

## Marketing-Konzept Von der Bäderverwaltung zur Bädergestaltung

In öffentlichen Bädern begegnen sich Menschen aller Bevölkerungsgruppen mit den unterschiedlichsten Einstellungen, Bedürfnissen und Erwartungen. Dabei ist jedes Bad ein Begegnungsort hoher Emotionalität und präsender Körperlichkeit, was nicht nur zu saisonalen Spitzenzeiten Badbetreiber fordert, Serviceorientierung und Sicherungspflicht professionell in Einklang zu bringen. Ihre Badegäste haben sie so zu betreuen, dass sie sich als Kunden wohl und willkommen fühlen. Für eine langfristige Besuchergewinnung und -bindung kommt gerade in solch funktional ausgerichteten Bädern angesichts der Wettbewerbssituation der Kundenbeziehung und -betreuung gesteigerte Bedeutung zu.

Freizeit und Gesundheit gelten auch in der Bäderbranche längst als Wachstumsmarkt mit Angeboten für immer differenzierte und anspruchsvollere Kundenbedürfnisse und Erwartungen an die Betreiber und Dienstleister. Daraus entwickelte sich eine nie dagewesene, äußerst facettenreiche Angebotsvielfalt.

Am einen Ende des Spektrums stehen vielfältige Bäderwelten mit ansprechenden Wellness,- Fitness - und Gesundheitsangeboten, sowie Erlebnis - und unterhaltungsorientierten Freizeitbädern. Auf der anderen Seite wächst zugleich das Bedürfnis nach reduzierter Komplexität, Überschaubarkeit und persönlichem Kontakt. Die Besinnung auf das Einfache, das Ursprüngliche bekommt hier einen eigenen Wert.

Die Stadtwerke Heidelberg haben 2007 die fünf Schwimmbäder übernommen und betreiben davon zwei Freibäder und drei Hallenbäder, die in ihren baulichen Voraussetzungen mit Schwimm- und Lehrschwimmbecken funktional ausgerichtet und vergleichbar sind. Die beiden Hallenbäder Köpfel und Hasenleiser bieten zusätzlich zweckmäßige Saunen an. Damit positionieren sich die Heidelberger Hallenbäder im regionalen Bädermarkt mit seinen attraktiven Wettbewerbern heute nicht mehr im Vordergrund. Auch angesichts der Besuchszahlenentwicklung sind sie deshalb mehr denn je gefordert, sich gezielter zu positionieren und sich auf ihre Stärken und Kernkompetenzen zu besinnen.

Das Kernprodukt „Schwimmen“ gilt es zu kultivieren und öffentlichkeitswirksam zu kommunizieren.

Die Stadtwerke Heidelberg Bäder schaffen durch die Bereitstellung des Bewegungsraumes Wasser einen Mehrwert für die Bürgerinnen und Bürger und leisten ihren Beitrag zu kommunalen Gesundheitsförderung. Sie erfüllen einen sozialen Bildungsauftrag durch die Förderung des Schul- und Vereinsschwimmen und sponsern soziale Projekte wie

Schwimm-Fix und Schwimm-Kids an allen Heidelberger Grundschulen, um allen Kindern das Schwimmen zu vermitteln und die Wassersicherheit zu erhöhen. Sie stellen im Hallenbad Hasenleiser Wohltätigkeitsorganisationen wie die Caritas Wasserfläche speziell für Frauen zur Verfügung.

In Anbetracht der funktionalen Ausrichtung der Hallenbäder, liegt das größte Potenzial zur Kundengewinnung in der Badegastbetreuung mit zielgruppenspezifischen Erlebnis- und Dienstleistungsangeboten.

Daher ist Kundengewinnung auch immer Mitarbeitergewinnung. In Workshops wurden die Mitarbeiter der Heidelberger Bäder deshalb mit ihren Erfahrungen, Ideen und Vorschlägen aktiv in das Marketingkonzept einbezogen. Mit regelmäßigen Fortbildungen und Weiterqualifizierungen verbessert sich kontinuierlich ihre Dienstleistungs- und Fachkompetenz.

Die Marketingmaßnahmen konzentrieren sich auf die Hallenbäder, um deren Profil und Image durch themen- und zielgruppenspezifische Angeboten und Maßnahmen zu verbessern.

## Angebote und Veranstaltungen

Zielgruppenspezifische Angebote verbessern die Attraktivität der Heidelberger Bäder und ermöglichen eine positive und nachhaltige Öffentlichkeitsarbeit, die den Bekanntheitsgrad verbessern und das Image positiv prägen.

### **Veranstaltungen und Angebote für Kinder und Jugendliche**

- Bildung eines Animationsteams der Mitarbeiter aus den Bädern
- dreimal jährlich den „Kunterbunter Badespaß“ im Hallenbad Hasenleiser durch das Animationsteam
- Spielnachmittagen in den Hallenbädern Köpfel und Hasenleiser
- Abwechslungsreiche und große Wasserlaufbahn für Events im Hallenbad Hasenleiser und im Freizeitbad Tiergartenstrasse
- Jährliches Großevent durch professionelle Eventanbieter
- Bereitstellung einer bunten Spielbox für Kinder in allen drei Hallenbädern
- Anschaffung kindergerechter und attraktiver Wasserspielgeräte
- Rutschen im Hallenbad Köpfel und Hasenleiser
- Freies Spielangebot in den Hallenbädern Köpfel und Hasenleiser
- Große Pool-Party in Kooperation mit der Sparkasse Heidelberg und einem professionellem Eventanbieter

## **Kurse**

Die Nachfrage nach Aqua- Fitness- und Schwimmkurse für Erwachsene in Kooperation mit dem Amt für Sport und Gesundheitsförderung steigt und ist kontinuierlich weiterentwickelt und optimiert worden durch

- Einrichtung eines Aqua- Fitness- Abends im Citybad (DHC) außerhalb des öffentlichen Badebetriebs;
- Erweiterung der Angebote Aqua- Biking auch im Hasenleiser /Aqua-Jump im Citybad
- Jährliche Events „Aqua- Triathlon“ im Citybad

## **Schwimm- und Saunapass**

In allen drei Hallenbädern konnten sich die Badegäste ihre Bad-und Saunabesuche in einem Pass dokumentieren lassen und nach zwölf Besuchen abgeben. In einem Losverfahren wurden 10 Gewinner gezogen und attraktive Preise verlost. Mit dieser erstmaligen Aktion in der Wintersaison 2012/2013 haben sich mit 1213 abgegebenen Pässen die Kundenkontakte erhöht und die Beziehung zu den Badegästen intensiviert.

## **Themen- Sauna**

In der Wintersaison von November bis März wurde an den besuchsschwachen Tagen einmal wöchentlich ein „Früchtetag“ in den Saunen angeboten, um neue Saunagäste zu gewinnen. Zu den Aufgüssen wurden kostenfrei Salzpeelings mit fruchtigen Aromen und Obst aus kontrolliert biologischem Anbau und Fairem Handel angeboten.

## **Service-Angebote in den Bädern**

Zusätzliche Angebote stehen den Badegästen kostenfrei zur Verfügung

- Spielbox für Kinder mit Wasserspielgeräten und Aqua- Fitness-Box für Erwachsene mit Fitness-Geräten in allen drei Hallenbädern
- Warmwassergymnastik am Dienstagvormittag im Hallenbad Köpfel
- Fairtrade- Automaten im Hallenbad Hasenleiser und Citybad

## **Kommunikation**

### **Kundenbefragung**

Um die Angebote zu überprüfen und weiterzuentwickeln, müssen die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden erfragt sein. Hierzu sind folgende Badegäste befragt worden:

- Kinder und Eltern vom „Kunterbunten Badespaß“

- Saunabesucher der „Früchtesauna“
- Kursteilnehmer des Aqua-Fitness-Abends im DHC

### **Werbung und Öffentlichkeitsarbeit**

- Professionelle Öffnungszeiten- Flyer jeweils für die Sommer - und Wintersaison
- Imagebroschüre für die Bäder
- Flyer für die Aqua- Fitness- Kurse und Schwimmkurse für Erwachsene

### **Kundeninformationen**

- Entwicklung eines einheitlichen Kundenleitsystems für das Hallenbäder
- Einrichtung ansprechender und einheitlicher Glasvitrinen für die Informationen rund um die Bäder

### **Perspektiven und Projekte**

- Weiterentwicklung der Events für Kinder und Jugendliche
- Kindergeburtstage im Hallenbad Köpfel: mit Animation und gastronomischer Betreuung als „Komplettlösung“. Die Kinder sind danach „sauber, müde und satt“
- Ausbau der Kooperationen und Eröffnung neuer Vertriebskanäle (Bürgerämter, Firmen, Krankenkassen, Bildungsstätten, Einzelhandel, Hotel, Touristinformation etc)
- Etablierung themenspezifische Kooperationen mit Gesundheitsfürsorgern und öffentlichen Institutionen, z.B. Akademie für Ältere, Volkshochschulen, Seniorenzentren, Kindergärten, betriebliche Gesundheitsförderung;
- Im Hallenbad Köpfel: Konzentration auf die Zielgruppe der Jüngsten und der Älteren durch entsprechender Angebote und Einrichtungen
- Aktivierung der Öffentlichkeitsarbeit durch gezielte Informationsveranstaltungen, z.B. über den gesundheitlichen Wert des Schwimmens und die Wirkung des Wassers
- Weiterentwicklung der Themensaunen
- Weiterentwicklung des Schwimm—und Saunapasses
- Aufbau einer Aqua- Fitness für Übergewichtige außerhalb des öffentlichen Badebetriebes
- Kundenbefragungen über die den Einzugsbereich der Bäder und Erschließung neuer Zielgruppen aus dem Odenwaldkreis für das Hallenbad Köpfel
- Identifizieren der besuchsschwachen Öffnungszeiten und Schaffung neuer Angebote
- Verkehrsbeschilderung der Bäder im Stadtgebiet optimieren