

# Massage-Spektakel

## Wenn Bewegungen zu Musik werden

Hinter MUUSA verbirgt sich ein Klangkonzept der außergewöhnlichen Art: Massagebewegungen werden in Musik umgesetzt und für Kunden auf CD festgehalten. Ein höchst individuelles Erlebnis, das für Spas und Institute ein lukratives Angebot sein kann.

**M**assagen sind wichtige Wohlfühlbausteine einer holistischen Behandlung. Die zunehmende Hektik und der Stress im Alltagsleben machen sie nahezu unentbehrlich. Gerade in großen Spas, etwa in Hotels, aber auch in Kosmetikinstituten sind entsprechende Dienstleistungen stark gefragt. Umso besser, wenn Sie Ihren Kunden außergewöhnliche Massagetechniken bieten können. Dazu gehört auch, diese klangvoll zu untermalen, um den Kunden besonders anzusprechen, ihn zu bewegen und zu berühren.

### Gefühl der Exklusivität

Sie haben sicher einiges auf Lager, damit Sie Ihre Kunden mit unterschiedlichen musikalischen Richtungen bedienen können. Aber wie wäre es denn, wenn Sie für den Kunden während der Massage seine persönliche Musik komponieren könnten – basierend auf Ihren eigenen Bewegungen? Bestimmt ein gutes Element, um Ihr Image zu stärken! Möglich macht es MUUSA, ein neues Konzept, bei dem der Körper Ihres Kunden zur Muse des Masseurs wird, wie es der Hersteller ausdrückt. Diese Methode wird



## Auslegungen für den Kunden

MUUSA zu praktizieren ist das eine, das Angebot sinnvoll zu kommunizieren das andere. Der Kunde sollte verstehen, was das Besondere an diesem System ist – einige Formulierungsanregungen. MUUSA ist z. B.

- „Ihre persönliche Musik“ oder „ich schenke Ihnen Ihre Musik“
- „Ihre Körpersymphonie“ oder „ich habe Ihren Körper in Musik gehüllt“
- „Berührung im Klang“ oder „schön, dass Sie mir Ihr Vertrauen geschenkt haben und diese besondere Nähe genießen“
- „Klang in der Berührung“ oder „ich bringe Ihre Energien zum Fließen“
- „Musik in Echtzeit“ oder „ich schenke Ihnen eine Momentaufnahme mit musikalischer Begleitung“
- „harmonische Komposition oder „ich möchte Sie glücklich machen“

bereits in einigen Spas eingesetzt. MUUSA setzt sich aus vielen Wortbestandteilen zusammen. Darin enthalten ist z. B. Muse – die Göttin der Kreativität, Movement (Bewegung), Massage und Musik.

In Echtzeit erzeugt MUUSA Melodien – abhängig von den Bewegungen des Masseurs und vom Zeitfluss: Sekunden, Minuten, Stunden, Mondphasen und Jahreszeiten. Und das Ganze ist unwiederholbar: Jedes Massageergebnis wird individuell definiert. Wie ein unsichtbarer Orchesterdirigent interpretiert MUUSA den Moment. Die Musik entsteht dann, wenn die Hände des Masseurs über den Körper des Kunden streichen. Langsame Bewegungen erzeugen z. B. zarte, leichte Töne, intensivere Bewegungen generieren wiederum kräftigere, ausdrucksstarke Musik. Und wenn behutsame Griffe der Hände je nach gewählter Musikvariation bezaubernde Naturtöne erzeugen, z. B. Geräusche von Vögeln, Wasser oder knisterndes Feuer, ist das für den Kunden ein besonderes körperliches und mentales Erlebnis.

### Die nötige Technik

Das Verfahren klingt nach High-tech. Dennoch ist das für MUUSA benötigte Equipment überschaubar und einfach zu bedienen. MUUSA umfasst zwei kleine Sensoren, die an den Oberarmen des Masseurs befestigt werden, einen kleinen Computer (platzsparendes Gerät mit schützendem Gehäuse) und ein hochwertiges akustisches System (Lautsprecher). Ein sanfter Druck auf den Sensorenknopf startet die Anwendung, ein weiterer beendet sie. MUUSA ist für den Kunden unsichtbar. Ganz nach Geschmack, Stimmung und Verfassung kann er zwischen verschiedenen Musikvariationen aus Klängen und Vibrationen wählen: „Awaken“ (Chöre),



## Die Neuanschaffung muss sich rechnen

Um die Amortisationszeit von MUUSA zu bemessen, kann man exemplarisch von folgenden Annahmen ausgehen.

Erstes Fallbeispiel: Ein Spa bietet 20 Massagen/Behandlungen pro Tag an. 20 Prozent davon, also vier Treatments, werden mit MUUSA-Konzept angeboten. Das ermöglicht es, den Basispreis von 90 Euro um 10 Prozent zu erhöhen (9 Euro). Der Gesamtpreis liegt damit bei 99 Euro. Bei vier MUUSA-Massagen erhöht sich der Umsatz also um 36 Euro pro Tag. Geht man von 250 Arbeitstagen aus, ergibt sich ein Mehrumsatz von 9 000 Euro pro Jahr.

Zweites Fallbeispiel: Lassen Sie uns annehmen, dass man mit einer simplen, aber gezielten Werbung für MUUSA die Behandlungsnachfrage um weitere 10 Prozent erhöhen könnte. Bei einer Ausgangszahl von 20 wären das also zwei weitere Termine, die Ihnen einen zusätzlichen Umsatz von 198 Euro pro Tag bescherten. Das wären dann weitere 49 500 Euro pro Jahr – eine Summe, von der dann natürlich noch die Fixkosten abzuziehen sind, um einen Eindruck vom Gewinn zu bekommen. Diese Kalkulation kann einfach auf die eigenen Gegebenheiten zugeschnitten werden, um die individuelle Amortisationszeit zu berechnen. Analysieren Sie dabei genau, inwieweit Sie Ihren Massagepreis erhöhen können und wie groß die Nachfrage bei Ihnen ist.



Foto: Fotolia/Karramba Production

„Flow“ (Musikinstrumente aus fernen Ländern) und „Seventh“ (die geheimnisvolle Eleganz des Pianos). Nach der Massage erhält der Kunde seine persönliche Massagemusik, die auf CDs mit individuellem Spa-/Instituts-Logo aufgenommen wurde, als Service-Element zum Mitnehmen. Diese individuelle Komposition ist das Ergebnis einer einzigartigen Atmosphäre, die um den Kunden herum entstanden ist. Hört dieser die Aufnahme später noch einmal, z. B. daheim oder im Auto, nimmt er nicht nur die Musik als solche wahr, sondern erinnert sich auch an den Aufenthalt bei Ihnen: das besondere Massage-Erlebnis, über das er dann auch mit anderen – Bekannten, Freunden oder der Familie – spricht. Es lohnt sich daher,

auch ein gezieltes „MUUSA-Marketing“ zu betreiben, mit dem Sie den Mehrwert und den Nutzen gezielt an den Kunden kommunizieren (siehe Kasten S. 29).

Spas, die bereits mit dem System arbeiten, geben an, von folgenden Aspekten zu profitieren. Für sie ist/bietet MUUSA z. B.

- starkes Marketing-Werkzeug
- innovative Dienstleistung
- Kunden erhalten ihre persönliche CD mit dem Geschäfts-Logo. Dadurch ist der Wiedererkennungswert hoch.
- Kunden sprechen über das Spa und empfehlen es weiter.
- Erhöhung des Images
- hohe Exklusivität
- kurze Amortisationszeit
- positive Mundpropaganda

- Steigerung der Umsätze
- Mittel zur Gewinnung von Neukunden

- Kundenbindungselement

Natürlich ist MUUSA nicht nur für große Spas geeignet. Auch in Kosmetikinstituten bietet die Methode die Möglichkeit, Kunden ganzheitlich anzusprechen. So lässt sich die Technik z. B. im Rahmen einer Gesichtsmassage anwenden – nach dem Motto: Alles beginnt im Kopf, verteilt sich über das Bauchgefühl bis in den gesamten Körper. Das aktiviert Energien und setzt sie genau dort frei, wo der Kunde sie benötigt. Somit ist MUUSA auch hier ein ganzheitlicher Energieträger. Keine Frage, dass sich die Anschaffung des Systems rechnen sollte (siehe auch Kasten links).

### Persönliche Erfahrungen

Ich konnte MUUSA persönlich erleben – für mich eine besondere Dienstleistung, die eine Massage exklusiv begleitet und den Kunden als Menschen individuell bedient. Es entsteht ein Gefühl völliger Harmonie, und die Achtsamkeit in der Berührung ist zu spüren.

Kunden wollen anspruchsvoll und exklusiv behandelt werden. Dafür bietet MUUSA ein außergewöhnliches und modernes Werkzeug – eine Entwicklung, die die Kunden und den Behandelnden gleichermaßen bereichern kann. ■

#### Autorin

##### Ursula Maria Schneider

Die Wellness-Beraterin (IHK) und Entspannungstrainerin beschäftigt sich seit 1996 intensiv mit der professionellen Fußpflege. Die Inhaberin des Drehpunkt Fuß entwickelt Konzepte für gesunde Schritte. Zudem arbeitet sie als Fachautorin.



#### Kontakt

ursula.maria.schneider@t-online.de