

Spa trends

Af Linda Myrberg, Spakonsulent

“Wellnessbølgen går fra det hyggelige og ‘relaxed’ til stærkere fokus på resultater og ekstraordinære oplevelser,” forklarer spakonsulent Linda Myrberg. Linda Myrberg har i en årrække rådgivet virksomheder om, hvordan de perfekte fitness-, wellness- og spaområder indrettes og drives, så kundernes ønsker bedst imødekommes. Hun har blandt andet konceptudviklet og været leder af Well-come Fitness & Spa i Hellerup samt udviklet Spa Adventure og signaturbehandlinger og -produkter for Skodsborg Kurhotel & Spa, som i øvrigt begge var nomineret i kategorien Årets Spa i Danish Beauty Award i år. Kosmetik har talt med Linda Myrberg om de nyeste trends på spa-markedet, og hun fortæller:

Sundhed og quick-fix

“Nu vil gæsterne have sundhed og quick-fix. Når de får massage, skal det ikke være sådan noget blødt nusseri. De vil kunne mærke, at der bliver taget fat. Alle vil have resultater, og der må gerne være en oplevelse af en længerevarende gevinst, når man bruger penge på et wellnessophold i dag.

Men krisen betyder også, at kunderne er blevet mere prisfølsomme. Hvor det tidligere måske var én times massage, så er det nu et quick-fix på 15 minutter, som gæsten vil have. Samtidig vil tilbud om gruppeaktiviteter, som fx saunagus, vil blive endnu mere populære blandt gæsterne fremover.

Vi mangler i dag at komme hinanden ved, så muligheden for at gøre noget i fællesskab er et hit. Det med at sidde i en gruppe og skulle kæmpe med at udholde heden i saunaen sammen, det er vigtigt. Ligesom vi i gamle dage sad omkring lejrålet. Tilbyd gæsterne gruppeevents, hvor der er et element af konkurrence. Hvem kan

holde til varmen, og hvem kan hoppe i det kolde bassin? Samtidig er en gruppeevent en fremragende mulighed for mersalg. Her har du én medarbejder og måske 20 gæster, som du kan præsentere for spændende produkter, det kan være olier, cremer eller sæber. Det kan give grundlaget for et godt mersalg i spa-shoppen.

Det rette koncept og ordentlig uddannelse er enormt vigtig, derfor har jeg udviklet en uddannelse med færdig koncept, tema og produkter som hedder Saunachill. Man får en solid uddannelse, ikke kun i saunagus, men også i aromaterapi, hygiejne, sikkerhed, produktkendskab og holistiske element som vejrtrækning, akupressur og sund kost. Som spa får man færdige manualer og protokol, så det er bare at gå i gang. De kunder, jeg har haft, ser en stor tilfredshed ikke kun hos gæsterne, men også de ansatte elsker at udføre Saunachill og oplever selv de gunstige virkninger, som det har.”

10 globale spatrends - ifølge Linda Myrberg

1. Skønne fødder

Spa- og wellnesscentre sætter stort fokus på fødder - i USA ser vi, at “fod-fitness”, hvor man lærer at gå i høje hæle, kommer stærkt frem. Flere og flere kvinder og unge piger går til dagligt i forkerte sko. Høje hæle, ballerinaer, flip/flops og sko uden opbygning, løbetræning i



For bare få år siden, da forbrugsfesten var på sit højeste, og det gjaldt om at have det nyeste samtalekøkken i huset og den største firehjulstrækker i carporten, var et weekendophold med wellness ensbetydende med total afslapning og forkælelse. Nu har kundernes ønsker forandret sig. Der skal stadig være ro og fred, men gæsterne efterspørger nu også en mere langvarig gevinst.

“bare foot”-sko og øget stigning af diabetes giver i dag 4 ud af 5 kvinder fodproblemer pga. af fodmoden.

Problemer som nedsunken forfod, hælesporer, knyster, hammertæer, ligtorne, akilleshæl-problemer, nerveskader mm. stiger, og derfor er det et stort marked at satse på fod-fokuseret ortopædi og fodterapeutiske “medipedis”. Det er en god idé at tilbyde specialbehandlinger specifikt rettet mod high-heel smerte og andre problemer. De fleste pedicurebehandlinger i dag gør brug af zoneterapi under fodmassagen, hvilket er en stigende trend. I Yelo Spa i New York er alle uddannet i zoneterapi.

På fremmarch: Special-fodbehandlinger og fodfokuserede og smertelindrende behandlinger - “High Heel treatments”.

2. Cool er HOT!

Isbehandlinger med vinterbadningseffekt. Den sundhedsfremmende veksels-



varme terapi bliver mere populær, da de gavnlige resultater af de kolde bade, is, rulle i sne og vinterbadning giver:

- Styrket kredsløb
- Styrket immunforsvar

- Strålende og opstrammet hud
- Detox-effekt
- Energi

Cryoterapi, isbehandlinger, isrum, is og snebrusere udvikles verden over, og man er specielt interesseret i den øgede forbrænding, som koldt vandsterapi giver. Kroppen brænder flere kalorier, når den forsøger holde sig varm.



3. Gruppeevents

Gruppeevents bliver stadig mere populært. Fx til polterabend og konferencer. Kunderne vil have oplevelser sammen, et fællesskab, udfordringer, de prisfælsomme og konferencegæsten især har tidsmangel og vil både have energi og afslapning på én gang. Fælles for de fleste kunder er, at de vil se resultater, både fysisk og psykisk.

4. Health Coach

Forebyggende wellness er på vej. At spa'erne tilbyder helseundersøgelser, livsstilsforandringer og -forløb – kost,



motion og behandlinger bliver et hit. På Harvard kan trenden ses så tydeligt, at man nu kan tage en health coach uddannelse. Destinations-spa med gode rekreative muligheder og natur tilbyder i stor grad livsstilsforandringsforløb med yoga, mindfulness, stresshåndtering, vægttab m.m. Disse forløb giver loyale kunder (man bliver afhængig af sin P.T, coach, og hvad de anbefaler, følger man.). Kunderne bliver UES - Ultra close, Engaged & Spending. Spa'et

eller wellnesscentret bliver det tredje sted efter hjem og arbejde.

5. Culispa

Efter rawfood og detox-kure kommer nu modtrenden, hvor kulinariske oplevelser er i højsæde. Fine Dine and Fine Spa, hvor kendte gourmet-kokke, sommeliers og luksusbehandlinger danner rammen om en ekstraordinær oplevelse, kommer vi til at se mere af.

I 2013 går trenden mod mere unikke og sanselige Wine/Dine/Spa-pakker. Creative Culinary-plus-spa oplevelser bliver en trend, da det tiltaler den store masse, der gerne vil have god mad og vin krydret med gode spa oplevelser.

"Foodies" henvender sig til stor det samme klientel, som er spa-tilhængerne, der gerne vil have unikke, lækre oplevelser og kvalitet. Økonomien har også betydning for, at folk vælger kortere ophold, hvor en kombinationspak-



ke som "culispa" med madlavningskurser, undervisning i tango og god mad suppleres med spa-behandlinger.

Besøg hos lokale mad- og vin-producenter kombineres også med spa-oplevelsen. Fort Resort Beemster i Amsterdam har ombygget en bunker til et eksklusivt mad- og spa-resort

6. Sansespa

Lyd, musik, lys og duft har tidligere været subtilt og i baggrunden, nu bliver sansestimuli en behandling i sig selv. Sansestimulation er ikke personalekrævende og kan give gode effekter. Naturlyd afslapper, trommevibrationer giver os energi, dufte påvirker vores sind, farver påvirker vores humør, sollys giver glæde, og vuggen beroliger os. Massagestole og sollyslamper udvikles til større designede helhedsoplevelser, eksempler på dette:

- Cromaterapi (farvebehandling) auyurvediske chakrabehandlinger, monokrom lysbehandling, farveterapi – farver har en energetisk frekvens, som



Skodsborg Kurhotel & Spa har netop anskaffet en sansespa stol med lyd- og lysterapi.

enten stimulerer eller beroliger biokemisk, hormonelt og mentalt.

- Lysbehandlinger – dag- og natlysrum (Art Garden i Göteborg)
- LED lys-behandlinger en hot hudbehandling (Mandarin Oriental)
- Live musik til behandlingerne (Spa Eastman, Canada)
- KLAFS har en ny holistisk spa-behandling - multisensorisk vugge med vibrator, lyd, lys og billeder (Kunstner sha, Berlins Mandala Hotel ONO Spa)
- MUVI-Cure - musik- og video-behandling (Sankt Jørgen Park i Sverige, Phillips/Bjørn Wennewald i Danmark)
- Sound Massage med tibetanske singing balls (comfort zone's Soul Space Spa i Firenze, Italien)
- Saltvands-floating (Mavida Balance Hotel & Spa Austrian Alps)

Ny forskning: vibrationsmedicin fortæller om, at organerne i vores kroppe har forskellige vibrationsfrekvenser, og ny teknologi udvikler produkter, der stimulerer disse.

7. Glimmer og glamourspa

Skønhedsbehandlinger, manicure og naildesign er nye kundeønsker, der følger tidens trend med 'glambitious', hvor unge vil se ud og agere som stjerner. Wellness og helse trends får en stor kontra trend - Glamour!

Skønhedsbehandlinger, manicure, vippeforlængelse, naildesign, styling, makeup, klipning, spray tans, makeover, barbering og voksbehandlinger vokser stort.

Middelklassen søger quick fix, alle skal have råd til at se godt ud, og det giver skarp priskonkurrence. En ny målgruppe er "the Millennium youth", dvs. unge fyre skal man ikke overse - de vil have voksbehandling, rettet øjenbryn, barbering, manicure og pedicure.

Andre herre trends som fx barber shop spa (eksempelvis Sharper of



Sweden) vinder også frem. Man går mod retro, Hollywood og Mad Men-stil. Denne målgruppe når man bedst gennem massiv markedsføring med loyalitetsbonus i sociale medier.

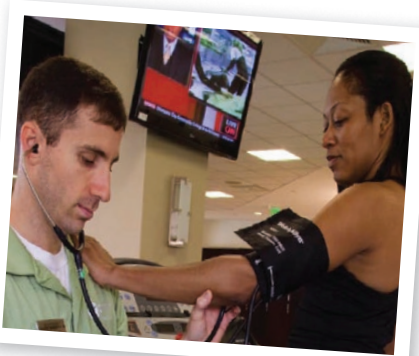
Den nye generation lider under "Red carpet and celebrity syndrome". Alle vil se ud og agere som stjerner, hvor det før var nok med flot hud og velplejet hår, skal man nu til fuld grooming, styling og makeover. Det glamourøse bliver mere ekstremt og dyrt, samtidig med, at skønhedsbehandlinger "til folket" bliver billigere. Vi ser guld- & kaviar-behandlinger, Swarovski-sten på negle, servering af østers og champagne.

Pendulet svinger tilbage til old fashion, Hollywood glamour både i indretning og behandlinger. Nu kan man opleve Haute-luxury spa, social salon med jazzmusik, nystrøget tøj, Chanel parfume og makeup finish (Waldorf Astoria, Frankrig)

8. MediSpa

MediSpa- resultater og videnskab - er en af de største trends. Man går fra begrebet "Hope in a jar" til "Medical Evidence" I en meningsmåling fra Global Spa & Wellness summit svarede 71% af spa-branchens konsumenter, at hvis der forelå videnskabelig dokumentation for, at en spa-behandling gav resultat, ville de være villige til at besøge en spa/få behandling.

Æstetiske behandlinger, som kan garantere resultater, og som har videnskabelig baggrund, vinder stort frem i wellness-branchen. Ligesom flere læger ordinerer kost, motion, livstilsforandringer, antistress-behandlinger, massage og spa-kure – mod søvnløshed, kroniske smerter, hovedpine, stress, højt blodtryk m.v.



Flere medical spa'er åbner med hospital og rekreation knyttet sammen, og flere avancerede teknikker rykker ind på spa'er. Man vil forme kroppen gennem naturlige alternativer, reducere fedt, løfte ansigt, fjerne rynker uden indgreb. Der kommer et maskine-boom på markedet som fx. SmartMelt Lipolaser, Eximia, LPG, Oxygenbehandling, LED og Jet Peel.

Medicinske invasive behandlinger som Botox og fillers er også en stærk trend på medical spa'er og klinikker. At tilbyde Medi-wellness med klippekort og forløb med maskiner i kombination med træning, kost, stresshåndtering og sauna kommer stærkt frem.

9. Familiespa

Flere voksne vil have børnene med i spa. Det stiller krav om børnevenlige zoner.

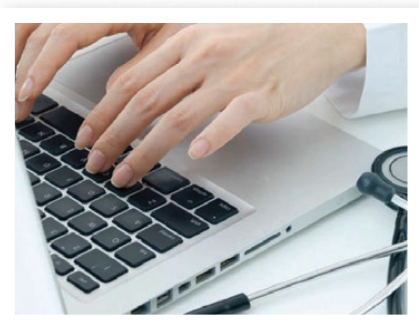
Familier vælger i højere grad at tage på spa sammen. At tilbyde børnevenlige zoner, tider, ferieaktiviteter, børnepasning og tilpassede produkter på spa er smart. Børn og teenagere er fremtidens marked, og flere børne- og teenage-behandlinger kommer til.



"Mor & datter", "Far & søn", "Familie spa ritualer", "Mor & Baby massage" bliver populært. Aktiviteter for de små som Spa-party, Disney-spa, Play-spa med interaktive stationer er også noget, som gør, at forældrene kan nyde en behandling, imens de små nyder børnesauna eller et boblende fodbad.

10. Spa i virksomheden

I dag er de ansattes helse og velvære ikke længere en teambuildingdag eller afslappende aktivitet, men en bevist strategi og økonomisk proaktiv, da sygdomsmeldinger belaster det dobbelte af, hvad investering i de ansattes helse gør. Rygestop, træningsrum, mindfulness, yoga, sund kost i kantinen/diætist-planer, stresshåndtering, coaching og massage er proaktivitet/forebyggelse og ikke frynsegoder i de



fleste virksomheder. Firmamassage er det mest almindelige i dag, og flere tiltag kommer.

Stressreducering er på første plads i 47 landes wellness-program for ansatte. Stress dræber og gør folk syge med mange slags sygdomme. 46% af Danmarks befolkning oplever, at de lider under stress symptomer. 8 ude 10 børn det samme. Kan man som klinik eller spa tilbyde in-house/outhouse firmaaftaler med rabatter, klippekort, fordelsprogram, forløb, bonus og produkter, er dette en stor gevinst.

Spabehandlere som kommer ud til virksomheder og giver massage, fodbehandlinger, yoga, meditation, quick fix er også en ny trend. Virksomhedsordninger er den næste store "bølge" af muligheder for wellness/skønhedsklinik-branchen, som er den største og naturligste udbyder af wellness-aktiviteter og skønhedsbehandlinger. "Employee wellness" er kommende års store hit! ■



Linda Myrberg har været aktiv inden for wellness- og helseindustrien siden 1996 og startede som spakonsulent i 2008. Hun er uddannet Spa Manager fra det anerkendte spa konsulentfirma Raison d'être i Stockholm og er en af de førende spakonsulenter i Skandinavien. Se mere på wellbeing4lifeblog.wordpress.com www.lindamyrberg.com www.saunachill.com