

# Der **Wellness-Bereich** im Fitnessstudio

**Tipps, damit sich Ihre Mitglieder wohl fühlen**



Wellness ist gefragt – logisch. Wer sehnt sich nicht weg vom lärmenden Alltagsstress und hinein in das ruhige Relaxambiente einer Wohlfühl-Oase. Doch wer Wellness anbietet, sollte auch gewisse Kriterien erfüllen. Im Folgenden finden Sie nützliche Tipps von Kirsten Döhmer.

**D**as Zauberwort „Wellness“ hat magische Anziehungskraft und lockt Kunden an. Dass sich damit Geld verdienen lässt, ist auch den Betreibern von Fitnessstudios nicht verborgen geblieben. Rund 6,8% (vgl. Ernid-Studie FitWellnessmarkt 2005/2006) aller Studios haben bereits einen Wellness-Bereich zu bieten. Naturgemäss richtet sich die Angebotspalette in puncto Wellness nach Quadratmetern und Mitgliederzahlen der Fitnesscenter. Kaum ein Fitnesskunde erwartet eine variantenreiche Saunalandschaft, in der er von einem Massage-Guru mit ayurvedischem Stirnguss oder Qi-Gong-Massage verwöhnt wird. Dennoch – Wellness bedeutet für die Klienten in erster Linie Wohlgefühl, Genuss und Abschalten. Wer sich als Studiobetreiber „Wellness“ auf die Fahnen schreibt, sollte diese Erwartungen seiner Klientel ernst nehmen.

## Die Atmosphäre muss stimmen

Die meisten Studios mittlerer Grösse bieten ein bis zwei Saunatypen: Ruhe- und Aussenbereich sowie Duschen und Fussbecken an. Je exklusiver und grösser der Club, desto häufiger ergänzen auch Massagen, Whirlpool, Schwimmbad und verschiedene Entspannungsangebote, wie z.B. Shiatsuliegen, das Wohlfühlangebot. Damit man aber wirklich den Entspannungsnerve des Nutzers trifft, müssen Atmosphäre und Zustand der Anlage stimmen.

## Das Angebot richtig präsentieren

Das angepreisene Angebot muss halten, was es verspricht. Extravagante Massageangebote, die nur selten stattfinden, oder technische Mängel im Sauna- und Badebereich sind für Wellness-Hungrige enttäuschend und ärgerlich.

Ein kleiner Bereich mit behaglichem und gepflegtem Ambiente kommt besser an als ein lieblos kreierte Vielfachangebot.

Jeder Betreiber, der plant, seine Leistungspalette um Wellness-Aspekte zu erweitern, sollte bei seiner Kalkulation auch Wartung und Pflege mit einschliessen. Also: Eher nach dem Motto „Klein, aber fein“.

Kirsten Döhmer ist geprüfte Sport- u. Gymnastiklehrerin mit Zusatzqualifikationen u.a. im Bereich Sporttherapie und Behindertensport. Mit ihrer Firma Secret Power testet und berät sie Studios in Sachen Qualität und Service.  
Kontakt: info@secretpower.de





Ein angenehmes Ambiente sorgt für sagenhafte Entspannung

agieren, als ein grosses Angebot schlecht präsentieren! **Raumangebot.** Wenn man einen Wellness-Bereich anbietet, dann sollte er auch ausreichend Platz für seine Nutzer bieten. Niemand kann so richtig abschalten, wenn er in der Sauna auf „Tuchföhlung schwitzen“ oder vor der einzigen Dusche warten muss.

### Oberstes Gebot ist Sauberkeit!

Wer möchte sich nach dem Arbeiten neben Wollmäusen, Spinnweben und Schimmelflecken entspannen?! Niemand. Deshalb sollte der gesamte Wellnessbereich penibel sauber gehalten werden. Häufige Hygiene- und Sauberkeitschecks durch das Personal sind deshalb notwendig und wichtig. Positiver Begleiteffekt der Kontrollgänge ist, dass die Nutzer auch achtsamer mit Sauberkeit und Ordnung umgehen. Ausserdem fühlen sie sich durch regelmässige Anwesenheit des Personals gut aufgehoben und können bei Bedarf Wünsche äussern.

**Der Nassbereich.** Häufig auftretende Probleme sind z.B. Schimmel- und Sporenflecken an den Decken und in Fliesenfugen. Ausser regelmässiger Reinigung kann man dem Feuchtschimmel mit regelmässigem Lüften zu Leibe rücken. Frische Luft verhindert zudem eine muffige und stickige Atmosphäre. Zu beachten ist, dass kein Kunde Durchzug oder Kälte ausgesetzt ist. Am besten sind Lüftungsaktionen also jenseits hochfrequentierter Zeiten, z.B. bevor oder nachdem die „Wellness-Suchenden“ das Erholungsareal nutzen.

Ein lästiges und unschönes Phänomen ist Kalk. Verkalkte Armaturen, bei denen z.B. das Duscherlebnis nur noch tröpfchenweise erfolgt, verärgern den Kunden und sehen auch noch hässlich aus. Tur-

nusmässiges Entkalken vermeidet Flecken und Frust unter der Brause. Gelegentlich auftretendem Abflussgeruch kann man mit Duftessenzen kurzfristig Einhalt gebieten. Sollte das Problem häufiger auftreten, muss allerdings der Klempner ran.

### Temperatur & Ambiente

Zum Wohlfühlen gehört Wärme, denn Wärme vermittelt Geborgenheit. Damit die Erholung nach dem Saunagang nicht zur Zitterpartie wird, sollte die Raumtemperatur 23–24 °C nicht unterschreiten. Somit ist garantiert, dass in der Ruhephase nach dem Schwitzbad niemand schnell auskühlt – selbst nach einer Stunde nicht! Sind Schwimm- und Whirlpool oder auch Tauchbecken vorhanden, sollte das Personal auch die jeweils empfohlenen Wassertemperaturen von 28 °C, 37 °C und ca. 15 °C regelmässig kontrollieren, um den Badespass zu garantieren.

Das einzig richtige Wellness-Ambiente gibt es nicht, weil Wohlfühlen natürlich etwas Individuelles ist. Dennoch ist es hilfreich, sich auf einen Einrichtungsstil in der Erholungszone festzulegen (mediterran, puristisch, rustikal etc.). Ein Stilmix wirkt unruhig und wird vom Kunden meist negativ empfunden.

Licht ist ein wichtiger Aspekt, der entscheidend zum wohligen Ambiente beiträgt. Dezent gesetzte Illumination mit warmer Lichtstimmung schafft Behaglichkeit. Gut geeignet ist daher indirekte Beleuchtung mit angenehmem Kunstlicht.

### Das richtige Saunavergnügen

Ein Saunagang wird in den Augen des Kunden zu einem echten Erlebnis, wenn z.B. Aroma-Aufgüsse von Mitarbeitern zelebriert werden. Wenn die Personalsitua-

tion Aufguss-Highlights nicht erlaubt, lassen wechselnde Düfte in der Aufgusschale die Herzen der Schwitzexperten höher schlagen.

Unschön und unhygienisch wirken dagegen schwarze Stellen auf den Saunabänken, die durch fettartige Kosmetika der Kunden leicht entstehen können. Dieser optische Makel lässt sich nur durch Austauschen betroffener Holzpaneelen beseitigen.

### Zusätzliche Highlights

Um den Wellness-Bereich in den Augen des Kunden aufzuwerten, genügen oft Kleinigkeiten, die auch gar nicht kostspielig sein müssen.

Ab und an eine kleine Obstschale, frische Blumen oder Wasserschalen mit Blütenblättern heben die Stimmung und steigern die Zufriedenheit.

Kleine Events oder Infoveranstaltungen zu Ernährung, Beauty oder Entspannung bringen dem Kunden verschiedene Wellness-Themen näher. Ausserdem sind es gute Gelegenheiten, um Produkte zu bewerben oder die Akzeptanz von Neuangeboten (wie z.B. Entspannungskursen im Wellness-Bereich) zu testen. Auch Aushänge zu Wellness-News oder Gesundheitstipps werten die Kundenmeinung auf.

**Festzuhalten bleibt:** Wellness anzubieten bedeutet, Wohlfühlqualität zu bieten. Ein sauberes Ambiente mit genügend Platz, frischer Luft und angenehmem Licht sind Wohlfühlgaranten für Entspannungskunden. Gelingt es zusätzlich, durch kleine kreative Details die Atmosphäre zu verbessern und dem Kunden zu zeigen, wie wichtig einem sein Wohlbefinden ist, das Wellness-Paket gut geschnürt.

Kristin Gehrmir