

Die SpaCamp-Story

Ideenwerkstatt für die Wellnessbranche



Als Initiator und Veranstalter werde ich oft gefragt, was genau das SpaCamp-Konzept so erfolgreich macht. Warum war auch im 6. Jahr der Andrang so enorm (Anmeldestart 1. Mai: 130 Anmeldungen an einem Tag)? Zugegeben – von dieser Resonanz war ich selbst überrascht. Ist das Zufall, Bestimmung oder einfach nur Glück? Liegt es daran, dass wir mit dem Konzept zur richtigen Zeit, als der Bedarf dafür besonders groß war, an den Start gingen? Zum Teil sicher, aber eben nur zum Teil.

Kreatives Chaos, unzählige Idee und Spaß am Diskutieren – das sind die Erfolgsfaktoren für die bis dato fünf absolvierten SpaCamps

Wie alles begann

2010 war Aufbruchstimmung spürbar. Alle redeten von Social-Media und der damit verbundenen Kommunikation auf Augenhöhe. Der direkte, ungezwungene Austausch wurde wichtiger, ungeachtet dessen, welche Position man in einem Unternehmen einnahm oder welches Unternehmen man vertrat. Der Mensch und seine Ideen rückten in den Vordergrund. Zu dieser Zeit wurden die sogenannten BarCamps populär. Im Gegensatz zu einem klassischen Kongress gab es keine Vortragenden (die Wissenden) und Zuhörer (die Unwissenden), sondern »nur« Teilnehmer. In entspannter Atmosphäre (anfänglich in einer Bar; daher der Name BarCamp) war jeder Teilnehmer aufgefordert, ein Thema einzureichen, über das er selbst gerne diskutieren möchte. Man musste dazu bereit sein, einen Teil seines Wissens preiszugeben – in der Hoffnung, im Gegenzug das eigene Wissen und die Erfahrung zu mehren.

In Deutschland und auch Österreich gab es bereits einige BarCamps – auch solche, die sich auf ein Thema fokussiert hatten wie das CastleCamp in Kaprun oder das Tourismus-Camp in Eichstätt. Ich war beeindruckt von dem auf den ersten Blick kreativen Chaos und der Vielfalt an Ideen, die man mit nach Hause nehmen konnte. Warum nicht dieses Konzept in die Spa-Branche übertragen, etwas optimieren und damit für frischen Wind sorgen?

Gemeinsam mit der Berchtesgadener Land Tourismus GmbH fand schließlich im September 2010 im altherwürdigen Grand-Hotel Axelmannstein das wahrscheinlich weltweit erste BarCamp für die Themen Spa, Wellness und Gesundheit mit etwa 90 Personen statt. Das damalige Motto: »Wellness 2.0 – Alpensalz trifft Web 2.0«.

Jedes Jahr ein bisschen besser werden

Durch die sehr positive Resonanz war klar: Es geht weiter! Weil wir uns aber auch nicht auf den Lorbeeren ausruhen und wir das in der Abschlussrunde gesammelte, sehr konstruktive Feedback auch ernst nehmen wollten, machten wir uns daran,

SpaCamp-Fakten:

■ **170 Teilnehmer**

beim 6. SpaCamp 2015
Rheinland-Pfalz

■ **45 Prozent** Spa-

Hotellerie, Thermen, Gesundheitszentren, Day-Spa, Kosmetikinstitute (Spa-Manager, Geschäftsführer und Inhaber)

■ **8 Branchen** in

kontingentierte Kategorien

■ **5 Länder:** Deutschland,

Österreich, Schweiz, Italien (Südtirol), Liechtenstein

■ **1. Mai:** Anmeldestart

und Run auf die Teilnehmerliste

■ **3 Tage,** Freitag bis

Sonntag, Anfang November

■ **18 Sessions** in

3 parallelen Räumen

■ **90 Thesen** und

Ergebnisse

»Wellness 2.0 – Alpensalz trifft Web 2.0«

Bad Reichenhall, Bayern /
Grandhotel Axelmannstein****

2010

»Sehen.Hören.Schmecken. Riechen.Fühlen und mitreden«

Bad Reichenhall, Bayern /
Grandhotel Axelmannstein****

2011

»Gemeinsam Berge versetzen«

Berchtesgadener Land, Bayern /
Berghotel Rehlegg****s

2012

»Träume leben, Zukunft prägen«

Kitzbühel, Tirol / Hotel Grand
Tirolia Kitzbühel****

2013

weiter Optimierungen vorzunehmen. Auch wenn im Nachhinein alles so einfach klingt: 2011 war noch keinesfalls klar, ob wir das Konzept BarCamp überhaupt weiterführen und uns nicht doch lieber einem klassischen Kongress nähern sollten. Heute bin ich sehr froh, mit dem BarCamp-Gedanken den vielleicht schwierigeren Weg gegangen zu sein. Denn damals war es noch sehr schwer, zum Beispiel einem gestandenen Hotelier erklären zu müssen: Wir freuen uns sehr über euren Themenvorschlag, ob das aber dann auch stattfindet, entscheiden letztlich die SpaCamp-Teilnehmern vor Ort. Zum Glück gab uns der langfristige Erfolg Recht und die Teilnehmer erkannten, dass dieser basisdemokratische Modus die Qualität der Themen erhöht und eine perfekte Grundlage für eine positive Diskurs-Kultur darstellt.

Bis 2012 blieben wir so im Berchtesgadener Land (2011 nochmal Axelmannstein, 2012 Berghotel Rehlegg), bis wir 2013 den Sprung über die Grenze nach Kitzbühel in Österreich wagten. Vieles wurde bis dahin ausprobiert und immer wieder am Konzept gefeilt. Die Bewertung mit Klebepunkten hat sich bewährt und auch die gemeinsame Thesenzusammenfassung als Ergebnis am Ende der

Veranstaltung, die wir auch online veröffentlichen. Für Aufsehen sorgten auch unsere Keynotes, die zwar zugegebenermaßen etwas untypisch für ein BarCamp (und auch für die Spa-Branche) waren, die Teilnehmer aber über den Tellerrand schauen ließen und Mut machten, eigene Wege zu gehen: 2012 – Kletterlegende Thomas Huber von den »Huberbuam« und 2013 – Johannes Gutmann, Bio-Enthusiast und Gründer von Sonnentor.

Verantwortung macht Spa(B)

Mit 180 Teilnehmern in Kitzbühel waren wir gerüstet und selbstbewusst genug für den bis dato größten Schritt in der SpaCamp-Geschichte. Fünf Jahre sollten schließlich gefeiert werden. Als wir am Ende des 4. SpaCamps mitteilten, dass es 1.000 Kilometer gen Norden an die Ostsee geht, waren manche doch etwas überrascht und einige meinten, dass dieser Schritt vielleicht zu mutig wäre, da der Großteil der Teilnehmer bis dahin aus dem Alpenraum kam. Zum Glück wird Mut meist belohnt und wir feierten mit mehr als 200 Teilnehmer ein unvergessliches November-Wochenende im Hotel Neptun

»Auf Werte besinnen und Weitblick gewinnen«

Ostsee, Mecklenburg-Vorpommern /
Hotel Neptun & Spa*****

2014

2015

»Zuflucht grenzenloser Inspiration«

Rheinland-Pfalz /
Hotel Zugbrücke*****s

in Planung www.spacamp.net

2016

& Spa in Warnemünde an der Ostsee. Obwohl das SpaCamp 2014 alles Bisherige übertraf – man denke nur an das gemeinsame »Anbaden« in der kalten Ostsee –, machte das Konzept doch die eine oder andere Grenze sichtbar. So beschlossen wir, 2015 die Teilnehmerzahl wieder etwas zu reduzieren, um den persönlichen Charakter weiterhin wahren zu können. Auch war es an der Zeit, den straffen Zeitplan etwas zu entzerren und wir verlegten die Vorstellungsrunde bereits auf Freitagabend. Zum Austragungsort wurde schließlich das Hotel Zugbrücke in Rheinland-Pfalz auserkoren. Das diesjährige Motto lautet: »Zuflucht

grenzenloser Inspiration«. Die Idee dahinter? Jeder Mensch braucht einen Zufluchtsort, um kreativ zu sein. Das gilt in Zeiten von permanenter medialer Ablenkung mehr denn je.

Es lebe die Community!

Bereits früh, im Jahr 2012 hat sich abgezeichnet, dass das SpaCamp weit mehr ist als eine bloße Veranstaltung. Die Grundidee: »Wir wollen Menschen mit Ideen auf Augenhöhe verbinden und ihr Engagement fördern.« Es lag also nahe, nicht nur einmal im

F E R T I G S C H W I M M B E C K E N & W H I R L P O O L S

www.pools.de

Qualität seit
über 40 Jahren!

Seien Sie unser Gast und besuchen Sie unsere 2000 qm große Dauerausstellung für Fertigschwimmbecken & Whirlpools für den öffentlichen und privaten Bereich.

RivieraPool®
FERTIGSCHWIMMBECKEN • WHIRLPOOLS

Klöcknerstraße 2 • 49744 Geeste-Dalum • Tel.: +49 5937 660
 Email: info@pools.de • www.pools.de



Das SpaCamp 2014 übertraf alle Erwartungen – auch durch das »Anbaden« in der kalten Ostsee

Jahr mit Themen nach außen zu gehen, sondern auch während des Jahres. Ein gemeinsamer Fachblog, der die Möglichkeit bot, als Gast-Autor einen Beitrag zu veröffentlichen, war rasch installiert. Die große Herausforderung war es, diesen auch langfristig zu betreuen und regelmäßig – mindestens zweimal pro Woche – Beiträge zu veröffentlichen. Heute hat der Blog insgesamt 140 Autoren, rund 400 Fachartikel sind bisher erschienen. Ende 2014 stellten wir die Website bereits zum 3. Mal um und stellten die Community ins Zentrum. Nun kann man auf einen Blick sehen, welche »Community-Member« welche Themen bei den SpaCamps eingereicht und welche Blogbeiträge sie verfasst haben. Ein wichtiger Part bei diesem Relaunch war der eigene Guide, ein Online-Spa-Firmenverzeichnis.

Wohin geht die Reise?

Zum Redaktionsschluss für das Buch »SPA 2016« stand die Location für das SpaCamp 2016 leider noch nicht fest. **Unser Ziel:** Obwohl die Latte bereits sehr hoch liegt, muss es möglich sein, für Überraschungen zu sorgen und die Qualität weiter zu steigern. Kurz: Es gibt bereits sehr viele Ideen. Wer beim SpaCamp 2015 in Rheinland-Pfalz dabei ist, wird erfahren, wohin die Reise geht.

Zu guter Letzt möchte ich noch versuchen, die eingangs gestellte Frage, was den Erfolg des SpaCamps ausmacht, zu beantworten: Zufall, Glück, die richtige Zeit, der richtige Ort, Dialog auf Augenhöhe (»Du«), aber vor allem die Bereitschaft, für eine Idee alles zu geben. Danke an alle, die uns bisher begleitet haben und uns hoffentlich auch noch viele weitere Jahre begleiten werden.

Wolfgang Falkner, Der Falkner SpaMarketing