen. Sie nannte Lösungsvorschläge, wie man bei den bezahlten Dienstleistungen mehr Erlöse erzielen kann. Der Wiener Michael Bayer, Inhaber der Serviceagentur perfekt service training, sprach über Fehler und Pannen in der Dienstleitung sowie im Hotel- und Tourismus-Service. Er zeigte zudem auf, wie man heute guten Service und mehr bietet.

Sylvia Glückert, Inhaberin der Beratungsagentur wellconsult in München, referierte über Wellness-Profile. Sie beschrieb, wie der Spa-Betreiber und Wellness-Hotelier über Themen, Treatments, Gästestrukturen und über Hardwareangebote ein Profil finden kann. Dieses lässt sich auch für die Vermarktung nutzen. In der anschließenden Gruppenarbeit wurde das Gehörte praxisnah vertieft und für die eigenen Anlagen erarbeitet. Der Düsseldorfer Fotograf Volker Linger von der Fotoagentur Volker Linger Fotografie sprach über Bildsprache in der Hotellerie und im Spa. Er zeigte auf, wie sie heute angewendet werden kann: Statt schönen Bildern seien heute Detail-, Emotions- und

Stimmungsfotos gefragt, um den Gast anzusprechen. Beeindruckend war zudem der Veranstaltungsort als solches: Das Aspria Spa & Sporting Club Berlin hat heute über 6.000 Mitglieder. Am Kurfürstendamm gelegen, vermarktet das Haus auch das Thema Day Spa konsequent und sehr erfolgreich: Auf über 11.000 m² und fünf Etagen bietet Aspria einen Kurzurlaub vom Alltag. Herrlich ist auch die Dachterrasse, eine grüne Oase im japanischen Zen-Stil, mit Blick über Berlin. In Hamburg gibt es derzeit noch ein Aspria und ein weiteres Roll Out ist für Hannover geplant. ■

Sponsor des spa business seminar war **Decléor**, Spezialist für Aromakosmetik. Das Unternehmen begleitete den Tag mit vielen Dufterlebnissen und Tipps zur praktischen Ausführung im Umgang mit der Spa-Kosmetik. Decléor bietet mit über 100 Produkten für Körper- und Gesichtsbehandlungen ein sehr breites Sortiment für Behandlungen in Spas und Instituten, aus denen – ganz individuell auf den Gast und die Kundin abgestimmt – feine Körper- und Gesichts-Treatments komponiert werden können.

DECLÉOR
PARIS