

## Presseinformation

# EMOTION DURCH THERMALWASSER

## Studie Inwertsetzung und Emotionalisierung des Bad Radkersburger Thermalwassers

*Bad Radkersburg 04. August 2016:* Die Wirkung des besonderen Bad Radkersburger Thermalwassers, das mit 80 Grad aus zwei Kilometern Tiefe und einer Mineralisierung von 8.000 mg pro Liter an die Erdoberfläche kommt, beweist unter anderem die Thermalwasserstudie des Thermenland Steiermark. Wie man aus wissenschaftlichen Parametern Emotionen weckt und diese nachhaltig und authentisch beim Gast verankert, mit dieser und weiteren Fragestellungen haben sich im letzten Jahr elf Studierende, BetreuerInnen und ProfessorInnen der FH Joanneum Bad Gleichenberg im Auftrag der Parktherme Bad Radkersburg beschäftigt.

„Die Inwertsetzung des besonderen Bad Radkersburger Thermalwassers ist für die touristische Entwicklung der gesamten Region von zentraler Bedeutung“, bringt es Vizebürgermeister und Präsident des Österreichischen Kurorte und Heilbäderverbandes Josef Sommer auf den Punkt. Gerade deshalb steht das Thermalwasser im Zentrum der Vermarktungsstrategie der Region und Parktherme Bad Radkersburg.

### Emotion durch Bilder und Erlebnisse

Emotion entsteht durch ein Bad im besonderen Thermalwasser. Der Gast verbindet den Besuch mit einem wohltuenden und entspannten Gefühl. Er freut sich auf das gesundheitsfördernde Thermalwasser, schaltet ab und erlebt seine ganz persönlichen Wohlmomente. Es ist u.a. dieses Gefühl, das ihn dazu veranlasst wieder zu kommen. Die Gewissheit, sich in der Parktherme Bad Radkersburg ausgiebig entspannen zu können, das Thermalwasser und das Angebot genießen und sich vom Alltag zu erholen zu können. Stammgäste assoziieren zudem schöne Erinnerungen, auch Kindheitserinnerungen mit der Parktherme, was eine nachhaltige emotionale Bindung zum Produkt Thermalwasser und der Marke Parktherme Bad Radkersburg auslöst.

„Das Projektteam erkannte schnell, dass besondere emotionale Erlebnisse am Besten durch Bilder und Videos transportiert werden können“ so Projektleiterin Nina Thonegg. Somit kam das Projektteam zur Erkenntnis, dass bewegte Bilder versehen mit einer authentischen Story eine gute Methode seien, um das besondere Thermalwasser von Bad Radkersburg zu emotionalisieren.

### Die Studie

Als Studiendesign wurden eine Literaturrecherche sowie qualitative Interviews gewählt. 13 Stakeholder aus der Region wurden in Form von Fokusgruppen nach einem definierten Leitfaden befragt. Ziel war es den besonderen emotionalen Wert des Thermalwassers zu erkennen und somit Potenziale und Handlungsfelder für die Region zu erarbeiten. Die verschiedenen Gesichtspunkte der ExpertInnen leisteten einen wertvollen Beitrag zur

Generierung von Umsetzungsmaßnahmen, die zukünftig eine nachhaltige und innovative Vermarktung des besonderen Bad Radkersburger Thermalwasser vorantreiben können. Die Ergebnisse bündelte das Projektteam in einen Ideenkatalog zur mittel- und langfristigen emotionalen Produktentwicklung und Kommunikation. Diese Ideen können als Instrument zur Bindung der Gäste an die Region und die Parktherme Anwendung finden sowie zukünftige Weiterentwicklungen des Gesundheits- und Thermenstandortes sichern und Wettbewerbsvorteile generieren.

### **Nachhaltig und innovativ**

Die Ergebnisse zeigen, dass Thermalwasser noch erlebbarer werden soll. Mit dem Maßnahmenpaket sollen die gesamte Region und MitarbeiterInnen der ansässigen Betriebe noch stärker als Multiplikatoren des besonderen Thermalwassers auftreten. Beispielsweise soll im Rahmen der Attraktivierung des Quellengebäudes auch ein Schau- und Erlebnisraum eingerichtet werden. Im Innenmarketing wird empfohlen die Bevölkerung und MitarbeiterInnen der ansässigen Betriebe noch stärker als Multiplikatoren zu nutzen. Die Wissensvermittlung rund um das besondere Thermalwasser soll außerdem bereits im Kindesalter an Kindergärten und Schulen in Form einer Fibel mit Rätseln forciert werden. Weiters könnte eine Fotobox in der Parktherme Bad Radkersburg installiert werden. In der Kommunikation soll die nachhaltige Nutzung des Thermalwassers in Form der Geothermie gemeinsam mit den Initiativen wie den E-Tankstellen in der Region noch stärker in den Fokus gerückt werden.

Zur Evaluierung und Umsetzung von Maßnahmen zur Inwertsetzung und Emotionalisierung des Thermalwassers soll eine Arbeitsgruppe in der Region eingerichtet werden. Übergeordnet für alle Kompetenzträger in der Region soll der Tourismusverband eine federführende Rolle zur Koordination und Realisierung übernehmen. Gemeinsam soll das Ziel verfolgt werden die nationale Wahrnehmung von Bad Radkersburg als Thermen- und Gesundheitsstandort mit dem einzigartigen Thermalwasser zu verstärken.

### **Emotionale Produktentwicklung**

Die Parktherme als ein Leitbetrieb der Region hat in den letzten Jahren schon verstärkt in die Produktentwicklung rund um das besondere Thermalwasser investiert und diese beim Gast nachhaltig verankert. Die Naturkosmetik Styria Sambucus Gesichtscreme mit Bad Radkersburger Thermalwasser erfährt hohe Nachfrage und somit sind bereits die Erweiterung der Produktpalette und eine Vertriebskooperation geplant. Ein weiteres hervorragendes Beispiel zur Emotionalisierung des Thermalwasser ist das Booklet „Ich bin wie ich bin: Für Viele das Beste“. Für dieses Produkt wurden die wissenschaftlichen Fakten aus Wasseranalysen und medizinischen Studien in eine für den Leser spannende Geschichte mit ansprechenden Illustrationen verpackt.

### **Bewegtbilder als Emotionsträger**

Persönliche Geschichten und bewegte Bilder erzeugen Emotionen. Somit hat sich das Team zum Ziel der Projektarbeit gesetzt nicht nur die Ergebnisse zu dokumentieren, sondern eine emotionale Geschichte „Thermalwasser, ein Leben lang“ zu Papier zu bringen, beim Regiebuch, der Auswahl der DarstellerInnen und der Produktion federführend mitzuwirken. Das Video spiegelt einzigartige Erinnerungen an Erlebnisse und Situationen in der Parktherme Bad Radkersburg in jedem Lebensabschnitt wieder. Gedreht wurde mit Thermengästen mit der Unterstützung der lokalen Kreativagentur PalaisMedia.

**Pressedownload:** Text und Fotos unter [www.parktherme.at/presse](http://www.parktherme.at/presse)  
*Fotos: Copyright Parktherme Bad Radkersburg*

**Rückfragehinweis:**

Parktherme Bad Radkersburg

Mag. (FH) Stefanie Schmid, PMBA

Tel: 03476 / 2677-504 oder 0664 80 834-504 | [stefanie.schmid@parktherme.at](mailto:stefanie.schmid@parktherme.at)

**PalaisMedia** ist eine junge Bad Radkersburger Kreativagentur mit Spezialisierung auf Video, Sound, Text und Organisation von Events. In einem eingespielten Team setzen die Bad Radkersburger Ideen einzigartig um und überzeugen damit auch bei Wettbewerben. Für die Parktherme Bad Radkersburg und den Tourismusverband Region Bad Radkersburg wurden bereits Projekte in den Bereichen Hörfunk, Video und Events realisiert.

**FH JOANNEUM Bad Gleichenberg**

Das Masterstudium „Gesundheitsmanagement im Tourismus“ der FH JOANNEUM, welches am Standort Bad Gleichenberg vertreten ist, ist auf drei Säulen aufgebaut – Gesundheit, Tourismus und Management. Die Lehrveranstaltung „Angeleitete Projektarbeit“, welche in den ersten zwei Semestern des Masterstudiums abgehalten wird, beschäftigt sich mit der Planung, Umsetzung und Durchführung eines Praxisprojekts. Die Masterstudierenden, welche die Projektleitung übernehmen, werden von Studierenden einem oder mehreren Bachelorjahrgängen unterstützt. Bereits zum zweiten Mal wurde ein Projekt mit der Parktherme Bad Radkersburg in Auftrag gegeben und weitere Projektarbeiten sind bereits in Planung. „Durch Projekte mit Unternehmen der Region haben Studierende die einzigartige Möglichkeit sich die vielfach am Arbeitsmarkt nachgefragte Praxiserfahrung schon während des Studiums anzueignen“, so Studiengangsleiterin Eva Adamer-König.