

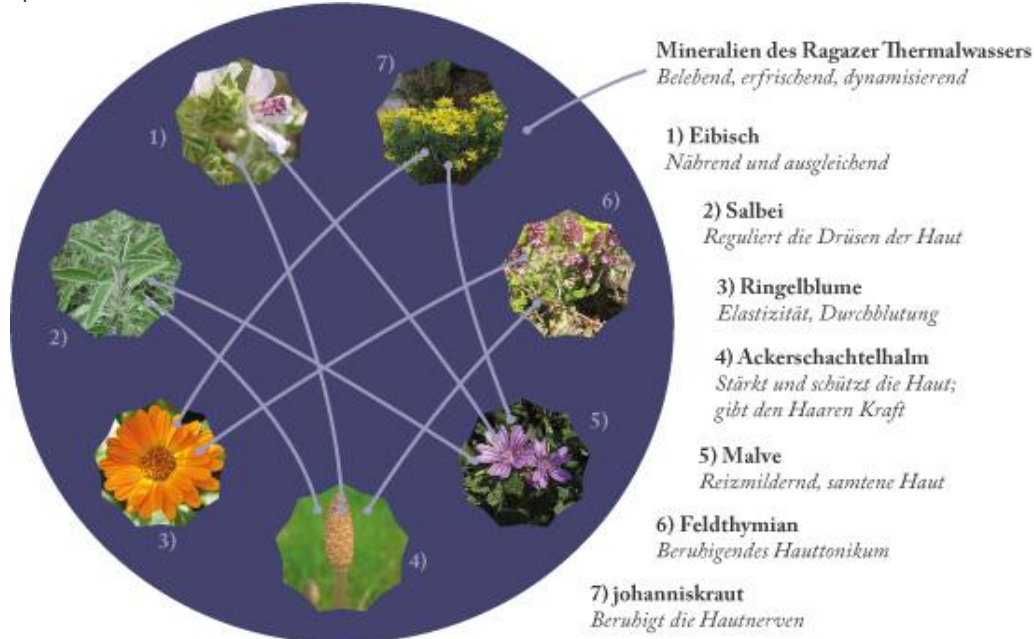
Es war ein anspruchsvolles Ziel: Die Einzigartigkeit der Erholungs-, Schönheits- und Gesundheitsoase des Grand Resort Bad Ragaz sollte mit einer exklusiven eigenen Pflegelinie gekrönt werden. Bei deren Entwicklung hatte man das Glück und den Vorteil, sich auf die vielfältige voralpine Pflanzenwelt und das berühmte Ragazer Thermalwasser verlassen zu können – zwei lokale Stärken von unschätzbarem Wert. Entstanden ist 36.5° Cosmetics.

Lokale Verankerung der Inhaltsstoffe

Die ersten für das Grand Resort geschaffenen Produkte waren Shampoo, Shower Gel und Body Lotion. Jo Marty erinnert sich: „Für mich war von Anfang an klar, dass nur natürliche Wirk- und Inhaltsstoffe in Frage kommen, wenn möglich mit lokaler Verankerung. Eine erste Komponente war schnell gefunden: das berühmte Bad Ragazer Mineralwasser.“ Die weiteren Wirkstoffe stammen ebenfalls aus der Umgebung: Energiereiche Pflanzen und Heilkräuter aus dem voralpinen Raum. „Obwohl naheliegend, musste ich zuerst etwas Überzeugungsarbeit leisten, Pflanzen aus der Umgebung zu verwenden. Denn Ackerschachtelhalm klingt einfach nicht so exklusiv wie Feldthymian-Konzentrat“ erinnert sich Jo Marty.

Die Auswahl der richtigen Pflanzen und Kräuter dauerte seine Zeit. Obwohl er selber über umfassendes Wissen in Naturheilkunde verfügt, holte sich Jo Marty einen lokalen Kräuterexperten mit ins Boot. Keiner war dafür besser geeignet als Harry Leusveld, besser bekannt als Kräuter Harry. Der 77-jährige, der einst Schüler des Naturheilpioniers Alfred Vogel war, half mit seinem Wissen und seiner Erfahrung bei der oft schwierigen Auswahl und Kombination der verschiedenen Heilpflanzen.

Mittlerweile stehen 10 verschiedene Pflegeprodukte von der kaltgepressten Molke-Seife über Body Lotion bis zur Gesichtscrème in den exklusiven Gästezimmern. Auch die lokalen Pflanzen und Kräuter sind etabliert – man spricht nur noch von den „Glorreichen Sieben“.



Die „Glorreichen Sieben“, ihre Eigenschaften und Wechselwirkungen.

Leistungen der BMO AG

Leistungen der BMO AG bei der Entwicklung der Amenity Pflegelinie 36.5°

- Konzeption, Entwicklung sowie Beratung der eingebrachten Kundenideen und Wünsche.
- Evaluation und Suche eines geeigneten Lohnherstellers
- Evaluation und Suche eines geeigneten Partners für die Umsetzungsphase (Projektleitung, umsetzungstechnische Beratung, Einreichung der Zulassungsbescheinigungen, Produkte-Planung und Realisation)
- Evaluation und Suche eines geeigneten Logistikpartners.