

## erfolgreich | contest 2009

**Kerstin Kreutzfeldt****Frische Brise – alles unter einem Dach**

Wer von einem Day Spa ein komplettes Programm in Sachen Kosmetik, Beauty und Wellness erwartet, der ist bei Kerstin Kreutzfeldt und ihrem Team genau richtig. Es ist dem Institut auf den ersten Blick anzusehen, dass hier die Fachfrau geplant hat. Ob Fußpflege, klassische Kosmetik, Nail, Massage oder Sauna hier findet man alles unter einem Dach vereint und bei schönem Wetter auch draußen auf der Terrasse. Die Räumlichkeiten selbst sind in einem klaren, großzügigen Stil gehalten, der zum Entspannen einlädt und so den Day Spa-Charakter unterstreicht.



*Frische Brise, Kerstin Kreutzfeldt, Brand-Erbisdorf, 250 m<sup>2</sup>, 9 Räume, 75 Behandlungen/Woche, 200 Stammkunden, 1 Praktikant, 2 Vollbeschäftigte, 2 geringfügig Beschäftigte, 6 freie Mitarbeiter*

**Monika Kilburg****Beauty-Farm Kilburg – individuelle Programmgestaltung**

Die Kunden buchen bei Monika Kilburg am liebsten Wellness individuell und stellen sich ihren Tag selbst zusammen. Dieser kann aus klassischer Kosmetik, aber auch aus Ayurveda, Thalasso, Anti-Aging, Weinkosmetik und Wellnessanwendungen mit »Vino«, passend zur Region, bestehen. Das Marketing wird konsequent und intensiv betrieben: Jubiläumsaktionen zum 20-jährigen Bestehen mit Treuerabatten und Boni für die Kunden, Newsletter per E-Mail werden 4 x im Jahr an die Kundinnen versendet und einmal jährlich das große Stammkundenprospekt an alle Stammkundinnen.



*Beauty-Farm Kilburg, Monika Kilburg, Wintrich, 435,15 m<sup>2</sup>, 16 Räume, 137 Behandlungen/Woche, 4826 Stammkunden, 1 Auszubildende, 10 Vollbeschäftigte, 2 geringfügig Beschäftigte*

**Der Wettbewerb wird durch folgende Firmen und Marken freundlich unterstützt:**

**Andrea Gretter****well vital day spa – aktives Marketing bringt Kunden**

Schon der Eingangsbereich in warmem Orange zeigt, dass man sich im well vital day spa wohl fühlen soll. Der Ladenbereich ist vorbildlich: Hier kann die Kundin stöbern und ein echtes Shoppingerlebnis im Institut genießen. Mit einem toll arrangierten Sortiment wird der Verkauf ausgezeichnet gefördert. Das Marketing ist aktiv und kreativ. Flyer werden in Hotels und Erlebnisgaststätten ausgelegt, mit Frisören und Floristikgeschäften wird kooperiert. Auch in einer Fernsehshow des SWR wurde Andrea Gretter als Spezialistin um Rat gefragt und interviewt – ein guter Name belebt das Geschäft.



*well vital day spa, Andrea Gretter, Bretten, 265 m<sup>2</sup>, 13 Räume, 100 Behandlungen/ Woche, 1000 Stammkunden, 1 Praktikant, 5 Vollbeschäftigte*

**Nicole Werner****Spa im Hotel Waldecker Hof – rund um zufriedene Kunden**

»Sie hat eine sehr liebevolle, zugängliche und nette Art.« »Die Behandlungen sind sehr angenehm und gewissenhaft.« »Ich wurde noch nie so intensiv und gut betreut wie hier«, so beurteilen Kunden das Spa und seine Inhaberin Nicole Werner, die sich 2007 mit dem Spa im Hotel Waldecker Hof selbständig gemacht hat. Das vor zwei Jahren neu gestaltete Spa überzeugt durch viel Liebe zum Detail. Es ist in asiatischem Stil gehalten, doch es dominiert nicht das Design, sondern die Funktion: Die Kunden sollen sich sofort wohl fühlen und den Alltag vergessen.



*Spa im Wellnesshotel Waldecker Hof, Nicole Werner, Willingen, 190 m<sup>2</sup>, 6 Räume, 45 Behandlungen/Woche, 160 Stammkunden, 1 Auszubildende, 1 Vollbeschäftigte, 2 freie Mitarbeiter*