

Wir bringen Kunden zum Jauchzen!



LINS  
BERG  
ASIA

&

Himmelhoch  
Text, PR & Event



Wir bringen Kunden zum Jauchzen!

## Ausgangssituation

Das Hotel & Spa LINSBERG ASIA wurde 2008 im niederösterreichischen Bad Erlach – 40 Minuten südlich von Wien – errichtet. Die Besucher erwartet eine großzügige Thermallandschaft mit acht Pools sowie neun verschiedenen Saunen. Das direkt angeschlossene 4-Sterne-Superior-Hotel verfügt über 116 Doppelzimmer, neun Suiten und einem Haubenlokal „das Linsberg“. Mit Beginn der Thermoensaison 2016/2017 vertiefte das LINSBERG ASIA seine Zielgruppenspezialisierung und das Angebot wurde komplett auf Erwachsene ab 16 Jahren ausgelegt.

## Aufgabenstellung und Ziele

- PR-Ziel: Rechtzeitige Kommunikation der Änderungen , die ab Oktober 2016 in Kraft getreten sind sowie die Information von Thermen- und Hotelbesuchern über lokale, regionale und überregionale Medien mit Fokus auf das südliche Wien und Umgebung.
- Aufgabenstellung: Ab März 2016 begleiteten wir die strategische Neuausrichtung mit diversen Kommunikationsmaßnahmen wie Presseaussendungen und Interviews, die vorab in einem Konzept definiert wurden. Weitere Funktion: Vorbereitung von Krisen-PR im Fall von Negativberichterstattungen.



Wir bringen Kunden zum Jauchzen!

## Umsetzung: Informationskampagne „Erwachsenentherme“

- **Idee:** Da Medien eine wichtige Informationsfunktion übernehmen, ist es bei strategischen Neuausrichtungen besonders wichtig, die Inhalte zeitgerecht und umfassend an Journalisten zu transportieren. Um die Besucher des Hotel & Spa LINSBERG ASIA rechtzeitig über die Änderung zu informieren, wurde ein Kommunikationsplan erstellt, der bereits fünf Monate vor der Neuausrichtung erste Kommunikationsmaßnahmen setzte.
- **Umsetzung:**
  - Erstellung eines koordinierten PR-Aktionsplans und einer Kommunikations-Timeline zur strategischen Neuausrichtung
  - Textierung & Versand von Presseaussendungen inklusive Mutationen für Chronik-, Lifestyle-, Wirtschafts- und Tourismusmedien
  - Rund um die Uhr Medien-Monitoring nach dem Versand der ersten Presseaussendung
  - Vorab-Erstellung von Statements, um auf Medienrückfragen rasch reagieren zu können
  - Entwicklung eines Krisenkommunikations-Plans, um für Notfälle gerüstet zu sein

Wir bringen Kunden zum Jauchzen!

## Berichterstattung



40 x Print



80 x Online & Social Media



8 x TV & Radio



Bezirks  
Blätter

### MEINUNG

Bianca Werfing  
Redaktionsleitung  
Bianca.Werfing@bezirksblaetter.at

### Viel Lärm um nichts

• Tiere vor den Shops gehören zum Alltag, unerwünschte Kinder nicht. Doch genau diese sind es ab Herbst im Hotel & Spa Linsberg Asia. Die Geschäftsführung setzt auf Zielgruppenspezialisierung und stellt das Angebot auf Erwachsene ab 16 Jahren um. Neu? Nein. Bei gerade mal ein bis zwei Prozent an jungen Gästen darf und kann man wohl nicht von einer Neuausrichtung sprechen. Schließlich war die Thermo Linsberg Asia noch nie auf Kinder ausgerichtet. Jetzt macht man es mit der Zielgruppenspezialisierung und der Auslegung des Angebots komplett auf Erwachsene ab 16 Jahren offiziell. Aber wie auch immer. Schon vorher hat das Hotel & Spa Linsberg Asia so einiges richtig gemacht. Von nix kommt nix, schon gar kein Kundenzuwachs. Und Familien hat man im Linsberg Asia bis jetzt vergeblich gesucht und wird es wohl auch in Zukunft. Letzten Endes: viel Lärm um nichts.

EINTRITT AB 16

06.05.2016, 14:33

## Thermo Linsberg ASIA: Keine Kinder mehr

Mit Beginn der Thermo Saisons 2016/2017 wird das "Linsberg" künftig das Angebot komplett auf Erwachsene ab 16 Jahren auslegen.



## Neuausrichtung zur Entspannungs- und Ruheoase

Mehr als 1,8 Millionen Gäste haben seit der Eröffnung 2008 die Thermo LINSBERG ASIA besucht. Der Kinderanteil lag bei lediglich ein bis zwei Prozent. Gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen Kohl & Partner kam die Unternehmensleitung nach ausgiebigen Studien nun zu dem Schluss, dass die Zeit für eine Profischärfung gekommen ist. Entsprechend der vorliegenden Tatsachen und um den Ansprüchen der Kernzielgruppe noch besser gerecht zu werden, wird ab Herbst 2016 sowohl das Hotel als auch die Thermo nur noch für Erwachsene ab 16 Jahren zugänglich sein. Entsprechend dieser Zielgruppenspezialisierung wird künftig auch das Angebot komplett auf Erwachsene ausgelegt sein. Die unterschiedlichen Bedürfnisse von Kindern und Erwachsenen beim aktiven Entspannen spielen bei dieser Entscheidung eine wesentliche Rolle: Erwachsene haben



eine andere Erwartung an einen Thermo-besuch als Kinder. Erholung bedeutet für Erwachsene meist Ruhe – für Kinder hingegen Bewegung. Ab Herbst soll nun im niederösterreichischen Bad Erlach eine Kombination aus asiatischer Gelassenheit, Harmonie, einem großzügigen Thermo- und Spa-Bereich sowie feiner Gourmet-Küche für ganzheitliche und Entspannung sorgen.



**Junge Paare sind schon immer eine wichtige Zielgruppe, von Freunden gehören, sind bereits in Planung.**

**Fast keine Kindergäste.** Die Spezialisierung wurde aufgrund der Besucherstatistik beschlossen, wie Geschäftsführer Walter Kois erklärt: „Nur ein bis zwei Prozent der Gäste sind Kinder. Eine Profischärfung war notwendig.“

## ÖSTERREICH

Neuausrichtung ab Herbst geplant

# Linsberg Asia: Eintritt nur mehr ab 16 Jahren

Well so gut wie keine Kids unter Gästen sind, spezialisiert man sich auf Erwachsene.

**Bad Erlach.** Das Hotel & Spa Linsberg Asia darf auf ein erfolgreiches erstes Quartal zurückblicken: Mehr als 70.000 Gäste wurden von Jänner bis März gezählt, um acht Prozent mehr als 2015. Von dieser Top-Bilanz angetrieben,

bereitet die Wellness-Oase nun eine Neuheit vor. **Neue Zielgruppe.** So werden etwa mit Start der Thermo Saisons im Herbst Hotel und Thermo nur mehr für Erwachsene ab 16 Jahren zugänglich sein. Spezielle Angebote für die Kernzielgruppe, zu der vor allem junge Paare, „Best Agers“, aber auch Gruppen

Photo: Linsberg Asia