

hotel **h**ospitality

FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTEL

STADTENTWICKLUNG

Frankfurter Europa

INVESTOR RELATIONS

A&O

SPECIAL

SPA

Alles Lomi-Lomi oder was?

Viel steht schon geschrieben über Wellness, Spas, Kosmetik und allerlei exotische Rituale, über Thalasso, Ayurveda, Shiatsu, Qigong und Biolifting. Viel zu viel? Leute! Frauen wollen keine Show der Therapien, keine Schokobehandlung und auch keinen Portulaksalat zwischendurch! Frauen wollen ehrliche, geerdete Angebote, die wirklich gut tun, durch die sie eine schöne Zeit haben. Und wir Kerle? Wollen wir Lomi-Lomi?



Winfried D. E. Völcker hat als Generaldirektor, Geschäftsführer und Gesellschafter erfolgreich internationale 5-Sterne-Großhotels geführt, saniert und restrukturiert. Zu den bekanntesten zählen: Parkhotel Frankfurt, Rheinpark Plaza Neuss und der Schwarze Bock in Wiesbaden. Als Chef der VHC Völcker Hospitality Company GmbH (www.voelcker-hospitality.de) entwickelt und betreibt er Hotels, berät Investmentgesellschaften, Banken, Architekten und Bauherren sowie private Hoteliers und ist in der Hotel-Immobilienvermittlung tätig.

Wir sind heiß auf Wärme, und auch auf alles, was wirklich gut tut, weshalb die Sauna-Kultur mit über 30 Millionen Fans ein Comeback erlebt. Gemeinsam wünschen wir uns zudem herzliche, ehrliche Aufmerksamkeit und liebevollen Service mit einer Brise Demut, dem Mut zu dienen. Wer das schafft, schafft Konkurrenzüberlegenheit und eine gesunde Rendite auf die rund 5.000 Euro pro Spa-Quadratmeter ...

Ein Trend im Erholungstourismus: Schnickschnack gehört über Bord. Allenfalls dorthin, wo empathische Spa-Spezialisten die Kunst ferner Kulturen authentisch beherrschen. Zur erfolgreichen Gestaltung des Spa haben sich für mich zwei grundsätzlich verschiedene Ansätze aufgetan: Bei einem liegt der Fokus auf der Objektivität, der Raumgestaltung, authentischer Architektur und passendem Design. Der andere Ansatz richtet sich auf die Subjektivität, das Subjekt Mensch als Gast und Spa-Ensemble. Dazu gehört eine standort- und konzeptbasierende Kunden- wie Potenzialanalyse plus Umsetzung, damit die Zielgruppen sich später ihre Interessen und Bedürfnisse rundum erfüllen können. Beide Ansätze haben jeder für sich Vor- und Nachteile, weshalb sich hier die Frage stellt, welcher Ansatz geeigneter erscheint und ob nicht beide Ansätze sinnvoll miteinander verschmolzen werden sollten: Zum Besten des Ganzen.

Schwitzen in der Sauna setzt bekanntlich Endorphine, die sogenannten Glückshormone, frei. Das künstliche Saunafieber aktiviert die Produktion des Eiweißstoffs Interferon, der bei der Abwehr von Infekten eine Rolle spielt. Zur Abwehr schmerzhafter Betriebsverluste, die nie im Trend liegen sollten und einen Hotelier schnell zum Schwitzen bringen könnten, empfehle ich die „VHC-Gretchenfrage“: Will der Kunde das? Können wir das tadellos leisten? Verdienen wir damit Geld? Dreimal JA, dann machen wir das! Wenn NEIN, lassen wir es die anderen machen.

Forum Zeitschriften GmbH, Mandichstr. 18, 86504 Merching
ZKZ 76592, PVSt, Deutsche Post AG, Entgelt bezahlt
563045
VHC Völcker Hospitality Company GmbH
Herrn Winfried D.E. Völcker
Ringstr. 57
23611 Bad Schwartau