

Die Macht des Unbewussten im Spa

Dr. Kurt von Storch

20. Oktober 2016

Betritt der Gast ein SPA, nimmt er sehr viele verschiedene Eindrücke wahr – teilweise bewusst, aber auch unbewusst. In guten SPAs erhält der Gast nicht nur die bloße Anwendung, die er gebucht hat, sondern darüber hinaus ein Gesamterlebnis, das das SPA im Ganzen einbezieht.

Bewusst (bzw. vordergründig) wird vor allem das wahrgenommen, was man kennt und erwartet. Eindrücke, die „wahrgenommen werden wollen“, müssen jedoch erst einmal die Bewusstseinschwelle überschreiten. Generell sind das die Elemente, auf die der Gast vorbereitet ist. Es können aber auch Aspekte sein, die ihn überraschen.

Spannend ist, was der Gast *unbewusst* wahrnimmt. Hierzu gehören die Eindrücke, die die Bewusstseinschwelle nicht erreichen, aber die dennoch bemerkt, automatisch bewertet und vorübergehend gespeichert werden und so den Gesamteindruck, den der Gast vom SPA gewinnt, beeinflussen – nach dem sprichwörtlichen „So ein Gefühl“. Wir Menschen verfügen immer noch über diese Fähigkeit, über Intuition oder unser „Bauchgefühl“. Das war für unsere Ur-Vorfahren überlebenswichtig: zu spüren, „wenn etwas nicht stimmt“, denn nicht jede Gefahr konnte man sofort sehen, hören oder riechen. Diese kontinuierlich im Hintergrund ablaufende Wahrnehmung betrifft deshalb in erster Linie Unregelmäßigkeiten bzw. Abweichungen von der Normalität. Das ständige automatische Sammeln unzähliger Informationen aus unserer Umgebung ist unsere interne „Big-Data“, die mit unserem Erfahrungsschatz kontinuierlich abgeglichen wird.

Irgendwann „klopft“ dieses Unterbewusstsein an und bringt uns dazu, auf etwas zu achten oder an etwas zu denken, was bis dahin nicht relevant war. Diese Fähigkeit ist natürlich von Mensch zu Mensch unterschiedlich stark ausgeprägt und kann durch Voreingenommenheit vermindert werden („das hier ist das herausragende Spa eines Luxushotels ...“), doch jeder verfügt hierüber.

Deswegen werden auch kleinste Defizite und Unregelmäßigkeiten im SPA durchaus wahrgenommen und fügen sich in ein Gesamtbild, einen Gesamteindruck ein. Hierzu gehören zum Beispiel:

- Das minimal andere Verhalten des irgendwie gestressten oder verängstigten Personals oder dessen Unruhe
- Optische Disharmonien, verursacht durch Licht, Farbe oder Elemente

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



- Die mit dem Pinsel teilweise übermalten etwas schief montierten Stromschalter oder Bodenleisten
- Die kaum schmutzigen oder nur ganz leicht abgenutzten Böden
- Die leichten Fransen in den Handtüchern
- Die Art der Musik und deren Vermischung mit nicht erwünschten technischen Geräuschen (z.B. der Klimatisierung)
- Der nur ganz leicht ranzige Geruch, den unsere trainierte Nase in der professionell aromatisierten Luft dennoch wahrnimmt oder der nur ganz schwach wahrnehmbare Geruch nach Abwasser, der irgendwoher kommt

Der Gast honoriert die Perfektion vielleicht nicht mit einem ausdrücklichen Lob, doch was wirklich zählt, ist das gute Gefühl dass sich bei ihm einstellt, „wenn alles stimmt“. Mit diesem Gefühl verlässt der Gast den Spa-Bereich und kommt unter anderem auch deswegen gerne wieder. Darum ist es so immens wichtig, ganz besonders auch auf diese Details zu achten.

