

BEAUTY FORUM

SUMMER PARTY

Profi-Make-up für laue Nächte
ab Seite 82

SICHERES SONNENBAD

After-Sun-Pflege mit Marktübersicht
ab Seite 16

Dossier:

Kaufrausch

Marketing und Verkauf im Institut
ab Seite 48



Spa-Visionen

WOHLFÜHLFAKTOREN DER ZUKUNFT – Haben Sie schon einmal von einem Roboter eine Beautybehandlung erhalten? Martina Schumann, Director Spa & Sport bei Sea Chefs, stellt Ihnen ein spannendes Zukunftsmodell vor, das viel Spielraum für neue Ideen und Visionen bietet.



Die Spa- und Wellness-Branche hat sich in den letzten 20 Jahren stark verändert und ein Ende ist noch lange nicht in Sicht. **Eine Massageliege und eine Duftlampe sind heute längst nicht mehr genug.** Die Ansprüche der Gäste ändern sich stetig, genauso wie unsere Möglichkeiten, ihnen gerecht zu werden. Die Sinnen spielen eine immer größer werdende Rolle und ein stimmiges Gesamtpaket aus Atmosphäre, Licht und Raum, Musik sowie Service und Qualität ist gefragter denn je. Zukünftig wird der Bedarf unserer Kunden an Spa- und Wellness-Leistungen analog zur

wachsenden Anzahl der Spa- und Wellness-Bereiche wachsen, während der Markt der gut ausgebildeten Mitarbeiter dagegen immer weiter schrumpft.

Kompetente Mitarbeiter

Bei jeder neuen Leistung gilt es herauszufinden, wie der Gast diese wahrnimmt und wie hoch der Schulungsaufwand für die Mitarbeiter ist. Es stellt sich die Frage: Was hat der Gast von dieser Leistung und welchen Benefit haben die Mitarbeiter und die Unternehmen? Sehr wahr-

scheinlich werden wir in Zukunft etwa 60 Prozent unserer Leistungen mit Mitarbeitern und etwa 40 Prozent ohne Mitarbeiter anbieten.

Wichtig dabei bleibt die **hohe Beratungskompetenz der Mitarbeiter, die vermehrt durch den Einsatz von digitalen Tools ergänzt wird**, damit sich der Gast schon im Vorfeld auf den Spa-Aufenthalt vorbereiten kann und sich gut aufgehoben fühlt.

Digitale Tools nutzen

Der Mensch möchte in seinem Wohnumfeld 24 Stunden am Tag die Mög-

SO KÖNNTE DIE ZUKUNFT AUSSEHEN:

Künstliche Intelligenz kommt bereits in vielen Lebensbereichen zum Einsatz, warum nicht auch im Wellnessbereich?

- Ein Wellness-Roboter, der den Gast mit Getränken empfängt.
- Ein Roboter als Wegweiser in den Spa-Bereich.
- Die „Waschstraße“ für den Gast.
- Womöglich ein Massageroboter.
- 24-Stunden-Service.



lichkeit haben, sich zu entspannen und verwöhnen zu lassen, wobei digitale Tools helfen können. Hier braucht es noch Mut und Innovationsspielraum, denn man kann vorher nicht immer abschätzen, wie der Gast auf Neuheiten reagiert. Das Tablet kommt im Spa- und Fitnessbereich schon heute vermehrt zum Einsatz. Informationstools, mit denen sich der Gast rund um die Uhr informieren kann, sowie digitale Buchungen und Beratung anstatt der klassischen Spa-Rezeption werden demnächst folgen. **Die digitalen Tools der Zukunft können herausfinden, wie die Stimmung des Gastes ist,** und empfehlen den passenden Duft gleich dazu. Der Kunde wünscht sich Kollagenaufbau von Kopf bis Fuß- und das auf einer Liege mit Massagefunktion? Kein Problem!

Die apparative Kosmetik ist auch schon weiter: **Die Anwendungen sind bereits viel anwenderfreundli-**

cher mit digitalem Ablauf sowie kürzer in der Anwendungszeit, und das mit Soforteffekt. Es gibt schon viele Geräte auf dem Markt, welche bereits in Kliniken eingesetzt werden. Diese werden unter anderem zur Behandlung von verschiedenen Hautproblemen oder auch Gelenkbeschwerden eingesetzt. Diese Geräte werden dann in etwas „hübscherer“ Form in den Spas landen, um auch den optischen Anforderungen der Unternehmen und Kunden zu entsprechen. Das betrifft auch diverse Liegen und Sessel mit Licht-, Duft- und Massagefunktion sowie Musik zur Tiefenentspannung, die Lymphdrainagehose für leichte Beine, Cellulite-Geräte mit Infrarot oder Kneipp-Kältekammern, alles für ein kleineres Budget. Auch im Fitnessbereich gibt es diverse **Apps zur individuellen und gesunden Ernährung,** digitale Trainingshilfen im Studio und Fitnessspiegel mit Sensoren, welche Bewegungen messen, korrigieren und Erfolge anzeigen.

Mut zur Veränderung

Es gibt derzeit viele Innovationen und Veränderungen auf dem Markt, die sich zukünftig unter dem Begriff „Digitalisierung“ versammeln werden. Oft werden hier keine Mitarbeiter in der Kabine oder im Spa-Bereich benötigt, auch wenn es natürlich lebendiger ist, den Service und die Beratung persönlich zu bekommen.

Warum das so wichtig ist? Letztlich geht es darum, dass sich unser Begriff von Entspannung und Work-Life-Balance sowie die Bedürfnisse unserer Kunden und die Anforderungen an unsere Kompetenzen in den nächsten Jahren rapide verändern werden. Sei es digital oder analog. Hier ist Mut erforderlich, denn keiner weiß, wie der Gast die neuen Angebote annehmen wird. **Klar ist, die alten Konzepte werden in Zukunft nicht mehr ausreichen.** Aber was möchte der Spa- und Wellness-Gast zukünftig und wie viel Geld möchte er dafür ausgeben? Wünsche und Bedürfnisse der Gäste bleiben nach wie vor individuell.

Offen für Neues

Nehmen Sie sich nun ein weißes Blatt Papier und tauchen Sie ein in das Jahr 2025: Gestalten Sie Ihren eigenen Spa der Zukunft, frei nach dem Motto: „Think out of the box!“ Es geht darum, losgelöst von der aktuellen Situation der Spa- und Wellness-Branche neu zu denken. Ebenso geht es um die bestehenden Kosmetikprodukte, die Ausstattung, die Raumkapazitäten, die Konzeption, das Marketing und den Vertrieb. Dies sind allesamt wichtige Punkte, bei denen ein verändertes, zukünftiges Spa ansetzen muss, denn die Gerätehersteller sowie die Kosmetikindustrie werden sich stetig verändern müssen.

Wir stecken mitten in einem umfassenden Wandel der Branche und das betrifft alle Berufsgruppen, nicht nur die im Spa- und Wellness-Bereich. Die Berufsbilder verändern sich und damit auch die benötigte Kompetenz. Also seien Sie offen für diese Themen, denn wir brauchen weiterhin gut ausgebildete und herzliche Mitarbeiter in dieser Branche. □



MARTINA SCHUMANN

Die Autorin ist Director Spa & Sport Services bei Sea Chiefs Cruises Worldwide GmbH für die Mein Schiff Flotte im Auftrag von Tui Cruises und Mitglied beim Deutschen Wellness Verband sowie im Innovationsausschuss.



MEHR ERFAHREN – ONLINE GEHEN!

Exklusiv für BASIC-Online- und PREMIUM-Kombi-Abonnenten von BEAUTY FORUM: Wie Sie schon heute dank digitaler Unterstützung für optimalen Kundenservice sorgen können, erfahren Sie auf unserer Internetseite unter www.beauty-forum.com. Geben Sie einfach den Webcode 127011 ein.