

Ideenwerkstatt

ANREGENDE DISKUSSIONEN, EIN OFFENES MITEINANDER SOWIE VIELE NEUE IDEEN. SO KÖNNTE MAN DAS SPA- CAMP AUF DEN PUNKT BRINGEN, DAS BEREITS ZUM 2. MAL VOM 30. 9. BIS 1. 10. 2011 IN BAD REICHENHALL, IM BERCHTESGADENER LAND, ÜBER DIE BÜHNE GING. BEIM ERSTEN BAR-CAMP FÜR SPA, WELLNESS UND GESUNDHEIT TRAFEN SICH 120 FACHTEILNEHMER AUS GANZ ÖSTERREICH, DEUTSCHLAND UND DER SCHWEIZ.

Insgesamt 24 Themen wurden von den Teilnehmern – vom engagierten Spa-Leiter über den visionären Wellness-Hotelier und weltoffenen Marketingspezialisten bis zum verantwortungsbewussten Berater – eingereicht und 22 schließlich auf sehr hohem Niveau in den Sessions zeitgleich in drei Räumen diskutiert. Wie bei Bar-Camps üblich, gibt es keine geplanten Vorträge. Jeder Teilnehmer kann ein Thema einreichen. Grundvoraussetzung ist, dass er sich an die Camp-Regeln hält. Dabei sind Werbe-, Verkaufs- oder standardisierte Unternehmenspräsentation tabu und werden von den anderen Teilnehmern auch abgewählt. Erstmals konnte jeder sein Thema am Freitag in einer Pre-session dem gesamten Publikum vorstellen und es für sich begeistern. Diese Kurzvorstellungen wurden auf Video aufgezeichnet und können online gemeinsam mit den Folien zu den Sessions auf www.spa-camp.de abgerufen werden.

Die Themen – Wissen teilen

Wer bereit ist, Wissen zu teilen, profitiert beim Spa-Camp mit Aufmerksamkeit und Reputation. Drei Beispiele, sollen diese Intention verdeutlichen:

1. Uwe Brandweiner, Chemiker vom Öztaler Naturkosmetik Pionier Pure Green Brands GmbH, entwickelte gemeinsam mit den Teilnehmern (basisdemokratisch) live ein Spa-Camp-Duschgel (Private-Label), das im Anschluss mit nach Hause genommen werden konnte.
2. Wolfgang Burgschwaiger, Inhaber des Alpinresorts „Übergossene Alm“ gewährte



ERFOLGREICH KOMMUNIZIEREN

Heuer findet die dritte Auflage des Spa-Camps statt, wann und wo wird demnächst bekannt gegeben. Im März startet der Run auf die begehrten 120 Teilnehmerplätze für 2012.

Einblicke in seine Internetstrategie und zeigte seine persönlichen Tops und Flops. 3. Roland Fricke, Geschäftsführer vom Wellnessportal beauty24.de, regte mit dem Thema „Wie verkaufe ich Wellness erfolgreich im Internet?“ zum praxisnahen Erfahrungsaustausch an.

Ausblick 2012

Für das 3. Spa-Camp wird wieder versucht, so viele Teilnehmerwünsche wie möglich zu berücksichtigen – wie etwa Minisessions oder konkrete Fragestellungen, an denen sich mehrere Teilnehmer beteiligen und dazu gemeinsam eine Session gestalten können. Das Ziel: Menschen aus den verschiedenen Disziplinen sollen noch ein Stück näher zusammenrücken.