

Profitieren durch Spa

Außerdem des boomenden Wellnessmarkts der letzten 20 Jahre wandern Gäste immer mehr zu Spa-Spezialisten und erwarten zunehmend mehr. Zugleich haben Hotels mit Wellness- und Gesundheitsbereichen vermehrt Schwierigkeiten bei der Rekrutierung qualifizierter Nachwuchskräfte. Der Spa-Management Workforce & Education Research Report von 2012 sieht darin sogar die größte Herausforderung für die Wellnessbranche, da 95 % der befragten Unternehmen nur schwer Führungskräfte mit der richtigen Kombination aus Qualifikation und Erfahrung finden. Doch wie sieht die Praxis aus? Welche Möglichkeiten der Weiterbildung gibt es in diesem Bereich? Und ist ein akademischer Abschluss überhaupt nötig? „Nur wenige Spa-Bereiche arbeiten profitabel“, ist sich Simon Kellerhoff aus dem Fachbereich Wellness & Gesundheit der IST-Studieninstitute sicher. „Das gelingt nur, wenn betriebswirtschaftliche Fähigkeiten vorhanden sind. Häufig werden Spa-Manager aber nicht ausschließlich im Management eingesetzt, sondern auch an der Rezeption und in den Behandlungskabinen. Für das wirkliche Management fehlt dann häufig die Zeit.“ Michael Altwiescher, Geschäftsführer der Wellness Hotels & Resorts, sieht das ähnlich, obwohl er sich für die Zukunft vermehrt qualifizierte Kräfte im Spa-Bereich wünscht. „Viele Hotels setzen derzeit noch immer auf Praktiker“, erklärt er. „Sie beschäftigen Abteilungsleiter, die auf die Wünsche der Gäste eingehen, aber nicht unbedingt aus dem Bereich Gesundheitswesen stammen.“ Auf der anderen Seite kämpfen Spa-Manager oft mit dem Vorurteil, dass jeder sich dazu behilft, diesen Job machen zu können. „Gleichzeitig kommt es vor, dass Hoteldirektoren die Verantwortung für den Spa-Bereich nicht aus der Hand geben möchten“, führt Simon Kellerhoff fort.



für Management bietet z. B. seit neun Jahren die IST-Diplom-Weiterbildung „Wellness- und Spamanagement“. Ein gleichnamiges Aufbaumodul richtet sich gezielt an die Auszubildenden zum Hotelbetriebswirt, das ihnen fachspezifisches Wissen zum Wellness- und Spa-Bereich vermittelt, damit sie diesen später managen können. Die Hochschule setzt verstärkt auf Weiterbildung. „Social Media ist z. B. ein wichtiger Teil des Marketings geworden“, betont Simon Kellerhoff.

Auch die Hotelhochschule Les Roches International School of Hotel Management setzt auf eine spezielle Ausbildung für den Spa-Bereich und bietet seit August 2014 den Bachelor of Business Administration (BBA) in International Hotel Management mit dem Schwerpunkt Wellness- und Gesundheitsmanagement an. Der Studiengang führt Studenten im letzten Bachelor-Semester in Bereiche wie Gesundheitsprävention, Ästhetische Medizin sowie Spa-Medizin und Service-Angebote im Hotel-Spa ein. „Diesen Studienschwerpunkt haben wir gemeinsam mit Ganoller Swiss Medical Network und ESPA initiiert“, erklärt Sonia Tatar, CEO Worldwide an der Hotelhochschule.

„Danke der Zusammenarbeit mit zwei Vertretern der Wellness- und Gesundheitsindustrie können Studenten ihr theoretisches Wissen durch Praktika und Studienaufenthalte umsetzen. Sieben Semester bereiten auf eine Hospitality-Karriere auf Führungsebene mit wirtschaftlichen und strategischen Fokus vor. „Wir reagieren mit der Lancierung der semesterlangen Spezialisierung in Spa & Health Management auf das Ungleichgewicht an Angebot und Bedarf an Nachwuchskräften“, verdeutlicht Sonia Tatar.

Ein Problem besteht für Simon Kellerhoff darin, dass langjährige Spa-Mitarbeiter häufig in die Position des Managers gehoben werden, ohne betriebswirtschaftliche Kenntnisse zu besitzen. „Aber nicht nur diesen, auch vielen anderen Spa-Managern fehlt es oft an Management-Kenntnissen sowie an Spa-spezifischem Know-how und der Fähigkeit, mit Menschen umzugehen – Kunden wie Mitarbei-

Erfiertes Spa

Im Kommen sind derzeit vor allem akademische Abschlüsse, die das Spa-Management im Rahmen von Bachelor-Studiengängen im Bereich Tourismus oder Hotellerie mitbestanden. Die IST-Hochschule

studieren?

tern.“ Zudem sind Spa-Bereiche in der Investition und im Unterhalt sehr kostenintensiv, gerade im Bereich der Personalkosten. „Spa-Manager haben damit eine verantwortungsvolle Position“, erklärt der Fachmann. „Jedes Hotel muss sich die Frage stellen, ob es einen Spa-Manager benötigt oder besser, ob er sich rechnet.“ Eine große Rolle spielt dabei für Michael Altwiescher auch die Größe der Spa-Abteilung. „In kleinen Betrieben können Hotellern sogar Mitarbeiter aus anderen Bereichen fördern, indem sie sie im Spa-Bereich einarbeiten“, ist er überzeugt.

Wellnessgäste werden immer anspruchsvoller. Rentiert sich ein Spa-Manager, oder ersetzt Praxiserfahrung einen akademischen Abschluss?

„Für eine große Abteilung rechnet sich jedoch speziell qualifiziertes Personal, das das Ganze steuert und kontrolliert.“ Die Leitung eines Wellnessbereichs hat laut Sonia Tatar viele Parallelen mit der klassischen Hotellerie – auch hier steht das Gästedeckungs im Fokus. „Allerdings unterscheidet sich der Spa-Bereich auch stark von anderen Hoteldisziplinen“, sagt sie. „Gesundheitliche Aspekte werden wichtiger, und Kosmetikprodukte oder Massagen erschließen neue Einnahmequellen.“

„Von einem Spa-Manager erhofft man sich, dass er nicht nur sich selbst finanziert, sondern dass er den gesamten Bereich rentabel macht“, erläutert Simon Kellerhoff. „Wer das ohne Management-Hintergrund schafft, ist ein Naturtalent. Die Erfolgchancen erhöhen sich aber, wenn jemand das Ruder in der Hand hält und weiß, wie man das Schiff richtig steuert.“



Informationen zur Mitgliedschaft bei den Wellness-Hotels & Resorts oder aller interessierten Hoteliers unverzüglich unter Tel. (031) 679 60 20, post@wh-hotels.com oder unter www.wellnesshotels-resorts.com



Schulung statt Stillstand

Um ihre Mitglieder aktuell zu informieren und sie zu unterstützen, haben die Akzent-Hotels 2010 die von Die Weiterbildung auch als den Hotellern initiierte Akzent-Hotels Wertschätzung ihrer Q-Akademie gegründet. In Deutschland schaffen Impulse Arbeit“, betont Thomas Dauenhauer. Er selbst besucht regelmäßig Kurse mit dem Schwerpunkt Google AdWords, Betriebsführung und Internetverkauf. „Im Wochenmeeting werden dann praktische Tipps ausgetauscht.“



Sie interessieren sich für eine Mitgliedschaft bei der AKZENT Hotels? Gerne senden wir Ihnen unverbindlich die AKZENT Hotels Info-Konzeptmappe zu. Tel. (05322) 739 140, info@akzent.de, www.hotelkooperativen.de, www.akzent.de

www.torrero.de LEITHAMMEL GMBH

TORRERO

9.600 Firmen ... 24.000 Einträge ... 5.100 Stichwörter ... 27.000 Prospektseiten

... und direkt von der Startseite

Der LEITHAMMEL im Internet

Die Lieferanten- und Dienstleister-Datenbank für Hotellerie, Gastgewerbe und GV

zu Ihrem Stichwort: Adressen, Bilder, und vor allem: PROSPEKTE

... Wir publizieren für jede Firma kostenlos vier Prospektseiten ... jede weitere Seite 98,- € / Jahr ...

SEPTEMBER / OKTOBER
Nutzfahrzeuge, Spielzeugtransport, Tiefhäkelt, Kühl- und TK-Geräte

OKTOBER / NOVEMBER
Reinigung und Hygiene, Delikatessen, Wein und Sekt