

Sonnenbänke – was ist neu?

■ **Welche Neuerungen oder Innovationen bei Sonnenbänken aus den vergangenen Jahre waren Ihrer Meinung nach die Wichtigsten und werden sich nachhaltig im Markt etablieren?**

■ **Klaus Lahr, Geschäftsführer von KBL megaSun:** Ganz klar: die Sensortechnik. Durch die individuelle Einstellung der Solarien ist es möglich geworden, jedem Nutzer gerecht zu werden und den jeweiligen Hauttyp zu berücksichtigen. Der Trend zum „persönlichen Solarium“ wird auch in Zu-

kunft ungebrochen sein. Jeder Kunde soll sich seine Besonnung auswählen können, bei der er sich rundum wohl fühlt hinsichtlich der Intensität der Besonnung und mit den wählbaren Features; schließlich suchen wir uns ja auch unsere Kleidung aus. Deshalb ist es nur schlüssig, auch

den Solarienbesuch selbst beeinflussen zu können. Eine Hautanalyse mit einem hochwertigen Messterminal bietet dazu die perfekte Möglichkeit – individueller und sicherer geht Sonnen nicht!

■ **Holger Weiss, Leiter Vertrieb, uwe:** Kennzeichnend für die Entwicklung ist die wachsende Bedeutung des Erlebniswertes für den Endkunden. Ohne innovative Features wie Breeze, Aroma, aufregende Lichteffekte, ausgereifte Audiosysteme oder komfortable Belüftungstechnologien wird heute und in Zukunft kaum noch ein Neugerät erfolgreich sein.

Auf der Betreiberseite geht der Trend in Richtung Energieersparnis (Long-life-Lampen, effiziente Hochdruck-Technologien, EVG-Technologie), Beratungs- und Betriebssicherheit (Hautmess-Systeme, EVG-Technologie). Auch diese Innovationen bergen noch weiteres Entwicklungspotenzial



Klaus Lahr

Die Einschätzung der Industrie

Der Markt für Sonnenbänke und auch Sonnenduschen ist ständig in Bewegung. Die Hersteller arbeiten daran, für ihre Kunden die bestmöglichen Geräte herzustellen, und müssen schon deshalb über Trends und Marktentwicklungen bestens informiert sein. Aus diesem Grund haben wir einfach einmal bei Verantwortlichen in der Solarienindustrie nachgefragt, wie sie den Markt einschätzen. Nicht alle wollten Informationen preisgeben, dennoch haben wir äußerst aufschlussreiche Antworten erhalten, die Sie nachfolgend lesen können.

und werden sich daher nachhaltig im Markt etablieren.

Kurz: Emotion für den Endkunden, Effizienz und Sicherheit für den Betreiber.

■ **Claudius Fabig, Ultrasun Vertrieb Deutschland:** Das, was wir als die „klassische“ Sonnenbank kennen, wird langsam von Markt verschwinden. Features wie z.B. Klimanalagen, aromatische Düfte und MP3-Anschlüsse werden zum Standard für jede Sonnenbank.

■ **Wohin geht Ihrer Einschätzung nach der Trend bei Sonnenbänken in den nächsten fünf Jahren?**

■ **Holger Weiss, uwe:** Die emotionale Komponente von Solarien gewinnt mehr und mehr Bedeutung gegenüber den technischen Spezifikationen.

Sonnen wird immer mehr zu einem emotionalen Erlebnis. Formen, Farben, Materialien und andere Sinnesindrücke wie Akustik und Duft eines Gerätes/einer Kabine sind für den Erfolg eines Gerätes, der letztlich über die Akzeptanz und Besucherfrequenz auf Endkundenebene entschieden wird, maßgebend. Die technischen Weiter-

entwicklungen der letzten Jahre – neue Filter- und Reflektortechnologien im Hochdruckbereich, elektronische Vorschaltgeräte, innovative Steuerungen, eingefärbte Niederdrucklampen mit unterschiedlichen Farben, besonders effiziente und energiesparende Besonnungssysteme – sind letztlich nur die Basis und der technische Standard, auf dem das Besonnungserlebnis für den Endkunden aufgebaut werden kann.

■ **Claudius Fabig, Ultrasun:** Der aktuellste Trend der Besonnungsbranche scheint das sogenannte Smart Tanning zu sein. Die Kunden wissen sehr gut, was ihrem Körper und ihrer Haut gut tut und was sie dafür tun müssen. Der Fitness-Hype scheint mit diesem neuen Körperbewusstsein zurückzukehren.

■ **Klaus Lahr, KBL megaSun:** Bei megaSun steht der Mensch im Vordergrund und nicht nur die reine Technik. Deshalb geht unser Trend weiter in die Richtung „Gesundes Sonnen“. Wir verfolgen dabei ein ganzheitliches Konzept: innovative Technologie mit individueller Nutzung und kompetenter Beratung. Überhaupt sollte die

ganze Branche mehr darüber nachdenken, für wen wir unsere Solarien anbieten. Nicht für die Hersteller, die sich im ständigen Technik-Wettbewerb verlieren, sondern für die Endkunden, deren Anforderungen immer höher und unterschiedlicher werden. Und diesen Wünschen müssen wir Rechnung tragen. Ob es mehr Wellness oder mehr Leistung ist, der Kundenwunsch muss Mittelpunkt aller Trends und Neuentwicklungen sein.

■ **Wie schätzen Sie den Einfluss der Regularien der RTS-Zertifizierung – oder eines entsprechenden Gesetzes – auf den Markt für Sonnenbänke ein?**

■ **Claudius Fabig, Ultrasun:** Alles in allem wird es die Branche in die richtige Richtung beeinflussen.

Die Zertifizierung bekundet die Qualität der Sonnenbänke und gibt dem Kunden Sicherheit – auch wenn sich nicht sofort ein finanzieller Nutzen eistellt. Langfristig wird

die Branche von dieser Entwicklung profitieren.

■ **Klaus Lahr, KBL megaSun:** Jeder weiß, dass megaSun die RTS-Zertifizierung von Beginn an unterstützt hat, und daran halten wir auch in Zukunft fest. Durch die definierten Maßstäbe wird es – ob mit oder ohne Gesetz – in der Branche zu einer enormen Qualitätsverbesserung bei Beratung und Service in den Sonnenstudios kommen, die auch dringend notwendig ist. Ich bin überzeugt, dass sich die Vorurteile, die Studiobetreiber momentan

gegenüber der Zertifizierung haben, nicht bewahrheiten werden. Von bereits zertifizierten Studios wissen wir, dass keine Kunden weglaufen, sondern neue Kundengruppen erschlossen werden, die eben sehr viel Wert auf nachprüfbare Qualität legen. Und genau dafür steht die Zertifizierung.

■ **Holger Weiss, uwe:** Die aktuellen Regularien haben geringen Einfluss auf das Neugerätegeschäft, da die großen Hersteller bereits seit Jahren nach der aktuell gültigen Norm liefern. Es ist aber eine Kaufzurückhaltung im Markt aufgrund der bestehenden Unsicherheit über die Implikationen des RTS für das einzelne Studio spürbar. Insgesamt wird eine strengere Einforderung oder gar Auslegung der Regularien dazu führen, dass sich der Markt so lange, bis die Regelungen im breiten Maße umgesetzt sind, zunächst konzentriert, was kurzfristig durchaus negative Einflüsse auf das Solariengeschäft haben kann. Mittel- und längerfristig werden aber die Studios, die sich den Herausforderungen ernsthaft stellen und mit Einhaltung der Regularien auch den eigenen Qualitätsanspruch steigern, sich durchsetzen und in einem dann günstigeren Wettbewerbsumfeld weiter investieren können.

■ **Verraten Sie uns ein paar Highlights, die wir in naher Zukunft bei Sonnenbänken aus Ihrem Hause erwarten dürfen?**

■ **Holger Weiss, uwe:** Das neueste Highlight, das wir zusammen mit unserem neuen Katalog gerade erst vorgestellt haben, ist sicherlich der neue iDOME von uwe; aus unserer Sicht das erste und einzige vertikale Solarium, das Emotionen vermittelt. Neben dem aufregenden Design, leuchtenden Außenflächen und effektvollen Power-

spot-Schulterbräunern sorgen die MP3-Schnittstelle sowie Breeze und Aroma für eine echte Erlebnis-Besonnung im Stehen. Darüber hinaus ist bei uwe natürlich immer mit spannenden Innovationen zu rechnen, deren Reiz wir aber nicht durch Vorabankündigungen schmälern wollen.

■ **Claudius Fabig, Ultrasun:** Okay, sagen wir einfach mal, dass auf der Solaria einige Neuigkeiten ihren Auftritt haben werden.

■ **Klaus Lahr, KBL megaSun:** Natürlich können Sie davon ausgehen, dass megaSun weiterhin verstärkt für technische Innovationen, funktionale Ausstattungen und hochwertige Qualität unserer Solarien steht. Da wir die Kundenwünsche sehr ernst nehmen, werden wir all unsere Entwicklungen nach wie vor am Markt ausrichten. Und die Kunden geben uns doch ganz klar vor, was sie ausschließlich akzeptieren: Qualität, Kompetenz und Beratung – die werden wir also in innovative Technik integrieren. Lassen Sie sich einfach überraschen!

Aber nicht nur unsere technischen Entwicklungen treiben wir voran, sondern auch die Qualifizierung der Branche. Unser sunCollege ist mittlerweile ein anerkanntes Schulungszentrum für Studiobetreiber, wir erhalten ein enorm positives Feedback. Durch das vermittelte Wissen schaffen wir im sunCollege mehr Professionalität und Kompetenz bei der Studioführung. Der Ausbau des sunCollege steht deshalb auf der Agenda ganz oben. Das ist der richtige Weg, denn wir müssen die Basis der Branche stärken und dafür engagieren wir uns täglich neu.

Vielen Dank für Ihre Einschätzung.

B



Claudius Fabig



Analyse des Studiobetriebes
Personalschulung

Sonnenstudio - Performance

Schulungen, an dem Ort den Sie wünschen!
Preise pro Studio-Veranstaltung, nicht pro Teilnehmer!
385,00 € für Tagesseminar mit Zertifikat!
Preis = Netto
Schulungen nach den Vorgaben des RTS!

Ulrich Paulick, Weinbergstr.7, 54329 Konz
Tel.: 06501 -12258/Fax.: - 998965/Mobil: 0179-2200914
www.sonnenstudioperformance.de

*Ihr Studio ist Spitzenklasse? Schnell bewerben:
"... Sonnenstudios der Spitzklasse in Ihrer Region"
...der "Michelin" unter den Sonnenstudios!
Unsere Mitglieder erhalten günstige
Einkaufsmöglichkeiten über ausgewählte Händler!*

www.beste-sonnenstudios.de

Entwicklung und Umsetzung -
kostengünstiger Werbemaßnahmen