



Ideen mit Weitblick

Auch beim 5. SpaCamp (7. - 9. Nov. 2014) heißt es erneut: Mitmachen statt zuhören! 180 Teilnehmer werden im Neptun & Spa in Warnemünde erwartet, die in bester Barcamp-Manier spannende Themen beleuchten, erarbeiten und diskutieren. Top hotel im Gespräch mit SpaCamp-Initiator **Wolfgang Falkner**

Top hotel: Nach Kitzbühel 2013 jetzt also Warnemünde – dazwischen liegen rund 750 Kilometer Luftlinie. Unter welchen Gesichtspunkten wurde der Veranstaltungsort ausgesucht?

Wolfgang Falkner: Wir wollten ein Zeichen setzen für unser fünftes SpaCamp und auch unseren treuen Teilnehmern aus dem Norden Deutschlands, die schon mehrmals in den Süden gereist sind, entgegenkommen. Unser Veranstaltungshotel, das Hotel Neptun & Spa, ist ja nicht nur in der Region bekannt. Hier hat mich besonders der große Kontrast zum letzten Hotel in den Alpen gereizt. Der Blick aufs Meer, original Thalasso und auch die bewegte Geschichte, die im Haus spürbar ist. All das trägt dazu bei, unser Motto »Auf Werte besinnen und Weitblick gewinnen« zu transportieren.

Top hotel: Ein vielversprechendes Motto – welche Signale wollt Ihr damit setzen?

Falkner: Ich glaube, dass es heute besonders wichtig ist, Tradition und Innovation miteinander in Einklang zu bringen. In den vergangenen Jahren wurde im Spa viel in die Vergangenheit geschaut, etwa bei der Suche



nach authentischen, ursprünglichen Zeremonien. Dieses »back to the roots« war sicher ein wichtiger Schritt bei der Besinnung auf das Wesentliche. Aber es wird langsam

Zeit, den Blick wieder mehr nach vorne zu richten, offen für Neues zu sein und mutig. Die Spa-Branche braucht Innovation, die mehr sein sollte, als ein Lippenbekenntnis oder ein Werbeslogan. Beim SpaCamp möchten wir mutigen Ideen eine Bühne bieten.

Top hotel: Erstmals in der SpaCamp-Geschichte gibt es am Donnerstag vor Veranstaltungsbeginn eine Pre-Convention-Tour nach Rügen. Auf was dürfen sich die Teilnehmer freuen?

Falkner: Die Idee stammt von unserem Partner Mecklenburg-Vorpommern Tourismus. Die Teilnehmer können sich auf 24

Stunden Entspannung auf der Insel Rügen freuen – mondäne Seebäder mit leuchtend weißen Villen, bescheidene Fischerdörfer, Steilküsten aus schneeweißer Kreide und Strände mit feinem Sand.

Top hotel: Ebenfalls neu: Neben den Talk-Sessions bietet Ihr Feel-Sessions an. Wie kamt Ihr auf die Idee und was darf man sich unter einer Feel-Session vorstellen?

Falkner: Frank Weckesser, der auch schon mehrmals beim SpaCamp mit einer eigenen Session dabei war, brachte mich auf die Idee. Er meinte, wir sollten nicht nur die linke, rationale Gehirnhälfte ansprechen, sondern auch mehr die rechte Gehirnhälfte, die für Intuition und Kreativität zuständig ist. In diesem Jahr lädt er mit einem Themenvorschlag dazu ein, das eigene Spa in sich zu entdecken. TALK (unsere klassischen Sessions) bedeutet lockeres Gespräch und Diskussion. FEEL ist alles, was nichts mit Reden zu tun hat, wie Behandlungen, Klang oder Meditation. Der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt.

Top hotel: Welche Trends zeichnen sich beim Blick auf die eingereichten Themen ab?

Falkner: Bisher wurden acht (Stand Anfang August) sehr kreative Themen von den Teilnehmern eingereicht. Carsten Boss von Pino möchte zum Beispiel in seinem Workshop den Spa-Gast 70+ näher betrachten. Heike Hüyng von MUUSA stellt ein neues Konzept vor, in dem der Masseur zum Komponisten eines individuellen Klangerlebnisses für den Gast wird.

Top hotel: Ich packe meinen Koffer... Was sollten die Teilnehmer beim Trip an die Ostsee dabei haben?

Falkner: Das SpaCamp ist eine lockere Veranstaltung – hier stehen die individuellen Persönlichkeiten im Vordergrund. Krawatte oder Bleistiftrock kann man also getrost zu Hause lassen. Viel wichtiger ist es, »open-minded« zu kommen, damit man viele neue Ideen mit nach Hause nehmen kann. Und noch etwas: Badehose und warme Mütze unbedingt mitnehmen! Bernd Fischer, Geschäftsführer von Mecklenburg-Vorpommern Tourismus, lädt alle Mutigen zum gemeinsamen Anbaden in der Ostsee ein. Info: www.spacamp.net/2014