

Abteilung/FB
Fachbereich 12**Datum**
06.08.2010**Status**
öffentlich**Az:****Beratungsfolge:**Ausschuss für Sport, Kultur und Tourismus
Verwaltungsausschuss**Sitzungsdatum:**12.08.2010
24.08.2010zur Kenntnisnahme
zum Beschluss**Freizeitbadwerbung**

Abstimmungsergebnis

☐ Ja☐ Nein☐ Enthaltung**Bericht:**

Mit Schreiben vom 27.07.2010 regt die BfB-Ratsfraktion die Überarbeitung der Anzeigen für das Freizeitbad an und ergänzt diese per Mail vom 29.07.2010 mit folgenden Erläuterungen:

Wie Sie unseren Anfragen vom 8. und 17.6.10 entnehmen konnten, halten wir die AquaToll-Werbung für stark verbesserungsfähig.

Wir hatten darauf hingewiesen, dass in allen uns bekannten Anzeigen

- versäumt wird, auf die günstigen Preise hinzuweisen, insbesondere den Familientarif;
- versäumt wird, darauf hinzuweisen, dass die beiden Dampfsaunen kostenlos sind.

Darüber hinaus wird nur teilweise oder auch gar nicht auf die Hauptattraktionen des AquaToll hingewiesen, die da sind:

- Riesenrutsche
- Großes Schwimmbecken
- Zwei (nicht nur eine, wie in einer Anzeige steht) Dampfsaunen
- Sprunganlage
- Diverse Kinder-, Spiel- und Nichtschwimmerbecken
- Whirlpool und weitere Wellness-Bereiche

Stattdessen werden in teilweise ganzseitigen Anzeigen hauptsächlich die Eintrittszeiten dargelegt – zuletzt unter der Frage „Lust auf Schwimmen?“.

...

SachbearbeiterIn		FachbereichsleiterIn: Gez. Heide schröder-Ward	Bürgermeister:
Haushaltsstelle: bisherige SV:	☐ Mittel stehen zur Verfügung ☐ Mittel stehen in Höhe von € _____ zur Verfügung ☐ Mittel stehen nicht zur Verfügung ☐ Jugendbeteiligung erfolgt	UVP ☐ keine Bedenken ☐ Bedenken ☐ entfällt	

Schon diese Leitfrage ist unserer Meinung nach unglücklich gewählt. Eine gute Anzeige sollte Lust wecken, nicht voraussetzen - und im AquaToll kann man seit dem Umbau zum Spaß- und Erlebnisbad mehr als nur schwimmen. Die AquaToll-Anzeigen sollten Interesse an unseren Hauptattraktionen (siehe oben) und an der Nutzung unseres guten Preis/Leistungs-Verhältnisses wecken.

Die Öffnungszeiten müssen nicht so viel Raum einnehmen. Die Haupt-Eintrittszeiten (Dienstag bis Sonnabend 14:00 – 22:00 / Sonntag 14:00 – 20:00 Uhr) lassen sich je nach Anzeigenbreite in ein bis zwei Zeilen darstellen.

Die wichtigsten Eintrittspreise, die bisher gar nicht aufgeführt waren, lassen sich ebenfalls knapp darstellen:

- 3 Stunden: Erwachsene 5 € / Kinder + Jugendliche 2,60 € / Familie (4 Pers.) 11,50 €
- 1,5 Stunden: Erwachsene 2,70 € / Kinder + Jugendliche 1,60 €

Auf die Darstellung des Kurzzeittarifs, der hauptsächlich für Besucher aus dem Nahbereich interessant ist, kann in Urlaubsmagazinen und Anzeigen für außerhalb auch verzichtet werden.

Darüber hinaus würde der knappe Hinweis genügen: „Weitere Öffnungszeiten / Eintrittspreise unter www.schortens.de oder Tel. 04461-81555“.

Durch Konzentration auf das Wesentliche (Aldi-Prinzip) kann Platz geschaffen werden für die Platzierung der Hauptattraktionen: Riesenrutsche, 25-Meter-Schwimmbecken, Sprunganlage, 2 kostenlose Dampfsaunen, Wellness-, Kinder- und Spielbecken.

Stellungnahme der Verwaltung:

Auch in den vorherigen Beratungen wurde bereits darauf hingewiesen, dass es sich bei der Anzeigengestaltung um ein Geschäft der laufenden Verwaltung handelt. Selbstverständlich werden Anregungen gerne entgegengenommen, jedoch ist es nicht Aufgabe des Fachausschusses, den genauen Inhalt von Werbeanzeigen festzulegen.

Der FB Marketing wurde mit der zentralen Öffentlichkeitsarbeit beauftragt, d. h. aber auch, dass den MitarbeiterInnen (wie früher den Einrichtungsleitern) die sogenannte gestalterische Freiheit gegeben wird.

Abschließend wird noch einmal darauf hingewiesen, dass alle Werbeanzeigen auf Basis des verabschiedeten Corporate Design überarbeitet werden. Unabhängig davon wird der Inhalt der Anzeigen auch weiterhin differieren und auf die Anzeigengröße, den Erscheinungsort und die Zielgruppe ausgerichtet. Die Bewertung einzelner Anzeigen wird auch künftig stets einer subjektiven Sichtweise unterworfen sein.