



KOMMUNIKATION AUF AUGENHÖHE

SpaCamp – diskutieren, lernen und motivieren

Herr Falkner, das SpaCamp fand bereits zum 6. Mal statt. Wie viele Teilnehmer konnten Sie diesmal begrüßen? Gibt es seit der Erstveranstaltung inhaltliche Änderungen?

Zu unserer Veranstaltung kamen 180 Personen, davon allein 76 aus der Wellness-Hotellerie sowie von Day Spa. Tatsächlich testen wir immer wieder Neues aus. Manches belassen wir auch, weil es sehr gut funktioniert. Die Punktbewertung der Themenvorschläge gibt es zum Beispiel seit Anbeginn. Die Thesenkarten für die Ergebnisse seit dem SpaCamp 2013 in Kitzbühel.

Dieses Mal, im Hotel Zugbrücke gab es erstmalig Open-Sessions, die bewusst für ganz spontane Ideen während der Fachveranstaltung frei blieben. Natürlich ändern sich immer auch der Ort, das Hotel und das Rahmenprogramm und auch die Themenvorschläge. Eigentlich ist beim SpaCamp alles im Fluss.

Gibt es eine Entwicklung, eine Tendenz bei den Themen?

Es gibt bei BarCamps keine Vorträge, sondern Themenvorschläge. Die Teilnehmer entscheiden dann, wo sie dabei sein möchten. Was sich abzeichnet ist, dass die Sessions immer interaktiver wer-

den und sich Teilnehmer immer mehr einfallen lassen, damit ihre Themenvorschläge auch gewählt werden. Sowohl vom Thema als auch von der Art des Workshops. Neben Themen wie Spa-Trends, Marketing und Mitarbeiter gab es auch sehr aktuelle und brisante Themen, wie „Digitalität im Spa“, „Barrierefreiheit“, „Das Spa in Dir“ oder „Faszien“ und es wurde mit „Sexuelle Übergriffe im Treatmentraum“ ein Tabu thematisiert.

Was war Ihre Intension, ein SpaCamp zu initiieren, was ist das Besondere?

Die Kommunikation auf Augenhöhe. Das heißt, gleiche Chancen für alle, also jeder kann teilnehmen oder ein Thema einreichen, egal welche Erfahrung man mitbringt oder aus welchem Unternehmen man kommt. Thema und Mensch stehen im Vordergrund. Und es ist fast wie ein Familientreffen. Man vergisst oft, dass es eigentlich ein Business-Event ist.

Würden Sie heute alles genauso wieder machen?

Ich glaube, jeder einzelne Schritt war notwendig. Natürlich macht man Fehler, aber das ist ja auch gut so. Daraus lernt man auch. Wichtig ist, dass man es immer

besser macht und bestimmte Fehler nicht wiederholt.

Das größte Kompliment?

Eine Spa-Managerin sagte einmal: „Müde, aber glücklich geht es wieder nach Hause“. Es ist schön zu sehen, dass die Teilnehmer thematisch so viel mitnehmen können und dabei auch noch Freude haben. Eine andere Teilnehmerin meinte: „Yes, I love my Job“. Dem kann ich mich nur anschließen.

Wie wird der Blog angenommen?

Sehr gut. Bisher haben wir über 400 Fachartikel von mehr als 100 Autoren. The Story goes on!

Was erwartet die Teilnehmer 2016?

Wir gehen nach Berlin-Brandenburg und zwar vom 7. bis 9. Okto-

ber 2016 ins Spa-Resort Esplanade in Bad Saarow. Und wie immer gibt es sehr viel Engagement. Viele spannende Themen. Nette Menschen. Und es gibt ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm, das wir nach und nach bekannt geben und diese oder jene Überraschung. Infos auf www.spacamp.net/spacamp2016.

Wichtig, für alle, die dabei sein möchten: Bitte den 1. Mai dick im Kalender anstreichen. Im letzten Jahr hatten wir am 1. Anmeldetag bereits 130 Anmeldungen. ◆

Wolfgang Falkner, Dipl.-Ing. (FH), Inhaber von „Der Falkner“, veranstaltet mit seinem Team seit 2010 das jährliche SpaCamp sowie seit 2014 das NaturkosmetikCamp. Er ist Herausgeber der gleichnamigen Fachblogs.

