



Kongress-Programm

Am 16. Oktober 2010 veranstaltet BEAUTY FORUM MÜNCHEN – Europas Kosmetik-Fachmesse Nr. 1 im Herbst – in Kooperation mit TOP HOTEL, Rizzato Spa Consulting und Wellness-Hotel-Deutschland GmbH, den **1. Deutschen Wellness-Hotel-Kongress**, ausgerichtet genau auf die Bedürfnisse der Top Wellnesshoteliers. Das hochkarätige Kongress-Programm, besetzt mit Top Referenten der Branche bietet die ideale Plattform für frische Ideen, Gedankenaustausch und zum Networking.

Key Note Vortrag

Mit Werten Werte schaffen

9:30 Uhr Kongressraum Wellness & Spa, Halle C3
Keynote-Speaker: Angelika Küssert

i Gelebte Werte machen Unternehmen wertvoll. Ein werteorientiertes Unternehmen schöpft aus dem Potenzial aller beteiligten Personen. Wenn dieses Potenzial genutzt wird, gewinnen alle: Mitarbeiter, Führungskräfte und Kunden.

Damit das gelingt, ist es die oberste Aufgabe der Führung, zuerst sich selbst zu führen. Werte und Überzeugungen müssen gelebt und in der Unternehmenskultur tagtäglich umgesetzt werden. Dies ist ein ständiger Prozess, verbunden mit Entwicklungschancen, der ein Unternehmen gerade in schwierigen Zeiten stabilisiert und zu guten Lösungen führt. Dies ist die Basis für Führungserfolg, Entwicklung der eigenen Persönlichkeit und des Unternehmens.

Spa-Gäste und Mitarbeiter reagieren sehr positiv auf eine werteorientierte Führung, wenn sie authentisch und glaubwürdig ist. So entstehen Nachhaltigkeit, Krisenstabilisierung und Kreativität.



Session 1

Zukunftsmarkt Spa Industrie

10:00 – 11:30 Uhr Kongressraum Wellness & Spa, Halle C3
Referenten: Dagmar Rizzato, Christa Traubel, Thomas Zimmermann

i Wellness finanziell gesund entwickelt – was kann ich mir leisten und wie wird es rentabel? Spa und Wirtschaftlichkeit scheinen in vielen Fällen nicht vereinbare Begriffe zu sein. Die Entscheidung dafür wird jedoch nicht erst im Betrieb, sondern weit vorher in der Konzeptions- und Planungsphase getroffen. Diese Grundlagen bilden die „Aktionsbühne“ für den Betrieb. Dort wird dann das Konzept zum relevanten Kriterium für gastorientierten und wirtschaftlichen Erfolg.

Der Grundstein für eine erfolgreiche Entwicklung der Spa-Industrie wurde gelegt. Dass Wellness in der Urlaubshotellerie zum Ausstattungsstandard gehört und immer mehr auch in die Stadt-Hotellerie Einzug hält, scheint bei der überwiegenden Anzahl der Betriebe angekommen zu sein. Die Wirtschaftlichkeit von Wellness-Bereichen ist für viele Unternehmer noch immer ein Rätsel und stellt sich als nicht weniger komplex wie die Wirtschaftlichkeit anderer Hotelbereiche dar.

Best Practice Beispiel Hotel Hubertus, Balderschwang
Referent: Christa Traubel

Best Practice Beispiel Wald- & Schlosshotel Friedrichsruhe
Referent: Thomas Zimmermann

Session 2

Erfolgsorientierte Kommunikation für Day-Spa's & Wellens-Hotels

11:30 – 13:00 Uhr Kongressraum Wellness & Spa, Halle C3
Referenten: Birgit Borreck, Ingrid M. Breyer, Sven Huckenbeck

Do's and dont's im kundenorientierten Marketing

i Wie werden Ihre Vorzüge dargestellt? Erreichen Sie Ihr Wunschklientel? Wie hoch ist Ihr Wiedererkennungswert? Welche Qualität muss Ihr Bildmaterial haben? Wie werden Ihre speziellen Angebote kommuniziert? Mehr denn je sind Werbematerialien, in gedruckter Form oder online, hoch relevante Faktoren zur Gastgewinnung und Positionierung Ihres Betriebes.

Umsatzrelevante Werkzeuge für das Spa Management – in Hotel und Day Spa

i Erfolg und Umsatz sind planbar! Nur selten wird dies im Spa-Bereich auch getan. Allzu oft werden der Buchungsstatus und die damit verbundenen Umsätze, die sich über die Gastaktivitäten, Reservierungen oder direkten Buchungswünsche ergeben, als Status akzeptiert. Wie Umsatz aktiv zu steigern ist, welche wesentlichen Inhouse Cross Selling-Maßnahmen dabei zu berücksichtigen und umzusetzen sind, wie Umsatzwachstum aus der Gastwunschsicht zu realisieren ist, wird Ihnen praxisorientiert aufgezeigt.

Praxiswerkzeuge für Qualität, Umsatz und Rendite

i Umsatzsteigerung sowie die Erhöhung der Gästeanzahl, die Spa-Behandlungen bucht, ist ein aktiver Vorgang, der zu den wesentlichen Aufgaben des Spa Managements gehört. Dazu zählen insbesondere Inhouse-Salesmaßnahmen, die aktive Beratung der Gäste und die Präsenzsteigerung des Themas Spa in den Köpfen der Gäste.



Session 3

Spa's & Day-Spa's: Betriebsformen, Konzeption, Erfolgsvarianten

14:00 – 15:30 Uhr Kongressraum Wellness & Spa, Halle C3
Referenten: Sylvia Glückert, Norbert Rietfort, Dipl.-Betr. Alexandra Graf

i Die Nachfrage nach Spa-Angeboten in Deutschland, Österreich und der Schweiz bleibt ungebrochen. Dies gilt in zunehmendem Maße auch für Day Spas, welche im internationalen Vergleich nach wie vor unterproportional vertreten sind. Doch nur sorgfältig geplante und vorbereitete Konzepte haben eine Chance auf nachhaltigen Erfolg. In diesem Workshop erfahren Sie, wie sich die unterschiedlichen Betriebskonzepte definieren und abgrenzen, wo Schwerpunkte liegen, welche Rahmenbedingungen erfüllt werden müssen und welche Konzeptansätze es gibt, um ein Spa bzw. Day Spa erfolgreich zu positionieren.

Day-Spa – Erfolg ist planbar – räumlich als auch wirtschaftlich!

i Im deutschsprachigen Raum ist zunehmendes Interesse am Thema „Day Spa“ zu erkennen. In anderen Ländern ist dies bereits ein wirtschaftlich erfolgreicher Zweig der Spa-Industrie. Konzeption, Investition, Planung und Umsetzung sind die relevanten Schritte zum Erfolg. Design und Zielgruppenausrichtung haben eine besondere Bedeutung in diesem Zusammenhang.

Spiritualität und Gesundheitstourismus

i Zu sich selbst finden, die eigene Mitte entdecken, die innere Balance bewahren und die Suche nach Sinnhaftigkeit und Orientierung sind heute die Motive von Menschen, um dem hektischen und modernen Alltag zu entfliehen und Orte der Ruhe und Stille aufzusuchen. Diese Menschen suchen eine Stätte der Erholung und Entspannung.

Session 4

Medical Wellness

16:00 – 17:00 Uhr Kongressraum Wellness & Spa, Halle C3
Referenten: Matthias Buchholz, Carsten Boss

i Medical Wellness und Medical Tourism sind Trendbegriffe im Tourismus und in der Spa-Industrie. Bei vielen wurde und wird gesundheitsorientierter Tourismus als Allheilmittel für Destinationen, fehlende Auslastung und eine neue Kundenklientel gesehen. Welche tatsächlichen Chancen dieser Trend, für wen und mit welchem Aufwand verspricht, erläutert dieser Workshop, der sich nicht nur auf profunde Branchenkenntnis, sondern insbesondere auf eine repräsentative Branchenstudie stützt.

Behandlungs- und Themenkonzepte der Zukunft

i Wie sehen Spa- und Wellness-Anwendungen der Zukunft aus? Wo sollen sie zu finden sein? Welche Kompetenzen sind zur Umsetzung erforderlich? An wen richtet sich das zukünftige Angebot? Welche neuen Chancen bieten die Prophylaxe-Fonds der Krankenkassen? Sind Spa-Behandlungen Kassen-abrechnungsfähig? Spannende Fragen, die künftige Konzepte beeinflussen und Erfolgsquoten für Spa, Day Spa oder Hotel Spa darstellen. Beschäftigen Sie sich jetzt mit den Erwartungen Ihrer Gäste von morgen, um kundengerecht agieren zu können.



Health and Beauty Trade Fairs GmbH
Natalie Fischer
Karl-Friedrich-Str. 14-18 · 76133 Karlsruhe · Deutschland

+49 (0)721 165-852
+49 (0)721 165-102

natalie.fischer@health-and-beauty.com
www.beauty-fairs.de/ticketshop

Anmeldung

Kunden-Nr.	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Privatadresse	<input type="checkbox"/> Firmenadresse	<input type="checkbox"/> Herr	<input type="checkbox"/> Frau
Firma / Institut / Hotel	<input type="text"/>				
Name	<input type="text"/>	Vorname	<input type="text"/>		
Straße	<input type="text"/>				
PLZ	<input type="text"/>	Ort	<input type="text"/>	Land	<input type="text"/>
Telefon	<input type="text"/>	Fax	<input type="text"/>		
Mobil	<input type="text"/>				
E-Mail	<input type="text"/>				
Webseite	<input type="text"/>				

Ja, ich möchte top informiert bleiben. Ich bin deshalb damit einverstanden, dass Sie mich telefonisch, mobil, per E-Mail, oder schriftlich über News aus der Branche und interessante Angebote informieren. Falls ich keine weitere Werbung wünsche, teile ich dies Health and Beauty mit.

Datum / Unterschrift
Firmenstempel

Branchen (bitte nur eine Nennung)

- Hotel
- Wellnesshotel
- Day Spa
- Spa
- Schönheitsfarm
- Sonstige _____

Dienstleistungen (mehrere Nennungen möglich)

- Gesichtsbehandlungen
- Anti-Aging
- Körperbehandlungen
- Wellness/Spa
- Massagen
- Apparative Kosmetik
- Naturkosmetik
- Kooperation mit Arzt/Plast. Chirurg
- Dekorative Kosmetik/Misagismus
- Permanent Make-up

- klass. Hand- und Nagelpflege
- Nail Design
- NailArt
- Fußpflege
- Podologie
- Ernährungsberatung
- Nahrungsergänzung
- Besonnung
- Spray Tanning