



DER GAST IST VIP

Die Mitarbeiter des VIP Aesthetic Spas wollen keine „routinierte Standardkosmetik“ bieten, sondern Kosmetik zum **Erlebnis** machen. Der Kunde soll spüren, dass er während seines Besuchs das Wichtigste ist – eben ganz VIP

Obwohl das VIP Aesthetic Spa erst vor gut einem halben Jahr seine Pforten geöffnet hat, kann sich André Böttger nicht beklagen: „Wir sind gut gestartet – gerade in Anbetracht der Tatsache, dass Eisenach doch eine relativ kleine Stadt ist.“ Für den Kosmetiker war der Schritt in die Selbstständigkeit ein „Sprung ins lauwarme Wasser“, da er aus seiner früheren Tätigkeit in Hotels einige Stammkunden mitbrachte. So kommen mittlerweile bis zu zehn Kunden pro Tag in sein Spa. 70 Prozent davon sind Stammkunden und etwa zehn Prozent Touristen, die nach der Besichtigung der Lutherstadt ein wenig Entspannung suchen. Kunden – diese Bezeichnung will André Böttger in seinem Spa jedoch nicht hören: „Für mich sind die Menschen, die den Weg ins Institut finden, in erster Linie

Gäste, die es verdient haben, rundum verwöhnt zu werden. Der Gast und seine Haut stehen bei uns im Mittelpunkt“, betont der Geschäftsmann.

Drei Säulen

Das Angebot des Studios basiert auf den drei Säulen Kosmetik, Alternative Medical Kosmetik und Body & Soul. Bei den klassischen Kosmetikbehandlungen ist Böttger eine spezialisierte, systematische und vor allem ganzheitliche Arbeitsweise wichtig. Im medizinischen Bereich kooperiert er mit einer Ärztin, sodass er seinen „Gästen“ auch Injektionen mit Hyaluron anbieten kann. Ein besonderer Schwerpunkt liegt außerdem auf den Wellnessbehandlungen.

Steile Karriere

André Böttger schloss im Juni 2005 seine Ausbildung zum Kosmetiker am Staatlichen Berufsbildungszentrum Bad Salzungen mit Auszeichnung ab. Gleich im Anschluss fand er eine Anstellung in einem Hotel in Eisenach, wo er im Dezember die Leitung des Wellnessbereichs übernahm. Während dieser Zeit absolvierte der Kosmetiker zahlreiche Weiterbildungen. So ist er heute unter anderem „Spezialist für Microdermabrasions-Anwendungen“ sowie „Alternative Medical Specialist“ und beherrscht verschiedene Wellness- und Massagetechniken. Seit 2010 verfügt der Spa-Inhaber außerdem über die Ausbilderbefugnis der IHK für die staatliche Ausbildung zum/zur Kosmetiker/-in und un-



terrichtet am Staatlichen Berufsbildungszentrum Bad Salzungen tätig. „Ich war von Anfang an auf der Suche nach einem Objekt mit Charakter für das VIP Aesthetic SPA“, erklärt Böttger. Gefunden hat er es schließlich in einer alten Tabakfabrik. „Für mich stand nie die Frage im Raum, ob ich mein Institut in einer größeren Stadt eröffnen soll. Ich bin Eisenach verbunden und denke nicht, dass nur Großstädter pflegebewusst sind. Vielmehr sind wir glücklich, Besucher aus umliegenden Städten, ja sogar aus Berlin begrüßen zu dürfen“, sagt der Geschäftsführer.

Feuer, Erde, Luft

Bei der Einrichtung des Instituts dominiert Schlichtheit gepaart mit Eleganz. „Ich habe das Spa modern, clean und kontrastreich gestaltet. Man kann nicht den Geschmack von jedem treffen. Deshalb habe ich keine dominierenden Farben oder Stilelemente eingesetzt“, erläutert Böttger. Der Geschäftsmann hat bei der Ausstattung die Elemente Feuer, Erde und Luft mit einbezogen: Der Kamin vor den Entspannungsliegen bringt Feuer ins Spa, der Boden aus Schiefer wirkt erdend und die Luft verströmt dank eines Duftkonzepts in jeder Kabine ein individuelles Aroma.

VIDEO-TIPP

Einen Imagefilm über das Institut von André Böttger finden Sie auf www.vip-eisenach.de oder scannen Sie einfach den QR-Code!

Den Alltag hinter sich lassen

Wenn der Gast die Kabine betritt, soll er nicht das Gefühl haben, in einem Behandlungsraum zu sein. Deshalb befinden sich alle Geräte nicht sichtbar in einem Schrank. André Böttgers Philosophie: „Der Kunde betritt den Raum auf einem Podest mit einem Loungesessel zum Auskleiden. Hier soll er außer der Kleidung auch seine Alltagsorgen ablegen. Steigt er dann vom Podest herab, lässt er alles hinter sich“.

Jede Kabine verfügt über ein interaktives Tablet in der Wand, wo der Kunde selbst die Musik auswählen kann. Sogar ein eigenes Smartphone lässt sich hier anschließen. Der „Raum der Stille“ ist mit zwei Wellnessliegen ausgestattet, einem gepolsterten Altar für Teezeremonien und einer bodenebenen Dusche. Er dient vorwiegend für Ruherituale, Wellness-Massagen und Körperbehandlungen – auch für zwei Personen. Da der Raum kein Fenster hat und schallisoliert ist, können die Kunden auch bei Tagesbetrieb richtig entspannen. ▶

Fakten

Eröffnet:	2012	Geräte:	Asa Microdermabrasion, Platinum Nano ² Gerät, Radiofrequenz, Ultraschall, Ionic Tox Control, Microneedling
Inhaber:	André Böttger	Software:	„Beauty Star“, selbst entworfenes Programm
Mitarbeiter:	drei, davon eine Auszubildende	Kunden pro Woche:	50
Räumlichkeiten:	zwei „Medical Rooms“, ein „Raum der Stille“, ein „Allround Room“, ein Schwebeliegenbereich, ein „Color Bar – Make-up“-Bereich sowie ein Bereich für Weiterbildungen	Umsatz:	k. A.
Spezialisierung:	medizinische Kosmetik, Wellness	Anteil Stammkunden:	70 Prozent
Investitionen:	hoch	Anteil Produktverkauf am Gesamtumsatz:	45 Prozent
Standort:	B-Lage	Warenpräsentation:	beleuchtete Glasregale, Beamerpräsentationen, Verkaufsprogramm über Salon-iPad
Konkurrenz: <small>(niedrig/mittel/groß)</small>	groß	Kundengewinnung:	Weiterempfehlung, Flyer, Kinowerbung, Empfehlungskärtchen
Marken:	Klapp Cosmetics, GK Cosmetics, Healthcosmetics, Ionto Comed		

Keine typischen Verkaufsgespräche

Um seine Verkaufsprodukte zu präsentieren, nutzt André Böttger beleuchtete Glasregale. Außerdem laufen immer verschiedene Präsentationsfilme per Beamer im Spa. Ein sogenanntes „Salon-iPad“ bietet den Gästen die Möglichkeit, sich über aktuelle Angebote zu informieren. „Das klassische Verkaufsgespräch findet bei uns aber nicht statt. Stattdessen gibt es eine Bar, wo die Gäste bei einem Cocktail entspannt die verschiedenen Produkte anschauen können“, erklärt der Spa-Inhaber. Mit dieser Strategie erziele der Geschäftsmann bisher 45 Prozent seines Umsatzes durch den Produktverkauf. Neue Kunden kommen vor allem durch Weiterempfehlungen ins VIP Aesthetic SPA. Deshalb investiert André Böttger lieber in seine Stammkunden als in kostspielige Werbekampagnen. Zehn Prozent seines Budgets plant er für Marketingaktivitäten ein, die er vor allem in Flyer, Anzeigen, Kinowerbung und Empfehlungskärtchen investiert. Eine eigene Facebookpräsenz und Aufsteller vor dem Institut dürfen auch nicht fehlen.

Spezialisierung ist das A und O

Um sein Wissen an Kollegen weiterzugeben, hat der Kosmetiker das Schulungskonzept „Live School“ ins Leben gerufen. Sonntags bietet er in seinem Institut Seminare zu Themen wie Hot-Stone-Massagen, Wellness oder Berufsstart an. Der Schulungsbereich ist mit moderner Technik für die Theorie ausgestattet. Ein

praxisnahes Arbeiten in der Kabine schließt an die theoretischen Ausbildungsteile an. Um jeden bestmöglich betreuen zu können, achtet Böttger auf kleine Gruppengrößen.

„Heutzutage wird eine Spezialisierung im Kosmetikbereich immer wichtiger. Ein Studio, das vom Parfüm bis zum Schlüpfer alles anbietet, ist meiner Meinung nach nicht zukunftssträchtig. Es kommt darauf an, ein Team von Experten aufzubauen“, ist der Spa-Inhaber überzeugt. „Wir regen hier zu neuen Denkanstößen an, befreien von bremsenden Gedanken und verhelfen zu neuen Horizonten.“

Eine Rarität auf ganzer Ebene

Da der Geschäftsführer mit den verfügbaren Softwaresystemen nicht zufrieden war, kreierte er kurzerhand sein eigenes Programm „Beauty Star“. „Die Systeme waren mir zu oberflächlich, unvollständig oder schlichtweg zu benutzerunfreundlich“, erklärt Böttger. „Mein Programm enthält alle wichtigen Funktionen: vom Kassensystem über die Terminierung und Bestellung bis hin zur Mitarbeiterverwaltung.“ Mittlerweile nutzen auch andere Studios und Wellnesshotels sein System. Mit seinem Rundumkonzept und immer wieder neuen Einfällen hebt sich André Böttger erfolgreich von der Masse ab. Und das ist es, was er will: „Ich bin eine Rarität in der von Frauen dominierten Kosmetikwelt, deshalb soll auch mein Spa eine sein.“

Marlen Meier



JETZT BEWERBEN

Ihr Institut hat das Zeug
zum „Institut des Monats“?
Infos unter:
[marlen.meier@health-
and-beauty.com](mailto:marlen.meier@health-and-beauty.com)
oder Tel. 0721-165 176.

