



Gold Elephant Royal Thai Wellness

Am mittleren Niederrhein wirbt Gold Elephant Royal Thai Wellness mit dem Slogan, "das Original" sei nicht zu kopieren. Und tatsächlich mögen die bisherigen Nachahmungsversuche dies bestätigen. Die Distanz zu dem hohen Niveau von Gold Elephant scheint aus Kunden-

scher Spas in luxuriösem Ambiente.

Inhaberin *Techinee Hubold* hat seit sechs Jahren jährlich einen neuen Laden eröffnet. Ihre Devise lautet "high class", und sie ist überzeugt: "Thai darf nicht billig sein". Das gilt nicht nur für die Qualität der Einrichtung und Dekoration der Läden, sondern auch für die Spa-Angebote und Preise. Der "Verwöhntag für Anspruchsvolle" etwa dauert 6,5 Stunden

tung ihres Berufsstandes bedeuten ihr viel. Sie ist Mitglied (und sogar amtierende Präsidentin) der Thai Spa Vereinigung Deutschland e.V., der Thai Spa Association und der renommierten Union of Traditional Thai Medicine. Diese Mitgliedschaften sieht *Techinee Hubold* als Bemühen, sich selbst ständig an den höchsten Ansprüchen zu messen und den Kunden die bestmöglichen Wellnessbehand-



Fotomachweis: © Gold Elephant

sicht deutlich erkennbar und spürbar. So denkt man unweigerlich an ein chinesisches Sprichwort: "Die Kopie ist eine Ehre für das Original."

Die Firmengruppe Gold Elephant gehört zu den Größen am Rhein. Sie steht auf 4 Säulen: Massage und Wellness, Pflege- und Beautyprodukte, Thai Restaurant und Thai Massage-Ausbildung. In sieben Filialen in Krefeld, Mönchengladbach (2), Duisburg, Düsseldorf und Neuss bietet Gold Elephant traditionelle thailändische Massagen und ausgesuchte Wellness-Angebote im Stile großer thailändi-

mit diversen Anwendungen und kostet am Ende 370,- Euro für zwei Personen. Liest man auf QYPE oder anderen Kundenportalen die vielen positiven Empfehlungen über ihre Wellness-Center, so scheint es ihr gut zu gelingen, ihren persönlichen Anspruch mit Hilfe ihrer Mitarbeiterinnen auch vor Ort zu verwirklichen. Dafür sucht sie Mitarbeiterinnen gezielt aus, die sich neben Massagequalität und Sauberkeit durch besondere Serviceorientierung auszeichnen.

Die Einbindung in überbetriebliche Kooperationen und die Interessenvertre-

lungen zu garantieren.

Auch *Techinee* hat einen deutschen Ehepartner, der sie neben seinem Beruf als Arzt in vielen betrieblichen Angelegenheiten unterstützt und auf den sie nach eigener Einschätzung niemals verzichten könnte. "Alles, was auf dem Papier und in deutscher Sprache stattfindet – also Behördensachen, Verträge, Werbung – geht nicht ohne ihn", erklärt die Unternehmerin – übrigens in fehlerfreiem besten Deutsch.

Mehr Info: www.GoldElephant.de
Mario Mensing

