



Inhalt

Inhalt

1. Neue Ideen braucht Ihr Bad	2.3 Animation oder Konzept – was brauche ich zuerst?34
1.1 Historische Entwicklung des Freibad Kirchdorf an der Iller .9	2.4 Konzept34
1.2 Warum es sich für Sie lohnt, neue Ideen zu entwickeln..... 11	2.5 Ohne Behörden geht nichts! 36
1.3 Wie Sie auf gute Ideen kommen 13	2.5.1 Gesetzliche Bestimmungen..36
1.3.1 Brainstorming 13	2.5.2 Versicherungsbestimmungen.....37
1.3.2 Methode 6-3-5..... 14	2.5.3 Planung des Mitarbeiterbedarfs38
1.3.3 Reizwortanalyse 15	2.5.4 Welche Grundregeln sollte ich bei der Durchführung beachten?39
1.3.4 Mind Mapping..... 17	2.6 Finanzierungen39
1.3.5 Verrücken 18	2.7 Der Finanzierungsplan 41
1.3.6 Arbeitsstil optimieren 19	2.8 Öffentlichkeitsarbeit..... 44
2. Veranstaltungsplanung.....29	2.8.1 Was Sie beim Umgang mit Journalisten beachten sollten 44
2.1 Was ist Marketing?30	2.8.2 Aufbau einer kontinuierlichen Pressearbeit: 45
2.2 Grundsätze des Marketing ...30	2.8.3 So können Bäder ihre Pressemeldung aufbauen..... 45
2.2.1 Die verschiedenen Ebenen ..30	
2.2.2 Die Marktforschung32	
2.2.3 Die marketingpolitischen Instrumente (der Marketingmix).....32	

2.8.4	7 Tipps für einen guten Schreibstil.....	47	3.1.4	Unsere kleinen Gäste kommen nicht zu kurz	61
2.8.5	Beschwerdemanagement.....	47	3.1.5	Busunternehmer und Freibad bringen Schüler zum Schwimmen	62
2.8.6	Kooperationspartner im Internet	48	3.1.6	Kooperation mit Geldinstituten	64
2.8.7	Der Mitbewerber ist nur einen Mausklick entfernt	51	3.1.7	Erweiterung der Eventplanung auf regionale soziale Projekte	64
2.8.8	Checkliste für Ihre Pressearbeit.....	53	3.1.8	Sozialprojekt Kinderhospiz Bad Grönenbach im Allgäu ..	66
2.9	Erstellen von Plakaten, Flyern und Info-(Handzetteln.....	53	3.1.9	Kooperation mit der Wasserwacht.....	69
2.9.1	Wie gestalte ich ein Plakat? ..	53	3.1.10	Frischer Kaffee beim Schwimmmeister	73
2.9.2	Wie gestalte ich einen Flyer (Handzettel).....	54	3.1.11	Wirtschaft (Gewerbsteuerzahler) contra Bäder muss nicht sein.....	78
2.10	Checkliste Projektplanung.....	57	3.1.12	Checkliste Absprachen mit Ortsbehörden und/oder Träger	80
3.	Aus der Praxis für die Praxis.....	59	3.1.13	Newsletter - Aufbau und Nutzen	81
3.1	Veranstaltungsbeispiele für die Praxis	59	3.2	Erfolgskontrolle:.....	83
3.1.1	Aufbau eines Aquafitnesskurses in geschlossener Form ..	59	3.2.1	Zielsetzung eines Fragebogens:.....	83
3.1.2	Schnuppertauchen für Jugendliche von 8-15 Jahren	60			
3.1.3	Beteiligung am gemeindlichen Kinderferienprogramm.....	60			



Inhalt

3.2.2	Programmablauf einer Befragung.....	83	5.2	Rentabilität im Speziellen anhand des Freibad Kirchdorf	95
3.2.3	Ergebnisanalyse nach dem Einsammeln der Fragebögen	85	5.2.1	Entwicklung der Besucherzahlen.....	95
3.2.4	Öffentlichkeitsarbeit und Eventplanung	86	5.2.2	Entwicklung der Einnahmen.	96
3.2.5	Preispolitik	87	5.2.3	Im Vergleich zu den Gesamtkosten	97
3.2.6	Einrichtungen und Personal	88	5.3	Fazit.....	103
3.2.7	Haben wir einen Punkt vergessen den Sie uns sagen wollten?.....	89			
4.	Dokumentation der Aktivitäten	91			
4.1	Was muss dokumentiert werden?.....	91			
4.2	Welche Aufgabe hat die Dokumentation?	91			
4.3	Erstellen von Diagrammen ...	92			
5.	Fazit	93			
5.1	Rentabilität im Allgemeinen..	93			
5.1.1	Für welchen Schwimmbad Typ geeignet?.....	93			
5.1.2	Für jeden erschwinglich - bei gleichzeitig geringem öffentlichen.....	94			