HELOPONTE 2.0 BAD WILDUNGEN

MARKTANALYSE UND AUSBLICK

NOVEMBER 2017

CONSTRATA

PRO|FUND CONSULT

1

AUSGANGSSITUATION
FREIZEITANLAGE HELOPONTE (*1977)

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Angebotsprogram (Status quo):
  - Hallenschwimmbad mit 25 m-Sportbecken (5 Bahnen) 28°, Nichtschwimmerbecken 32°, Massagebecken 33°, Kinderbereich 34°
  - Saunabereich, innen mit drei Schwitzangeboten sowie Saunahof, außen mit zwei Schwitzkabinen
  - Großrutsche 80 m
  - Freibad mit 50 m Becken 25°, Sprunganlage, großes Nichtschwimmerbecken 25°, Kinderplanschbecken
  - Eisbahn (außer Betrieb)

- Standort: landschaftlich attraktive Lage unweit des Stadtzentrums
- Baulich besteht zeitnah Handlungsbedarf, eine Sanierung wird ausgeschlossen.

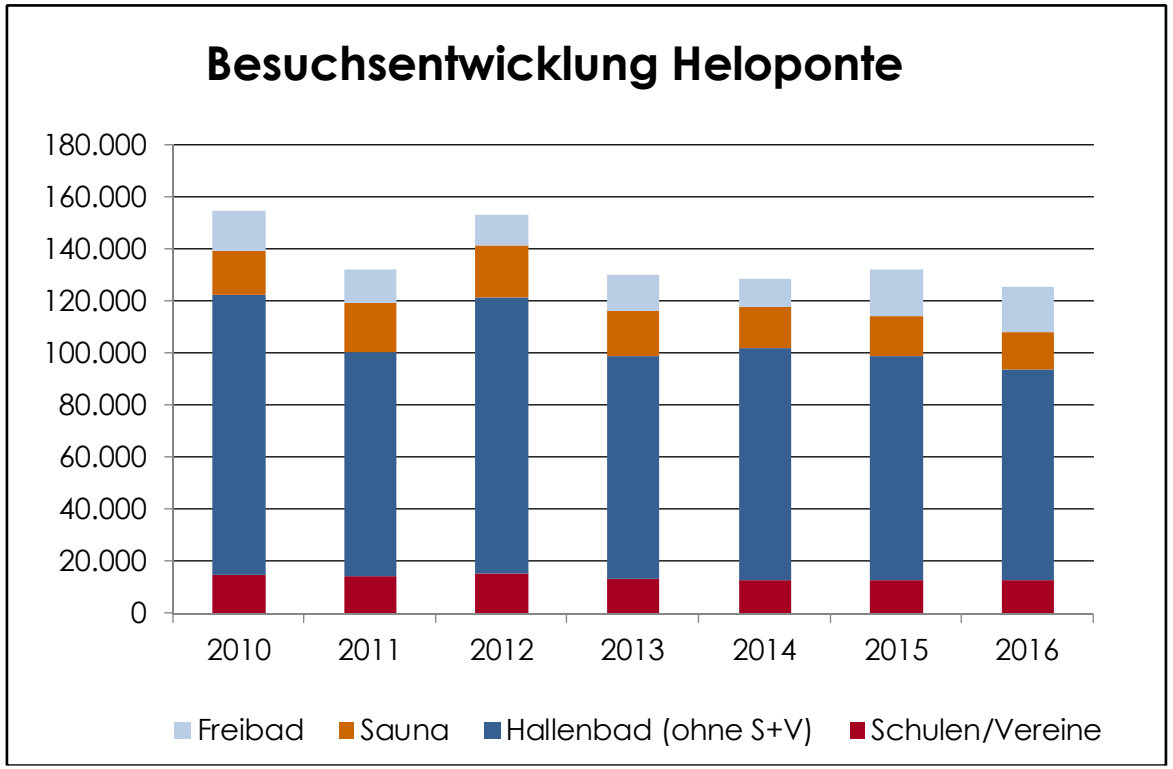
➢ **Das Gebäude des Heloponte ist baulich stark sanierungsbedürftig, die Attraktionskraft der Anlage ist nicht mehr zeitgemäß, die Besuchsentwicklung ist rückläufig, während das jährliche Betriebsdefizit steigt. Der Standort ist bekannt und naturräumlich attraktiv.**

2

AUSGANGSSITUATION
BESUCHSENTWICKLUNG 2010-2016

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Sinkendes Gästevolumen von 167.000 (in 2010) auf gegenwärtig 126.000 Besuche p.a.(2016).
- Die Nachfrage im Hallenbad liegt bei rd. 100.000 Jahresbesuchen p.a. (inkl. Schulen und Vereinen).
- Freibad: Zwischen 13.000 und 18.000 Eintritte p.a., schwankend nach Witterung
- Sauna: Zwischen 21.000 und 14.500 Eintritte p.a., deutliche Abnahme seit 2012
- Schulen und Vereine: zwischen 16.000 und 13.000 Eintritte p.a., leichte Abnahme



➢ **Perspektivisch ist eine Fortentwicklung des Besucherrückgangs zu erwarten, da das Heloponte in Ausstattung und Angebotsqualität nicht mehr dem heutigen Bedarf entspricht. Insbesondere mobile Gäste orientieren sich dauerhaft um.**

3

AUSGANGSSITUATION
ZUKUNFTSLÖSUNGEN?

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Die Entscheidungsträger der Stadt Bad Wildungen diskutieren einen Badneubau bereits seit mehreren Jahren. Es wurden bereits **mehrere Beratungs- und Moderationsprozesse** durchlaufen, ohne dass jedoch eine mehrheitsfähige Zukunftslösung verabschiedet wurde.
- **Die Vision einer großen ggf. privat betriebenen Therme zeigte sich als nicht realisierbar.**
- Die öffentlichen und politischen Interessenslagen sind vielschichtig. Die Bestandsanlage Heloponte trug in der Vergangenheit mit einem Angebots-programm maßgeblich zur **Lebensqualität in Bad Wildungen** bei. Diese wird auch als Meßlatte für das zukünftige Angebot herangezogen.
- Reduktionen bei der Neubauplanung (kein Freibad, keine Rutsche, keine Eisbahn) lassen entsprechende Debatten aufkommen.

➢ **Der Stadt Bad Wildungen mangelt es, trotz vieler Initiativen und Debatten, bis heute an einer marktgängigen Zukunftsstrategie für den Ersatz des etablierten Heloponte.**

4

AUSGANGSSITUATION
WESENTLICHE FRAGESTELLUNG

CONSTRATA

PRO|FUND CONSULT

HELOPONTE 2.0 - Lokales Versorgungsbad oder regional bedeutsame Freizeitanlage?

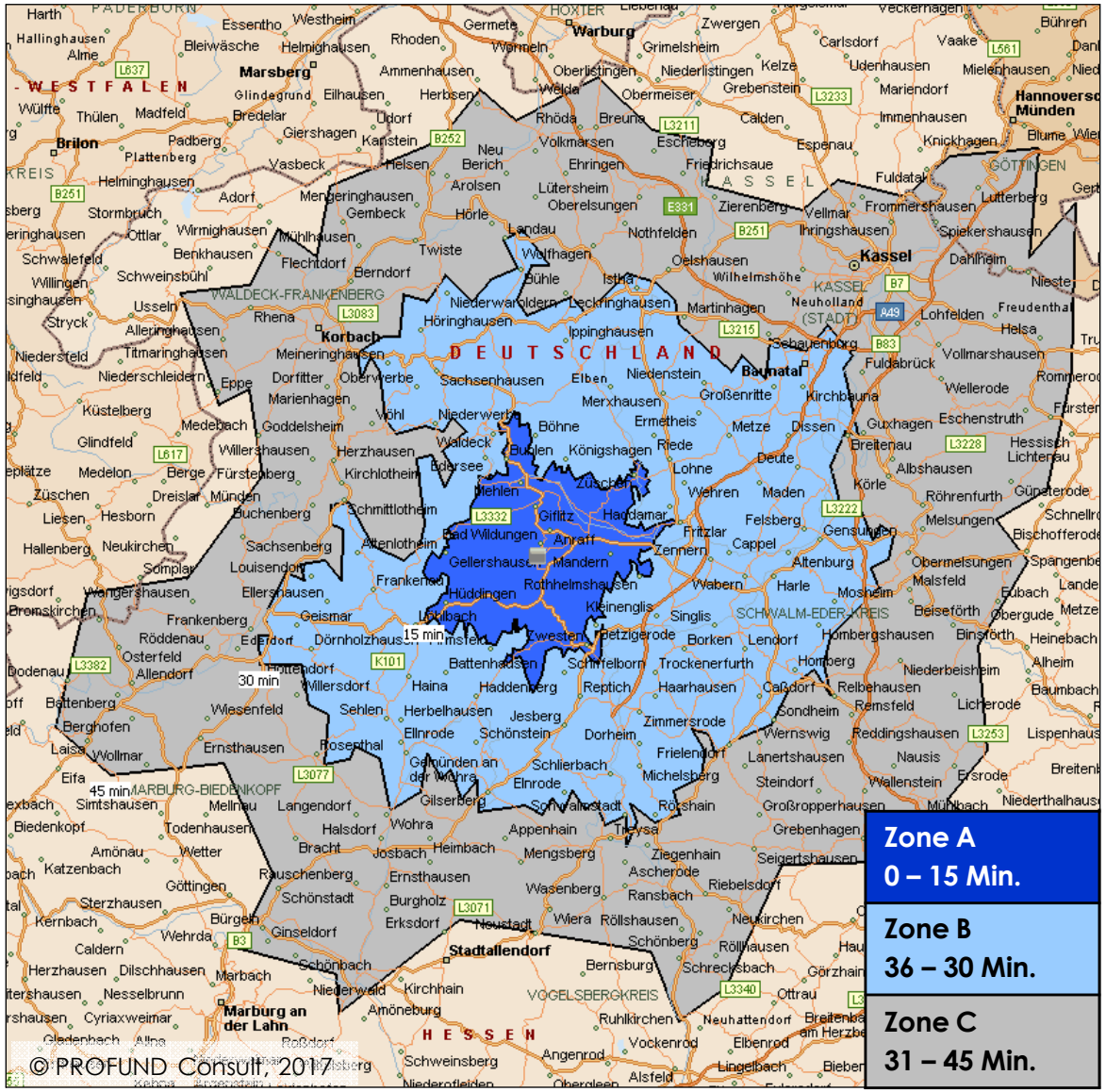
CONSTRATA

PRO|FUND CONSULT

Für wen wird geplant?

6

EINZUGSGEBIETSANALYSE
EINZUGSGEBIET



© PROFUND Consult, 2017

- Die Abgrenzung des potenziellen Marktgebietes erfolgt anhand von Entfernungszonen nach Pkw-Fahrzeit.
  - **Funktionale Sportbäder: 15 Min.**
  - **Freizeitorientierte Sportbäder: 30 Min.**
  - **Freizeit- & Thermalbäder: 45 Min.**
- Bedingt durch die ländliche Lage und die weniger ausgebaute Verkehrs-infrastruktur wird ein **eher gering dimensioniertes Einzugsgebiet** ermittelt.
- Die Zone A umfasst weitestgehend das Gemeindegebiet von Bad Wildungen, die Zone C reicht im Nordosten bis nach Kassel.

EINZUGSGEBIETSANALYSE
BEVÖLKERUNGSPOTENZIAL UND KAUFKRAFT

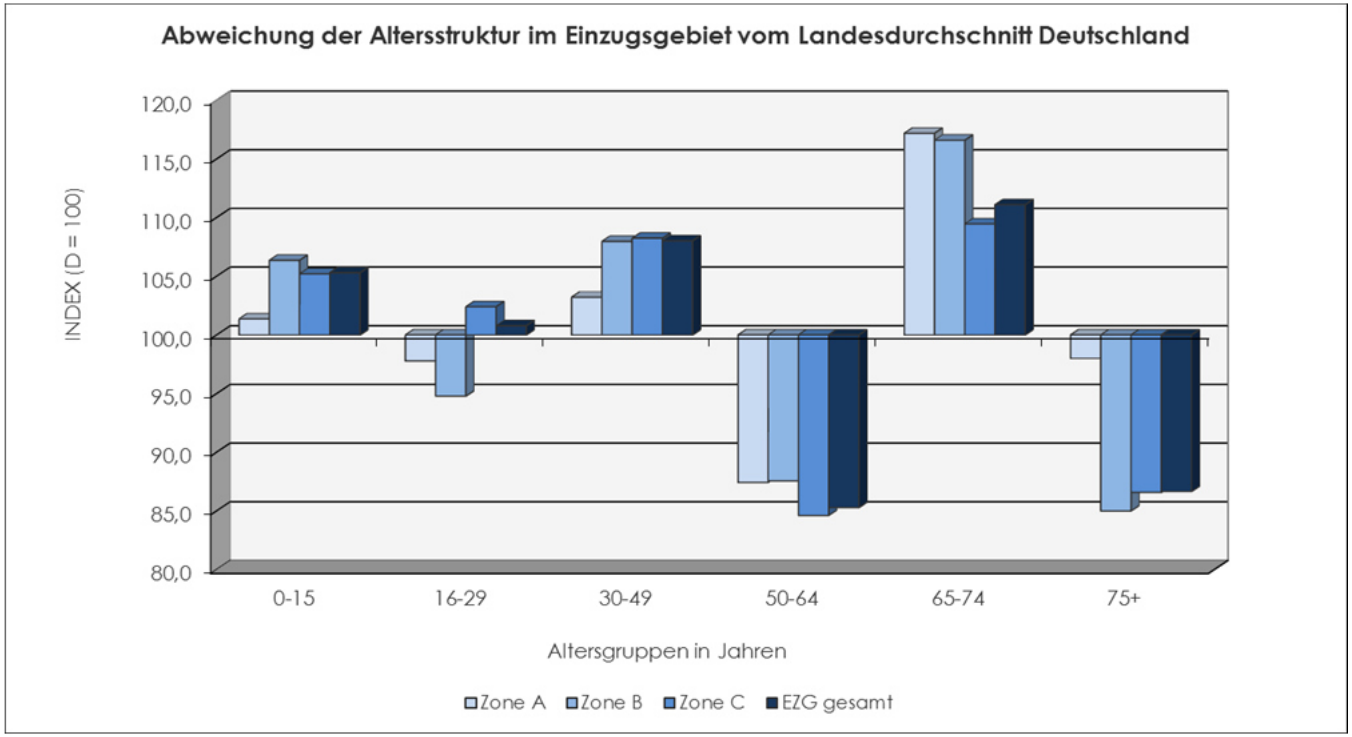
CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

Zone	Einwohner	Anteil Einwohner	Fläche (km²)	Bevölkerungs-dichte (EW/km²)	Kauf-kraft
Zone A (0 – 15 Min.)	25.100	3,3%	236	106	90,2
Zone B (16 – 30 Min.)	144.700	19,3%	1.095	132	96,4
Zone A – B (0 – 30 Min.)	**169.800**	**22,6%**	**1.330**	**128**	**95,5**
Zone C (31 – 45 Min.)	580.700	77,4%	2.585	225	95,4
Einzugsgebiet (bis 45 Min.)	**750.600**	**100%**	**3.915**	**192**	**95,4**

- Im Einzugsgebiet bis 45 Minuten um Bad Wildungen leben rd. 750.600 Einwohner.
- Im Nahbereich bis 30 Minuten leben in Summe nur 170.000 Menschen.
- Im Vergleich zum deutschen Durchschnitt (230 EW/km²) herrscht in allen Zonen eine unterdurchschnittliche Bevölkerungsdichte.
- Die Kaufkraftstruktur im Einzugsgebiet liegt mit 95,4 ebenfalls unter dem deutschen Durchschnitt (von 100). In der Zone A weicht sie mit 90,2 sogar signifikant ab. Dies sollte bei der späteren Preispolitik beachtet werden.

➢ **Tendenziell geringeres Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet, insbesondere in den Zonen A und B. Die Kaufkraft liegt unter dem deutschen Durchschnitt.**

EINZUGSGEBIETSANALYSE
ALTERSSTRUKTUR



- Im gesamten Einzugsgebiet herrscht eine Überrepräsentanz von Kindern, jungen Erwachsenen sowie Jung-Senioren vor. Senioren und mittlere Altersgruppen sind im Einwohnermarkt eher unter-repräsentiert.

➢ **Ein besonderer Fokus als Hauptzielgruppe für das zukünftige Angebot sollte auf die Bedürfnisse von Kindern, jungen Erwachsenen (Familien) sowie Jung-Senioren gelegt werden. Die unterschiedlichen Zielgruppen-Bedürfnisse stellen besondere Herausforderungen an das Angebotskonzept des neuen Bades.**

EINZUGSGEBIETSANALYSE
TOURISMUS

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

Zone	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer
Zone A (0 – 15 Min.)	160.900	1.506.700	9,4 Tage
Zone B (16 – 30 Min.)	181.500	541.200	3,0 Tage
Zone A – B (0 – 30 Min.)	**342.400**	**2.047.800**	**6,0 Tage**

- Der Tourismus besitzt in der Zone A eine sehr hohe Relevanz.
- Touristen sind i.d.R. bereit bis zu 30 Minuten Anfahrtszeit von ihrem Urlaubsort für einen Besuch in einem Freizeitbad oder einer Therme zurückzulegen.
- Durchschnittliche touristische Potenziale im Einzugsgebiet, jedoch hohe Potenziale in Zone A.
- In Bad Wildungen spielt der Reha Tourismus (Kur) eine sehr bedeutende Rolle. Rd. ¾ der gesamten Übernachtungen werden durch Reha Patienten generiert.
- Kurgäste, egal ob Reha-Patienten oder Privatgäste in Kliniken, sind sehr affin für den Besuch von Bädern.

➢ **Touristenpotenziale in Zone A mit besonderer Relevanz für das spätere Badangebot und hoher Affinität bzgl. Besuch eines Bades, da hauptsächlich Kurgäste. Die Touristen in der Zone B sind lediglich als Zusatzpotenzial anzusehen.**

EINZUGSGEBIETSANALYSE
ZWISCHENFAZIT

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Im 45 Minuten Radius um Bad Wildungen leben rd. 750.600 Einwohner. Der Nahbereich bis 30 Minuten weist **mit 170.000 Menschen ein geringeres Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet** aus.
- Im Einwohnermarkt existiert eine **Überrepräsentanz an Kindern, jungen Erwachsenen (Familien)** sowie **Jung-Senioren**. Senioren und mittlere Altersgruppen sind unterrepräsentiert.
- Die **Kaufkraft liegt unter dem deutschen Durchschnitt**, was evtl. Auswirkungen auf die spätere Preispolitik der Anlage hat.
- Der **(Kur)Tourismus** besitzt in Bad Wildungen eine sehr hohe Relevanz; konzentriert sich räumlich allerdings auf den Stadtteil **Reinhardshausen**.
- (Kur)Touristen sind, sofern sie mobil sind, affin für den Besuch von Bädern/Saunen.

➢ **Aus den Parametern der Einzugsgebiets-analyse ergeben sich folgende Hauptzielgruppen für die zukünftige Ausrichtung der Freizeitanlage Heloponte:**

- **Einwohnermarkt:**
  - **Kinder (regionales EZG)**
  - **Junge Erwachsene (regionales EZG)**
  - **Jung-Senioren (lokales & regionales EZG)**
- **Schüler und Vereine**
- **Touristen:**
  - **Reha-Patienten**
  - **Privatgäste in Kurkliniken**
  - **Urlauber in der Region**

WETTBEWERBSANALYSE

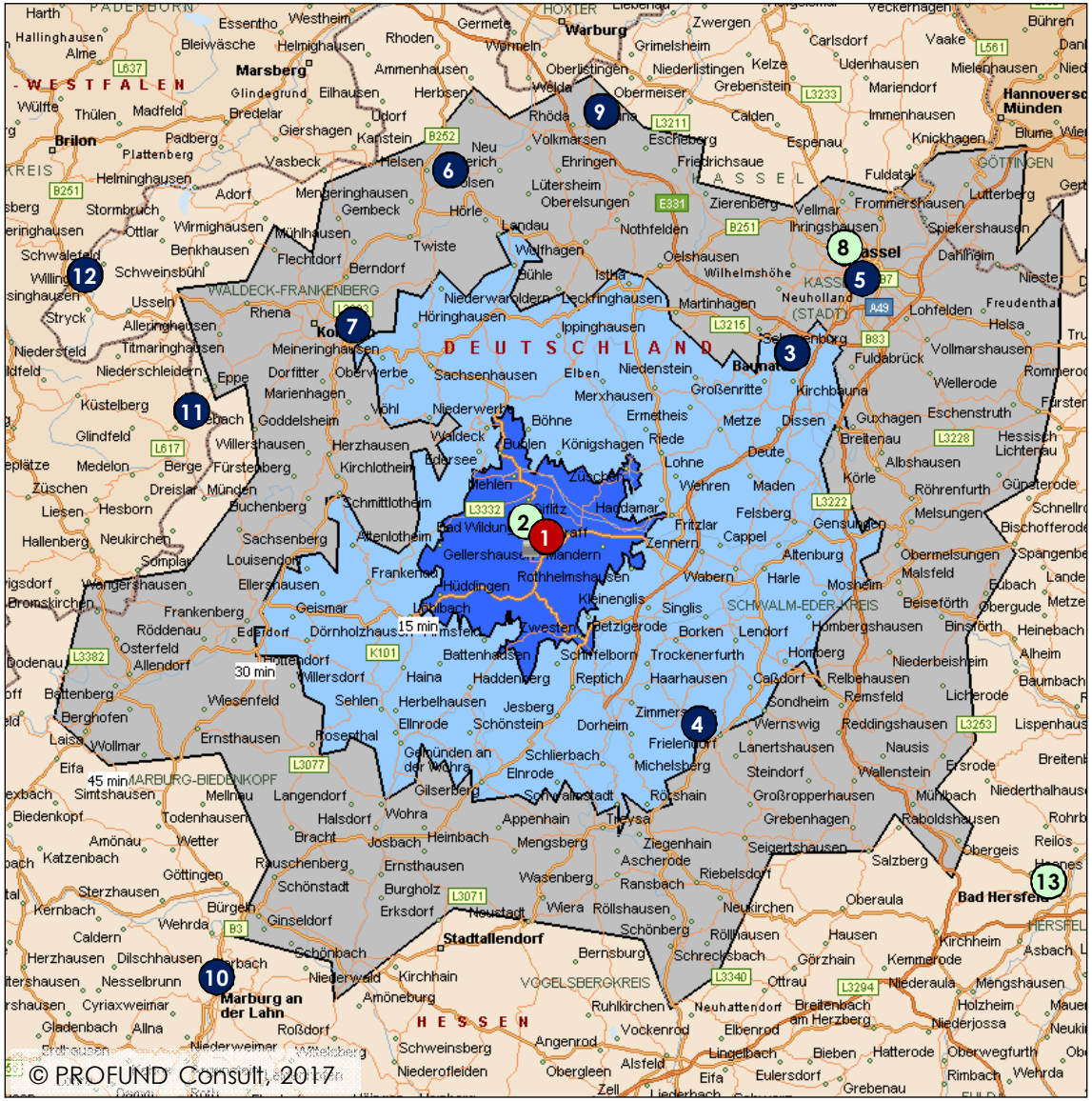
CONSTRATA

PRO|FUND CONSULT

Was bietet das Umfeld bereits?

WETTBEWERBSANALYSE
WETTBEWERBSKARTE

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT



Nr.	Name	Ort
1	Freizeitanlage Heloponte	Bad Wildungen
2	Quellen Therme Reinhardshausen	Bad Wildungen
3	Freizeitbad Aqua-Park Baunatal	Baunatal
4	Wellness-Paradies am Silbersee	Frielendorf
5	Freizeitbad AUEBAD	Kassel
6	Freizeitbad Arobella	Bad Arolsen
7	Sport- und Freizeitbad	Korbach
8	Kurhessen Therme	Kassel
9	Märchenland-Therme	Breuna
Außerhalb der 45 Minuten Zone:		
10	Freizeitbad AquaMar	Marburg
11	Freizeitbad Aqua Mundo Center Parcs	Medebach
12	Freizeitbad Lagunenerlebnisbad	Willingen
13	Kurbad Therme	Bad Hersfeld

Freizeitbad	Therme

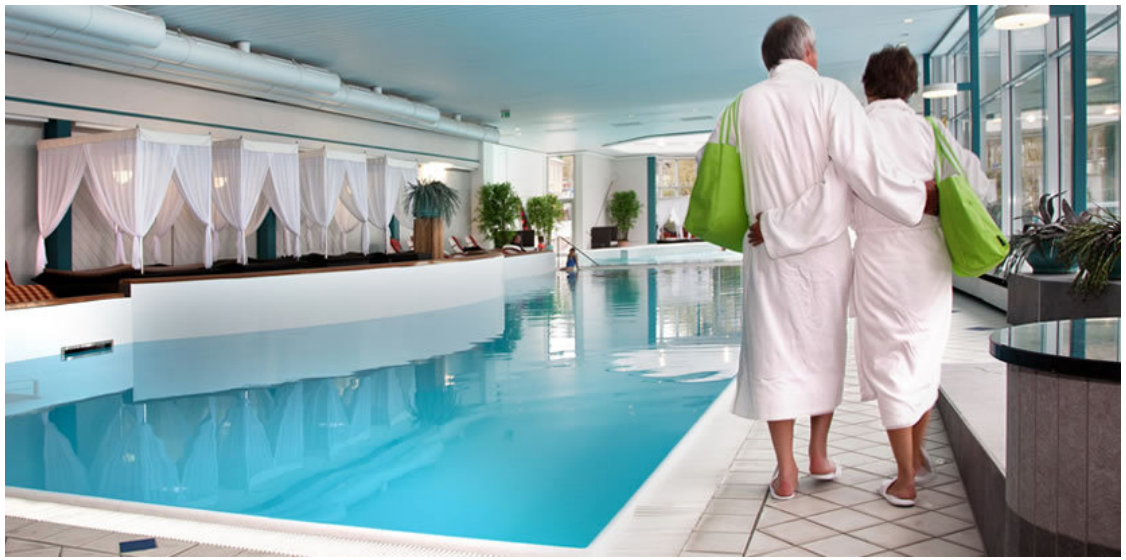
➢ **Das Wettbewerbsumfeld im 45 Min. Radius setzt sich aus sechs Freizeitbädern und zwei Thermen zusammen.**

13

WETTBEWERBSANALYSE
IMPRESSIONEN WETTBEWERB

CONSTRATA

PRO|FUND CONSULT



WETTBEWERBSANALYSE
ANGEBOTSMATRIX BADBEREICH

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Matrix zur Angebotskonfiguration der Wettbewerber. Die rote Färbung belegt, dass die Anlage das Segment nicht besetzt. Die Angaben zum Heloponte bilden den Bestand ab:

Nr.	Anlage	Ort	Sportbecken	Sprunganlage	LSB	Erlebnis-becken	Strömungs-kanal	Wellenbecken	Thermal-becken	Warmwasser-becken	Außenbereich	Freibad (separat)
1	Freizeitanlage Heloponte	Bad Wildungen		Außen								
2	Quellen Therme Reinhardshausen	Bad Wildungen										
3	Freizeitbad Aqua-Park Baunatal	Baunatal		im Sportbeck. 1 + 3m								
4	Wellness-Paradies am Silbersee	Frielendorf	Nur 15m									
5	Freizeitbad AUEBAD	Kassel		im Sportbeck. 1 + 3m			Außen					
6	Freizeitbad Arobella	Bad Arolsen										
7	Sport- und Freizeitbad	Korbach		Springerbeck. 1 + 3m					Solebad			
8	Freizeitbad Kurhessen Therme	Kassel							Solebad			
9	Märchenland-Therme	Breuna										
10	Freizeitbad AquaMar	Marburg		Springerbeck. 1 + 3m								
11	Freizeitbad Aqua Mundo Center Parcs	Medebach										
12	Freizeitbad Lagunenerlebnisbad	Willingen										
13	Kurbad Therme	Bad Hersfeld										

➢ **Einige Bäder bieten sowohl Sport- als auch Erlebnisbecken, im Einzelfall kommt Thermalwasser zum Einsatz, ein Wellenbecken findet sich einzig im Center Parcs. Sprunganlagen bieten vier Bäder an. Außenbereiche/Freibäder betreiben zwei Drittel der Wettbewerber.**

WETTBEWERBSANALYSE
ANGEBOTSMATRIX ERLEBNISBEREICHE

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Für die Erlebnisangebote zeigt sich folgendes Bild:

Nr.	Anlage	Ort	Kinderbereich	Thematisierter Kinderbereich	Wasser-spielplatz	Rutsche 1	Rutsche 2	Rutsche 3	Wild River	Poolbar	Besonder-heiten
1	Freizeitanlage Heloponte	Bad Wildungen				80m Riesen Rutsche					
2	Quellen Therme Reinhardshausen	Bad Wildungen									
3	Freizeitbad Aqua-Park Baunatal	Baunatal				85 m Black Hole	85m Normal				Kletterwand, Outdoorspiel.
4	Wellness-Paradies am Silbersee	Frielendorf				60m Rutsche					
5	Freizeitbad AUEBAD	Kassel			Nur außen	100m Rutsche					Outdoor Spielanlagen
6	Freizeitbad Arobella	Bad Arolsen				100 m Röhren-rutsche					
7	Sport- und Freizeitbad	Korbach				60 m Black Hole, LED					
8	Freizeitbad Kurhessen Therme	Kassel				Rutsche			Wildbach		Saline
9	Märchenland-Therme	Breuna				Kinderrutsche					
10	Freizeitbad AquaMar	Marburg				Großwasser-rutsche 63m					Kletterwand, Outdoorspiel.
11	Freizeitbad Aqua Mundo Center Parcs	Medebach						Kinderrutsche			
12	Freizeitbad Lagunenerlebnisbad	Willingen				Familien-rutsche	Black Hole	125m Riesen-rutsche			Wasserkino
13	Kurbad Therme	Bad Hersfeld									

➢ **Klassische Kinderbereiche bieten nahezu alle Mitbewerber, mit Ausnahme der Thermen, die gezielt keine Familien ansprechen. Attraktionen, die den Badbereich beleben (Kletterwand, Wildbach, Wasserspielplatz, Poolbar) sind wenig vertreten. Nahezu jeder Wettbewerber verfügt über eine Rutsche, mehrere Rutschen sind rar.**

WETTBEWERBSANALYSE
ANGEBOTSMATRIX SAUNABEREICH

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Die Saunabereiche im Marktumfeld lassen sich wie folgt abbilden:

Nr.	Anlage	Ort	Sauna 1	Sauna 2	Sauna 3	Sauna 4	Sauna 5	Sauna 6	Sauna 7	Sauna 8	Textilwellness
1	Freizeitanlage Heloponte	Bad Wildungen	Finnische Sauna	Kräutersauna	Blockhaus Sauna	Aroma Sauna	Dampfbad				
2	Quellen Therme Reinhardshausen	Bad Wildungen	Finnische Sauna	Softsauna	Dampfbad						
3	Freizeitbad Aqua-Park Baunatal	Baunatal	Aufguss Sauna	Trockensauna	Dampfbad						
4	Wellness-Paradies am Silbersee	Frielendorf	Finnische Sauna	Softsauna	Trocken-sauna	Dampfbad					
5	Freizeitbad AUEBAD	Kassel	Finnische Sauna	Finnische Sauna	Blockhaus Sauna	Sanarium	Dampfbad				
6	Freizeitbad Arobella	Bad Arolsen	Maasauna	Kaminsauna	Finnische Sauna	Meditations-sauna	Sanarium	Dampfbad	Infrarotkabine		
7	Sport- und Freizeitbad	Korbach	Aufgußsauna	Finnische Sauna	Sanarium	Dampfbad	Infrarotkabine				
8	Freizeitbad Kurhessen Therme	Kassel							Dampfbad	Damensauna	Sauna und Infrarot
9	Märchenland-Therme	Breuna	Aufguss Sauna	Ruusu Sauna	Valo-Bad 60°	Dampfbad	Sole Kabine "Sea Climate"				
10	Freizeitbad AquaMar	Marburg						Dampfbad			
11	Freizeitbad Aqua Mundo Center Parcs	Medebach				Dampfbad					
12	Freizeitbad Lagunenerlebnisbad	Willingen					Sanarium	Dampfbad			
13	Kurbad Therme	Bad Hersfeld				Dampfbad					

➢ **Die Wettbewerber verfügen alle über mind. drei bis hin zu acht Saunen (Kurhessen Therme Kassel). Thematisierte Saunen und Aufgusssaunen finden sich nur wenige. Textilwellness ist einzig in der Kurhessentherme möglich.**

WETTBEWERBSANALYSE
ANGEBOTSMATRIX SAUNABEREICH

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Weitere Differenzierungsmerkmale im Saunabereich:

Nr.	Anlage	Ort	Erlebnis-duschen	Kneipp-Becken	Whirlpool	Fitness	Wellness	Saunagarten	Besonder-heiten	Thematisierung	Physiotherapie
1	Freizeitanlage Heloponte	Bad Wildungen									
2	Quellen Therme Reinhardshausen	Bad Wildungen									
3	Freizeitbad Aqua-Park Baunatal	Baunatal						Terrasse			
4	Wellness-Paradies am Silbersee	Frielendorf							Lage direkt am See		
5	Freizeitbad AUEBAD	Kassel									
6	Freizeitbad Arobella	Bad Arolsen									
7	Sport- und Freizeitbad	Korbach									
8	Freizeitbad Kurhessen Therme	Kassel							Saunasee 1.000 m²		
9	Märchenland-Therme	Breuna									
10	Freizeitbad AquaMar	Marburg									
11	Freizeitbad Aqua Mundo Center Parcs	Medebach									
12	Freizeitbad Lagunenerlebnisbad	Willingen									
13	Kurbad Therme	Bad Hersfeld							Hamam, Rhasul		

➢ **Marktlücken im Bereich Erlebnisduschen, Thematisierung und besondere Angebote. Fitness als profilgebende Ergänzungsnutzung, die Wiederholungsgäste generiert. Wellnessanwendungen und Saunaaußenbereiche bereits nahezu Standard in der Region.**

WETTBEWERBSANALYSE
ZWISCHENFAZIT

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Das Wettbewerbsumfeld im 45 Min. Radius setzt sich in Summe aus **sechs Freizeitbädern und zwei Thermen** zusammen.
- Innerhalb der Stadt Bad Wildungen bestehen – je nach Angebotsausrichtung – Konkurrenzen zu der im Ortsteil Reinhardshausen gelegenen Quellen Therme.
- Im Nahbereich bis 30 Minuten konkurriert der Standort Heloponte mit den zwei Freizeitbädern (Aqua-Park Baunatal und Wellnessparadies am Silbersee).
- In der Zone 30 bis 45 Minuten agieren weitere vier Freizeitbäder (Auebad Kassel, Arobella Bad Arolsen, Sport- und Freizeitbad Korbach und die Märchenlandtherme in Breuna) sowie die Kurhessen Therme Kassel innerhalb des Marktgebietes.
- Nahezu jeder Wettbewerber verfügt über ein Erlebnisbecken und oftmals eine Rutsche. Profilierungspotenziale im Badbereich liegen demnach im Angebot von mehr als einer Rutsche sowie im Angebot von Thermalbecken oder Wellenbecken.
- Fast alle Mitbewerber bieten klassische Kinderbereiche. Durch interaktive Wasserspielplätze und die Thematisierung kann eine Alleinstellung erzielt werden. Weitere Differenzierungsmerkmale können Attraktionen wie Kletterwand, Wildbach, Breitrutsche oder Poolbar sein.
- Eine Differenzierung im Saunabereich (insb. ggü Quellen Therme, Aqua-Park Baunatal) liegt in einem attraktiven Sauna-Außenbereich. Ergänzend bietet Textilwellness eine Besonderheit.

CONSTRATA

PRO|FUND CONSULT

Optionen für Differenzierung und Profilierung

BEWERTUNG ANGEBOTSPROGRAMM
EINFLUSSFAKTOREN

- Die Einwohnerpotenziale im **Nahbereich** bis 30 Minuten sind gering, somit würde in erster Linie ein funktionales Hallenbad dem **kommunalen Versorgungsauftrag** gerecht.
- Die Tradition der Anlage und die naturräumlich attraktive Lagequalität des Standortes und auch das Marktumfeld sprechen hingegen für eine Ausrichtung als regionales **Tagesziel für Familien und Paare**. Dies erfordert eine Ausstattung, die eine überregionale Attraktivität und **Reichweite** erzeugt (attraktiver Kinderbereich, Erlebnisrutschen, Themensaunen, Außenbecken u.ä.). Bei der Preisgestaltung ist wiederum die **unterdurchschnittliche Kaufkraft** der Region zu bedenken.
- Durch **Alleinstellungsmerkmale** im Angebotsprogramm muss eine **Differenzierung von den regionalen Mitbewerbern** erfolgen.
- Die Abwägung zwischen lokalem Versorgungsbad oder regional bedeutsame Freizeitanlage ist nicht losgelöst von der Tradition und **Position Bad Wildungens als Kurort** zu sehen.
- Das hohe Aufkommen an (Kur)-Touristen vor Ort wird durch die an ein 4 Sterne Hotel angebundene **Quellen Therme**, die das Bad eher als Spa-Anlage für Beauty, Wellness-Massagen und Physiotherapie positioniert, nur bedingt bedient.
- **(Kur)Touristen** sind eine sehr badaffine Zielgruppe, die mit entsprechenden Angeboten, eine wichtige Zielgruppe darstellen.
- Das **Zusammenspiel von Erlebnisgästen und Erholungssuchenden** bildet den größten Spagat der Produktentwicklung, denn **die Neuentwicklung des Heloponte braucht beide Nutzergruppen**.

BEWERTUNG ANGEBOTSPROGRAMM
PROFIL VORLIEGENDE PLANUNG

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Bewertung des gegenwärtig angedachten Angebotsprogramms (Löweneck + Schöfer) bezgl. Veränderung ggü. dem Status quo und seine Alleinstellung im Marktumfeld:

STATUS QUO (Heloponte Bestand)	PLANUNG LÖWENECK + SCHÖFER	Verändg.	Alleinstellung
25 m Sportbad (5 Bahnen), 312,5 m²	25 m Sportbad (5 Bahnen), 312,5 m²	=	Nein
Nichtschwimmerbecken, 125 m²	Nichtschwimmerbecken, 111 m²	=	Nein
Warmsprudelbecken, ca. 65 m²	Freizeitbecken, ca. 150 m²	>	Nein
Kinderspielbereich, ca. 36 m²	Kinderbereich, ca. 28 m²	=	wenn interaktiv
1 Rutsche (80m)	Option: 1 Rutsche (70 m)	=	Nein, wenn dann mehrere
Freibad: 50 m Außenbecken, Nichtschwimmerbecken, Kinderbereich	Option: Erlebnisbecken als Nichtschwimmerbecken außen 150 m²	<<	Ja
Sprungturm außen	Option: Sprungturm innen	>	bedingt
Saunabereich innen	Saunabereich innen	=	Nein
Kleiner Saunaaußenhof	Saunagarten mit Aufgußsauna	>	Ja
Wasserfläche: ca. 538,5 m² innen	**Wasserfläche: ca. 605 m² innen**	**>**	

➢ **Es wird empfohlen, das angedachte Angebotsprogramm in Attraktivität, Alleinstellungswirkung, Zielgruppenkonsistenz und Dimensionierung zu optimieren.**

BEWERTUNG ANGEBOTSPROGRAMM
ZWISCHENFAZIT

- Das neue Heloponte sollte in seiner Baumasse, aber insbesondere **in der Wasserfläche nicht zu groß zu dimensioniert werden**. Das Einzugsgebiet ist und bleibt bevölkerungsschwach.
- Mit dem Badneubau sind beide Nutzergruppen anzusprechen: Einwohner und Touristen. Dominanz liegt aber auf den Einwohnern der Region.
- Es sollte das Ziel sein, die Angebotsstruktur **vielfältig** zu gestalten und um **Erlebnis-qualität** zu ringen, aber bewusst im kleinen Maßstab.
- Bei der Reduktion von Wasserfläche kann auch die multifunktionale Nutzung von Becken (LSB + Kursbecken) oder die temporäre Öffnung von Fassaden- oder Dachbereichen (statt zusätzlichem Außenbecken) zielführend eingesetzt werden.
- Vorprogrammierte Konflikte zwischen Ziel-gruppen (laut, leise) planerisch zu lösen (z.B. Sprudelliegen in einem introvertierten Thermalbecken als „Oase der Ruhe“ schaffen, nicht im turbulenten Freizeitbereich).
- Durch gezielte Alleinstellungsmerkmale ist eine deutliche **Differenzierung von den regionalen Mitbewerbern** zu gewährleisten. Dies umfasst nehmen dem Angebotsprogramm auch die Gestaltung und ggf. die Thematisierung einzelner Bereiche sowie die spätere Produktvermarktung.

AUSBLICK

Versorgungsbad oder regional bedeutsame Freizeitanlage?

AUSBLICK
PRODUKTGESTALTUNG

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

KRITERIEN/ZIELE:
- Bedarfsgerecht
- Attraktiv ggü. Wettbewerb
- Effizient (im Hinblick auf Wasserfläche und Betriebskosten)
- Multifunktional
- Zeitstabil

25m Sportbecken und Kursbecken für die **Grundversorgung** (Sportschwimmer, Nichtschwimmer, Vereine, Schulen und Kurse)

Alleinstellung im Wettbewerbsumfeld z.B. durch: Saunagarten, Wasserspielplatz, Rutschenturm, Cabriodach

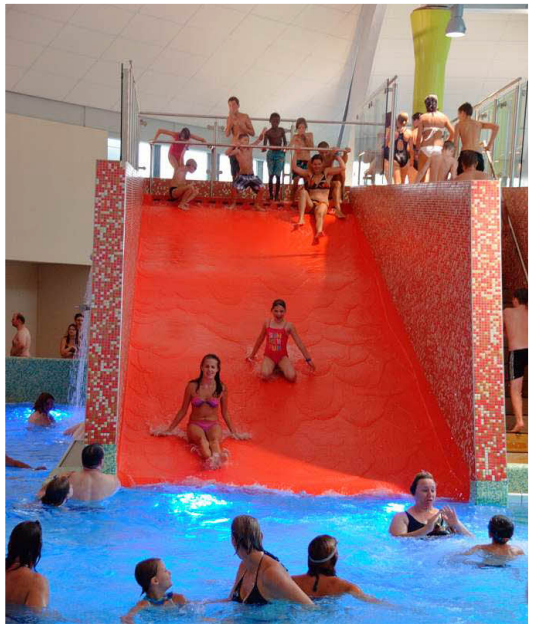
➢ **Standortspezifische Produktgestaltung: bedarfsgerecht, profiliert und kosteneffizient.**

AUSBLICK
DIMENSIONIERUNG/MULTIFUNKTIONALITÄT

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

ANSÄTZE ZUR REDUKTION DER WASSERFLÄCHE:

- 25m-Becken ggf. nur 4 Bahnen (250 statt 312 m² Wasserfläche)
- Sportbecken mit schrägem Boden und Nichtschwimmerbereich (ersetzt Lehrschwimmbecken), Kurse bei 28°
- Multifunktionsbecken (Wassertiefe: 0,80 - 1,35m, 32°) als Freizeit-, Nichtschwimmer- und Kursbecken (32°), Sprudelliegen etc.
- Kinderbereich als Wasserspielplatz



ANSÄTZE FÜR ERLEBNISMEHRWERTE:

- Familien-Breitrutsche
- Kletterwand / Kletterelemente
- Mobile Attraktionen: Kino, Aufblasbare Spiel- und Sportelemente

➢ **Wasserfläche (max. 400-500 m²), multifunktional nutzen und temporär bespielen.**

AUSBLICK
BESUCHSPOTENZIAL

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Vorbehaltlich einer noch ausstehenden Produktdefinition und konzeptionellen Ausarbeitung durch einen Architekten sollen vorab bereits – grob überschlägig – erzielbare Besuchsvolumina eines neuen Bades aufgezeigt werden.
- Die nachfolgende Übersicht stellt als grobe Kalkulation die Bandbreite von sechs unterschiedlichen Angebotskonfigurationen dar.
- Der Freibadbetrieb ist an dieser Stelle ausgeklammert.

	Szenario 1	Szenario 2	Szenario 3	Szenario 4	Szenario 5	Szenario 6
Sportbecken	72.900	72.900	72.900	72.900	72.900	72.900
Kursbecken	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Sauna			39.900		39.900	39.900
Kinderbereich		20.000		20.000	20.000	20.000
Rutschenturm				20.000		20.000
Besuche p.a.	**92.900**	**112.900**	**132.800**	**132.900**	**152.800**	**172.800**

➢ **Je nach Produktgestaltung werden zwischen 93.000 und 173.000 Besuche p.a. für ein „Heloponte 2.0“ erwartet.**

AUSBLICK
KALKULATIONSGRUNDLAGE SCHAFFEN

CONSTRATA
PRO|FUND CONSULT

- Im Rahmen des erteilten Auftrags werden wir für den Neubau Heloponte weitere Leistungsschritte, wie Besuchsprognose, Personalbedarfsermittlung und Betriebswirtschaftlichkeit erbringen.

- Auf Basis der erarbeiteten Ergebnisse der Marktanalyse regen wir an, dies nicht für die gegenwärtig vorliegende Konzeption zu tun, sondern das Angebotsprogramm vorerst im Dialog (Arbeitstermin) zwischen der Stadt Bad Wildungen, dem Planungsbüro Löweneck + Schöfer, der *CONSTRATA* Ingenieur-Gesellschaft mbH sowie der PROFUND Consult GmbH an die Rahmenbedingungen des Marktes anzupassen und anschließend das in Attraktivität, Alleinstellungswirkung, Zielgruppenkonsistenz und Dimensionierung optimierte Konzept in seiner Betriebswirtschaftlichkeit zu kalkulieren.

➢ **Erweiterung des Mandats um den Punkt Angebotskonzept/Produktdefinition erforderlich.**

HERZLICHEN DANK FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT!