



Christiane Werron-Schulz

## SPA-BEHANDLUNGEN

# Kompakte Konzepte

*Das Spa ist mittlerweile vielen Menschen ein Begriff. Damit haben sich auch die Ansprüche, die Gäste an ein Spa stellen, verändert. Christiane Werron-Schulz, Geschäftsführerin von ästhetika beauty & vitality concepts und verantwortlich für Ericson Laboratoire in Deutschland, gibt Tipps für eine erfolgreiche Kosmetik-Strategie im Spa.*

**spa manager:** *Das Spa als Wellness-Institution hat sich in den Köpfen vieler Menschen etabliert, wie verändert sich damit auch das Anspruchsdenken?*

**Christiane Werron-Schulz:** „Der Anspruch der modernen Spa-Klientel wird immer größer. Man nimmt sich eine Auszeit und wozu sich die Gelegenheit im Alltag nicht bietet, das möchte man sich während eines Aufenthaltes im Wellness-Hotel oder Spa gönnen – manchmal mit einer Erwartungshaltung, als würde es sich hierbei um einen Kuraufenthalt in einer Stoffwechsel- oder Schönheitsklinik handeln. Diesem stetig wachsenden Anspruch sollten moderne Spas und Wellness-Hotels gut gewappnet gegenüberstehen.“

**Wie kann man der wachsenden Qualitätserwartung der Gäste begegnen?**

„Was gefragt ist, sind mehr und mehr ganzheitliche Konzepte, oft für Gesicht und Körper gleichermaßen. Es ist durchaus beachtenswert, sich beispielsweise im Kosmetikbereich für eine Produktlinie zu entscheiden, in der für alle Bedürfnisse das Passende an Therapie angeboten wird: Lifting und Anti-Aging, Behandlungen von hormonell bedingten Defiziten, z.B. Hauttrockenheit, Akne und fette Haut, Pigmentflecken, Schlankheits- und Reduktionsbehandlungen sowie Fruchtsäure- und Whitening- genauso wie entspannende Aromatherapien und ganzheitliche Körperbehandlungen sowohl für Sie als auch natürlich für Ihn.“

Mehr und mehr zählt neben der Multitherapie aber auch das Ergebnis, und zwar das unmittelbare. Zeit ist Luxus, den Mann und Frau sich gerne etwas kosten lassen, aber dann bitte schön mit dem entsprechend sichtbaren und spürbaren Sofort-Ergebnis. Deshalb ist es wichtig, auf die Qua-

lität der Produkte zu achten, mit denen gearbeitet werden soll.“

**Welche Rolle spielt für den Gast neben der Qualität der Produkte die eigentliche Behandlung?**

„Der rasante Fortschritt in der Kosmetik, was Wirkung und Anwendung angeht, erfordert eine ständige Weiterbildung des Kosmetikteams. Und da es selten möglich ist, ein Spa oder eine komplette Kosmetikabteilung eines Hotels wegen Fortbildung zu schließen, sollten diese Schulungen vor Ort veranstaltet werden. Darauf ist unbedingt zu achten. Ein Support dieser Art sollte eine Selbstverständlichkeit sein für eine anspruchsvolle Linie. Der über die Behandlung erbrachte Erfolg fördert den Absatz der Produkte. Handelt es sich hierbei um eine Pflege, die exklusiv nur im Spa oder in qualitativ hochwertigen Einrichtungen zu haben ist, so fördert dies die Bindung an das Haus. Manchen gelingt hieraus sogar ein nicht unerhebliches Versandgeschäft. In jedem Falle aber entsteht eine nicht zu unterschätzende Gästetreue.“

**Wie entscheidend ist die Vielfalt der Angebote für einen Spa-Kunden?**

„Es wird viel am Markt angeboten. Und auch wenn es sehr verlockend ist, eine ganze Reihe von Depots aufzunehmen, sollte man immer bedenken, sich nicht zu viele ‚Eier ins Nest zu legen‘. Manchmal wirkt dies eher destruktiv als umsatzfördernd. Ein guter Arzt wählt auch in der Regel aus einer Vielzahl von Medikamenten mit ähnlicher Wirkung meistens dasselbe immer und immer wieder aus. Die Empfehlung geht also eher dahin, nicht mehr als zwei Linien zu führen. Und diese sollten nicht zu ähnlich sein, beispielsweise Wirkstoffkosmetik und Ajuurveda.“ □