

Clever planen auf kleinstem Raum

Mit maßgeschneiderten Spa-Konzepten zum Erfolg

Die Anzahl der Hotelbetten und die Quadratmeterzahl der zum Haus gehörenden Spa-Anlage sagt für sich genommen nichts über die Qualität der Wellnessdienstleistung aus. Im Gegenteil: Gäste finden gerade in einem familiären Umfeld die durchgängige persönliche Betreuung, die für sie das Wellnesserlebnis erst wertvoll macht. Für Hotelbetreiber gilt es, bei der Planung und beim Bau von kleinen Spa-Anlagen, auf einem Minimum an Fläche und mit einem oftmals begrenzten Budget ein Maximum an Qualität umzusetzen. Neben der Investition in die Hardware sollten sie darauf achten, eine optimale Be-

treuung der Gäste zu gewährleisten und Behandlungen passend zu Philosophie des Hauses zu entwickeln.

Die Gäste erwarten einen Spa-Bereich, in dem sich die Gemütlichkeit des Hauses in kleinem, aber angenehmem Maßstab fortsetzt. Ein Konzept von der Stange passt in der Regel nicht zu individuellen, inhabergeführten Häusern. Schwimmbad und Sauna werden vom Gast als Grundausstattung erwartet. Automaten oder per Münzeinwurf betriebene Kabinen und Geräte sind ebenso wenig akzeptabel wie Dampfkabinen aus Kunststoff oder zweifelhafte Kosmetikprodukte.

Wer eine entsprechende Einrichtung als Ergänzung des Hotelbetriebes plant, ist gut beraten, auch einen Behandlungsbereich vorzusehen. Die Planung dieses Bereichs erfordert jedoch eine deutlich größere Verpflichtung des Betreibers als das reine Vorhalten von Hardware zum Schwimmen und Saunieren. Aber genau hier liegt der Reiz des Unterfangens, hier wird eine Neupositionierung möglich.

Projektbeispiel

Direkt hinterm Deich, am Nationalpark Wattenmeer liegt das Vier-Sterne-Hotel Lundenbergsand in Sionsberg in traditioneller Reet-Bauweise. Ergänzend zu den 23 individuellen Zimmer und dem regional geprägten F&B-Konzept wurde 2008 das "Watt'n



Fotos: Hotel Lundenbergsand



- 1 Eingang »Watt'n Spa«
- 2 Umkleideraum
- 3 Panoramapool
- 4 Kaptain's Lounge
- 5 Kamin
- 6 Vitalbar
- 7 Saunabereich
- 8 Kneippzone mit Fußbecken
- 9 Finnische Aufguss-Sauna
- 10 Nordseeschlick-Dampfbad
- 11 Behandlungen I
- 12 Behandlungen II
- 13 Private Spa mit Sauna
- 14 Außendeck
- 15 Saunagarten

Spa" eröffnet. In angenehmer Atmosphäre entspannen, schwimmen und saunieren: Das hatten die Inhaber des Traditionshauses, Monika und Bernd Peters, im Sinn, als sie 2006 die fachkundige Hilfe eines Beratungsunternehmens suchten. Schnell wurde klar, dass neben der Baumaßnahme ein Wellnesskonzept mit Bezug zur Nordsee umgesetzt werden sollte. Mit Erfolg: Schon im ersten Halbjahr 2009 war die Nachfrage nach Behandlungen um 60 Prozent gestiegen.

Innerhalb des rund 350 Quadratmeter großen "Watt'n Spa" entspannen die Gäste nach einem ausgedehnten Spaziergang am Kaminfeuer des Panoramapools oder sie sonnen sich nach einer belebenden Körperbehandlung auf dem Außendeck der "Kaptain's Lounge" im Strandkorb. Die umlaufende Glasfassade des Spa-Traktes schafft größtmögliche Nähe zur Natur. Die Sauna mit Sichtfenster ist durch eine kleine Düne mit Strandhafer-Bepflanzung vor neugierigen Blicken geschützt. An die Sauna schließt sich eine Kneippzone mit Abkühluschen und Fußbecken an. Ergänzt wird das Wellnessangebot

mit Behandlungsräumen für Spa-Rituale, Kosmetikbehandlungen, Packungen und Massagen. Neben Produkten eines renommierten Kosmetikherstellers arbeitet das Lundenbergsand mit einem Private Label, dessen Produkte auf natürlichen Wirkstoffen des Meeres basieren – zu den Inhaltsstoffen gehören Algen, Nordseeschlick, Meersalze und Mineralien. Für Lokalkolorit sorgen außerdem Anwendungen mit Bezeichnungen wie "Weite, Himmel und viel Meer", "Nordsee Welle", "Meeres Woge" und "Schlick Füße". Für Wellness zu Zweit steht ein kleines "Private Spa" mit Sprudelwanne und Kräutersauna zur Verfügung. Eine regionale Besonderheit ist das Schlickbaderitual im Dampfbad mit anschließender Pflegemassage. Vom Angebot des "Watt'n Spa" können neben den Hotelgästen auch "Day Spa"-Kunden profitieren.

Fazit: Das Hotel Lundenbergsand hat sich zukunftsfristig auf die langfristigen Trends hin ausgerichtet und spricht Zielgruppen an, die im Urlaub nach Individualität, Nachhaltigkeit, Qualität und erlebbareren Inhalten suchen und die individuelle Handschrift der Inhaber schätzen. Dabei spielen auch Umweltbe-

wusstsein und der Erhalt der Landschaft eine wichtige Rolle: Der ortstypische Backsteinbau mit Reetdach hat unlängst von Öl auf Biogas umgestellt, kombiniert mit einem Blockheizkraftwerk. Für die Gäste ist diese Maßnahme mit einer Erweiterung des Angebots verbunden: Ein zusätzlicher Außenpool wird mit dem Wärmeüberschuss beheizt ebenso wie zwei Reet-gedeckte Pavillons, in die Ruheraum und Rezeption untergebracht sind.

Schritte zum erfolgreichen Spa-Konzept:

1. Unerlässlich zu Beginn ist eine gründliche Anlagen-, Markt- und Zielgruppenanalyse. Nur so ermöglichen Sie von Anfang an eine realistische Betriebsplanung.
2. Fokussieren Sie von Beginn an auf Ihren USP und schneiden Sie alle Inhalte direkt und eindeutig auf Ihr Objekt zu. So wahren Sie Ihren individuellen Auftritt und erreichen die entscheidende Alleinstellung.
3. Sorgen Sie für durchgängige Spa-Standards. Rekrutieren Sie Fachpersonal mit Persönlichkeit, das Sie möglichst langfristig an Ihre Anlage binden. Das bringt eine hohe und anhaltende Kundenzufriedenheit.
4. Sie konsequent auf der Grundlage Ihrer Corporate Identity. Nur mit stimmigen Behandlungsritualen, in inspirierenden Räumen und mit einem anregenden Ambiente schaffen Sie nachhaltige Erlebnisse.
5. Entwickeln Sie Abläufe und Funktionen basierend auf durchdachten Raumstrukturen und planen Sie Ihre Anlage in Größe, Zuschnitt und Funktionalität so, dass sie zum Betriebskonzept passt und die Gasterwartungen erfüllt.
6. Planen Sie langfristig, berücksichtigen Sie künftige Entwicklungen und arbeiten Sie effizient durch reibungslose Betriebsprozesse.
7. Entwickeln Sie die Gastansprache in Ihrer Anlage und Ihren Auftritt zielgruppengerecht. Sorgen Sie für eine durchgängige CI, um eine starke Marktposition aufzubauen.
8. Richten Sie Ihren Betrieb mit realistischen Finanzierungsansätzen und fortlaufender Kosten-Nutzen-Analyse nachhaltig auf Rentabilität und Erfolg aus.

Grundsätze für die Entwicklung einer Spa-Anlage:

Zeigen Sie Umweltbewusstsein: Stellen Sie heraus, was Ihr Haus für die Umwelt tut (Bauweise, Energie- und Verbrauchspolitik). Heben Sie hervor, woher Sie ihre Rohstoffe und Produkte beziehen. Schaffen Sie ein gesundes Umfeld, u.a. durch die Minimierung von Elektrosmog (Handy, WLAN etc.). Wenn Sie neu bauen, erwägen Sie eine Untersuchung des Areals nach störender Strahlung und Wasseradern.

Nehmen Sie Maß: Achten Sie auf eine physiologisch sinnvolle Kombination der Hardwareangebote. Gerade bei kleinen Spa-Anlagen muss alles stimmen. Vermeiden Sie Kulisse, verzichten sie auf Überflüssiges, schaffen sie stattdessen "Raum zum Sein".

Erkennen Sie die Wünsche Ihrer Gäste: Im Spa-Business sind gute Beziehungen zwischen Gästen, Personal und Betreiber unverzichtbar. Es steht, wie man so treffend sagt: "der Mensch im Mittelpunkt". Betreiber müssen wissen, wonach Ihre Gäste suchen – meist nach kompetenter Behandlung, echter Herzenswärme und exzellentem Service. Und das unabhängig davon, welche thematische Ausrichtung ein Haus hat.

Schaffen Sie Angebote, die Sinn machen: Entspannung, Wohlbefinden und Erholung – das verbinden die meisten Menschen mit Wellness. Rund 80 Prozent der Gäste buchen im Hotel eine klassische Massage oder eine kosmetische Behandlung. Trotz wohlklingender Spa-Rituale und Signature-Treat-



*Mit schlichtem Design und Lokalkolorit überzeugt
das »Watt'n Spa« im Hotel Lundenbergsand*

ments ist das Buchungsverhalten überwiegend konservativ. Dennoch sind attraktive Angebote, die auf die Einzigartigkeit eines Hotels hinweisen, neben der Architektur ein wichtiger Grund bei der Entscheidung für ein Urlaubshotel. Hier liegt es vor allem an der Beratungsqualität vor Ort, was ein Gast für sich auswählt. In erfolgreichen Anlagen mit geschultem Personal macht der Verkauf von Packages und Ritualen einen Anteil von bis zu 60 Prozent der Buchungen aus.

Finden Sie Mitarbeiter, die "berühren": Entscheidend für das Wohlbefinden sind die zwischenmenschlichen Beziehungen. Echtes Interesse, Wertschätzung und Zuwendung sind im Wellnessbereich ebenso wichtig wie professionelle Distanz. Das Besondere am Spa-Business ist: Der Kunde wird im wahrsten Sinne vom Dienstleister berührt. Dies ist eine sensible und komplexe Aufgabe, die ein feines Gespür erfordert und Fähigkeiten wie Empathie, gewinnende Kommunikation, Team- und Servicebereitschaft voraussetzt. In kleinen Betrieben gilt: Setzen

Sie Spa-Mitarbeiter aus Gründen der Rentabilität auch in anderen Bereichen des Hauses ein. So kommt es zu vermehrten Gastkontakten. Das ist im Zweifelsfall besser, als eine einzelne Behandlungskabine an externe Dienstleister zu verpachten. Eine fremde Person, die nur zeitweise anwesend ist, trägt in der Regel nicht den "Geist des Hauses" in sich.

Lassen Sie sich beraten: Aufgabe des Betreibers ist es, die Stimmigkeit und Kontinuität der Wohlfühlerlebnisse zu gewährleisten. Die Aufgabe eines guten Beraters ist es, sich schrittweise überflüssig zu machen. Fachleute helfen bei der erfolgreichen Konzeption, Umsetzung und Markteinführung einer Spa-Anlage. Durch die Planung von effizienten Abläufen und die Gestaltung nachhaltiger Gasterlebnisse unterstützen sie Investoren und Betreiber darin, ihre Corporate Identity lebendig werden zu lassen.

Ute Rührig, Quality Spa