



# Die Marke Abano Montegrotto Thermae

Von der Destination zur Marke

Brand  
Trust

BRAND STRATEGY  
CONSULTANTS

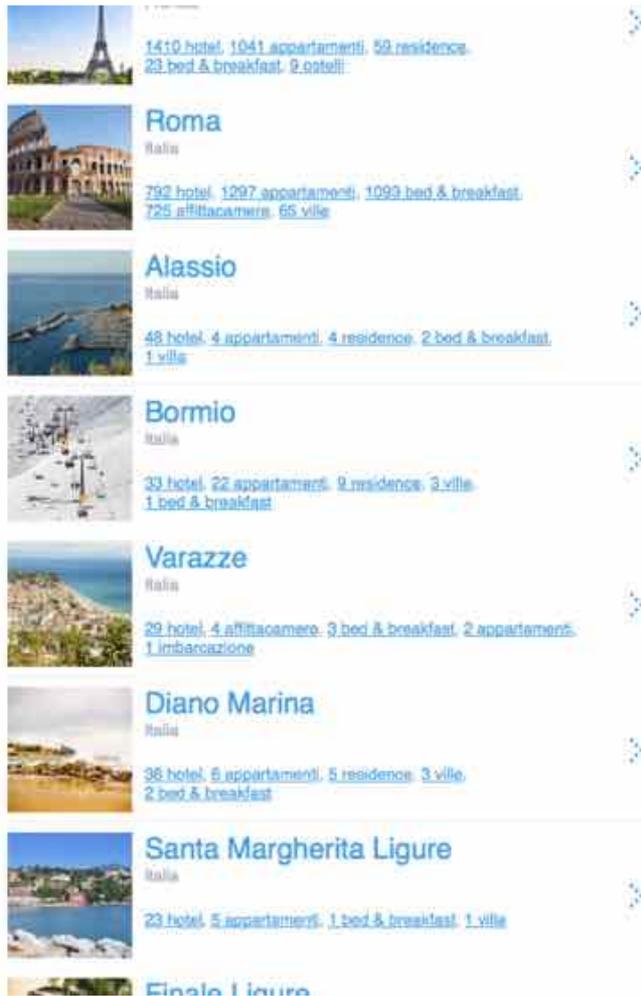
# Überfluss hat den Mangel abgelöst



# Reichtum an Information schafft Armut an Aufmerksamkeit



# Bei Austauschbarkeit entscheidet der Preis



1410 hotel, 1041 appartamenti, 50 residence, 23 bed & breakfast, 9 ostelli

**Roma**  
Italia  
792 hotel, 1297 appartamenti, 1093 bed & breakfast, 725 affittacamere, 65 ville

**Alassio**  
Italia  
48 hotel, 4 appartamenti, 4 residence, 2 bed & breakfast, 1 villa

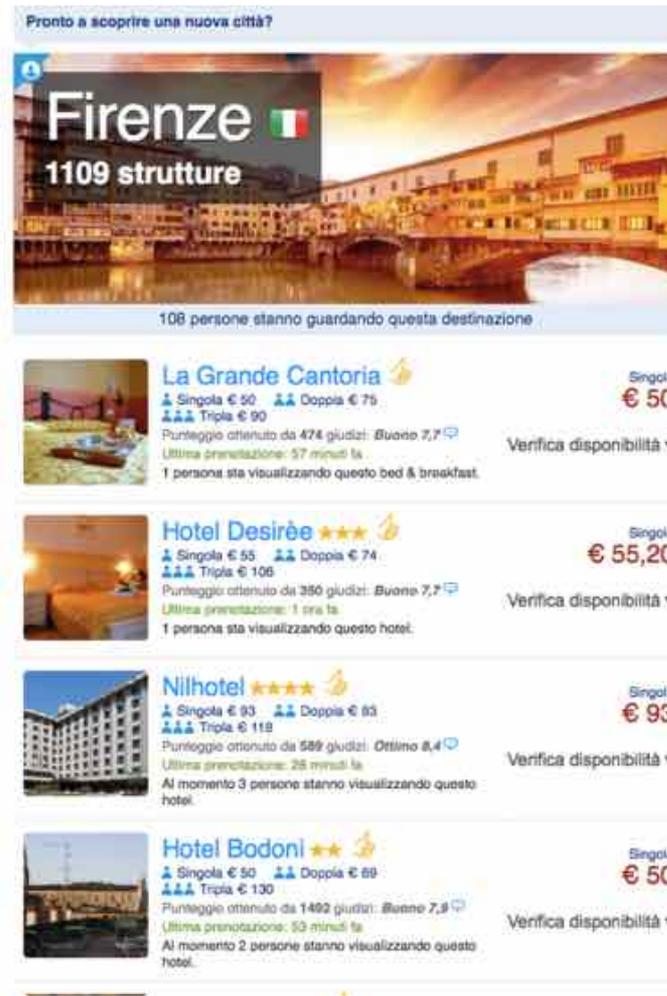
**Bormio**  
Italia  
33 hotel, 22 appartamenti, 9 residence, 3 ville, 1 bed & breakfast

**Varazze**  
Italia  
29 hotel, 4 affittacamere, 3 bed & breakfast, 2 appartamenti, 1 imbarcazione

**Diano Marina**  
Italia  
36 hotel, 6 appartamenti, 5 residence, 3 ville, 2 bed & breakfast

**Santa Margherita Ligure**  
Italia  
23 hotel, 5 appartamenti, 1 bed & breakfast, 1 villa

**Finale Ligure**



Pronto a scoprire una nuova città?

**Firenze**   
1109 strutture

108 persone stanno guardando questa destinazione

**La Grande Cantoria**   
Singola € 50 Doppia € 75 Tripla € 90  
Punteggio ottenuto da 474 giudizi: Buono 7,7  
Ultima prenotazione: 57 minuti fa  
1 persona sta visualizzando questo bed & breakfast.

**Hotel Desirée**   
Singola € 55 Doppia € 74 Tripla € 100  
Punteggio ottenuto da 350 giudizi: Buono 7,7  
Ultima prenotazione: 1 ora fa  
1 persona sta visualizzando questo hotel.

**Nilhotel**   
Singola € 93 Doppia € 83 Tripla € 118  
Punteggio ottenuto da 589 giudizi: Ottimo 8,4  
Ultima prenotazione: 25 minuti fa  
Al momento 3 persone stanno visualizzando questo hotel.

**Hotel Bodoni**   
Singola € 50 Doppia € 89 Tripla € 130  
Punteggio ottenuto da 1492 giudizi: Buono 7,9  
Ultima prenotazione: 53 minuti fa  
Al momento 2 persone stanno visualizzando questo hotel.

A photograph of the Eiffel Tower in Paris, France, taken from a high vantage point. The tower is the central focus, with its intricate lattice structure clearly visible. The sky is a soft, hazy blue, suggesting a sunset or sunrise. In the background, the Parisian cityscape is visible, including the Arc de Triomphe and other buildings. The foreground shows a busy street with cars and pedestrians. A blue rectangular banner is overlaid on the upper part of the image, containing the German text "Nur Einzigartigkeit wird belohnt".

Nur Einzigartigkeit wird belohnt

Nur Einzigartigkeit wird belohnt





Nur Einzigartigkeit wird belohnt

Nur Einzigartigkeit wird belohnt



**Wer keine Marke  
ist, kommt in die  
Angebotsecke.**



**„Wenn man nicht weiß, welchen Hafen man ansteuert, ist kein Wind günstig.“ - Seneca**

BrandTrust ist die  
führende Managementberatung  
für wirksame Marken



# Wir konzentrieren uns auf die ökonomisch stärkste Region Europas



**Wirkung**

An iceberg floating in a calm blue sea. The visible tip above the water is small and pointed, while the much larger, submerged part below the surface is dark and jagged. The horizon line is perfectly horizontal, separating the sky from the water.

**Ursache**

Markenbild

Markenname Markenzeichen  
Markenstil  
Markendesign Marketing  
Markenkommunikation

Markenstrategie

Markenkontaktpunkte

Markenregeln  
Markenprogramme  
Markenpositionierung  
Nährböden  
Fanresonanz  
Markenkern

Spitzenleistungen



Eine Marke ist der verdichtete Ausdruck unternehmerischer Spitzenleistungen.



Nur Einzigartigkeit wird belohnt

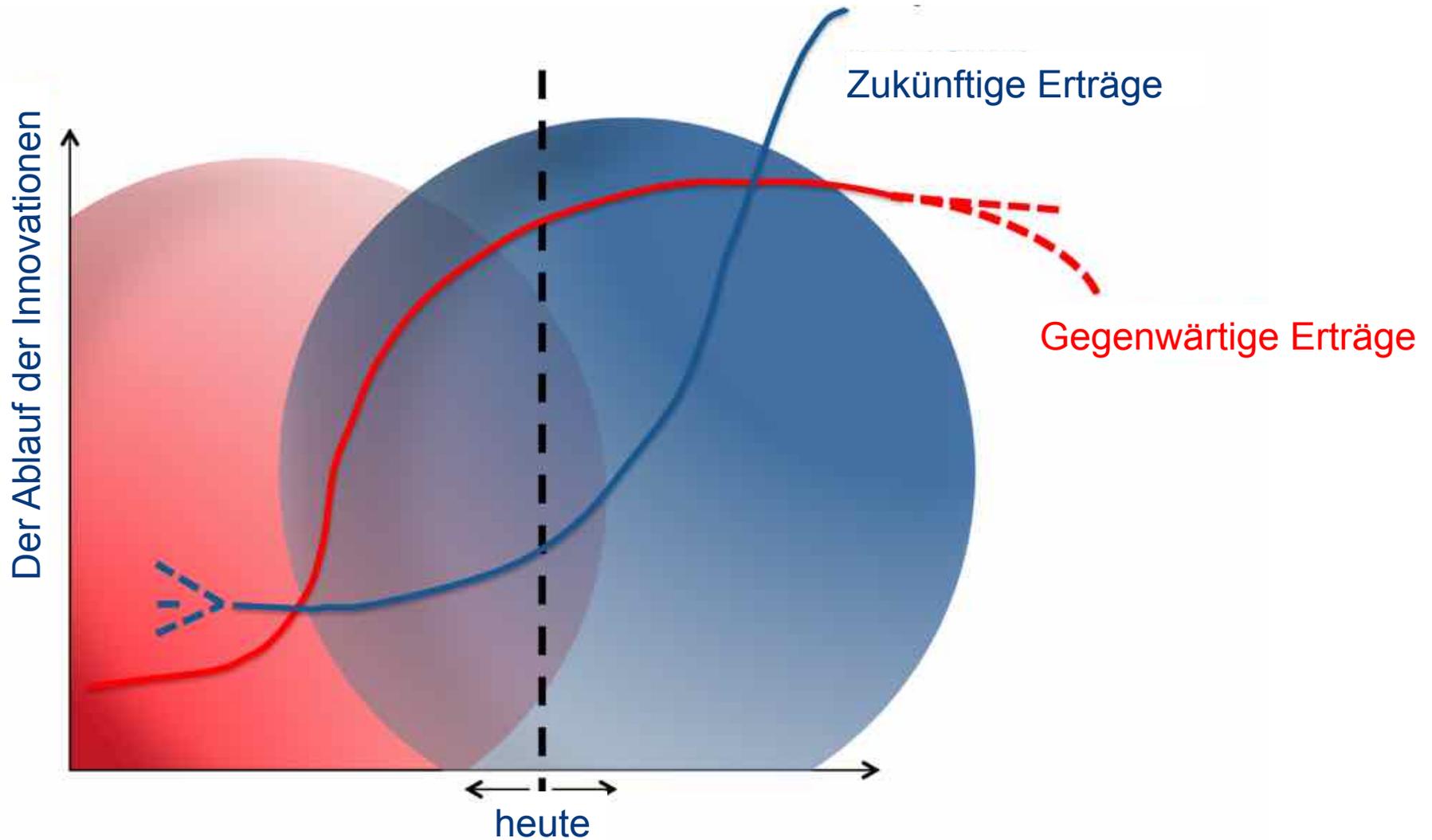


# Abano & Montegrotto werden eine Marke



THERMAE ABANO  
MONTEGROTTO

# Von der roten zu der blauen Kurve



# Der Unterschied zwischen der roten und der blauen Kurve

- Die Grenze der Aktivität ist bekannt und akzeptiert
- Man versucht den Gegner zu schlagen
- Die Märkte sind gesättigt und es gibt niedrige Gewinn- und Wachstumsmöglichkeiten
- Man befindet sich in einem Preiskampf
- Der Fokus liegt auf den Kosten

- Neue Märkte werden erschlossen
- Der Wettbewerb rückt in den Hintergrund
- Neue Bedürfnisse werden befriedigt
- Eine direkte Korrelation zwischen dem Preis und dem Wert
- Der Fokus liegt auf der Innovation



Es geht darum:

- Die rote Kurve ausnutzen.
- In dem neuen Business und dem Markt mit Innovation eintreten.
- Die Ressourcen, die auf der roten Kurve sind, zu der blauen Kurve transferieren.



Was uns ausmacht?  
Die Glaubwürdigkeit

Vital





Verwurzelt



THERMAE ABANO  
MONTEGROTTO

A close-up photograph of a person's hand holding a single coffee bean. The hand is positioned over a large, shallow wooden bowl filled with many coffee beans. The lighting is warm and natural, highlighting the texture of the skin and the grain of the wood. A silver ring is visible on the person's ring finger. The background is softly blurred, focusing attention on the hand and the beans.

Authentisch

# Gesundheitsfördernd



©  
THERMAE ABANO  
MONTEGROTTO



# Evokativ

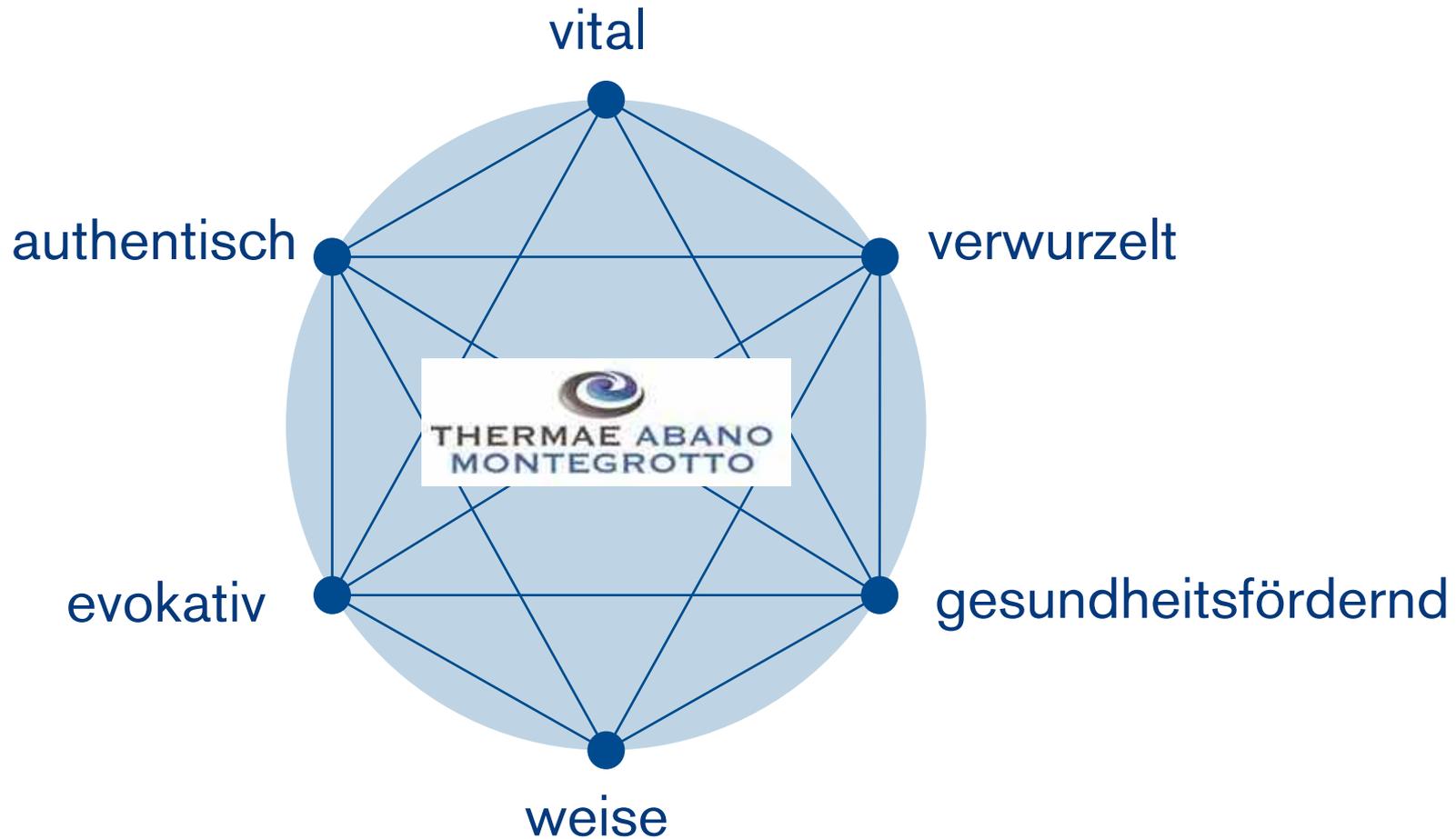


THERMAE ABANO  
MONTEGROTTO



Weise

# Unser Markenkern





Wie wollen wir  
wahrgenommen  
werden?

Wie werden wir  
unser Gebiet  
entwickeln?

# Die Nr.1-Positionierung der Abano Montegrotto Thermae



**THERMAE ABANO  
MONTEGROTTO**

**Das erste präventive  
Gesundheitsgebiet Europas**



Welche Gefühle  
wollen wir  
erwecken?



Vitalisierend



TERMAE ABANO  
MONTEGROTTO



Was sollen wir  
machen, um das  
Ziel zu  
erreichen?



Abano & Montegrotto  
Thermae werden als  
Gebiet wahrgenommen

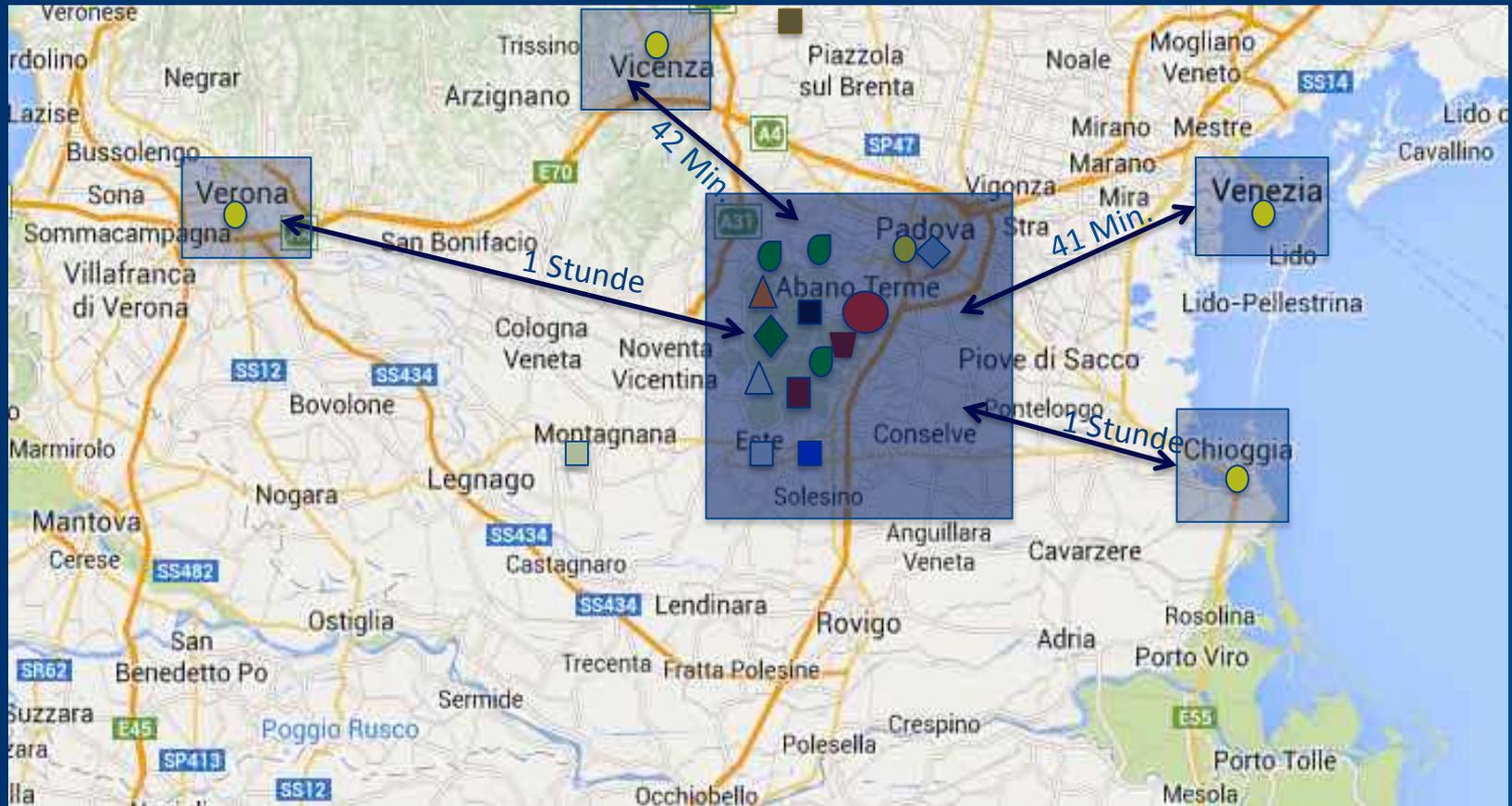
# Nicht als Ortschaft...



... aber ein Gebiet



# ... Ein Gebiet in Europa.



- |                                     |                     |                               |
|-------------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| ■ Abbazia di Praglia                | ■ Monselice         | ◆ Giardino botanico di Padova |
| ■ Arquà Petrarca                    | ■ Este              | ▲ Villa di Beatrice d'Este    |
| ◆ Parco Regionale Dei Colli Euganei | ■ Montagnana        | ■ Strada del Vino             |
| ● Campi da Golf                     | ▲ Villa dei Vescovi | ■ Cittadella                  |



Ein Gebiet



THERMAE ABANO  
MONTEGROTTO

2

Spitzenleistungen  
sind die Grundlage  
unserer Marke

Vier einfache  
markenstrategische  
Prinzipien als Leitlinien  
für unsere zukünftigen  
Entscheidungen und für  
das Management der  
Markenkontaktpunkte

# Unsere markenstrategischen Prinzipien:

**Umstellung:** Eine der historischen Erfolgsfaktoren der Marke Abano & Montegrotto Thermae ist die Fähigkeit sich an neuen Umstände, gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturelle Veränderungen und an neuen Kundenerwartungen anzupassen. Diese Fähigkeit ist ein differenzierender Faktor des Gebiets.

**Vorrang:** Mit der neuen Positionierung der Spitzenleistungen werden sich Abano & Montegrotto glaubhaft als Bezugspunkt des Thermalsektor positionieren und werden das über alle Markenkontaktpunkte kommunizieren.

**Bewusstsein:** Alle Arbeiter des Gebiets im Geschäfts-, Kultur- oder Forschungsbereich sollen stolz auf ihre Spitzenleistungen sein und sie sichtlich an jedem Markenkontaktpunkt machen, um Zustimmung zu bekommen.

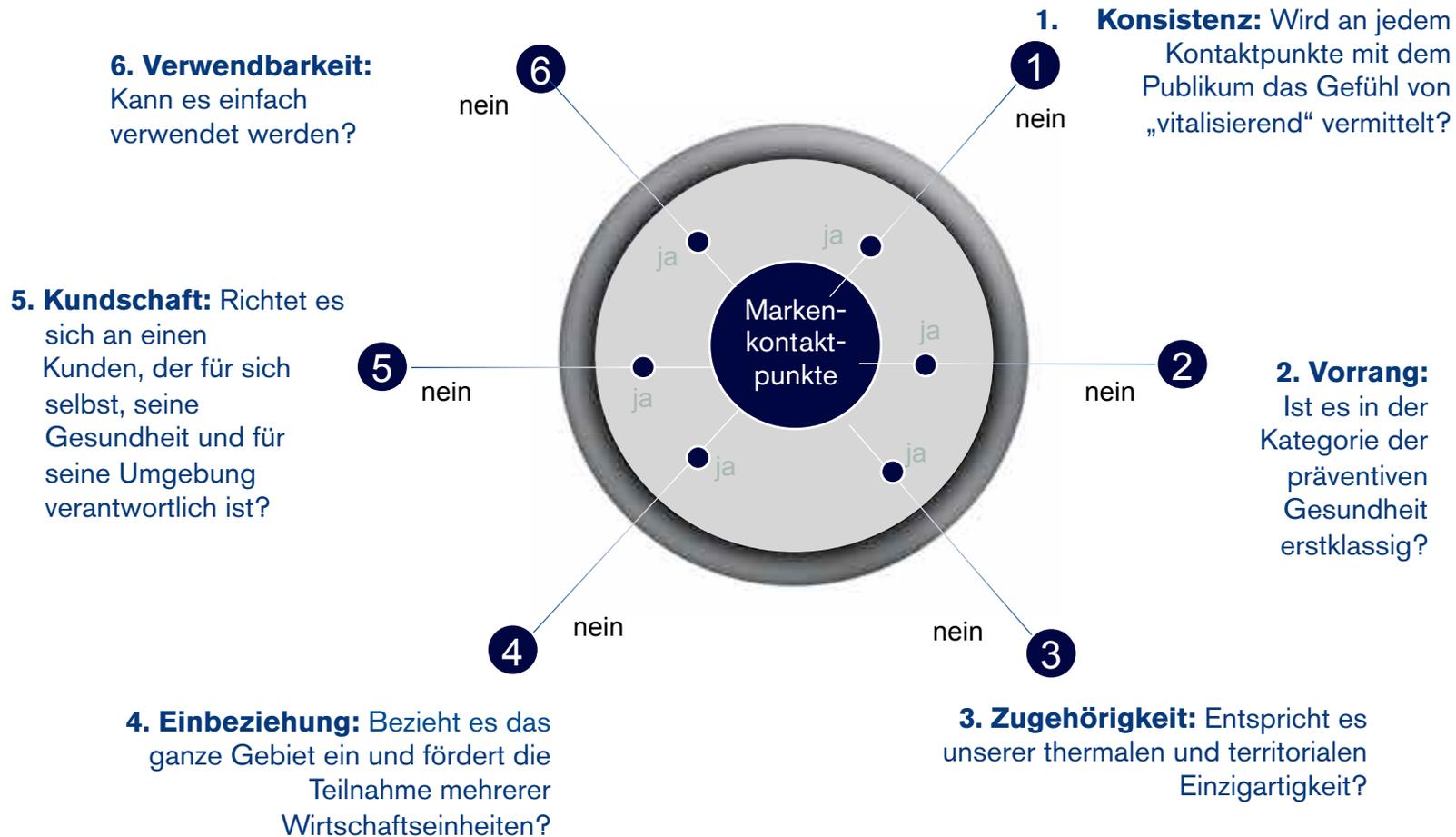
**Synergie:** Alle Arbeiter des Gebiets teilen ein gemeinsames Wertesystem, das auf ähnlichen und zusätzlichen Leistungen basiert. Dank der Kollaboration, der gegenseitigen Unterstützung und der verbundenen Ausführung der Positionierung werden neue Synergie aufgebaut, die die Marke Abano & Montegrotto Thermae verstärken werden.

3

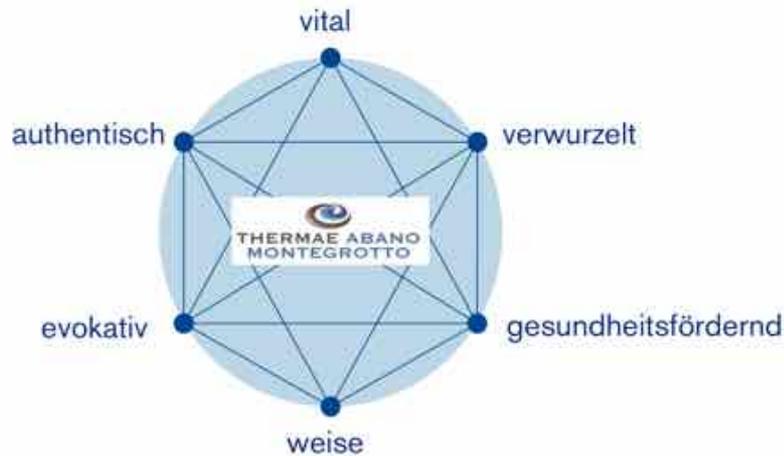
Die Markenregeln

Unsere Markenregeln  
helfen uns in der  
Durchführung unserer  
Versprechung

# Die Markenregeln von Abano & Montegrotto Thermae



## Unser Markenkern



## Die Nr.1-Positionierung der Abano Montegrotto Thermae



Das erste präventive  
Gesundheitsgebiet Europas

## Unsere markenstrategischen Prinzipien:

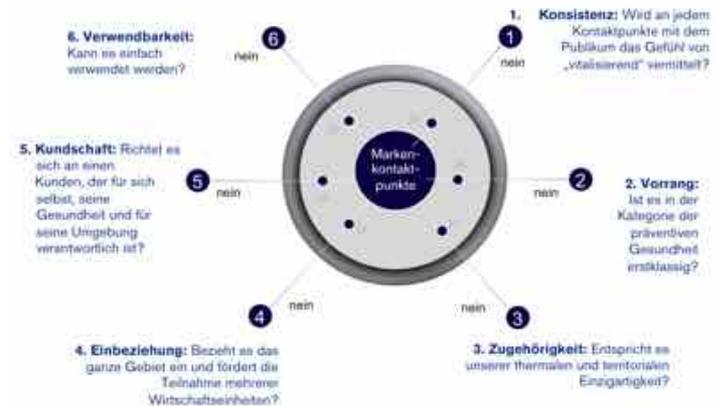
**Flexibilität:** Eine der historischen Erfolgsfaktoren der Marke Abano & Montegrotto Thermae ist die Fähigkeit sich an neuen Umstände, gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturelle Veränderungen und an neuen Kundenerwartungen anzupassen. Diese Fähigkeit ist ein differenzierender Faktor des Gebiets.

**Vorrang:** Mit der neuen Positionierung der Spitzenleistungen werden sich Abano & Montegrotto glaubhaft als Bezugspunkt des Thermalaktor positionieren und werden das über alle Markerkontaktpunkte kommunizieren.

**Bewusstsein:** Alle Arbeiter des Gebiets im Geschäfts-, Kultur- oder Forschungsbereich sollen stolz auf ihre Spitzenleistungen sein und sie sichtbar an jedem Markerkontaktpunkt machen, um Zustimmung zu bekommen.

Alle Arbeiter des Gebiets teilen ein gemeinsames Wertesystem, das auf ähnlichen und zusätzlichen Leistungen basiert. Dank der Kollaboration, der gegenseitigen Unterstützung und der verbundenen Ausführung der Positionierung werden neue Synergie aufgebaut, die die Marke Abano & Montegrotto Thermae verstärken werden.

## Die Markenregeln von Abano & Montegrotto Thermae





# Brand Trust

BRAND STRATEGY  
CONSULTANTS

# Copyright

Alle in dieser Dokumentation enthaltenen Strategien, Modelle, Konzepte und Schlussfolgerungen sind ausschließliches geistiges Eigentum (Ausnahme bei Quellenangaben) von BrandTrust – Brand Strategy Consultants – und urheberrechtlich geschützt. Sie werden dem Auftraggeber zu dessen ausschließlicher Nutzung zeitlich unbefristet überlassen. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung und sind nur für den Auftraggeber bestimmt. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt diese Dokumentation zu verändern oder außerhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung von BrandTrust – Brand Strategy Consultants – abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.

All the strategies, models, concepts and conclusions incorporated into this documentation are the exclusive intellectual property (exceptions are source referenced) of BrandTrust – Brand Strategy Consultants and are protected under copyright. They have been turned over to the client exclusively for his own use for an unspecified period. All information included in them is to be kept confidential and is intended for the client's eyes only. The client is not permitted to change this documentation, make it public outside his own company or disseminate it in any way. This rule may only be amended or revoked with the express written consent of BrandTrust – Brand Strategy Consultants. Verbal agreements shall not be deemed valid.

---

Brand Trust GmbH – Brand Strategy Consultants

Pfannenschmiedsgasse 1  
90402 Nürnberg ■ Germany

T +49 (911) 933 57 80  
F +49 (911) 396 066

info@brand-trust.de  
www.brand-trust.de

Brand  
Trust

BRAND STRATEGY  
CONSULTANTS