



Spiegel voor de wellness

WAT ER BETER KAN VOLGENS SARA ROSENTHAL

Sara Rosenthal
...beter inspringen op
specifieke behoeften... [1]

Hamam in Berlijn [2]



Erik van den Berg

Hipsters willen in de sauna niet naast lelijke huisvrouwen uit Almere zitten met een leesmap.” De lunch is nog niet besteld, maar de toon is al gezet. Sara Rosenthal is duidelijk niet naar het Kurhaus in Scheveningen gekomen om over koetjes en kalfjes te praten. Ze wil sauna- en hoteleigenaren een spiegel voorhouden, want Nederland loopt hopeloos achter. Vier pagina's zijn eigenlijk te weinig om haar visie uiteen te zetten, maar in grote lijnen komt het erop neer dat Nederlandse wellnessondernemers te weinig inspringen op behoeften van bezoekers. Ze moeten zich meer specialiseren in een bepaalde lifestyle en een totaalbeleving bieden aan specifieke gasten. “De tijd dat iedereen naar dezelfde sauna ging, ligt definitief achter ons.” Dat schaalverkleining de exploitatie moeilijk maakt, wuift ze weg: “Dat kleine saunacomplexen niet rendabel zijn, is een fabeltje. Je moet alleen een ander verdienmodel kiezen. Juist de sauna-eigenaren die vasthouden aan sauna's voor iedereen, die raken achterop. Zij blijven straks met de grijze middenmoot van huisvrouwen uit de provincie zitten. Maar je moet wel out of the box durven denken.” Ze neemt de gay-sauna als voorbeeld: “Wij zijn in gesprek met drie ondernemers voor een viersterrenhotel met spa in Amsterdam. Ze richten zich puur op homo's. 's Avonds rijden ze een dj naar binnen en creëren ze een kinky party met veel te dure champagne en cognac en een spetterend

waterfeest. Op die manier sluit je veel mensen uit, maar die kleine doelgroep die je wel binnenkrijgt, kun je heel nauwkeurig bedienen. Wedden dat dit rendabel wordt?”

BOTOX “Of richt je puur op de jet set en bied laser- en botox-behandelingen aan”, noemt ze een tweede voorbeeld. “De vraag naar dat soort behandelingen gaat de komende jaren toenemen en de combinatie met sauna's en andere wellnessbehandelingen ligt voor de hand. Maar geef klanten wel de mogelijkheid om ongezien via de achterdeur en een privé-parkeerplaats te ontsnappen. Niks is zo dodelijk als een bekende tegenkomen na een laserbehandeling, met een gezicht zo rood als een kreeft.” “En stel ook dat zwembad eens ter discussie”, vervolgt ze. “Dat neemt veel ruimte in beslag en kost ontzettend veel geld, maar de gemiddelde saunabezoeker maakt er maar tien minuten gebruik van. Waarom neem je geen kruidenbad? Door de geringe omvang en diepte gebruikt dat veel minder water en energie. En de extra ruimte kun je op een andere manier wel commercieel uitbaten.”

BOEKEN Dat de ontwerpster graag meedenkt over verdienmodellen en meerjaren-investeringen, heeft deels met haar achtergrond te maken. Ze groeide op in een succesvol ondernemersgezin. Als klein meisje stond ze haar oude boeken al te verkopen in de winkel van haar oma. En net als veel andere familieleden begon ze direct

Welbespraakt, overtuigend, creatief. Sara Rosenthal beïnvloedt de wellnesswereld niet alleen met tekeningen en materiaalkeuzes. Hardop laat ze weten wat ze vaak ziet misgaan, en hoe dat anders zou moeten. Met altijd haar eigen ervaringen als uitgangspunt. Vanaf dit nummer is ze daarom columniste van DVW, zie pagina 62.



[1]

na haar studie voor zichzelf. Eerst als organisator van kunstevenementen voor het Hilton Hotel. Maar al vrij snel als interieurarchitect, wat meer aansluit bij haar opleiding aan de Hogeschool voor Architectuur in Brussel. Haar ontwerp- en adviesbureau Rosenthal Interiors telt momenteel tien werknemers. Af en toe werkt ze voor bedrijven uit andere sectoren, maar zo'n tachtig procent speelt zich af in de wellnesshoek. En daarnaast is Sara Rosenthal mede-eigenaar van Mütter Saunabau in Haltern am See, ten noordwesten van Dortmund. Daardoor zit ze zowel aan het begin als het einde van de keten.

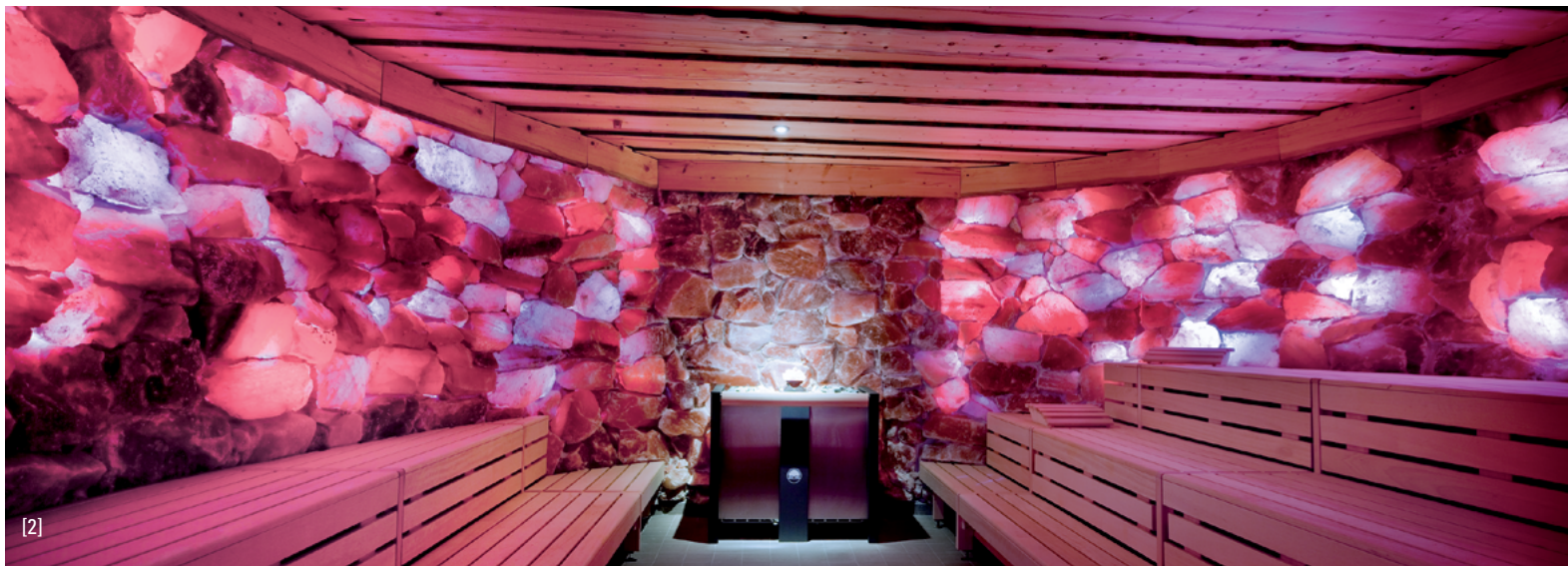
DOELGROEPEN Als de lege borden zijn afgehaald en de espresso op tafel staat, komt haar ontwerpstyl ter sprake. Van een eigen, afgebakende stijl wil ze niet spreken. Daarvoor zijn haar ontwerpen te veel afhankelijk van doelgroepen en business-modellen. Maar kunststof,

imitatiehout en poenerige mozaïekjes behoren in elk geval niet tot haar repertoire: "Dan liever grote vlakken, die zorgen voor rust en eenvoud. Bovendien zijn grote keramische platen meer van deze tijd, beter in onderhoud en geven ze een hoogwaardige uitstraling." "En er moet altijd iets verrassends in zitten", zegt ze. "In mijn optiek bestaat een wellnesscomplex voor zeventig procent uit dingen die mensen op voorhand verwachten: een sauna, stoomcabines, douches. Maar die overige dertig procent moet het verschil maken. Dat zijn dingen waarover gepraat wordt, waar mensen voor terugkomen. En dus ook dingen die je om de vijf à tien jaar moet veranderen."

BESCHERMD Maar het belangrijkste vindt ze dat lijnen, materialen en licht rekening houden met de wensen van de klant: "Bezoekers zijn naakt en zitten

vaak te zweten. Zeker vrouwen willen dan beschermd worden. Dus ontwerpers moeten daar rekening mee houden. Nog te vaak kom ik in sauna's waar ik na een behandeling op een goed verlichte verhoging langs het restaurant moet lopen, terwijl een groep mannen me vanachter een glazen wand zit na te staren. Dan voel je je net op de catwalk, maar dan op je kwetsbaarste en minst sexy moment. Om nog maar te zwijgen van als je daarna nog in de jacuzzi moet klimmen." Aan het eind van het gesprek komt ook het verbod op mobiele telefoons nog even ter sprake: "Veel sauna's hebben dat, maar dat is zo achterhaald! Waarom mag ik niet facebooken terwijl ik een massage krijg of lig bij te komen met een gembersapje? Zorg liever voor goede oplaadpunten, of verzin een app die de saunabeleving beter maakt."

www.rosenthal-interiors.nl



**Grote vlakken, rust
en eenvoud [1-4]**

Eind dit jaar lanceert Sara Rosenthal haar Pearl Spa Concept, een hoogwaardig afgewerkte 'wasstraat' voor sauna- of hotelbezoekers die in een half tot twee uur opgefrist willen worden. Het concept bestaat uit vier verschillende ruimten, die achtereenvolgens doorlopen moeten worden. Na de omkleedruimte, waar je onder het genot van een drankje vast aan de temperatuur en de rust kunt wennen, belandt de bezoeker in de stoomruimte. Hier neemt de gast plaats op een verwarmde stoel en kan de Pearl Scrubgel (die ongeveer dezelfde werking heeft als klei) goed inwerken doordat de huidporiën door de stoom zijn opengegaan.

Als de gel zijn werk heeft gedaan, wordt de bezoeker afgespoeld over nek en schouders. Dit gebeurt door stromend water uit waterval-kranen, die achter in de 'troon' zijn ingebouwd – kapsels blijven in stand. Daarna kan de bezoeker beslissen om zich volledig af te douchen (staand of liggend) of te genieten van een oliemassage in de massagekamer. Daarna keert de herboren klant terug naar de eerste kamer, alvorens terug te gaan naar de hectische buitenwereld.