



Tagträumer willkommen, mitdiskutieren erwünscht! Das SpaCamp – Bühne für Impulse – stand in diesem Jahr unter dem Motto »Träume leben, die Zukunft prägen!«



Welche Themen interessieren die SpaCommunity? Bevor es losging, hieß es Punkte verteilen. Zwischen den Sessions blieb Zeit zum Netzwerken und Genießen. Prost!



Daumen hoch für das SpaCamp 2013: Keynote-Speaker und Sonnentor-Gründer Johannes Gutmann mit SpaCamp-Chef Wolfgang Falkner (re.) – auch ein »Sunnyboy«



Fotos: Dirk Holst / Grand Tiroli Kitzbühel

Unter dem Motto »Träume leben, die Zukunft prägen!« trafen sich Ende November rund 180 Vertreter der Wellness- und Spa-Branche aus dem deutschsprachigen Raum, um gemeinsam an Ideen zu feilen. Das vierte SpaCamp feierte in Kitzbühel seine Österreich-premiere – mit etwas Neuschnee und vielen frischen Ideen

von KIRSTEN POSAUTZ

Impulse für die Spa-Welt von morgen

Mundharmonikaklänge versetzten die Luft im gut gefüllten Atrium des Grand Tiroli Kitzbühel in Schwingung. Der Künstler und Wahrnehmungsforscher sha. aus Wien – zum ersten Mal beim SpaCamp dabei – stellt sich in der anfänglichen Präsentationsrunde auf seine Art vor. Den Zusatz »Ich bin bekannt für unkonventionelles Denken« hätte es da eigentlich nicht mehr gebraucht. Drei »Tags« (Schlagworte) sollten es bei jedem zusätzlich zum Namen sein – kurz und knackig. »Lebenslust, Gesundheit, Nachhaltigkeit« bringt es einer auf den Punkt, »Tradition, Moderne, Kitzbühel« wirft ein anderer in die Runde. Die jüngste Teilnehmerin,

Laura, gerade mal fünf Monate alt und im Tragegurt vor dem Bauch der Mutter schwebend, gurgelt fröhlich vor sich hin. Auch ein Statement.

Angenehm bunt ist die SpaCamp-Community, zu der Hoteliers und Spa-Manager ebenso gehören wie Ausstatter, Kosmetik-Hersteller, Marketing-Profis, Spa-Berater und Studenten. Hier trifft man Experten und Multiplikatoren und den ein oder anderen Visionär, der dem Alltagstrott die lange Nase zeigt und neue Impulse in die Spa-Welt bringt. Erfrischend unkonventionell das Konzept, das sich durch workshopähnliche Diskussionsrunden und eine basisdemokratische Themenauswahl von anderen Fachkon-

gressen abhebt. Mitmachen, mitbestimmen, mitgestalten lautete die Devise auch beim vierten SpaCamp. Initiator und Organisator Wolfgang Falkner von Der Falkner Spa Marketing hat das jährliche Treffen der Wellnessprofis als offene Ideenwerkstatt nach Barcamp-Vorbild konzipiert. Einziger fixer Programmpunkt der dreitägigen Veranstaltung ist jeweils der Keynote-Vortrag. In diesem Jahr war »Sonnentor«-Gründer Johannes Gutmann zu Gast – Pionier und Lichtgestalt der Bio-Branche, Meister der Produktvermarktung und mit Lederhose und roter Brille selbst eine Marke. Kernaussage seines mitreißenen Vortrags »Vom Spinner zum Winner«: Bleib deinen Idealen treu

und folge deinen Überzeugungen! Riesenapplaus, die Message kam an. Ansonsten bestimmten auch in diesem Jahr die Teilnehmer, welche der im Vorfeld erreichten Themen zur Sprache kommen sollten. Insgesamt 21 Session-Slots waren zu belegen. Auch wenn das SpaCamp mul-

Mitmachen, mitbestimmen, mitgestalten lautete die Devise auch beim vierten SpaCamp.

timedial ist und von Facebook über Twitter, Xing und Google bis hin zum Blog alle Kanäle bespielt, ist beim Abstimmen Handarbeit angesagt. Das Prozedere: Man »votet« mit gelben und roten Klebepunkten auf Papierwänden. Je nach Anzahl der Interessenten findet die Session dann in kleineren Seminarräumen oder im Atrium statt. Einige wenige Themen, die – aus welchem Grund auch immer – zu wenig Resonanz finden, sind »draußen«. So ist es halt mit der Demokratie. Wer sein Thema flott formuliert oder den Nerv der Zeit trifft, ist hier im Vorteil.

Obwohl kein Spa-Thema im ureigentlichen Sinne, bekam »Charmant unver-schämt?!« von Sonja Seirlehner beim dies-



Und jetzt alle mal winken! Mit 180 SpaCampern konnten die Veranstalter einen neuen Teilnehmerrekord verzeichnen

jährigen SpaCamp die meisten »Bapperln«. Hier ging es um Kommunikation im Allgemeinen und erfolgreiche Gesprächsstrategien im Besonderen. »Jede Branche hat ihre Wörter«, so die Referentin. Auch im Spa-Bereich heißt es verbal-diplomatisch vorgehen, will man seine Gäste und Mitarbeiter nicht verärgern. »Verwandeln Sie Kritik in eine Blume« lautet einer der Ratschläge der Österreicherin, die von der Kosmetik kommt (O-Ton: »Ich bin auch ein Beauty-Hase«) in die Beratungsschiene gewechselt ist und heute als Wirtschaftsmediatorin, Coach und Autorin auftritt.

Zeit zum Netzwerken, Zeit zum Träumen

Ein wenig provokant formuliert, machte auch der Titel »Die sieben Todsünden« viele SpaCamper neugierig. Hildegard Dorn-Petersen FCSI hatte ihr Thema als teuflisches Kartenspiel aufbereitet. Die Bandbreite der No-Gos im Wellnessbusiness reicht nach Ansicht der Spa-Consultant vom fehlenden Konzept bis hin zur mangelhaften Stammgastpflege. »USP verleiht einem Haus Strahlkraft« war eines der Ergebnisse der Session, die Frage

»Und was ist Ihre Lieblings-Todsünde?« regte zur anschließenden Diskussion an. Ebenfalls vor großem Publikum sprach Marlis Minkenberg, Spa-Leiterin Alter Meierhof Vitalhotel Glücksburg bei Flensburg über »Werte- und Prioritätenverschiebung der Konsumelite«. Ihre These: Luxus wird künftig weniger als bloßer

Im Zeitalter der Totalvernetzung entgeht uns Raum. (...) Ich definiere Spa als Raum zur Entfaltung des Menschen.

sha., Wahrnehmungsforscher und Künstler

Besitz von Statussymbolen, sondern vielmehr als »Ruhe, Aufmerksamkeit, Minimalismus« und vor allem »Zeit« definiert. »Wo können wir den Gast also abholen?« – diese Frage gab sie an die Zuhörer weiter.

Vor allem die in kleinerem Rahmen gehaltenen Sessions hatten den Mitmach-Charakter, der das SpaCamp auszeichnet. So stimmte sha. die Teilnehmer mit Klän-

gen und einer Wahrnehmungsübung auf sein Thema »Holistic Design. Sinnesräume im Spa« ein. Sein Denkansatz: Erst wenn Sinn, Sinne und Be-Sinnung wieder ihre archaische Verbindung eingehen, bekommt der Gast das Spa-Erlebnis, nach dem er sucht. »Im Zeitalter der Totalvernetzung entgeht uns Raum. (...) Ich definiere Spa als Raum zur Entfaltung des Menschen«, fasst der Wiener Künstler seinen holistischen Ansatz zusammen.

Ideensuche mit System

Dass Kreativität nicht vornehmlich aus dem Bauch heraus kommt, sondern systematisch erarbeitet werden kann und sollte, machte hingegen Jeannine Moosbrugger von der Standortagentur Tirol in ihrer praxisnahen Session zum »Ideenmanagement – Wo kommen nur die guten Ideen her?« klar. Aber auch Lohn-dumping, Reiseblogs, Bewertungsportale, Suchmaschinenoptimierung, Akustik im Spa, Signature Treatments und viele andere Aspekte und Facetten des Spa-Business kamen in größeren und kleineren Sessions zur Sprache. »Wir glauben, dass die Spa-Branche eine sehr vielfältige Branche ist«, hatte Wolfgang Falkner ein-

gangs bei der Begrüßung gesagt. Die Bandbreite an Themen bestätigt das.

Volles Programm also für diejenigen, die möglichst viele Impulse mit nach Hause nehmen wollten. Doch beim Get-Together am Freitagabend, zwischen den Sessions und beim SpaCamp Dinner blieb genügend Zeit zum Netzwerken, denn die Kontaktpflege ist ein wichtiger Teil des Camps. Da man selbst als »Wunderwuzzi« (Tausendsassa) – Teil eines Session-Titels über Spa-Manager – nicht überall gleichzeitig sein konnte, wurden die zentralen Thesen, welche die Teilnehmer nach den Vorträgen und Workshops auf Karten geschrieben hatten, ausgewertet und am Sonntagvormittag vor versammelter Mannschaft präsentiert. Eine Neuerung des 4. SpaCamps – ebenso wie die Traumkarten, auf denen jeder seinen ganz persönlichen Traum bzw. sein Ziel für die nahe Zukunft niederschreiben konnte. Der versiegelte Umschlag wird ihm – Diskretion ist Ehrensache – beim nächsten Camp wieder überreicht. Hat



Die Sessionleiter stellen ihre Thesen vor und eröffnen dann die Diskussion

man seinen Traum gelebt, sein Ziel verwirklicht?, darf sich dann jeder selbst fragen. Da Träume keinen Termin kennen und gute Themen und Ideen das ganze Jahr über sprudeln dürfen, bleibt die Spa-Camp-Community im Blog in Kontakt, denn: Nach dem SpaCamp ist vor dem SpaCamp! Info: www.spacamp.net

Infos zu den Sessions und Thesen gibt es zum Nachlesen unter:

- www.spacamp.net/spacamp2013/thesen-ergebnisse-erkenntnisse
- www.spacamp.net/spacamp2013/sessions

FH Lehrgang Akademische/r Spa Manager/in*

für Innovation und Produktentwicklung

* die Spa-Industrie ist eine der am schnellsten wachsenden Branchen



JETZT DURCHSTARTEN

- Besonderheit: Verbindung von theoretischen Grundlagen und praktischen Anwendungen
- Anmeldeschluss: 10. Dezember 2013
- Start: Jänner 2014
- Dauer: 1 Jahr in geblockten Modulen an der IMC Fachhochschule Krems und im Ausbildungszentrum der Reiter Alm



Beratung Deutschland
Firma Haslauer GmbH
T: +49 (0) 8654 4887 -22
www.haslauer.info



Beratung Österreich
IMC Fachhochschule Krems
T: +43 2732 802 222
www.fh-krems.ac.at/de/weiterbildung