

Liquid Sound® in Bad Sulza

# Multimedia- kunst hält Einzug im Thermalbad

Als im November 1993 in den Therapiebecken des Klinikzentrums Bad Sulza in Thüringen erstmals mit einer Liquid Sound® Anlage zum Baden in Licht und Musik geladen wurde, da nahm nur die Lokalpresse von der „Weltneuheit“ Notiz. Als im September 2006 im Reisetitel der New York Times mit Bild und Text ausführlich über Liquid Sound in Bad Sulza, über Vollmondkonzerte und Multimediamkunst unter Wasser berichtet wurde, da war das nur ein weiteres Glied in einer langen Kette und fast schon normal. Dazwischen liegen 13 stürmische Jahre, die das idyllische Bad Sulza im umkämpften Wellness- und Tourismusmarkt zum Begriff gemacht haben. Nebenbei ließ sich zeigen, dass klug genutzte Fördergelder und eine enge Zusammenarbeit zwischen kommunalem Eigentümer und privatem Betreiber einen nachhaltigen wirtschaftlichen Aufschwung bewirken können.

Obwohl der erste Anblick Rätsel aufgibt – Menschen schweben still versonnen in körperwarmer Thermalsole und tun nichts –, war und ist das zugrunde liegende Liquid-Sound®-Prinzip „Baden in Licht und Musik“ leicht zu vermitteln – es schafft einen neuen Grund, ins Wasser zu gehen und lockt auch solche Gäste ins Bad, die nicht zu der typischen Thermenklientel gehören. Damit aus dem Versprechen ein tragfähiges Erlebnisangebot wird, ist es mit Tüfteleien am Beckenrand nicht getan. Erforderlich ist eine grundsätzliche Neuausrichtung im technischen Bereich, wo es um die brisante Verbindung von Multimedia- und Wassertechnik geht, in der Architektur der Therme, in den Betriebsabläufen und im Marktauftritt. Die Bereitschaft zur innovativen Weichenstellung war in Bad Sulza gegeben. Basierend auf den Erfahrungen mit Liquid Sound® im Kleinen, wurde die

„große“ Toskana Therme geplant und 1999 eröffnet. Der Mut, mit dem hier entwickelten Konzept aufs Ganze zu gehen, wurde durch die Registrierung als Weltprojekt der EXPO 2000 „Liquid Sound in der Toskana des Ostens“ belohnt.

Die Gleichung Gesundheit + Wellness + Kultur ist in Bad Sulza aufgegangen. 350 000 Gäste pro Jahr passieren das Drehkreuz der Toskana Therme. Ein Plus von 32 % bei den Übernachtungen im ersten Halbjahr 2006 setzt dem langfristigen Trend eine Rekordmarke auf, an der das Hotel an der Therme – über einen Bademantelgang ist es direkt mit der Therme verbunden – einen wesentlichen Anteil hat. Für Bad Sulza ist Liquid Sound® nicht der einzige, aber ein wesentlicher Magnet. Das macht sich insbesondere bei Gästen mit hohem Qualitätsanspruch bemerkbar, die lange Anreisen dann in Kauf nehmen, wenn die vorgefundenen Angebote wirklich einzigartig sind. Im Ambiente aus körperwarmem Salzwasser, Musik und farbigem Licht mit immer wieder neu variierten Inszenierungen fällt es auch gestressten Zeitgenossen leicht, in entspannende Tagträume zu gleiten.

Legendär sind die Live-Konzerte bei Vollmond und Liquid Sound Festivals im und am Wasser, bei denen der künstlerische Esprit und die multimedialen Möglichkeiten des Liquid-Sound®-Konzepts voll zur Geltung kommen. Mit diesem Ansatz wurde die Toskana Therme nicht nur als Bad, sondern als Kulturinstitution bekannt, mit über 500 Auftritten von Musikern, Video- und Performance-Künstlern. Wer bei solchen Gelegenheiten auf die Nummernschilder und Automarken auf dem Parkplatz schaut, kommt zu dem Schluss, dass das Baden in Licht und Musik eine Leidenschaft ist, die vor keiner Region und keiner Einkommensklasse Halt macht.



Der Erfolg der „Boomtown Bad Sulza“ (Thüringer Allgemeine) darf in der gegenseitigen Ergänzung von harten infrastrukturellen und weichen kulturellen Faktoren gesehen werden. Wer niveauvolle Angebote wie die „Aqua Wellness“-Session exklusiv im Liquid Sound Tempel bucht, ist meist auch offen für gastronomische Geheimtipps im benachbarten Auerstedt oder für Kulturangebote in Weimar und Apolda. Die Mischung macht's. Und wenn im Conference Center der Toskana Therme internationale besetzte Workshops, Seminare und Tagungen stattfinden, dann ist Liquid Sound® häufig das Highlight des Abendprogramms und damit ausschlaggebend für die Ortswahl des Veranstalters.

## Die Initiatorin



### Marion Schneider

Zusammen mit Klaus Dieter Böhm ist sie Inhaberin und Betreiberin des Klinikzentrums Bad Sulza und betreibt mit ihm auch die daneben liegende Toskana Therme, das Hotel an der Therme sowie die Toskana Therme Bad Schandau. Sie ist zusammen mit Micky Remann Inhaberin der Firma TTS Product & Service GmbH, die Medizintechnik und Kosmetik insbesondere für chronisch Kranke sowie Liquid Sound herstellt und vertreibt sowie Liquid Sound Produkte managt. Marion Schneider ist Vizepräsidentin der British International Spa Association BISA und arbeitet eng mit Mark Moloney (Trades Exhibitions Ltd., London) in Bezug auf die Realisation internationaler Spa- und Beauty-Kongresse zusammen.

# „Ich wünsche mir viele deutsche Fachbesucher und Gäste!“

INTERVIEW VON CHEFREDAKTEUR HANS O. BERG (HOB) MIT MARK MOLONEY, dem Veranstalter der „London International Spa Convention“ vom 25. - 27. Februar 2007

**HOB:** Mr. Moloney, Sie sind Verleger verschiedener englischsprachiger Zeitschriften im Beauty- und Spa-Sektor und seit 1989 mit Ihrer ersten „Beauty-Show“ auch Veranstalter diesbezüglicher erfolgreicher Kongresse und Ausstellungen u. a. mit über 100 Wellness-Firmen in London. Über 40 300 Besucher konnten Sie auf Ihrer diesjährigen Kongress-Ausstellung zur London International Spa Convention verzeichnen und erwarten nächstes Jahr im Februar mindestens ebenso viele. Sie streben nun eine Zusammenarbeit mit deutschen Interessenten und Entscheidungsträgern aus dem Kur- und Heilbäderwesen an. Würden Sie unseren Lesern schildern, wie Sie auf diese Idee kamen? Gerade auch weil meines Wissens in Großbritannien nur ein einziges „Heilbad“ namens Bath existiert, das zwar mittlerweile über 30 Hotels verfügt, aber sonst außer historischen, wenig Beziehungspunkte zur deutschen Bäderkultur hat?

**Mark Moloney:** Deutschland hat einen hervorragenden Ruf in der Kurort-Wirtschaft, besonders durch seine Heilquellen und die damit zusammenhängende Kurortmedizin. Ich denke, dass alle Länder von einander lernen können, und Deutschland kann vielleicht einige neue Konzepte vorstellen, um zwei Variablen, zum Beispiel Besuchern das volle Kur-Paket anzubieten und für die Wellness-Interessenten die ganze Kurort-Er-



fahrung mit entsprechenden Angeboten. Großbritannien hat mehrere traditionelle Kurorte einschließlich Harrogate und Buxton, ja das weithin bekannteste ist Bath. Es gibt andere Gesellschaften wie Champneys, die Besuchern das volle Paket von Wellness zur Entspannung und Unterhaltung anbieten, und es dabei nur eine kurze Erfahrung gibt, im Kurort „spazieren zu gehen“.

**HOB:** Ihnen ist ja sicherlich bekannt, dass deutsche Heilbäder von sich sagen, sie würden von jeher Wellness durchführen, so z. B. das älteste Frauenheilbad Bad Pyrmont mit dem Slogan „500 Jahre Wellness in Pyrmont“?

**Mark Moloney:** Ja, darum halten wir die Internationale Spa-Tagung in London ab, weil das für Entscheidungsträger und Delegierte sehr zentral ist, um sich zu treffen. Die Zahl von Repräsentanten vom Vereinigten Königreich ist in der Minderheit. Es ist wirklich eine internationale Tagung, die Interessenten von allen Teilen des Erdballs einschließlich der USA, Mexiko, dem Nahen Osten, Asien und Osteuropa anzieht.

**HOB:** Mit welchen neuen Attraktionen können Sie die deutschen Kurfachleute ansprechen, um zu Ihrem Kongress nach London zu kommen?

**Mark Moloney:** Das ist eine große Internationale Tagung, und es gibt immer etwas, das jeder dazu lernen kann. Unsere Themen betreffen z. B. neue, innovative Behandlungen besonders in den Kate-

## AUSZUG aus dem Kongress-Programm

### Sunday, February 25th, 2007

- 10.30 am: Dagmar Rizzato, New Spa Trends in Europe
- 11.30 am: Ute Rührig, The 8 Elements of a Successful Spa Operation
- 12.30 pm: Linda Troeller – How Art can Influence your Spa
- 1.30 pm: Prof. Resch and Karin Edelmann, Creating a Healing Environment
- 2.30 pm: Prof. Jürgen Kleinschmidt, „Benefits of mud treatments“
- 3.30 pm: Kate Czik, Mineral Therapy: The benefits of Salt and Seaweed treatments
- 4.30 pm: Elaine Thompson, Good Vibrations, The use of Infrasound for Deep Therapeutic Relaxation and Body Balance

### Monday, February 26th, 2007

- 10.00 - 12.00 am: Terry Liew, Japanese Detox, 2-hour workshop
- 12.15 - 2.15 pm: Musia Heike Bus, Water is to the Body as Dreams are to the Soul, 2-hour-workshop
- 3.30 - 5.00 pm: Lilian Terry, A New Generation of massage for SPA and Wellness Centres -workshop

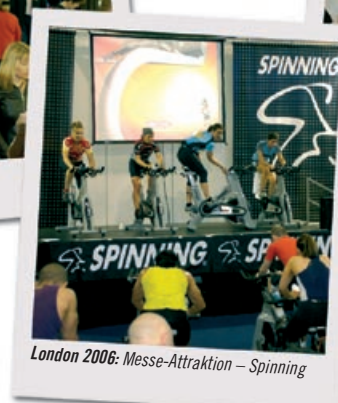
### Tuesday, February 27th, 2007

- 10.00 - 12.00 am: Nirvano Martina Schulz, Introduction into Hawaiian Bodywork, 2 hour workshop
- 12.00 - 2.45 pm: Sara Boas, Juliet Diener, Jos Butté: Life Dance – workshop
- 3 - 4 pm: Michael Lautenbach, My Dolphin Within. From Stress & Fear To Beauty & Joy of Life

gorien Kurortmedizin und der Physiotherapie, aber auch im Kurort-Design, und das Know-how dazu: Wir wenden uns an den Besucher, der dann richtungweisend sein Team motivieren kann. Deutschland bietet die besten Behandlungen in der Welt an, aber sind Ihre Kurorte gewinnbringend? Bieten Sie wirklich eine angenehme Erfahrung dem Besucher? Jedenfalls würde ich mich freuen, wenn ich bei unserem Kongress, Ende Februar 2007, viele von Ihren Fach-Leserinnen und Lesern begrüßen dürfte!

**HOB:** Mr. Moloney, ich danke Ihnen für dieses Gespräch und wünsche Ihnen viel Erfolg!

## Blitzlichter vom diesjährigen Kongress „London International Spa Convention“



### Informationen:

**Toskana Therme Bad Sulza**  
 Wunderwaldstraße 2a  
 D-99518 Bad Sulza  
 Telefon: +49 (0)3 64 61 - 9 10 80  
 Fax: +49 (0)3 64 61 - 9 20 95  
 badsulza@toskana-therme.de

Bitte beachten Sie dazu die beiliegende Einladung mit Programm in dieser Ausgabe!