

# BarCamp in Sachen Wellness



Foto: Standortagentur Tiro

Wolfgang Falkner, Marketing-Berater für Spa, Wellness und Gesundheit

**STANDORT:** Wie sind Sie auf die Idee gekommen, SpaCamps zu veranstalten?

**WOLFGANG FALKNER:** BarCamps gibt es ja schon länger. Mir hat die Grundidee dahinter gefallen, dass die Teilnehmer selbst die Agenda bestimmen, also Themen einreichen können, über die zu Beginn unter den Anwesenden basisdemokratisch abgestimmt wird. Als Veranstalter eines BarCamps ist man aufgefordert, diese Grundregeln einzuhalten. Wir haben diese optimiert und daraus vor mittlerweile vier Jahren das erste thematisch fokussierte BarCamp für die Spa- und Wellness-Branche im deutschsprachigen Raum geschaffen.

**STANDORT:** Auf welchen Säulen fußt Ihr Konzept?

**FALKNER:** Unser Konzept zeichnet sich durch die Möglichkeit der Beteiligung, durch die Vielfalt der unterschiedlichen Zugänge zur Materie und nicht zuletzt

durch die Leidenschaft, mit der wir an das SpaCamp herangehen, aus. Da man die Teilnehmer erst von seinem Thema überzeugen muss, damit es auf die Agenda gesetzt wird, sind die Ideen vielfach neu und auf einem hohen Niveau. Wirklich Neues kann nur da entstehen, wo unterschiedliche Menschen aus verschiedensten Bereichen ungezwungen miteinander reden können. Oft genügt ein anderer Blickwinkel, um einer Idee einen Impuls zu geben. Wir bereiten uns für das SpaCamp das ganze Jahr vor und probieren Neues aus, riskieren auch einmal etwas. Diese Leidenschaft spüren auch die Teilnehmer.

**STANDORT:** An welches Publikum richten sich Ihre SpaCamps?

**FALKNER:** Bei uns findet sich ein beispielloser Mix aus jungen, offenen und engagierten Menschen und Experten und Multiplikatoren mit viel Branchenerfahrung.

**STANDORT:** Welche Trends zeichnen sich im Spa-Bereich ab?

**FALKNER:** Jeder spricht von Authentizität. Häufig ist diese allerdings mehr Schein als Sein und wird nicht konsequent gelebt. Es geht darum, echt zu sein, regionale Besonderheiten in das Spa-Angebot mit aufzunehmen – das reicht von den heimischen Kräutern bis hin zum Brauchtum. Ich denke, die Tiefe wird in den nächsten Jahren die Herausforderung für die Spa-Hotelbetriebe werden.