

Bäderoffensive

Antrag der CSU-Stadtratsfraktion vom 26.10.2020

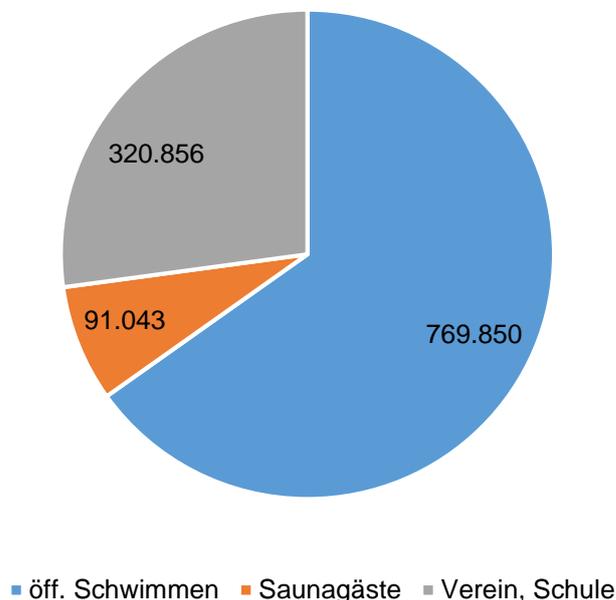
Sachverhalt für die Sitzung des Werkausschusses NürnbergBad am 16. Juli 2021

I. Ausgangslage

a) Besucherzahlen

Der Eigenbetrieb NürnbergBad konnte im Jahr 2019 insgesamt 1.181.749 Gäste begrüßen. 860.893 der Besucher*innen zählten zu den „öffentlichen“ Badegästen. Sie waren also weder über einen Schwimmverein, eine Schule oder einen Kurs gebucht. Lässt man die 91.043 Saunagäste weg, so kann von 769.850 Besucher*innen gesprochen werden, die als Privatgäste zum Schwimmen und Baden in die Hallen- und Freibäder kamen. In die Hallenbäder kamen dabei fast doppelt so viele Schwimmer*innen als in die Freibäder.

Gesamtbesucher pro Jahr: 1.181.749

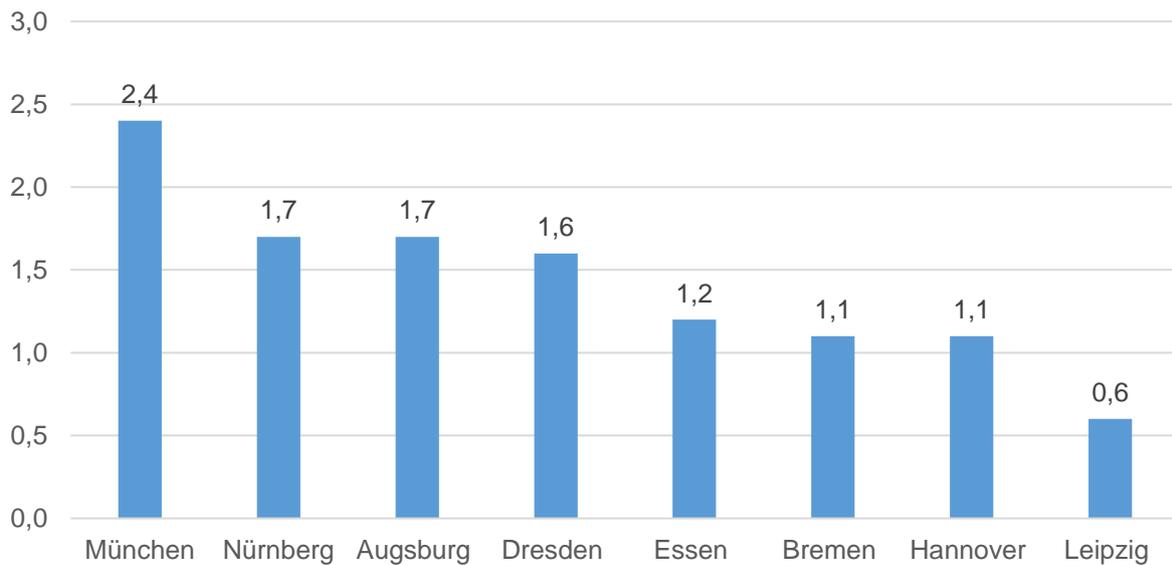


Mit diesen Zahlen liegt Nürnberg leicht über dem Niveau anderer deutscher Großstädte. So wurden im Jahresabschluss des Sport- und Bäderbetriebes Essen für das Jahr 2019 698.935 öffentliche Badbesucher*innen ausgewiesen (siehe Drucksache 0974/2020/6 des Rates der Stadt Essen). In Hannover wurden 579.180 öffentliche Besucher*innen gezählt, in Bremen 641.118, in Augsburg 506.144, in Leipzig 379.299 und in Dresden

906.638.

Eine leicht stärkere Nachfrage kann für die Landeshauptstadt München vermutet werden. Allerdings veröffentlichen die Stadtwerke München nur ihre Gesamtbesucherzahl. Diese lag im Jahr 2019 bei 3.604.372 bei einer Einwohnerzahl von rund 1,5 Millionen Menschen.

Badbesuche pro Einwohner 2019



Bei diesen Vergleichen ist zu beachten, dass oft die Anzahl der Bäder, deren Lage in den Städten und deren Öffnungszeiten und somit insgesamt deren Attraktivität Unterschiede aufweisen. So betreibt etwa der Sport- und Bäderbetrieb Essen laut seinem Lagebericht 13 Bäder. Die Leipziger Sportbäder betreiben acht Schwimmhallen sowie fünf Sommerbäder und ein Kinderfreibecken. Die Bremer Bäder betreiben zwölf Bäder, wovon eines derzeit umgebaut wird und eines nur als „Bewegungsbad“ für Schwimmkurse und Wassergymnastik geführt wird. Die Dresdner Bäder GmbH verfügt über sieben Hallenbäder und sieben Freibäder.

Legt man dennoch die Zahlen der registrierten öffentlichen Badbesucher*innen auf die jeweilige Einwohnerzahl um, ergibt sich für Nürnberg ein rechnerischer Wert, der ebenfalls etwas über dem Niveau bzw. auf einem hohen Niveau zu den anderen Vergleichsstädten liegt. In der Gesamtschau kann somit derzeit nicht gesehen werden, dass die Nürnberger*innen weniger oder gar auffallend weniger häufig als andere Stadtbewohner*innen in der Bundesrepublik zum Schwimmen gehen würden.

b) Kostendeckungsgrad

Die Bayerische Staatsregierung legte das Sonderprogramm Schwimmbadförderung SPSF unter anderem mit der Begründung auf, dass der Kostendeckungsgrad von kommunalen Hallen- und Freibädern in Bayern oft bei nur rund 30 Prozent liege. Auch bundesweit liegen nach Angaben der Kreditanstalt für Wiederaufbau (vgl. KfW Research, Volkswirtschaft Kompakt, Nr. 138, Juli 2017) und des Deutsche Städte- und Gemeindebundes (vgl. DStGB, Position, Kommunale Schwimmbäder: Unverzichtbarer Bestandteil der Daseinsvorsorge, 2015) die Kostendeckungsgrade bei Frei- und Hallenbädern bundesweit zwischen 27 bis 31 Prozent.

Die Werte von 46 Prozent (2015) bis 51 Prozent (2019), den der Eigenbetrieb NürnbergBad in den Jahren vor Corona erreichte, liegen auch hier etwas über dem Durchschnitt.

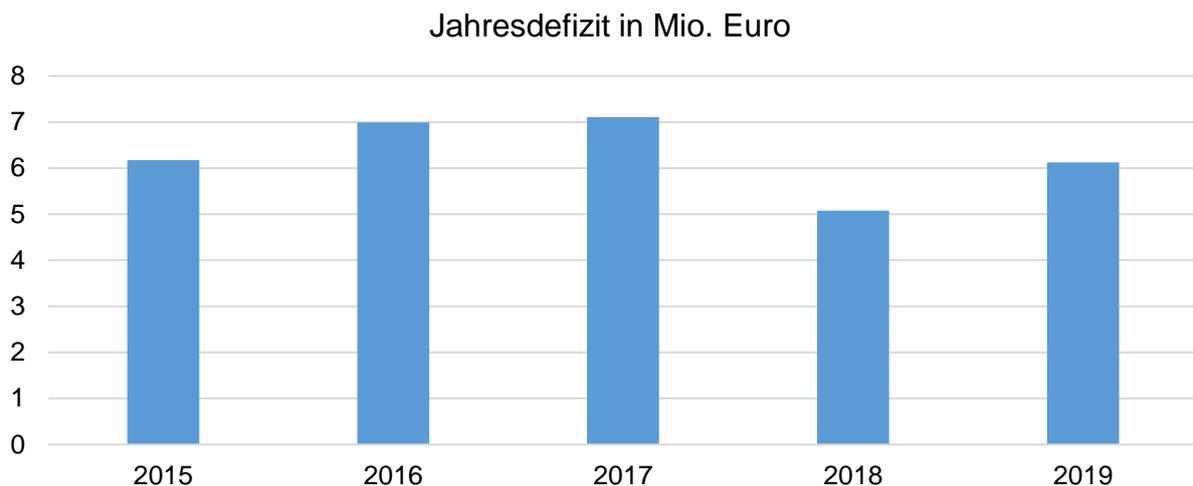
c) Zuschuss pro Badegast

Der rechnerische Zuschuss pro Badegast betrug in den letzten zehn Jahren vor der Corona-Pandemie im Durchschnitt rund 5,60 Euro. Der bundesweite Vergleichswert liegt nach Angaben des Städte- und Gemeindebundes zwischen 5 Euro und 10 Euro. D.h. bei diesem

Vergleichsparameter liegt NürnbergBad bei der Gruppe der Bäder mit den geringsten Zuschussbedarfen in Relation zur Zahl der Besucher*innen.

d) Jahresverlust

Die unter b und c genannten Kennzahlen korrespondieren eng mit den Jahresergebnissen des Eigenbetriebs NürnbergBad. Hier waren in den Jahren bis zu Beginn der Corona-Pandemie stabile Jahreswerte zu verzeichnen. Die Verluste betragen gemäßen den Jahresabschlüssen 6,17 Mio. € (2015), 6,99 Mio. € (2016), 7,11 Mio. € (2017), 5,08 Mio. € (2018) und 6,12 Mio. € (2019).



Um diese Ergebnisse in einen Vergleich zur allgemeinen Situation der Bäder in Deutschland setzen zu können, sei auf eine öffentliche Anhörung des Sportausschusses des Bundestags vom 15. Januar 2020 verwiesen. Hierfür brachte die deutsche Sektion „International Association for Sports and Leisure Facilities“ (kurz: IAKS) eine Stellungnahme ein. Darin wird für den Zuschussbedarf der Bäder folgendes ausgeführt:

„Aus Erhebungen der Mitglieder der IAKS Deutschland, die sich mit den Untersuchungen der DGfDB nahezu decken, wird ersichtlich, dass ein Schul- und Vereins-Hallenbad etwa 500.000 bis 700.000 € Zuschussbedarf operativ benötigt. Hinzu kommt etwa die gleiche Summe als Kapitalkosten (Zins, Tilgung, Absetzung für Abnutzungen(AfA). Das ergibt eine jährliche Belastung für die kommunalen Haushalte in Höhe von rund 1,2 Mio. €. Weiterhin zeigt sich, dass das Bad aufgrund der öffentlichen Nutzung etwa 200.000 bis 400.000 € teurer wird, was vor allem an den Personalkosten der dann notwendigen Aufsicht liegt.“ (vgl. Deutscher Bundestag, Sportausschuss, Drucksache 19(5)175).

In Summe ergibt sich damit pro Jahr und Hallenbad, dass für die Öffentlichkeit zur Verfügung steht, bundesweit gesehen ein durchschnittlicher Zuschussbedarf von rund 1,5 Millionen Euro. Insofern liegt auch der Jahresverlust von NürnbergBad, der eine Gesamtkostenrechnung für vier Hallenbäder und drei Freibäder abbildet, im Rahmen des für öffentliche Bäder Üblichen. Dieses Jahresdefizit ergibt sich somit aus dem speziellen Angebot und der Preisstruktur für öffentliche Bäder und ist langfristig weitgehend konstant.

II. Leistungsspektrum von NürnbergBad

Der Eigenbetrieb NürnbergBad bietet sein Angebot an 364 Tagen im Jahr an. Die Öffnungszeiten bewegen sich zwischen 6.00 Uhr morgens und bis zu 23.00 Uhr abends. Abgedeckt werden damit Wasserzeiten für das Schulschwimmen, Bahnen und Becken für das Vereinsschwimmen sowie das öffentliche Schwimmen und Saunieren, inklusive des Sortiments an Schwimmkursen. Die drei Angebotssäulen Schulen, Vereine und Öffentlichkeit sind aufeinander abgestimmt. Ungenutzte Betriebszeiten gibt es für das öffentliche Schwimmen derzeit nicht. Es sind diese drei somit „kommunizierende Röhren“: Soll also noch mehr Raum für das öffentliche Schwimmen geschaffen werden, müsste das Kontingent für Schulen und Vereine eingeschränkt werden. Auch um diesen Mangel an buch- oder nutzbaren Wasserzeiten entgegenzuwirken, stimmte der Stadtrat für die Wiederbelebung des Volksbades. Um auch dabei dem Kernauftrag des Stadtrates für den Eigenbetrieb NürnbergBad gerecht zu werden, werden Bäder vorgehalten, die Vergnügen bereiten sollen, aber ganz klar keine „Spaßbäder“ sind. Die Schwerpunkte liegen bei Sport- und Erholungsangeboten für die Nürnberger Bevölkerung.

Diese werden durch besondere Veranstaltungen attraktiver gestaltet, wie etwa Themenabende in den Saunen, Nächte mit Aquafitness oder Wassergymnastik für Senioren*innen. Sonderveranstaltungen ergänzen das Erlebnisangebot und sind geeignet, neue Kund*innen zu gewinnen und im Erfolgsfall das Betriebsergebnis zu verbessern. Hierfür wurden in den Jahren vor Corona beispielsweise die Sommerfilmnächte im Naturgartenbad, eine Triathlon-Veranstaltung im Stadionbad oder die Vintage-Pool-Party im Stadionbad etabliert.

Das Marketing ist darauf ausgerichtet, möglichst keine Nachfrageüberhänge gegenüber dem verfügbaren Angebot entstehen zu lassen. So muss etwa bei der Werbung für die Saunen berücksichtigt werden, dass beispielsweise an sehr vielen Sonntagnachmittagen im Winter bereits starke Auslastungen gegeben sind. Gleiches gilt für beliebte Schwimmzeiten oder heiße Sommertage in den Freibädern.

Die Möglichkeiten der existierenden Infrastruktur setzen somit einen Angebots-Rahmen, in welchem der Eigenbetrieb NürnbergBad aktiv tätig sein kann, um mehr oder neue Gäste zu gewinnen, ohne dabei bereits gewonnene Kund*innen zu verlieren. Um in diesem Rahmen ein ausgewogenes Niveau zwischen Ruhe und Erholung, Attraktionen und Besucherbedürfnisse, Events und Wünsche der Sporttreibenden und einigen anderen zu beachtenden Gesichtspunkten zu finden, ist für NürnbergBad die Kundenzufriedenheit ein wichtiger Gradmesser.

Um diese zu steigern, unternahm die Werkleitung in den Monaten vor der Corona-Krise noch unterschiedliche Maßnahmen. So wurde für die Physiotherapie im Südstadtbad ein neuer Pächter gewonnen, um für die Schwimmbadbesucher*innen wieder ergänzende Angebote, z.B. für Massagen machen zu können. Für die Gastronomie im Langwasserbad wurde ebenfalls ein neuer Pächter gewonnen, um insbesondere den Saunabesucher*innen wieder ein Zusatzangebot machen zu können. In einigen Bädern wurden wieder feste Zeiten für Wassergymnastik eingeführt. Während der Pandemie wurden neue Kontakte zwischen städtischen und nicht-städtischen Akteuren geknüpft, um künftig aus einem größeren Netzwerk mehr Ideen und Kooperationen generieren zu können.

III. Potenziale für weitere Verbesserungen

Grundsätzlich wird es immer Entwicklungen, Ideen und Anregungen geben, die der Eigenbetrieb NürnbergBad noch besser machen kann oder wodurch er seine Attraktivität noch erhöhen könnte. Um hier unternehmerisch vorgehen und strategisch planen zu können, gibt es zum einen die reguläre und regelmäßige Kontrolle der betrieblichen Kennzahlen (Besucher, Jahresergebnis und Zuschuss pro Badegast).

Zum anderen stehen in der Bäderbranche auch externe Beratungsunternehmen zur Verfügung. Diese bieten an, anhand des Einzugsgebietes, der Konkurrenzsituation und des Wasserflächenbedarfs für Schulen und Vereine rechnerische Potenzialanalysen zu erstellen, um zu erkennen, wie groß der „Markt“ an öffentlichen Schwimmbadbesuchern überhaupt ist. Auch vollständige kommunale Bäderleitplanungen werden von Beratungsfirmen angeboten. Allerdings sind solche Untersuchungen sehr aufwendig, sehr zeit- und insbesondere kostenintensiv und im Erkenntnisgewinn gleichwohl mit Unsicherheiten behaftet. Meist werden solche Analysen dort in Auftrag gegeben, wo ein Blick von außen dringend nötig erscheint, weil zum Beispiel ein Kontrollgremium wie der Nürnberger Werkausschuss fehlt, die Besucherzahlen stark zurückgehen, ein Sanierungsstau offensichtlich ist oder erheblich Investitions- bzw. Organisationsentscheidungen getroffen werden müssen. Für NürnbergBad war deshalb keine Komplettanalyse, sondern die Durchführung einer Umfrage (Kunden und nicht-Kunden) mithilfe eines erfahrenen Marktforschungsinstitutes geplant. Dabei sollte sowohl die Kundenzufriedenheit überprüft, als auch die Gründe erfragt werden, weshalb manche Personen nicht ins Bad gehen.

Eine derartige Befragung war auch im Werkausschuss angeregt worden und war für das Kalenderjahr 2020 vorgesehen. Im Zuge der Corona-Pandemie empfahlen aber auch die Marktforschungsinstitute selbst, zunächst keine Befragung durchzuführen. Um die Ergebnisse nicht zu verfälschen, sollte eine vollständige Rückkehr zu den normalen Verhältnissen und sogar noch eine weitere Normalisierungszeit abgewartet werden.

Nach der Überwindung der Corona-Pandemie wird die Durchführung einer Kunden- und Bürgerbefragung wieder aufgegriffen. Entsprechende Angebote bzw. Vorarbeiten für eine Auftragsvergabe können bei einer günstigen Entwicklung der Pandemie möglicherweise noch in diesem Jahr begonnen werden.

Um bis dahin allerdings nicht tatenlos zu sein, wurden folgende Maßnahmen bereits als Ansatzpunkte identifiziert oder bereits in Angriff genommen:

- Beim Amt für Stadtforschung und Statistik wurde beantragt, in die regelmäßige stattfindende Wohnungs- und Haushaltsbefragung eine stetig wiederkehrende Frage zur Zufriedenheit mit den Bädern aufzunehmen, um ein externes Monitoring-Instrument zu erhalten
- Die Zahl der Events und Veranstaltungen, z.B. Kindergeburtstage, Spielenachmittage und Saunaangebote soll erhöht werden, wobei die Interessen der Schulen, Vereine und regulären Badegäste weiterhin beachtet werden sollen
- Der Weg zur Erhöhung des Angebots- und Qualitätsstandards in Kooperation mit externen Pächtern, z.B. Gastronomie soll z.B. für Frühstücksangebote, vegetarische und vegane Gerichte oder online-Vorbestellungen fortgeführt werden
- Das Marketing und der Kundendialog sollen insbesondere online verstärkt werden, z.B. für online-Buchungen über einen Webshop, social-media-Kampagnen, online-Buchungen für Kombikarten für Eintritte, Gastronomie- und Physiotherapie-Angebote
- Der Kontakt zu anderen Badbetreibern und der gegenseitige Erfahrungsaustausch werden gesteigert, um gute Ideen möglichst schnell übernehmen zu können

- Der Aufbau eines Gebäude- bzw. Facility-Managements für die Bäder um laufende Betriebskosten im Blick zu haben und Einsparpotentiale zu generieren und um eine Werterhaltende Instandhaltungs- bzw. Bauunterhaltsplanung (Mehrjahresplanung) umzusetzen.
- Der Ausbau der Zuschussbeantragung bzw. Fördermittelakquise bei möglichen Instandhaltungsinvestitionen und Neubaumaßnahmen.

IV. Fazit

Die Stadt Nürnberg hat seit Gründung des Eigenbetriebs NürnbergBad stets und wiederholt viel in den Erhalt und die Modernisierung der Nürnberger Bäder investiert. Einen eklatanten Sanierungsstau, wie er in vielen deutschen Kommunen zu sehen ist, gibt es in Nürnberg erfreulicherweise nicht. Die Sanierung des Südstadtbades, der Neubau des Langwasserbades, die Wiederbelebung des Volksbades und die kontinuierlichen Leistungen in Reparaturen und Unterhalt schaffen eine gute Grundlage für den Schul- und Vereinssport sowie die Nutzung durch die Öffentlichkeit. Die Kennzahlen des Eigenbetriebs lassen im bundesweiten Vergleich keine negativen Abweichungen erkennen.

Der Eigenbetrieb wird weiterhin kontinuierlich daran arbeiten, solide und vorausschauend mit seinen Bädern umzugehen und zudem kontinuierlich ein attraktives Angebot für die Bürgerschaft zu bieten. Dazu müssen ggf. auch immer wieder neue Wege gegangen werden, um auf sich ändernde Nachfragesituationen reagieren zu können. Damit diese umfassend erfasst werden können, soll nach einer Überwindung der Corona-Pandemie die bereits geplante Potentialanalyse umgesetzt werden. All dies innerhalb der Leitlinien, welche der Stadtrat für die städtischen Bäder vorgibt.