

# **Machbarkeitsstudie**

## Projekt: Beverbad in Ostbevern

PROVA Unternehmensberatung GmbH  
Jürgen-Graef-Allee 2  
59065 Hamm

[www.prova-gmbh.net](http://www.prova-gmbh.net)

Stand: 05.09.2016

## **Urheberrechtsschutz**

Dieses Gutachten, mit den darin enthaltenen Aussagen, ist geistiges Eigentum der Firma PROVA Unternehmensberatung GmbH. Die im Gutachten enthaltenen Bilder etc. sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und der Verbreitung, sowie der Übersetzung sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form – in welchem Verfahren auch immer – ohne schriftliche Genehmigung der PROVA Unternehmensberatung GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, bearbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Dieses bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Einwilligung der PROVA Unternehmensberatung. Dies gilt insbesondere für die im Gutachten enthaltenen Lichtbilder. Das Gutachten darf ferner nur zu dem Zweck verwendet werden, für den es vereinbarungsgemäß bestimmt ist, wozu insbesondere die hausinterne Verwendung zählt.

## Inhaltsverzeichnis

<b>AUFTRAG</b> .....	<b>5</b>
Vorbesprechungen .....	5
Unterlagen des Auftraggebers .....	5
<b>MARKTANALYSE</b> .....	<b>6</b>
Ostbevern .....	6
Geographische Lage .....	7
Verkehrsinfrastruktur .....	7
Demographische Angaben .....	8
<b>IST-ANALYSE</b> .....	<b>10</b>
Hallenbad .....	10
Freibad .....	12
<b>UMKREISANALYSE BEVERBAD</b> .....	<b>13</b>
Betrachtung des Einzugsgebiets „Beverbad“ .....	14
<i>Einzugsgebiet Beverbad - 30 Min.</i> .....	14
Auszug PROVA Unternehmensberatung GmbH Map Point .....	14
Einzugsgebiet Beverbad - 15 Min. ....	15
Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Ostbevern .....	17
<i>Betrachtung des gesamten Wettbewerbs</i> .....	17
<i>Adressen der Mitbewerber</i> .....	18
<i>Betrachtung des Wettbewerbs Hallenbad/ Kombibad</i> .....	21
<i>Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Hallenbad/ Kombibad</i> .....	22
<i>Betrachtung des Wettbewerbs im Bereich Freibad</i> .....	25
<i>Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Freibad</i> .....	26
<i>Betrachtung des Wettbewerbs im Bereich Therme</i> .....	28
<i>Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Therme</i> .....	29
<i>Betrachtung des Wettbewerbs im Bereich Sauna</i> .....	30
<i>Adressen der Mitbewerber im Bereich Sauna</i> .....	31
<i>Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Sauna</i> .....	31
Hotels in der Umgebung vom „Beverbad“ (max. 15 Kilometer).....	32
<i>Adressen der Hotels in einem Umkreis von 15 Kilometer</i> .....	33
<b>MARKT UND TREND</b> .....	<b>33</b>
Zukunftschancen für Freizeitbetriebe durch den Megatrend „Gesundheit“ .....	33
Zielgruppe „Älter“ .....	39
Die Gruppe 40 bis 69-Jährigen .....	40
Zielgruppe Baby-Kleinkind-Jugendliche-Familien .....	43
Perspektiven für das Freibad .....	45
Traditionelle Sauna (FKK) oder Textilsauna (Badehaus).....	46
<b>KONZEPTENTWICKLUNG BEVERBAD</b> .....	<b>48</b>
Variante 1 .....	49
<i>Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung</i> .....	49
<i>Angebot Hallenbad</i> .....	49
<i>Angebot Freibad</i> .....	49
<i>Bewertung</i> .....	49
Variante 2 .....	50
<i>Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung</i> .....	50
<i>Angebot Hallenbad</i> .....	50
<i>Angebot Freibad</i> .....	50
<i>Bewertung</i> .....	50
Variante 3 .....	51
<i>Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung</i> .....	51
<i>Angebot Hallenbad</i> .....	51
<i>Angebot Freibad</i> .....	51
<i>Angebot Sauna</i> .....	51
<i>Bewertung</i> .....	52

Variante 4 .....	53
<i>Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung</i> .....	53
<i>Angebot Hallenbad</i> .....	53
<i>Angebot Freibad</i> .....	53
<i>Angebot Textilsauna</i> .....	53
<i>Bewertung</i> .....	54
Variante 5 .....	56
<i>Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung</i> .....	56
<i>Angebot Hallenbad</i> .....	56
<i>Angebot Freibad</i> .....	56
<i>Angebot Textilsauna</i> .....	56
<i>Bewertung</i> .....	57
Prüfung alternativer Standorte .....	58
<i>Standort Bahnhof</i> .....	58
<i>Standort Kleingartenanlage</i> .....	59
<b>WIRTSCHAFTLICHKEITSBETRACHTUNGEN</b> .....	<b>60</b>
IST-Situation .....	60
<i>Besucherzahlen</i> .....	60
<i>Erlöse und Kosten</i> .....	60
Variante 1 .....	61
<i>Besucherzahlen (2014)</i> .....	61
<i>Erlöse und Kosten</i> .....	61
<i>Erläuterung</i> .....	61
Variante 2 .....	62
<i>Besucherzahlen (2014)</i> .....	62
<i>Erlöse und Kosten</i> .....	62
<i>Erläuterung</i> .....	62
Variante 3 .....	63
<i>Besucherzahlen</i> .....	63
<i>Erlöse und Kosten</i> .....	63
<i>Erläuterung</i> .....	63
Variante 4 .....	64
<i>Besucherzahlen</i> .....	64
<i>Erlöse und Kosten</i> .....	64
<i>Erläuterung</i> .....	64
Variante 5 .....	65
<i>Besucherzahlen</i> .....	65
<i>Erlöse und Kosten</i> .....	65
<i>Erläuterung</i> .....	65
Vergleich Erlöse und Kosten .....	66
Vorausschau Betriebsergebnis im 10. Betriebsjahr .....	68
<i>Bewertung</i> .....	68
<b>Fazit</b> .....	<b>69</b>
<b>Bestätigung des Verfassers</b> .....	<b>70</b>

### Anlagen:

- 25 Jahresvorausschau der einzelnen Varianten
- Protokoll Workshop

---

## **AUFTRAG**

Die Bäder- und Beteiligungsgesellschaft Ostbevern mbH hat die PROVA Unternehmensberatung GmbH mit einer Machbarkeitsstudie beauftragt.

### **Vorbesprechungen**

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie gab es zwei Vorort-Termine, bei denen die benötigten Unterlagen zusammengestellt, das Bad besichtigt und erste Grundkonzepte vorbesprochen wurden.

An den Aufnahmebesprechungen haben Frau Schulden, Herr Busch-Lütke Westhues, der Bürgermeister Herr Annen, die Betriebsleitung des Beverbades, sowie Herr Vatheuer und Herr Winter von der PROVA Unternehmensberatung GmbH teilgenommen.

Außerdem fand ein Stärken-Schwächen Workshop am 20.02.2016 von 09:00 – 16:00 Uhr statt. Die festgehaltenen Ergebnisse flossen mit in die Machbarkeitsstudie ein.

### **Unterlagen des Auftraggebers**

Für die Erarbeitung der Machbarkeitsstudie wurden u.a. folgende Unterlagen zugrunde gelegt:

- Besucherstatistiken
- Energiestatistiken
- Personalunterlagen
- Belegungspläne
- Auswertungen aus der Buchhaltung
- Jahresabschlüsse

---

## MARKTANALYSE

### Ostbevern

Die Gemeinde Ostbevern liegt im Bundesland Nordrhein-Westfalen und ist eine Gemeinde des Kreises Warendorf. Mit rd. 10.500 Einwohnern liegt Ostbevern im Nordosten des Münsterlandes. Die Sehenswürdigkeiten der Region sind zahlreiche Kirchen und das Wasserschloss Loburg, welches heute das Gymnasium Johanneum beherbergt. In einem Umkreis von 15 km (ausgehend vom „Beverbad“) liegen mehrere Hotels. Im Jahr 2013 wurden 21.600 Ankünfte und 30.300 Übernachtungen in Ostbevern gezählt.



(Quelle: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org))

---

## Geographische Lage

Ostbevern liegt im Nordosten des Münsterlandes rd. 20 km nordöstlich des Stadtkernes von Münster und rd. 15 km nordwestlich des Stadtkernes von Warendorf. Die nord-östliche Grenze bildet die Landesgrenze von Nordrhein-Westfalen zu Niedersachsen.

Geograph. Mitte:            7° 37' östliche Länge  
                                      52° 6' nördliche Breite

Gesamtfläche:            rd. 89,65 km<sup>2</sup>  
Höhe:                        54 m über NHN (Normalhöhennull)  
Bevölkerungsdichte:    119 Einwohner je km<sup>2</sup>

## Verkehrsinfrastruktur

Über die Bundesstraße B 51 ist Ostbevern an die Autobahn A1, A43 und damit an die Autobahnkreuze Münster und Osnabrück, sowie dem Flughafen Münster-Osnabrück angebunden. Durch einen eigenen Bahnhof, der zwischen dem Ortskern und dem Stadtteil Brock liegt, besitzt die Gemeinde die Anbindung an die Bahnlinie Münster-Osnabrück.

## Demographische Angaben

Der „Wegweiser Kommune“ der Bertelsmann Stiftung stellt auf seiner Internetpräsenz belastbare demographische Informationen für sämtliche Kommunen in Deutschland bereit.

Im Rahmen dieses Informationssystems wird die Gemeinde Ostbevern als Demographietyp 1 geführt. Dieser Typ umfasst „kleinere, ländliche, stabile Städte und Gemeinden“. Kennzeichen für diesen Demographietyp sind:

- Geringe Einwohnerdichte
- Hoher Anteil an jungen Familien
- Stabile Bevölkerungsentwicklung
- Solide Einkommenssituation
- Geringe Bedeutung als Arbeitsort

### *Eckpunkte zur Demographie in Ostbevern (Nordrhein-Westfalen):*

*Quelle: Bertelsmann Stiftung | Wegweiser Kommune Daten 2014*

Familienwanderung (Einwohner)	6,4	(4,1)
Durchschnittsalter 2013 (Jahre):	41,1	(44,0)
Medianalter 2013 (Jahre):	43,1	(45,6)
Ausländeranteil (%)	4,1	(10,5)
Arbeitsplatzentwicklung vergangene 5 Jahre (%)	12,4	(8,1)
Arbeitslosenanteil - gesamt (%)	5,2	(11,0)
Steuereinnahmen pro Einwohner (Euro)	799	(1.148)
Kinderarmut (%)	8,1	(18,9)
SGB II-Quote (%)	4,7	(11,5)

### Eckpunkte zur Finanzsituation in Ostbevern (Nordrhein-Westfalen):

Quelle: Bertelsmann Stiftung | Wegweiser Kommune Daten 2014

Gewerbsteuer (netto) (Euro/Einwohner)	273	(457)
Einkommensteuer (Euro/Einwohner)	352	(395)
Sachinvestitionen (Euro/Einwohner)	310	(157)

Die sozio-demographischen Indikatoren zur Gemeinde Ostbevern weisen insgesamt auf eine positive Entwicklung, durch eine hohe Familienwanderung, verbunden mit einem geringen Durchschnittsalter, hin.

Das Amt „Information und Technik Nordrhein-Westfalen“ (IT.NRW) legt für die Städte und Gemeinden des Landes NRW Modellrechnungen zur zukünftigen Entwicklung der Bevölkerung vor.

IT.NRW	NRW	Ostbevern
	Gesamt	Gesamt
<b>2014</b>	17,57 Mio.	10.587
<b>2040</b>	17,49 Mio.	11.879
<b>Veränderung</b>	<b>-0,50%</b>	<b>12,20%</b>

Ostbevern										
	0-3 Jahre	3-6 Jahre	6-10 Jahre	10-16 Jahre	16-19 Jahre	19-25 Jahre	25-40 Jahre	40-65 Jahre	65-80 Jahre	> 80 Jahre
2014	287	319	450	842	514	783	1.722	3.987	1.214	469
2040	242	274	403	668	381	643	1.627	3.753	2.463	1.425
<b>Diff.</b>	<b>-16%</b>	<b>-14%</b>	<b>-10%</b>	<b>-21%</b>	<b>-26%</b>	<b>-18%</b>	<b>-6%</b>	<b>-6%</b>	<b>103%</b>	<b>204%</b>

Das erarbeitete Konzept „Freizeit- und Gesundheitsangebot Bad“, orientiert sich auch an der Bevölkerungsentwicklung. Das zukünftige Angebot sollte die Ansprüche der stark steigenden Bevölkerungsanteile 65+ berücksichtigen, aber auch als „weicher Standortfaktor“ u.a. für die Akquise von Neubürgern (Schwerpunkt Familien mit kleinen Kindern) dienen.

## IST-ANALYSE

Das Beverbad wurde 1975 zunächst nur als Hallenbad eröffnet. Ein Jahr später wurde ein Freibad dem Hallenbad angeschlossen. Die nördlichen Flächen der Bever werden als Liegewiesen im Sommer genutzt. Im Herbst 1997 kam der „Eltern-Kind-Bereich“ hinzu. Im Jahr 2004 wurden die Duschen und Umkleiden grundsaniiert.

### Hallenbad

Das Hallenbad umfasst folgende Ausstattungen:

- 3 Bahnen 25m – Schwimmerbecken, mit Massagedüsen
- Eltern-Kind-Bereich mit Nichtschwimmerbecken und Babybecken



3 Bahnen 25m-Schwimmerbecken



Eltern-Kind-Bereich Nichtschwimmerbecken



Eltern-Kind-Bereich Babybecken

## Freibad

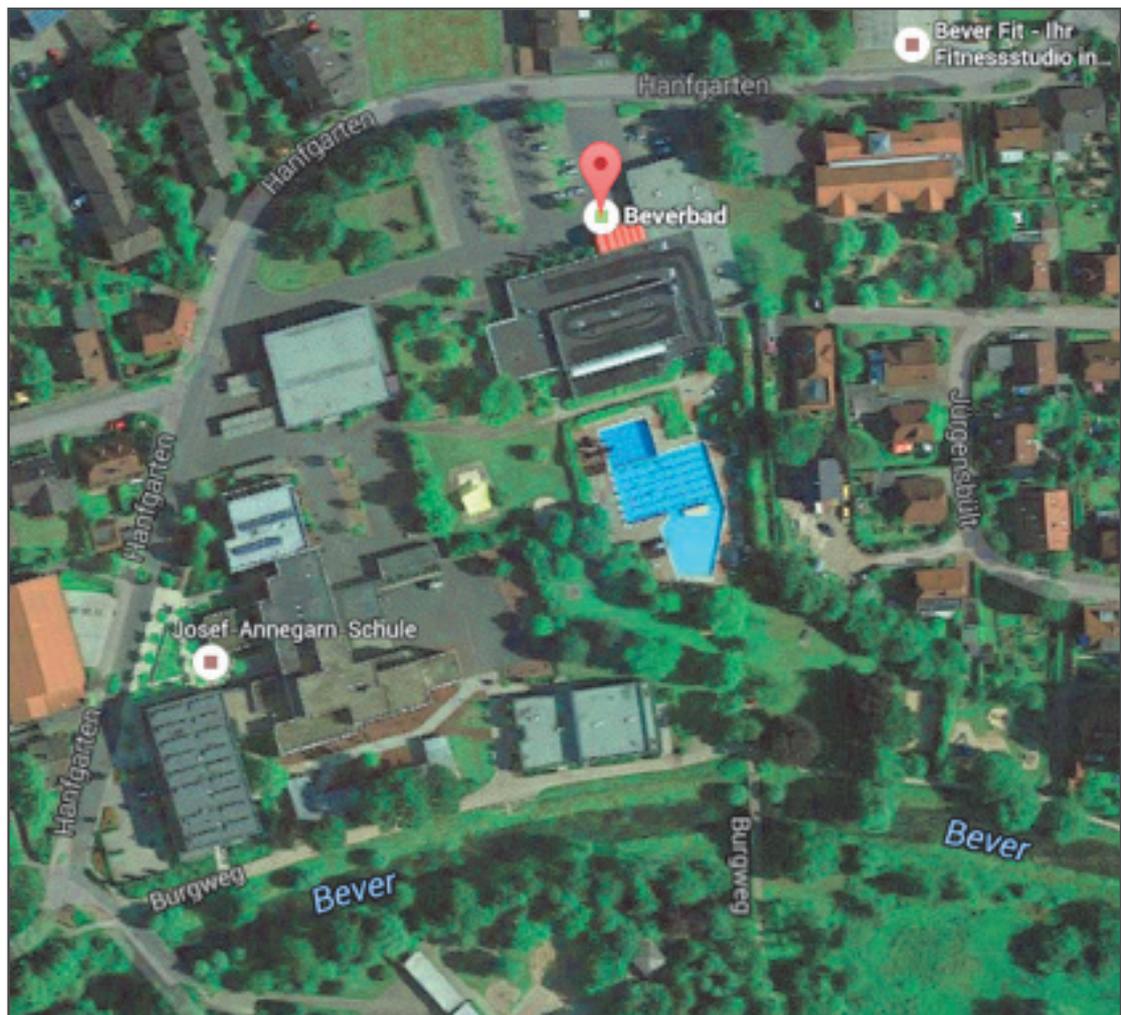


Das Freibad umfasst folgende Ausstattungen:

- 6 Bahnen 25m – Schwimmerbecken
- Nichtschwimmerbereich mit Breittrutsche
- Sprunggrube mit 1m, 3m und 5m Sprunganlage
- Liegewiese mit Beachplätzen

## UMKREISANALYSE BEVERBAD

Als Grundlage der Umkreisanalyse wird das Gelände des Hallen- und Freibades „Beverbad“ in Ostbevern angenommen.



Auszug aus Google Maps

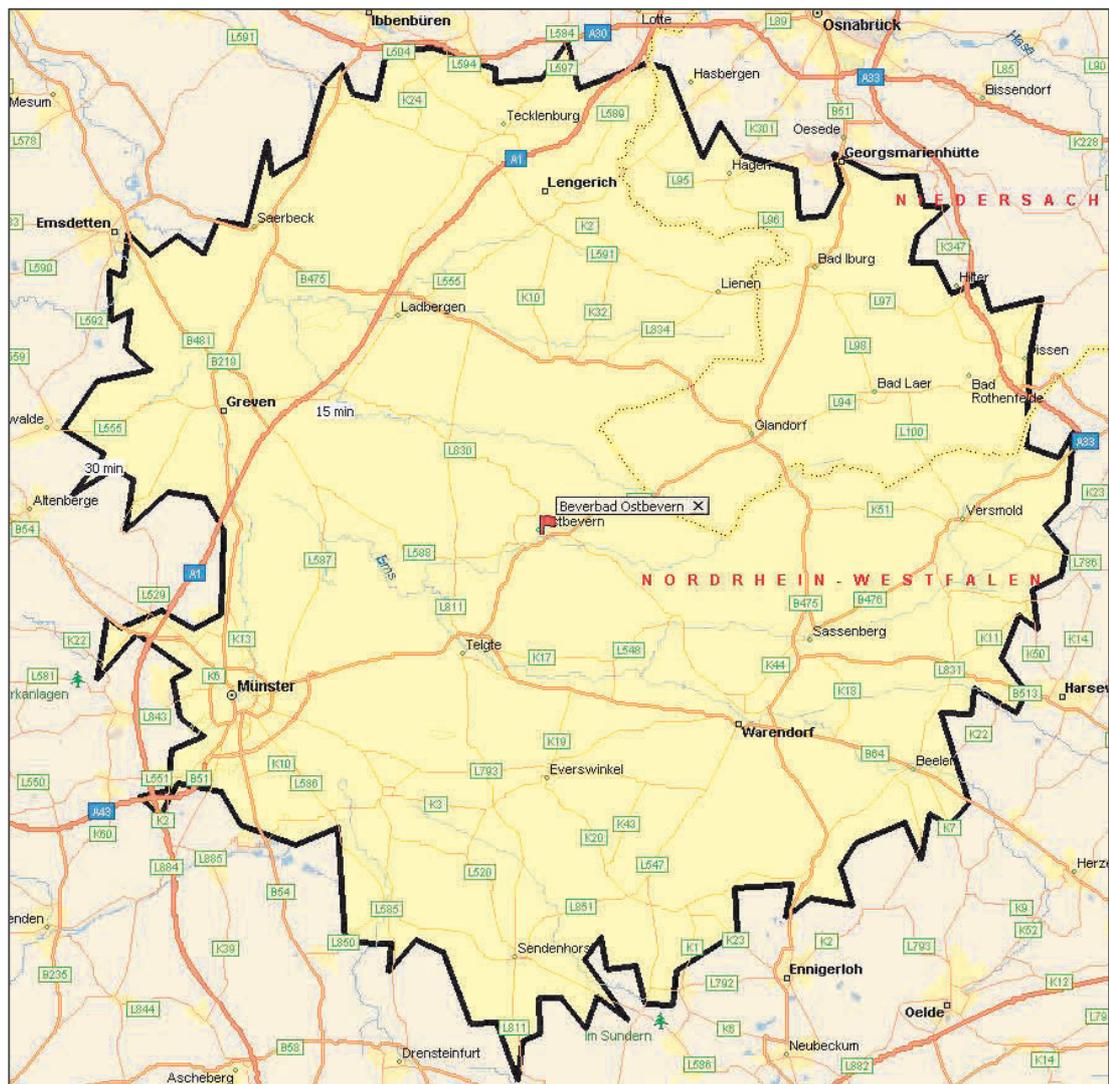
### Besucherpotentiale/Wettbewerb

Bei der Betrachtung der möglichen Besucherpotentiale wird geprüft, ob für den Standort „Beverbad“ die Chance auf ein überregionales, wettbewerbsfähiges Freizeitangebot zu erkennen ist.

Das allgemeine Besucher-Potential für ein Hallen- und Freibad ist regional beschränkt und weist eine Fahrzeitzone von 15 - 30 Minuten auf.

**Betrachtung des Einzugsgebiets „Beverbad“****Einzugsgebiet Beverbad - 30 Min.**

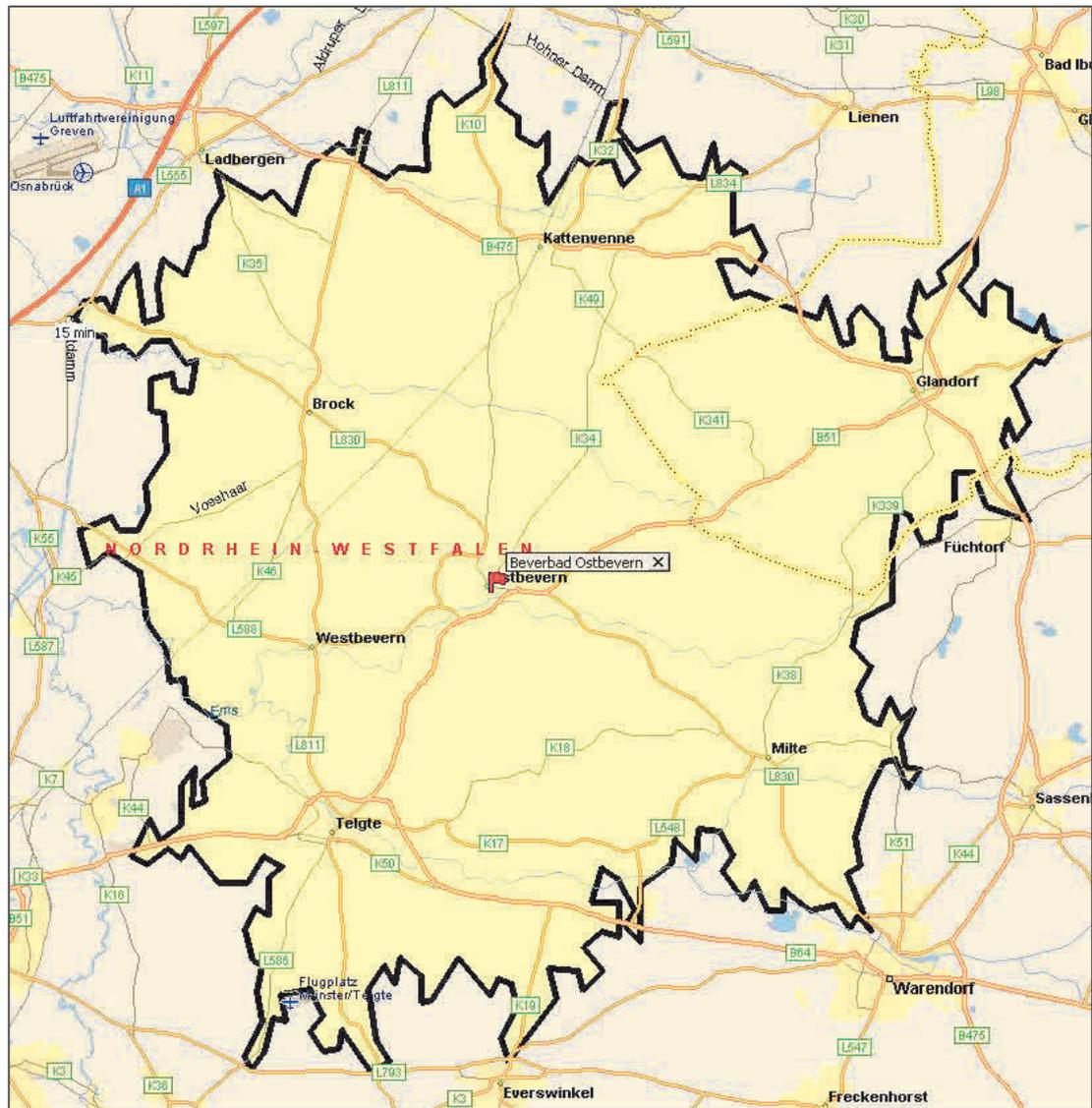
Die folgende Grafik zeigt das Einzugsgebiet um das Beverbad in Ostbevern, gekennzeichnet ist eine Fahrzeitzone von 30 Minuten (PKW). Dieses Einzugsgebiet umfasst Warendorf, Münster, Greven, und Lengerich.



Auszug PROVA Unternehmensberatung GmbH Map Point

**Einzugsgebiet Beverbad - 15 Min.**

Die folgende Grafik zeigt das Einzugsgebiet um das Beverbad in Ostbevern, gekennzeichnet ist eine Fahrzeitzone von 15 Minuten (PKW). Dieses Einzugsgebiet umfasst Telgte und Glandorf.



Auszug PROVA Unternehmensberatung GmbH Map Point

---

## **Einwohner im Einzugsgebiet Ostbevern**

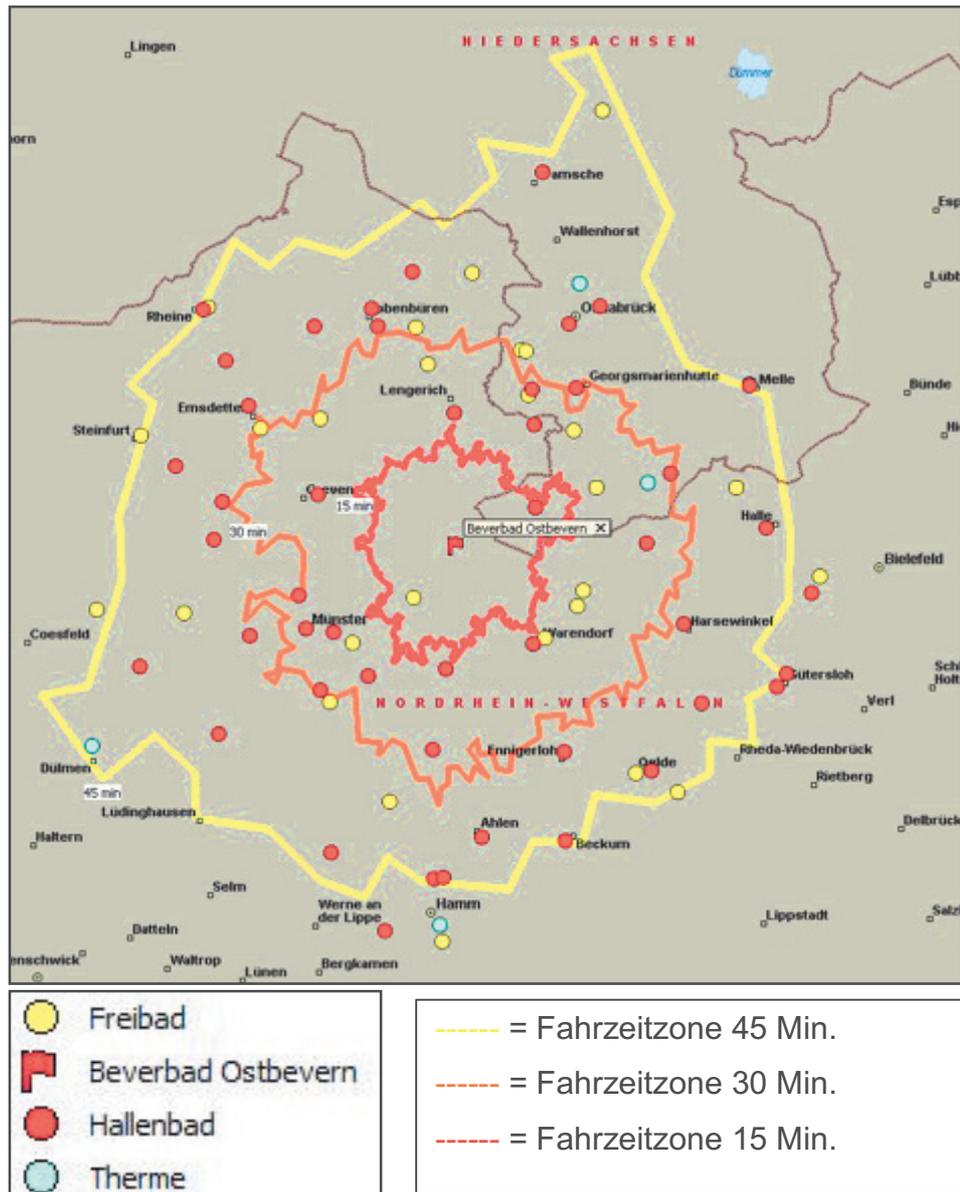
In den oben aufgeführten Fahrzeitzeonen haben wir folgende Einwohnerzahlen als potentielle Besucher:

Fahrzeitzone 15 Min.:	rd. 45.000 Einwohner
Fahrzeitzone 30 Min.:	rd. 500.000 Einwohner
Fahrzeitzone 45 Min.:	rd. 1.515.000 Einwohner

In der Fahrtzeitzone 15 Minuten ist ein relativ geringes Besucherpotential für ein größeres, überregionales Freizeitangebot zu erkennen. In der Fahrtzeitzone 30 Minuten ist theoretisch ein ausreichendes Potential erkennbar. Entscheidend bei der Betrachtung der Besucherpotentiale ist im Weiteren die Betrachtung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet.

## Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet Ostbevern

### Betrachtung des gesamten Wettbewerbs



Auszug aus Map Point (Umkreisanalyse Ostbevern von der PROVA GmbH)

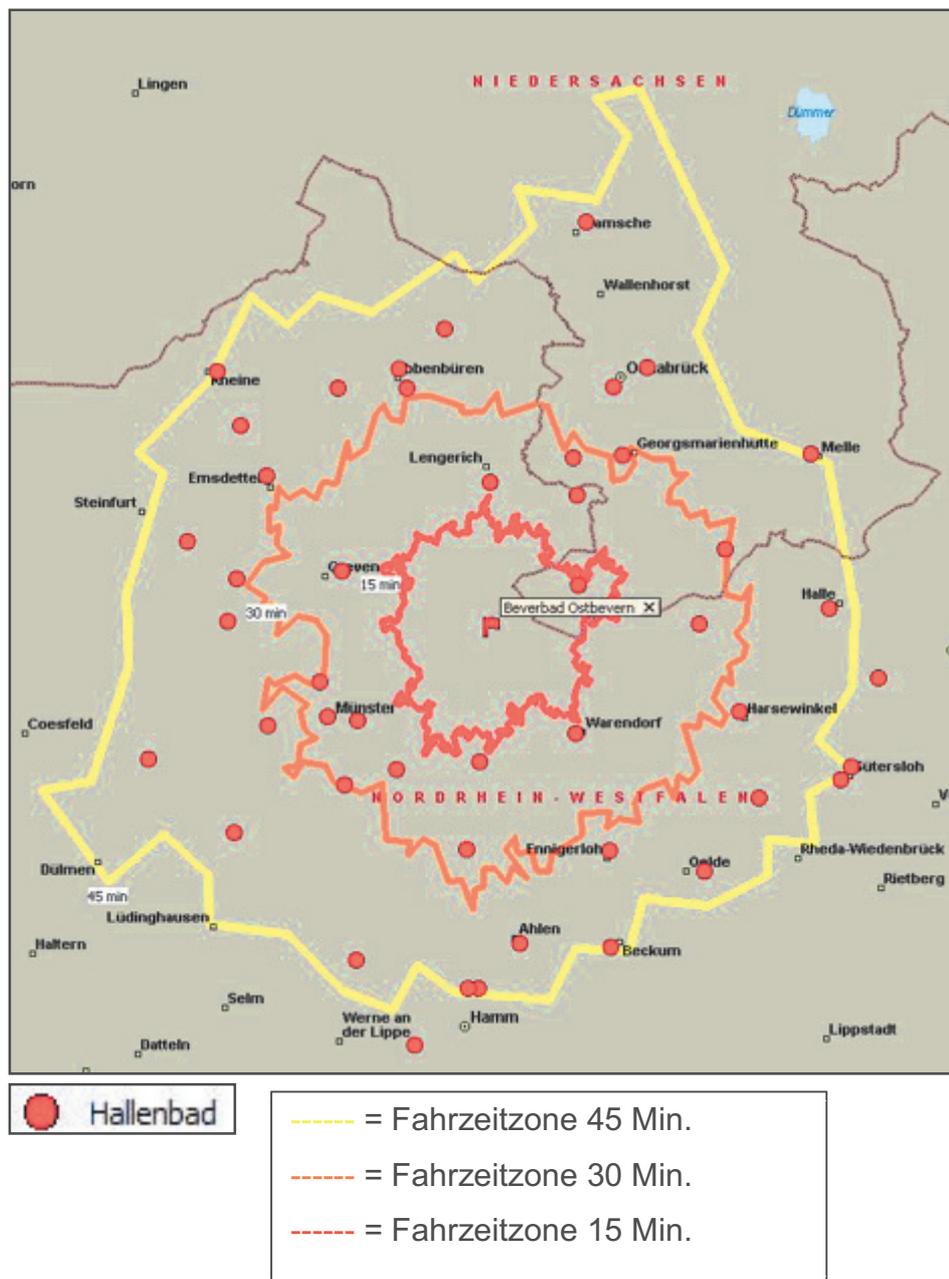
**Adressen der Mitbewerber**

Name	Straße	PLZ	Ort	Internetadresse	km
Beverbad	Hanfstraße 22	48346	Ostbevern	<a href="http://www.ostbevern.de">www.ostbevern.de</a>	0
Freibad Telgte	Waldweg 40	48291	Telgte	<a href="http://www.telgte.de">www.telgte.de</a>	9
Hallengartenbad	Schulstraße 11	49219	Glandorf	<a href="http://www.glandorf.de">www.glandorf.de</a>	13
Hallenbad WAF	Von-Ketteler-Str. 32	48231	Warendorf	<a href="http://www.warendorf.de">www.warendorf.de</a>	16
Hallenbad Lengerich	In der Rietbroken 8-10	49525	Lengerich	<a href="http://www.baeder-online.de">www.baeder-online.de</a>	17
Bürgerbad	Breuelweg 5	48231	Warendorf	<a href="http://www.buergerbad-warendorf.de">www.buergerbad-warendorf.de</a>	17
Freibad Sassenberg	Graffelder Esch 5	48336	Sassenberg	<a href="http://www.sassenberg.de">www.sassenberg.de</a>	18
Hallenbad	Holperdorper Str. 37	49536	Lienen	<a href="http://www.baeder-online.de">www.baeder-online.de</a>	19
Vitusbad	Alverskirchener Str. 29	48351	Everswinkel	<a href="http://www.gemeinde-everswinkel.de">www.gemeinde-everswinkel.de</a>	19
Freibad Lienen	Holperdorper Str. 37	49536	Lienen	<a href="http://www.baeder-online.de">www.baeder-online.de</a>	19
Freibad Laer	An der Badeanstalt 1	49196	Bad Laer	<a href="http://www.bad-laer.de">www.bad-laer.de</a>	19
Hallenbad Ost	Mauritz- Lindenweg 101	48145	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	20
Freibad Stapelskotten	Laerer Werseufer 2	48157	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	20
Freibad Sassenberg	Zum Knapp	48336	Sassenberg	<a href="http://www.sassenberg.de">www.sassenberg.de</a>	20
Hallenbad Greven	Am Hallenbad 3	48268	Greven	<a href="http://www.stadtwerke-greven.de">www.stadtwerke-greven.de</a>	21
Hallenbad Wolbeck	Brandhoveweg 101	48167	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	22
Freibad Iburg	Sebastian-Kneip- Allee 40	49186	Bad Iburg	<a href="http://www.badiburg.de">www.badiburg.de</a>	23
Hallenbad Kinderhaus	Idenbrockplatz 8	48159	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	24
Freibad Hagen	Beckeroder Platz 16	49170	Hagen	<a href="http://www.baeder-online.de">www.baeder-online.de</a>	24
Hallenbad Hagen	Im Sportzentrum 3	49170	Hagen	<a href="http://www.baeder-online.de">www.baeder-online.de</a>	25
Freibad Saerbeck	Zum Badesee	48369	Saerbeck	<a href="http://www.saerbeck.de">www.saerbeck.de</a>	25
Spathherme	Frankfurter Str. 15	49214	Bad Rothenfelde	<a href="http://www.bad-rothenfelde.de">www.bad-rothenfelde.de</a>	25
Hallenbad Mitte	Badestr. 8	48149	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	26
Hallenbad Sendenhorst	Westtor 31	48324	Sendenhorst	<a href="http://www.sendenhorst.de">www.sendenhorst.de</a>	26
Hallenbad Hilstrup	Westfalenstraße 201	48165	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	27
Freibad Hilstrup	Zum Hiltruper See 171	48165	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	27
Waldfreibad	Handal 51	49545	Tecklenburg	<a href="http://www.baeder-online.de">www.baeder-online.de</a>	27
Aktivbad	Bergstraße 6	49201	Dissen	<a href="http://www.aktivbad-dissen.de">www.aktivbad-dissen.de</a>	28

Freizeitland	Osnabrücker Str. 49	49205	Hasbergen	<a href="http://www.freizeitland-hasbergen.de">www.freizeitland-hasbergen.de</a>	28
Georgsmarienhütte	Carl-Stahmer-Weg 37	49124	Georgsmarienhütte	<a href="http://www.pb-gmhuette.de">www.pb-gmhuette.de</a>	30
Waldfreibad	Blumenstraße 131	48282	Emsdetten	<a href="http://www.emsdetten.de">www.emsdetten.de</a>	30
Naturbad	Am Hüvel 3	49205	Hasbergen	<a href="http://www.naturbad-hasbergen.de">www.naturbad-hasbergen.de</a>	30
Hallenbad Roxel	Tilbecker Straße 36	48161	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	31
HB Harsewinkel	Prozessionsweg 8	33428	Harsewinkel	<a href="http://www.harsewinkel.de">www.harsewinkel.de</a>	31
Hallenbad Nordwalde	Amtmann-Daniel-Str. 28	48356	Nordwalde	<a href="http://www.nordwalde.de">www.nordwalde.de</a>	31
Hallenbad Emsdetten	Stauffenbergstraße 2	48282	Emsdetten	<a href="http://www.emsdetten.de">www.emsdetten.de</a>	32
Aaseebad	An der Umfluth 99	49479	Ibbenbüren	<a href="http://www.aaseebad-ibbenbueren.de">www.aaseebad-ibbenbueren.de</a>	33
Freibad Drensteinfurt	Im Erfeld 2	48317	Drensteinfurt	<a href="http://www.drensteinfurt.de">www.drensteinfurt.de</a>	33
Hallenbad Ibbenbüren	Holsterkampstraße 4	49479	Ibbenbüren	<a href="http://www.ibbenbueren.de">www.ibbenbueren.de</a>	35
Hallenbad Eningerloh	Berliner Str. 35-37	59320	Ennigerloh	<a href="http://www.stadt-ennigerloh.de">www.stadt-ennigerloh.de</a>	36
Herzebrock-Clarholz	Am Hallenbad 6	33442	Herzebrock-Clarholz	<a href="http://www.herzebrock-clarholz.de">www.herzebrock-clarholz.de</a>	36
Hallenbad Hörstel	Sünthe-Rendel-Str. 18	48477	Hörstel	<a href="http://www.hoerstel.de">www.hoerstel.de</a>	36
Moskaubad	Limberger Straße 47	49080	Osnabrück	<a href="http://www.moskaubad.de">www.moskaubad.de</a>	37
Hallenbad Oelde	Weitkampweg 1	59302	Oelde	<a href="http://www.oelde.com">www.oelde.com</a>	38
Hallenbad Mesum	Hassenbrockweg 55	48432	Rheine	<a href="http://www.stadtwerke-rheine.de">www.stadtwerke-rheine.de</a>	38
Hallenbad Mettingen	Bahnhofstraße 18-20	49497	Mettingen	<a href="http://www.mettingen.de">www.mettingen.de</a>	38
Freibad Borgholzhausen	Masch 2B	33829	Borgholzhausen	<a href="http://www.borgholzhausen.de">www.borgholzhausen.de</a>	38
Hallenbad Steinfurt	Gräfin-Bertha-Str. 13	48565	Steinfurt	<a href="http://www.baedersteinfurt.de">www.baedersteinfurt.de</a>	39
Freibad Oelde	Zum Mühlenteich 16	59302	Oelde	<a href="http://www.oelde.com">www.oelde.com</a>	39
Cabrio	Bulderner Str. 15	48308	Senden	<a href="http://www.cabriosen.de">www.cabriosen.de</a>	40
Parkbad	Dolberger Str. 66	59229	Ahlen	<a href="http://www.stadtwerke-ahlen.de">www.stadtwerke-ahlen.de</a>	40
Hallenbad Ascheberg	Altenhammstraße 31	59387	Ascheberg	<a href="http://www.ascheberg.de">www.ascheberg.de</a>	41
Hallenbad Altenberge	Gooiker Platz 2	48341	Altenberge	<a href="http://www.altenberge.de">www.altenberge.de</a>	41
Lindenbad	Gausekamp-weg 4	33790	Halle	<a href="http://www.lindenbad.de">www.lindenbad.de</a>	42
Freibad Westerkappeln	Bullerteichstraße 12	49492	Westerkappeln	<a href="http://www.gemeinde-westerkappeln.de">www.gemeinde-westerkappeln.de</a>	42
Freibad Havixbeck	Kardinal-von-Hartmann-Straße 12	48329	Havixbeck	<a href="http://www.imz-ural.de">www.imz-ural.de</a>	43
Familien Oase Heessen	An der Marienkirche	59073	Hamm	<a href="http://www.stadtwerke-hamm.de">www.stadtwerke-hamm.de</a>	44
Nordbad	Herzebrocker Straße 17	33330	Gütersloh	<a href="https://www.nordbad-guetersloh.de">https://www.nordbad-guetersloh.de</a>	44

Hallenbad Gütersloh	Kahlerstraße 70	33330	Gütersloh	<a href="http://www.stadtwerke-gt.de">www.stadtwerke-gt.de</a>	44
Hallenbad Melle	Grönenberger Str. 58	49326	Melle	<a href="http://www.melle.info">www.melle.info</a>	44
Freibad Steinfurt	Tecklenburger Str. 48	48565	Steinfurt	<a href="http://www.baederbetrieb-steinfurt.de">www.baederbetrieb-steinfurt.de</a>	44
Freibad Melle	Am Wellenbad 43	49326	Melle	<a href="http://www.melle.info">www.melle.info</a>	44
Hallenbad Beckum	Paterweg 4	59269	Beckum	<a href="http://www.beckum.de">www.beckum.de</a>	45
Hallenbad Rheine	Hemelter Str. 38	48429	Rheine	<a href="http://www.stadtwerke-rheine.de">www.stadtwerke-rheine.de</a>	45
Freibad Gassbachtal	Am Hang 20	59302	Oelde-Stromberg	<a href="http://www.freibad-gassbachtal-stromberg.de">www.freibad-gassbachtal-stromberg.de</a>	45
Freibad Rheine	Kopernikusstr. 58	48429	Rheine	<a href="http://www.stadtwerke-rheine.de">www.stadtwerke-rheine.de</a>	45
Freibad Laggenbeck	Tecklenburger Str. 11	49479	Ibbenbüren	<a href="http://www.freibad-laggenbeck.de/">www.freibad-laggenbeck.de/</a>	45
Hallenbad Nottuln	Rudolf-Harbig-Straße 16	48301	Nottuln	<a href="http://www.nottuln.de">www.nottuln.de</a>	46
Schinkelbad	Im Wegrott 37	49084	Osnabrück	<a href="http://www.schinkelbad.de">www.schinkelbad.de</a>	46
Parkbad	Caldenhofer Weg 26	33775	Versmold	<a href="http://www.parkbadversmold.de">www.parkbadversmold.de</a>	47
Maximare	Hamm	59065	Maximare	<a href="http://www.maximare.com">www.maximare.com</a>	47
Sport aquarium Bockum Hövel	Günter-Degelman-Weg 1	59073	Hamm	<a href="http://www.stadtwerke-hamm.de">www.stadtwerke-hamm.de</a>	48
Hallenbad Steinhagen	Am Cronsbach 4	33803	Steinhagen	<a href="http://www.gemeindewerke-steinhagen.info">www.gemeindewerke-steinhagen.info</a>	48
Freibad Steinhagen	Waldbadstrasse 39	33803	Steinhagen	<a href="http://www.gemeindewerke-steinhagen.info">www.gemeindewerke-steinhagen.info</a>	49
Freibad Süd	Am Südbad 1	59073	Hamm	<a href="http://www.stadtwerke-hamm.de">www.stadtwerke-hamm.de</a>	50
Nettebad	Im Haseesch 6	49090	Osnabrück	<a href="http://www.nettebad.de">www.nettebad.de</a>	50
Lagune Herringen	Fritz-Husemann-Straße 2	59073	Hamm	<a href="http://www.stadtwerke-hamm.de">www.stadtwerke-hamm.de</a>	51
Hallenbad Bramsche	Malgartener Str. 49	49565	Bramsche	<a href="http://www.baeder-bramsche.de">www.baeder-bramsche.de</a>	53
Freibad Billerbeck	Osterwicker Str. 27	48727	Billerbeck	<a href="http://www.foerdereverein-freibad.de">www.foerdereverein-freibad.de</a>	53
düb	Nordlandwehr 99	48249	Dülmen	<a href="http://www.dueb.de">www.dueb.de</a>	53
Naturbad	Schulstr. 7	49434	Neuenkirchen-Vörden	<a href="http://www.naturbad-voerden.de">www.naturbad-voerden.de</a>	64

**Betrachtung des Wettbewerbs Hallenbad/ Kombibad**



Auszug aus Map-Point (Umkreisanalyse Ostbevern von der PROVA GmbH)

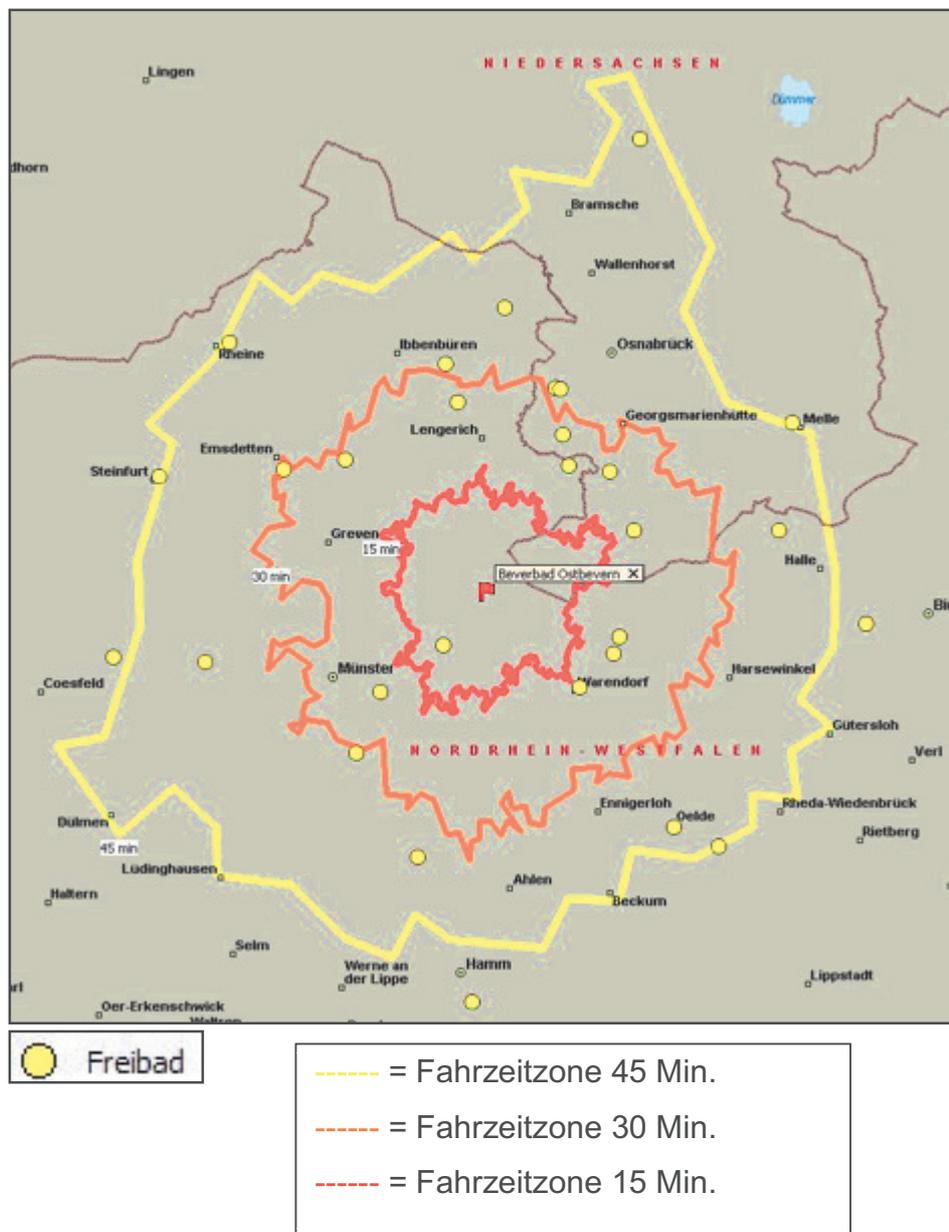
**Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Hallenbad/ Kombibad**

Name	Ort	Ausstattung	Eintrittspreise
Beverbad	Ostbevern	25m Becken, Eltern-Kind-Bereich, Freibad 600 qm Wasserfläche, Sprunganlage 1m, 3m und 5m	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,50 €
Hallengartenbad	Glandorf	25m Sportbecken, Nichtschwimmer Becken, Baby-Planschbecken, Außengelände als Somergarten	Erwachsene: 3,00 € Kinder: 1,80 €
Hallenbad WAF	Warendorf	25m Mehrzweckbecken, Kinderrutsche, 1m Brett	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Lengerich	Lengerich	25m Becken, 1m + 3m Sprunganlage	Erwachsene: 3,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad	Lienen	25m Becken, Freibad mit Sprunganlage 1m + 3m, Kinderrutsche	Erwachsene: 3,00 € Kinder: 2,00 €
Vitusbad	Everswinkel	Erlebnisbecken, Suhlbecken, Grotte, Kleinkinderbereich, 25m Mehrzweckbecken, Außenbecken	Erwachsene: 5,50 € Kinder: 3,50 €
Hallenbad Ost	Münster	Schwimmbecken mit Hubboden, Lehrschwimmbecken, Sprungbecken 1m+3m, Sole-Außenbecken, Saunabereich	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Greven	Greven	Vier Becken, Sprunganlage 1m und 3m, eine Wasserrutsche	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 2,50 €
Hallenbad Wolbeck	Münster	kombiniertes Schwimmer- und Nichtschwimmerbecken, 30m lange Wärmebänke	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Kinderhaus	Münster	Schwimmer und Nichtschwimmerbecken, Röhrenrutsche, kleine Wasserrutsche, Kinderplanschbecken, Außenterrasse, Solarium	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Hagen	Hagen	25m Becken, verstellbarer Zwischenboden 9x 10m	Erwachsene: 3,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Mitte	Münster	25m Sportbecken, Fitnessraum, Mehrzweckbecken, Babybecken, Solarien	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Sendenhorst	Sendenhorst	25m Sportbecken, Kinderbecken	Erwachsene: 3,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Hiltrup	Münster	25m Edelstahlschwimmbecken, Lehrschwimmbecken, Solarium, Glasfassade mit Wärmebänken	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,00 €
Aktivbad	Dissen	25m Becken, Multifunktionsbecken	Erwachsene: 2,80 € Kinder: 1,80 €

Panoramabad	Georgsmarienhütte	Sportbecken mit Sprunganlage, Sole-Variobecken, Planschbecken, Solarium, Wasserrutsche, Freibad 50m Sportbecken mit Sprunganlage, Sauna: Panoramasauna, Sanarium, Blockhaussauna, Dampfbad, Außenbecken, Solarium	Mo.-Do.: Erwachsene: 4,50 €, Kinder: 2,70 €, Fr.-So.: Erwachsene: 5,00 €, Kinder: 3,00 €
Hallenbad Roxel	Münster	kombiniertes Schwimmer- und Nichtschwimmerbecken, Durchschreitebecken nach draußen	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 2,00 €
HB Harsewinkel	Harsewinkel	Freibad 50m	Erwachsene: 2,60 €, Kinder: 1,50 €
Hallenbad Nordwalde	Nordwalde	25m Becken	Erwachsene: 1,50 €, Jugendliche: 1,00 €, Kinder: 0,50 €
Hallenbad Emsdetten	Emsdetten	-	Erwachsene: 2,00 €, Kinder: 1,00 €
Aaseebad	Ibbenbüren	100m Rutsche, wilde Wellen, 2500 qm Wasserfläche	Erwachsene: 8,00 €, Kinder: 3,50 €
Hallenbad Ibbenbüren	Ibbenbüren	-	-
Hallenbad Eningerloh	Ennigerloh	Schwimmerbecken 25m, Nichtschwimmerbecken, Planschbecken	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 1,50 €
Herzebrock-Clarholz	Herzebrock-Clarholz	83m Rutsche, Lehrschwimmbecken	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 1,50 €
Hallenbad Hörstel	Hörstel	25m Schwimmbecken	Erwachsene: 2,00 €, Kinder: 1,00 €
Moskaubad	Osnabrück	25m Schwimmbecken, Freibad-Schwimmer, Nichtschwimmer- und Erlebnisbecken, Wellenpool, 76m Wasserrutsche	Erwachsene: 4,40 €, Kinder: 2,80 €
Hallenbad Oelde	Oelde	25m Becken	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 1,50 €
Hallenbad Mesum	Rheine	-	Erwachsene: 3,30 €, Kinder: 2,20 €
Hallenbad Mettingen	Mettingen	25m Becken, 1m+3m Plattform, Kinderrutsche, Babybecken, Solarium, Wintergarten	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 1,50 €
Hallenbad Steinfurt	Steinfurt	25m Sportbecken mit Hubboden, Nichtschwimmerbecken, Kleinkinderrutsche, Babybecken, Großrutsche, Sprunganlage 1m+3m, Solarium, kostenloses W-Lan, Außenbereich- 25m Sportbecken, Nichtschwimmerbecken, Whirliegen, Wasserpilz, Wellenrutsche	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 2,00 €

Cabrio	Senden	Kombibecken, Whirlpool, Eltern-Kind-Bereich, Wasserrutsche, 25m Sportbecken, Freibad mit Sprunganlage, Solebecken, Black Hole Rutsche, Textil-Sauna-Bereich	Erwachsene: 7,00 € Kinder: 6,00 €
Parkbad	Ahlen	25m Sportbecken, Saunalandschaft	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 1,80 €
Hallenbad Ascheberg	Ascheberg	1 Becken	Erwachsene: 2,80 € Kinder: 1,40 €
Hallenbad Altenberge	Altenberge	25m Becken	Erwachsene: 2,50 € Kinder: 1,00 €
Lindenbad	Halle	25m Sportbecken, 1m+3m Sprunganlage, Lehrschwimmbecken, Planschbecken	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 2,00 €
Familien Oase Heessen	Hamm	25m Mehrzweckbecken, Solarium, Gastronomie	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 1,80 €
Nordbad	Gütersloh	-	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,50 €
Hallenbad Gütersloh	Gütersloh	Wellenbecken	Mo.-Fr.: Erwachsene: 7,70 € Kinder: 5,70 € Sa.,So.,Feiertage und NRW-Ferien: Erwachsene: 8,70 € Kinder: 6,70 €
Hallenbad Melle	Melle	25m Sportbecken, 1m+3m Sprunganlage, Mehrzweckbecken, Baby- und Kleinkinderbecken	Erwachsene: 4,00 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Beckum	Beckum	Schwimmerbecken 25m, Lehrschwimmbecken, 4 Startblöcke	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 2,00 €
Hallenbad Rheine	Rheine	25m Becken, Lehrschwimmbecken, Planschbecken, Solarium	Erwachsene: 3,30 € Kinder: 2,20 €
Hallenbad Nottuln	Nottuln	25m Becken	Erwachsene: 2,20 € Kinder: 1,10 €
Schinkelbad	Osnabrück	25m Sportbecken, 1m+3m Sprunganlage, Solebad, Salounge, Textilsauna	Erwachsene: 4,40 € Kinder: 2,80 €
Parkbad	Versmold	Kleinkinderbereich, Nichtschwimmerbereich, 25m Schwimmbahn, Naturerlebnisbad: 50m Bahnen, Strandbereich, Wellenrutsche, 3m Sprungturm	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 2,00 €
Sport aquarium Bockum Hövel	Hamm	Außenplanschbecken, Abenteuerspielgeräte, Solarium, Sprunganlage 1m+3m	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 1,80 €
Hallenbad Steinhagen	Steinhagen	25m Becken, 1m+3m Plattform	Erwachsene: 3,00 € Kinder: 1,50 €
Lagune Herringen	Hamm	25m Mehrzweckbecken mit Hubboden	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 1,80 €
Hallenbad Bramsche	Bramsche	600 qm großes Schwimmerbecken, Babybecken, 1m+3m Sprungturm, Rainbow-Rutsche	Erwachsene: 3,50 € Kinder: 2,00 €

### Betrachtung des Wettbewerbs im Bereich Freibad



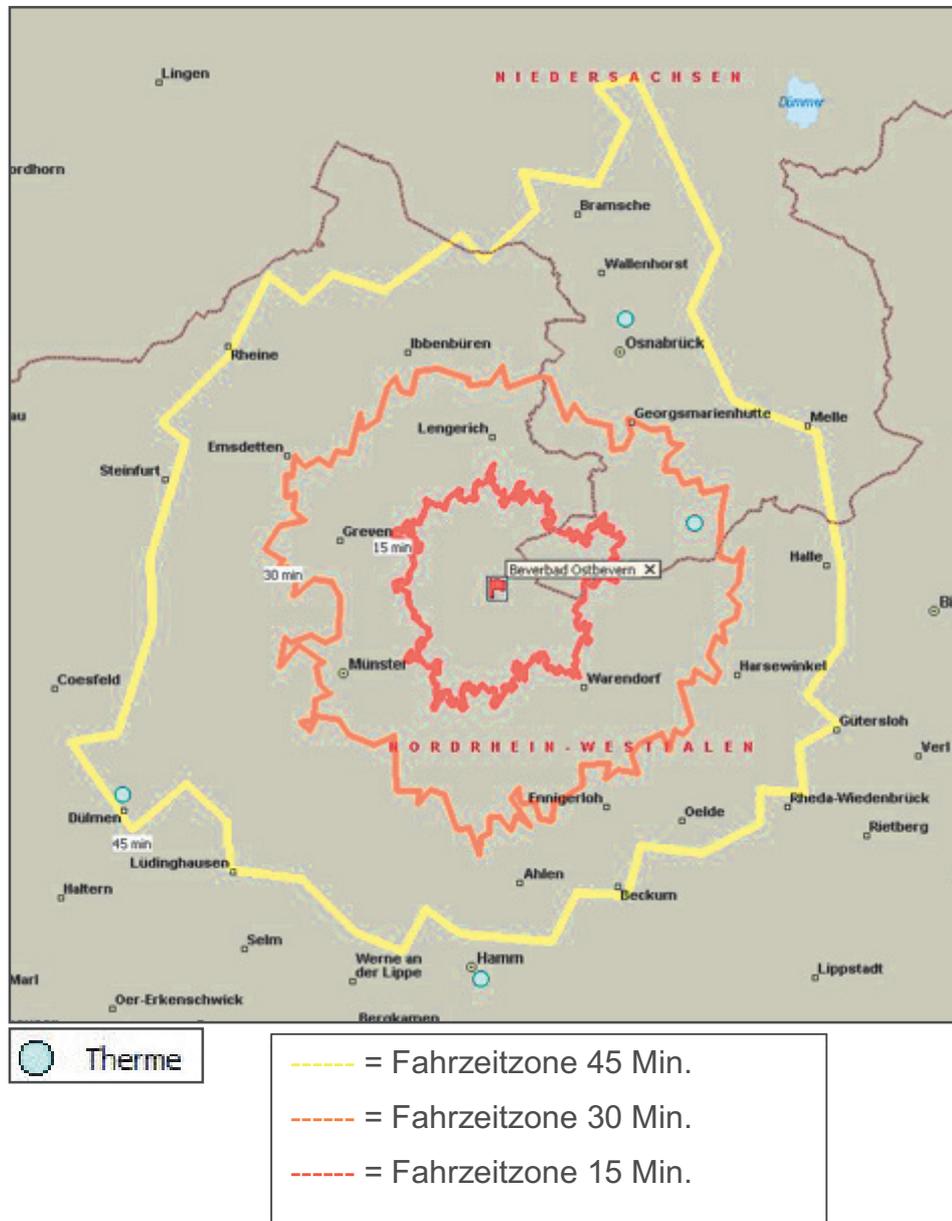
Auszug aus Map-Point (Umkreisanalyse Ostbevern von der PROVA GmbH)

**Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Freibad**

Name	Ort	Ausstattung	Eintrittspreise
Beverbad	Ostbevern	Freibad 600 qm Wasserfläche, Sprunganlage 1m, 3m und 5m	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 2,50 €
Freibad Telgte	Telgte	Schwimmer- und Mehrzweckbecken 50m, Sprunggrube 1m+3m, Nichtschwimmerbecken 20m, Wasserspielanlage für Kinder	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 2,50 €
Bürgerbad	Warendorf	Strandbad	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 2,00 €
Freibad Sassenberg	Sassenberg	Badesee	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 1,50 €
Freibad Lienen	Lienen	Mehrzweckbecken, Kinder-Planschbecken, Kinder-Rutsche, Durchschwimmkanal, Kleinkinderbereich, Wasserspielgarten, Sport- und Aktionszonen, Wellenball, Wellenbreitrutsche	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 2,00 €
Freibad Laer	Bad Laer	50m Kombibecken	Erwachsene: 3,90 €, Kinder: 2,20 €
Freibad Stapelskotten	Münster	50m Schwimmer- und Erlebnisbecken mit Strömungskanal, Springerbecken mit Sprunganlage 1m,3m und 5m, 80m Großrutsche, Wellenrutsche, Mehrzweckbecken, Kinder-Planschbecken	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 2,00 €
Freibad Sassenberg	Sassenberg	50m Becken, Sprungbecken 1m+3m	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 1,50 €
Freibad Iburg	Bad Iburg	-	-
Freibad Hagen	Hagen	-	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 2,00 €
Freibad Saerbeck	Saerbeck	25m Becken, Nichtschwimmerbecken, Zwillingrutsche, Sprungbecken	Erwachsene: 2,00 €, Jugendliche: 1,00 €, Kinder: 0,50 €
Freibad Hiltrup	Münster	-	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 2,00 €
Waldfreibad	Tecklenburg	50m Becken mit Nichtschwimmerbecken	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 2,00 €
Freizeitland	Hasbergen	27m Becken	Tageskarte 22,00 €
Waldfreibad	Emsdetten	25m Schwimmerbecken, Kleinkinderbereich, Planschbecken, Wasserrutsche, Springerbecken mit Sprunganlage 5m, Beachvolleyplatz, Fußball-Arena, Seilbahn	Erwachsene: 2,50 €, Kinder: 1,80 €

Naturbad	Hasbergen	12 verschiedene Saunen, Außenpool, Tennis & Squash Feld	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 1,50 €
Freibad Drensteinfurt	Drensteinfurt	50m und 52m Rutschenanlage, Volleyballfeld, Imbiss, Tischtennisplatte	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 1,80 €
Freibad Borgholzhausen	Borgholzhausen	25m Schwimmerbecken	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 1,50 €
Freibad Oelde	Oelde	Waldbad	Erwachsene: 2,00 €, Kinder: 0,50 €
Freibad Westerkappeln	Westerkappeln	-	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 1,00 €
Freibad Havixbeck	Havixbeck	50m Kombibecken, Sprunganlage 1m+3m, Kinderbecken	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 1,50 €
Freibad Steinfurt	Steinfurt	50m Sportbecken	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 2,00 €
Freibad Melle	Melle	Wellenbad	Erwachsene: 2,50 €, Kinder: 1,25 €
Freibad Gassbachtal	Oelde-Stromberg	25m Sportbecken	Erwachsene: 3,30 €, Kinder: 2,20 €
Freibad Rheine	Rheine	Schwimmbecken, Planschbecken, Fußballplatz, Beachvolleyplatz	Erwachsene: 3,30 €, Kinder: 2,20 €
Freibad Laggenbeck	Ibbenbüren	50m Schwimmerbecken, Sprunganlage 1m+3m, Nichtschwimmerbecken mit einer Rutsche, Babybecken, Imbiss/Kiosk	Erwachsene: 2,50 €, Kinder: 1,50 €
Freibad Steinhagen	Steinhagen	50m Sportbecken, Nichtschwimmerbecken, Kleinkinderrutsche, Babybecken, Großrutsche, Sprunganlage 1m+3m	Erwachsene: 3,00 €, Kinder: 1,50 €
Freibad Süd	Hamm	25m Mehrzweckbecken, Kleinkinderbecken	Erwachsene: 3,50 €, Kinder: 1,80 €
Freibad Billerbeck	Billerbeck	25m Schwimmerbecken, Edelstahl-Nichtschwimmerbecken, Wasserrutsche	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 2,00 €
Naturbad	Neuenkirchen-Vörden	Naturbad	Erwachsene: 2,50 €, Kinder: 1,50 €

**Betrachtung des Wettbewerbs im Bereich Therme**

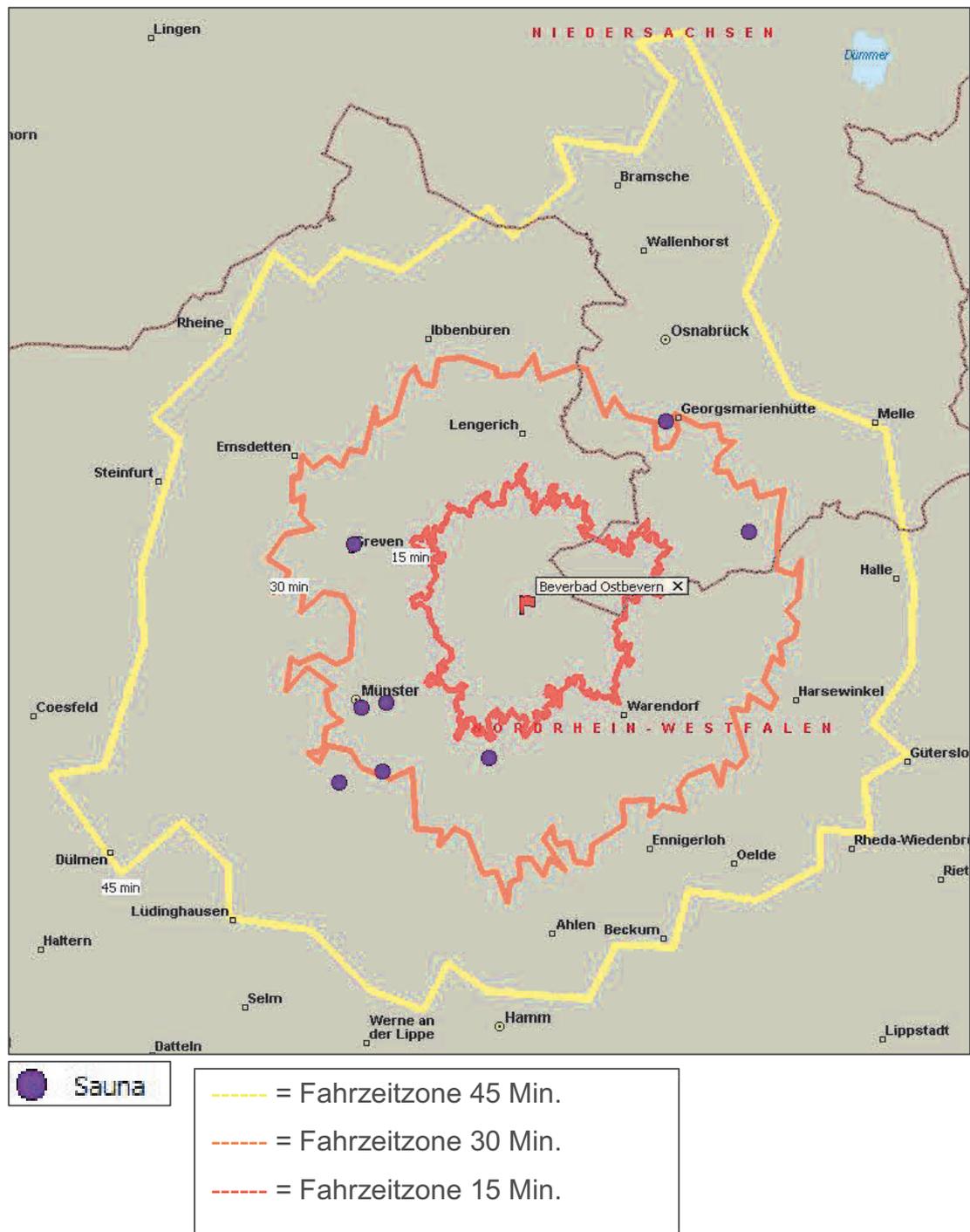


Auszug aus Map-Point (Umkreisanalyse Ostbevern von der PROVA GmbH)

## Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Therme

Name	Ort	Ausstattung	Eintrittspreise
Spathherme	Bad Rothenfelde	Zwei großzügige Pools, 4 Saunen im Dachgeschoss, und 3 Innensaunen, Textilsaunen	Therme inkl. Sauna & Römisch-Irischem SPA: 25,20 €
Maximare	Maximare	Wellen- und Erlebnisbecken, Erlebnisrutschen, Wildwasserbach, Reifenrutsche. 50m Sportbecken mit Startblöcken, Solebecken, Kleinkinderbereich, Solarien, Wellnessbereich, ArenaMare 90°C, Erdsauna 110°C, Fegefeuer 100°C, Ruhe- und Liegehaus, Salzsaua 90°C, Saunagarten 3500m², Sinnesbad 65°C, Temple of Inspiration, Solegrotte, Saunagarten	Mo.-Fr.: 23,00 €, Sa/So/F.: 25,00 €
Nettebad	Osnabrück	50m Sportbecken, diverse Wasserrutschen, indoor Rutsche, Freibad- 33m Schwimmbecken, Nichtschwimmerbecken, Kleinkinderbereich	Erwachsene: 19,90 €, Kinder: 17,70 €
düb	Dülmen	Erlebnisbecken innen und außen, Röhrenrutsche, Wellenrutsche, Sprungturm, Nichtschwimmerbecken, Kinderplanschbecken, Mehrzweckbecken + 25m Sportbecken, Badehaus, TiefenwärmeSauerstoffbad, SinnesDampfbad	Erwachsene: 14,50 €, Kinder: 13,00 €

**Betrachtung des Wettbewerbs im Bereich Sauna**



Auszug aus Map-Point (Umkreisanalyse Ostbevern von der PROVA GmbH)

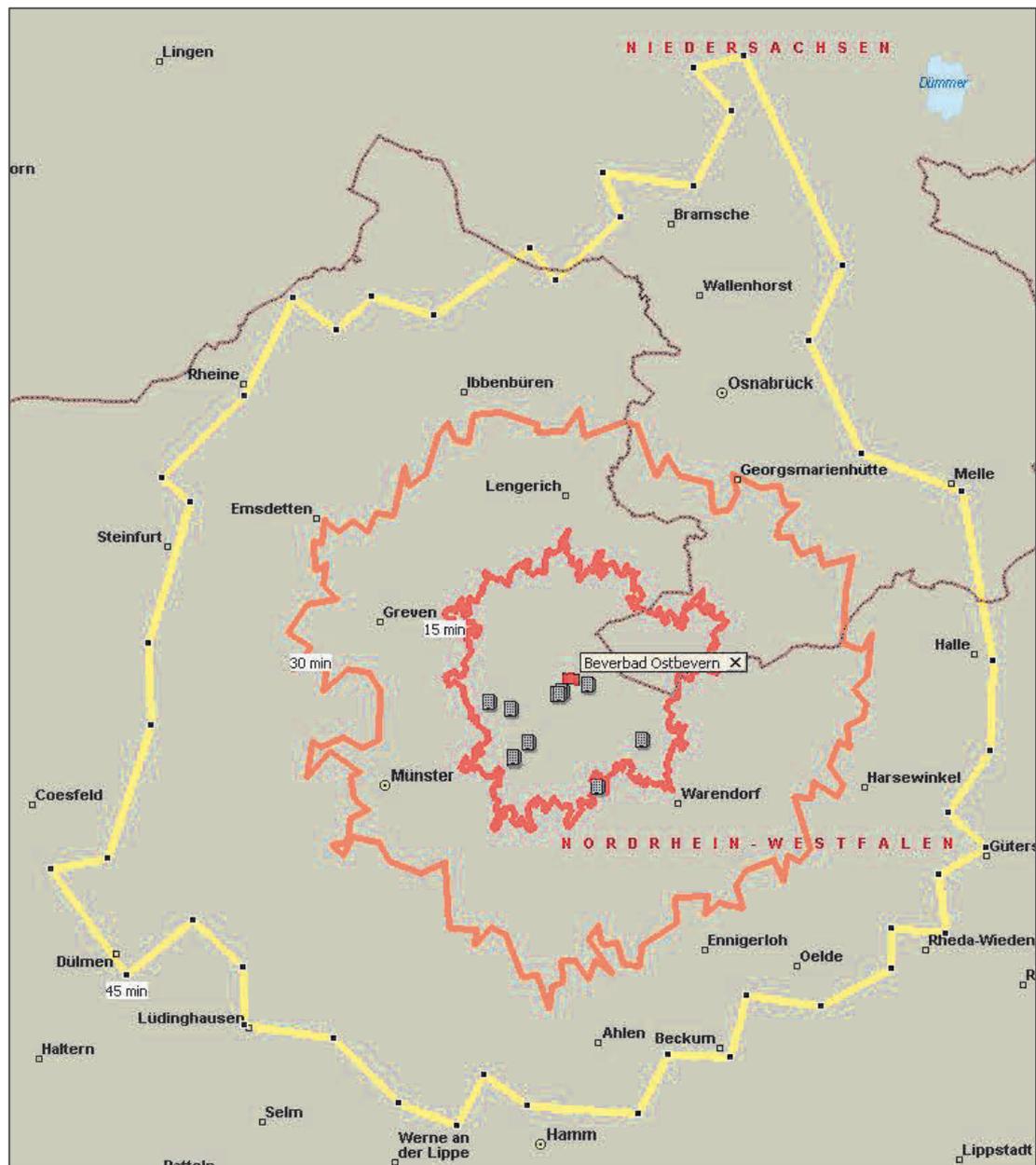
**Adressen der Mitbewerber im Bereich Sauna**

Name	Straße	PLZ	Ort	Internetadresse	km
Vitus Saunadorf	Alverskirchener Str. 27	48351	Everswinkel	<a href="http://www.vitus-saunadorf.de">http://www.vitus-saunadorf.de</a>	19
Hallenbad Ost	Mauritz-Lindenweg 101	48145	Münster	<a href="http://www.stadt-muenster.de">www.stadt-muenster.de</a>	20
Vennekamp	Riekestraße 10	48268	Greven	<a href="http://www.vennekamp-p-v3.de">http://www.vennekamp-p-v3.de</a>	21
ProVital Münster	Von-Kluck-Straße 17-23	48151	Münster	<a href="http://www.provital-fitness.de">http://www.provital-fitness.de</a>	23
Spathherme	Frankfurter Str. 15	49214	Bad Rothenfelde	<a href="http://www.bad-rothenfelde.de">www.bad-rothenfelde.de</a>	25
ProVital Hilstrup	Messenstiege 54	48165	Münster	<a href="http://www.provital-fitness.de">http://www.provital-fitness.de</a>	26
Panoramabad	Carl-Stahmer-Weg 37	49124	Georgsmarienhütte	<a href="http://www.pb-gmhuette.de">www.pb-gmhuette.de</a>	30
Eymann Sauna	Gropiusstraße 4	48163	Münster	<a href="http://www.eymann-sauna.de">http://www.eymann-sauna.de</a>	35

**Ausstattung der Mitbewerber und deren Eintrittspreise im Bereich Sauna**

Name	Ort	Ausstattung	Eintrittspreise
Eymann Sauna	Münster	Erdsauna, türkisches Dampfbad, Damensauna, Salzgrotte, 850m <sup>2</sup> Schwimmteich, Whirlpool	Erwachsene: 24,50 €, Kinder: 18,00 €
Vitus Saunadorf	Everswinkel	Erdsauna, Hüttensauna, Biosauna, römisches Dampfbad, Infrasaunarium, SeaSide, Heiße Düne, Whirlpool	Erwachsene: 22,00 €, Kinder: 10,00 €
ProVital Hilstrup	Münster	-	Mitgliedsbeiträge
ProVital Münster	Münster	zwei finnische Saunen, türkisches Dampfbad, Bio-Soft-Sauna	Mitgliedsbeiträge
Vennekamp	Greven	Bio-Lichtsauna, Blockhaussauna, Himalaja-Salz-Sauna, Dampfbad, Schwimmbad	Tageskarte: 14,50 €
Hallenbad Ost	Münster	Kleiner Saunabereich mit 3 Kabinen	Erwachsene: 4,00 €, Kinder: 2,00 €
Panoramabad	Georgsmarienhütte	Sauna: Panoramasauna, Sanarium, Blockhaussauna, Dampfbad, Außenbecken, Solarium	Mo.-Do.: Erwachsene: 4,50 €, Kinder: 2,70 €, Fr.-So.: Erwachsene: 5,00 €, Kinder: 3,00 €
Spathherme	Bad Rothenfelde	Zwei großzügige Pools, Panorma-Außensauna, Finnische Sauna, Inhalationssauna, Biosauna, Dampfbad, Whirlpool, Kaltbecken	Therme inkl. Sauna & Römisch-Irischem SPA: 25,20 €

**Hotels in der Umgebung vom „Beverbad“ (max. 15 Kilometer)**



 Hotels	<ul style="list-style-type: none"> <li>----- = Fahrzeitzone 45 Min.</li> <li>----- = Fahrzeitzone 30 Min.</li> <li>----- = Fahrzeitzone 15 Min.</li> </ul>
--	--

Auszug aus Map-Point (Umkreisanalyse Ostbevern PROVA GmbH)

## Adressen der Hotels in einem Umkreis von 15 Kilometer

Name	Straße	PLZ	Ort	km zum Beverbad
Alte Post	Hauptstraße 32	48346	Ostbevern	0,45
Hotel Restaurant Beverhof	Hauptstraße 5	48347	Ostbevern	0,7
Gasthof Mersbäumer	Loburg 47	48348	Ostbevern	2,5
Beverland Gruppen-Resort	Beverlandplatz 1	48349	Ostbevern	5,8
Hotel zur Bever	Grevener Str. 26	48291	Telgte	6,4
Heidehotel Waldhütte	Im Klatenberg 19	48291	Telgte	8
Landgasthaus am Brinker Platz	Brinker Damm 2	48291	Telgte	8,5
Hotel Biedendieck	Dorfstraße 35	48231	Warendorf	8,7
Hotel Marienenlinde	Münstertor 1	48291	Telgte	10,8
Hotel-Restaurant "Telgter Hof"	Münsterstraße 29	48292	Telgte	11
Hotel Birkeneck	Birkenweg 2	48231	Warendorf	15

## MARKT UND TREND

### Zukunftschancen für Freizeitbetriebe durch den Megatrend „Gesundheit“

Gesundheitsexperten, Zukunftsforscher, Unternehmensberatungen, Politik und auch Bäderbetreiber sehen den Bereich „Gesundheitswirtschaft“ als den Wachstumsmarkt Nummer 1 in Deutschland. Gesundheit, Prävention und damit auch Bewegung, sind damit auch bei den Zukunftskonzeptionen für Bäder ein allgegenwärtiges Thema.

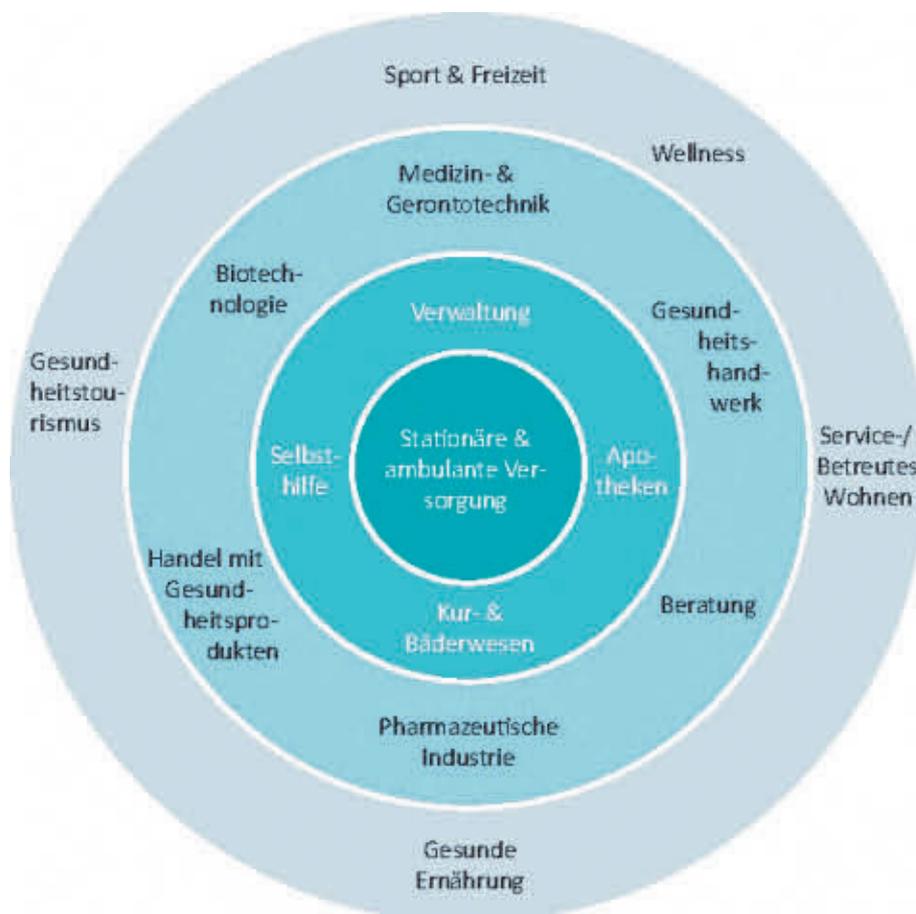
Um zu beurteilen, welche Chancen sich für Wirtschaftlichkeit und Entwicklung, für den jeweiligen Standort aus dieser Prognose ergeben können, muss man den Markt der Gesundheitswirtschaft näher betrachten.

- Was genau ist der Markt Gesundheitswirtschaft?
- Was umfasst dieser Markt und welche Zielgruppen sind anzusprechen?
- Wie müssen Anbieter von Wasserflächen darauf reagieren, um zu profitieren?

Zuerst ist es wichtig, die Definition von Gesundheit zu betrachten. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) definiert Gesundheit wie folgt: „Gesundheit ist ein Zustand vollkommenen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens und nicht allein das Fehlen von Krankheit und Gebrechen“. Die Gesundheit umfasst daher mehr als die alleinige Abwesenheit von Krankheit.

Gesundheit im Sinne der WHO ist ein ganzheitlicher Ansatz und umfasst damit auch den populären Glücksbegriff sowie die sozialen Kontakte, die Kommunikation aber auch die Prävention. Entscheidend ist, dass der allumfassende Gesundheitsbegriff in die Märkte der Gesundheitswirtschaft mündet.

Geschäftsfelder der Zukunft im Wachstumsmarkt Gesundheitswirtschaft:



Quelle: [www.iatge.de](http://www.iatge.de)

---

Es ist zu erkennen, dass die „Anbieter von Wasserflächen“, also für Hallenbäder / Freizeitbäder / Spaßbäder / Gesundheitsbäder sich im äußeren Kreis wiederfinden, die Wirtschaftsfelder Kur- und Bäderwesen im inneren Kreis zu finden sind.

Für das zukünftige Marketing und die Belegung der innovativen und neuen Geschäftsfelder ist es entscheidend, dass man nicht mehr nach der alten Zielgruppenvorgabe vorgehen kann (jung = Familie, alt = Rentner), sondern einen Konsumenten vor sich hat, der durchgängig durch alle Altersklassen andere Ansprüche hat. Der neue Konsument wird bewusster konsumieren, kritischer und anspruchsvoller sein. Seine Ansprüche umfassen die Felder:

- Service
- Qualität
- Nachhaltigkeit
- Gesundheit
- Glaubwürdigkeit
- Ethik
- Individualität

Allein mit diesen Schlagwörtern können die Betreiber von Bädern ihr Produkt überprüfen.

- Ist bei meinem Produkt besonderer Service gegeben?
- Ist die Qualität so, wie sie vom zukünftigen Konsumenten erwartet wird?
- Ist das gesamte Angebot glaubwürdig, nachhaltig und zukunftsorientiert

Mit einer Bewertung nach diesen Kriterien sollten anstehende Planungen angegangen werden. Innovative Attraktivierungen werden mit Gesundheitsthemen verknüpft.

Besonders die Kriterien Gesundheit und Nachhaltigkeit sprechen eine „Bewegung“ an, die in den USA entstanden ist und **LOHAS** genannt wurde.

---

Dieses Kunstwort ist die Abkürzung von „Lifestyle of Health and Sustainability“, was frei übersetzt bedeutet „Ausrichtung der Lebensweise auf Gesundheit und Nachhaltigkeit“. Diese Bewegung hat **neue Werte** und **neues Bewusstsein** als Credo ([www.lohas-guide.de](http://www.lohas-guide.de)).

Die Bedürfnisse der Menschen richten sich zu einer Umkehr der Lebensweise - nach Selbstkenntnissen, nach Stressfreiheit, nach Entschleunigung, Gesundheit, Nachhaltigkeit und Beständigkeit. Dies alles mündet in eine Nachfrage von wirtschaftlichen, gesundheitlichen und ökonomisch sinnvollen Produkten und Dienstleistungen.

Weiterhin wird es schwieriger, die alte Zielgruppenbestimmung, die man in Bädern kennt, Kinder/Jugendliche, Erwachsene/Familien oder Rentner, in der Form aufrecht zu erhalten. Die Biografien der Menschen haben sich seit dem Industriezeitalter, indem es klare und eindeutige Lebensläufe gab, geändert.

Früher:

Jugend - Ausbildung - Erwerbstätigkeit - Rente

Die Erwerbs- und Familienarbeit wurde auch überwiegend an einem Ort durchgeführt; man war oftmals lebenslang bei einer Firma beschäftigt.

Heute:

Im Wissenszeitalter gibt es andere Entwicklungen. Nicht mehr nur ein Beruf ist möglich, sondern auch mehrere Berufe - nicht eine Familie, sondern die Zweit- und Drittfamilie oder sogenannte „Patchwork-Familien“ sind schon fast die Regel.

Früher haben die Menschen mit 60 Jahren über die Rente nachgedacht, heute wird zwischen 50 und 60 nochmal „angefangen“ und neu durchgestartet. Es gibt viele neue Firmengründungen, die von Personen durchgeführt werden, die über 50 Jahre alt sind. Auf diese neue Situation müssen sich auch die Bäder einstellen. Das inhaltliche Angebot, die bauliche

Situation, die Öffnungszeiten und die Preisgestaltung (das gesamte Betriebskonzept) sind darauf anzupassen.

„**Selfness**“ als Trend ist das Ergebnis gesamtgesellschaftlicher Wandlungsprozesse. Das tradierte Lebensmuster Beruf-Familie-Rente wird immer mehr dynamisiert. Die gesteigerte Lebenserwartung führt zu neuen Chancen, aber auch Herausforderungen.

Es entstehen neu strukturierte und inhaltlich belegte Lebensphasen und -perspektiven, mit neuen Wertemustern und Verhaltensweisen. Die nachfolgende Abbildung aus einer Studie der **Zukunftsinstitut GmbH** zeigt die „Selfness“ beeinflussenden Entwicklungen.



Es entsteht ein multidimensionales Netz sich gegenseitig beeinflussender Faktoren, deren Umsetzung zur Erzielung individueller Lebenszufriedenheit gezielt beeinflusst werden kann. Diese Betrachtungsebene beschreibt den Ansatz der Idee zu einem neuen Badprojekt. Es werden innovative, aufeinander aufbauende Angebote formuliert, modellhaft demonstriert und breitenwirksam eingeführt.

Das Badkonzept der Zukunft setzt den Fokus aus Sicht der zu erreichenden Zielgruppe auf die ältere Generation, ohne die Gruppen der Familien und jungen Erwachsenen aus den Augen zu verlieren. Im Kern geht es hier um das sogenannte „Selfness-Age“.

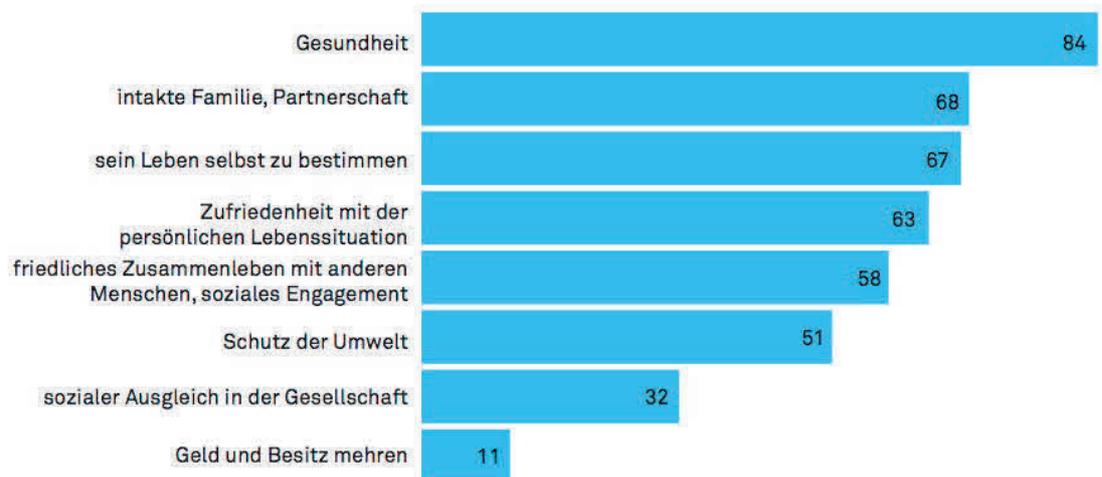
Die Entscheidung für diese Schwerpunktsetzung erfolgt im Allgemeinen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung in Deutschland. Laut Prognose des statistischen Bundesamtes wird sich die Zahl der über 60-Jährigen in Deutschland wie folgt entwickeln:

Jahr	Gesamtbevölkerung	Über 60-Jährige	Anteil	Steigerung
2013	80.767 Mio.	21.946 Mio.	27,2%	
2020	81.434 Mio.	24.182 Mio.	29,7%	2,5%
2030	79.230 Mio.	27.926 Mio.	35,2%	8,0%
2040	75.963 Mio.	27.871 Mio.	36,7%	9,5%

Ein Badkonzept sollte diese Entwicklung berücksichtigen. Es zeigt sich ein enormes Potenzial an umsetzbaren Maßnahmen, die dazu führen können, Lebensqualität langfristig zu erhalten. Die Felder Bewegung und Ernährung sind die Grundlagen für ein „gesundes“ Leben. Hier beginnt die Zielgruppe schon bei den Kleinsten und deren Eltern.

**Gesundheit statt Reichtum**

Was Menschen für ihre Lebensqualität sehr wichtig ist (Zustimmung in Prozent)



Quelle: Bertelsmann Stiftung/TNS Emnid

Basis: Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren

**Zielgruppe „Älter“**

Laut einer Untersuchung der Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung in Nürnberg bedeutet „alt sein/Alter“ für 78 Prozent der 60 bis 69-Jährigen endlich Dinge machen zu können, die Spaß machen. Bei den 70 bis 75-Jährigen denken immerhin noch 64 Prozent in ähnlicher Weise. Bei einer näheren Betrachtung der einzelnen Altersgruppen gibt es Experteneinschätzungen zu Folge bestimmte Charakterisierungen. So wird die Gruppe der 55- bis 60-Jährigen folgende Themen belegen:

- Vorzeitig aus dem Beruf ausgeschieden, trotzdem noch aktiv
- Freizeit
- Gesundheit
- Abwechslung

---

Die 60 bis 69-Jährigen sind dynamisch mit Interessen vertreten, die früher für dieses Alter atypisch waren:

- Gesundheit
- Reisen
- typisch ist auch, dass sie nicht von speziellen Seniorenprodukten angesprochen werden

Neueste Erhebungen zeigen, dass sich für diese Angebote der Gesundheitswirtschaft eine erweiterte Zielgruppe, nämlich die „Best Ager“ (40 bis 69 Jahre) interessieren.

Die Zielgruppe „Best Ager“, deren Alter in der Werbebranche relativ willkürlich auf 50+ festgelegt wurde, ist nicht so einfach einzugrenzen. Eine Studie der AN-Resolution aus Wiesbaden aus dem Jahr 2011 belegt, dass die Grenze 50 keine feste Grenze ist. Das Ergebnis der Studie stützt auch die Erfahrungen in den von uns betriebenen Bädern. Die Altersgruppe 40 bis 69 - in der Studie auch als erfahrene Konsumenten bezeichnet - unterscheidet sich in ihrem Nutzer- und Kaufverhalten deutlich von Jüngeren und Älteren. Diese Gruppe 40 bis 69 ist eine relevante Zielgruppe für das Badkonzept Ostbevern.

### **Die Gruppe 40 bis 69-Jährigen**

- sind die bevölkerungsstärkste Gruppe
- mit einem oftmals guten Einkommen
- mit hohem finanziellen Spielraum
- mit einer Bereitschaft für Gesundheit und Prävention Geld einzusetzen

Für das Bäderangebot sind aber vor allem die positive Einstellung zum Leben und das Ziel die Anzeichen des „Älterwerdens“ mit Sport und Wellness – also mit Prävention und Entspannung zu bekämpfen, erwähnenswert.

### Gesundheit wird zum neuen Statussymbol

Einstellungen zum Thema Gesundheit (Zustimmung in Prozent)



Quelle: KPMG/IFH

Basis: Bevölkerung in Deutschland ab 16 Jahren

Die Lebenserwartung steigt und ein „Lebenswert alt werden“ sollte nicht nur durch Medikamente und Apparatedizin erreicht werden, sondern auch durch eigenverantwortliche Prävention. Ein gesunder Lebenswandel, mit einer verantwortungsvollen Ernährung und viel „gesunde“ Bewegung in Verbindung mit einer ausreichenden mentalen Entspannung, sind wichtige Säulen für eine wirksame Prävention.

Zusammenfassend zur Zielgruppe kann gesagt werden:

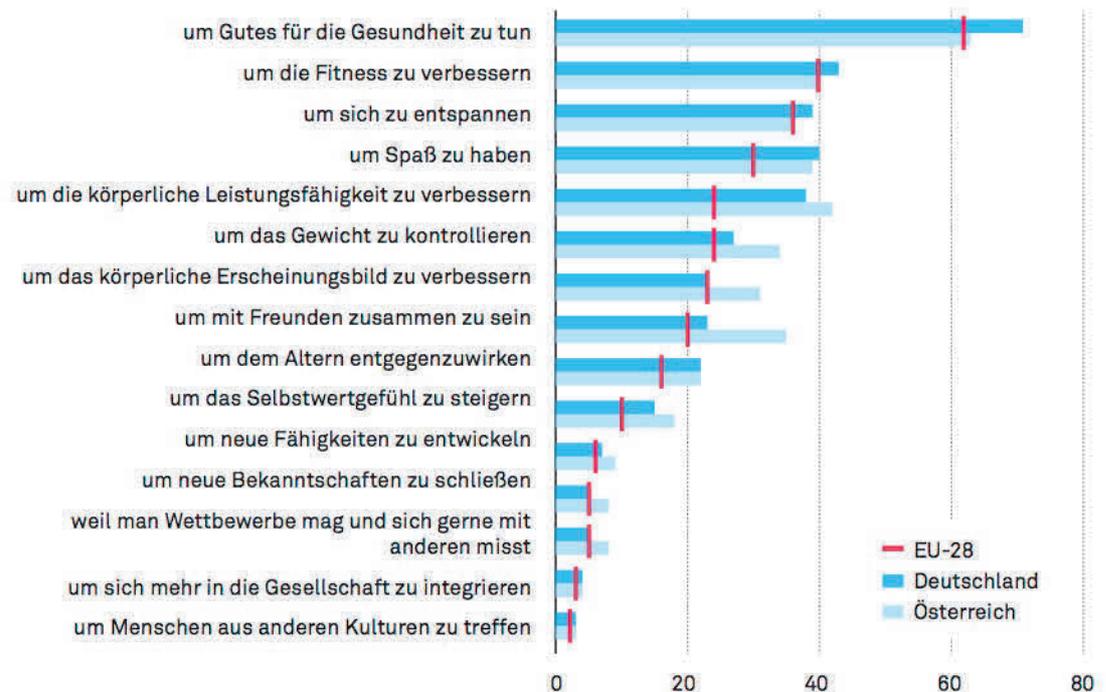
Die Zielgruppe 40 bis 69 konsumiert gern, ist mobil, vielseitig interessiert und aktiv. Sie hält sich körperlich und geistig fit, hat ein überdurchschnittlich hohes Interesse zum Erhalt der Gesundheit und des Wohlbefindens. Dabei

ist die Gruppe auch bereit, kräftig in ihren Körper zu investieren und gleichzeitig genussorientiert sowie konsum- und innovationsfreudig zu leben. Die hohe Ausgabenbereitschaft und die modernen Konsumgewohnheiten machen die 40 bis 69 Jährigen als Zielgruppe zu einem wirtschaftlichen Stützpfiler des neuen Konzeptes. Ihr Sinn für Lebensqualität, Gesundheitsorientierung und Genuss sollte mit dem Angebot des Bades direkt angesprochen werden.

Ein Bäderangebot für diese Zielgruppe sollte das Angebot an präventiven und entspannenden Nutzungsmöglichkeiten enthalten. Die Aufenthaltsqualität, besonders durch ausreichende Ruhebereiche, aber auch durch ein entspannendes Design und einem umfangreichen Service, ist dabei ein wichtiger Faktor.

### Sportivity: Wohlbefinden statt Wettbewerb

Warum Menschen Sport treiben oder sich körperlich betätigen (Zustimmung in Prozent)



Quelle: European Commission

---

## Zielgruppe Baby-Kleinkind-Jugendliche-Familien

Übergewicht ist in der heutigen Gesellschaft ein starkes Problem geworden, das die Gesundheitssysteme enorm belastet. Nicht zu vergessen, ist die Belastung der Betroffenen selbst.

Immer mehr Kinder und Jugendliche sitzen häufiger am Computer und ernähren sich von Fast Food. Die körperliche Bewegung bleibt weitestgehend auf der Strecke.

Laut der Kinder- und Jugendgesundheitsstudie (KiGGS) sind in Deutschland 15 Prozent der 3 – 17-jährigen übergewichtig.

Unterteilt man diese Feststellung nach Altersgruppen ergibt sich folgendes Übergewichtsbild:

- 3 – 6 Jahre: 8,9 % der Jungen und 9,3 % der Mädchen
- 7 – 10 Jahre: 15,9 % der Jungen und 14,8 % der Mädchen
- 11 – 13 Jahre: 18,3 % der Jungen und 18,9 % der Mädchen
- 14 – 17 Jahre: 17,2 % der Jungen und 17,0 % der Mädchen

Ein Leitspruch für das zukünftige Bäderkonzept könnte also „Nie mehr dicke Kinder“ heißen. Dieser Satz ist aus Sicht des Marketings sehr grenzwertig, zeigt aber die Zielrichtung von Bäderangeboten.

Es geht um Aufklärung in Verbindung mit Bewegungsangeboten für junge Eltern und deren Nachwuchs bis ins Kleinkindalter. Hier ist es wichtig, Bewegungsangebote zu schaffen und gleichzeitig eine permanente Ernährungsberatung anzubieten. Die Bekämpfung von Übergewicht im Kindes- und Jugendalter ist der Schlüssel zu einem späteren gesunden Leben.

---

Bei Bäderplanungen ist diese Entwicklung zu beachten. Babyschwimmen, aber auch Kleinkindbewegung im Wasser und möglichst auch als „Trockenangebot“ sind ein ausbaubares Geschäftsfeld. Private Anbieter aus dem Bereich Ernährung und Bewegung können dabei die Nassangebote unterstützen. Hier können Badbetreiber und Privatwirtschaft eng zusammenarbeiten.

Beispielaktionen:

- Ferienaktionen mit Spaßangeboten und Wasser/Trocken-Fitnesskursen für Kinder mit gesunden, leckeren Fast-Good-Angeboten.
- Ernährungsberatungen für die ganze Familie
- Schwimmbadtage der Bewegung
- Familienfitness (Kurse für die ganze Familie)

Zum Erreichen dieses Ziels sind verschiedenste **Aktionen** notwendig. Unter der Überschrift **Aktionen** verstehen wir die Gestaltung der Hardware (Neubau) und Anpassung in der Software (Image, Organisation, Design, Philosophie). Die Umsetzung von Aktionen in der Hard- und Software werden begleitet durch eine Kosten/Nutzen-Betrachtung, ausgerichtet auf die Zielvorgabe.

---

## Perspektiven für das Freibad

Der Betrieb und die Bereitstellung eines Freibadangebotes sind als Bausteine der kommunalen Daseinsvorsorge anzusehen. Im Bädermarkt gehört ein kommunales Freibadangebot nicht zu den Pflichtaufgaben einer Kommune, ist aber im Kontext mit der Idee ein bezahlbares, ortsnahes Freizeitangebot für alle Bevölkerungsschichten zu schaffen, ein möglicher Faktor.

Das Freibad als Treffpunkt für alle Bevölkerungsschichten hat in den letzten Jahren rückläufige Besucherzahlen. Das hängt zum einen mit der Entwicklung der Witterungsbedingungen (wenige längerfristige stabile Schönwetterlagen) zum anderen mit der mangelnden Attraktivität der Anlagen zusammen. Für viele Jugendliche ist es „cooler“ am Kanal oder an den Baggerseen zu chillen.

Der Freibadbesuch ist zu 95 % wetterabhängig (Frühschwimmangebote werden wetterunabhängig genutzt). Das Freibad ist als Saisonbetrieb nur von Mai bis September (je nach Wetterlage auch kürzer) zu nutzen.

Freibäder galten in der Vergangenheit als Treffpunkt für Jugendliche und Kinder sowie als Sommererlebnis für Familien. Durch die veränderten Schulstrukturen (Ganztagsschulen) bricht die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen an den Wochentagen außerhalb der Ferien weg. Auch die Konkurrenzangebote im Sommer (z.B. Badeseen) reduzieren die Besucherzahlen.

Die Ansprüche der potentiellen Nutzer eines Freibades sind in den vergangenen Jahren gestiegen. Spiel- und Spaßangebote sowie beheizte Becken gelten schon fast als Pflichtbestandteil für Freibäder. Um die Ansprüche zu decken, ohne ein wirtschaftlich nicht zu kalkulierendes Zuschussrisiko zu haben, müsste ein adäquater Eintrittspreis erhoben werden. Die Akzeptanz in der Bevölkerung für einen „wirtschaftlichen“ Eintrittspreis ist allerdings nicht vorhanden.

Die Perspektiven für eine kalkulierbare, wirtschaftlich sichere Entwicklung des Freibades sind aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen eher negativ zu bewerten. Der Betrieb eines Freibades ist daher eher eine „soziale“ Aufgabe. Viele Kommunen stehen bei anstehenden Freibadsanierungen vor der Frage: „Will oder kann ich mir dieses Angebot noch leisten, oder sind andere Ganzjahresangebote mit weniger Wasserfläche, dafür witterungsunabhängig, im zukünftigen Badkonzept wirtschaftlicher und zukunftsorientierter.“

Bei der Entscheidung für oder gegen ein Freibadangebot ist die regionale Situation zu betrachten. Wie ist die Entwicklung von Freibadangeboten in umliegenden Städten? Gibt es attraktive Freibad- oder Badeseenangebote in der Umgebung? Studien zeigen, dass für attraktive Angebote in der Umgebung auch Fahrtzeiten von bis zu 30 Minuten in Kauf genommen werden.

### **Traditionelle Sauna (FKK) oder Textilsauna (Badehaus)**

Bis vor wenigen Jahren galt für die Saunanutzung, besonders in Deutschland, nur das Angebot der FKK-Sauna. In den letzten Jahren sind Schwitzangebote auch vermehrt als „Textilsauna“ angeboten worden.

Die Philosophie einer „Textilsaunalandschaft“ ist Saunabaden in Badekleidung. Die Textilsaunaangebote beschränken sich auf die nicht so heißen Saunaangebote, wie Warmluftbäder, Dampfbäder und Infrarotkabinen mit Tiefenwärme. In den Kabinen finden, ähnlich wie bei der traditionellen Sauna, Aroma- und Kräuteraufgüsse sowie Einreibungen (Salz, Honig, Salben) statt.

Aus medizinischer und hygienischer Sicht betrachtet, gilt das bekleidete Saunieren als unbedenkliche Praxis. Selbst in klassischen Saunaländern wie Schweden und Norwegen ist die Form des „bedeckten“ Saunabesuchs eine durchaus gängige Methode.

Das Angebot einer solchen Textilsaunalandschaft zielt überwiegend auf die Zielgruppe der (Best Ager) ab. Aus bereits umgesetzten Konzepten ist zu erkennen, dass es sich bei den Saunanutzern überwiegend um „neue“ Gäste handelt. Die Textilsauna erreicht eine neue Zielgruppe, die überwiegend keine FKK-Saunaerfahrung hat. Besonders die ältere Generation, darunter auch schwerpunktmäßig Frauen, nutzen die „heißen“ Angebote der traditionellen Sauna aus Angst vor gesundheitlichen Nachteilen (Venenerkrankungen/Herz- und Kreislaufbeschwerden ) nicht. Weiterhin gibt es auch in unserer aufgeklärten Gesellschaft moralische und ästhetische Vorbehalte. Die Bevölkerungsentwicklung zeigt auch, dass viele Bevölkerungsgruppen auch aus religiösen Gründen keine FKK-Angebote nutzen.

Die Themen, Entspannung, Prävention, „mal runter kommen“ finden sich im Textilsaunaangebot wieder.

Die Sinne für Lebensqualität, Gesundheitsorientierung und Genuss werden mit dem Angebot der Textilsauna direkt angesprochen. Entspannen in wohligen Wärme- und Ruhestuben mit Licht, Duft, Klängen, Kräutern, Kneipp-Garten und Entspannungsiseln ist im Trend.

Bei den traditionellen Saunaanlagen ist zu erkennen, dass die potentiellen Gäste große Anlagen mit einer Vielzahl von Saunaangeboten, qualitativ hochwertigen Aufgüssen, Saunaevents, Schwimmmöglichkeit, Wellnessanwendungen und attraktiven Gastronomieangeboten suchen und bereit sind, auch hohe Eintrittspreise (Preis/Leistungsverhältnis) zu akzeptieren. Kleinere Anlagen haben es am Markt sehr schwer und sind mit einem wirtschaftlichen Risiko verbunden.

---

## KONZEPTENTWICKLUNG BEVERBAD

Die PROVA Unternehmensberatung GmbH hat die Aufgabe folgende Varianten zu beleuchten und auf ihre Wirtschaftlichkeit zu überprüfen:

- **Variante 1:**
  - Grundsanierung des Hallen- und Freibades am jetzigen Standort
  
- **Variante 2:**
  - Sanierung des Hallenbades und Schließung des Freibades am jetzigen Standort (kleine Lösung)
  
- **Variante 3:**
  - Ergänzung des Hallenbades um ein Außenschwimmbecken, Whirlpool, Hot- und Coldpool und einem Saunabereich (FKK), Rückbau Freibad
  
- **Variante 4:**
  - Ergänzung des Hallenbades um ein Außenschwimmbecken, einem Kinderbereich, einem Aktivbecken und einem Textilsaunabereich, Rückbau Freibad
  
- **Variante 5:**
  - Ergänzung des Hallenbades um ein Außenschwimmbecken, einem Kinderbereich, einem Textilsaunabereich, Rückbau Freibad
  
- **Prüfung alternativer Grundstücke**

---

## Variante 1

Bei dieser Variante wird davon ausgegangen, dass der jetzige Standort und das derzeitige Angebot, durch eine Sanierung erhalten bleiben. Es werden keine Attraktivierungsmaßnahmen durchgeführt.

### Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung

rd. 2,0 Mio. €

(Sanierungs- u. Investitionskosten ausgelegt auf einen Weiterbetrieb der Anlage für 25 Jahre, Hauptanteil der Sanierungskosten werden der Sanierung der Freibadbecken zugeordnet)

### Angebot Hallenbad

- 3 Bahnen 25m – Schwimmerbecken, mit Massagedüsen
- Eltern-Kind-Bereich mit Nichtschwimmerbecken und Babybecken

### Angebot Freibad

- 6 Bahnen 25m – Schwimmerbecken
- Nichtschwimmerbereich mit Breittrutsche
- Sprunggrube mit 1m, 3m und 5m Sprunganlage
- Liegewiese mit einem Beachplatz

### Bewertung

Das bisherige Angebot wird mit dieser Maßnahme erhalten. Eine Attraktivitätssteigerung ist nicht vorhanden. Die Sanierungen dienen nur der Bauunterhaltung für Gebäude und Becken, sowie der technischen Anlagen. Eine Anpassung des Schwimmangebotes auf Entwicklungen (siehe Abschnitt Markt und Trend) erfolgt nicht.

---

## Variante 2

Bei dieser Variante wird davon ausgegangen, dass der jetzige Standort erhalten bleibt. Das Hallenbad wird, als Pflichtversorgung, saniert und aufrecht gehalten. Das Freibad wird hingegen aufgegeben und geschlossen.

### Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung

Rd. 500 T€ (die auch aus der Unterhaltung finanziert werden könnten)

#### Angebot Hallenbad

- 3 Bahnen 25m – Schwimmerbecken, mit Massagedüsen
- Eltern-Kind-Bereich mit Nichtschwimmerbecken und Babybecken

#### Angebot Freibad

Das Freibad wird aufgegeben und geschlossen. Alternative Nutzungen des Geländes müssten dann betrachtet werden. Zum Beispiel Baugrundstücke.

#### Bewertung

Diese Variante ist die Minimallösung. Durch das verbleibende Angebot Hallenbad kann die Gemeinde die „Pflichtaufgaben und freiwilligen Pflichtaufgaben“, wie Schul- und Vereinsschwimmen, Gesundheitsschwimmen und Schwimmkurse erfüllen. Durch die Freibadschließung wird Wasserfläche reduziert und ein in Ostbevern etabliertes Sommerfreizeitangebot ersatzlos gestrichen. Eine Alternative im Hinblick auf Attraktivität des Bäderstandortes Ostbevern wird nicht angeboten. Eine ersatzlose Schließung des Freibades wird für Politik und Verwaltung in der Bevölkerung nur sehr schwer zu vermitteln sein. Das Freibad konnte bisher, durch die „Kombibadlösung“ und dem regenerativen Energieeinsatz, mit einem relativ geringen Zuschuss angeboten werden. Dadurch, dass die Beckensanierung im Freibad nicht durchgeführt werden muss, ist diese Variante natürlich wirtschaftlicher.

---

### **Variante 3**

Bei dieser Variante wird davon ausgegangen, dass der jetzige Standort erhalten bleibt. Das Hallenbad wird, durch ein Außenschwimmbecken, einen Whirlpool und einem Hot- und Coldpool ergänzt. Zusätzlich wird ein Saunabereich (FKK) angegliedert. Das Freibad wird hingegen aufgegeben und geschlossen.

### **Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung**

Rd. 4,8 Mio. €

#### **Angebot Hallenbad**

- 3 Bahnen 25m – Schwimmerbecken, mit Massagedüsen
- Eltern-Kind-Bereich mit Nichtschwimmerbecken und Babybecken
- Ganzjahres Außenschwimmbecken
- Whirlpool + Hot- und Coldpool

#### **Angebot Freibad**

Das Freibad wird aufgegeben und geschlossen.

#### **Angebot Sauna**

- 2 Saunakabinen + Dampfbad
- Ruhe und Liegebereich

---

## **Bewertung**

Durch das Ganzjahres-Außenbecken wird eine Alternative zum Freibad geschaffen. Der Eltern-Kind-Bereich ist eine Attraktivitätssteigerung, die besonders die Familien mit kleinen Kindern anspricht. Das wohnortnahe Angebot ist ein weicher Standortfaktor, der bei Neuansiedlungen für Familien ein wichtiger Faktor ist. Der FKK-Saunabereich ist in der Umsetzung problematisch. Notwendig sind Sichtschutzmaßnahmen sowie eine Regelung für die Nutzung des neuen Außenbeckens. Ein Saunaangebot ohne eine Schwimmmöglichkeit ist am Markt kaum noch durchsetzbar. Wirtschaftlich wird eine Saunaanlage erst ab ca. 25 - 30 Tsd. Jahresgästen. Der Anspruch der Saunagäste an Ausstattung und Angebot ist gestiegen. Aufgrund des Einzugsgebiets und den örtlichen Voraussetzung halten wir ein FKK-Saunaangebot für nicht wirtschaftlich. Zur Entwicklung auf dem Saunamarkt verweisen wir auf unsere Ausführungen unter „Markt und Trend“.

---

## **Variante 4**

Bei dieser Variante wird davon ausgegangen, dass der jetzige Standort erhalten bleibt. Das Hallenbad wird, durch ein Außenschwimmbaden, einen attraktiven Kinderbereich und einem Aktivbecken ergänzt. Zusätzlich wird ein Textilsaunabereich angegliedert. Die Wasserfläche Freibad wird zurückgebaut und durch ein Ganzjahres-Außenbecken ersetzt.

### **Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung**

Rd. 4,8 Mio. €

#### **Angebot Hallenbad**

- 3 Bahnen 25m – Schwimmerbecken, mit Massagedüsen
- Attraktiver Kinderbereich mit Aufenthaltsqualität
- Ganzjahres Außenschwimmbaden
- Aktivbecken für Kurse

#### **Angebot Freibad**

Das Freibad wird aufgegeben und geschlossen.

#### **Angebot Textilsauna**

- 2 Saunakabinen + Dampfbad
- Ruhe und Liegebereich + Sanitär- und Duschbereich



### Bewertung

In dieser Variante sind Elemente der Variante 3 eingeflossen und um zukunftsorientierte und wirtschaftliche Elemente ergänzt worden. Der Eltern/Kindbereich soll als attraktiver Wasserspielbereich mit kinderfreundlichen Elementen ausgestattet werden. Die Wasserflächen sollen den Bedürfnissen der Altersgruppen angepasst sein.

### Die Themen:

- Bewegung
- Koordination
- Spannung
- Entdecken
- Abenteuer
- Herausforderung

---

Die neue Kids-Wasser-Welt sollte ein Thema / Geschichte haben.

Anstatt einer FKK-Sauna soll ein Textilsaunaangebot mit den Elementen Warmluftbad (60°/40% Luftfeuchtigkeit) mit Licht-Duft- und Klangelementen, ein Salzraum, ein Dampfbad sowie Ruhebereiche mit Tiefenwärmeangeboten das Thema Entspannung/Gesundheit ergänzen. Durch das textile Angebot kann diese Anlage von allen Gästen genutzt werden. Die Nutzung des „Badehauses“ ist mit einer anderen Tarifzone verbunden. Das Außenbecken (ganzjährig) ist sowohl von der Textilsauna aus, als auch vom Hallenbad, erreichbar und nutzbar. Ein im/am Außenbecken integrierter „Whirlpool“ steigert zusätzlich die Attraktivität.

Das Aktivbecken (8,5 x 12 m/Hubboden) ist als Kursbecken für Fitness-Kurse, Schwimmen lernen, REHA-Kurse ein wichtiges Element. Bei guten Kursangeboten und qualifizierten Trainern ist mit einer hohen Auslastung zu rechnen. Es wäre ein sinnvolles und auch attraktives Zusatzangebot, das allerdings bei einer Vollkostenbetrachtung keine Kostendeckung erzielen kann.

## **Variante 5**

Wie Variante 4 nur ohne Aktivbecken

### **Grobkostenschätzung ohne ingenieurtechnische Bewertung**

Rd. 3,8 Mio. €

#### **Angebot Hallenbad**

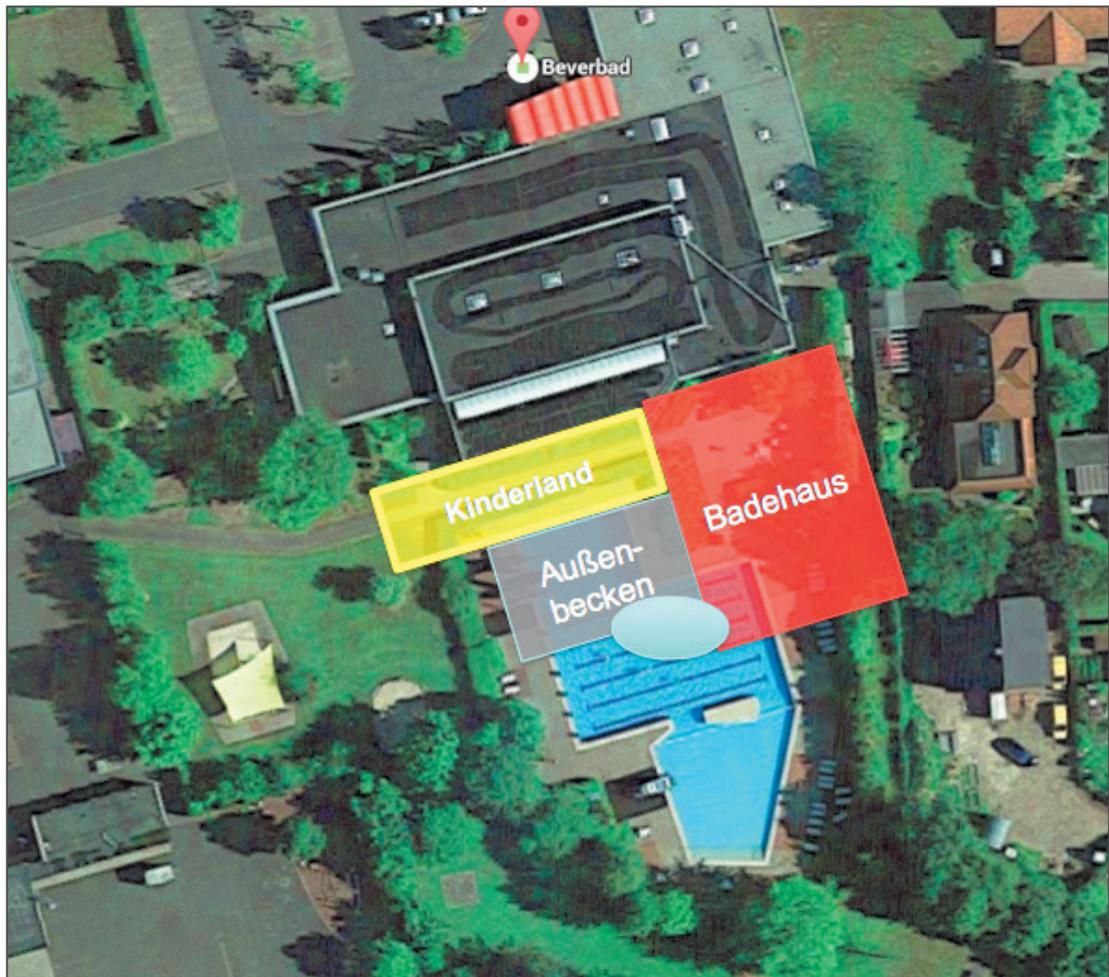
- 3 Bahnen 25m – Schwimmerbecken, mit Massagedüsen
- Attraktiver Kinderbereich mit Aufenthaltsqualität
- Ganzjahres-Außenschwimmbecken

#### **Angebot Freibad**

Das Freibad wird aufgegeben und geschlossen.

#### **Angebot Textilsauna**

- 2 Saunakabinen + Dampfbad
- Ruhe und Liegebereich + Sanitär- und Duschbereich



## Bewertung

Wie Variante 4 nur ohne Aktivbecken.

## Prüfung alternativer Standorte

### Standort Bahnhof



Der Standort, möglicherweise in Verbindung mit dem dort in der Nähe befindlichen Hotel, könnte aus touristischer Sicht interessant sein.

Die Schulen, Vereine und auch die Gesundheitsschwimmer, die zur Zeit die Hauptnutzer am derzeitigen Badstandort sind, müssten allerdings weitere Wege auf sich nehmen. Besonders das Schulschwimmen würde an diesem Standort beeinträchtigt. Die Wegezeit wird dazu führen, dass höhere Beförderungskosten entstehen und es große logistische und zeitliche Probleme geben wird.

## Standort Kleingartenanlage



Der Standort hat durch seine Lage, direkt an der Bundesstraße den Vorteil das neue Badeangebot exponierter darstellen zu können. Da aber das gesamte Badangebot neu gebaut werden muss, ist natürlich eine höhere Investitionssumme (Invest Variante 4/5 zzgl. Hallenbad und Infrastruktur) notwendig. Auch die Logistik für die Schulen muss angepasst werden.

**Eine Verlegung des bisherigen Standortes kann von uns nicht empfohlen werden.**

---

## WIRTSCHAFTLICHKEITSBETRACHTUNGEN

### IST-Situation

Grundlage sind die Daten aus dem Jahresabschluss 2014.

### Besucherzahlen

- Hallenbad 35.000
- Freibad 15.000
- Schulen 14.000
- Vereine 8.000

### Erlöse und Kosten

	<b>IST 2014</b>
Erlöse	161.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €
Energiekosten	-113.000,00 €
Personalkosten	-229.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-333.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-73.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-406.000,00 €</b>

## Variante 1

Grundsanierung des Hallen- und Freibades am jetzigen Standort

### Besucherzahlen (2014)

- Hallenbad 35.000
- Freibad 15.000
- Schulen 14.000
- Vereine 8.000

### Erlöse und Kosten

	<b>Variante 1</b>
<b>Investition</b>	<b>2.000.000,00 €</b>
Erlöse	161.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €
Energiekosten	-114.000,00 €
Personalkosten	-232.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-337.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-209.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-546.000,00 €</b>

### Erläuterung

- keine Steigerung der Erlöse
- leichte Steigerung der Energiekosten durch steigende Bezugspreise
- leichte Steigerung der Personalkosten durch Tarifierpassungen
- Steigerung der Kapitalkosten durch Investitionen

## Variante 2

Sanierung des Hallenbades und Schließung des Freibades am jetzigen Standort (kleine Lösung)

### Besucherzahlen (2014)

- Hallenbad 35.000
- Schulen 14.000
- Vereine 8.000

### Erlöse und Kosten

	<b>Variante 2</b>
<b>Investition</b>	<b>500.000,00 €</b>
Erlöse	128.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €
Energiekosten	-105.000,00 €
Personalkosten	-187.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-316.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-92.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-408.000,00 €</b>

### Erläuterung

- Wegfall der Erlöse Freibad
- Leichte Senkung der betrieblichen Aufwendungen
- Wegfall Energiekosten Freibad
- Wegfall Personalkosten Freibad
- Steigerung der Kapitalkosten durch Investitionen

### Variante 3

Ergänzung des Hallenbades um ein Außenschwimmbecken, Whirlpool, Hot- und Coldpool und einem Saunabereich (FKK), Rückbau Freibad

### Besucherzahlen

- Basis 2014 zuzüglich Prognose
- Hallenbad 42.000
- Sauna 10.000
- Schulen 14.000
- Vereine 8.000

### Erlöse und Kosten

1. Betriebsjahr	Variante 3
<b>Investition</b>	<b>4.800.000,00 €</b>
Erlöse	285.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-213.000,00 €
Energiekosten	-163.000,00 €
Personalkosten	-315.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-406.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-385.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-791.000,00 €</b>

### Erläuterung

- Steigerung der Besucherzahlen
- Steigerung der Erlöse durch mehr Besucher und zusätzliches Angebot, angepasste Tarife
- Steigerung der betrieblichen Aufwendungen durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Energiekosten durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Personalkosten durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Kapitalkosten durch Investitionen

## Variante 4

Ergänzung des Hallenbades um ein Außenschwimmbaden, einem Kinderbereich, einem Aktivbecken und einem Textilsaunabereich, Rückbau Freibad

## Besucherzahlen

- Basis 2014 zuzüglich Prognose
- Hallenbad 42.000
- Textilsauna 10.000
- Kurse 4.500
- Schulen 14.000
- Vereine 8.000

## Erlöse und Kosten

1. Betriebsjahr	Variante 4
<b>Investition</b>	<b>4.800.000,00 €</b>
Erlöse	345.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-240.000,00 €
Energiekosten	-219.000,00 €
Personalkosten	-315.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-429.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-385.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-814.000,00 €</b>

## Erläuterung

- Steigerung der Besucherzahlen
- Steigerung der Erlöse durch mehr Besucher und zusätzliches Angebot, angepasste Tarife
- Steigerung der betrieblichen Aufwendungen durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Energiekosten durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Personalkosten durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Kapitalkosten durch Investitionen

## Variante 5

Ergänzung des Hallenbades um ein Außenschwimmbecken, einem Kinderbereich, einem Textilsaunabereich, Rückbau Freibad

### Besucherzahlen

- Basis 2014 zuzüglich Prognose
- Hallenbad 42.000
- Textilsauna 10.000
- Schulen 14.000
- Vereine 8.000

### Erlöse und Kosten

1. Betriebsjahr	Variante 5
<b>Investition</b>	<b>3.800.000,00 €</b>
Erlöse	308.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-213.000,00 €
Energiekosten	-163.000,00 €
Personalkosten	-315.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-383.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-317.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-700.000,00 €</b>

### Erläuterung

- Steigerung der Besucherzahlen
- Steigerung der Erlöse durch mehr Besucher und zusätzliches Angebot, angepasste Tarife
- Steigerung der betrieblichen Aufwendungen durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Energiekosten durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Personalkosten durch zusätzliche Angebote
- Steigerung der Kapitalkosten durch Investitionen

**Vergleich Erlöse und Kosten**

	<b>IST 2014</b>	<b>Variante 1</b>
<b>Investition</b>		<b>2.000.000,00 €</b>
Erlöse	161.000,00 €	161.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €	-152.000,00 €
Energiekosten	-113.000,00 €	-114.000,00 €
Personalkosten	-229.000,00 €	-232.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-333.000,00 €</b>	<b>-337.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 1 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-4.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-73.000,00 €	-209.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-406.000,00 €</b>	<b>-546.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 2 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-140.000,00 €</b>

	<b>IST 2014</b>	<b>Variante 2</b>
<b>Investition</b>		<b>500.000,00 €</b>
Erlöse	161.000,00 €	128.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €	-152.000,00 €
Energiekosten	-113.000,00 €	-105.000,00 €
Personalkosten	-229.000,00 €	-187.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-333.000,00 €</b>	<b>-316.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 1 IST</b>	<b>- €</b>	<b>17.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-73.000,00 €	-92.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-406.000,00 €</b>	<b>-408.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 2 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-2.000,00 €</b>

	<b>IST 2014</b>	<b>Variante 3</b>
<b>Investition</b>		<b>4.800.000,00 €</b>
Erlöse	161.000,00 €	285.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €	-213.000,00 €
Energiekosten	-113.000,00 €	-163.000,00 €
Personalkosten	-229.000,00 €	-315.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-333.000,00 €</b>	<b>-406.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 1 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-73.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-73.000,00 €	-385.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-406.000,00 €</b>	<b>-791.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 2 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-385.000,00 €</b>

	<b>IST 2014</b>	<b>Variante 4</b>
<b>Investition</b>		<b>4.800.000,00 €</b>
Erlöse	161.000,00 €	345.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €	-240.000,00 €
Energiekosten	-113.000,00 €	-219.000,00 €
Personalkosten	-229.000,00 €	-315.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-333.000,00 €</b>	<b>-429.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 1 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-96.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-73.000,00 €	-385.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-406.000,00 €</b>	<b>-814.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 2 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-408.000,00 €</b>

	<b>IST 2014</b>	<b>Variante 5</b>
<b>Investition</b>		<b>3.800.000,00 €</b>
Erlöse	161.000,00 €	308.000,00 €
betriebliche Aufwendungen	-152.000,00 €	-213.000,00 €
Energiekosten	-113.000,00 €	-163.000,00 €
Personalkosten	-229.000,00 €	-315.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 1</b>	<b>-333.000,00 €</b>	<b>-383.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 1 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-50.000,00 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-73.000,00 €	-317.000,00 €
<b>Betriebsergebnis 2</b>	<b>-406.000,00 €</b>	<b>-700.000,00 €</b>
<b>Veränderung zu Erg 2 IST</b>	<b>- €</b>	<b>-294.000,00 €</b>

**Vorausschau Betriebsergebnis im 10. Betriebsjahr**

<b>10 Jahres- vorausschau</b>	<b>V1</b>	<b>V2</b>	<b>V3</b>	<b>V4</b>	<b>V5</b>
Besucher	<b>67.600</b>	<b>53.898</b>	<b>79.489</b>	<b>82.104</b>	<b>79.489</b>
Erlös je Gast	<b>2,77 €</b>	<b>2,77 €</b>	<b>4,95 €</b>	<b>5,60 €</b>	<b>5,25 €</b>
Erlöse	187.000 €	149.000 €	393.000 €	460.000 €	417.000 €
betriebliche Aufwendungen	-181.654 €	-181.654 €	-254.555 €	-286.822 €	-254.555 €
Energiekosten	-136.241 €	-125.485 €	-194.800 €	-261.725 €	-194.800 €
Personal- kosten	-277.261 €	-223.482 €	-376.454 €	-376.454 €	-376.454 €
<b>Betriebs- ergebnis 1</b>	<b>-408.156 €</b>	<b>-381.621 €</b>	<b>-432.809 €</b>	<b>-465.002 €</b>	<b>-408.809 €</b>
Kapitalkosten (Afa+Zins)	-131.722 €	-57.983 €	-242.646 €	-242.646 €	-199.789 €
<b>Betriebs- ergebnis 2</b>	<b>-539.878 €</b>	<b>-439.604 €</b>	<b>-675.455 €</b>	<b>-707.648 €</b>	<b>-608.598 €</b>

**Bewertung**

Bei Betrachtung der Entwicklung der jeweiligen Betriebsergebnisse zeigt sich in der 10 Jahresvorausschau, dass die Variante 5 unter Betrachtung des Betriebsergebnisses 1 und der Attraktivitätssteigerung die sinnvollste Variante ist.

## **Fazit**

Bei der Betrachtung aller Daten und Fakten, der Entwicklung auf dem Bädermarkt und den Ergebnissen des Workshops mit Politik und Verwaltung empfehlen wir in der zukünftigen Diskussion die Varianten 4 und 5 intensiver zu betrachten.

Hierzu ist es notwendig, die Investitionskosten aus dem o.a. Konzept zu konkretisieren und eine detaillierte Kostenschätzung nach DIN 276 durch ein qualifiziertes Ingenieur-Büro erstellen zu lassen.

Die Möglichkeiten eines steuerrechtlichen technisch/wirtschaftlichen Verbundes mit den Bädern und den Stadtwerken ETO GmbH u. CoKG sollte zeitgleich durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft bewertet werden.

Die zukünftige wirtschaftliche Betriebsführung des Bades, bzw. eines möglichen Bäderverbundes, sollte im Nachgang der Planung geprüft werden.

Die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung des Beverbades muss dann an das Ergebnis der Planungen und Bewertungen angepasst werden.

---

## Bestätigung des Verfassers

Diese Expertise wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt.

Die hierin enthaltenen Aussagen beruhen auf dem Fachwissen, der Erfahrung und dem Berufs-Know-how aus mehr als 35 Jahren Tätigkeit im Bäder- und Freizeitwesen. Wir bestätigen, dass alle Hochrechnungen und Kalkulationen auf dem aktuellen Marktgeschehen beruhen. Hierbei sind wir mit der erforderlichen kaufmännischen Sorgfalt und Vorsicht vorgegangen. Alle Beurteilungen im Rahmen dieses Gutachtens fassen das aktuelle Marktgeschehen zusammen und schließen die Entwicklungen, Trends und Tendenzen auf dem Bädermarkt mit ein.

Hamm, den 05.09.2016



---

Geschäftsführender Gesellschafter  
PROVA Unternehmensberatung GmbH

BS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Kumuliert	Bemerkungen	
V1	Bauschmerzen	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000
	Erbs je Gast	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €
	Bnr. Aufwendungen	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €
	Energiekosten	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €
	Personalkosten	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €
	Bruttosuggelns 1	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €	333.000 €
V2	Bauschmerzen	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000	74.000
	Erbs je Gast	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €	2,17 €
	Bnr. Aufwendungen	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €
	Energiekosten	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €	113.000 €
	Personalkosten	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €	152.000 €
	Bruttosuggelns 2	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €	405.000 €

Erläuterungen der Parameter

Parameter	Einheit	Wert	Bemerkungen
Variable 1	Reduzierung jährlich alle 5 Jahre	Reduzierung jährlich alle 5 Jahre	Keine Nachinvestition
Variable 2	Reduzierung jährlich alle 5 Jahre	Reduzierung jährlich alle 5 Jahre	Keine Nachinvestition
Variable 3	Steigerung jährlich alle 2 Jahre	Steigerung jährlich alle 2 Jahre	Keine Nachinvestition
Variable 4	Steigerung jährlich alle 2 Jahre	Steigerung jährlich alle 2 Jahre	Nachinvestition
Variable 5	Steigerung jährlich alle 2 Jahre	Steigerung jährlich alle 2 Jahre	Nachinvestition

<b>Thema</b>	Ostbevern – Ergebnisse Workshop 20.02.2016		
<b>Datum</b>	02.03.16	<b>Projekt</b>	Ostbevern „Beverbad“

## 1) Stärken/Schwächen-Analyse BEVERBAD

### a) Relevante Stärken in der Reihenfolge der Nennungen

1. Zentrale Lage
2. Schulschwimmen (kurze Wege)
3. Familienfreundlichkeit
4. Freibadangebot
5. Standortfaktor
6. Sportschwimmbad
7. Preis-/Leistungsverhältnis
8. Wirtschaftliche Energieversorgung
9. Kurs-/Sportprogramm
10. Kombibad (Frei- und Hallenbad)
11. Guter Service
12. Öffnungszeiten

### b) Relevante Schwächen in der Reihenfolge der Nennungen

1. Sportbecken zu klein (Wasserfläche)
2. Nachhaltigkeitskonzept (inhaltlich/wirtschaftlich)
3. Geringes Freizeit- und Erholungsangebot
4. Freibad/Hallenbad Kombibadmöglichkeit unbefriedigend
5. Zuschussbedarf Freibad/Hallenbad
6. Gastronomie
7. Instandhaltungsstau Freibad
8. Hygiene
9. Fehlende Schwimmkurse Kleinkinder
10. Freibad – Wetterabhängigkeit

**Erläuterungen:**

Die Spalte „**muss**“ zeigt auf, welche Elemente aus Sicht der Teilnehmer unbedingt zu einem neuen Badangebot in Ostbevern gehören.

Die Spalte „**kann**“ zeigt auf, welche Elemente, je nach Wirtschaftlichkeit, zum zukünftigen Badangebot in Ostbevern gehören könnten.

Die Spalte „**toll**“ zeigt auf, welche dieser Elemente eine Priorität hätten.

	<b>BEVERBAD 2020 Ostbevern</b>			
		<b>"muss"</b>	<b>„kann“</b>	<b>"toll"</b>
<b>1</b>	25m 3 Bahnen	<b>X</b>		
<b>2</b>	Zentrale Lage	<b>X</b>		
<b>3</b>	ganzjährig	<b>X</b>		
<b>4</b>	Eltern/Kindbereich	<b>X</b>		
<b>5</b>	25m 4 – 5 Bahnen		<b>X</b>	
<b>6</b>	Aktivbecken		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>7</b>	Textilsauna		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>8</b>	Salz/ Dampf/ Warmluft/ Tiefenwärme/ Sauerstoff		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>9</b>	Außenbecken		<b>X</b>	
<b>10</b>	Gastronomie		<b>X</b>	
<b>11</b>	Shop		<b>X</b>	
<b>12</b>	Rezeption		<b>X</b>	
<b>13</b>	Kneipp		<b>X</b>	