

SEHNSUCHT NACH HEIMAT

Wellnessgäste legen Wert auf Regionalität

In Zeiten der Globalisierung und Konzentration, der großen internationalen Marken, erfreuen sich Marken mit regionalem Bezug und kleine Nischenmarken mit einer Geschichte immer größerer Beliebtheit.

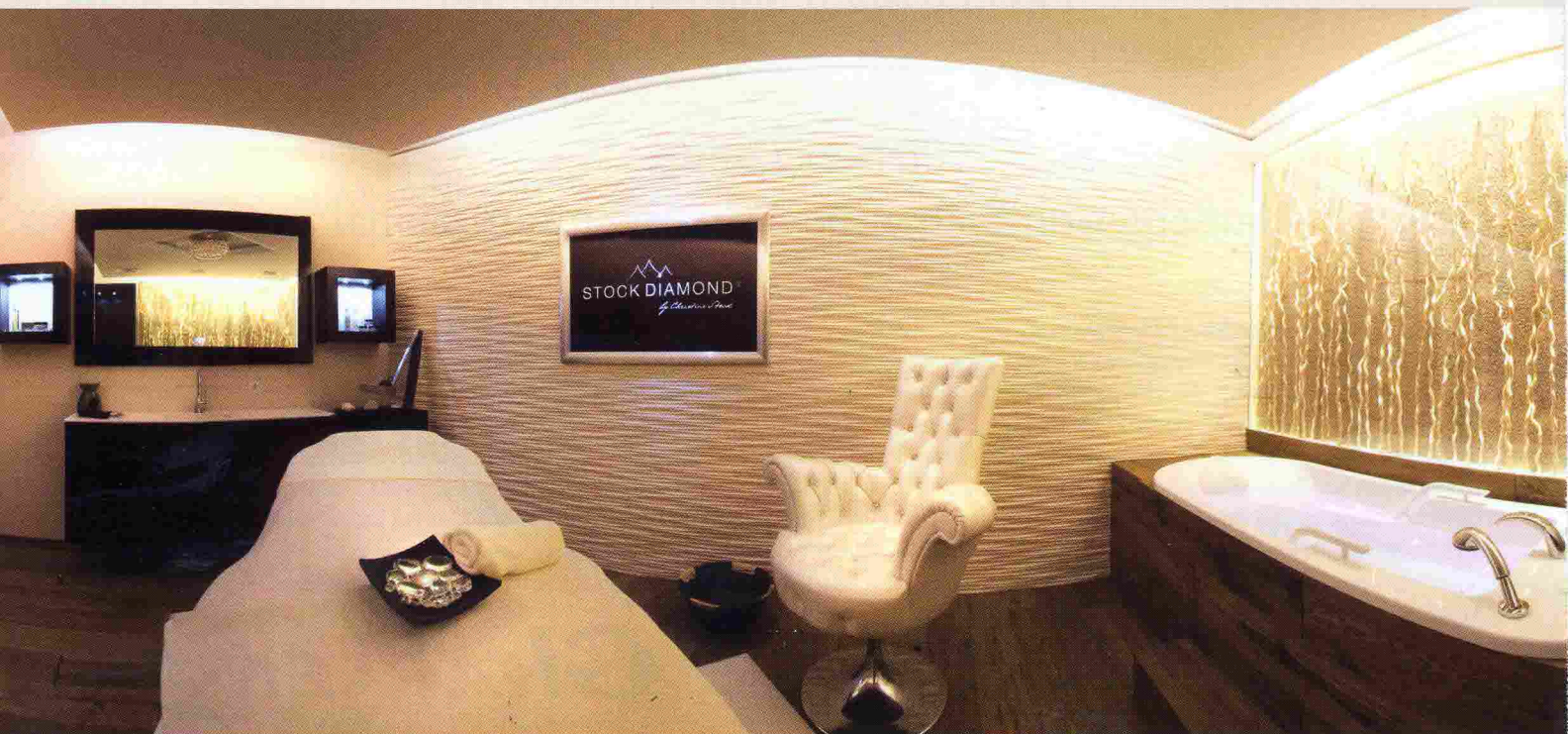
Führende Hotels achten mittlerweile nicht nur bei der Auswahl von Obst und Gemüse, Bier, Wein und Säften auf Regionalität und Authentizität sondern auch bei Ihren kosmetischen Produkten im Spa- und Wellnessbereich und auf den Zimmern. Sie verwöhnen den Gast mit einzigartigen, genau auf das Haus abgestimmte Kosmetikserien und regionalen Inhaltsstoffen.

In einem mittlerweile gesättigten Wellnessmarkt und bei einem hohen Preis- und Wettbewerbsdruck ist eine klare Positionierung wichtiger denn je - bei den gelebten Werten, Produkten und Angeboten. Mit der Entwicklung einer eigenen Marke kann ein Wellnesshotel seine Einzigartigkeit umsetzen in unverwechselbare, nicht kopierbare Kosmetikprodukte und Signature Treatments. Sie sind das Herzstück eines Spas und üben eine große Anziehungskraft auf den Gast aus. Die hohe Glaubwürdigkeit erhalten Sie durch den bereits vorhandenen Markenkern und traditionelle, regionale Inhaltsstoffe wie Gletscherwasser, Thermalwasser, Moor oder Blumen, Blüten, Kräuter, Wurzeln, Honig, Säften und Ölen.

Genauso wie die Spa Dienstleistungen sind auch die Verkaufsprodukte Unikate, individuell entwickelt, auf die Kunden und die Region zugeschnitten. Sie sind eine charmante Alternative zu den großen globalen Marken, bieten mehr Unabhängigkeit und die Basis für neue Verkaufs-, Marketing- und PR Aktionen. Darüber hinaus sind sie auch eine wichtige wirtschaftliche Komponente: eine klare Positionierung wirkt sich unmittelbar auf alle wichtigen wirtschaftlichen Kennzahlen des Unternehmens aus. Benchmark Vergleiche zeigen, daß die Besten in der Branche bis zu 100% bessere Kennzahlen erwirtschaften als ihre durchschnittlichen Wettbewerber.

Ganz außergewöhnliche Behandlungen mit regionalen Produkten finden Sie im Zillertal in Tirol. Mit viel Liebe zum Detail und für alle Sinne hat das **STOCK**** Resort** in Finkenberg dieses Thema inszeniert. **STOCK DIAMOND** ist das Kosmetik Label, das von der Tochter des Hauses - **Christine Stock** zusammen mit der Eigenmarken Expertin **Gerlinde Galvagni** in zweijähriger Entwicklungsarbeit konzipiert wurde. Grundlage der hochwertigen Gesichts- und Körperprodukte und der Stock Diamond Behandlungen ist der Bergkristall, der Diamant der Alpen. Er steht für Klarheit, Reinheit und Stärke und es werden ihm besondere Kräfte nachgesagt. Er soll den Kreislauf aktivieren, reinigen und abschwellend auf den Körper wirken, die Seele vitalisieren und erden, das Bewusstsein bilden. Und als absolutes Highlight wurden echte Diamanten in die Luxus Körpercreme der Serie eingearbeitet. Aus der Region stammt auch der Bergblütenhonig, welcher auf den Bergwiesen des Zillertales von fleißigen Bienen in unberührter Natur gesammelt wird. Die Liebe zum Produkt zeigt sich nicht nur in den Formulierungen sondern auch in den Verpackungen: jeder Tiegel und jeder Umkarton werden per Hand mit einem Swarovski Stein veredelt.

Die **STOCK DIAMOND** Behandlungen beginnen mit dem **STOCK DIAMOND** Ritual. Ein basisches Fußbad, angereichert mit feinen Bergkristallen und eine entspannende Schulter Kopf Massage lassen den Gast ankommen und durchatmen. Der Gast entspannt beim „Zillertaler Bergzauber“ oder wählt die „Pflegerischen Kostbarkeiten“: der Körper wird mit einem klärenden Bergkristallpeeling gereinigt und lässt dann Essenzen aus Avocadoöl, schneeweißer Tonerde und Kokosmilch einziehen. Als besonderes Highlight kann an die Körperbehandlung noch eine der **STOCK DIAMOND** Gesichtsbehandlungen wie „Sanfte Berührungen“ angeschlossen werden.





STOCK DIAMOND ist erleben mit allen Sinnen. Deshalb gibt es nicht nur die speziell entwickelten Produkte, Programme und Rituale sondern eine eigens für diese Anwendungen konzipierte Stock Diamond Beauty Suite, die passend zur Linie ganz in edlem Schwarz-Weiß gehalten wurde. Und während die Gäste die Behandlung genießen, können sie auch Wellness hören. In Zusammenarbeit mit den Autoren **Uwe Leo** und dem Komponisten **Arnold Fritsch** entstand die **STOCK DIAMOND** Hör-Geschichte. Inhaltlich dreht sich alles um die Region und die Natur. Es geht um Finkenberg, die Kraft des Wassers, um Sagenhaftes aus den alten Geschichten, die Herzlichkeit der Menschen. Erzählt wird das Märchen von der deutschen Stimme von Julia Roberts. Die CD macht Lust auf das Wiederkommen und hält die Sehnsucht der Gäste nach diesem Hotel lebendig.

Der Faszination der eigenen Marke sollte ein Spa oder Wellnesshotel nicht willenlos erliegen, sondern genau prüfen, ob es für sein Unternehmen wirtschaftlich sinnvoll ist. Konkret geht es um Stückzahlen, Mindestproduktionsmengen und Investitionen. Wenn das stimmt, ist die eigene Marke auch die Zauberformel für mehr Gewinn und mehr Umsatz.

Die Autorin

Gerlinde Galvagni ist geschäftsführende Gesellschafterin der Galvagni Schönheit GmbH. Das Unternehmen entwickelt und produziert eigene Pflegeserien für Wellness Hotels, Spas und Kosmetikinstitute und ist Marktführer im Segment der innovativen Eigenmarken. Weitere Informationen unter www.galvagni.de

Als freie Autorin schreibt Gerlinde Galvagni für verschiedene Fachmagazine und referiert bei Kongressen.

