



World of Wellness

World of wellness  
8954 Geroldswil  
043 455 49 53  
<https://worldofwellness.ch/>

Medienart: Print  
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften  
Auflage: 35'500  
Erscheinungsweise: 4x jährlich



Seite: 46  
Fläche: 112'985 mm<sup>2</sup>



Ferris Bühler  
Communications  
We turn the spotlight on you!

Auftrag: 1075797  
Themen-Nr.: 516.010

Referenz: 82087641  
Ausschnitt Seite: 1/3

FORTYSEVEN Baden

# INTERVIEW MIT NINA SUMA



**Gut Ding will Weile haben, lautet eine alte Volksweisheit. Doch nun hat das Warten bald ein Ende. Im Spätherbst dieses Jahres öffnet die wohl attraktivste Therme der Schweiz in Baden AG ihre Pforten für die Gäste. Eine lange Planungs- und Bauphase, mit diversen Verzögerungen, neigt sich dem Ende zu. Endlich. Baden ist nun wieder eine aktive Thermalbadestadt. Die 2000 Jahre alte Badetradition erfährt ein Revival.**

**G**eschäftsführerin der Wellness-Therme FORTYSEVEN Nina Suma hat in den vergangenen Monaten vieles erlebt. Ups and downs folgten Schlag auf Schlag. Gemeistert hat Nina Suma alles. Sie stellte sich in jeder noch so schwierigen Lage den vielfältigen und vor allem äusserst anspruchsvollen Aufgaben. Hier unser Interview kurz vor der Eröffnung:

**«WOW»:** *Ungefähr vor einem Jahr haben wir uns das letzte Mal für ein Interview getroffen. Nun stehen Sie kurz vor der Eröffnung von «FORTYSEVEN». Nervös?*

**Nina Suma:** Nervös nicht, aber sicher kommt langsam eine freudige Anspannung auf. Es gibt noch so unendlich viel zu tun bis zur Eröffnung, und natürlich überlegt man sich immer wieder, ob man genügend gut vorbereitet ist, an alles gedacht hat et cetera.

**Was dürfen Sie uns in Bezug auf die Eröffnung schon mitteilen? Wann ist es so weit und wird es ein pompöses Fest geben oder**

**findet der Event eher im kleinen Rahmen statt?**

Wir haben immer gesagt, dass wir im Spätherbst 2021 eröffnen und so wird es sein. Wir eröffnen im November und feiern dies mit einem Tag der offenen Türe, wo wir insbesondere auch der Bevölkerung einen Einblick in unsere wunderschöne neue Therme geben möchten. Mittels einem Rundgang, welchen man selber beschreitet, wird man die wichtigsten Räumlichkeiten im Bad/Sauna-Bereich, aber auch im SPA zu sehen bekommen. Zudem wird man auch über die beiden anderen Gebäude (Residenz47 und den Verena Hof), hinter denen die Stiftung Gesundheitsförderung Bad Zurzach + Baden steckt, einige interessante Informationen erhalten. Wie gross der Umfang der Aktivitäten oder Teilnehmenden am Tag der offenen Türe dann genau sein wird, hängt von den dann geltenden COVID-19-Bestimmungen für Veranstaltungen ab.

**Mit welchen Marketingstrategien erreichen Sie das gewünschte Zielpublikum?**

Wir verstehen uns als eine Wellness-Therme mit einem gesamtheitlichen Well-Being-Ansatz und positionieren uns ganz klar über dieses Differenzierungsmerkmal, nebst dem, dass wir für uns in Anspruch nehmen dürfen, das mineralreichste Thermalwasser der Schweiz zu haben und dass die Gebäudearchitektur von einem weltbekannten Architekten entworfen wurde.

**Wie positionieren Sie Ihre Therme bezüglich den Mitbewerbern im näheren Umfeld (Schinznach Bad, Bad Zurzach)?**

Wir stellen die mentale Erholung ins Zentrum und leben dies konsequent in der Angebotsgestaltung. Sei dies mit Artikeln, welche



World of Wellness

World of wellness  
8954 Geroldswil  
043 455 49 53  
<https://worldofwellness.ch/>

Medienart: Print  
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften  
Auflage: 35'500  
Erscheinungsweise: 4x jährlich



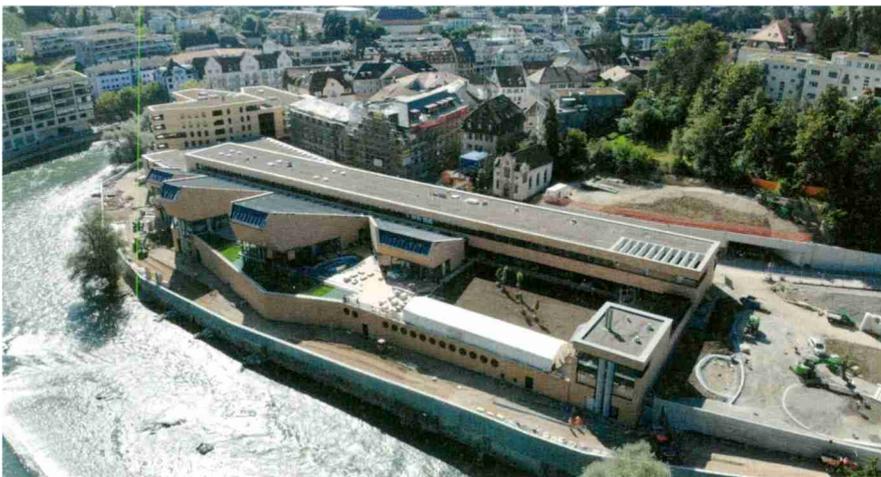
Seite: 46  
Fläche: 112'985 mm<sup>2</sup>



**Ferris Bühler  
Communications**  
We turn the spotlight on you!

Auftrag: 1075797  
Themen-Nr.: 516.010

Referenz: 82087641  
Ausschnitt Seite: 2/3



über den Shop erhältlich sein werden, aber auch im Bereich der Gastronomie und natürlich mit speziellen Verwöhnbehandlungen im SPA-Bereich. Wir sprechen dabei ganz klar, nebst den klassischen Thermalbad-Besuchern, ein Publikum an, welches bislang zum Beispiel in den Ferien zum «Wellnessen» ging, aber nicht unbedingt ein Thermalbad besucht hat. Die Marketingaktivitäten richten wir so aus, dass wir dabei auch ein eher jüngeres Publikum ansprechen, welches mitten im Erwerbsleben steckt und sich bewusst hin und wieder Auszeiten vom stressigen Alltag gönnen will.

Wasserrutschen oder spezielle Kinderbecken wird es bei uns hingegen nicht geben.

**Sicher haben Sie viele bleibende schöne und weniger erbauliche Erlebnisse während der Planungs- und Bauphase durchlebt. Was hat Sie in dieser Zeit am meisten beeindruckt oder zur Verzweiflung gebracht?**

Zur Verzweiflung gebracht hat mich Gott sei Dank nichts. Ich bin eher eine pragmatisch denkende und handelnde Person und versuche bei Problemen denn auch schnell nach Lösungen oder vielfach auch Alternativen zu suchen. Besonders beeindruckt hat

mich, in welchem Tempo zum Teil Baufortschritte zu sehen waren. Dies fiel vor allem dann auf, wenn ich zwei Tage hintereinander auf der Baustelle war und dann plötzlich Dinge feststellte, welche so am Vortag noch nicht zu sehen gewesen waren. Besonders imposant war, als die wunderschöne Holzlamellendecke im Innern der Therme fertig montiert war. Ein sehr schöner Moment war aber auch der Tag, an dem wir im Rahmen einer ökumenischen Zeremonie die Therme segnen liessen.

**Hat sich die zu Beginn entstandene Baden-interne Polemik rund um den Namen**



World of Wellness

World of wellness  
8954 Geroldswil  
043 455 49 53  
<https://worldofwellness.ch/>

Medienart: Print  
Medientyp: Spezial- und Hobbyzeitschriften  
Auflage: 35'500  
Erscheinungsweise: 4x jährlich



Seite: 46  
Fläche: 112'985 mm<sup>2</sup>



**Ferris Bühler  
Communications**  
We turn the spotlight on you!

Auftrag: 1075797 Referenz: 82087641  
Themen-Nr.: 516.010 Ausschnitt Seite: 3/3

### «FORTYSEVEN» beruhigt?

Ja, die hat sich mittlerweile gelegt. Es gibt bestimmt noch einzelne Personen, welche auch heute noch Mühe mit dem Namen bekunden. Im Grossen und Ganzen konnten wir aber auch in sehr vielen persönlichen Gesprächen erklären, wie der Name zustande gekommen war und dann haben viele Menschen dies auch verstehen oder gar nachvollziehen können.

### Wie sollen die Gäste nach Baden in Ihre wunderschöne Therme kommen? Mit den ÖVs oder mit dem Auto? Sind genügend Parkplätze vorhanden?

Wir verfügen zwar im Bäderquartier über rund 450 Parkfelder, appellieren jedoch an unsere Gäste, wenn immer möglich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen, da es an Spitzentagen zu wenige Parkplätze für alle Gäste haben wird. Vom Bahnhof Baden aus erreicht man die Therme in fünf Minuten mit dem Bus, welcher im Viertelstundentakt direkt vor unseren Eingang fährt. Aber auch ein Spaziergang vom Bahnhof aus, dem Kurpark oder der Limmatpromenade entlang, ist sehr reizvoll und dauert weniger als 20 Minuten.

### Man hatte sich damals für den weltweit anerkannten Star-Architekten Mario Botta entschieden. Hat er die hoch angesetzten Erwartungen alle erfüllt? Wie war die Zusammenarbeit mit ihm?

Ich persönlich finde ja! Die Zusammenarbeit mit ihm und seinem Büro war stets angenehm. Mario Botta ist es gelungen, die unmittelbare und schöne Natur mit den gegenüberliegenden Rebbergen, aber auch der vorüberziehenden Limmat durch den einzigartigen Bau quasi in die Therme miteinzubeziehen. Auch die Materialisierung und die Farben strahlen sehr viel Wärme

und Wohlgefühl aus.

### Ein derart umfassendes Wellness-Unternehmen benötigt eine starke Führung. Wie strukturiert sich Ihre Geschäftsleitung?

Nebst meiner Wenigkeit sorgen vier Teamleiter/-innen (Bad/Sauna, Marketing & Verkauf, SPA und Gastronomie) mit ihren jeweiligen Mitarbeitenden dafür, dass alles gut läuft und die Gäste sich hoffentlich richtig wohlfühlen werden.

### Wie viele Personen beschäftigen Sie im Vollbetrieb (inkl. Teilzeit)?

Wir sprechen zu Beginn von rund 40 Festangestellten, welche in Pensen zwischen 50 und 100 Prozent in den verschiedenen Bereichen arbeiten werden.

### Was ist Ihr grösster Wunsch für das erste Betriebsjahr?

Dass den Gästen, welche die Therme besuchen kommen, diese ebenso gut gefällt wie mir und wir das Leistungsversprechen, dass sie sich wohlfühlen werden, erfüllen. Weiter wünsche ich mir natürlich, dass wir die angepeilten Besucherzahlen erreichen, wenn nicht gar übertreffen werden und dass wir möglichst geringe Fluktuationen bei den Mitarbeitenden verzeichnen. Denn ein zu häufiger Wechsel des Personals spürt in der Regel auch der Gast.

### Frau Suma, wir wünschen Ihnen für die bevorstehende Eröffnung sowie für die Startphase viel Glück. Auf gutes Gelingen!

Die nächste Story über «FORTYSEVEN» erscheint in der kommenden Ausgabe, circa Mitte Dezember 2021.

Interviewer: René J. Laemmel

## Gewinnen Sie 3 x zwei Eintritte in die fantastische Wellness-Therme FORTYSEVEN

Nennen Sie uns den Namen des Schweizer Star-Architekten und senden Sie diesen per Mail (mit Ihrer Adressangabe) an folgende Adresse: [laemmel@unitedproduction.ch](mailto:laemmel@unitedproduction.ch)