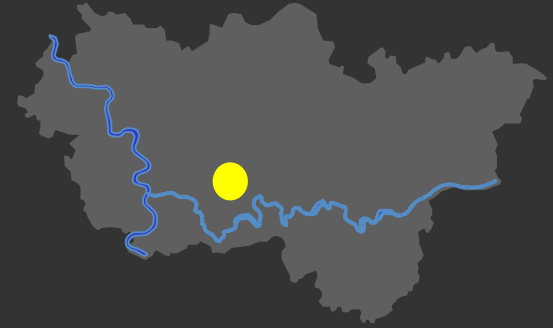


Bädermarkt Ruhr 2007

NÄHE . GANZJAHRESBAD . SOZIAL

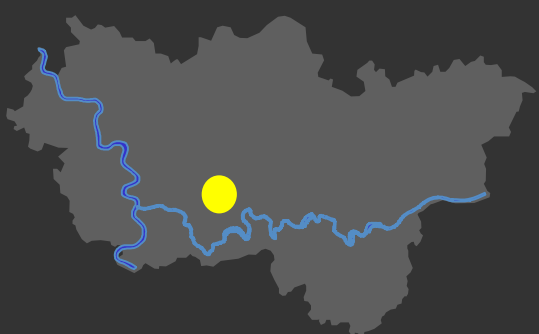


Friedrich-
Wennmann
2007

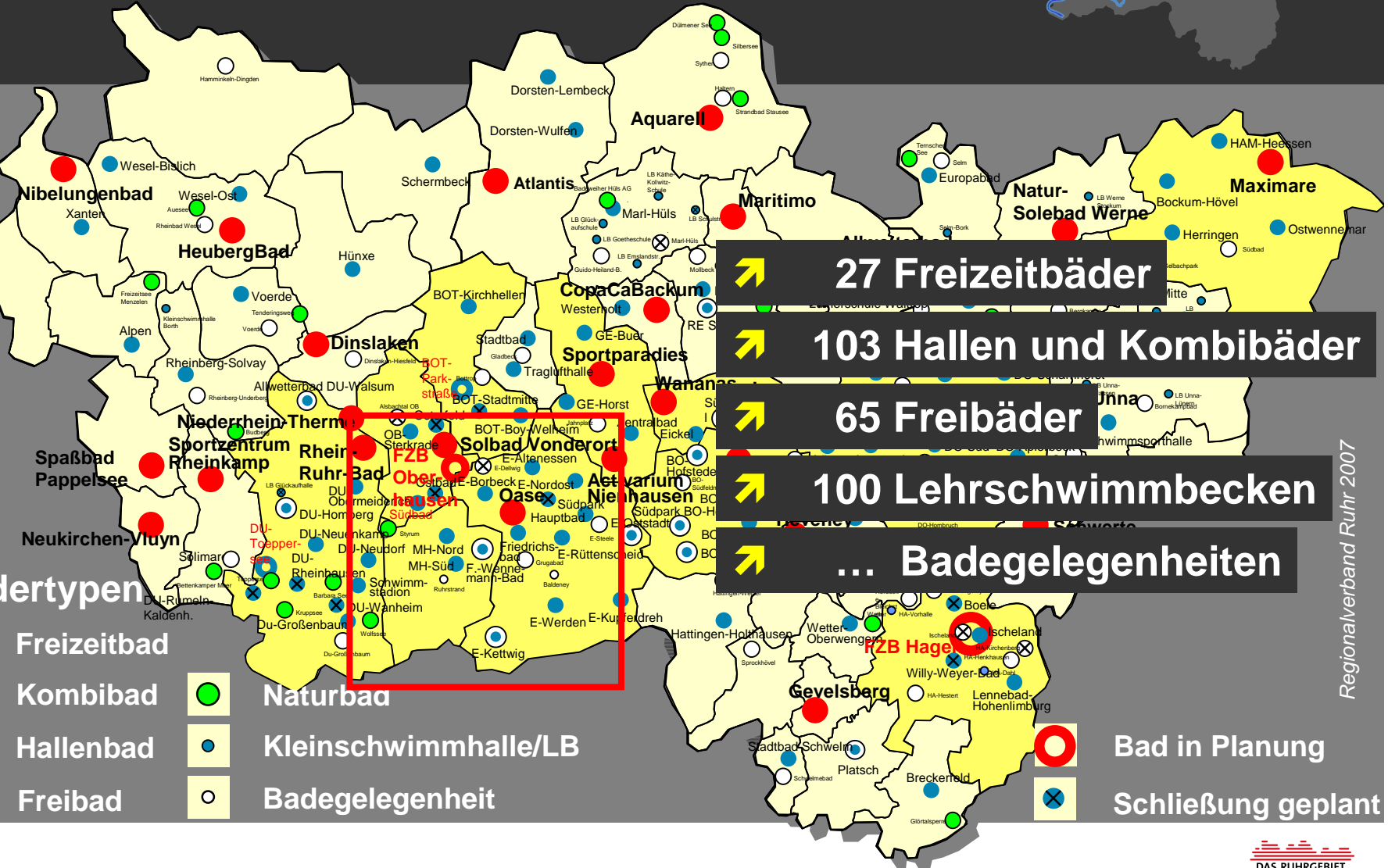


Bädermarkt Ruhr 2007

Bestand



Friedrich-Wennmann 2007



- 27 Freizeitbäder
- 103 Hallen und Kombibäder
- 65 Freibäder
- 100 Lehrschwimmbecken
- ... Badegelegenheiten

Bädertypen

- Freizeitbad
- Kombibad
- Hallenbad
- Freibad
- Naturbad
- Kleinschwimmhalle/LB
- Badegelegenheit

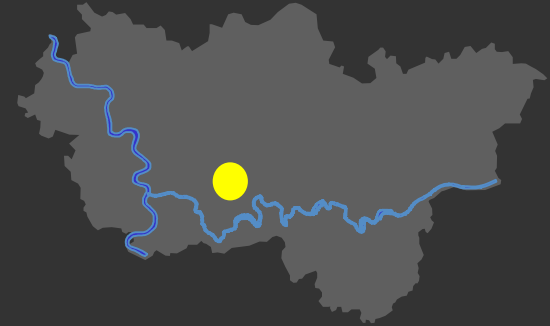
- Bad in Planung
- ✕ Schließung geplant

Regionalverband Ruhr 2007

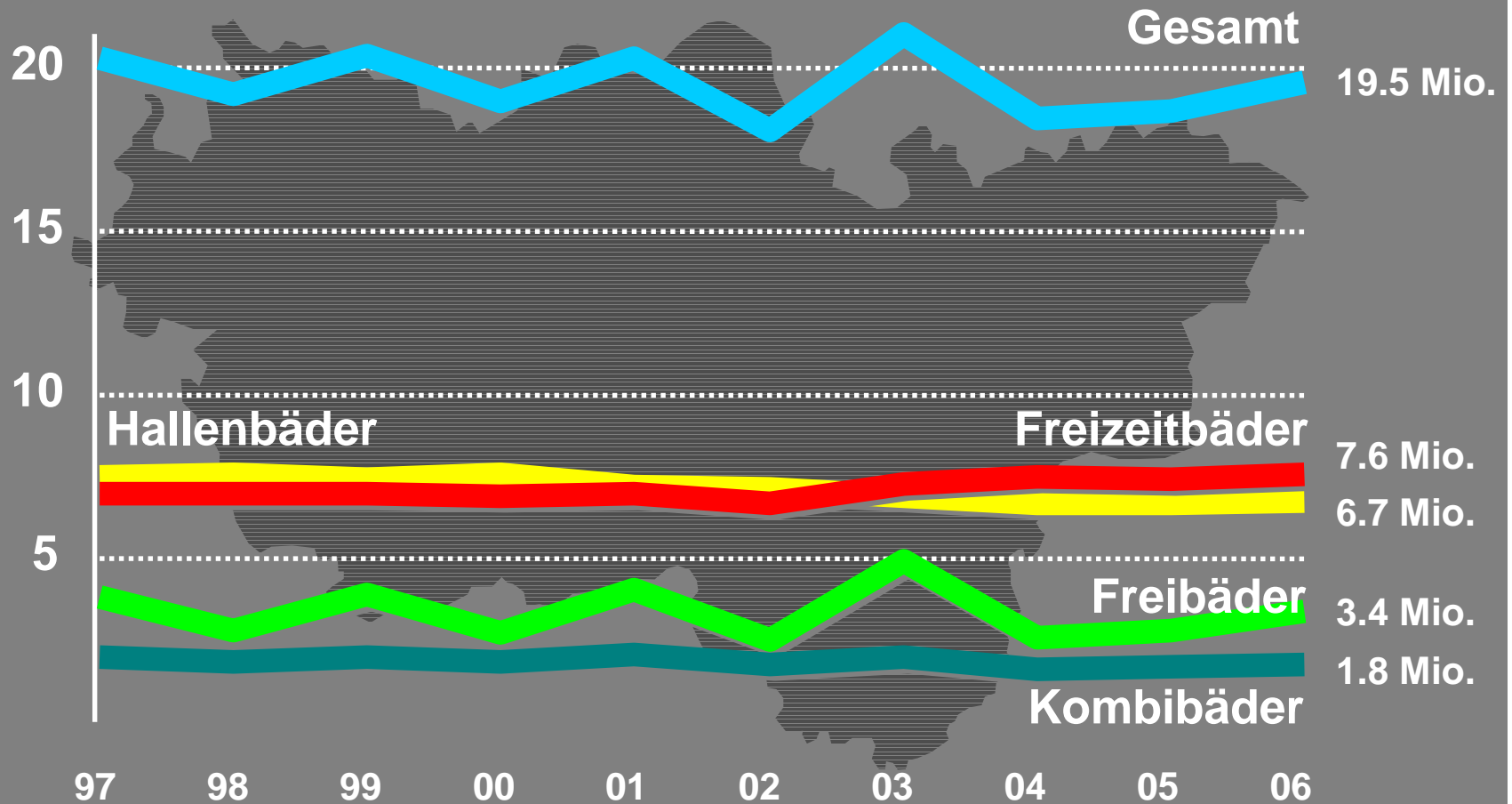


Bädermarkt Ruhr 2007

Segmente 1997 - 2006 - in Mio.

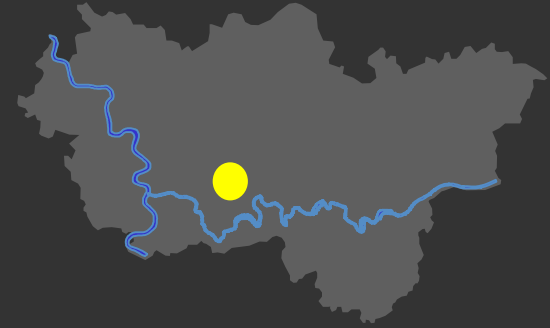


Besuche 2006

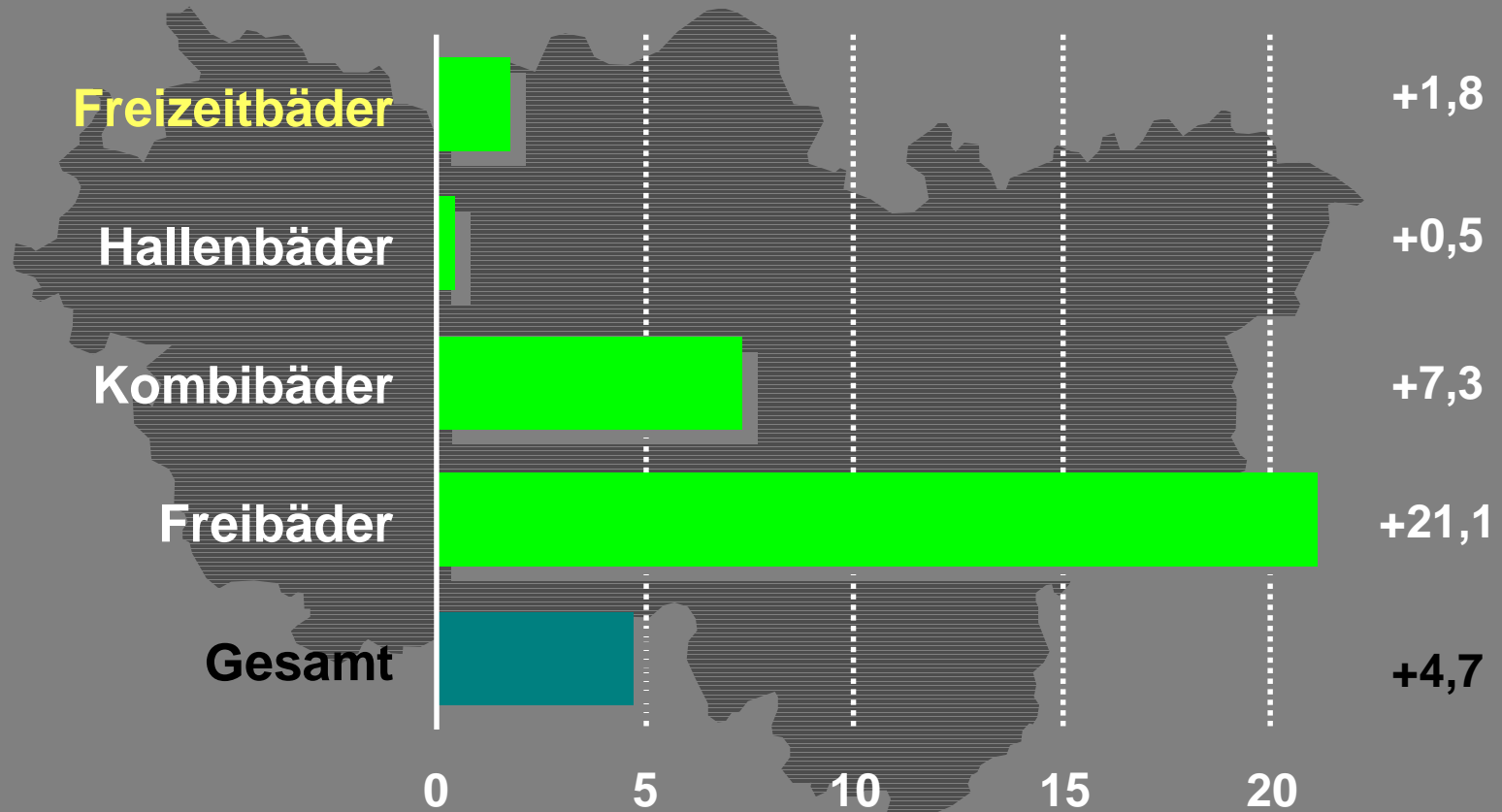


Bädermarkt Ruhr 2007

Segmente Veränderung zum Vorjahr in %

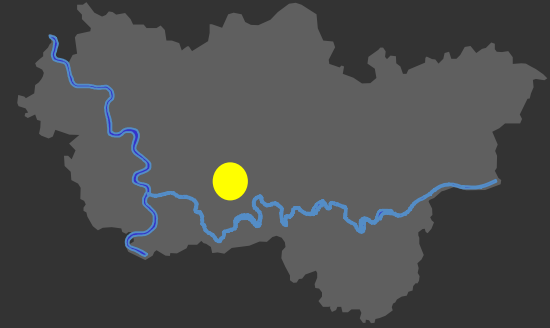


Besuche 2006

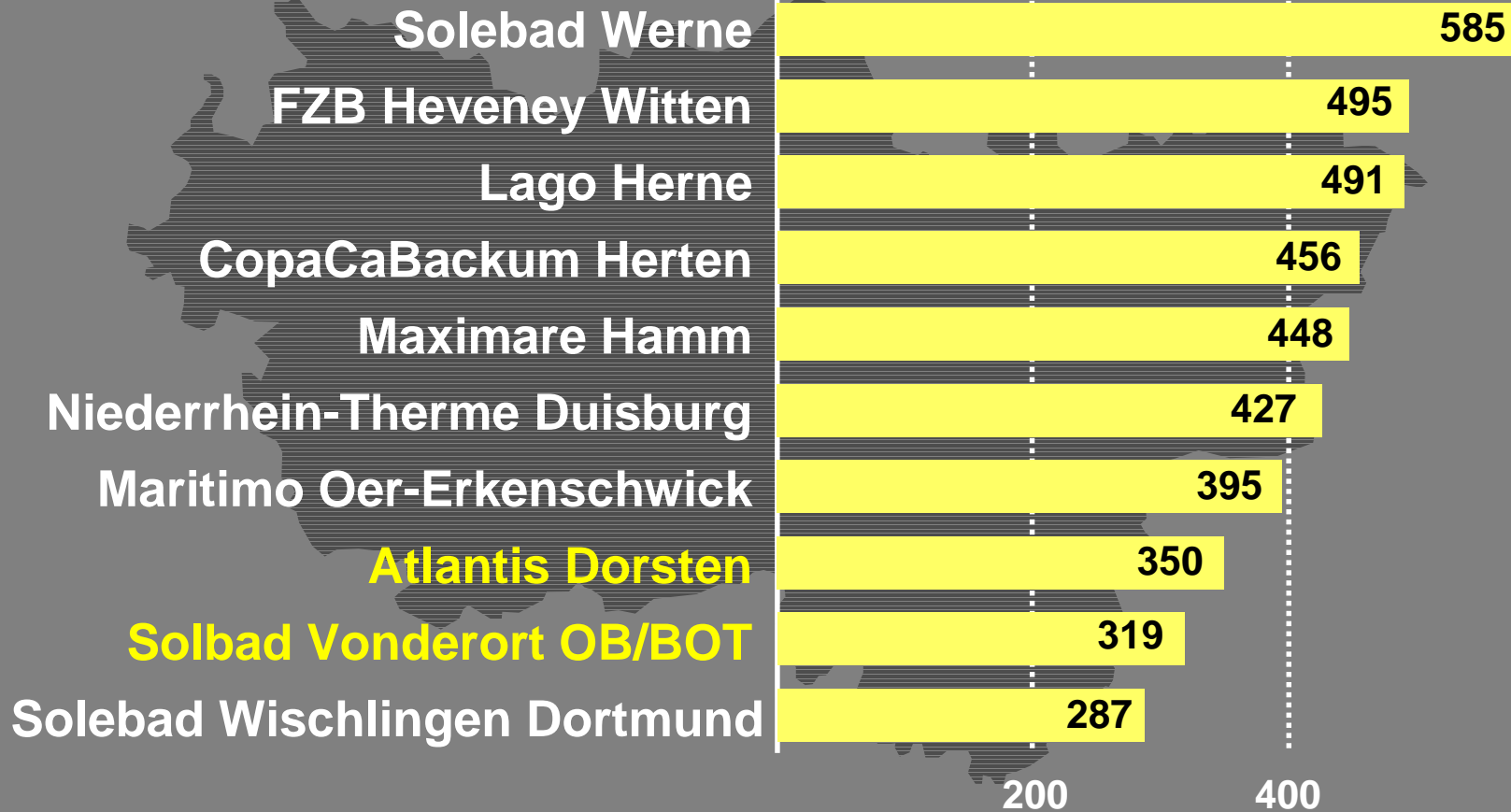


Bädermarkt Ruhr 2007

Freizeitbäder Top 10 in Tsd.

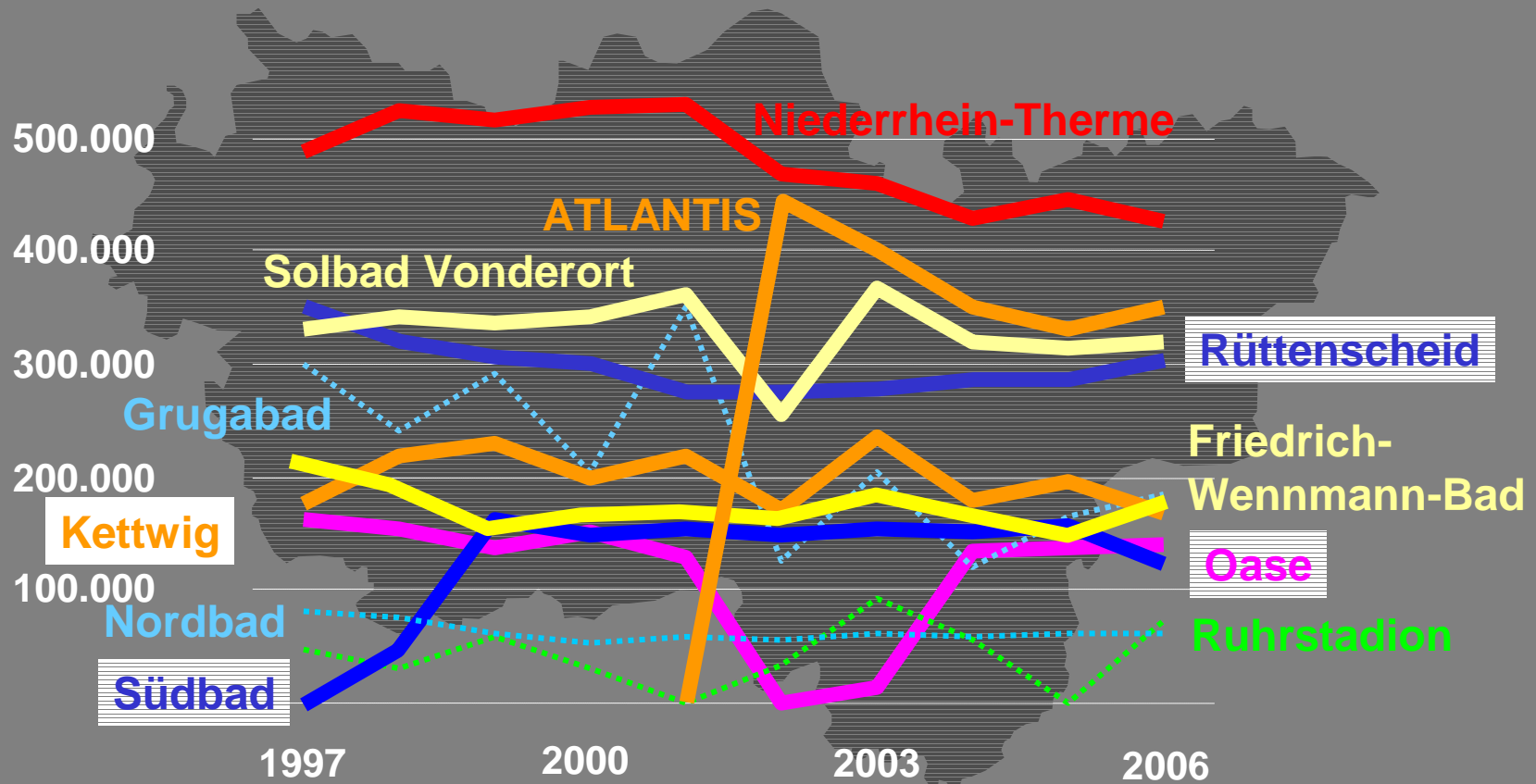
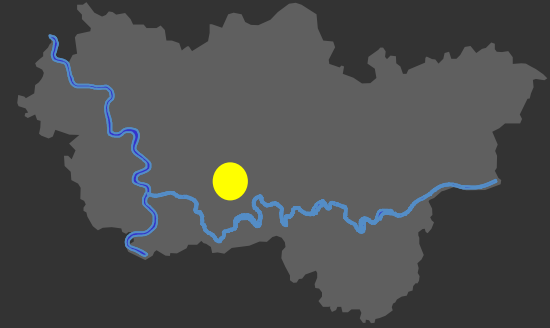


Besuche 2006



Bädermarkt Ruhr 2007

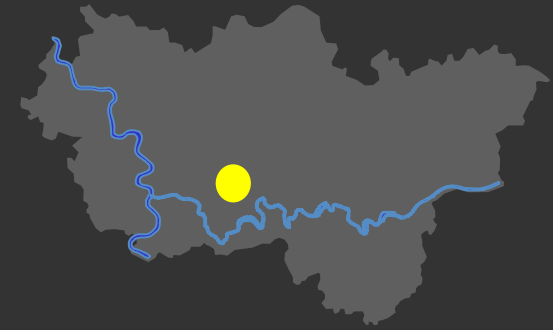
Besucherentwicklung - in Tsd.



Bädermarkt Methode Kunden Angebote Perspektiven

Bädermarkt Ruhr 2007

Besucherbefragung



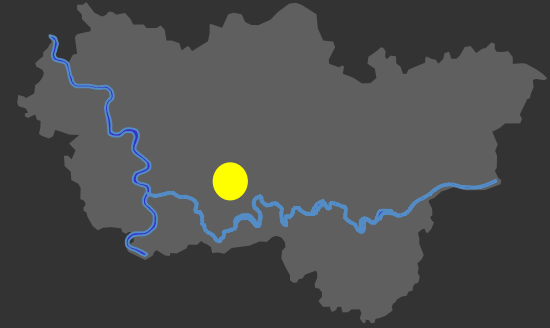
Friedrich-
Wennmann
2007



Regionalverband Ruhr

Bädermarkt Ruhr 2007

Methode

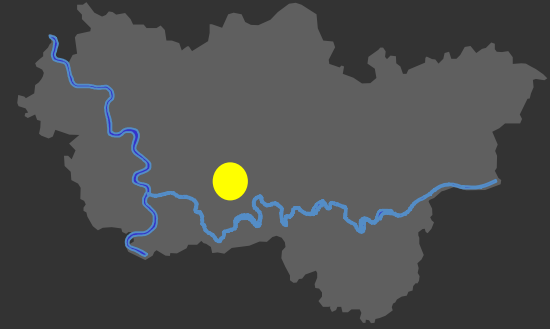


Friedrich-
Wennmann
2007

- ➔ Besucherbefragung
- ➔ 505 Interviews nach dem Badbesuch
- ➔ 26. – 29. Juli 2007
- ➔ Vergleich Freizeitbäder

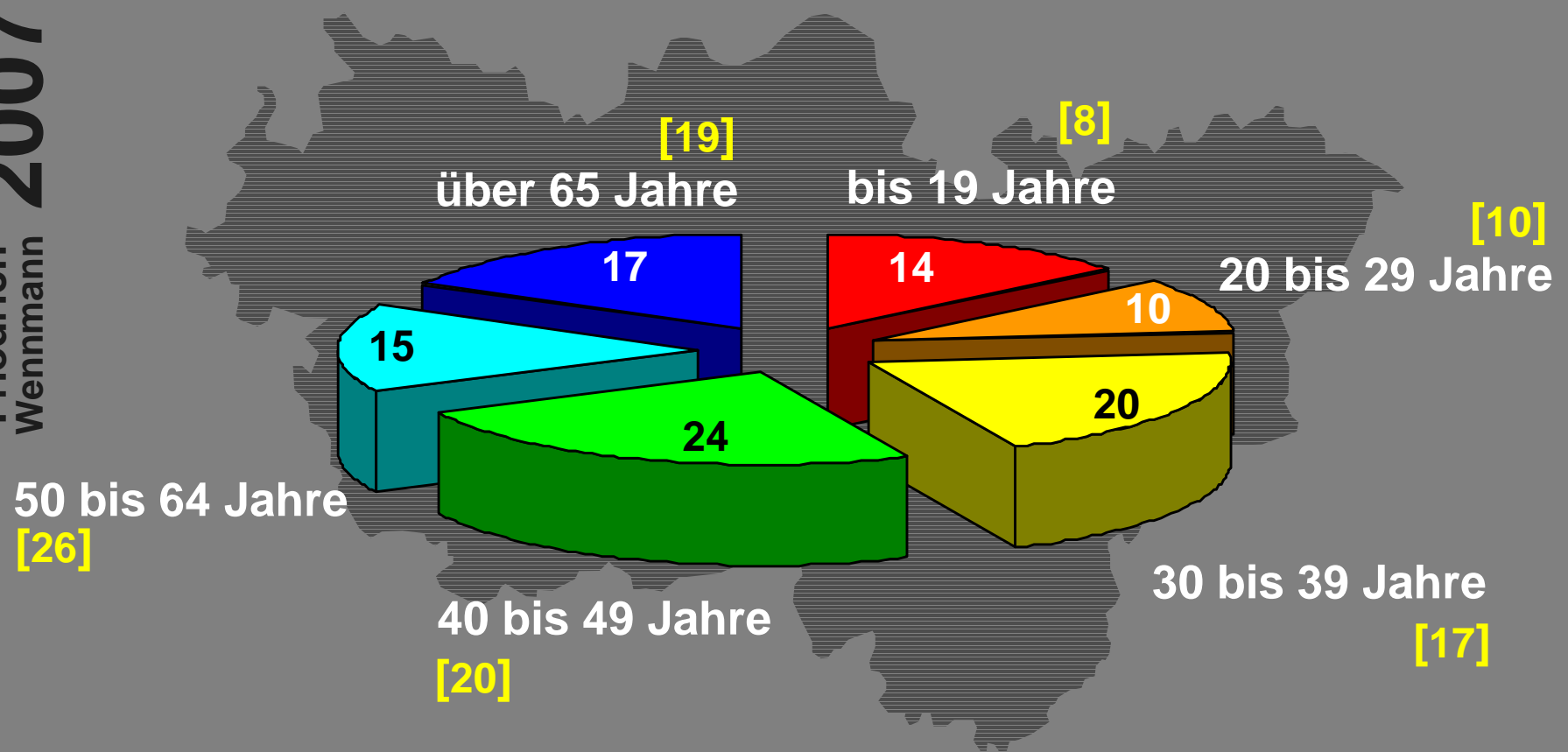
[18]

Bädermarkt Ruhr 2007

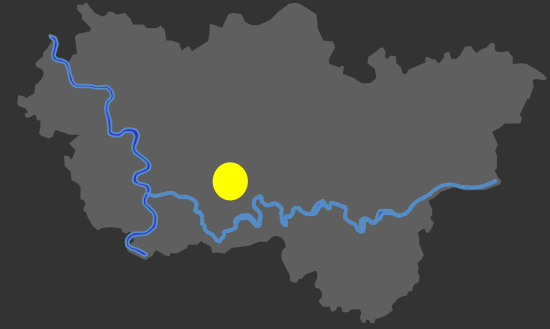


Alter in %

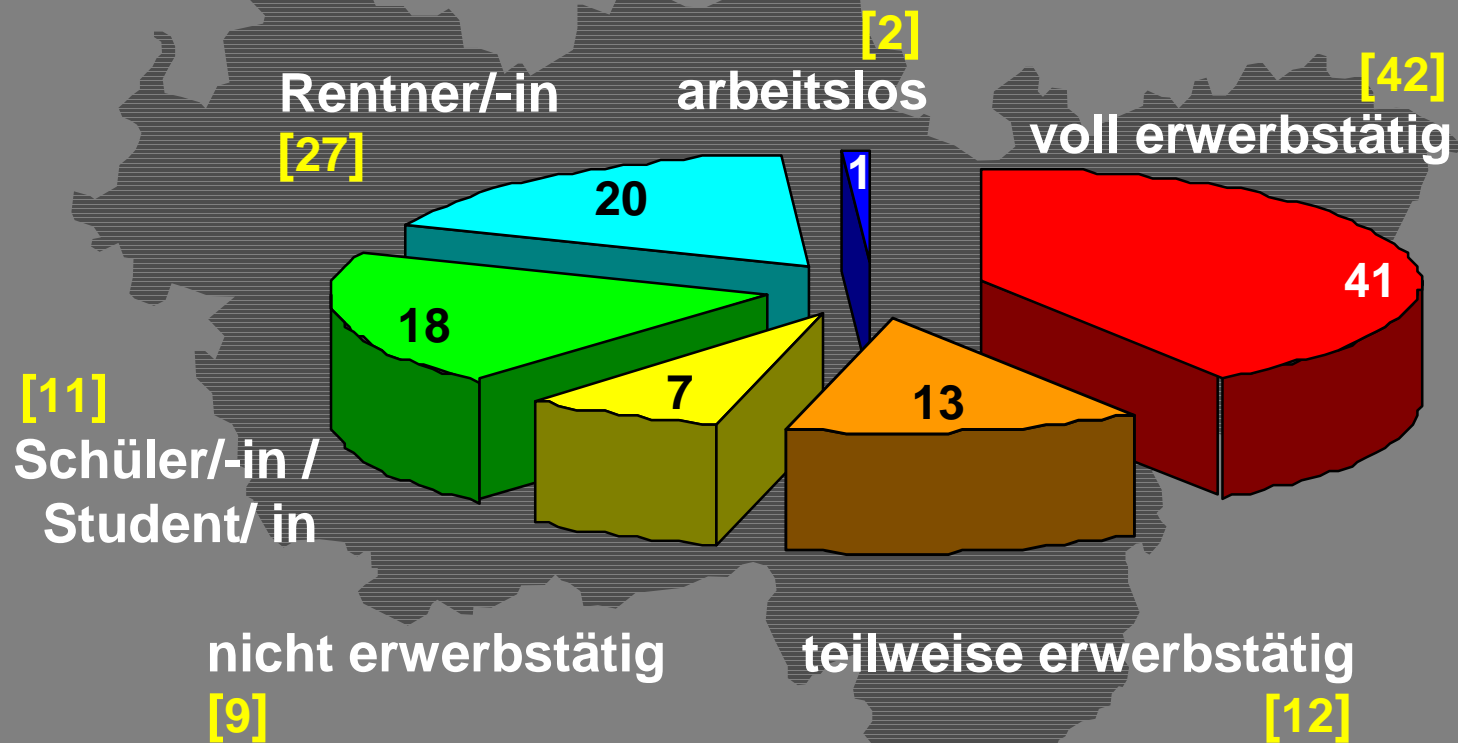
Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Ruhr 2007

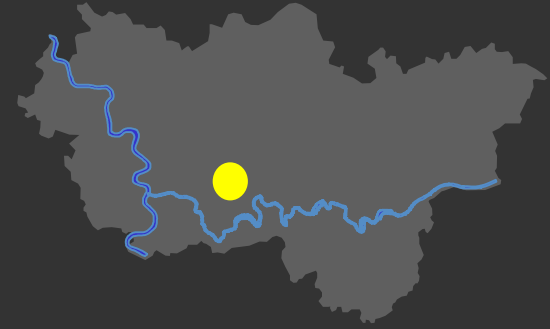


Erwerb in %

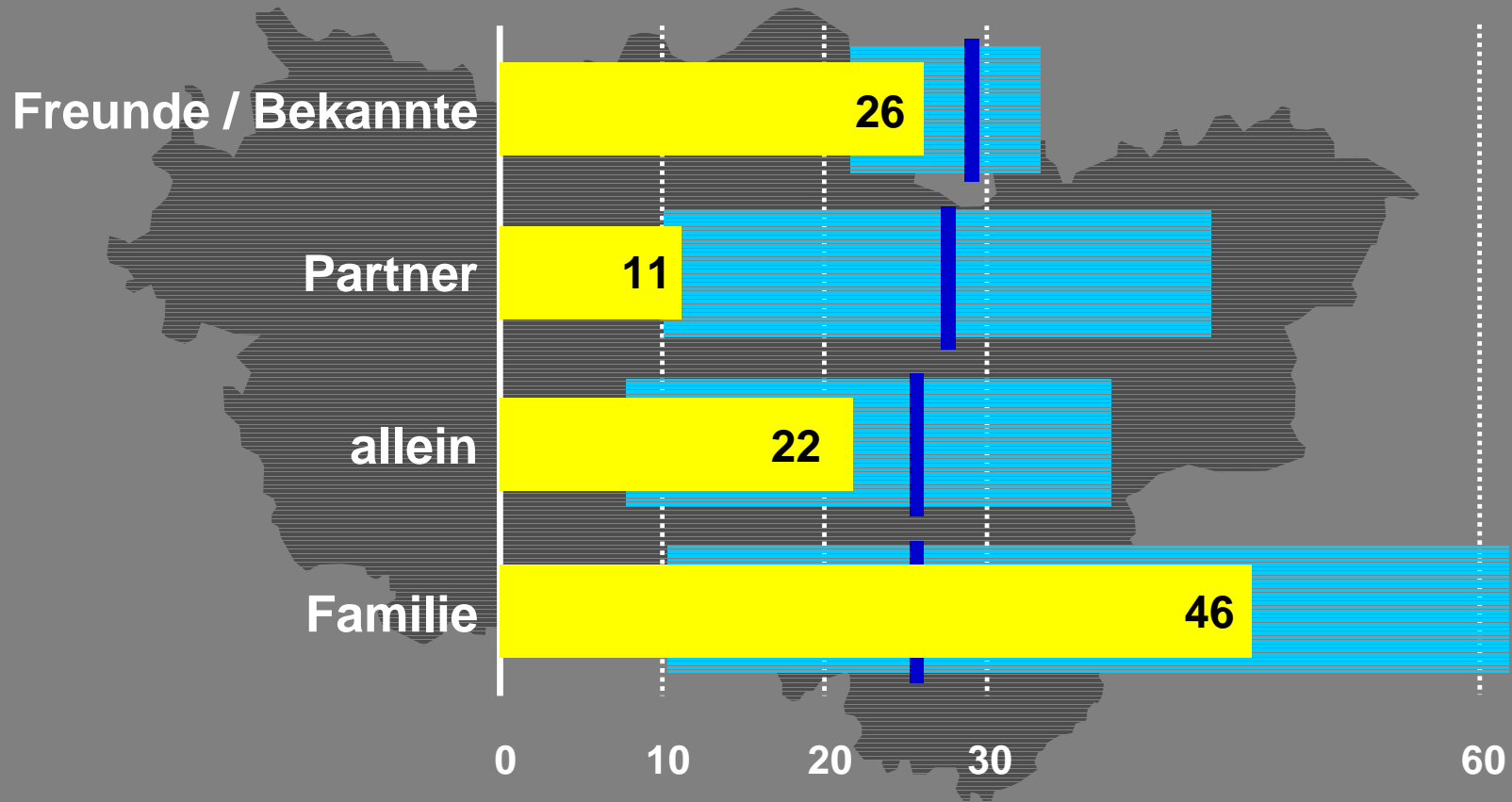


Bädermarkt Ruhr 2007

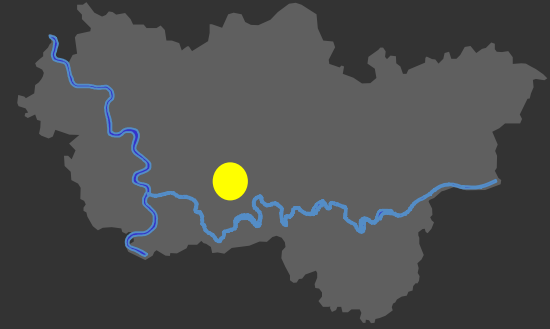
Begleitung in %



Friedrich-
Wennmann
2007

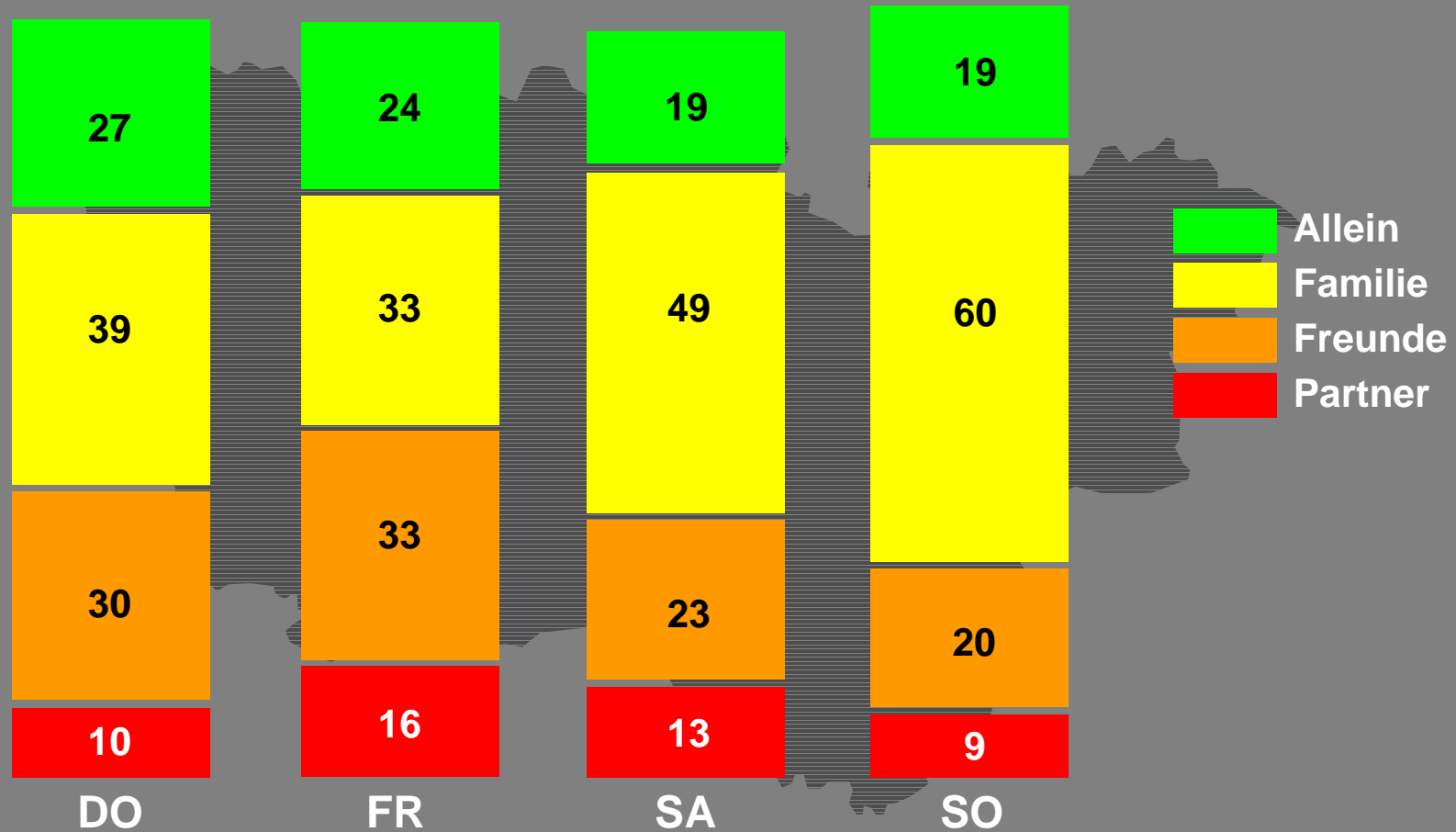


Bädermarkt Ruhr 2007



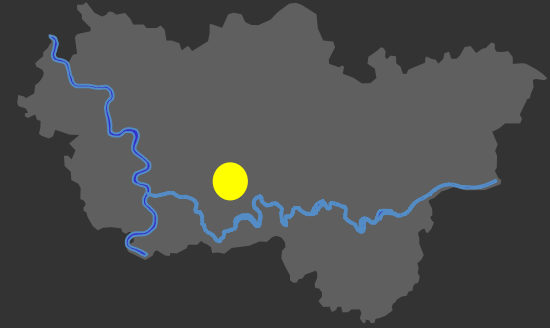
Begleitung nach Wochentagen in % der Nennungen

Friedrich-
Wennmann
2007



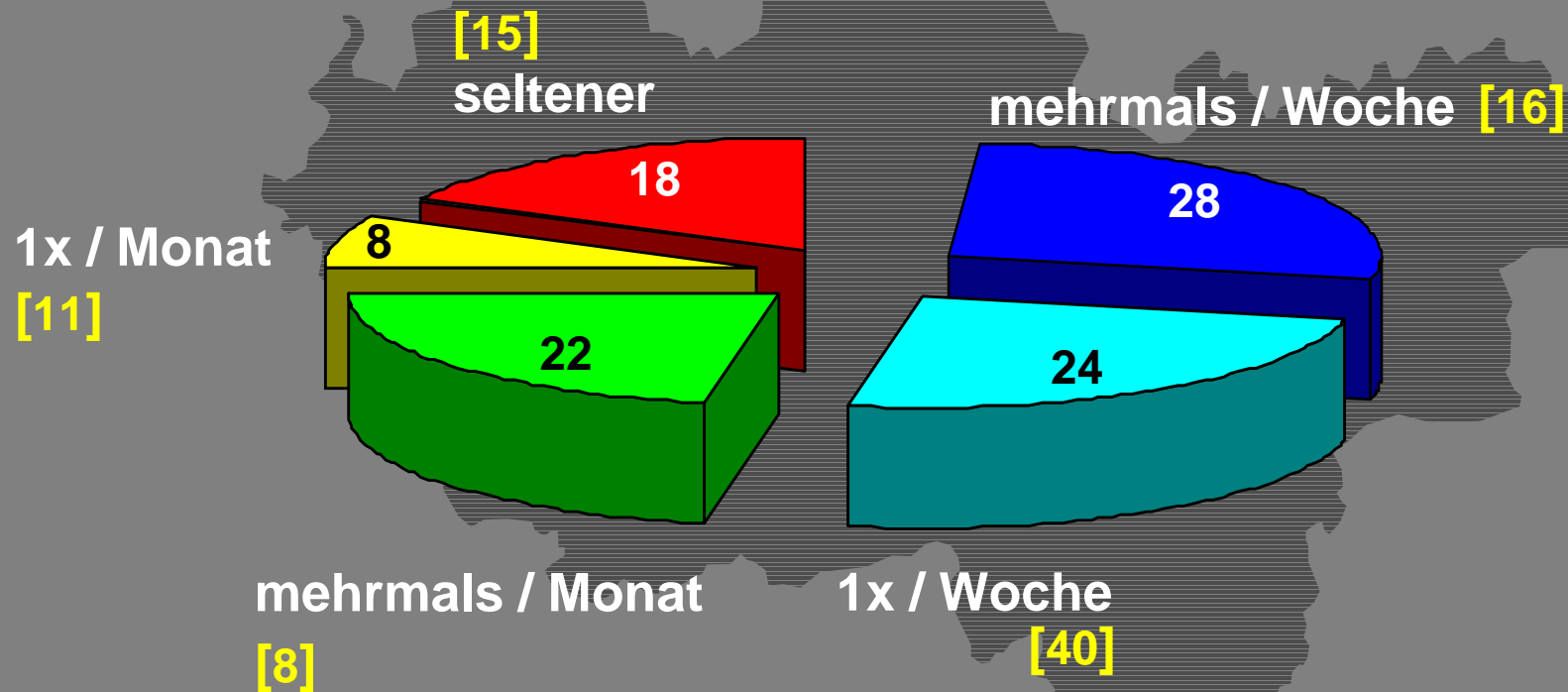
Bädermarkt Ruhr 2007

Besuchshäufigkeit in %



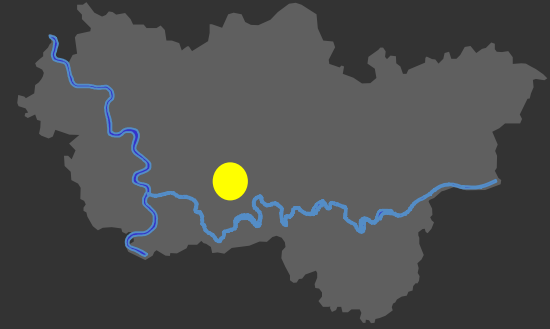
Ganzjährig: 84%

Erstkunden: 5% [5]

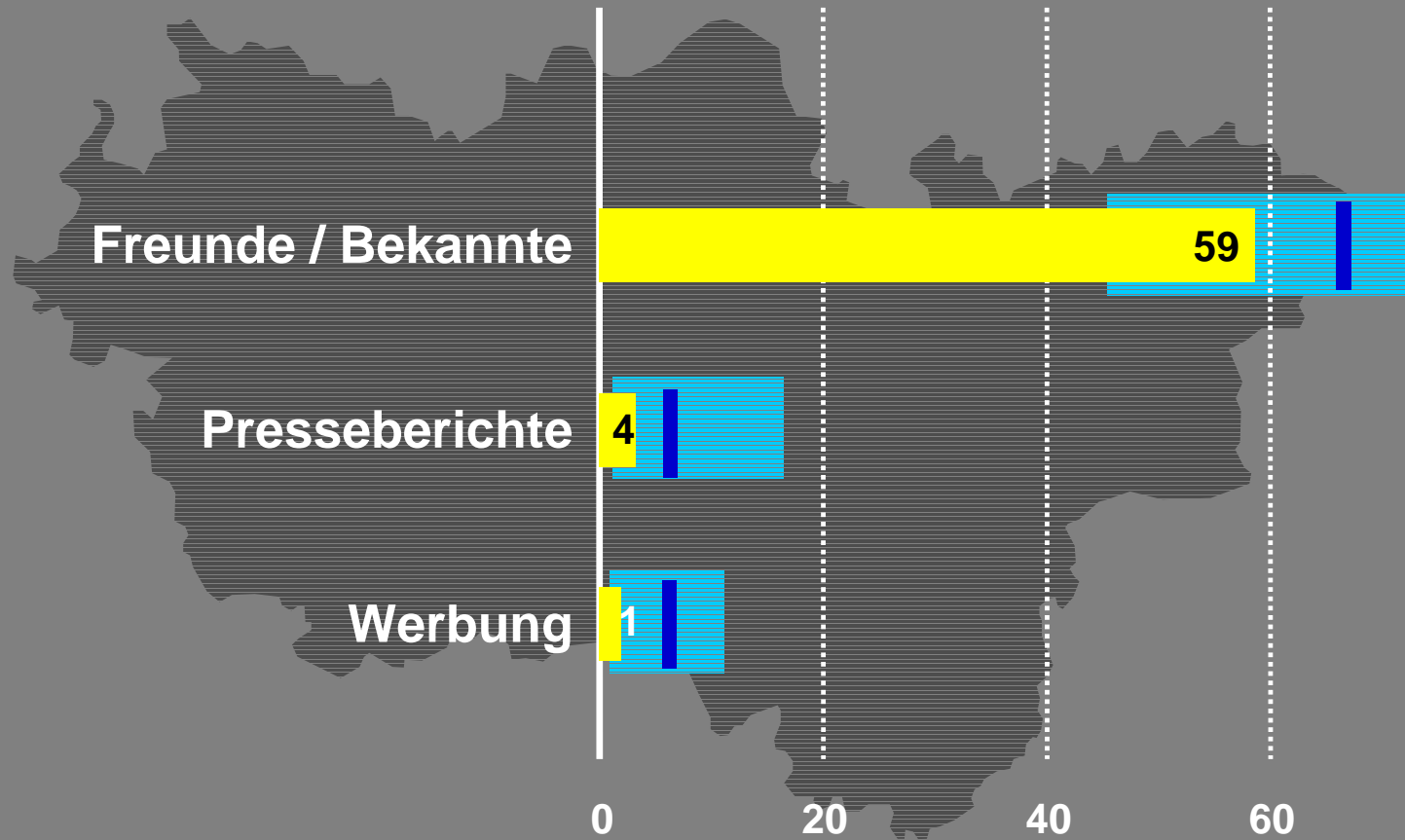


Bädermarkt Ruhr 2007

Besuchsentscheidende Information - in %

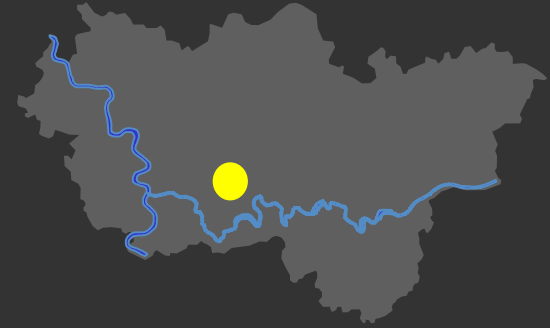


Friedrich-
Wennmann
2007

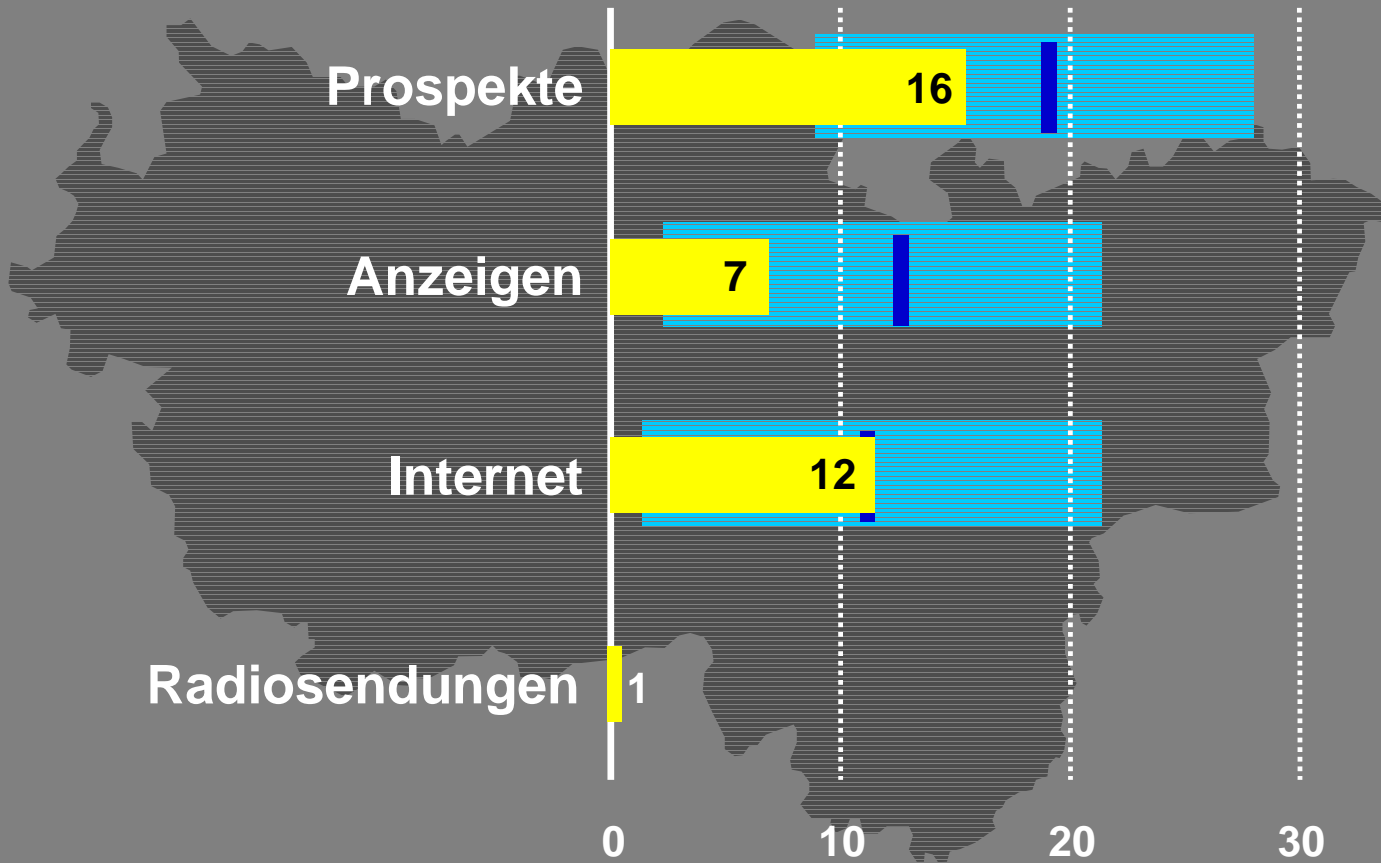


Bädermarkt Ruhr 2007

Wahrgenommene Werbung - in %

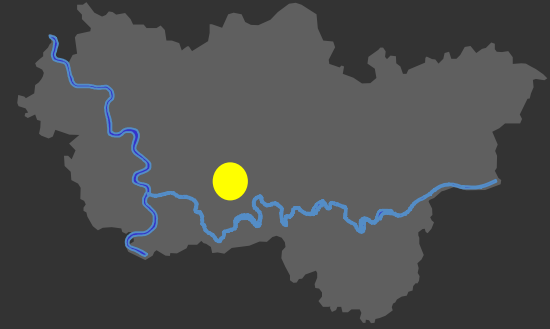


Friedrich-
Wennmann
2007

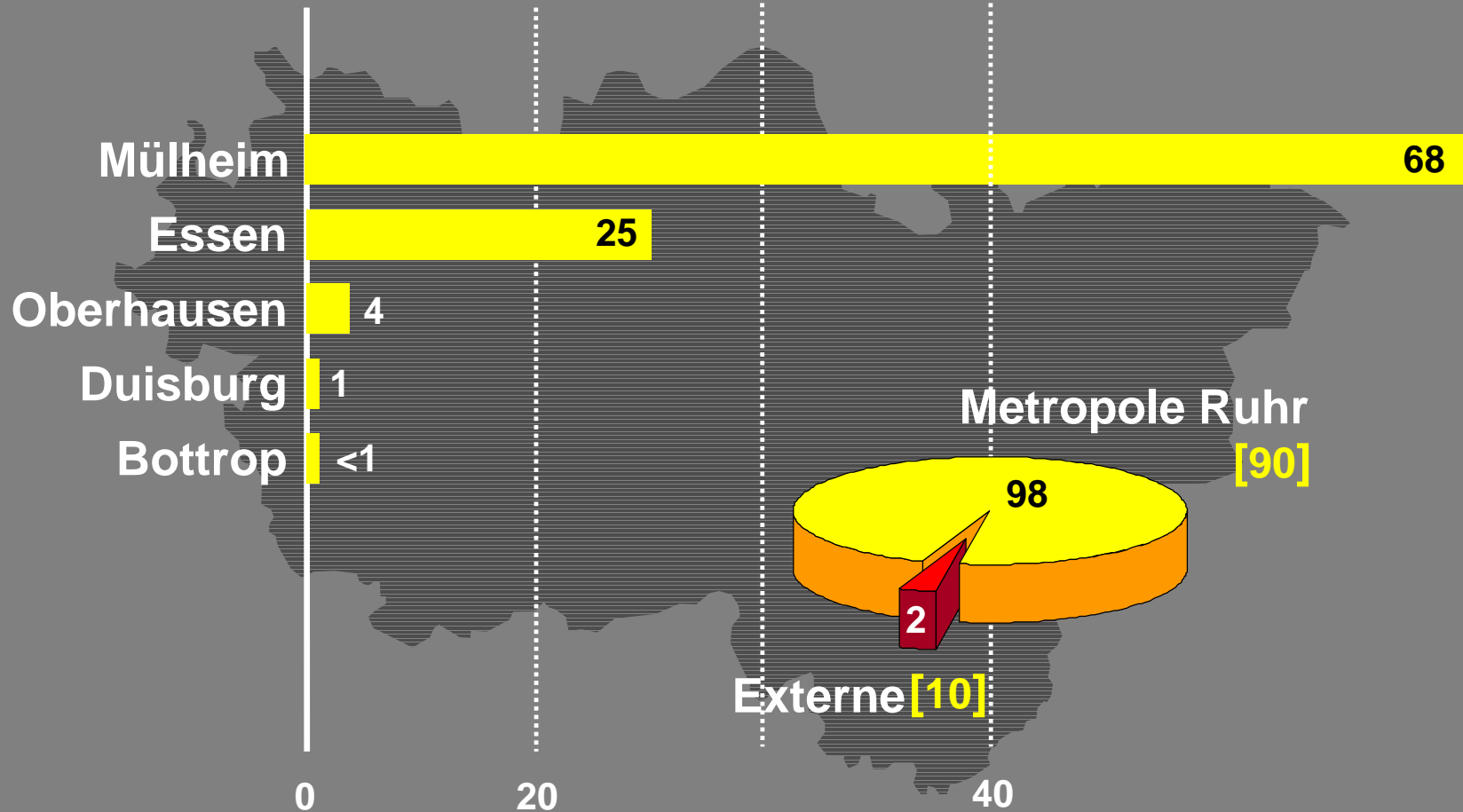


Bädermarkt Ruhr 2007

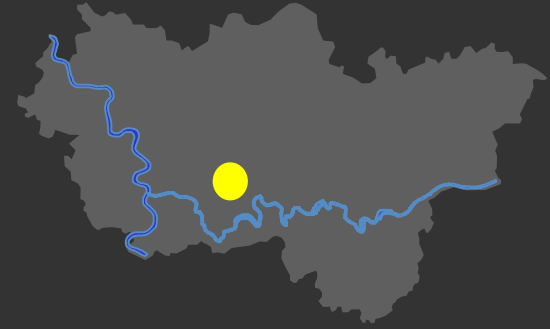
Herkunft in % - Region



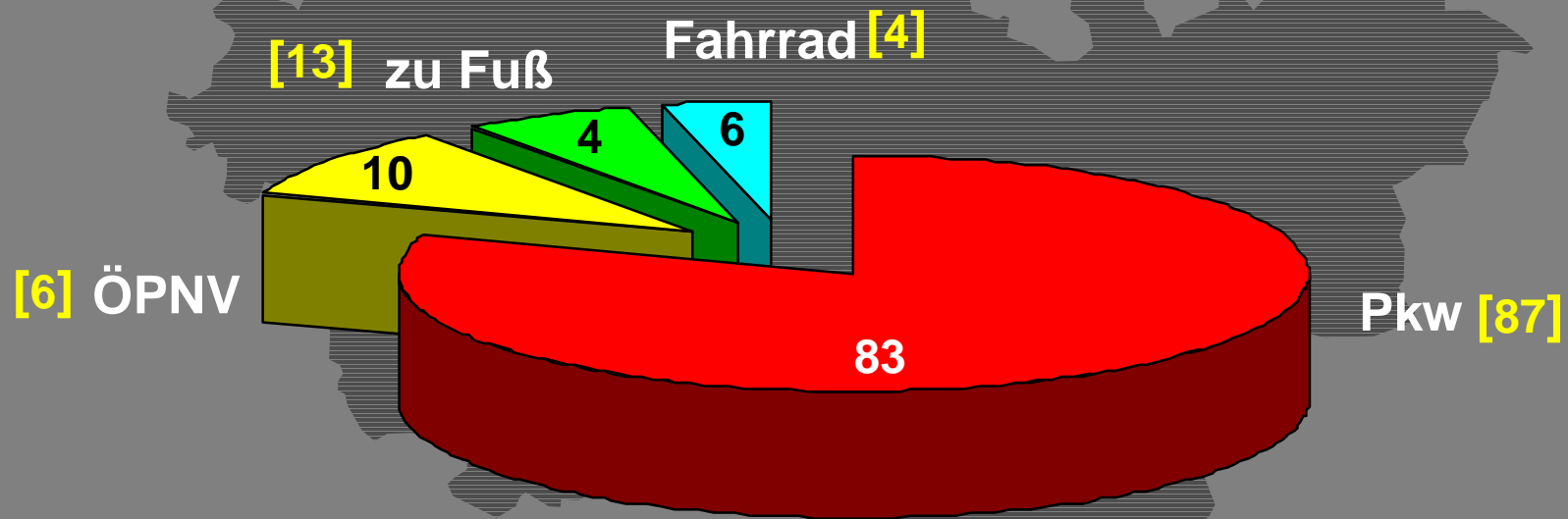
Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Ruhr 2007



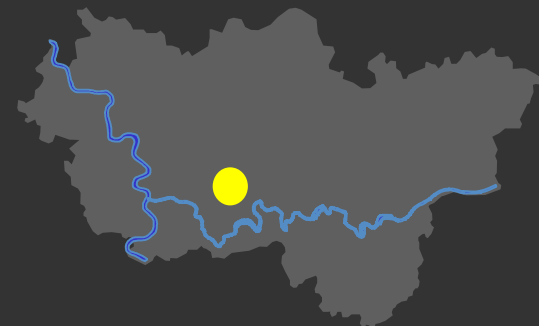
Verkehrsmittel in %



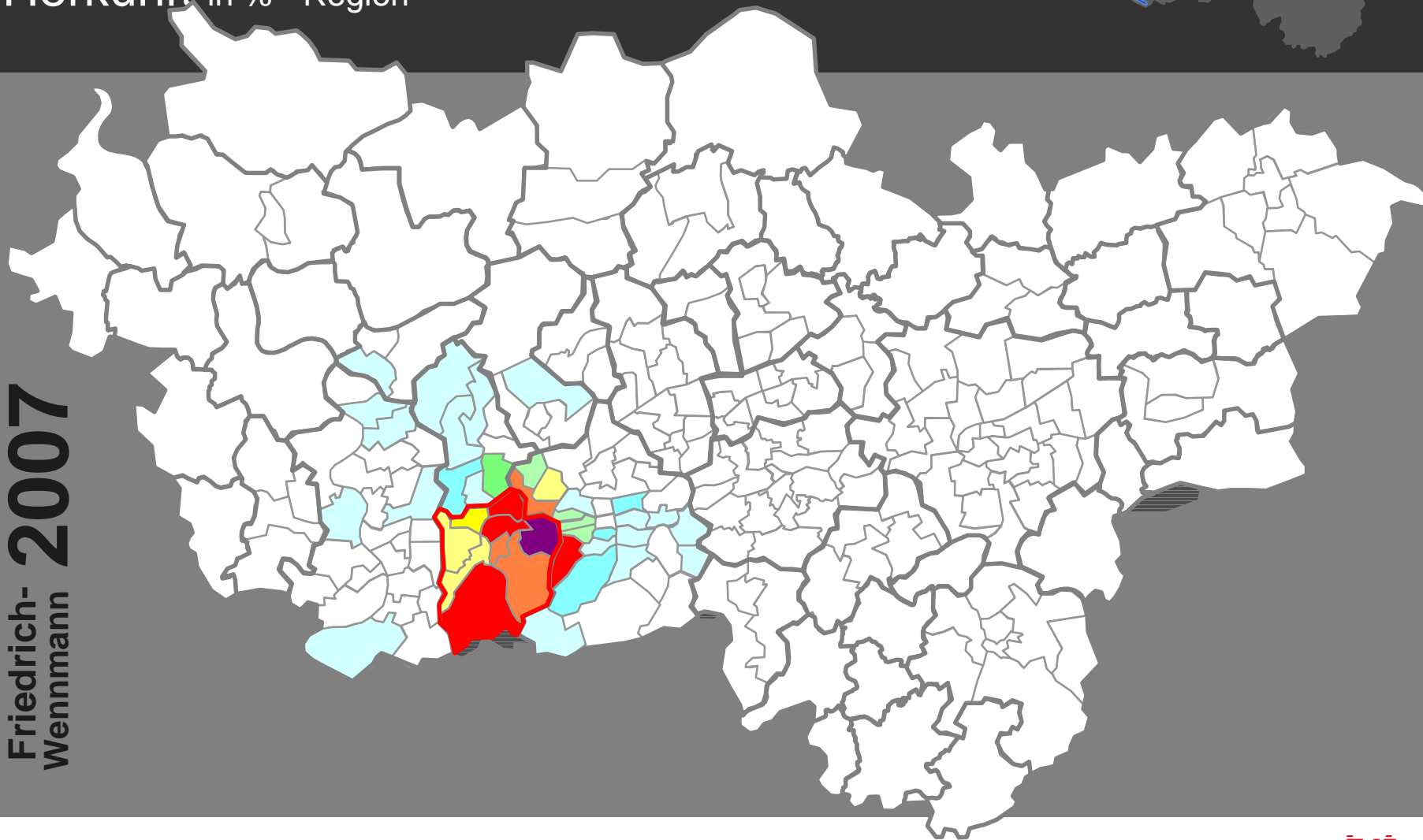
Bädermarkt Methode **Kunden** Angebote Perspektiven

Bädermarkt Ruhr 2007

Herkunft in % - Region



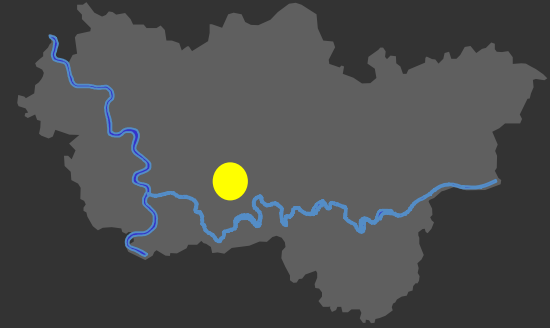
Friedrich-
Wennmann
2007



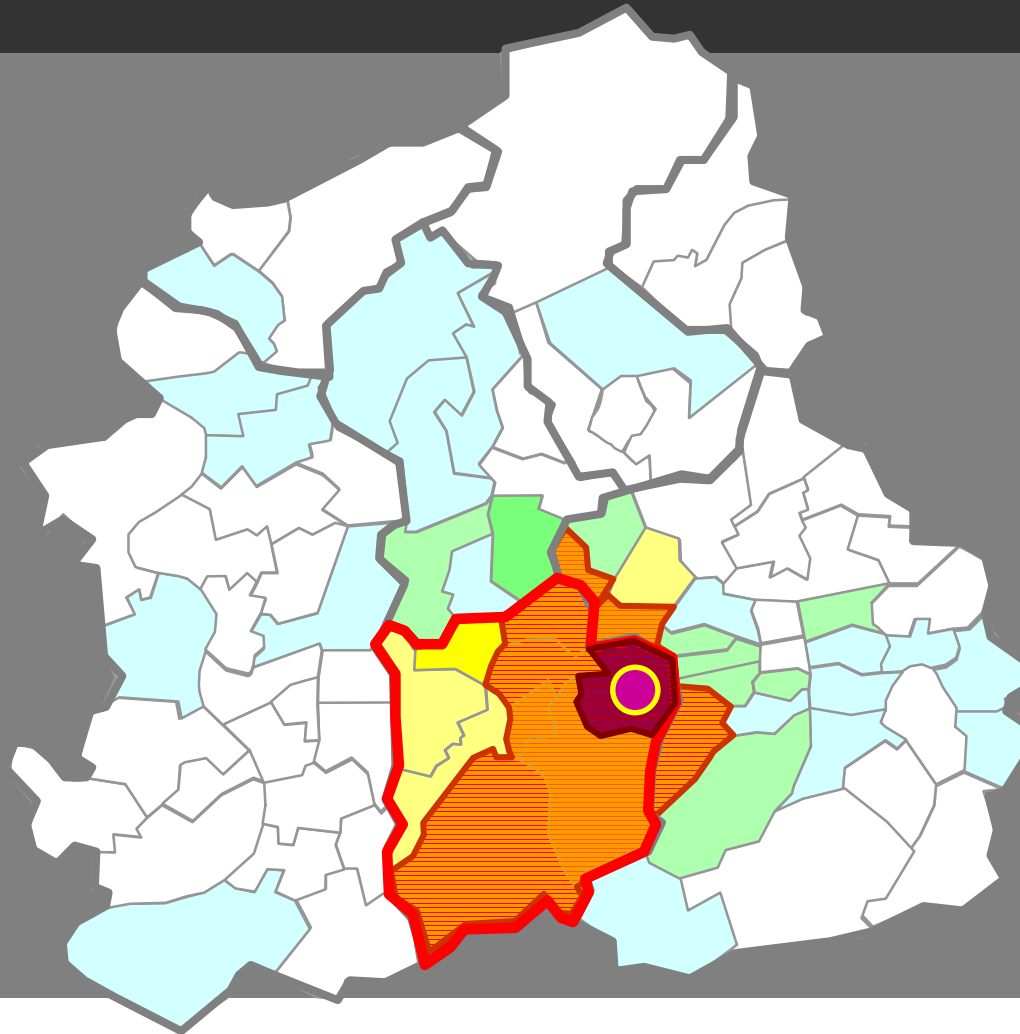
Regionalverband Ruhr

Bädermarkt Ruhr 2007

Herkunft in % - Mülheim⁺



Friedrich-
Wennmann
2007



➔ **Stadtteil**

>20

➔ **Bezirk⁺**

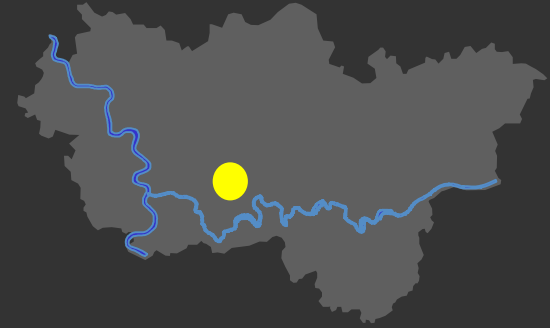
< 10 <7,5

➔ **Gesamtstädtisch⁺**

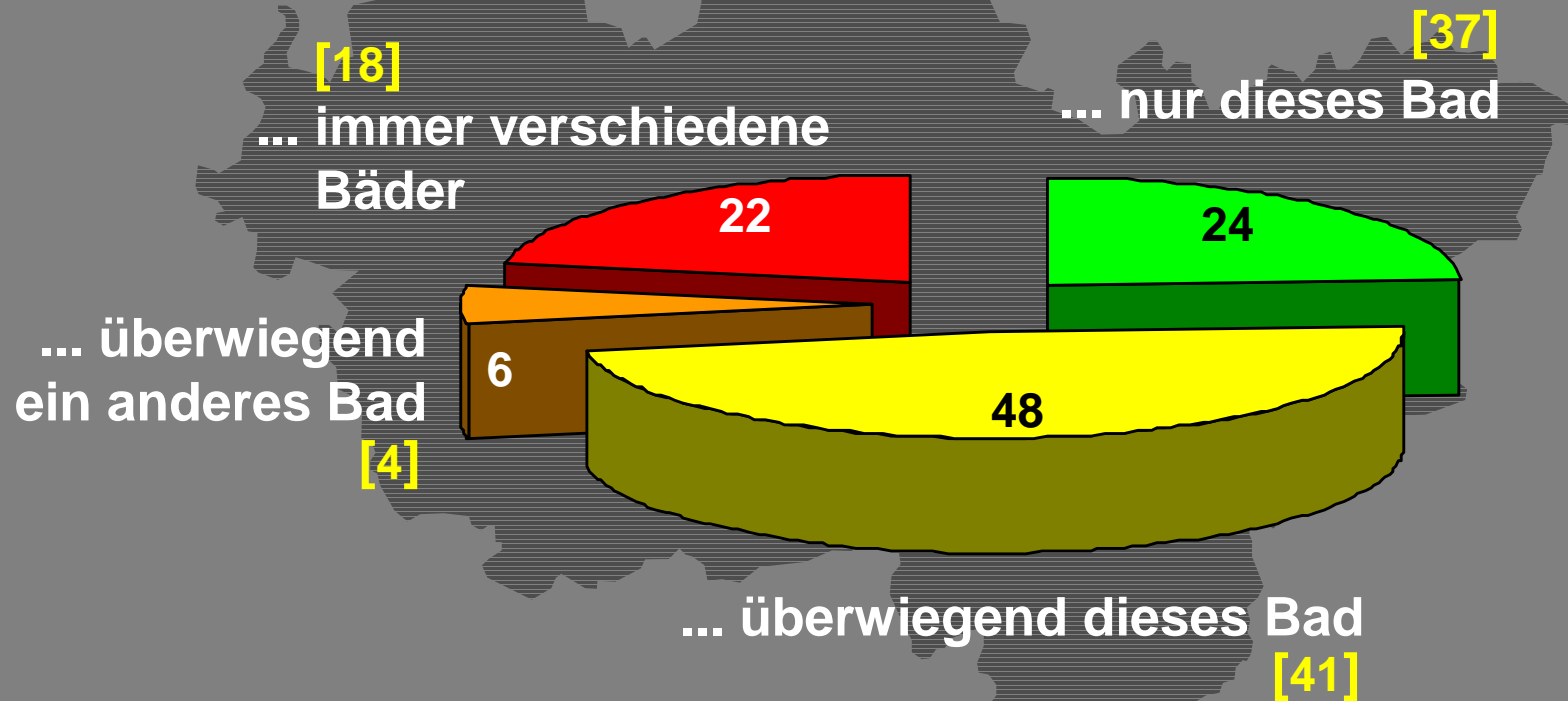
< 5 < 3 < 2 < 1

Bädermarkt Ruhr 2007

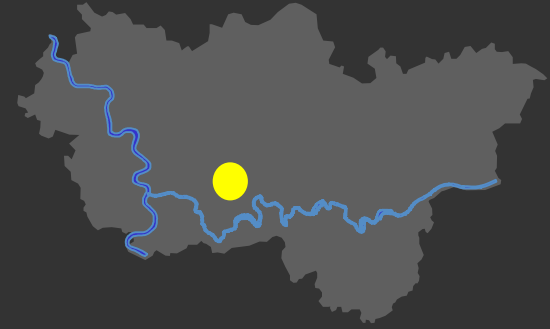
Besuch anderer Bäder in %



Ich nutze ...

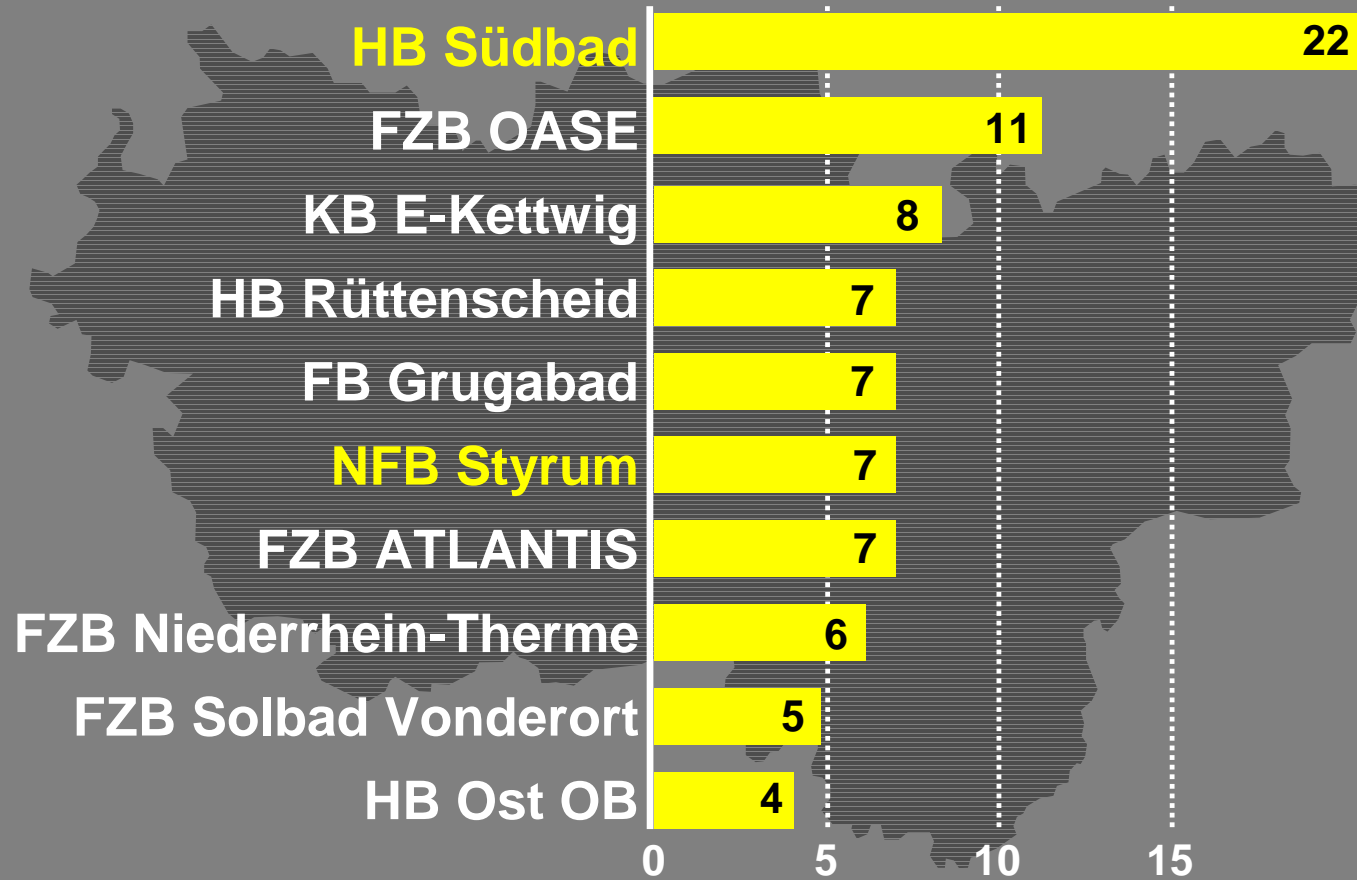


Bädermarkt Ruhr 2007



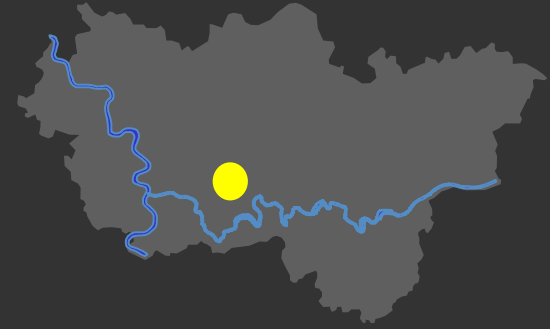
Besuch anderer Bäder - letzte 12 Monate Top 10 in %

Friedrich-
Wennmann
2007

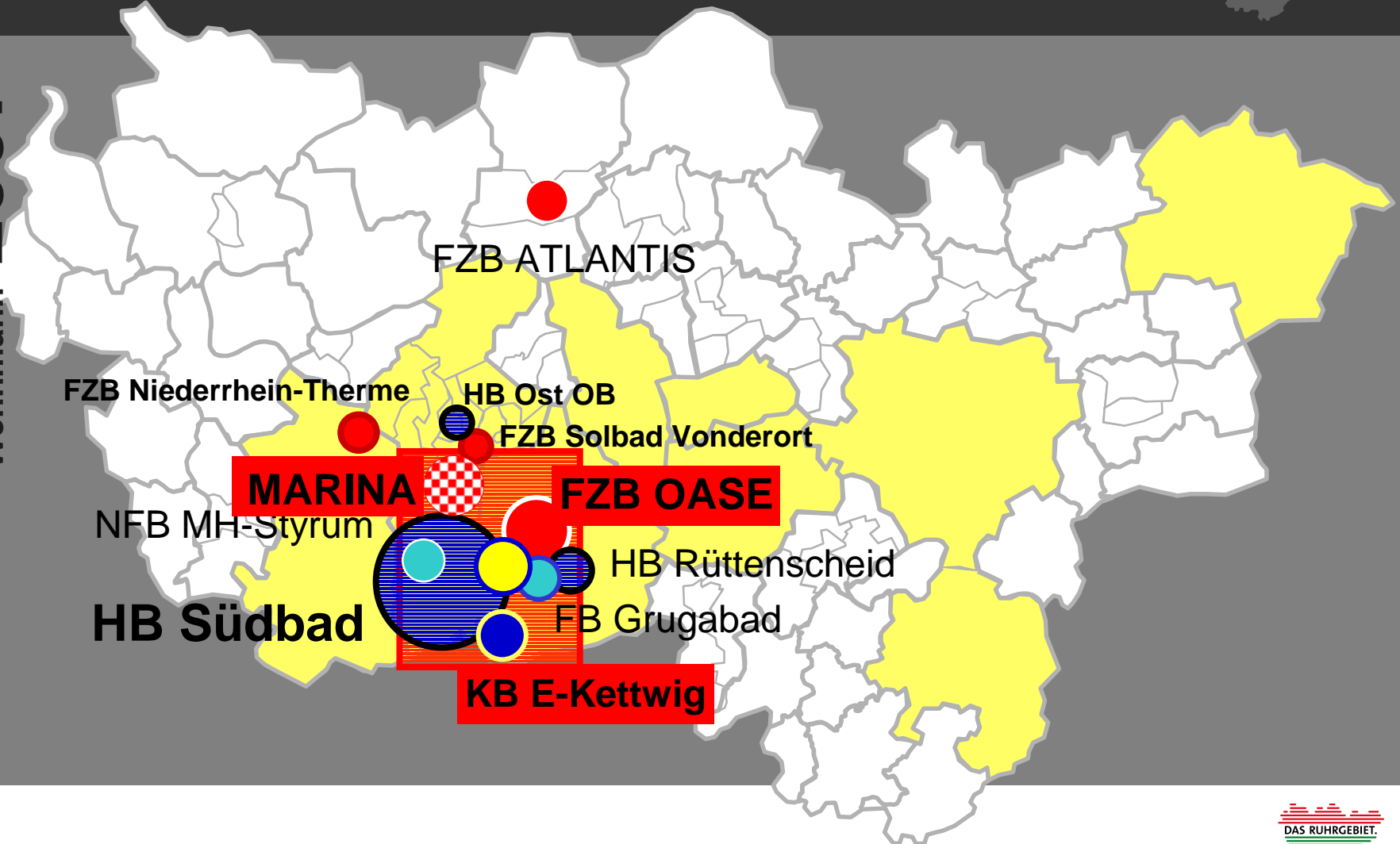


Bädermarkt Ruhr 2007

Mitbewerber



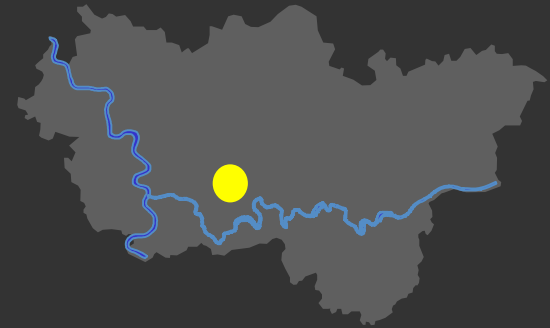
Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Methode Kunden **Angebote** Perspektiven

Bädermarkt Ruhr 2007

Angebote

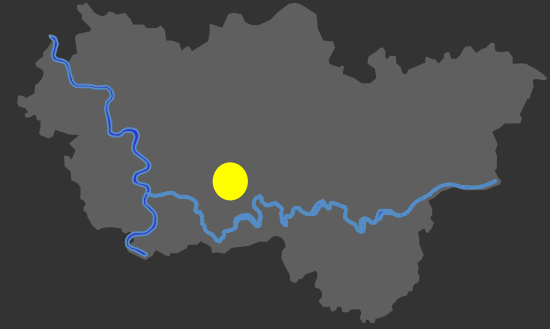


Friedrich-
Wennmann
2007



Regionalverband Ruhr

Bädermarkt Ruhr 2007

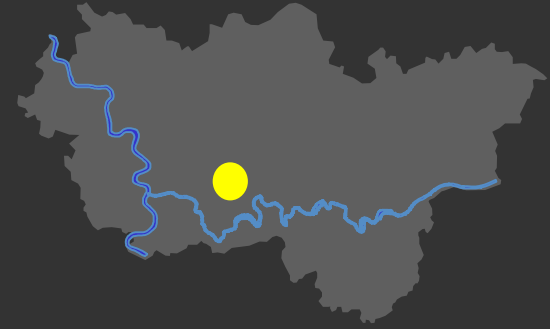


Vorzüge Top 10 in %

Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Ruhr 2007

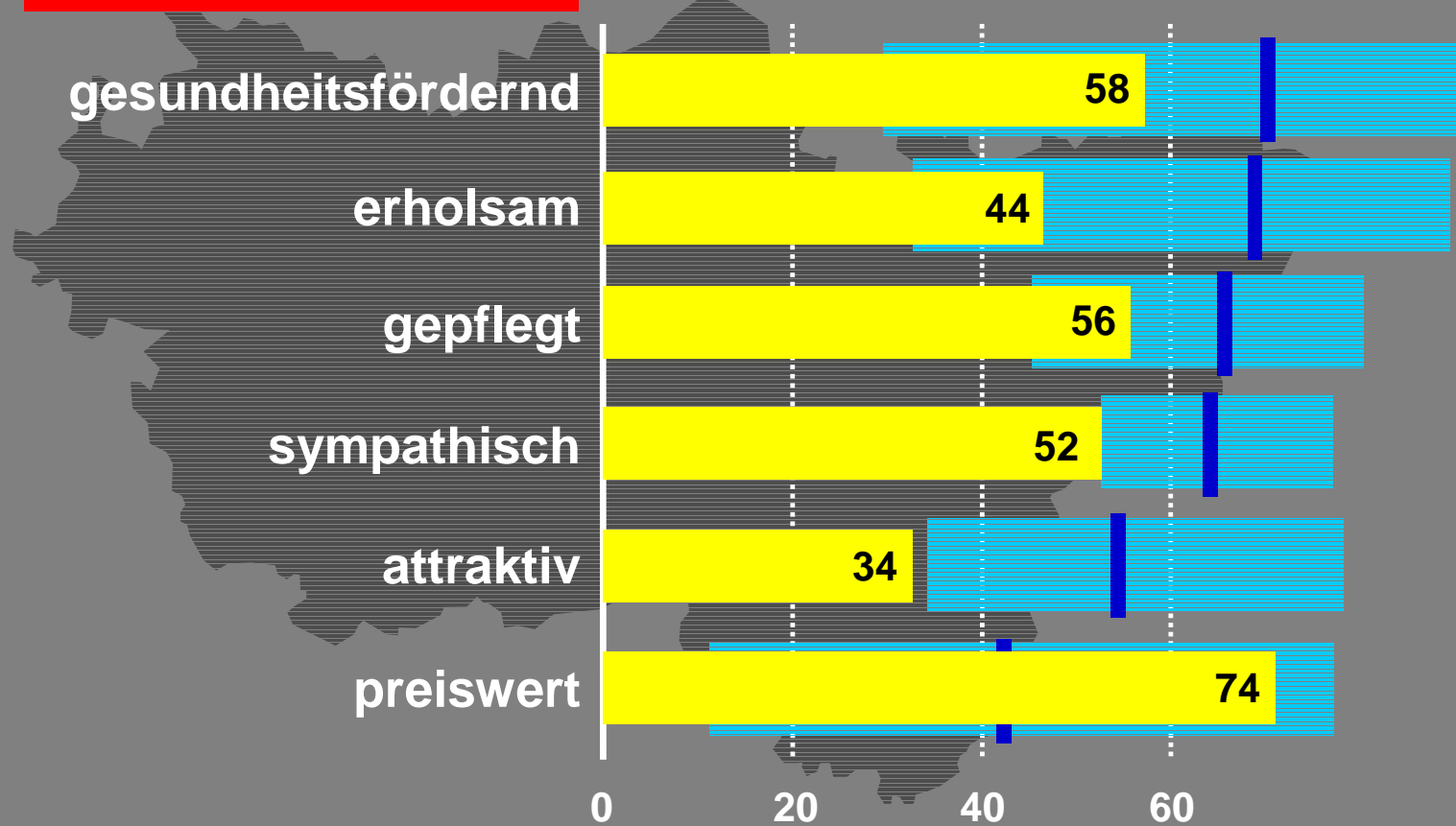


Eigenschaften „trifft voll zu“ in %

Friedrich-
Wennmann
2007

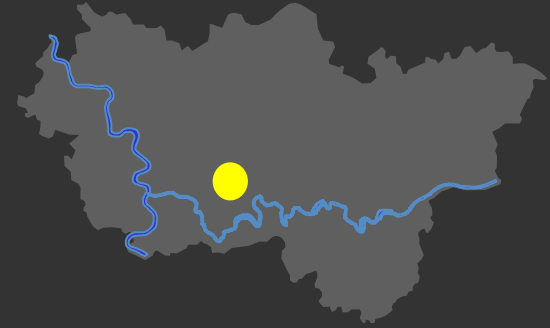
familienfreundlich: 72%

Das Friedrich-Wennmann-Bad ist ...



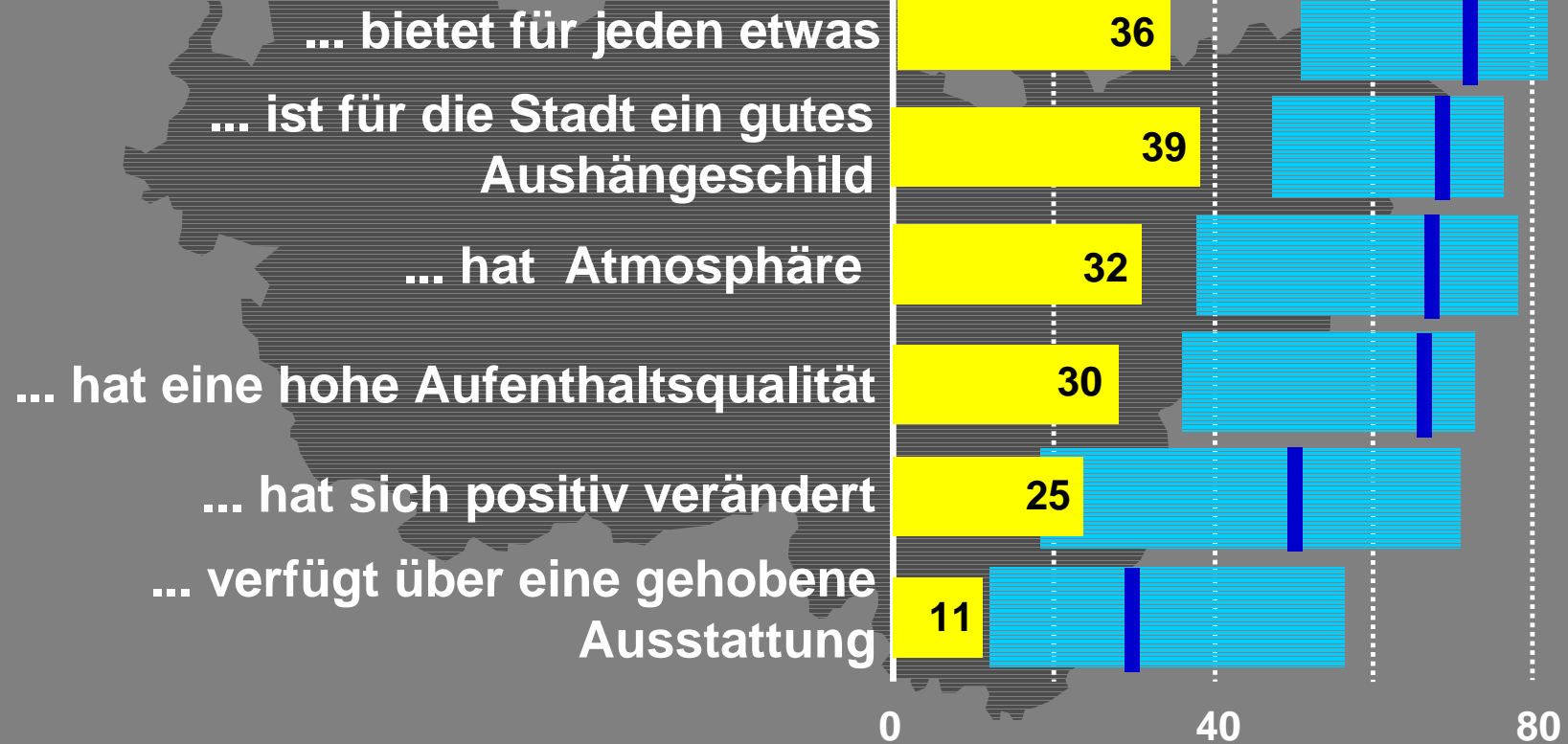
Bädermarkt Ruhr 2007

Aussagen „trifft voll zu“ in %



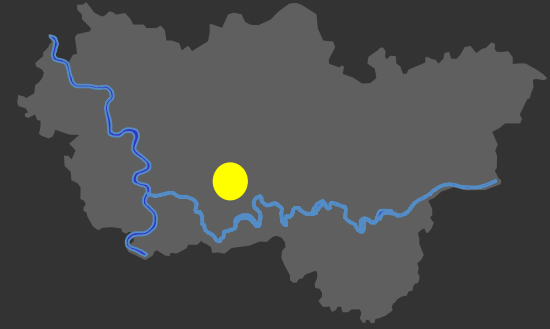
Friedrich-
Wennmann
2007

Das Friedrich-Wennmann-Bad ...

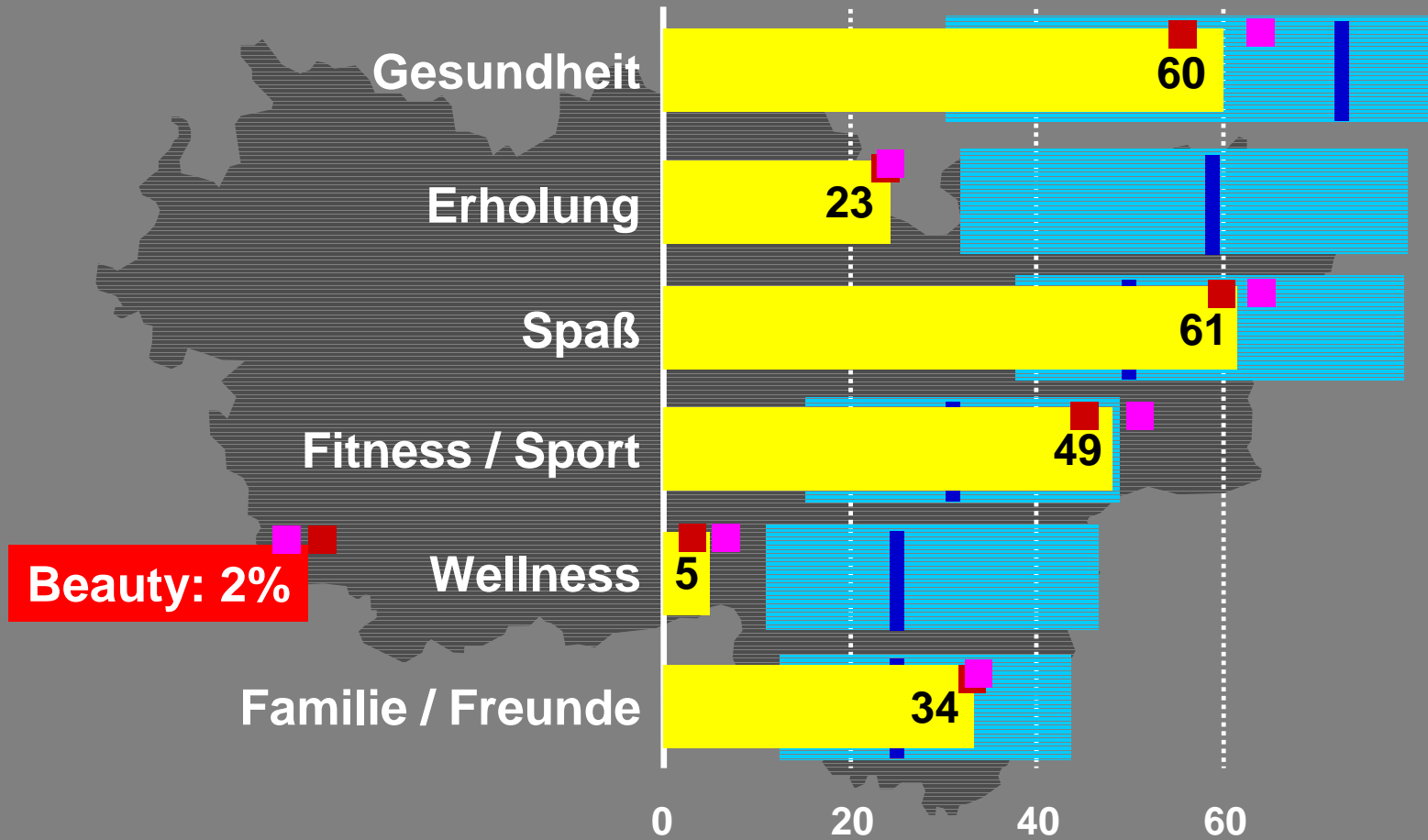


Bädermarkt Ruhr 2007

Bademotive in %

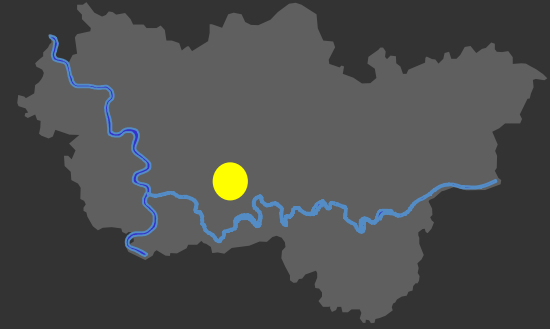


Friedrich-
Wennmann
2007



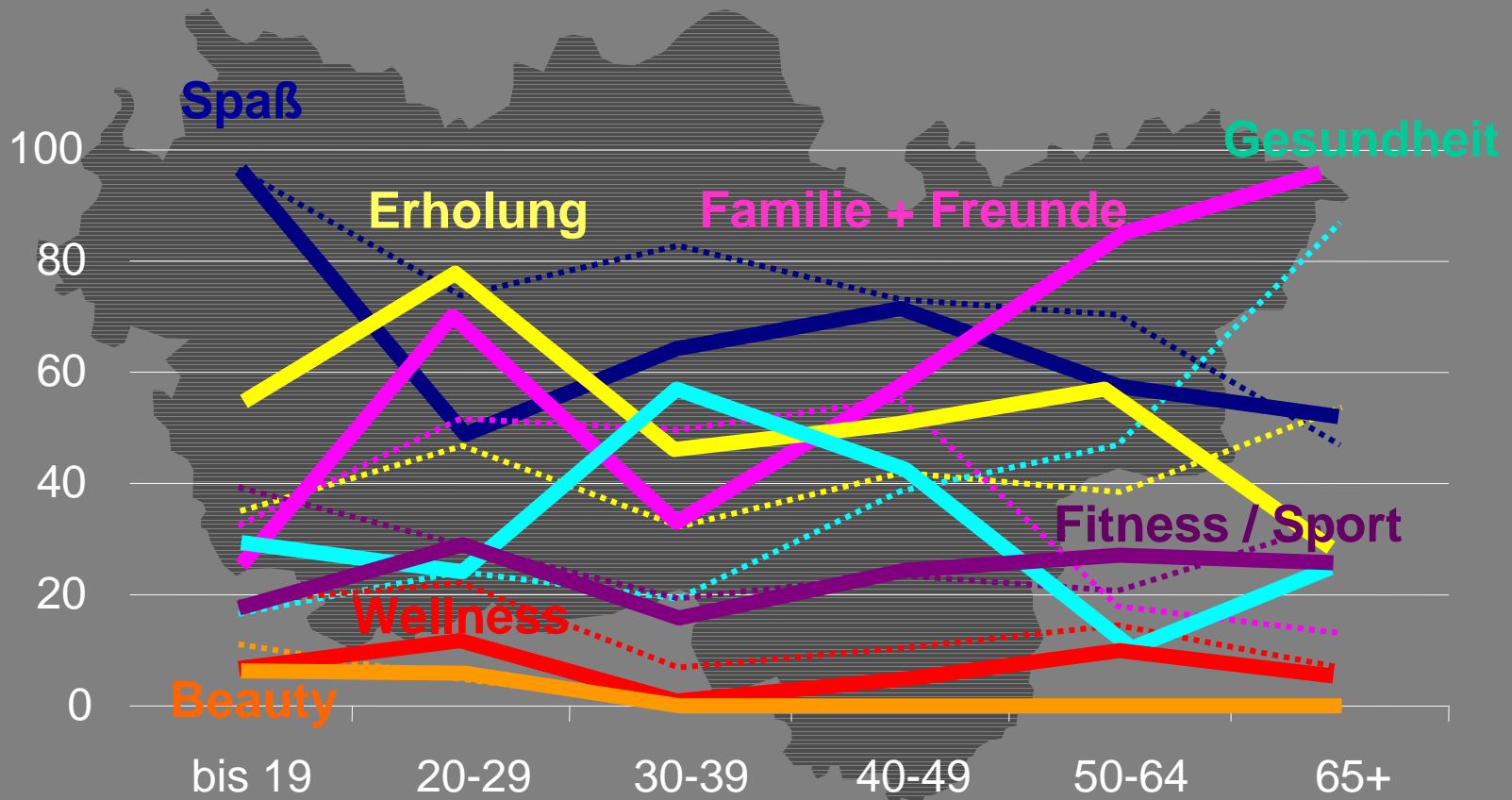
Beauty: 2%

Bädermarkt Ruhr 2007



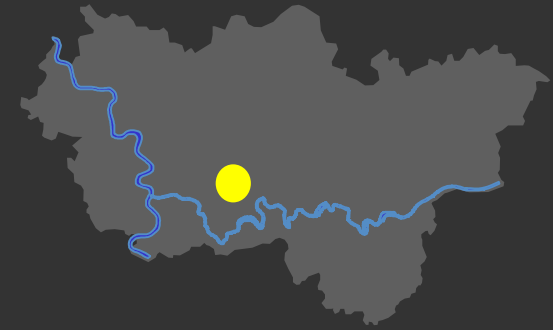
Bademotive nach Alter in %

Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Ruhr 2007

Bewertung Aspekte Mittelwert in Schulnoten



Umkleiden: 2,5

Sanitäranlagen: 2,6

Ausstattung: 2,7

Öffnungszeiten

Erreichbarkeit

Wassertemperatur

Personal / Service

Sauna-Aufgüsse

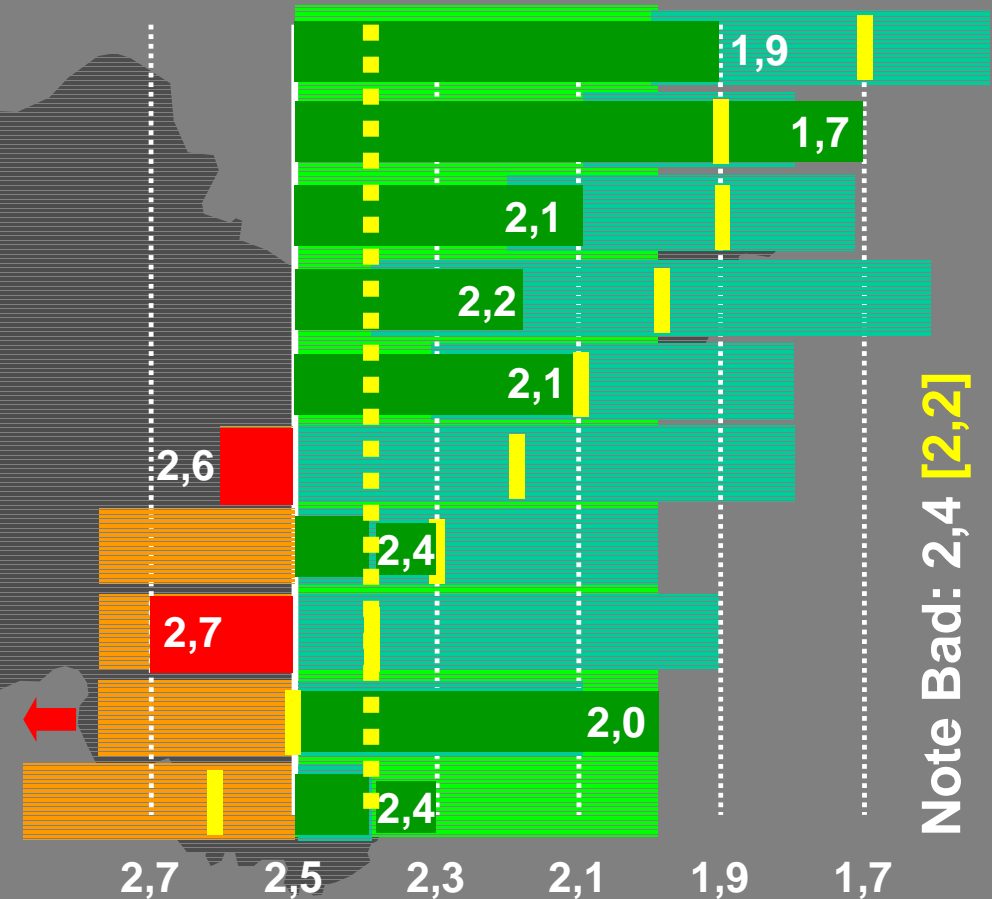
Atmosphäre / Gestaltung

Schwimmmöglichkeiten

Ruhe- / Liegemöglichkeiten

Preis- / Leistungsverhältnis

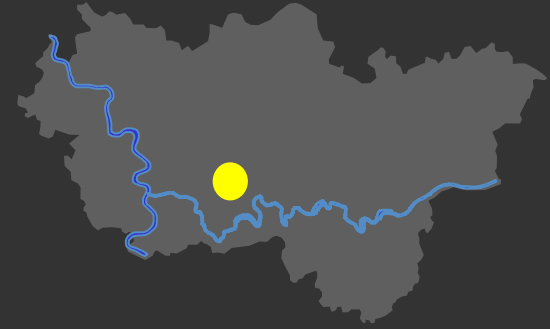
Publikum



Note Bad: 2,4 [2,2]

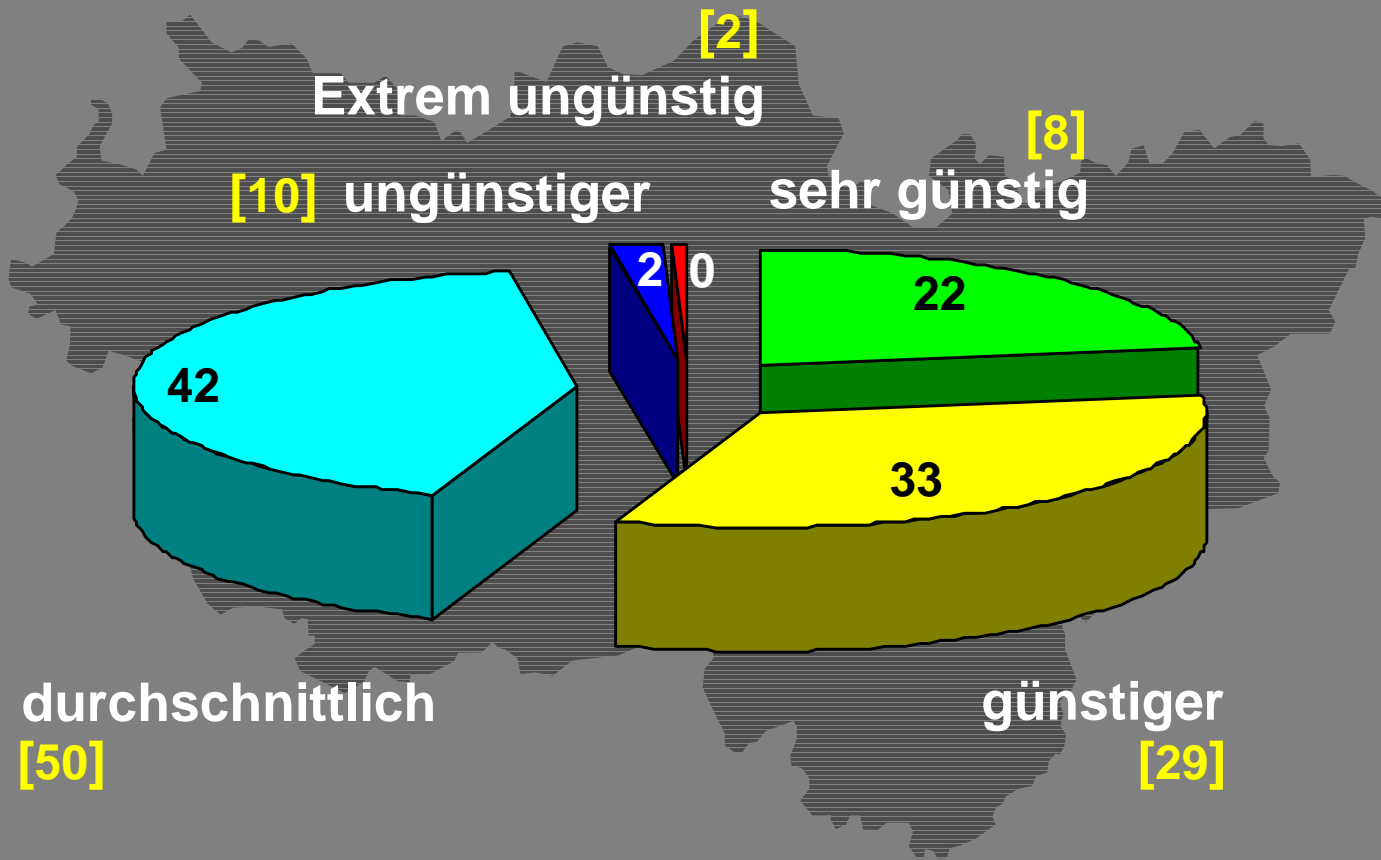
Friedrich-
Wennmann
2007

Bädermarkt Ruhr 2007



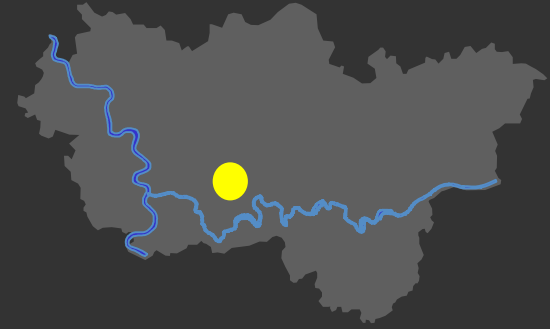
Vergleich Eintrittspreis mit anderen Bädern in %

Friedrich-
Wennmann
2007

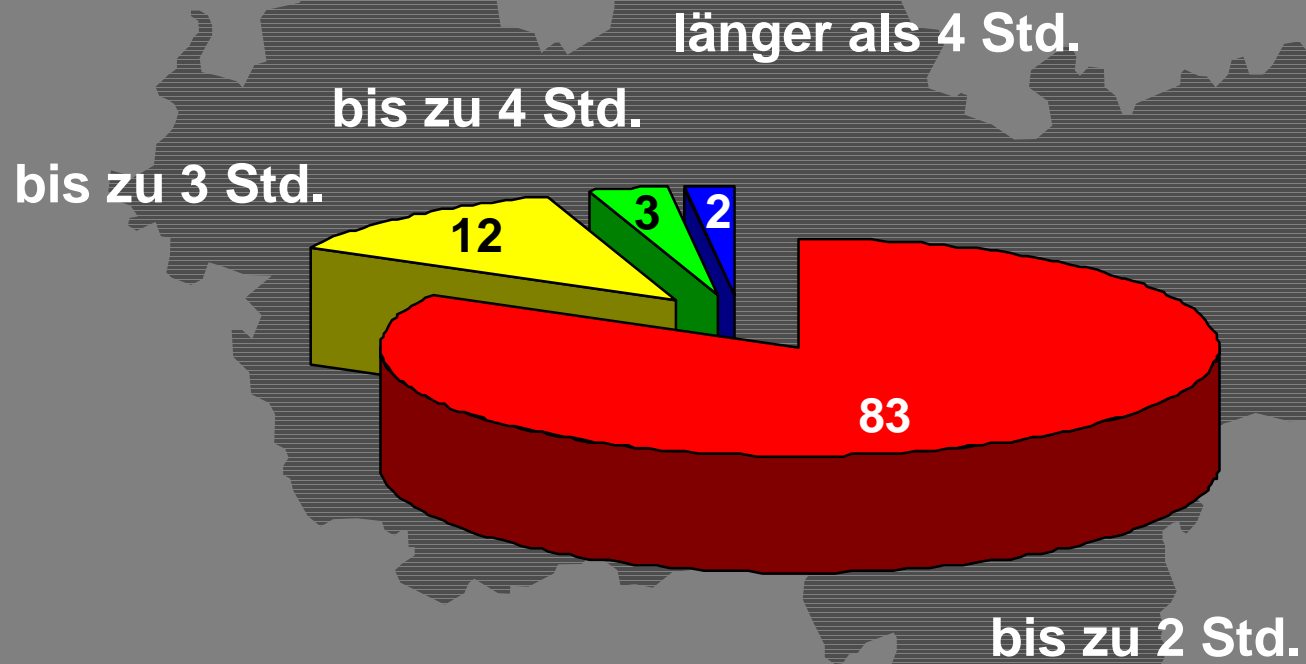


Bädermarkt Ruhr 2007

Aufenthalt in %

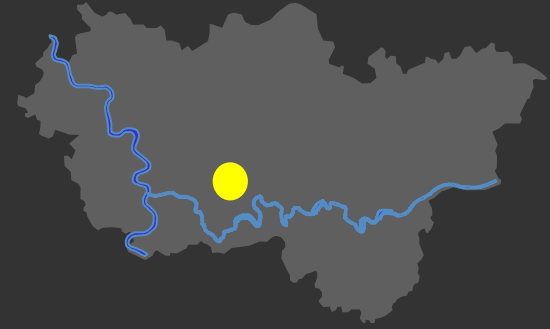


Mittel: 1,7 Std. [3,0]

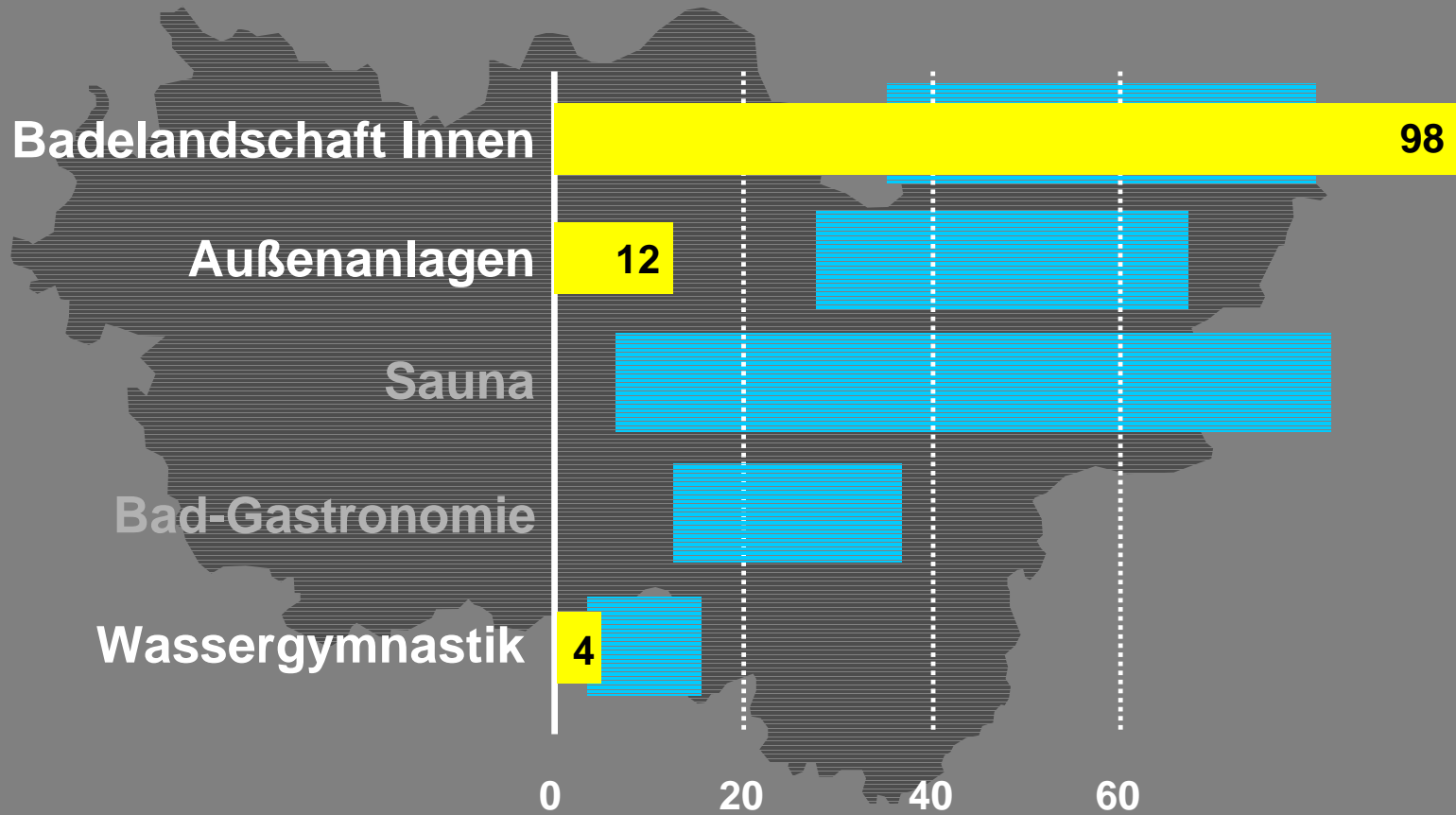


Bädermarkt Ruhr 2007

Genutzte Einrichtungsteile Bereiche in %

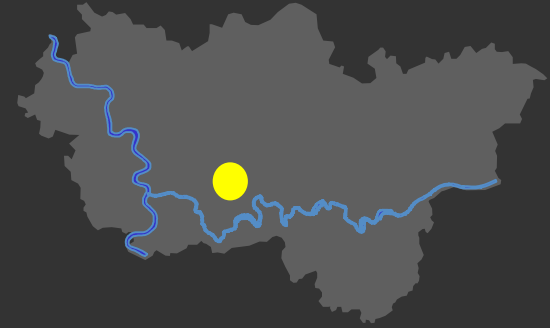


Friedrich-
Wennmann
2007

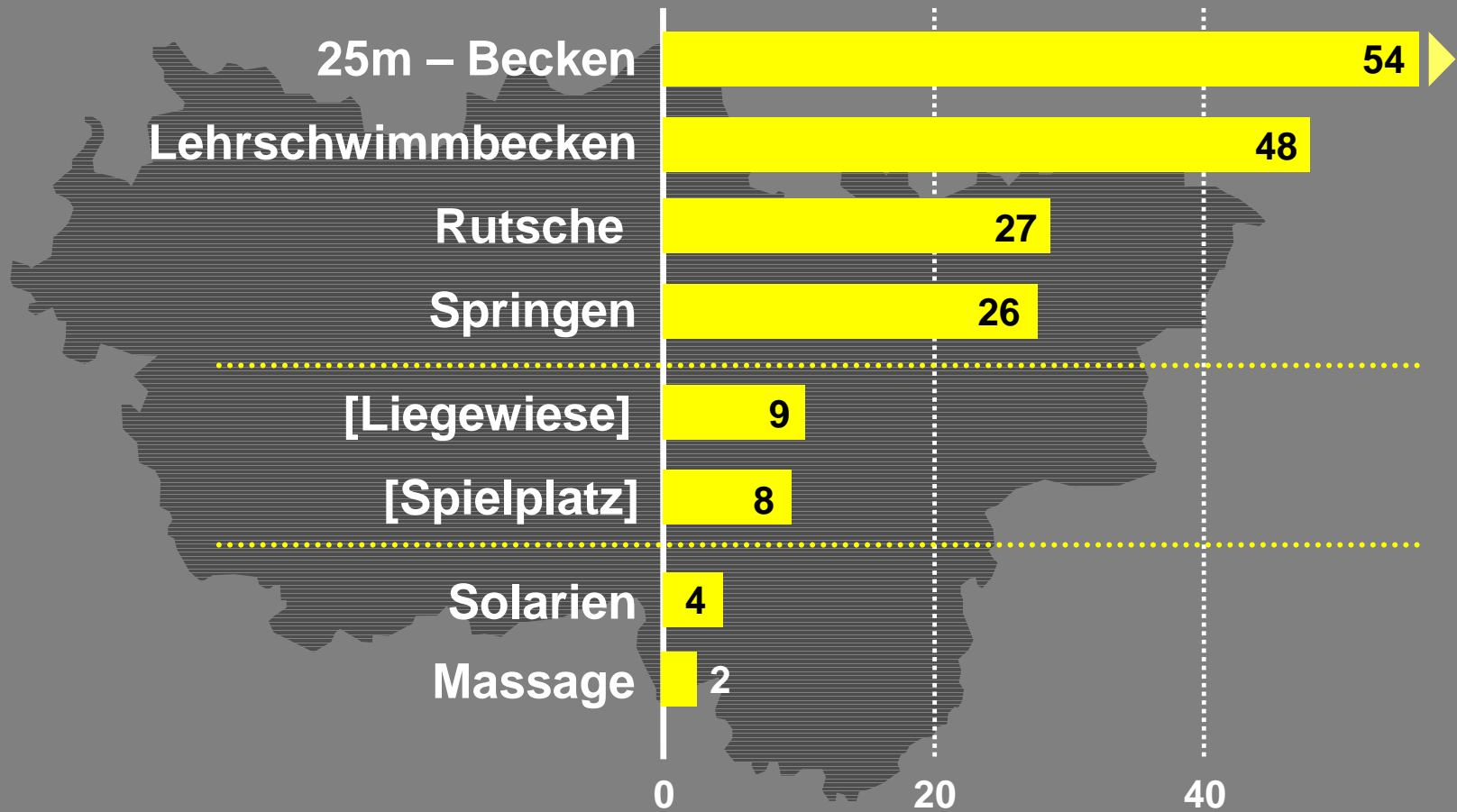


Bädermarkt Ruhr 2007

Genutzte Einrichtungsteile Auswahl in %

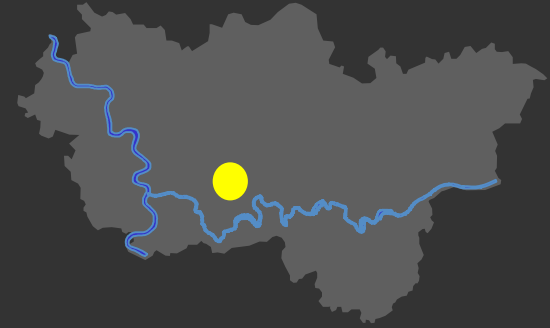


Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Ruhr 2007

Bewertung Bereiche Mittelwert in Schulnoten



Badelandschaft - Innen

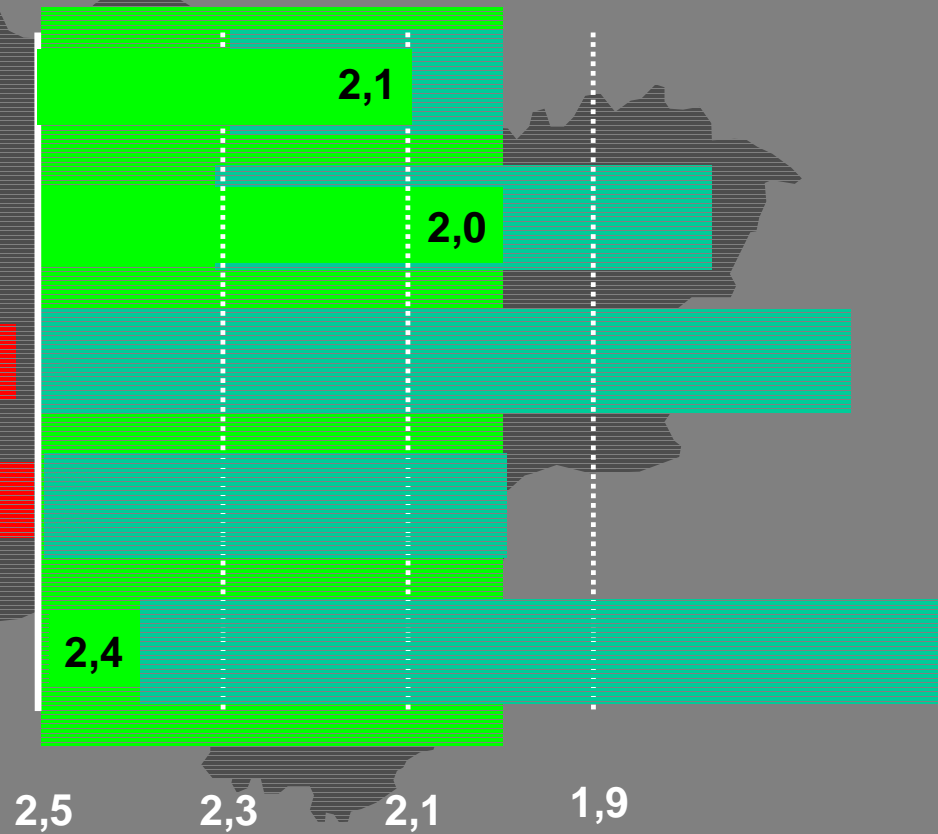
Außenanlagen

Sauna

Bad-Gastronomie

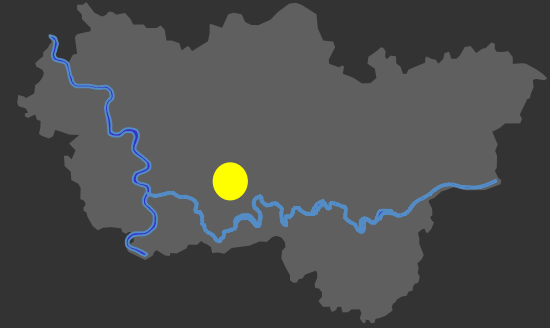
Wassergymnastik

Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Ruhr 2007

Bewertung Einrichtungsteile Mittelwert in Schulnoten

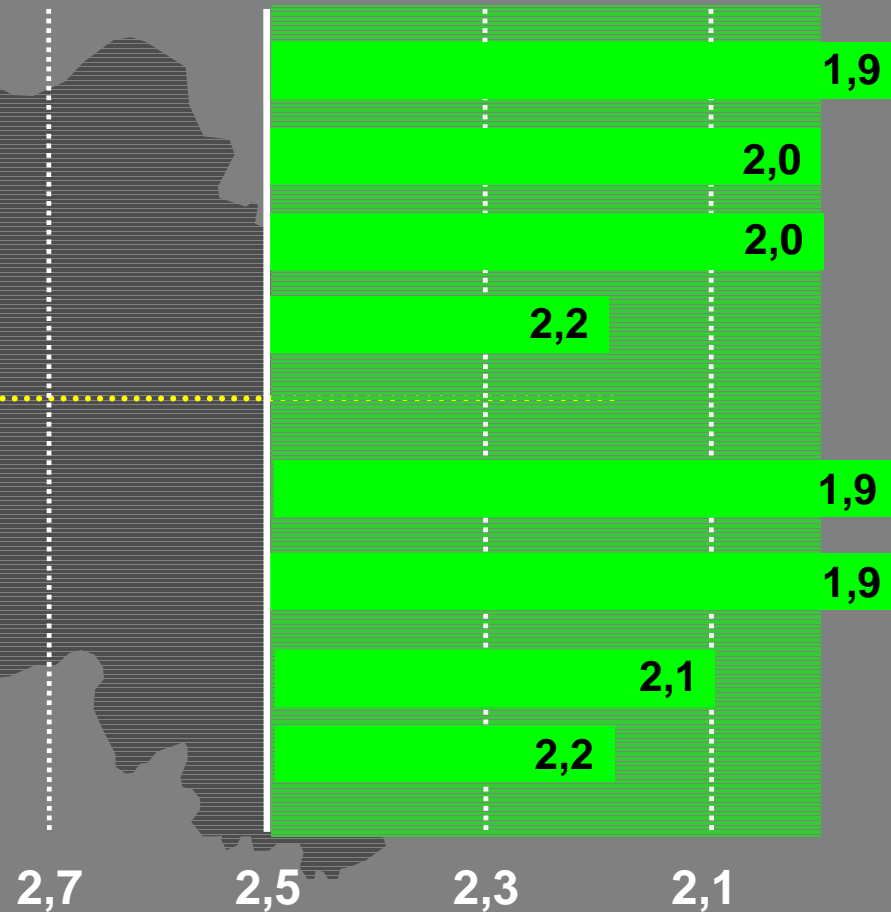


Solarien: 2,2

Massage: 2,7

Friedrich-
Wennmann
2007

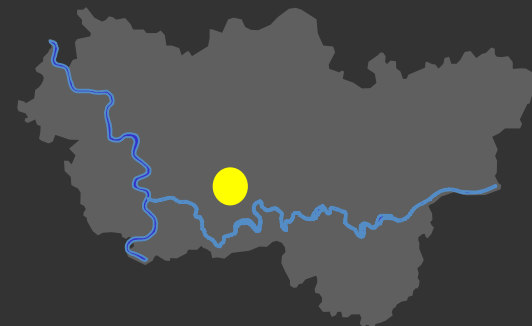
- 25m-Becken
- Lehrschwimmbecken
- Sprungturm
- Rutsche
- Spielplatz
- Liegewiese
- Wasserspielplatz
- Kinder-Außenbecken



Bädermarkt Methode Kunden Angebote Perspektiven

Bädermarkt Ruhr 2007

Perspektiven



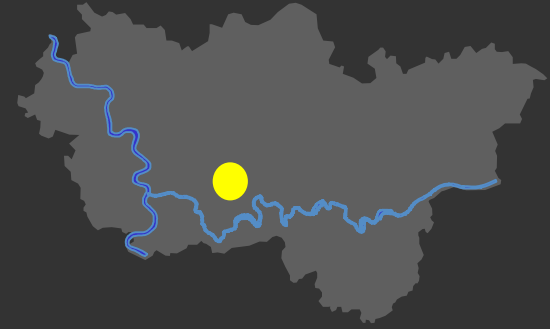
Friedrich-
Wennmann
2007



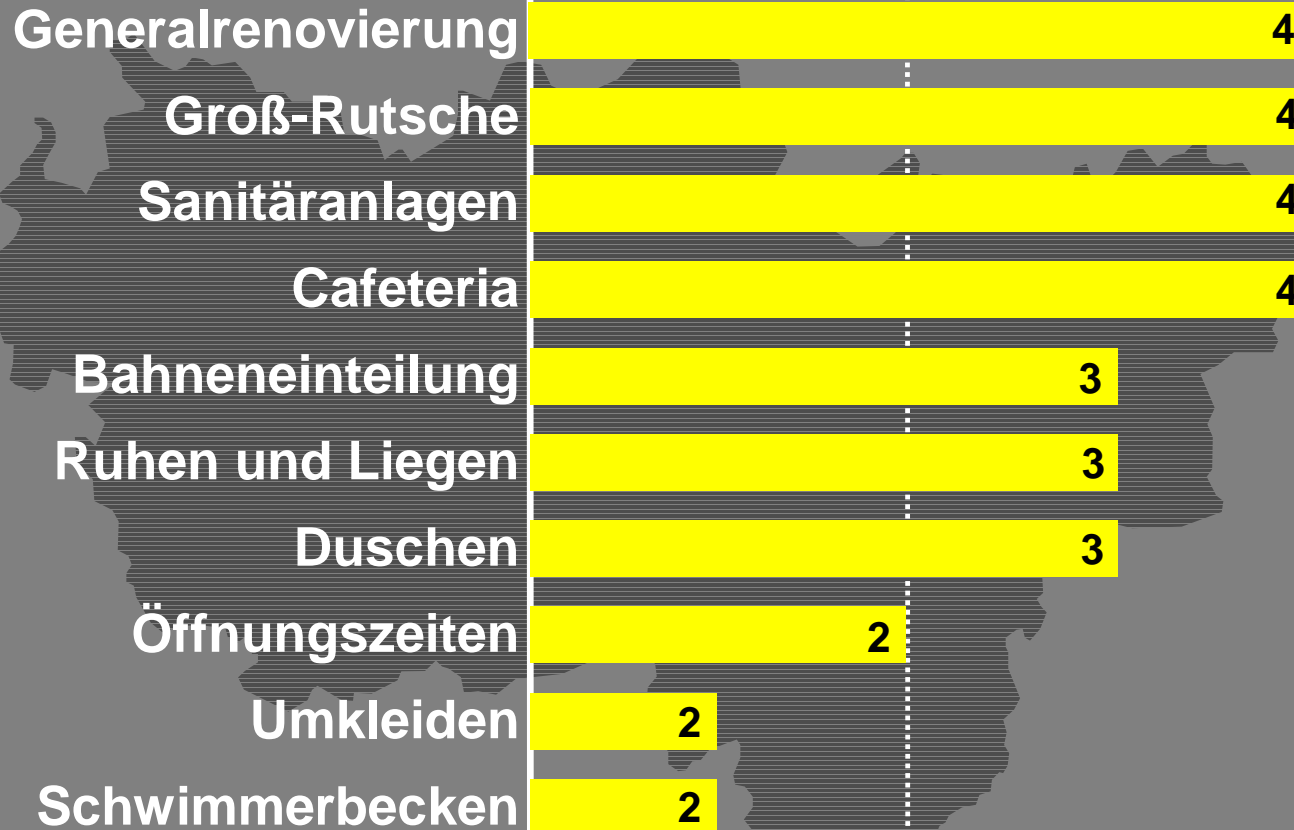
Regionalverband Ruhr

Bädermarkt Ruhr 2007

Verbesserungsvorschläge Top 10 in %



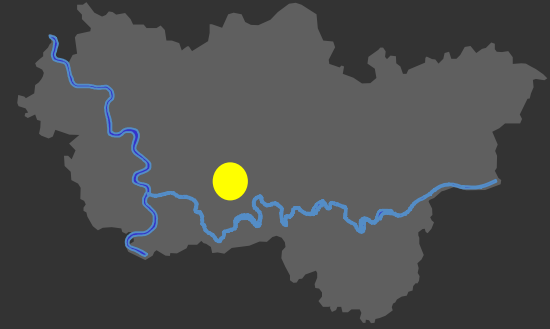
Friedrich-
Wennmann
2007



0

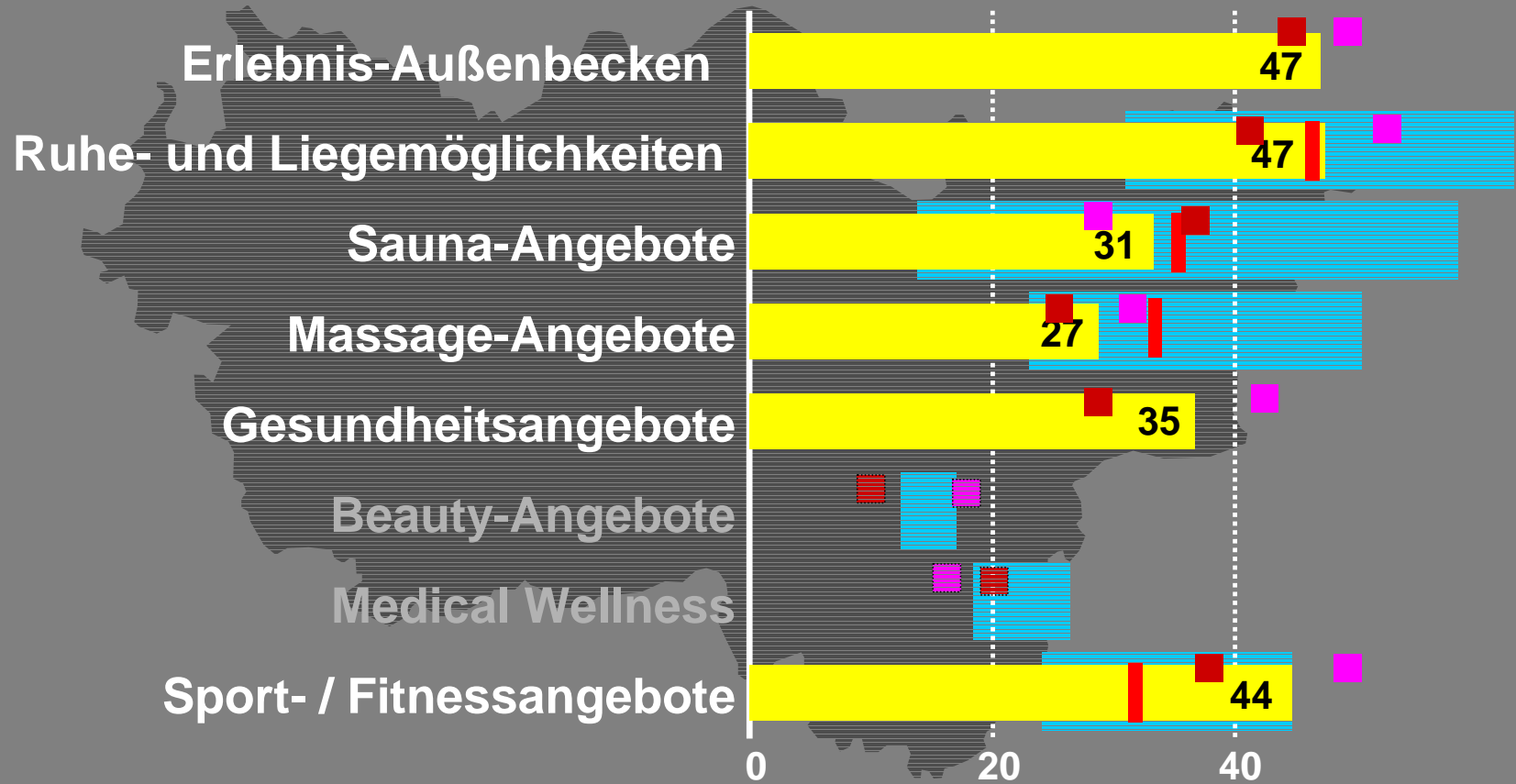
2

Bädermarkt Ruhr 2007

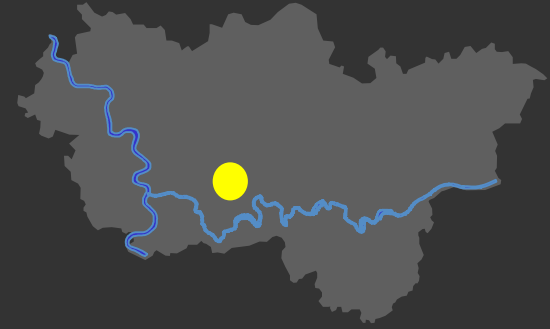


Maßnahmen „stimme zu“ in %

Friedrich-
Wennmann
2007



Bädermarkt Ruhr 2007



Fazit

- ➔ Nahbereich ausgerichtetes soziales Ganzjahresbad
- ➔ Standortgunst: Teilregionaler Einzugsbereich für die Grundversorgung
- ➔ Interkommunale Handlungsoptionen:
 - Umfassende Neugestaltung
 - Angebots- und Programmentwicklung
 - Standortentwicklung bei interkommunaler Abstimmung
- ➔ Grundlegender gestalterischer Erneuerungsbedarf
- ➔ Perspektive Zielgruppenorientierte(s) Programmentwicklung + Marketing

Bädermarkt Ruhr 2007

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

