

Spa-Design und -Struktur: Aspekte zur Atmosphäre in einem Hotel-Spa

Dr. Kurt von Storch

15. Januar 2016

Warum ist die Atmosphäre in einem Spa so wichtig? In manchen neugebauten Spas mit teurer Architektur und erlesenem Design bleiben die Gäste aus. Warum ist das so? Gründe hierfür können im Konzept, der Räumlichkeit oder der Auswahl der Produkte liegen. Doch oft ist es schlichtweg das fehlende „Fein-Tuning“, das aus einem „Roh“-Spa ein atmosphärisches Spa macht, das die Gäste anspricht. Hierzu gehören die Ästhetik des Interiors, das Licht, die Gerüche, die Klänge, die Haptik der Gegenstände und die Ausstrahlung der Personen. Die Atmosphäre betrifft das gesamte wahrnehmbare Innere eines Spa. „Das Innere ist die Verpackung“, möchte man meinen und einer der Zwecke der Verpackung ist der stumme Verkauf.

Die Atmosphäre erzählt dem Gast etwas über das Spa. Die Eindrücke, die hierdurch bewusst und unbewusst wahrgenommen werden, sind eine Nachricht in Symbolen: die Architektur, das Design, das Verhalten aller Menschen hierin (auch der Gäste) und noch einiges mehr. Die Atmosphäre wird durch alle Sinne aufgenommen und muss deshalb in der Konzeption auch alle Sinne ansprechen. Ist das aufeinander abgestimmt gelungen, fasziniert ein Spa nachhaltig. Jedem Raum kommt hierbei in seiner Funktion eine eigene Aufgabe zu, zu diesem Konzert beizutragen: so ist zum Beispiel die Rezeption das „Willkommen“, die Umkleidekabine der „Übergang vom Besucher zum Gast“, der Anwendungs-Raum ein individuelles Erlebnis und der Ruheraum „das große Finale“.

Die Atmosphäre beginnt mit der Struktur und hierzu gibt es Regeln, die wir in weiteren Blogs behandeln werden:

1. Ein Spa signalisiert eine andere Welt im Hotel
2. Die Architektur gibt nur den Rahmen
3. Alle Menschen geben dem Spa eine Persönlichkeit
4. Gestaltung: Ein Spa ist ein begehrtes Kunstwerk
5. Im Spa ist jeder Meter Psychologie
6. Es gibt für die fünf Sinne ein Licht-, Klang-, Duft-, Geschmacks- und Materialkonzept
7. Das Spa befindet sich (optisch) nie im Keller
8. Ein Spa hat ein Zentrum und ist eine Einheit
9. Anwendungen - der Gast muss fühlen: „Dieser Raum ist für mich!“
10. Badewannen werden präsentiert!
11. Gänge darf man als Gänge „nicht erkennen“
12. Im gesamten Spa geht man stets auf etwas Erhelltes oder Erhellendes zu
13. Der Ruheraum ist der schönste aller Räume
14. Der Beautybereich signalisiert Vertraulichkeit und Hygiene
15. Ein Spa gewährt von jedem Platz aus einen Ausblick
16. Spa-Pools sind in erster Linie nicht zum Schwimmen da

EuropeSpa.eu

EuropeSpa med & wellness GmbH

Head Office

Stolberger Strasse 25

65205 Wiesbaden | Germany

+49 6122 5333 973

info@europespa.eu

HRB 24820, Amtsgericht Wiesbaden

CEO Dr. Kurt von Storch

