

Ausruhen alleine ist zu wenig

Spa Trends 2010 - Vom Hybrid-Spa zum Spa mit Sozialcharakter



New York (15.1.2010). Prävention und exotische Spas haben 2010 eine Chance auf Erfolg, und neben niedrigen Preisen können Spas Gäste gewinnen durch feinsinnige Mitgliedsprogramme. Spas nähern sich immer stärker der Medizin an, der Medizin-Tourismus gewinnt an Fahrt. Die 10 Spa Top-Trends 2010.

Das auf Spas spezialisierte Medien- und Marketing-Unternehmen SpaFinder aus New York veröffentlichte zum Jahreswechsel zum 7. Mal seine jährliche Vorhersage der Spa-Entwicklungen. Hier seine 10 Top-Trends:

Spa Trend 1: Das neue "P"-Wort

Auf Wiedersehen Verwöhnen, Hallo Prävention. Vor dem Hintergrund der globalen Gesundheitskrise ist

"Prävention" dabei, das Wort der Spa-Branche 2010 und darüber hinaus zu werden. Anstatt etablierte Branchenkonzepte wie Verwöhnen und Wellness zu ersetzen, konzentriert man sich auf messerscharfe (und smarte) Weise erneut auf die Konversation. Dennoch entspricht das Verwöhnen dem Ziel der meisten Spa-Besucher, die nach Stressreduktion und Entspannung suchen - und das ist in sich schon Prävention.

Seit Jahren schon betreiben Spas Prävention, z.B. durch ihren Fokus auf Gymnastik, Ernährung, Stressreduktion und östliche medizinische Wohlfühl-Modelle wie die Traditionelle Chinesische Medizin oder Ayurveda. Das taten sie schon Jahre bevor neue innovative Krankenhäuser "integrative Gesundheitszentren" schufen, die traditionelle Medizin mit vielen der etablierten Spa-Betrachtungsweisen verwoben. Getrieben wird der Trend durch ein globales Scheinwerferlicht, das zeigt, wie teuer, uneffizient und wenig nachhaltig das "Warte-bis-Du-krank-wirst"-Gesundheitsmodell ist, wie auch durch die zunehmenden Beweise, dass die Eckpfeiler der modernen Spa-Branche medizinisch bewiesen sind, um Krankheit vorweg zu nehmen und langes Leben zu promoten.

Beobachten Sie das Wort Prävention, wie es immer häufiger genutzt wird. Gute Beispiele dafür sind das "Prevent"-Programm im Medical Spa von Brenner's Park-Hotel in Deutschland und das Pritikin Longevity Center and Spa in Miami, Florida. Der analoge Trend an der Beauty-Front besteht in einem immer intensiveren Fokus auf Anti-Aging: einer fortgesetzten Explosion an Behandlungen, Diäten und Produkten, die energisch und früh Probleme verhindern und kostspielige, invasive Aktionen vermeiden.

Spa Trend 2: Jahr des Hamam

Spa-Besucher suchen verstärkt nach Authentizität, Tradition und dem magischen Spa-Erlebnis, das auch echte Resultate bietet. Deshalb stellt das östeuropäische, im Mittleren Osten und Nordafrika existierende Hammam (Hamam in der Türkei) einen der heissesten Trends für 2010 dar - wenn auch mit einem deutlich modernen Ausdruck. Die Kombination einer kräftigen Ganzkörper-Reinigung und schäumender Einseifung, heute vollendet durch eine Ganzkörper-Massage, macht es zu einem aussergewöhnlichen Erlebnis.

Spa-Besucher lieben Hamams, weil sie dieses Badeerlebnis stundenlang ausdehnen können. Spa-Besitzer lieben es aufgrund ihres photogenen Designs und aufgrund der Möglichkeit, damit Geld zu verdienen, denn eine Behandlung erfordert lediglich einen Therapeuten und erlaubt eine optimale Kalkulation in Dollar oder Euro. Traditionell ist das Hamam ein Erlebnis für ein Geschlecht, doch heute erweitert man das Erlebnis gerne auch auf Paare.

Reisen zu altherwürdigen Hamams wie dem aus dem 16.

Jahrhundert stammenden Cemberlita in Istanbul werden zunehmen, brandneue Spas werden deutlich modernere Varianten enthüllen. Resort-Spas (wie z.B. Dubais One and Only Royal Mirage oder Marokkos La Mamounia) führen solche modernen Spas ein, und die Versionen der nächsten Generation gewinnen in Europa bereits an Beliebtheit. Top-Spa-Architekten und Produkthersteller berichten von einem ernsthaften Anstieg in der Nachfrage nach Hamam im neuen Spa-Design.



Das Hamam im Wellness-Hotel Hochschober in Kärnten: Es war eines der ersten in Mitteleuropa und zählt zu den authentischsten.

Der Trend hat auch Nordamerika erfasst: Das Ten Spa in Winnipeg, Kanada, eröffnete bereits vor einigen Jahren ein Hamam und bietet eine

Erlebnisvielfalt bis zur "Hamam Fully Loaded"-Behandlung an, einer allumfassenden Hamam-Behandlung. Letztes Jahr haben das Drift Spa at Palms Place und das Mandarin Oriental in Las Vegas Hamam lanciert, ebenso das neue InterContinental Montelucia in Arizona. Das Trump Soho in Manhattan (geplant für Frühjahr 2010) wird luxuriöse Hamam für Männer und Frauen einrichten, ebenso wie die hotels Traymore und Epic in Miami türkische Hamam planen. Auch auf den Kreuzfahrtschiffen werden weitere "schwimmende" Versionen zu erwarten sein.

Spa Trend 3: Nicht mehr ins Spa gehen, sondern zu einem Spa gehören

Man geht nicht mehr länger gelegentlich zu einer Spa-Behandlung, sondern empfindet Spas zunehmend als kreative Plätze, zu denen man "dazu gehören" will - und das nicht nur buchstäblich durch Mitgliedschaften, sondern durch verschiedene Aspekte. Spas werden umgeformt zu sozialen oder kommunalen Treffs, die oft das Unausgesprochene dazu beisteuern - die emotionale Gesundheit.

Der jüngsten, globalen SpaFinder-Umfrage zufolge verfügt nur ein kleiner Prozentsatz an Spas heute über irgendeine Form von Mitgliedsprogrammen, aber 23 Prozent gaben an, das sie konkret überlegen, welche zu implementieren. Ein Mitgliedsprogramm ist eine extrem kluge Strategie für harte Zeiten (und darüber hinaus), weil man dicht am Kunden bleibt; es füllt die Terminpläne der Therapeuten, hilft Spas lokale Day Spa-Kunden anzulocken und steigert den Umsatz durch die Gebühren (man beachte: Spa-Kunden geben 18 Prozent mehr aus, wenn sie Mitglied geworden sind). Die Verbraucher lieben zudem die (häufig deutlich) reduzierten Behandlungspreise, die zunehmenden persönlichen Rabatte und die Belohnungen aus den Bonusprogrammen.

Jeder Spa-Typ entwickelt derzeit Mitgliedsprogramme: beliebte Day Spa-Ketten wie Burke-Williams und Total Woman aus Kalifornien, City-Hotel-Spas wie das Peninsula in New York City und das InterContinental in San Francisco, Day Spas wie das Oaks at Ojai in Kalifornien, Spa Residences wie Canyon Ranch Living und mobile Spas wie der englische TherapyClub.com.

Aber "dazu zu gehören" übersteigt die reine Mitgliedschaft, da Spas sich selbst zu Orten der Gemeinschaft, der Weiterbildung und der sozialen Vermischung mit Events sind, z.B. mit kostenlosen Meditationen zum Lunch, mit Wellness-Lektionen am Abend, mit Partys, Wohltätigkeitsveranstaltungen, lokalen philanthropischen Events, mit Wander- und Walking-Gruppen oder Bücher-Clubs. Durch dieses "Social Spa-ing 2.0" wird die Branche innovativer. Beispiel: die Wein-Lounge im neuen Caudalie-Spa in New Yorks Plaza Hotel, wo Spa-Besucher im Bademantel nach ihrer Behandlung eine Weinprobe genießen und mit dem Sommelier (und untereinander) plaudern.

Spa Trend 4: The Online Spa

2010 wird einen Wendepunkt in der virtuellen Präsenz der Spa-Branche darstellen. Die Verbraucher finden Spas bereits online, sie buchen online ihre Behandlungen, schliessen sich virtuellen Gewichtsreduktions- und Coaching-Gruppen an. Sie drucken sich sofort gültige Geschenkgutscheine aus, kaufen in virtuellen Spa-Geschäften ein, lassen sich durch Online-Bewertungen beeinflussen und von sozialen Network-Seiten wie Facebook und Twitter einfangen. Aber es kommt noch mehr.

Man spielt, während man Fitness macht, und mit jedem Online-Zugang werden Gesundheitsinformationen (wie der eigene Blutdruck oder die Herzfrequenz) vom Spa oder vom Arzt automatisch hochgeladen. Spas, die (ähnlich wie die Fluggesellschaften) eine Yield Management-Software benutzen, sind in der Lage Preise zu variieren, so dass Spas am Vormittag eines Wochentages eine günstigere Massage anbieten können als an einem Samstag nachmittag. Anfang 2010 sollte man auch in der Lage sein, in jeder Strasse in den USA entlang zu bummeln und sich über sein iPhone das nächste Spa anzeigen zu lassen. Mit der explosionsartigen Zunahme von Online-

Bewertungen und Buchungsseiten suchen die Verbraucher zunehmend Spas aus, die auf dem beruhen, was die Konsumenten aus der realen Welt sagen. Glücklicherweise beginnen die Spas, ihrem Online-Ruf eine grössere Beachtung zu schenken.

Spa Trend 5: Das hybride Spa

Das moderne Spa verbindet immer mehr Gegensätze: Da gibt es Spas, die mehr Fitness verkörpern, Fitness Center, die mehr Spa bieten, Krankenhäuser, die Spa-Elemente haben, und Spas, die mehr Ärzte und Spezialisten einbringen. Die Ära eines spa-fitness-integrierten-Gesundheitscenters/Krankenhauses/spiritueller Oase/Wellnesscenters/Schönheitsklinik befindet sich in einem ernstzunehmenden Aufschwung. Es integriert den gesamten menschlichen Körper, so dass sich das "pure Spa" im Abschwung befindet. Das hybride Spa ist emsig dabei, Modelle jedweder Art anzudoggen.



Mehr Männer fürs Spa: Sie haben Wohlfühlen und Prävention entdeckt (wie hier im Grand Resort Bad Ragaz, Schweiz).

Man betrachte die Verbindungen: "Club Spas" kombinieren Fitness und Spa, Chiropraktik und Spa, es gibt mobile Spas innerhalb von Hotel-Spas, jede Art von Medizin und Spas, "Schönheitsbars", die Maniküre und Martini kombinieren, Hospitäler, die sich zu "integrativen Gesundheitscenter" oder "Spa-Spitälern" wandeln, es gibt Spas in Verbindung mit Fortpflanzungsthematiken, Spas und Meditation, Spas mit Krebsvorsorge. Selbst Spas mit integrierten Fitnessprogrammen sind schon verschmolzene Hybrid-Modelle: Sie verwirbeln Yoga, Pilates, Ballett, Gewichte, Hula-Hoop-Reifen - und vieles mehr - zu neuen Mischungen. Vervollständigt wird der Trend dadurch, dass Investoren eher bereit sind, mehr in breiter angelegte Gesundheits- und Wellness-Kategorien zu investieren als in eine reines Spa.

Gute Beispiele sind: Nuffield Health (mit 200 Einrichtungen in Grossbritannien), die Krankenhäuser/Kliniken/Diagnostikzentren mit Health Clubs und umfassenden Spa-Services, mit Yoga, Physiotherapie u.v.m. kombinieren; das Malo Clinic Spa im Venetian Macau Resort in China, ein integratives Wellnesscenter, das ausgedehnte medizinische Anwendungen und Gesundheitschecks für Führungskräfte anbietet (mit einem Team aus 50 Ärzten etc.) und einem grossen Spa-Team aus 100 Therapeuten; Exhale MindBodySpa (mit 15 Day Spa von Los Angeles bis in die Karibik), die Yoga und Fitnesskurse, Akupunktur, Ernährung, Workshops, Fruchtbarkeitsprogramme etc. rund um den Spa-Kern integrieren; ferner Joan Lunden's Camp Reveille, die ein klassisches Frauen-Sommer-Camp mit Spa verbindet.

Spa Trend 6: Der Preis ist (immer noch) gut

Die Schlagzeilen 2009 über den Spa-Storys konzentrierten sich auf die aggressive Antwort der Branche auf die globale Rezession und den fast universellen Fokus auf Deals, Deals und noch mehr Deals. Obwohl es derzeit eine (vorsichtige) Übereinstimmung gibt, dass sich die Wirtschaft erholt, gibt es grosse Neuigkeiten für die Verbraucher in 2010: Die Spa-Schnäppchen werden sich eiligst fortsetzen, aber nicht allein über pure Rabatte, sondern ebenso über innovative Incentives.

Die Verbraucher werden bei künftigen Services mehr Bonuspunkte oder Rückvergütungen beobachten, grosszügige Belohnungen für die Empfehlung von Freunden, VIP-Preise für wiederkehrende Kunden und sogar "Tage der offenen Tür", an denen die Konsumenten neue Behandlungen für eine geringe Gebühr oder gratis ausprobieren können.

Spa Trend 7: Wellness-Tourismus-Boom

Vertraut ist man inzwischen mit Menschen, die Spas zwecks Wellness suchen - und auch mit jenen, die "medizinischen Tourismus" suchen und zwecks medizinischer Prozedere Grenzen überschreiten. Schaffen Sie also Raum für "Wellness-Tourismus" - einen Begriff, der jetzt gebraucht wird für das grenzüberschreitende Reisen zwecks präventiver Services, Diagnostiken, Spa- und Wohlfühl-Ferien, zwecks DNA-Tests, Stammzellen-Banken und ähnlichem. Dieses Konzept erweitert nicht nur stark das Medical Tourismus-Modell (welches unter der Assoziation mit Schönheitschirurgie gelitten hat), sondern beherrscht zunehmend auch den Weg, wie wir unsere Zeit fern von Zuhause und von der Arbeit in Zukunft definieren.

Der Fokus von "Wellness-Tourismus" liegt voll und ganz auf Prävention und darauf, Menschen beim Verändern ihres Lebensstils zu helfen. Die Möglichkeiten sind immens, da Regierungen auf der ganzen Welt beginnen, dieses Spielfeld als das ihre zu betrachten, um Tourismus-Dollars anzulocken wie auch Gesundheitskosten zu senken. Letzten Endes bewegt sich dieser Trend am Knotenpunkt der beiden grössten Branchen der Welt: Tourismus und Gesundheit.

Beispiele hierfür sind die Stammzellen-Bank an einer Einrichtung des Medical City Hospital I in den Philippinen, der Lanserhof in Österreich oder das Kurotel in Brasilien. Destination Spas wie das Champneys in Grossbritannien, Rancho La Puerta in Mexiko oder Chiva-Som in Thailand stehen beispielhaft für etablierten "Wellness-Tourismus".

Spa Trend 8: Spa-Horror-Stories bringen Wissenschaft und Standards weiter

Spa-Horror-Stories und das rezessionsgesteuerte Beharren des Konsumenten auf Behandlungen mit echten, messbaren Benefits werden einen aufkommenden Branchentrend beschleunigen: die Nachfrage nach "evidence-based" (nachweisbaren) Therapien, strikteren Branchen-Standards und grösserer Transparenz/Quellen, die dem Spa-Besucher helfen, die Spreu vom Weizen zu trennen. In dem Masse, wie Spas sich in den Gesundheits- und Wellness-Bereich hinein bewegen, werden Fakten, Beweise und Wissenschaft, die die Branche unterstützen, an die Front bewegen.

Glücklicherweise gibt es einen immer schneller wachsenden Bestand medizinischer Beweise über den nachgewiesenen Nutzen von Massage, Stressreduktion, gesundem Schlaf, Gewichtsreduktion, Akupunktur und die Effizienz bestimmter Schönheitsbehandlungen, die jetzt fester eingebunden werden in industrielle Angebote. Nachweisbare Branchenreports werden derzeit beispielsweise mit Experten wie Dr. Brent A. Bauer von der Mayo Clinic und Dr. Ken Pelletier von University of California, San Francisco, in Verbindung gebracht. Sie helfen, die Messlatte für Standards und Beweise rund um die Welt anzuheben, so auch Dr. Richard Carmona (derzeitiger Vizevorstand der Canyon Ranch), Dr. Andrew Weil durch seine Arbeit im Miraval und Dr. Samuel Bernal, ein Experte und Fürsprecher der Krankenhaus-Spa-Kombination, der auf drei Kontinenten praktiziert.

Spa Trend 9: Diversifizierung am Wendepunkt

Seit Jahren diskutieren Analysten, wie die Spa-Branche neue demographische Gruppen (Männer, Teenager, neue ethnische Gruppen) anziehen kann. In den USA wird 2010 die Diversifizierung an einen Wendepunkt bringen: Spa-Besuche sind zum Mainstream geworden.

Die explosionsartige Zunahme von Männern in Spas ist fast global heute. Die Palette reicht von Resorts mit einem männerfreundlichen "Lodge"-Ansatz bis zu einer Flut von Männern, die Spas der Gewichtsreduktion wegen oder für kosmetische (Botox-) Behandlungen aufsuchen, und es gibt "Nur-Männer-Tage" in Franchiseunternehmen wie Nickel Spa von Paris bis San Francisco. Spas berichten von einer neuen, verschiedenartigsten Klientel. Thailands Chiva Som zum Beispiel, die klassischerweise Gäste aus dem Westen anlocken, begrüßen jetzt mehr chinesische/asiatische Gäste. Einige Spas bedienen individuelle Gruppen, z.B. Soul Day Spa & Salon aus Washington D.C. expandiert mit seinem einzigartigen afrikanisch-amerikanischen Haut- und Haar-Spa in den gesamten USA.



Stille und Meditation - ein letztes Heiligtum. Das Grand Resort Bad Ragaz hat es erkannt.

Ein weiter Diversifizierungstrend zeichnet sich ab: "Silver Spa-ing". Hunderte Millionen von zunehmend gesundheitsbewussten Menschen werden im nächsten Jahrzehnt 60 Jahre alt werden; und die Weltbevölkerung setzt dazu an, in anderer Weise zu altern als es die "alten Leute" in der Vergangenheit taten. Die nächste Senioren-Generation reagiert nicht mehr positiv auf die stereotype Terminologie oder auf die Annäherungsversuche für die "Älteren". Spas werden zweifelsohne beginnen, neue Programme anzubieten; Herausforderung aber wird es sein, nicht nur effektiv die Kaufkraft zu bedienen, sondern auch die spezielle Psyche der 60 Plus-Generation zu bedienen.

Spa Trend 10: Stille

Die Erlebniswelt des modernen Menschen besteht aus einer beispiellosen Überflutung von Reizen, Geräuschen und Medien-Stimulation. Spas sind eines der letzten Heiligtümer für Stille und Ruhe, und das sollte die Branche dazu bringen, in neuer Weise auf Stille, Ruhe und Langsamkeit zu achten.

Einige Therapeuten berichten, dass ihre Kunden überhaupt keine Musik wünschen - nur Ruhe. Andere Spas offerieren Outdoor-Massagen direkt am Meer, weil sie herausgefunden haben, dass der rhythmische Sound der Wellen weitaus entspannender ist als irgendeine künstliche Musik. Im Red Mountain Resort & Spa in Utah, USA, kann man eine "stille Wanderung" buchen, die Rancho La Puerta in Mexiko ermuntert einen zu einem "stillen Dinner". Die umweltbewussten Six Senses Spas haben kürzlich rund um die Welt ihren "Slow Life"-Ansatz eingeführt. / kn

9.1.2009 Lernschmiede - Die `Top 10` der Spa-Trends 2009

© hospitalityInside. Dieser Inhalt ist urheberrechtlich geschützt. Die Verwendung in Druckwerken oder die Veröffentlichung im Inter- oder Intranet erfordert jeweils die schriftliche Zustimmung der hospitalityInside GmbH. Bei Verstößen stellen wir ein marktübliches Honorar in Rechnung. Rechtliche Schritte und Schadenersatzforderungen bleiben darüber hinaus vorbehalten.

© 2010 Hospitality*Inside* | Impressum | AGB | Kontakt