

## Im Spa ist jeder Meter Psychologie

### Teil 6: Der Behandlungsraum

Dr. Kurt von Storch

4. August 2016

*In über 100 Audits weltweit habe ich sehr verschiedene Hotel-Spas kennengelernt. Die Erkenntnisse zur Atmosphäre in Spas haben wir nun unter dem Titel „Im Spa ist jeder Meter Psychologie“ in diesem Blog zusammengefasst.*

In einem guten Spa erhält ein Gast nicht nur eine Anwendung. Er macht eine Reise der Eindrücke. Auf diese Reise „schickt das Spa den Gast“, denn er soll wiederkommen. Sowohl bei der Planung als auch bei nachträglichen Änderungen ist es ratsam, diese Reise im Spa nachzuvollziehen und vorzuplanen, denn „im Spa ist jeder Meter Psychologie“. Wichtige Grundaussagen werden dem Gast durch Architektur, Einrichtung, Atmosphäre und durch das Verhalten des Personals „signalisiert“:

1. „Hier bist Du an einem besonderen Ort“
2. „Hier erhältst Du keine Massage, sondern ein Erlebnis“
3. „Hier machst Du eine Reise“

In vergangenen Blog-Posts haben wir bereits über das Design der Rezeption sowie über wichtige Elemente im Umkleidebereich gesprochen. Heute fahren wir mit einem der wichtigsten Räume im Spa fort: der Behandlungsraum.

### Teil 6: Der Behandlungsraum

Das Betreiben von Spas ist eine perfektionistische Disziplin und die Kunst, aus vielen Details ein Mosaik des Erlebens zu schaffen.

Im Behandlungsraum eines Spas sollte dem Gast der Gedanke kommen „Dieser Raum ist für mich!“. Diese Aussage sollte uns bei allen Entscheidungen leiten, die das Design des Behandlungsraums betreffen.

Aus der Sicht des Gastes ist dieser Raum das Highlight, denn hier erhält er das, wofür er überhaupt gekommen und ist und bezahlt hat. Der Raum sollte so gestaltet sein, dass er das Ziel der Anwendung unterstreicht: Erhebung und Entspannung in Verbindung mit therapeutischen Effekten. Der Raum ist nicht größer als für die Anwendung nötig, denn sonst beginnt der Gast unbewusst, sich verloren zu fühlen. Das Medium der Anwendung befindet sich im Zentrum: die Massagebank, die Wanne oder die Matte.

Wichtig ist auch, was der Gast sieht, wenn er den Raum betritt. Hat er das Gefühl, „dieser Raum ist für mich“ oder hat er das Gefühl „hier wird mit mir gearbeitet“?

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



In diesem Kontext gilt es auch, eine psychologische Schwelle zu überwinden, denn der Gast kommt meist vom Hellere und geht ins Dunklere, wenn er den Raum betritt. Deshalb sollte er beim Betreten in Blickrichtung ein angeleuchtetes erhebendes Element sehen, dass – idealerweise etwas spektakulär, aber nicht „billig“ – das Thema des Spa auf sich konzentriert. Hierbei kann es sich zum Beispiel um zu eine Figur oder ein Bild handeln. Die besten Räume sind diejenigen, die der Gast in erster Linie nicht als Raum, sondern als Spa-Thema wahrnimmt.

**EuropeSpa Experten-Tipp:** Der Gast kann sich über den Raum nur während der kurzen Zeit des Betretens (und ggf. des Umziehens) einen Eindruck verschaffen, denn während der Anwendung sieht Gast im Wesentlichen nur die Decke oder den Boden. Es deshalb wichtig zu wissen, was sie mit den anderen Sinnen wahrnehmen: Gerüche, Klänge und Geräusche, Temperatur etc.

