



**Deutsche Gesellschaft
für das Badewesen e.V.**



Public Value Award für das öffentliche Bad

Preisträger und Reaktionen
2012 und 2010



Vorwort

Frühschwimmer genießen die ersten Züge im ruhigen Wasser, bald darauf üben Schüler auf einigen Bahnen, während die ersten Aqua-Kurse im Nachbarbecken stattfinden. Vereinsmitglieder trainieren bis spät in den Abend; Einzelne, Grüppchen aus Jugendlichen und Familien tummeln sich nach eigenem Gusto im Tief- und Flachwasser. Ihnen allen bietet das Schwimmbad einen Ort der körperlichen Betätigung, vom ersten Vertrautwerden mit dem nassen Element über körperlichen Ausgleich bis hin zu sportlichem Bahnziehen und leistungsorientiertem Sport.

Grundlage bei allem ist das Wasser – für jedermann im wahrsten Sinn „aufbereitet“ im Freibad für die Sommermonate und „eingehaust“ für die ganzjährige Nutzung in unterschiedlichster Form von Hallenbädern.

Selten war und ist Schwimmen reiner Selbstzweck. Mit dem Schwimmen als einer der ältesten Kulturtechniken der Welt geht eine Badekultur einher, die bis heute einem ständigen Wandel unterliegt. Heute stehen dem Bürger in Deutschland in nahezu jeder Kommune mehrere Bäder offen, mögen sie auf eine bald jahrhundertelange Tradition zurückblicken, die Sanierung eines Typenbads aus den 1970er Jahren oder einen kompletten Neubau darstellen.

Diese öffentlichen Bäder bieten dem Bürger mehr als Badewasser – sie bieten einen „Public Value“, einen gesellschaftlichen Mehrwert. Der Badegast versteht sie als Ort der Begegnung und Gemeinschaft: Die Alten schätzen das Schwätzchen am Beckenrand ebenso wie die Jungen die Teilnahme an (digital) angesagten Events in der Peergroup. Zur Gesundheitsförderung dienen neben Kursen unterschiedlichster Ausprägung Maßnahmen zum individuellen Schwimmen, auch mit körperlichen Beeinträchtigungen. Angebote und Gelegenheiten im Bad, vielleicht auch in der ergänzenden Sauna, eignen sich, den Aufenthalt mit allen Sinnen zu genießen, unterstützt von einer stimmigen Architektur. Dem gestiegenen Umweltanspruch kann das Bad durch bedarfs- und ressourcenschonende Maßnahmen nachkommen. Und bei allem wirtschaftlich sinnvoll aufgestellt sein.

Das öffentliche Bad ist also in seiner Ausrichtung mehrdimensional ausgerichtet. Als öffentliche Institution kann es qua Definition nicht allein betriebswirtschaftlich effizient orientiert sein. Sein gesellschaftlicher Mehrwert muss ermöglicht, gelebt und wahrgenommen werden. Dann trägt er zur Qualität einer Stadt, einer Kommune bei. Dann beeinflusst er auch das Bewusstsein der Stadtväter, vielleicht sogar das des Kämmerers.

Mit dem „Public Value Award für das öffentliche Bad“ hat die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V., Essen, bereits in den Jahren 2010 und 2012 den gesellschaftlichen Mehrwert herausragender Frei- und Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder gewürdigt. Die beiden Wettbewerbe fanden unter der wissenschaftlichen Leitung des Zentrums für Führung und Werte in der Gesellschaft, Universität St. Gallen, Schweiz, statt.

Die vorliegende Broschüre bietet Ihnen einen Überblick über die prämierten Bäder, die Jury-Begründungen und die Reaktionen aus dem lokalen Umfeld der Preisträger. Anfang 2014 lobt die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen wieder einen „Public Value Award für das öffentliche Bad“ aus.

Wir laden Sie ein, mit Ihrem Bad an dem neuen Wettbewerb teilzunehmen! Durch einen Preis kann Ihr Bad seine Position in der Kommune stärken – und sein Bäderteam auszeichnen!

Herzlichst



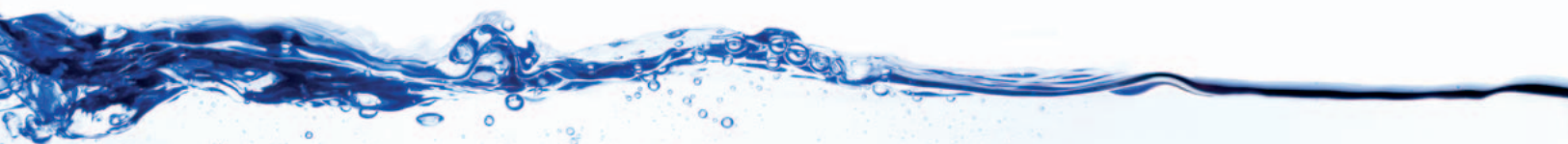
F. Schramma

Dr. h. c. Fritz Schramma
Präsident



B. Schmitt

Berthold Schmitt
Vorsitzender



Jury-Begründung zur Vergabe der Preise

„Public Value Award für das öffentliche Bad 2012“ auf der interbad verliehen

Prof. Dr. Timo Meynhardt, Jury-Vorsitzender des „Public Value Award für das öffentliche Bad 2012“, Zentrum für Führung und Werte in der Gesellschaft, Universität St. Gallen, Schweiz

Die Preisträger des „Public Value Awards für das öffentliche Bad 2012“ wurden am 9. Oktober auf der interbad in Stuttgart bekanntgegeben und prämiert. Die Preisverleihung fand im Rahmen der feierlichen Eröffnungsveranstaltung der Bäder-Leitmesse und des 64. Kongresses für das Badewesen statt. Der Präsident der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e. V. (DGfdB), Dr. h. c. Fritz Schramma, konnte dazu in dem bis auf den letzten Platz belegten Konferenzraum die acht Empfänger von Preisen und Anerkennungen aus den unterschiedlichsten Gegenden Deutschlands sowie die fast vollständig erschienene Jury begrüßen.

Prof. Dr. Timo Meynhardt vom Zentrum für Führung und Werte in der Gesellschaft, Universität St. Gallen, Schweiz, und Vorsitzender der Jury, gab zunächst eine kurze Einführung zum Thema „Public Value“ in Bezug auf die mehrdimensionale Wertschöpfung kommunal geführter Bäder. Dr. h. c. Schramma stellte die von der Jury für preiswürdig erachteten Leistungen der prämierten Einrichtungen vor. Die Vertreter der acht Bäder, zu denen neben den Badverantwortlichen auch vier Bürger- bzw. Oberbürgermeister gehörten, erhielten einen skulptural gestalteten Award, eine Urkunde und ein Wandschild. Die Verleihung der Preise erfolgte gemeinschaftlich mit dem DGfdB-Vorsitzenden Berthold Schmitt und Professor Meynhardt.

Auf der Sonderveranstaltung zum Public Value Award auf dem Kongress am darauffolgenden Tag erläuterte der Wissenschaftler aus St. Gallen die Entstehung des Public Values allgemein

und ging speziell auf die Entwicklung der fünfdimensionalen Scorecard des Bäderwettbewerbs ein. Zudem erhielten die Preisträger dort die Gelegenheit, ihre Bäder ausführlich vorzustellen.

Inhalt und Ziel des Wettbewerbs

Einen Preis ins Leben zu rufen, ist anspruchsvoll genug. Ihn dauerhaft zu verankern, ist ganz sicher die wahre Herausforderung. In diesem Jahr zeigt die zweite Runde des „Public Value Awards für das öffentliche Bad“, dass es möglich ist, den Schwung aus dem Gründungsjahr weiterzutragen. Nachdem 2010 insgesamt 23 Bewerbungen für den damals noch völlig unbekanntem Preis eingingen, waren es im Jahr 2012 schon 31.

Das rege Interesse an diesem Preis ist ganz sicher Ausdruck einer tiefschürfenden Frage, wie man dem Umfeld in einer Kommune den gesellschaftlichen Stellenwert eines Bades vermitteln und so natürlich auch die Akzeptanz und Wertschätzung erhöhen kann.

Die DGfdB möchte mit dieser öffentlichen Würdigung all jenen vor Ort den Rücken stärken, die sich unermüdlich und teilweise auch ehrenamtlich für die Badekultur einsetzen und diese weiterentwickeln. Es geht jedoch auch darum, über die Signalwirkung der Preisvergabe Akzente für „gute Praxis“ zu setzen und

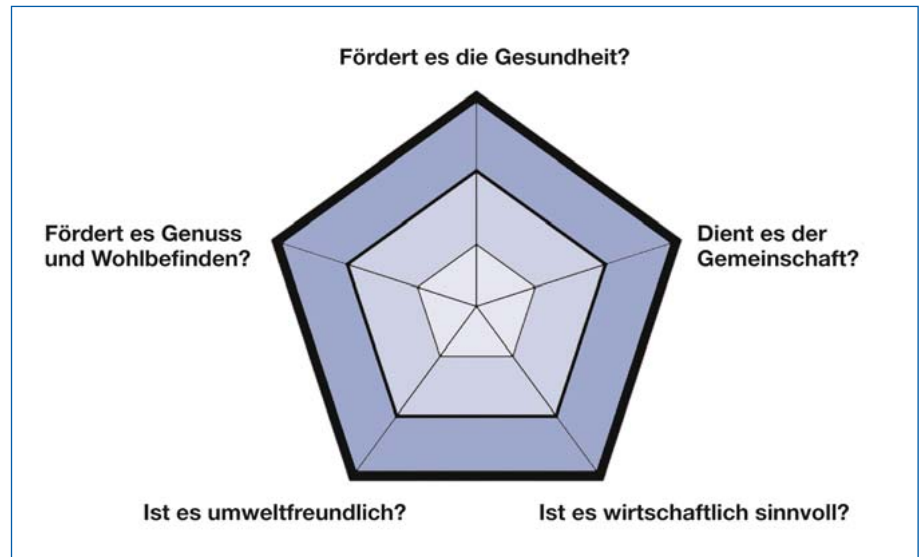


Jury-Vorsitzender Prof. Dr. Timo Meynhardt hatte bei der „Public Value Award“-Preisverleihung in Stuttgart in die Thematik eingeführt; Foto: Messe Stuttgart

damit etwas mehr Transparenz über den Einfallreichtum, interessante Innovationen und natürlich auch über den Umgang mit dem historischen Erbe und gewachsenen Strukturen in Deutschland zu schaffen. Nicht zuletzt soll der Sportsgeist angeregt werden und ein entsprechender Erfolg auch die Mannschaft in den Bädern motivieren. Ein Public Value Award macht darüber hinaus auch einen Unterschied im Umgang mit Partnern und Akteuren in der lokalen Gemeinschaft.

In diesem Sinne haben alle Teilnehmer, auch jene ohne Preis, innerhalb ihres Bades und ihrer Stadt schon etwas bewegt: Sie haben das Thema auf die Tagesordnung gehoben, ihren Public Value selbst ermittelt und damit sowohl nach innen als auch nach außen ein Signal gesetzt. Dies darf man getrost als Ansage an den Zeitgeist verstehen!

Immer wieder wird in diesem Zusammenhang gerade mit Blick auf die Außenkommunikation gefragt, ob es denn keinen besseren deutschen Begriff für den Preis gibt. Die Entscheidung für die englischsprachige Bezeichnung ist bewusst gewählt: Sie soll durchaus Modernität, Bereitschaft für Neuerungen und auch Selbstbewusstsein ausdrücken – all das, was die Preisträger jeweils auch verkörpern. Zudem steht der Untertitel „Aktivsein für die ganze Gesellschaft“ bereit, um das Gespräch führen zu können.

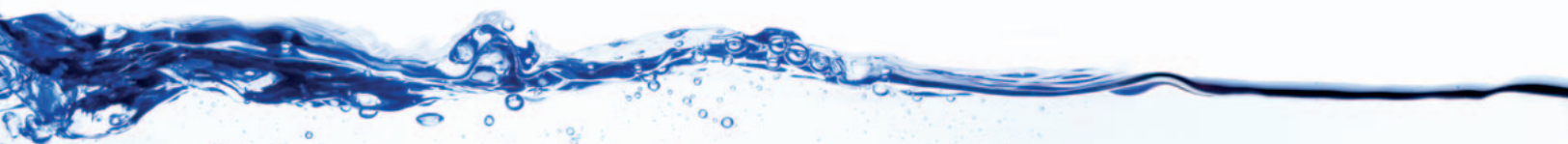


Die Scorecard des Public Value Awards für das öffentliche Bad 2012

In diesem Jahr wurde der Preis sowohl in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder als auch in der Kategorie Freibäder vergeben. Zudem wurden gegenüber 2010 einige inhaltliche Anpassungen vorgenommen: So wurden die Auslobungsunterlagen gestrafft und einem noch systematischeren Raster unterworfen. Konkret wurde ein an der Universität St. Gallen entwickeltes Bewertungsschema mit fünf Dimensionen benutzt und jeweils mit einem Punktwert durch die Jury belegt. Anhand dieser „Scorecard“ wurde bei jedem Bad gefragt:

- Fördert es die Gesundheit?
- Fördert es Genuss und Wohlbefinden?
- Dient es der Gemeinschaft?
- Ist es umweltfreundlich ausgerichtet?
- Ist es wirtschaftlich sinnvoll?

Die Sieger haben in der Gesamtbetrachtung jeweils die höchsten Werte erreicht. Auch wenn es ein sehr knapper Zieleinlauf war, hat die Jury in diesem Jahr in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder einen ersten, einen zweiten und einen dritten Preis vergeben. Darüber hinaus wurden zwei Anerkennungen ausgesprochen. In der Kategorie Freibäder wurden drei gleichwertige Sieger gekürt.



Oskar Frech SeeBad, Schorndorf



[1]



[2]



[3]

Die Würdigung der einzelnen Preisträger Kategorie: Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder

1. Preis: Oskar Frech SeeBad, Schorndorf

Mit dem ersten Preis 2012 zeichnet die Jury das Oskar Frech SeeBad in Schorndorf aus. In allen relevanten Bereichen erreicht dieses Bad eine ausgesprochen hohe gesellschaftliche Wertschöpfung. Die Jury würdigt mit dem Oskar Frech SeeBad ein überdurchschnittlich reifes und professionelles Konzept. Ganz offenkundig ist das Bad ein „Aushängeschild der Stadt“, auch mit Ausstrahlung in die Region hinein. Zahlreiche Veranstaltungen, wie die monatlich stattfindenden Kinderklatschnasspartys, lassen das Bad auch zu einem gemeinschaftlichen Mittelpunkt werden. Das mobile Freibad ist eine nachahmenswerte, innovative Idee.

Die Anlage vermittelt zudem in ihrer baulichen Gestaltung, der geschickten Einbindung eines Seebades im Außenbereich einen eigenständigen ästhetischen Anspruch und trägt damit entscheidend zum Erhalt und zur Weiterentwicklung der Badekultur in Deutschland bei. Der Stolz, den die Bürger der Stadt für „ihr“ Bad entwickelt haben, spricht Bände über die Qualität, den dieses Bad dem Gemeinwesen liefert und vermittelt.

[1] Der See, die Pfahlsauna und das Hallenbad;
Foto: Thomas Klink, Schorndorf

[2] Wasserfärben bei der monatlichen Klatschnassparty;
Foto: Oskar Frech SeeBad, Schorndorf

[3] Alexander Huschka, stellvertretender Bäderbetriebsleiter, Vera Steiner, kaufmännische Prokuristin der Stadtwerke Schorndorf, Bäderbetriebsleiter Jörg Bay und Schorndorfs Oberbürgermeister Matthias Klopfer (von links); Foto: Messe Stuttgart

2. Preis: cabrio Senden – das Bad, Senden

Das Bad cabrio Senden – das Bad erhält den zweiten Preis. Die Jury möchte damit vor allem die Integration des Bades in das öffentliche Leben vor Ort würdigen. Bemerkenswert ist hier, wie es der Betrieb, die Politik und die Verwaltung gemeinsam geschafft haben, wirklich „an einem Strang zu ziehen“. Für die Jury ist die breite öffentliche Unterstützung für das Bad ein Zeichen für den geschaffenen Public Value.

Es ist hier gelungen, einen Magneten insbesondere für (junge) Familien zu entwickeln, der sich ganz klar zu einem weichen Standortfaktor entwickelt hat und aktiv im Stadt-Marketing genutzt wird. Die Gesundheitsförderung wird durch zahlreiche, innovative Kurse unterstützt. Besonders positiv wurde die Positionierung als Familienbad gesehen. Der Genuss- und Event-Charakter des Bades wird durch ein Cabrio-Dach unterstützt. Sehr günstige Kennzahlen bei der Energieeffizienz sprechen dafür, dass sich die vielfältigen Maßnahmen durchaus auszahlen.

cabrio Senden – das Bad, Senden



[1]



[2]



[3]

[1] Luftbild mit geöffnetem Dach und geöffneten Fassaden; Foto: cabrio Senden – das Bad, Senden

[2] Sportbecken mit vier Bahnen à 25 m; Foto: cabrio Senden – das Bad, Senden

[3] Betriebsführer Dr. Christian Kuhn, Sendens Bürgermeister Alfred Holz und Betriebsleiter Armin Vogelhofer von „cabrio Senden – das Bad“ (von links); Foto: Messe Stuttgart

Freizeitbad LA OLA, Landau in der Pfalz



[1]



[2]



[3]

3. Preis: Freizeitbad LA OLA, Landau in der Pfalz

Der dritte Preis wird dem Freizeitbad LA OLA, Landau in der Pfalz, verliehen. Aus Sicht der Jury überzeugt hier neben einer soliden Leistung in allen Bereichen vor allem eine konsequente Nachhaltigkeitsphilosophie. Das Bad verfügt über eine breite, ausgereifte Angebotspalette, die weit über das Kerngeschäft hinausreicht, wobei der jährliche „Girls Day“ und das Sportcamp besonders erwähnt werden sollen.

Das Bad zeigt beispielhaft, wie von der regenerativen Energiegewinnung und Recycling-Maßnahmen über die Gastronomie, die Beschäftigung regionaler Handwerker und die ISO-Zertifizierung bis hin zu einem Tropenschutzprojekt die Idee der Nachhaltigkeit alle Aktivitäten erfassen und zum Kern der Identität eines Bades werden kann.

[1] Babyschwimmen mit dem AquaAktiv-Team;
Foto: Freizeitbad LA OLA, Landau in der Pfalz

[2] Tropenschutzprojekt auf den Philippinen;
Foto: Freizeitbad LA OLA, Landau in der Pfalz

[3] Verwaltungsleiterin Christine Keller und der stellvertretende Betriebsleiter Dennis Fischer vom Freizeitbad LA OLA in Landau in der Pfalz;
Foto: Messe Stuttgart

Hallenbad Duingen, Duingen



1



2

Merkel'sches Schwimmbad, Esslingen



3



4

Anerkennung:

Hallenbad Duingen, Duingen

Eine Anerkennung hat die Jury dem Hallenbad Duingen in Duingen ausgesprochen. Hier möchte die Jury das Hochhalten des Ehrenamtes besonders würdigen. In einer sehr kleinen Gemeinde wird damit insbesondere das bürgerschaftliche Engagement für das Bad ausgezeichnet – was wäre, wenn dies nicht da wäre? Dazu gehören auch Aktivitäten wie etwa eine integrierte Leihbücherei. Die Jury möchte betonen, dass die Trägerschaft der Gemeinde offenkundig unabdingbare Voraussetzung für diese Konstellation ist.

Anerkennung:

Merkel'sches Schwimmbad, Esslingen

Mit dem Merkel'schen Schwimmbad in Esslingen würdigt die Jury mit einer Anerkennung den hervorragenden Einsatz für den Erhalt einer über 100-jährigen Badekultur in einem stadtbildprägenden Jugendstil-Gebäude. Während vielerorts ähnliche Bäder umfunktionierte oder gar geschliffen wurden, hat man hier – mit diesem „3-Epochen-Bad“ – die Weitsicht und den Mut bewiesen, die historische Substanz zu erhalten und mit einem modernen Anbau zu verbinden.

[1] Die Schwimmhalle mit 4 x 25-m-Bahnen und einem Hubboden von 30 bis 180 cm Wassertiefe; Foto: Hallenbad Duingen

[2] Wolfgang Schulz, Bürgermeister der Samtgemeinde Duingen, Cornelia Steins, Silvia Grey und Tina Rosentreter, Fachaufsichtskräfte für den Bäder- und Saunabereich im Hallenbad Duingen, sowie Hartmut Steins, Leiter des Hauptamtes der Samtgemeinde Duingen und 1. Vorsitzender des Duinger SC (von links); Foto: Messe Stuttgart

[3] Jugendstilhalle bei Abendbeleuchtung; Foto: Stadtwerke Esslingen

[4] Deborah Büttner, Leiterin der Esslinger Bäder, und Wolfram Schetter, kaufmännischer Geschäftsführer der Stadtwerke Esslingen; Foto: Messe Stuttgart

Nordbad, Erfurt



1



2



3

Kategorie: Freibäder

In der Kategorie Freibäder hat die Jury beschlossen, drei gleichwertige Preise zu vergeben. In diesem Jahr wurde der Preis erstmals eigens für Freibäder ausgelobt, um die Besonderheiten der Badekultur im Freien zu würdigen.

Nordbad, Erfurt

Einen Preis erhält das Nordbad in Erfurt. Die Jury möchte hier würdigen, wie durch das Engagement der Bürgerschaft ein über 80 Jahre altes Freibad einer sehr hohen Ausstattungs-klasse vor der Schließung gerettet und damit die Badekultur gestärkt wurde. Ein traditionsreiches „Vorzeige-Freibad“ mit 50-m-Sportbecken und Sprungturm wurde nach einer aufwändigen Umbauphase auf die Bedürfnisse der Freizeitgesellschaft ausgerichtet.

[1] Funktionsgebäude und Nichtschwimmerbecken;
Foto: Architekturbüro Norbert Ruge, Ilmenau

[2] 50-m-Schwimmerbecken, Springerbecken und Klettergerüst; Foto: Architekturbüro Norbert Ruge, Ilmenau

[3] Kathrin Knabe-Lange, Abteilungsleiterin Betrieb, und Hans-Christoph Märker, Sachgebietsleiter Technik und Infrastruktur, von der Stadtwerke Erfurt Bäder GmbH;
Foto: Messe Stuttgart

FreiBad, Hof

Einen weiteren Preis vergab die Jury an das FreiBad in Hof. Preiswürdig erachtete die Jury die konsequente, schrittweise Weiterentwicklung des Freibades über viele Jahrzehnte. Das FreiBad in Hof ist ein Beispiel dafür, wie ein Bad sich mit der städtischen Kultur wandelt, diese aktiv mitgestaltet, Bürgerwünsche aufnimmt und sich dadurch insgesamt zu einem unentbehrlichen Anziehungspunkt vor Ort macht.

FreiBad, Hof



1



2

[1] Spaßbecken mit Wasserfall und Strömungskanal, Blick auf die zwei 100-m-Rutschen; Foto: Stadtwerke Hof

[2] Cafeteria mit Sonnenterrasse und Cocktailbar; Foto: Stadtwerke Hof

[3] Betriebsleiterin Michaela Franke und Roland Meister, stellvertretender Betriebsleiter, vom FreiBad in Hof; Foto: Messe Stuttgart



3

Freibad Nassau, Nassau



[1]



[2]



[3]

Freibad Nassau, Nassau

Dem Freibad Nassau in Nassau an der Lahn wird ebenfalls ein Public Value Award zugesprochen. Aus Sicht der Jury besticht in erster Linie die geschickte Integration in den Ort und in die Landschaft. Eine solche natürliche Einbettung bedenkt die Jury mit einem Preis, weil dieser Aspekt ganz wesentlich für die Qualität eines Freibades spricht.

[1] Blick vom Springerbecken auf das Mehrzweckbecken und die sanitären Anlagen (farbige Baukörper); Foto: Verbandsgemeinde Nassau

[2] Breitrutsche vom Springer- zum Mehrzweckbecken; Foto: Verbandsgemeinde Nassau

[3] Gerd Schuster, Leiter der Bauverwaltung, und Udo Rau, Bürgermeister der Verbandsgemeinde Nassau (von links); Foto: Messe Stuttgart

Veränderter Nachdruck aus
AB Archiv des Badewesens 11/2012

„Oskar der Schwimmbäder“ stärkt Position der ausgezeichneten Bäder

Rückblick auf die Reaktionen bei den Preisträgern des „Public Value Awards für das öffentliche Bad 2012“

Dipl.-Ing. Architektin Konstanze Ziemke-Jerrentrup, Projektleiterin des Public Value Awards, Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V., Essen

Vor genau einem Jahr, am 9. Oktober, fand im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung der Interbad 2012 in Stuttgart die Verleihung des zweiten „Public Value Awards für das öffentliche Bad“ statt – Zeit, um auf die Reaktionen bei den insgesamt acht prämierten Bädern zurückzublicken. Was haben die Preisträger in den beiden Kategorien Hallen-, Kombi- und Freizeitbad sowie Freibäder aus dem Public Value Award gemacht? Was hat ihnen die Auszeichnung gebracht? Die Lokalpresse in drei Städten mit ausgezeichneten Bädern nannte ihn unabhängig voneinander den „Oskar“ der Schwimmbäder – in Anlehnung an den weltweit bekannten amerikanischen Filmpreis und adelte ihn damit ein Stück weit. Auch die Bezeichnung als „Bundesverdienstkreuz der Bäder“, wie der Juryvorsitzende den Award nannte, fand vielerorts Zustimmung.

Der folgende Beitrag gibt einen Überblick über die wichtigsten Reaktionen bei den Bädern insgesamt und hebt die Auswirkungen und den positiven Wandel im lokalen Umfeld des einzelnen Bades hervor. Der Leser wird feststellen, dass der Wirkungsradius der Auszeichnung ebenso vielschichtig und breitgefächert ist wie die Wertedimensionen des Public Values an sich.

Der Wettbewerb und die Preisträger 2012

Der „Public Value Award für das öffentliche Bad“ prämiert Bäder, die sich durch eine besondere gesellschaftliche Wertschöpfung auszeichnen. Dabei würdigt der Public Value Award herausragende Leistungen in den Bereichen Gesundheit sowie Genuss und Wohlbefinden, bewertet die umweltfreundliche sowie die wirtschaftliche sinnvolle Ausrichtung und den Nutzen für die Gemeinschaft.

Bei der zweiten Ausschreibung 2012 wurden erstmals Preise in zwei Kategorien verliehen, um den nur während der wenigen Sommermonate geöffneten Freibädern mit ihren entsprechend geringeren Möglichkeiten besser gerecht zu werden. Die Fachjury unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Timo Meynhardt, Geschäftsführender Direktor des Zentrums für Führung und Werte in der Gesellschaft an der Universität St. Gallen, Schweiz, vergab in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder den 1. Preis an das „Oskar Frech SeeBad“ in Schorndorf, den 2. Preis an „cabrio Senden – das Bad“ und den 3. Preis an das Freizeitbad „LA OLA“ in Landau in der Pfalz. Anerkennungen erhielten das Hallenbad in Duingen und das „Merkel'sche Schwimmbad“ in Esslingen (zu den Jurybegründungen siehe AB 11/12 S. 730 ff.). In der Kategorie Freibäder gingen drei gleichwertige Preise an das „FreiBad“ in Hof, das Nordbad in Erfurt und an das Freibad in Nassau.

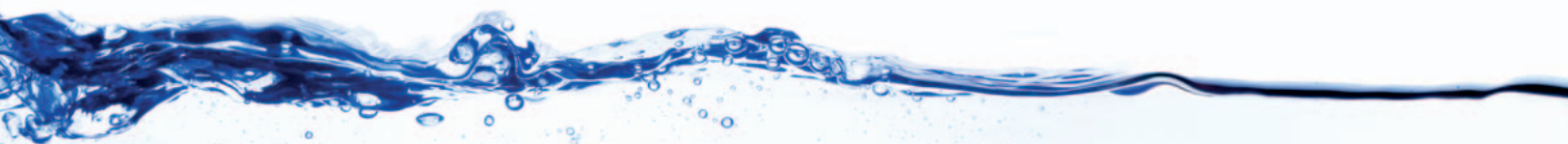
Die acht Preisträger erhielten Fragebogen, anhand derer sie sich zu Reaktionen bei den unterschiedlichsten Zielgruppen und Beteiligten sowie zu öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen äußerten.

Reaktionen aus den Betrieben der Preisträger

„Alle, die mit dem Bad zu tun haben, sind furchtbar stolz.“ Diese positive Gesamteinschätzung aus Erfurt erreichte uns in ähnlicher Form aus durchweg allen prämierten Bädern. Stolz waren alle Beteiligten, die verantwortlichen Gremien, die Betreiber und vor allem die Akteure im Bad.

Anerkennung in der eigenen Verwaltung

Die Verantwortlichen in der Stadt- oder Gemeindeverwaltung sahen sich mit der Prämierung in ihren Entscheidungen und den erfolgten Maßnahmen bzw. einer bestimmten Ausrichtung des Bades bestätigt. Aus Nassau hieß es: „In den Gremien der Verbandsgemeinde (...) sieht man sich bestätigt, dass man mit der schrittweisen und konsequenten Modernisierung des Bades sowie der Anpassung der Öffnungszeiten und des Angebotes den einzig richtigen Weg eingeschlagen hat.“ Und aus Landau wurde berichtet: „Die Preisverleihung hat nicht nur die Geschäftsführung darin bestärkt, den Nachhaltigkeitsgedanken konsequent fortzuführen, sondern war auch für das Team der „Lohn“ für die Anstrengungen der vergangenen Jahre.“



Nicht nur das Ansehen bei den Aufsichtsräten konnte gestärkt werden, sondern auch die Position des Bades innerhalb der Stadtwerke oder entsprechender Betriebsformen. Dies hatte in Hof beispielsweise sogar die Bereitstellung von Geldern für die Produktion eines Imagefilmes über das prämierte Freibad zur Folge. Außerdem haben nicht zuletzt wegen der Auszeichnung die Frühjahrssitzungen der Ausschüsse der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e. V., Essen, in der oberfränkischen Saale-Stadt stattgefunden.

Motivation der Mitarbeiter

Wie schon bei Landau angesprochen, sahen die Verantwortlichen vor Ort die Auszeichnung als Würdigung ihrer bisher geleisteten Arbeit. Der Stolz seitens der Mitarbeiter ist dabei nahezu in allen Bädern eine herausragende Reaktion.

Mehrfach wird auf die Frage, inwieweit sich der Award auf die Motivation der Mitarbeiter auswirkt, geantwortet, dass der „Motivationsfaktor eh schon sehr hoch“ sei (Schorndorf). So erklärt die Badleiterin Michaela Franke aus Hof repräsentativ: „Meine Mitarbeiter

sind sehr stolz, endlich ein Lohn für Ihre geleistete Arbeit! Ich habe nur motivierte Mitarbeiter, sonst hätten wir den Preis nicht bekommen.“ Jörg Bay, Badleiter in Schorndorf, erklärt dies dadurch, dass die Mitarbeiter ohnehin „mitbeteiligt [sind] oder mit eigenen Ideen kommen“. So sei schon die Frage aufgekommen, „wie man den Titel verteidigen könne“.

Die Bestärkung des gesamten Teams des Freizeitbades La Ola, „das bisherige Handeln fortzuführen und weiter auszubauen“, hatte zum einen zur Folge, dass sich die Anzahl der Verbesserungsvorschläge erhöht hatte: „2011: drei Vorschläge / 2012: sieben Vorschläge; davon wurden fünf als sinnvolle Verbesserung bewertet und prämiert“.

Zum anderen konnte das La Ola „einen weiteren positiven Effekt verzeichnen: Das Arbeitgeberimage ist ein wesentliches Kriterium dabei, den Bedarf an Mitarbeitern unter restriktiven Arbeitsmarktbedingungen decken zu können. Ursächlich hierfür ist, dass bei der Wahl des Arbeitgebers oftmals eine hohe Reputation ein wichtiges Merkmal ist. Als

Preisträger des „Public Value Award für das öffentliche Bad 2012“ konnten wir einen deutlichen Zuwachs an Bewerbern für offene Stellen verzeichnen. Gerade dies ist in einem Bereich mit zunehmendem Fachkräftemangel bemerkenswert.“

Aus der kleinen Gemeinde Duingen, deren bürgerschaftliches Engagement für das Haltenbad von der Jury mit einer Anerkennung gewürdigt wurde, ließ der Bürgermeister Wolfgang Schulz wissen: „Es hat der Motivation noch einen Schub gegeben, und daraus sind weitere Projekte erwachsen, (...) die [wiederum] größtenteils durch ehrenamtliches Engagement verwirklicht werden.“

Identifikation seitens der Stammgäste

„Außerordentlich stolz auf „ihr“ Bad“ zeigten sich nicht nur in Schorndorf die Stammgäste – ebenso wie die Mitarbeiter vor Ort –, sondern auch die Gäste aller ausgezeichneten Bäder. Ihre Identifikation mit den eigenen Erfahrungen im Bad ging einher mit großer Wertschätzung gegenüber dem Einsatz von u. a. Schwimmmeistern und Kursleitern. Vielfach hieß es: „Das habt Ihr euch verdient!“

Die Fragen über den Public Value nutzten die Badmitarbeiter, um ihr breit angelegtes Leistungsspektrum darzulegen.



Stammgäste des Freibads in Nassau vor der Hinweistafel auf den Public Value Award, zusammen mit den Schwimmbadmitarbeitern Axel Hafermann und Wolfgang Bräunig (von links); Foto: Verbandsgemeindeverwaltung Nassau

Verbreitung durch die Medien

Interne Medien

Die meisten prämierten Bäder nutzten zeitnah die Möglichkeiten ihrer eigenen Print- und/oder Online-Medien zur werbewirksamen Berichterstattung. Am schnellsten war dabei das Kombibad in Schorndorf, das am Tag der Preisverleihung – die Bäder waren von uns gebeten worden, bis dahin Still-schweigen über ihre Auszeichnung zu wahren – seinen 1. Preis auf facebook postete und abends schon etliche „likes“ verzeichnen konnte.

Die Auszeichnungen erschienen auf der Homepage der Bäder bzw. der Betreiberorganisationen, wurden in Newslettern erwähnt und in hauseigenen Print-Magazinen thematisiert.

Lokale Medien

Alle Bäder informierten die lokalen Medien über ihren Erfolg und luden die Redakteure zu einem Pressetermin im Bad ein. Die Tageszeitungen berichteten in unterschiedlicher Ausführlichkeit, sowohl in ihrer Online- als auch in ihrer Print-Ausgabe. Über die Auszeichnung für Schorndorf war sogar ein Bericht in der überregionalen Stuttgarter Zeitung zu lesen. Die Vertreter des zweitplatzierten Cabriobads in Senden, inklusive des Bürgermeisters Alfred Holz und des Beigeordneten Klaus Stephan, nutzten beispielsweise die Gelegenheit, die Medien über ihr spezielles Planungs- und dann erfolgreich praktiziertes Betreiberkonzept zu informieren.

Im „SeeBad Magazin“ des Oskar Frech SeeBads wurde der Preis auf der Titelseite genannt und im Innenteil (Foto) ausführlich vorgestellt; Darstellung: Stadtwerke Schorndorf

Weitere öffentlichkeitswirksame Maßnahmen

Selbstverständlich wurde bei der allgemeinen Kommunikation seitens des Betreibers, bei Kontakten im Umfeld des Bades und in Gesprächen mit einzelnen Personen, vom Badegast bis zum Bürgermeister, die Auszeichnung zum Anlass genommen, über das Besondere und seine Bedeutung für die Stadt bzw. die Gemeinde zu berichten.

Beispielhaft für einen gezielten werbewirksamen Einsatz seien die Präsentation des La Ola über sein Tropenprojekt und den Public Value Award auf der Landauer Wirtschaftswoche – mit über 300 Ausstellern und fast 95 000 Besuchern die größte Regionalmesse der Pfalz – erwähnt. Ein anderes Beispiel ist das Gastgeberverzeichnis 2013/14 von „Touristik im Nassauer Land“, worin das Nassauer Freibad mit dem Public Value Award beworben wird.

Resonanz in der Lokalpolitik

Eine besondere Wertschätzung zollten etliche Stadtoberhäupter dem prämierten Bad ihrer Stadt gegenüber, indem Sie Seite an Seite mit dem oder den Badverantwortlichen an der Preisverleihung auf der interbad in Stuttgart teilnahmen. Immerhin begleiteten fünf Bürgermeister bzw. Oberbürgermeister die Badleiter und erläuterten teils auch später persönlich vor den Medien die Besonderheiten des Bades.

Insgesamt wurde das ausgezeichnete Bad in den kommunalen Gremien mit Respekt wahrgenommen und damit seine Position gestärkt. Exemplarisch dafür sei das Aushängen der vergrößerten Urkunde an der Eingangstür des Rathauses in Nassau erwähnt.

In Landau freute man sich explizit über eine „fraktionsübergreifende Zustimmung für die Entwicklung“ des La Ola, der Erfurter CDU-Ortsverband „Am Nordpark“ zeigte, zusammen mit dem Förderverein Nordbad e. V., großes

Ein „Oscar“
» für das Oskar Frech SeeBad

Wahrlich ein Grund zum Jubiläum. Schorndorf hat das beste Kombi-Bad in Deutschland: Das Oskar Frech SeeBad wurde mit dem Public Value Award 2012 ausgezeichnet und erhielt den 1. Preis in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freibäder. Der Public Value Award, der von der Deutschen Gesellschaft für das Badenwesen ausgeteilt wird, würdigt dabei herausragende Leistungen in den Bereichen Gesundheit, Genuss, Wohlbefinden, Gemeinschaft, Ökologie und Effizienz.

Der Siegen-Award – eine silberne Skulptur – wurde Oberbürgermeister Matthias Kögler und Bäderbetriebsleiter Jörg Bay im Rahmen der Preisverleihung am 1. Februar 2012 in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freibäder in Schorndorf als „bestes öffentliches Bad in Deutschland“ ausgezeichnet. Das Oskar Frech SeeBad wurde mit dem Public Value Award 2012 ausgezeichnet und erhielt den 1. Preis in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freibäder. Der Public Value Award, der von der Deutschen Gesellschaft für das Badenwesen ausgeteilt wird, würdigt dabei herausragende Leistungen in den Bereichen Gesundheit, Genuss, Wohlbefinden, Gemeinschaft, Ökologie und Effizienz.

Die Deutsche Gesellschaft für das Badenwesen e.V. (DGfB) will mit dem „Public Value Award“ dazu beitragen, die vielfältigen Wertbeiträge des öffentlichen Bades sichtbar zu machen und damit das gesellschaftlich und sozial akzeptierte Bad fördern.

Public Value Award
1. Preis für das Oskar Frech SeeBad

Begründung der Jury

Mit dem ersten Preis 2012 in der Kategorie „Hallen-, Kombi- und Freibäder“ zeichnet die Jury das Oskar Frech SeeBad in Schorndorf aus. In allen relevanten Bereichen erreicht dieses Bad eine ausgesprochen hohe gesellschaftliche Wertschöpfung. Die Jury würdigt mit dem Oskar Frech SeeBad ein überdurchschnittlich nettes und professionelles Konzept. Ganz offensichtlich ist das Bad ein „Aushängeschild der Stadt“, auch mit Ausstrahlung in die Region hinein. Zahlreiche Veranstaltungen, wie die monatlich stattfindenden Kinderkutschspaziergänge lassen das Bad auch zu einem gemeinschaftlichen Mittelpunkt werden. Das nobles Freibad ist eine nachahmenswerte, innovative Idee.

Die Anlage vermittelt zudem in ihrer sauberen Gestaltung, der geschickten Einbindung eines Seebades in Außenbereich einen eigenständigen ästhetischen Anspruch und trägt damit entscheidend zum Erhalt und der Weiterentwicklung der Badekultur in Deutschland bei. Der Preis, den die Bürger der Stadt für „ein“ Bad erhalten haben, spricht Bände über die Qualität des Bades und den Gemeinsinn seiner Betreiber.

Wertvolles Cabrio

Sendener Bad belegt zweiten Platz bei bundesweitem Public Value Award

Von Klaus Schulz

Dass öffentliche Bäder zu meist nur mit einem ebenso öffentlichen Zuschuss ihre Ausgaben decken können, ist keine Neuigkeit. Und doch bemisst sich der „Wert“ für eine Gesellschaft an weit mehr als nur finanziellen Kennzahlen. Auch wenn die in der Regel die Diskussion überlagern.

SENDEN. Der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen mit Sitz in Essen reichte das nicht mehr aus. Mit dem Public Value Award lobte sie 2010 einen Preis aus, der weitere Kriterien in den Blick nahm. Vorletzte Woche wurde auf der Fachmesse Interbad in Stuttgart nun zum zweiten Mal der Award verliehen – und der zweite Preis in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder ging an das Cabrio Senden.

Knapp am Sieg vorbei, aber unter 31 Bewerbern weit vorne – klar, dass Geschäftsführer Dr. Christian Kuhn und Betriebsleiter Armin Vogelhofer vom Betreiber Deutsche Sportstätten- und Planungsgesellschaft (DSPG) wie auch Bürgermeister Alfred Holz und Beigeordneter Klaus Stephan am Mittwoch stolz waren. Das Quartett hatte auch eine einfache Erklärung für den Erfolg, die in Branchenkreisen bereits als Sendener Modell grassiert – nämlich



Armin Vogelhofer, Alfred Holz, Dr. Christian Kuhn und Klaus Stephan (v.l.) präsentierten am Mittwoch im Cabrio stolz Urkunde und Trophäe vom Public Value Award. Foto: kls

zum einen die Zusammenarbeit von Architekt, Gemeinde und späterem Betriebsführer in der Planungsphase; zum anderen die Konstellation, dass die Gemeinde zwar als Eigentümer die Entscheidungsgewalt behält, den Betrieb aber Fachleuten überlässt.

Bei 450 000 Euro liegt der jährliche Zuschuss aus dem Gemeindefiskus, räumte Holz ein – aber darin sei vom Schul- bis zum Vereinssport

alles enthalten, ergänzte Kuhn. Und überhaupt: Der durchschnittliche Zuschuss für Bäder in Deutschland liege bei gut 600 000 Euro.

Neben der Wirtschaftlichkeit standen vier weitere Aspekte im Fokus: Fördert das Bad die Gesundheit? Fördert es Genuss und Wohlbefinden? Dient es der Gemeinschaft? Und ist es umweltfreundlich ausgerichtet? Hier befand die Jury, dass das Cabrio insbesondere für Fa-

milien Anziehungspunkt sei und zudem ein umfangreiches Kursangebot vorhalte. Dazu wurden die Energieeffizienz-Kennzahlen gelobt.

Eine Einschätzung, die die Realität belegt: Seit das Bad im September 2007 eröffnet wurde, hat es sich zum Besuchermagneten entwickelt. 205 000 waren es 2011, kalkuliert hatte man mit 130 000! Und: Knapp die Hälfte der Besucher kommt nicht aus Senden.

Interesse an dem Preis für das Freibad, und in Schorndorf wird „vom Rechnungsprüfungsamt (...) der Award während des Jahresabschlussberichtes bei den Haushaltsausschüssen“ lobend erwähnt.

In Duingen, so versichert Wolfgang Schulz, Bürgermeister der Samtgemeinde, „haben wir es leichter gehabt, EU-Fördermittel im Rahmen des LEADER-Programms zu erhalten“ (für den Bau einer Sauna mit Lokalkolorit; LEADER: Förderprogramm der EU, mit dem modellhaft innovative Aktionen im ländlichen Raum gefördert werden; Anmerkung der Redaktion). Die Anerkennung für das kleine Hallenbad im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs hat laut Schulz eindeutig zur positiven Entwicklung beigetragen: „Kritische Stimmen zum Erhalt des Bades als freiwillige Leistung sind deutlich verstummt! Es ist und bleibt ein Zuschussbetrieb, der aber einen ungemein wichtigen Aspekt für die Lebensinfrastruktur darstellt. Diese Auszeichnung hat einige Stimmungen gedreht.“

Fazit und Ausblick

Die Auszeichnung mit dem „Public Value Award für das öffentliche Bad“ wurde in allen Kommunen mit einem prämierten Bad durchweg positiv aufgenommen. Allen voran haben sich die Mitarbeiter des Bades in ihrer geleisteten Arbeit bestätigt gesehen. Auch die Identifikation seitens der Stammgäste war groß. Zahlreiche Maßnahmen und Reaktionen zeigen die Wertschätzung in Aufsichtsratsgremien, in den Medien und bei Kommunalpolitikern. Den Public Value Award als Chance zu verstehen, dem öffentlichen Bad in seinem lokalen Umfeld den Rücken zu stärken, wurde auf vielfältige Weise und sehr unterschiedlich genutzt.

Presstetermin für das regionale Magazin „Hallo“ im Cabriobad Senden (oben) und Online-Berichterstattung in der „Thüringer Allgemeine“ über das Erfurter Nordbad (unten) (Quelle: www.erfurt.thueringer-allgemeine.de)

Das Beste aus Erfurt.

erfurt.thueringer-allgemeine.de

Nordbad mit "Public Value Award" ausgezeichnet



Das Erfurt Nordbad wurde mit dem "Public Value Award" ausgezeichnet. Bundesweit gibt es nur 8 Preisträger. Foto: Alexander Volkmann

Zwei Preisträger haben den Anspruch des Public Value Awards auf den Punkt gebracht: „Die Auszeichnung kann werbewirksam gut genutzt werden“ (Deborah Büttner, Badleiterin des Merkel'schen Schwimmbads in Esslingen), und „Das Bad wurde wieder stärker und vor allem positiv in den Fokus der Öffentlichkeit und der lokalen Politik gerückt“ (Bauamtsleiter Gerd Schuster, Nassau).

Mit der Auslobung des nächsten „Public Value Awards für das öffentliche Bad“ im kommenden Jahr erhalten die Kombi-, Hallen- und Freizeitbäder sowie die Freibäder in Deutschland wieder eine Chance, ihre breitgefächerte Ausrichtung der gesellschaftlichen Wertschöpfung unter Beweis zu stellen.



1

Freibad Nassau

Das Nassauer Freibad ist ein modernes Freizeitbad, das von Anfang Mai bis Mitte September geöffnet ist. Das Bad bietet reichhaltige Attraktionen an. Das Schwimmer- und Nichtschwimmerbecken mit einer 50-Meter Bahn ist in Edelstahl ausgekleidet. Eine 12 Meter lange Wasserbreittrasse stellt die Hauptattraktion dar. Daneben sind in dem aufgeweiteten Erlebnisbereich zahlreiche Wasserattraktionen wie eine Wasserkaskade, -liegemulde, -massagebank, Unterwasserdüsen, Nackenduschen, Wasserkanonen und eine Kleinkinderrutsche integriert. Ein Kinderplanschbecken mit einem Wasserpils, einem lustigen Duschclown sowie anderen wasserspritzenden Spieltieren sorgen bei den kleinsten Besuchern für Kurzweil. Für angenehme Badetemperaturen sorgt die Beheizung des Badewassers mittels Solartechnik. Die aktuelle Wassertemperatur kann telefonisch unter Tel. 02604/7177 erfragt werden.

Die deutsche Gesellschaft für das Badewesen e.V. hat zum zweiten Mal den „Public Value Award“ ausgelobt. Der Preis würdigt herausragende Leistungen in den Bereichen Gesundheit, Genuss und Wohlbefinden, Gemeinschaft, Ökologie und Effizienz und ist nach Aussage des Juryvorsitzenden das „Bundesverdienstkreuz“ für Bäder. Insgesamt haben deutschlandweit 31 Bäder in den beiden Kategorien „Hallen-, Kombi- oder Freizeitbad“ und „Freibad“ an dem Wettbewerb teilgenommen. Dabei hat das Freibad Nassau einen von drei gleichwertigen Preisen in der Kategorie „Freibäder“ gewonnen. Die Beurteilung der Wettbewerbsbeiträge erfolgte durch eine neunköpfige Jury der Universität St. Gallen.

Badespaß für die ganze Familie



2



3

[1, 2] Das Gastgeberverzeichnis 2013/14 des Nassauer Landes wirbt mit dem Public Value Award für sein Freibad; Quelle: Touristik im Nassauer Land, Nassau

[3] Rainer Pätzold, der 1. Beigeordnete der Verbandsgemeinde Nassau, im Eingangsbereich des Rathauses mit der über groß ausgedruckten Urkunde; Quelle: Verbandsgemeinde Nassau

„Öffentlicher Mehrwert“ stärkt ausgezeichneten Bädern den Rücken

Rückblick der Preisträger des „Public Value Award für das öffentliche Bad 2010“

Sandra Lachmann, ehemals Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bremer Bäder GmbH

OTeBad, Bremen-Tenever

Award als Katalysator für das Engagement des OTeBades

Wer am 21. Oktober 2010 in Bremen das Radio einschaltete, hörte es sogar in den Nachrichten: „OTeBad gewinnt Public Value Award“. Auch die lokalen Zeitungen und Fernsehsender berichteten an diesem Tag breit über den Erfolg des Hallenbades. Für das OTeBad war das ungewohnt, denn eine solch breite Berichterstattung genießt es normalerweise nicht. Doch mit der Auszeichnung kam für Badleiter Uwe Käsebier ein Anlass, im Rahmen einer Pressekonferenz die öffentliche Aufmerksamkeit auf die Angebote des Schwimmbades und das Engagement seines Teams zu lenken. Die Medienvertreter wollten natürlich wissen, wofür das Bad den Public Value Award gewonnen hat – eine ideale Gelegenheit, um ansässige Kurse, bestehende Kooperationen im Stadtteil, das Schulschwimmen und andere Angebote vorzustellen. Anschließend wurde Bremen-weit über Aquacycling in Tenever, das OTeBad als Fortbildungsanbieter und die Kooperationsveranstaltung „24-Stunden-Schwimmen“ berichtet. Was die Jury des Public Value Awards überzeugt hatte, wurde somit auch bei den Bremern in Erinnerung gerufen.

Darüber freuten sich aber nicht nur die Bädergesellschaft und das Team des OTe-Bades, sondern auch die Stammkunden. Sie identifizierten sich zu dieser Zeit noch mehr als sonst mit „ihrem“ Bad. Vor allem ältere Besucher nutzen das Hallenbad. Für sie, die medienarm sozialisiert sind, war es ein außergewöhnliches Erlebnis, die von ihnen regelmäßig ge-

nutzte Freizeitstätte im Fokus der Medien zu sehen. Persönliche Gratulationen vor Ort, aber auch Briefe erreichten die Mitarbeiter in großer Zahl. „Die Kunden waren sehr interessiert daran, wofür wir den Preis bekommen haben“, berichtet Badleiter Käsebier über die Reaktionen. „Am Ende sagten sie dann ziemlich häufig, dass wir ihn uns verdient haben. Für mich war daher nicht nur der Preis selbst, sondern auch das wohlwollende Meinungsbild unserer Gäste ein echter Motivator.“

Die Netzwerkpartner im Stadtteil (Wohnungsbau-Gesellschaft, Vereine, Mütterzentrum etc.) zeigten sich ebenfalls sehr zufrieden damit, dass der Stadtteil Osterholz-Tenever durch den Public Value Award auf positive Weise im Rampenlicht stand. Zur Erinnerung: Bis zum Jahr 2010 führte Osterholz-Tenever die Liste der am meisten benachteiligten Stadtteile in Bremen an und litt unter einem dementsprechenden Image. Doch durch sinnvolle Kooperationen und konsequentes Engagement, oft ehrenamtlich, gelingt es dem Stadtteil zunehmend, seine lebenswerten Seiten darzustellen. Dass das Stadtteilbad, das ein zentra-

ler Partner bei vielen Kooperationen ist, in einem bundesweiten Wettbewerb als Sieger hervorgeht, hilft daher auch Osterholz-Tenever und allen, die sich im Stadtteil engagieren. „Die Institutionen und Meinungsträger im Stadtteil sind nach der Preisverleihung noch etwas näher an uns herangerückt“, schildert Käsebier seinen persönlichen Eindruck. „Unsere Meinung zu neuen Ideen ist jetzt zahlreich gefragt. Gleichzeitig wird uns deutlicher als bislang Unterstützung für unsere Interessen zugesichert.“

Das Ziel der Organisatoren des Public Value Awards war es, deutlich zu machen, dass sich der Wert eines Schwimmbades nicht allein über finanzielle Erträge bemessen lässt. Dass dies in Bremen gelungen ist, zeigt die Rückendeckung, die das OTeBad in Folge der Preisverleihung auch durch die Politik bekommen hat. „Ich freue mich mit allen, die daran mitgewirkt haben, dass das OTeBad den diesjährigen Public Value Award 2010 gewonnen hat“, sagte der zuständige Sportsenator Ulrich Mäurer öffentlich. „Gerade an der Entwicklung des OTeBades kann man eindrucksvoll sehen, wie wichtig ein Schwimmbad im Sinne einer nachhaltigen Quartiersentwicklung sein kann.“ Er versicherte auf der Pressekonferenz, sich weiterhin für den Erhalt des Schwimmbades einzusetzen. Zwar steht eine Schließung des Bades schon seit vielen Jahren nicht mehr zur Diskussion, dennoch geben politische Aussagen wie diese zusätzliche Sicherheit.



Der Bremer Sportsenator Ulrich Mäurer (rechts) unterstreicht im Zuge seiner Glückwünsche die Bedeutung eines Schwimmbades zur nachhaltigen Quartiersentwicklung

Zusammenfassend lässt sich Folgendes festhalten: Der Public Value Award ist sicher nichts, was die Besucherzahlen spürbar erhöht und die Kassen reichhaltig füllt. Und doch ist er ein Gewinn. Er betont den unverzichtbaren sozialen Nutzen eines Schwimmbades, motiviert seine Angestellten und kann pr- und marketing-wirksam eingesetzt werden. Im Falle des OTeBades zeigte er zudem Katalysatorwirkung. Das, wofür das Bad den Preis erhalten hat, hat sich durch ihn nur noch verstärkt: die familiäre Atmosphäre, das integrative Engagement und die umfangreiche Netzwerkarbeit im und für den Stadtteil.

Matthias Oloew, Leiter Presse und Kommunikation, Berliner Bäder-Betriebe

Schwimmhalle am Helene-Weigel-Platz, Berlin-Marzahn

Bäderbetriebe feierten mit politischer Prominanz die Auszeichnung

Ausgelassene Stimmung in Berlin-Marzahn: Mit einem kleinen Festakt feierten die Berliner Bäder-Betriebe (BBB) die Auszeichnung ihrer Schwimmhalle am Helene-Weigel-Platz mit dem Public Value Award. Aus diesem Anlass schaute auch Berlins Sport-Staatssekretär Thomas Härtel, die Finanz-Staatssekretärin Iris Spranger sowie die Bezirksbürgermeisterin Dagmar Pohle und Sport-Stadtrat Stefan Komoß vorbei. Symbolisch überreichte Härtel die Auszeichnung noch einmal an den Leiter des Bades, Detlef Dille, und den Leiter des Kurssystems der BBB, Burghard Menke.

Freuen sich über den Public Value Award: (von links) Sport-Staatssekretär Thomas Härtel, Bezirksbürgermeisterin Dagmar Pohle, Dr. Klaus Lipinsky, Sport-Stadtrat Stefan Komoß, Badleiter Detlef Dille und Burghard Menke, Leiter des BBB-Kurssystems; Fotos: Berliner Bäder-Betriebe

Zugleich eröffneten die BBB an diesem Standort noch eine neue Saunalandschaft. Diese spielte für die Auszeichnung mit dem Public Value Award zwar keine Rolle (Anmerkung der Redaktion: Das Preisgericht berücksichtigt grundsätzlich nur den Ist-Stand eines Bades, also keine Planungen), unterstreicht aus Sicht der BBB aber die Bedeutung dieses Standorts. Ausgezeichnet wurde nämlich eine Schwimmhalle mit einem 50-m-Schwimmbekken, in der die gesamte Bandbreite des gesundheitsfördernden Schwimmsports angeboten wird.

Staatssekretär Härtel erklärte: „Die Auszeichnung ist eine sehr schöne Bestätigung des Kurses, den wir mit den kommunalen Bädern fahren: Sicherung der Daseinsvorsorge und Erhaltung der Gesundheitsangebote, was gerade im Hinblick auf die demografische Entwicklung unserer Bevölkerung immer wichtiger wird.“ Er spielte dabei auf die im Durchschnitt stetig älter werdende Bevölkerung an. Gerade für diese Teile sei Schwimmen ein Sport, der auch im hohen Alter noch betrieben werden könne.

BBB-Vorstandsvorsitzender Dr. Klaus Lipinsky ergänzte: „Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung, denn sie unterstreicht die Bedeutung der Schwimmhalle für den Bezirk Marzahn-Hellersdorf.“ So sah es auch die Jury: Der besondere „public value“, also der Wert für die Gemeinschaft, entstehe durch die nutzerfreundlichen Öffnungszeiten einerseits wie der guten Kooperation zwischen



der Badleitung und den unterschiedlichen Nutzergruppen andererseits. Die zentrale Lage inmitten des sozial schwachen Bezirks und die gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr unterstreichen die Bedeutung der Schwimmhalle.

Bezirksbürgermeisterin Pohle sagte: „Als sozial eher schwacher Bezirk sind wir besonders angewiesen auf die Bäder-Infrastruktur und vor allem auf ein kostengünstiges Angebot für unsere Bürgerinnen und Bürger, damit sie sich den Bad- und Saunabesuch leisten können. Denn der Besuch eines Schwimmbades fördert die Gesundheit und senkt Kosten an anderer Stelle im Gesundheitswesen.“

Um auch den Kunden deutlich zu machen, dass die Schwimmhalle in Marzahn ausgezeichnet worden ist, haben die BBB die verliehene Urkunde auf Posterformat vergrößern lassen und im Kassenbereich ausgehängt. So fällt der „Public-Value-Award“ schon beim Betreten der Schwimmhalle ins Auge.

Die Schwimmhalle am Helene-Weigel-Platz in Marzahn ist in den Jahren 2007 bis 2010 für rund 6,2 Mio. € rundum saniert und durch eine Saunalandschaft ergänzt worden. Allerdings war kurz nach Beginn der Bauarbeiten nicht klar, ob die Halle überhaupt saniert werden kann. Die Stahlbetonkonstruktion des Daches war so stark geschädigt, dass die Bauaufsichtsbehörde kurz nach Baubeginn 2007 sogar einen Baustopp verhängte. Die Halle galt als einsturzgefährdet. Diesen Verdacht bestätigten die Experten der Bundesanstalt für Materialprüfung (BAM) kurze Zeit später. Schuld daran waren schwere Korrosionsschäden des verwendeten Stahls, die auf einen Materialfehler hindeuteten. Ein Abriss des gesamten Bades schien unvermeidlich.

Eine Nachricht, die einen Schock auslöste und obendrein noch Bestätigung fand. Eine

baugleiche Schwimmhalle in Halle an der Saale wurde aus einem ähnlichen Grund abgerissen. Das Problem in Marzahn: Für einen Neubau fehlte das Geld und hätte auch aus den zur Verfügung stehenden Geldern der Fördertöpfe nicht bezahlt werden können. Also setzten die Fachleute alles daran, eine Lösung durch eine Sanierung zu finden. Intensive Untersuchungen der BAM führten schließlich zu dem Ergebnis, dass eine Sanierung möglich ist – allerdings mit einem enormen Aufwand. Statt 2 Mio. €, wie zunächst veranschlagt, flossen am Ende gut 6 Mio. € in die Sanierung.

Doch die Anstrengung hatte sich gelohnt. Das Bad konnte erhalten werden, und der Neubau einer ähnlichen Schwimmhalle mit einem 50-m-Schwimmbecken wäre für diese Summe nicht zu finanzieren – und in dieser Form nicht Basis für den Public Value Award – gewesen.

Gaby Blum, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Sport- und Badezentrum Fildorado GmbH

Fildorado, Filderstadt

Stakeholder wertschätzen den Public Value Award

Auch das Fildorado in Filderstadt zog ein Jahr nach der Verleihung Bilanz und wertete Presseberichte und Feedback der Stakeholder sowie Reaktionen von Geschäfts- und Kooperationspartnern in der Region aus. Fildorado-Geschäftsführer Felix Schneider sieht vor allem bei den Stakeholdern, also der Gruppe der Personen in Stadt und Umkreis, die per se ein starkes Interesse an der Weiterentwicklung des Fildorado haben, die größte Wertschätzung der Auszeichnung: „In dieser Gruppe ist der Public Value Award sehr positiv aufgenommen worden“, erklärt Schneider. Der Bad-Chef betont den hohen Stellenwert der Stakeholder für das Fildorado und legt großen Wert darauf, „solche wichtigen Multiplikatoren für uns zu gewinnen“. Sehr gefreut haben Schneider deswegen

auch die Glückwünsche der Oberbürgermeisterin von Filderstadt und Aufsichtsratsvorsitzenden der Fildorado GmbH, Gabriele Dönig-Poppensieker. Sie gratulierte dem Fildorado zu dieser hochrangigen Auszeichnung und sagte: „Dieser Preis ist ein Beleg für die Attraktivität des Sport- und Badezentrums und für die weitsichtige und wirtschaftliche Arbeit der Geschäftsführung“.

Die Pressestelle des Rathauses veranlasste zudem einen größeren Artikel zur Preisverleihung im Filderstädter Amtsblatt, das rund 22.000 Haushalte in der großen Kreisstadt mit insgesamt etwa 44.000 Einwohnern erreicht. Die Preisverleihung durch die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V. hat allgemein eine entsprechend hohe Medienaufmerksamkeit erzeugt. Die wichtigsten Tageszeitungen und Wochenblätter der Region veröffentlichten die Meldung; in den meisten Fällen wurde auch ein Foto von der Verleihung des Preises auf der Messe „interbad“ publiziert. So berichtete die Filder Zeitung, eine Regionalausgabe der Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten mit einer Auflage von rund 30.000 Exemplaren, ebenso in Wort und Bild über die glanzvolle Verleihung auf der interbad wie die örtlichen Wochenblätter. Bäder-Fachportale und -Onlinedienste spiegelten und erläuterten die Vergabe im Internet.

Der Fokus der Berichte lag vor allem auf der Tatsache, dass es dem Fildorado hervorragend gelingt, sein insgesamt inhomogenes

Gästespektrum gleichermaßen zu bedienen und zufriedenzustellen. So fühlen sich im Filderstädter Sport- und Badezentrum alle Besucher rundum wohl und am richtigen Platz, sowohl die großen und kleinen Freibadgänger im Sommer als auch die Familien mit Kindern, Schulkinder, Jugendliche, Senioren und anspruchsvolle Wellness-Gäste mit den unterschiedlichsten Bedürfnissen. Diesen Bogen über alle Gäste hinweg schlagen zu können, ist das große Verdienst des Fildorado und die Grundlage für die Auszeichnung.

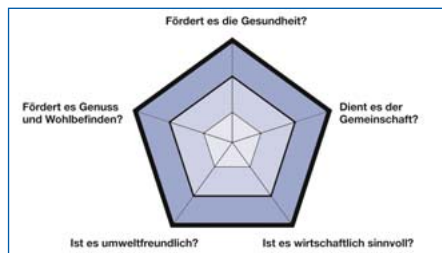
„Mit Hilfe des Public Value Awards ist es uns gelungen, den Mehrwert, der unser Bad für die Kommune darstellt, verstärkt auch nach außen darzustellen“, so Schneider. Auch im Bad selbst wurde der errungene Public Value Award entsprechend gewürdigt: Im Eingangsbereich und Kassenbereich des Fildorado wurden unmittelbar nach der Preisverleihung zwei fest installierte, 1 x 1,50 m große und farbige Schautafeln angebracht, welche die Bad- und Saunagäste über den Preis für das Fildorado und über die Begründung der Jury informieren.

Da das Thema Daseinsvorsorge in der Weise, wie sie das Fildorado mit den Angeboten Schulschwimmen, Freibad und Edutainment leisten kann, für die Kommunen auch in Zukunft von großer Bedeutung sein wird, sieht der Bad-Chef für den Public Value Award weiteres Entwicklungspotenzial. „Wenn sich der Preis erst einmal etabliert hat, kann er viel dazu beitragen, den Entscheidungsträgern noch deutlicher vor Augen zu führen, welchen Mehrwert und erhöhte Kaufkraft ein solches Bad für und in die Kommune insgesamt bringt“.



Heterogene Zielgruppen harmonisch unter einem Dach – die Ausstellungstafeln, die nach der Preisverleihung zunächst auf der interbad präsentiert wurden, sind für jeden Gast am Empfang gut lesbar; Foto: Fildorado, Filderstadt

Veränderter Nachdruck aus
AB Archiv des Badewesens 12/2011



Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V.

Haumannplatz 4, 45130 Essen
Postfach 34 020 10, 45074 Essen

Telefon 0201 / 879 69-0
Telefax 0201 / 879 69 20

info@baederportal.com
www.baederportal.com

Fotonachweis:

Oskar Frech SeeBad, Schondorf
cabrio Senden, Senden
Dr. Krieger Architekten + Ingenieure, Velbert
FreiBad, Stadtwerke Hof
Thomas Klink, Schorndorf
Messe Stuttgart

