

Wellness in de breedste zin...



Wie het woord wellness hoort denkt al snel aan lekkere geuren, heerlijke oliën en ontspannende massages. Wat nu precies bij wie in de smaak valt, is moeilijk te bepalen, want dit is heel persoonlijk. **De een wordt al blij van een geurkaars in de salon, terwijl de ander toch echt wel een ontspanningsmassage wenst.** En zo wil de ene cliënt graag met de handen worden aangeraakt, terwijl een andere juist kan genieten van massages met attributen als hot stones. En sommigen moeten juist niets van dat alles hebben, die staan bijvoorbeeld niet open voor lichamelijke contact.



Over het algemeen hebben de meeste mensen een prettige associatie met wellness: je laat even je gedachten gaan over je drukke bestaan en je geeft je over aan heerlijke geuren, een paar gouden handen of een wellness specialist die je stress ontnemt. Wellness is echter een breed begrip: de een denkt gelijk aan sauna's, terwijl een ander het woord wellness associeert met massageskills en zalige producten. Nu is Nederland een samenleving waar we niet massaal met z'n allen naar de spa's en sauna's rennen, maar iedereen heeft wel een bepaalde positieve gedachte bij het woord ontspanning. Al met al heeft wellness een plek weten te veroveren in de beauty-industrie voor wie die zichzelf de rust, luxe en de ontspanning gunt en er een budget voor over heeft (een goede wellnesservaring kost al gauw meer dan een diner).

IN OPKOMST

Net als in de wereld van de huidverbetering, is er veel diversiteit in de wellnessbranche. Zowel door kleinschalige als door grootschalige bedrijven worden diverse diensten aangeboden. Zo kun je bijvoorbeeld een dagje uit naar een spa met sauna, massage en andere wellness behandelingen. Een ander alternatief is een massage in een massagestudio. Of een dagje verblijven in een traditionele hamam. Ook wordt wellness aangeboden in de schoonheidssalon. Zo is er voor ieder wat wils en alles valt onder de noemer wellness. Wat overigens wel leuk is om te zien is dat wellness uit diverse culturen in opkomst is. Denk aan de Afrikaanse of Balinese wellness dat net een vleugje bijzonders heeft waarbij 'nature and nurture' hoog in het vaandel staan. De producten zijn op basis van

eeuwenoude natuurlijke bestanddelen die op een speciale manier worden toegepast, maar die vervolgens in een commercieel jasje zijn gestoken.

ALLES ONDER ÉÉN DAK?

Kijk je bijvoorbeeld naar Amerika, dan zijn de medispa's in behoorlijke opkomst. Medispa's zijn bedrijven die alles onder één dak aanbieden: van heerlijke massages en sauna's tot huidverbetering en injectables. De laagdrempeligheid en anonimiteit maken dit soort bedrijven aantrekkelijk. Als je naar buiten loopt weet namelijk niemand of je een massage, een peeling of een prikje hebt gehad... In Nederland zijn we hier niet aan toe: voor je huidverbetering ga je naar een huidspecialist, voor je wellness bezoek je een spa en wie een behandeling bij een arts wil ondergaan maakt een afspraak met een cosmetische kliniek.

RITUELEN

Wellness is een term die door de luxe en welvaart van tegenwoordig in onze samenleving is ontstaan. In de oudheid bestond wellness ook, maar werd het vanuit een ander oogpunt toegepast. Bepaalde culturele of religieuze rituelen werden uitgevoerd met het oogpunt op traditie, religie of hygiëne. Kijk je bijvoorbeeld naar de Romeinen en de Ottomanen, dan was het volledig normaal dat het lichaam werd ingezeept, gewassen, gescrubd en gemasseerd, terwijl men zich in Europa graag parfumeerde en poederde. Het mooiste voorbeeld is Cleopatra die zich baadde in ezinnenmelk. Voor ons een luxe, maar waarschijnlijk voor haar een cultureel ritueel. Al deze voorbeelden vallen tegenwoordig onder de noemer wellness, terwijl het in de oudheid allemaal rituelen waren met



→ dezelfde achterliggende gedachte: je schoon en aantrekkelijk voelen met waarschijnlijk een stuk minder comfort en luxe dan tegenwoordig. Maar daar maakte niemand zich druk om. Belangrijker vond men het om zichzelf schoon en aantrekkelijk te voelen. Tegenwoordig gaat het om de ontspanning en de beleving. Iets wat je niet iedere dag ondergaat - zoals bijvoorbeeld een lichaamsbehandeling - maakt het natuurlijk al snel speciaal. Daarnaast hebben we tegenwoordig allemaal een badkamer thuis, dus is die unieke beleving in een andere ambiance een speciale ervaring waar we volop van genieten. Je kunt nog de lekkerste producten in de badkamer hebben staan, maar als het gaat om de ultieme beleving, dan kom je toch een paar handen te kort.

BELEVING

Wie geen bezoek wil brengen aan een spa, kan op zoek gaan naar alternatieven. Denk aan een massagesalon of aan een masseur aan huis (nieuwste trend), een spa mani- of pedicure of een bak met visjes waarin je pootje kunt baden. Voor wie dit dus op een specifiek gebied wil ervaren is er ook keus, zonder dat je een hele dag kwijt bent of dat je uit de kleren moet voor de sauna. Daar is namelijk niet iedereen van gediend. Het internet staat vol met dit soort aanbiedingen, alleen is de vraag natuurlijk of je de werkelijke beleving meemaakt zoals het ooit bedoeld is. Bij een aanbieding moet namelijk ergens op bezuinigd worden, al is het de olie die men gebruikt of de tijd die aan je besteed wordt.

LUXEBELEVING

Ondanks de vele wellnessmogelijkheden gaat voornamelijk het grootste deel van de mensen naar een schoonheidssalon. Of het nu gaat om de beauty en de heerlijke massage of om huidverbetering en huidverjonging: ook dit is een 'luxebeleving'. Althans, een bezoek aan een salon blijft een uitje, en brengt dus al een bepaald gevoel van status en ontspanning met zich mee. Daarnaast is het uiteraard ook een beleving en

“Tegenwoordig gaat het om de ontspanning en de beleving”

wil men lekker in de stoel liggen, ondanks dat de kern van de behandeling niet aangenaam hoeft te zijn. Men wil nog steeds resultaat, maar dan het liefst verpakt met een stukje luxe. Bovendien is het nagenoeg onhaalbaar om de klant bij een wellnessdagje zodanig resultaat te bieden dat ze terugkomt. De kracht van het resultaat zit



hem in de herhaling, terwijl de kracht van de wellnesscentra ligt bij ontspanning in de breedste zin. Mensen komen een dag of een moment voor rust, ontspanning en alles er omheen, maar duurzaam resultaat op het gebied van huidverbetering is logischerwijs onrealistisch.

STER IN JE VAK

Wil men resultaatgeoriënteerde behandelingen verpakt met een extra stukje welbehagen, dan is het de bedoeling dat de klant zich prettig voelt en blij en ontspannen de deur uit gaat. Alle salons masseren en bieden een stukje ontspanning. Of ze er nu voor uitkomen, of niet. De een vermijdt het woordje wellness en ontspanning, de ander weer niet. Hoe dan ook, de beleving van de klant moet positief zijn. Iedereen die een salon bezoekt heeft een bewuste of onbewuste behoefte aan ontspanning, al komen ze bij wijze van spreken voor een acnebehandeling. De kunst is om ook deze behandeling zo aan te kleden dat men even uit de dagelijkse sleur komt en zich overgeeft aan de specialist. De nieuwste trend binnen de salonwereld is juist de behandeling waarbij de klant resultaat ziet, maar ook ontspannen en blij de deur uit gaat. Bestaande merken spelen hier op in met specifieke behandeltechnieken en met een paar kleine tips en tricks hoeft je geen massagecursus te volgen of een specifiek

“Wellness-behandelingen geef je vanuit je hart”

merk in huis te halen: je komt al een heel eind met een paar kaarsen, een geurtje op je handdoeken of kompressen en een glimlach. Als je resultaatgerichte behandelingen aanbiedt en je van je klanten krijgt teruggekoppeld dat de behandeling 'lekker' was, dan ben je een ster in je vak.

VAK APART

Wellness-behandelingen geef je vanuit je hart. Een massage of ander contact met de klant moet de juiste 'touch' zijn waarmee je de klant in positieve zin raakt en daar moet je voor in de wieg zijn gelegd. De klant ligt immers wel met lijf en ziel voor je en het is de bedoeling dat men zich overgeeft. Dat verdient meer dan een paar aangeleerde massagegrepen. De allerbeste huidspecialist die de huid als het ware 'leest' kan de huid wel snappen, maar is geen wellness specialist. Je moet het leuk vinden en jezelf kunnen geven waardoor de klant tot rust komt. Goede wellness-behandelingen zijn schaars en behelzen veel meer dan een lekkere warme olie of heerlijke aroma's in een mooie ruimte. De ideale behandeling van de juiste persoon kan het moment van ontspanning lange tijd laten aanhouden en ook nog eens de zelfwaardering doen verhogen.