

GUT-Journal Nr. 46

Schwimmbad / Bädertechnik / Wasseraufbereitung / Hygiene

Dieses Journal enthält Beiträge und Fachartikel zu den Themen Schwimmbad, Bädertechnik, Wellness, Sauna, Wasseraufbereitung und Hygiene.

Zur Bleiche Resort & Spa

Von Jürgen Kannewischer, Baden-Baden

Vorbemerkungen

Der Spreewald – einzigartige Natur- und Flusslandschaft, die zu den schönsten Naturschutzgebieten Europas zählt und Unesco-Biosphärenreservat ist. Ein Grund mehr, weshalb der Spreewald zu den beliebtesten Reisezielen Deutschlands gehört. Direkt an einem der unzähligen Fliese, des hunderte von Kilometern verzweigten Binnendeltas, liegt das Hotel Zur Bleiche. Im Spreewald trennt das Wasser nicht, es verbindet. Ein Grundgedanke vieler Bemühungen der Unternehmerfamilie Clausing bei Gestaltung und Anlage ihres Resort & Spas. Ein regionaler Bezug ist wichtiger Teil der Gesamtphilosophie – gelebte Authentizität. Das Wellnesskonzept ist ganzheitlich angelegt und vielfältig erlebbar. Wohlbefinden und Sicherheit des Gastes stehen im Mittelpunkt und werden von vielen Aspekten beeinflusst: Licht- und Temperaturverhältnisse, Gerüche und Geräusche, Raumstrukturen, Sichtachsen, gut geschultes Personal ist ebenso von Bedeutung wie die konsequente Entscheidung für die Verwendung gesunder und natürlicher Produkte. Mit Mut zur Veränderung im Hause wird Vorhandenes auch wieder infrage gestellt, Neues eingebunden. Ständig wird an der Vollendung der Hotelkonzeption gefeilt. Stillstand ist undenkbar und mit Sicherheit ein Grund für den Erfolg des Hauses.

Zur Geschichte und zum Spreewald

Der Spreewald und die Lausitz gelten als Siedlungsgebiet der Sorben und Wenden, die sich vor 600 Jahren nach Christus hier niederliessen. Ihre Behausungen bauten sie auf den Inseln, die durch die Arme der Spree entstanden. Einziges und heute noch wichtiges Transportmittel sind die bekannten Spreewaldkähne aus Holz, die flach auf den etwa 600 km schiffbaren Flüssen per Hand von einem Fährmann mit einem



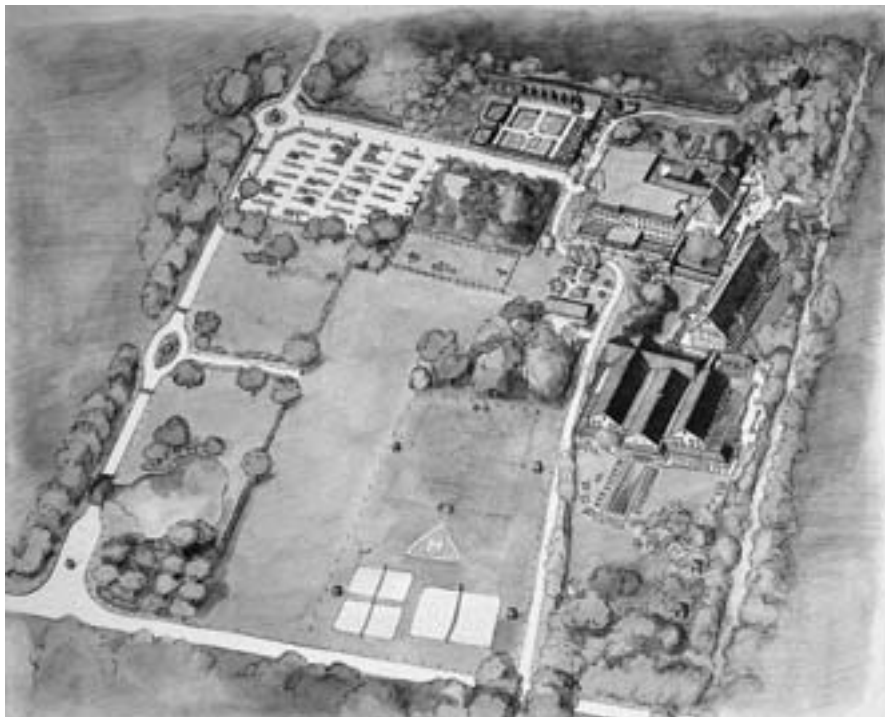
Ein schöner Blick auf das Gebäude und einen Teil der Aussenanlage.

Holzrudel bewegt werden. Das Hotel widmete dieser Besonderheit eine Edition «Kahnpost-Marken», die von dem international bekannten Künstler Jim Avignon gestaltet wurden. Die uralten Sitten und Bräuche, die sorbische Sprache sind noch lebendig und von unschätzbarem Wert. Gästen fallen zuerst die zweisprachigen Ortsschilder auf. «Witajso do nas!» – «Seid uns willkommen», steht in Sorbisch über der Eingangstür des Hotels. Den Geschichten und Fabelwesen des Spreewaldes widmen sich zwei Hörgeschichten auf CD, die für das Hotel entstanden sind. Sie beschreiben unterhaltsam den Spreewald aus einer ganz persönlichen Sicht und sind als Erinnerung an den Aufenthalt im Haus gedacht. Der Hotelstandort hat eine bemerkenswerte Historie. 250 Jahre sind urkundlich zurück zu verfolgen. Die Eigentümer beziehen sich weniger auf die Zeit, als ein Teil des Hauses in der DDR als FDGB-Ferienobjekt genutzt wurde. Sie gehen vielmehr auf die bemerkenswerten Wurzeln und die historischen Ursprünge zurück. Im Jahre 1750 liess Friedrich der Grosse einen Handwerksbetrieb gründen, um Leinen für Armeuniformen zu bleichen, daher

der Name des Hauses. Gleichzeitig war hier schon immer eine Poststation an der Grenze zu Sachsen, bald wurden hier Fremdenzimmer vermietet. Seit 1870 wurde an diesem Ort nur noch gespeist und logiert. Um die Jahrhundertwende hiess es hier «Etablissement English spoken», das war die Zeit, als der Spreewald seine Berühmtheit bekam. 1992 erwarb die Familie Clausing das Hotel. Am 1. April 1993 begannen der Umbau und die Renovierungsarbeiten.

Ganzjahreshotel – Sommer wie Winter

Das Hotel ist ein individuelles Privathotel, unternehmergeführt und orientiert sich an Bedürfnissen seiner Gäste, wobei auf Zuordnungen in «Sterne- oder Kategoriensegmente» beabsichtigt verzichtet wird. In mehr als zehn Jahren wuchs die «Bleiche» zu einem Anwesen von 11 Hektar Gesamtfläche mit Angeboten für das ganze Jahr. Hier lässt sich schnell vergessen, dass die nahe Hauptstadt nur eine gute Autostunde entfernt ist.



Das Areal umfasst Spezialeinrichtungen wie einen eigenen Fussball- und gar einen Helikopterlandeplatz.

Das Resort

Hotelhalle und Zimmer

Im gesamten Hotel gibt es 90 Zimmer inklusive 14 Suiten, 11 davon mit eigener Sauna/Hamam. Diese sind in fünf Zimmerkategorien: «Storchennester», kleine Doppelzimmer, geräumige Doppelzimmer, Suiten, Landhaussuiten, Spa-Suiten und grosse Spa-Suiten eingeteilt. Die grosszügige lichtdurchflutete Hotelhalle gestaltet in natürlichen Farben den fließenden Übergang von aussen nach innen. Den Blick zieht ein Hirschbrunnen aus dem 16. Jahrhundert auf sich. In Einzelteilen wurde er aus Frankreich nach Burg transportiert, zusammengesetzt und sorgt mit seinem Wasserplätschern für eine wohltuende Geräuschkulisse. Fließende, moosgrüne Vorhänge und ein Fussboden mit original antikem Blaustein sind tonangebend. Natürliche Patina und Gebrauchsspuren auf den alten Materialien sind gewollt, vermitteln Lebendigkeit und Echtheit und erzählen ihre eigene Geschichte. Bequem gelangt man von hier aus in die benachbarten Bereiche: BioSphärenLocal und Ade-Bar sowie die nach Süden ausgelegte anschliessende Terrasse, wo Speisen und Getränke nach der Karte angeboten werden. Zimmer und Kategorien sind individuell gestaltet und tragen in der Interieur-, Farb- und Stoffauswahl unterschiedlichsten Vorstellungen Rechnung.

Die bis zu 180m² «grossen Spa-Suiten» verfügen über ein privates Dampfbad sowie ein Hamam. Die Gestaltung lässt sich als behaglich-berührender Landhausstil beschreiben, mit ebenso modernen Elementen und immer wieder vielfältigem Bezug zur Region. Die kreative Handschrift der Eigentümer ist überall zu erkennen. Die vielen verschiedenen Räume mit ihrer grosszügigen, wohltuenden Atmosphäre sind eingebettet in das üppige Grün des Spreewaldes.

Restaurants und Küche

2 à-la-carte-Restaurants und 5 Hotelrestaurants von elegant-edel im Stil bis rustikal und spreewaldtypisch mit offener Feuerstelle fordern dem Besucher einiges an Orientierungsvermögen ab. Das «Logierhaus» mit à la carte – Restaurant «17füffzig» und blauer Gourmet-Sichtküche ist das zentrale Element. Von der Hotelhalle mit BioSphärenLocal, schwarzer Küche und der Bar «AdeBar» kommt man in den Bankettraum «Vier Jahreszeiten». Bemerkenswert ist sicher das Restaurant «Fischerstube» mit «Kahnschuppen» und «Kate», das man nie hier zu finden glaubt. Der «Brunnengarten» mit Terrasse und Biergarten lockt die Gäste im Sommer ins Freie.

Die Speisenangebote sind so vielfältig wie die unterschiedlichen Restaurants des Hauses: von regionaler bis zu moderner Vital-Küche. Mit Sicherheit sind die Zutaten frisch und grösstenteils aus dieser Region, die zu den traditionellen Gemüseanbaugebieten Deutschlands zählt. Kräuter spielen eine besondere Rolle bei Küchenchef Oliver Heilmeyer, sie werden im 1000 m² umfassenden hoteleigenem Kräutergarten geschritten.

«17füffzig», das à la carte Restaurant ist Friedrich dem Grossen gewidmet, in dessen Auftrag die Grundsteinlegung des Hauses im Jahr 1750 stattfand. Die Auswahl an Menüs ist gross – drei bis sieben Gänge. Die Weinkarte gilt als bestens sortiert und sorgt in Kennerkreisen für Aufmerksamkeit. Die «Blaue Küche» – eine Gourmet-Sichtküche. Frisch und naturnah wird hier mit handwerklicher Präzision vor den Augen der Gäste zubereitet, was der Küchenchef mit Phantasie und kulinarischer Experimentierfreudigkeit persönlich serviert. Eine aufwändige Ausstattung – Moltenherd in der Mitte des Raumes, Tageslicht, offener Kamin – unterstreichen das aussergewöhnliche Ambiente. Die Bar «AdeBar»,

dessen Name sich auf das «Haustier» Storch bezieht, ist abendlicher Treffpunkt für die Gäste des Hauses. Die aussergewöhnliche Konstruktion des Barbereiches, üppige tiefrote Seidenvorhänge sowie voluminöse Sofas in den angrenzenden Räumen bieten den Rahmen für einen stilgerechten Ausklang des Tages. «Veranda», das Hotelrestaurant im edel französischen Stil, präsentiert sich in frischen Blautönen. Durch die grossen bodentiefen Fenster entsteht das Gefühl, als sässe man auf der grünen Wiese oder im Garten. Im «Burgrestaurant» begeistert die Gäste das üppige Frühstück und sorgt für den zufriedenen Beginn jeden Tages, einen wirklichen Guten Morgen; separat ein Wellness-Frühstücksbuffet. In der anschliessenden «Wendestube» bestimmt traditionsreiche Burger Keramik und Blaudruck-Tischwäsche das Bild. Speisen der Region werden angeboten, eine regionalbewusste, herzliche Atmosphäre. Die «Rote Bibliothek» ist das Refugium für Bücherliebhaber – lesen und speisen im kleinsten Restaurant des Hauses. Ausgewählte Bücher warten auf Neugierige, gleich gegenüber der Rotweinkeller.

Beliebt bei Hotel- und Ausflugsgästen gleichermaßen sind der «Kahnschuppen» und die rustikale «Fischerstube» mit angeschlossener Käte, wo das Feuer im offenen Kamin lodert. Von hier aus hat man auch einen schönen Blick auf Brunnengarten mit Terrasse, Biergarten und Kahnhafen.

Spa und Landtherme

Ein einmaliges Ambiente tut sich dem Besucher im über 4000 m² grossen Badehaus im original Spreewälder Stil auf. Das Innenbecken in der grossen «Scheune» mit offenem Kamin (32 °C) ist für alle Kenner ein Highlight. Ein zweiter Innenpool (30 °C) im lichtdurchfluteten «Wintergartencharakter» schliesst an das Aussenschwimmbad mit 25-Meter-Bahn (28 °C) an. Das Türkische Hamam (44 °C) und die Banja (russische Sauna) (60 °C) mit Dampfbad (44 °C) und Sauna (98 °C) runden das Angebot ab. Die Salzburg (56 °C, Dampfsauna mit Saline) und das Japanische Luftsprudel- (39 °C), Kaltwasserbecken (15 °C) sind in den angrenzenden Räumen ebenfalls im Landhausstil gehalten. Ein Whirlpool (39 °C) mit Kälteraum «Gletscher» (-2 °C) und Kräuterkammer (41 °C) könnten den Abschluss einer ausgiebigen Tour durch den grosszügigen Wellnessbereich darstellen. Wer weiter entspannen möchte dem stehen Solarien, ein Kaminzimmer mit Ruheräumen und Bibliothek zu Verfügung. Den Friseur zu finden gelingt eigentlich nur den Profis. Alle anderen bekommen im Bistro «west-östlicher Divan» eine Erfrischung.

Jungbrunnen Spa

Der angegliederte Spa-Bereich bietet vielfältige Angebote, die zusätzlich gebucht werden können:

- separate Tagesspass
- Massagen
- Heilwannenbäder
- Dr. Hauschka und Martina Gebhardt Natur-Kosmetik, Maniküre, Pediküre

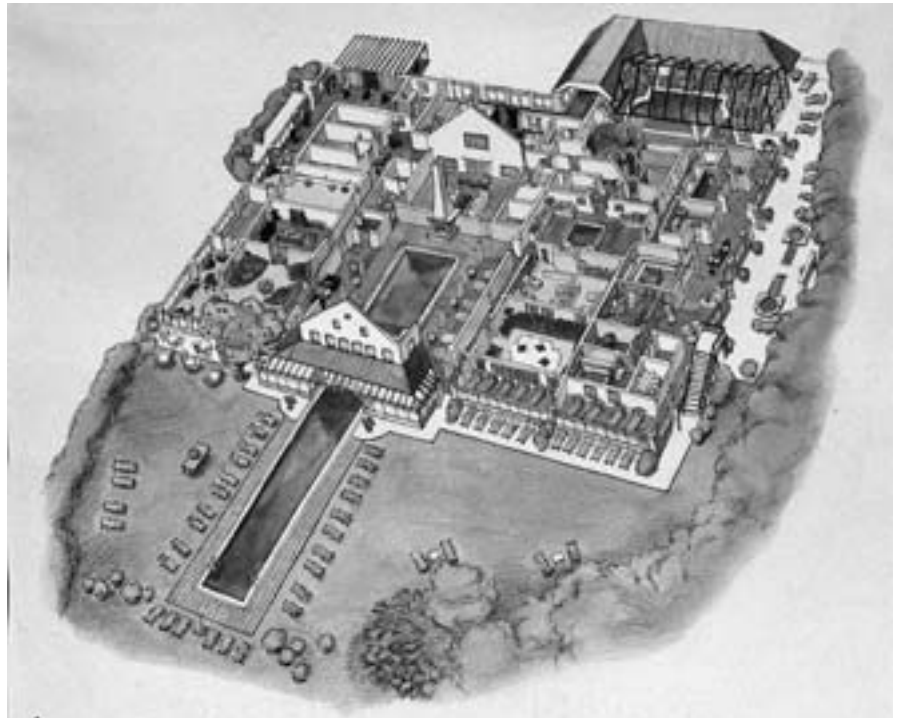


Die vielen verschiedenen Räume versprühen alle ihren ganz persönlichen Charme und sind einzigartig.

- individuelle Aromasauna
- Whirlwanne
- Oxithermie nach Prof. von Ardenne
- Softpack, Kaltwasser-Tauchbecken, Gussraum
- ca. 300m² Fitnessraum mit modernsten Cardio- und Kraftgeräten, Spinning-Fahrrädern, Ballett- und Aerobicraum (Dr. Wolff, Schnell, Schwin, Life-Fitness)
- grosse Liegewiese
- Trainingsplatz (Beach-Volleyball, Badminton, Tischtennis, Fussball)

Wabi-Sabi: Harmonie als gestalterisches Prinzip

Der japanische Name bedeutet: so einfach und natürlich wie möglich. Er beschreibt die Schönheit bescheidener und schlichter Dinge. Auf beheizten Böden liegen handgestrichene Terrakottafliesen, Holzdielen oder dicke Teppiche in warmen Farben überall. Die Wände sind aus Weidengeflecht oder mit naturweissem Kalk gestrichen. An der Decke hängen Binsenmatten, natürliche Hölzer, grobes Leinen. Bündelweise getrocknete Pflanzen, voluminöse Sofas, Kerzen und üppige Vorhänge gestalten dieses bemerkenswerte Wohlfühl-Ambiente. Auf jedes Detail wird Wert gelegt, der Blick bleibt an gekonnt inszenierten Accessoires und Antiquitäten hängen, die speziell für diese Oase im



Aufriss des Gebäudes.

brandenburgischen Spreewald liebevoll zusammengetragen wurden. Ein Schwimmbad in einer Scheune mit loderndem Kamin. Gerüche von Ölen und Pflanzen, kaum hörbar Musik, bequeme Sofas laden zum Ausruhen ein. Überall Dampf- und Sprudelbäder, Saunen, eine russische Banja und das türkische Hamam. Beim Bau des Hamam flossen Erfahrungen aus der Türkei ein, der Telak wurde dort ausgebildet. Die bequemen Holzliegen sind nach dem Wohlfühlprinzip für das Hotel extra entworfen und angefertigt. Im Aussen- und Innenbereich gibt es Liegen für jeden Gast. Einzigartig ist die Bibliothek im Wellnessbereich. Eine Vielzahl von Büchern und Bildbänden stehen den Gästen zur Verfügung, ein riesiger Globus in der Mitte des Raumes. Drei Bücher haben die Eigentümer selbst dazu beigetragen. Darin widmen sie sich ausführlich und unterhaltend dem Thema Wellness.

Grüner Aussenbereich und Aktivitäten

Im grosszügigen grünen Umfeld um das Hotel ist ein hoteleigener Kahnhafen direkt an einem Fliess. Von dort kann man die Fliesse befahren und verschiedene Ausflugsziele erreichen. Ca. 1000m² Kräutergarten, grenzen an einen Rosengarten mit Streuobstwiese. Beach-Volleyball-Felder, 1 Fussball-, 1 Badminton-Feld und Tischtennis-

möglichkeit sind da schon fast eine Selbstverständlichkeit. Ebenso wie das Angebot für Reiten mit Unterricht auf der hoteleigenen Koppel und den Hotelpferden «Jil Sander» und «Lara Landgraf». Damit man nun dieses einmalige Ausflugsziel auch sicher erreichen kann, steht auf dem Hotelgelände ein eigener Helikopter-Landplatz zu Verfügung.

Daten und Fakten

Zur Bleiche Resort & Spa

Bleichestrasse 16
03096 Burg/Spreewald
Telefon 0049/35603-620
Fax 0049/35603-60292
Internet www.hotel-zur-bleiche.com
reservierung@hotel-zur-bleiche.com

Eigentümer

Christine und
Heinrich Michael Clausing

Ca. 110 km südöstlich von Berlin, ca. 100km nordöstlich von Dresden und 18 km nördlich von Cottbus, Abfahrt Vetschau/Burg A13, in Burg links ab Richtung Burg-Kolonie – etwa 2 km

Ein Inserat in der GUT bringt's!

**Kontaktieren Sie unsere Frau Bruderer,
Telefon 055 243 36 14; sie berät Sie gerne.**

Rund 4000 m² Fitness-Räume und modernste Wellness-Bereiche gelangen auf drei Etagen verteilt

Migros Fitnesspark Hamam in Baden



Ein architektonisches Kernstück im Fitnesspark ist sicherlich das grosse 31 °C warme Kursbad. Die Sauna besticht durch ein lebendiges Spiel feiner, heller und dunkler Holzlatzen.
Bild: z.V.g. Migros

Am 28. November 2005 eröffnete die Migros gleich beim Bahnhof Baden im «Trafo» ein topmodernes Fitnesscenter und ein orientalisches Dampfbad, das Hamam – zwei Anlagen unter einem Dach. Schweizweit ist es der 15. Fitnesspark der Migros nach bewährtem Konzept. Die Investitionen der Migros für den Fitnesspark Baden betragen insgesamt 11 Millionen Franken.

Der Standort Trafocenter, ehemaliges ABB-Gelände, steht für eine alte Industrietradition. Das ist Energie, Kraft, Bewegung – hier wird Industriekultur spürbar. Baden, das steht für eine Jahrhunderte alte Bädertadition. Das ist Erholung, Gesundheit, Entspannung und Wohlbefinden – hier wird Kulturgeschichte ablesbar. Ein Gegensatzpaar, das herausfordert. Besonders wenn man an diesem Ort einen Fitnesspark und ein orientalisches Bad realisieren will. Und damit noch einmal zwei, in ihren Anforderungen und Absichten völlig unterschiedliche, Anlagen zum Thema macht.

Architektonisches Konzept

Der Fitnesspark und das orientalische Bad sind räumlich völlig voneinander getrennt: das Hamam befindet sich im denkmalgeschützten Trafo-Gebäude, im Bereich



Linus Sulzer, S+B Baumanagement AG (links) und Beat Zahnd, Geschäftsführer Migros Aare (rechts), orientierten am «Tag der offenen Tür» über das gelungene Werk.
Bilder: Beat Kreienbühl

des ehemaligen Laboratoriums des BBC-Areals. Prägnant an dieser Raumstruktur ist das grosse, die ganze Fassade einnehmende Fenster der Ostfassade des Gebäudes. Dieses Fenster war wesentlich bei der Festlegung der Eingangsachse in das eigentliche Hamam und hatte damit auch Einfluss auf die sonstigen Raumfolgen.

Der Fitnesspark

Dieser befindet sich im neuen Teil des Trafo-Komplexes, der Zugang liegt auch hier im Erdgeschoss. Von der alten Industriehalle aus fällt der Blick auf einen langen Empfangskorpus, der sich wie ein Riegel in die Verkehrsachse legt, die eigentliche Struktur des Gebäudes bleibt unberührt. Auch hier begleitet die lange Theke den Besucher in die Fitnesswelt. Diese Theke ist logistischer Dreh- und Angelpunkt der Fitnessarena, die sich grosszügig über die gesamte Gebäudebreite erstreckt.

Eine lichtdurchflutete, offene Raumstruktur mit Blick ins Grüne, auf Trafo- und Brown Boveri Platz bietet optimale Trainingsbedingungen. Aussergewöhnliche Raumstrukturen findet man auch im grossen Kursraum: schräge Raumhöhen bis zu 8 Metern im 1. Untergeschoss, die durch den darüber liegenden Kinosaal entstehen, machen ein Training in einer räumlich spannenden Atmosphäre in 156 m² möglich. Ergänzt wird das Angebot durch einen kleineren Kursraum, mit freiem Blick in die Tiefe zum grossen Kurssaal.

Im 1. UG befinden sich auch die Garderoben und die einmalige und grosszügige Wellnesslandschaft. Ein architektonisches Kernstück dieses Bereiches ist sicherlich das grosse 31 °C warme Kursbad, das wiederum unter einer imposanten schrägen Decke liegt und auch hier beachtliche Höhen aufweist. Im Kursbad finden diverse Aquafit-Kurse statt. Das 95 m² grosse Becken ist nur als liegende Wasserfläche im hinteren Bereich des Raumes spürbar und



Die Grün- und Grautöne der denkmalgeschützten Trafo-Industriehalle finden sich auch im Hamam wieder.
Bild: Beat Kreienbühl

füllt diesen völlig aus. Holzpodeste in unterschiedlichen Höhen liegen vor der Wasseroberfläche und laden zum Verweilen ein. Die mit grossen, hellen textilen Paneelen bespannten Wände tragen ein Übriges zur wohligen Atmosphäre bei.

Flankiert wird das aktive, luftige Bad vom Entspannungsbad und dem Meditationsraum. Das Entspannungsbad erschliesst sich dem Gast über eine spektakuläre Treppe ins geheimnisvolle glimmende Wasser. Erst am Ende der Treppe öffnet sich der komplett geflutete Baderaum. Über zwei Geschosse gebaut, erreicht er eine beeindruckende Raumhöhe und wird nur durch Unterwasserscheinwerfer erhellt, die die Bewegungen des Wassers in feinen Reflexen an die Wand werfen. Auf einer grossen Liegefläche, umhüllt vom 35 °C warmen Wasser, das durch die Spiegelungen optisch den ganzen Raum einnimmt, beginnen Raum und Zeit sich aufzulösen.

Auch der Meditationsraum verzichtet auf intensive sinnliche Reize und besinnt sich auf das Wesentliche: Stille. Das sanfte Dämmerlicht legt sich wie ein schützender Mantel um den Besucher und hüllt ihn ein. Wände und Liegeflächen sind in einer warmen, weichen textilen Struktur. Und wer mit meditativer Musik noch besser abtauchen kann, findet bei seiner Liege Kopfhörer vor.

Zwei weitere Kernstücke der Wellnesslandschaft sind die Damensauna und die gemischte Sauna. Im Anschluss an den Meditationsraum finden weibliche Gäste eine komplett separierte Raumfolge mit Biosauna, Aufgussauna, Erlebnisduschen und Ruheliegen.

Dem allgemeinen Aufenthaltsbereich vor der Damensauna schliessen sich zwei Massageräume an. Hier führt auch eine Treppe ins 2. Untergeschoss zur gemischten Sauna, mit Biosauna, Aufgussauna, Dampfbad, Fussbecken, Erlebnisduschen und Ruheraum. Alle Räume der Wellnessangebote wurden speziell für diese Anlage entwickelt. So besticht die Sauna durch ein lebendiges Spiel feiner, heller und dunkler



In der Fitnessarena stehen etwa 40 Cardiogeräte und etwa 30 Kraftgeräte für den Besucher bereit.

Bilder: Beat Kreienbühl



In Hamam steuern raumhohe Glaswände Durchblicke und Einblicke und tauchen den Raum in grünes Licht. Das florale Muster des Bodens wurde vor Ort von Hand geschnitzt.

Holzplatten, das Dampfbad ist eine Rauminstallation, die mit einer gebauten perspektivischen Verjüngung in Kombination mit Licht- und Dampfeffekten neue Raumeindrücke ermöglicht.

Das Hamam

Empfangen wird der Gast im Erdgeschoss des Hamam, im Hamam Café. Eine lange Theke führt ihn weiter ins Innere. Auf seinem Weg wird der Gast begleitet von Farben und Oberflächen, in denen sich die Dunkelheit scheinbar in mehreren Schichten abgelagert hat, die in einem sanftem Licht eine Qualität von Tiefe, Schlichtheit und Ruhe annehmen: an den Wänden eine mystisch erdige Oberfläche in verschiedenen Grau- und Grüntönen, die deutlich die Spuren ihrer Verarbeitung zeigt und sich in ihrer Farbgebung auf die stählernen Tragstrukturen der denkmalgeschützten Industriehalle bezieht. Raumhohe Glaswände, die Durchblicke und Einblicke steuern, tauchen den Raum in grünes Licht. Decken, Becken und Leuchten setzen silberne Glanzlichter, dunkles Holz in wertigen Strukturen, schafft eine behagliche Wärme.

Durch Farbgläser und Geflechtstrukturen mehrfach gefiltert dringt das Licht der Außenwelt nur noch als Erinnerung in den Zentralraum der Anlage und lässt das florale Muster des Bodens hin und wieder im Dämmerlicht tiefgründig aufleuchten. Der einzigartige Boden, mit einer Fläche von 340 m², wurde in aufwändiger Handarbeit durch Lehrlinge der Schule für Holzbildhauerei Brienz angefertigt. Ausgewählt wurde ein Ornament von Sophie Pulfer aus Baden. Innerhalb zweier Wochen wurde das Sujet auf den Polyurethanboden aufgezeichnet und vor Ort von Hand geschnitzt. Der völlig neue Bodenbelag erfüllt zum einen die hohen Anforderungen an Hygiene, Reinigung und Rutschhemmung, mit seiner subtilen Präsenz aber auch alle ästhetischen Ansprüche.

Wie eine Kerze in einer orientalischen Buntglaslaterne, sitzt im Zentralraum das leuchtende Wasserbecken und wirft seine Spiegelungen in den Raum. Schon beim Eintritt in das orientalische Bad ist dieses überströmende Becken Klammer und Orientierungspunkt für den Gast. Alle weiteren Angebote und Raumfolgen sind um diese

Wasserfläche angeordnet. Diese achsensymmetrische Ausrichtung erklärt in sich den eigentlichen Ablauf des rituellen Bades und erleichtert so die Hingabe an den Moment, das Loslassen im Augenblick.

Das klassische Vorbild des Hamams wurde bewusst immer wieder gebrochen und am industriellen Umfeld und der Moderne reflektiert. Geblieben sind mystische Räume, die um dasselbe Thema kreisen: das Zelebrieren eines Baderituals, das Körper und Seele reinigt.

Hamam ist die arabische Bezeichnung für heisses Wasser und steht für arabisches, maurisches oder türkisches Bad. Dieses wurzelt in der Bädereultur des antiken Roms: Deren Prinzip der verschiedenen temperierten Räume, Caldarium (heisser Raum), Tepidarium (warmer Raum) und Frigidarium (kalter Raum) haben die Musulmanen zu ihrer Hamam-Kultur inspiriert. Badende bereiten sich nicht mehr aktiv durch Körperübungen auf das Bad vor, sondern geniessen verschiedene Hamam-Angebote, wie Öl- oder Seifenschaummassagen.

Farb- und Materialkonzept

Das Farb- und Materialkonzept folgt dem gestalterischen Grundgedanken, den einzigartigen Ort mit der besonderen Nutzung zu thematisieren. Der durchgängige, anthrazitfarbene Bodenbelag ist eigentlich ein fugenloser Industrieboden, der mit Pigmenten verfeinert und alternativ verarbeitet wurde. Der Boden in den Gymnastikräumen ist ein Hochkantlamellenparkett, welcher als Industrieparkett in grossen Fertigungshallen oft Verwendung fand, in seinem dunklen Ton jedoch Wärme und Tiefe in die Räume trägt. Diese dunkle Räucher-eiche zieht sich durch den gesamten Park und schafft mit ihrer wertigen Oberfläche immer wieder wohnliche Bezüge.

Auch die verwendeten textilen Paneele sind ein durchgängiges, weiches Motiv der Anlage und ein haptisches Erlebnis. Kein Gedanke mehr an die kalten, gekachelten Sportbäderbauten der Vergangenheit. Die Grün- und Grautöne der denkmalgeschützten Trafo-Industriehalle fanden auch hier wieder, in modifizierter, frischer Form, ihr Pendant.

So widerspiegeln sich in der Architektur die Gegensatzpaare der Fitness- und Wellness-Welt: Energie, Kraft, Bewegung – das

extrovertierte, angespannte Trainieren an den Geräten in weiten, sich nach aussen öffnenden Räumen mit lichten Farben und eher harten Oberflächen. Erholung, Entspannung, Wohlbefinden – das introvertierte entspannte Sein in einer eher dunklen, weichen, warmen, nach innen gerichteten Welt, mit ihrer ganz eigenen Resonanz.

(Quelle/Abdruckgenehmigung:
«SchweizerBauJournal» Nr. 1/06
www.robe-verlag.ch)

Bauherrschaft

Genossenschaft Migros Aare
Industriestrasse 20, 3321 Schönbrühl
Tel. 031 858 85 56, Fax 031 858 88 57

Architektur

Planung/Projektleitung/Bauleitung

S+B Baumanagement AG
Louis Giroudstrasse 26, Postfach, 4601 Olten
Tel. 062 286 60 00, Fax 062 286 60 01

Projektentwicklung

rob.D-sein Roger Bernet, Weinbergstrasse 80 a,
5000 Aarau, Tel. 062 823 41 14

Innenarchitektur

Ushi Tamborriello, Innenarchitektur und Szenenbild
Holzstrasse 33, RGB D-80469 München,
ushi@tamborriello.de

Ingenieure

Planer für Wärme, Feuchtigkeit
und Schallschutz:

MBJ Bauphysik + Akustik AG

Ingenieurbüro für Bauphysik
Solithurnstrasse 24, Postfach 481
3422 Kirchberg
Tel. 034 445 99 11, Fax 034 445 99 41
bauphysik@mbj.ch, www.mbj.ch

Elektroingenieur:

Hefti. Hess. Martignoni.

Elektro Engineering Aarau AG USIC
Wiesenstrasse 26, 5001 Aarau
Tel. 062 837 87 87
aarau@hhm.ch, www.hhm.ch

Energie- und Gebäudetechnik-
planung:

Enerconom AG, 3001 Bern

Lüftung-/Klima-Ingenieur:

Balplan AG, 4600 Olten

Sanitär- und Schwimmbadplanung:

Schneider Aquatec AG, 9422 Staad

Vortrag von Dr. Stefan Kannewischer, Zug, anlässlich der IAB-Tagung vom 18. November 2005 in München

Bäderangebote betriebswirtschaftlich optimieren

1. Ausgangslage

Viele Bäder befinden sich in einer schwierigen Situation. Sie sind sanierungsbedürftig und können nur ein veraltetes Angebot vorweisen, das nicht mehr den Bedürfnissen des heutigen Kunden entspricht. Zudem sind in vielen Gemeinden die Eintrittspreise stark subventioniert, d.h. die Eintrittspreise sind um den Faktor 2 – 3 (!) unter einem kostendeckenden Preis. Diese Faktoren führen teilweise zu sehr hohen Betriebsdefiziten.

Gleichzeitig befindet sich die öffentliche Hand ebenfalls in einer schwierigen Situation. Die wirtschaftliche Stagnation sowie die Expansion des Staatssektors in den vergangenen Jahrzehnten führen zu einer hohen Verschuldung. Dadurch wird der Handlungsspielraum der öffentlichen Hand massgeblich eingeschränkt und sie kann sich die steigenden Defizite der veralteten Bäder immer weniger leisten.

Diese gegenläufige Entwicklung kann als ein eigentliches «Bäder-Dilemma» bezeichnet werden. Aus dem «Leidensdruck der Defizite» ergibt sich ein dringender Handlungsbedarf für die Bäder zur Wirtschaftlichkeitsverbesserung. Diese muss jedoch oftmals ohne Einsatz von Investitionen erreicht werden. Im folgenden werden deshalb vor allem Möglichkeiten zur Wirtschaftlichkeitsverbesserung ohne oder nur mit geringen Investitionen aufgezeigt.

Vorgängig wird noch die Frage beleuchtet, was Erfolg für ein Bad überhaupt heisst und welche Faktoren den Erfolg massgeblich bestimmen.

2. Erfolgsfaktoren

Der Titel dieses Artikels könnte die Vermutung zulassen, dass Erfolg immer mit betriebswirtschaftlichem respektive kaufmännischem Erfolg gleichzusetzen ist. Dies ist aber insbesondere für Sportbäder nicht die einzig relevante Zielgrösse. Bäder jeglicher Art werden vom Staat ja genau deshalb gefördert, weil der Staat mit den Bädern sportliche und gesundheitliche Ziele verfolgt. Gerade in einer Gesellschaft, die unter Bewegungsarmut, ungesunder Ernährung und anderen ungesunden Verhaltensweisen leidet, gewinnt die positive Verhaltensumstellung zu einer gesundheitsförderlichen Lebensweise an Bedeutung. Auch die Krankenkassen haben die wirtschaftlichen Vorteile der Gesundheitsprävention mittlerweile erkannt und fördern diese mit hohen finanziellen Mitteln.

Des weiteren ist in der heutigen Zeit auch der soziale Aspekt von Bädern zu berücksichtigen. Dazu gehören die allgemeine Förderung der Lebensqualität sowie die Schaffung von sozialen Plattformen auf Grund der Individualisierung und der damit einhergehenden Isolierung des heutigen Menschen. Auch im Zusammenhang mit der Jugendprävention haben Bäder ihre Bedeutung.

Für Tourismusdestinationen können Bäder, insbesondere Thermalbäder, zudem ein wichtiger Standortfaktor sein, um die Attraktivität der Destination und damit die Bettenauslastung zu erhöhen.

Insofern beschreibt der wirtschaftliche Erfolg des Bades selber nur einen Teil der für Bäder relevanten Erfolgskomponenten. Was aber ist denn nun kaufmännischer Erfolg für ein Bad? Für «normale» Hallen- und Freibäder ist es bereits ein kaufmännischer Erfolg, wenn das vorhandene operative Betriebsdefizit möglichst klein gehalten wird. Für kommerzielle Erlebnisbäder (Freizeitbäder, Spassbäder, Thermalbäder) muss der kaufmännische Erfolg jedoch heissen, einen operativen Betriebsgewinn zu erwirtschaften, der zumindest einen Teil der Kapitalkosten decken kann. Operatives Betriebsergebnis steht in dieser Definition für Umsatz abzüglich der betrieblichen Aufwendungen (vor Abschreibungen und Zinsen des Investitionsaufwandes). (Betrieblicher) Kostendeckungsgrad für das Verhältnis von Umsatz zu Aufwand.

Der Umsatz als die eine Seite des operativen Betriebsergebnisses wird zum grössten Teil bestimmt durch die Anzahl der Besucher, multipliziert mit den durchschnittlichen Einnahmen je Besucher. Die Gedanken der Betriebsleitung müssen permanent darauf gerichtet sein, wie möglichst viele Besucher in das Bad

gebracht werden können und die Ausgaben eines jeden Besuchers erhöht werden können.

Die andere Seite des operativen Betriebsergebnisses wird durch die betrieblichen Aufwendungen definiert. Hierbei spielen die Personalkosten die wichtigste Rolle. Der zweitwichtigste Kostenblock wird definiert durch Energie sowie Wasser-/Abwasser. Unterhaltskosten stehen bereits mit einigem Abstand an dritter Stelle. Reinigung und Werbung spielen im Gesamtverhältnis gesehen bereits eine untergeordnete Rolle. Sämtliche anderen Kosten haben keinen wesentlichen Einfluss mehr auf das operative Betriebsergebnis.

Zusammenfassend sind also vor allem die folgenden fünf Hauptkomponenten zur Erreichung eines positiven kaufmännischen Ergebnisses zu berücksichtigen:

1. Anzahl der Besucher,
2. durchschnittliche Einnahmen je Besucher,
3. Personalkosten,
4. Energie-/Wasser-/Abwasserkosten sowie
5. Unterhaltskosten

Für bestehende Bäder sind die Freiheitsgrade zur positiven Beeinflussung dieser Hauptkomponenten des betriebswirtschaftlichen Erfolgs eingeschränkt. Es gibt Erfolgsfaktoren, die sich bei bereits bestehender Infrastruktur nicht oder nur mit grossem finanziellem Aufwand verändern lassen. Hierzu gehören:

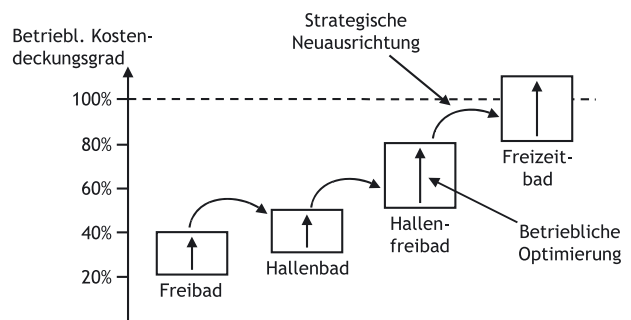
- Marktpotential
- Wettbewerbssituation
- Standort
- Grundlegende Konzeption
- Qualität von Gebäude und Technik

Nach Eröffnung eines Bades veränderbare Erfolgsfaktoren sind:

- Finanzierung
- Konstitution der Organisation (Betreibermodell)
- Unternehmensführung / Führungsgrundsätze
- Kundenorientierung
- Servicequalität
- Marketing

Im Rahmen eines Programms zur Wirtschaftlichkeitsverbesserung muss deshalb unterschieden werden zwischen der betrieblichen Optimierung, die ohne Investitionen oder nur mit geringen Investitionen den betrieblichen Kostendeckungsgrad innerhalb der bestehenden Konzeption verbessert, oder der strategischen Neuausrichtung, wo mit grossen Investitionen dem Bad ein völlig neues Gesicht und damit auch eine sprunghaft verbesserte wirtschaftliche Basis verschafft wird (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Wirtschaftlichkeitsverbesserung



3. Wirtschaftlichkeitsverbesserung ohne Investitionen

3.1. Umsatzmassnahmen

Wasserflächenmanagement

Es gibt Gemeinden, die dem Schul- und Vereinssport zu viele Zugeständnisse machen, was z.B. dazu führt, dass die Becken zu diesen Zeiten nicht genügend ausgelastet sind und lediglich 3 bis 4 Jugendliche pro Bahn schwimmen. Die Öffentlichkeit hat dann das Nachsehen und hat nur noch sehr beschränkte Möglichkeiten zur Nutzung des Bades. In diesen Fällen muss das Wunschenswerte auf das notwendige Mass reduziert werden. Dies ist insofern möglich, dass die Schulen morgens konzentriert und die Vereine auf das notwendige Mass und zu verträglichen Zeiten reduziert werden. Es soll damit keinesfalls die essentielle Bedeutung des Schul- und Vereinssports in Abrede gestellt werden, aber Sportförderung bedeutet nicht nur Schule und Vereine sondern auch Breitensportförderung.

Öffnungszeiten

Viele Bäder haben restriktive, kundenunfreundliche Öffnungszeiten aus personellen Gründen. Besucherfreundliche Öffnungszeiten sind jedoch essentiell für den Markterfolg.

Stillstandszeiten

Stillstandszeiten durch Sommerpause oder Wartung sollten minimiert werden. Wenn die Anlage geschlossen ist, laufen in der Regel die Kosten weiter, aber es werden keine Einnahmen erzielt. Infrastrukturen wie Bäder sind vornehmlich ein Fixkostengeschäft.

Preisgestaltung

Der allgemeinen Preisgestaltung kommt eine sehr hohe Bedeutung zu. Wie eingangs beschrieben, werden viele Bäder durch stark subventionierte Preise «verschenkt». Neben der Identifikation des richtigen Preisniveaus ist aber auch die Struktur der Preisgestaltung von Bedeutung. Oftmals wird durch einen Preisdrehwinkel zuviel Rabatt gegeben. Die Preisstruktur ist einfach und übersichtlich zu gestalten. Falls das Bad mit starken Auslastungsschwankungen zu kämpfen hat, sollte auch über eine antizyklische Preisgestaltung nachgedacht werden. Zudem können mit Aktionen, die nicht nur als Preisrabatte sondern auch als Zusatznutzen zu verstehen sind, neue Umsatzpotentiale erschlossen werden.

Leistungsverrechnung

Für Schulen und Vereine werden vielerorts keine oder keine nennenswerten Preise für die Wasserfläche verlangt. Diese Einnahmen fehlen dem Bad natürlich. Gleichzeitig werden die hohen Defizite der Bäder beklagt. Eine interne Verrechnung zwischen Schulamt resp. Sportförderung und dem Bad führen zu Kostenwahrheit und Transparenz. Zudem haben Sie den positiven Effekt, dass sowohl Schule und Sportförderung von sich aus die Nutzung der Wasserflächen optimieren. Halbleere Becken in Schul- und Vereinszeiten werden zur Seltenheit.

Multifunktionalität

Die Multifunktionalität der Einrichtungen kann die Wirtschaftlichkeit ebenfalls deutlich steigern. Es gilt jedoch darauf zu achten, dass die Multifunktionalität nicht zu Zielgruppenkonflikten führt (z.B. Nichtschwimmer und Schwimmer in einem Becken). Die multifunktionelle Gestaltung bietet sich für Nichtschwimmerbecken an, die morgens als Lehrschwimmbecken dienen, nachmittags für die Wassergymnastikkurse benutzt werden und abends von den Freizeitgästen mit Nackenduschen und Bodensprudel genossen werden.

Dienstleistungsqualität

Viele Bäder konzentrieren sich sehr stark auf die Qualität des Gebäudes und der Technik. Es gilt jedoch zu berücksichtigen, dass das Schwimmbad eigentlich nur ein «Loch mit Wasser» ist. Erst die Dienstleistung macht den Badbesuch z.B. zum Spielnachmittag oder Wellnessstag. Deshalb ist für den Gast die Dienstleistungsqualität ebenfalls von sehr grosser Bedeutung.

Absatzmittler

Für Bäder kommen vornehmlich folgende Kooperationspartner in Frage: Hotels, Vereine, Firmen sowie ÖPNV.

Werbung und Verkaufsförderung

Da die Werbekosten in den meisten Bädern sowieso zu knapp angesetzt sind, sollten Werbeausgaben auf keinen Fall reduziert werden. Jedoch sollte man eine Effizienzsteigerung der Werbung zu realisieren versuchen. Natürlich ist das Identifizieren von Streuverlusten und Ineffizienzen in der Werbung sehr schwierig und die «hohe Kunst» der Werbung.

Selbstbedienungsgeräte

Eine zuverlässige, wenn auch kleine Umsatzposition sind Selbstbedienungsgeräte wie Solarien und Massageliegen. Hierfür ist in der Regel keine Investition notwendig. Diese Geräte können im Rahmen eines Mietmodells integriert werden. Die Umsätze werden zwischen dem Eigentümer und dem Badbetreiber geteilt.

Bädershops

Des Weiteren beinhalten viele Bäder schon einen Shop. In diesem Bereich werden die wirtschaftlichen Möglichkeiten – ganz im Gegensatz zur Gastronomie – oftmals unterschätzt. Wenn der Shop richtig gestaltet ist, können in ausgeprägtem Masse Bademode und Kioskartikel verkauft werden. Aber lediglich ein paar Badehosen in das Kassenbüro zu hängen, reicht mit Sicherheit nicht für eine nennenswerte Wirtschaftlichkeitsverbesserung.

Kursangebot

Kurse verschiedenster Art spielen im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Optimierung eine wichtige Rolle. Einerseits bringen sie neue Besuchergruppen in das Bad, andererseits erzeugen sie auch zusätzliche Einnahmen. Wassergymnastik jeglicher Ausprägung (z.B. Rheumagymnastik, Aerobic, Taebo, Aqua Jogging, Wassertanz usw.) erfreut sich sehr grosser Beliebtheit und bedarf kaum ihrer Bewerbung. Da viele Kinder in der Schule nur in ungenügender Masse schwimmen lernen und Erwachsene teilweise ihre Schwimmkenntnisse verbessern möchten, können auch kommerziell betriebene Schwimmschulen gute Erfolge verzeichnen. Nicht zu vergessen sind Tauch- und andere Kurse, die in einem Bad abgehalten werden können.

Events

Events sind ebenfalls ein wichtiges betriebliches Instrument. Sie führen vielleicht nicht unmittelbar oder in erheblichem Ausmass zu einer Wirtschaftlichkeitsverbesserung, tragen aber massgeblich zur Verkaufsförderung des Bades bei. Solche Events können sein: Konzerte, Beautytage, Spiele ohne Grenzen, Kindergeburtstage, Sportwettkämpfe usw.

3.2. Personalkosten

Kasse

Obwohl der Badegast den persönlichen Kontakt im Kassensbereich sehr zu schätzen weiss, muss für kleinere Bäder geprüft werden, ob der Kassenprozess nicht automatisiert werden kann. Bei Problemen mit dem Kassenautomat kann das Badepersonal helfen. Im Backoffice können die Personalkosten reduziert werden durch einen Internetshop, falls ein gewisser Umsatzanteil über Gutscheinerkäufe und ähnliches getätigt wird. Nicht zu unterschätzen ist teilweise auch der Aufwand, der durch das Verpacken des Kleingeldes entsteht, wodurch sich eine geringe Investition in eine Geldzählmaschine in einem deutlichen Einsparungspotential äussert. Aber auch die tägliche und teilweise sehr komplizierte, händische Kassenabrechnung liesse sich durch eine Investition in das Kassensystem reduzieren.

Outsourcing

Im Bereich Reinigung, Wäsche und Technik sollte abgewogen werden, ob diese Leistungen günstiger durch eigene Mitarbeiter oder durch Zukauf externer Kapazitäten (Outsourcing) erbracht werden können.

Wasseraufsicht

Bei der Wasseraufsicht können die Schulen und Vereine in die Verantwortung eingebunden werden. Einerseits sollte sowohl den Schulen wie auch den Vereinen für Ihre exklusiven Benützungzeiten die Schlüsselgewalt erteilt werden, d.h. dass sie in diesen Zeiten selber für die Wasseraufsicht verantwortlich zeichnen.

Andererseits können Vereine oftmals die von ihnen beanspruchte Wasserfläche nicht mit Geld bezahlen, könnten aber als Gegenleistung einen Teil der öffentlichen Wasseraufsicht unentgeltlich erbringen. Es gibt den jüngeren Rettungsschwimmern die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten in der Praxis einzusetzen.

Organisation verbessern

Auch bei den Mitarbeitern führt Multifunktionalität zu einer Reduktion des Personalaufwandes, wenn dadurch das Vorhalten zusätzlicher Mitarbeiterkapazitäten reduziert werden kann.

Betriebsabläufe

Von grosser Bedeutung ist die Optimierung der Betriebsabläufe. Wenn die Betriebsabläufe nicht gut gestaltet sind, führt dies zu einem höheren Mitarbeiterbedarf. Wenn durch eine räumlich ungenügende Anordnung eine Stelle zusätzlich notwendig wird, so bedeutet dies bei 350 Betriebstagen und 14 Stunden Öffnungszeit rund 4 zusätzliche Mitarbeiter.

Tarifverträge

Die Bindung der Gemeinden an die öffentlichen Tarifverträge führt ebenfalls zu höheren Personalkosten. Durch eine Privatisierung können tiefere Personaltarife erreicht werden. Natürlich reicht dieses Argument nicht zur Legitimation einer Privatisierung aus.

3.3. Allgemeine Aufwandmassnahmen

Betriebszusammenführung

Grössere Städte führen zum Teil getrennte Schul-/Vereinsbäder. Diese neigen aber dazu, vor allem morgens und abends ihre Auslastungsspitzen zu haben. Die Öffentlichkeit badet aber vornehmlich nachmittags und am frühen Abend. Insofern sollte in einer solchen Situation über die Zusammenführung der Anlagen nachgedacht werden.

Reinigung

Bei den Reinigungskosten sollte – wie vorher schon erwähnt – abgewogen werden, ob man diese mit eigenen Mitarbeitern oder Fremdfirmen tätigen will. Zudem können ähnlich der Wasseraufsicht auch in diesem Bereich die Vereine in ehrenamtlicher Arbeit eingebunden werden. Es sollte jedoch auf keinen Fall der Reinigungsstandard reduziert werden, da dies zu einer Verschlechterung der Angebotsqualität für den Badegast führt.

Betreibermodell

Falls eine Stadt über profitable Stadtwerke verfügt, sollte auch die Nutzung eines steuerlichen Querverbundes geprüft werden, falls dies mit der Gesamtzielsetzung für das Bad einhergeht.

Lieferanten

Für das Lieferantenmanagement sollte einerseits soweit als möglich und sinnvoll eine Bündelung vorgenommen werden, um entsprechende Mengenrabatte erzielen zu können. Gleichzeitig sollte man auch bei langfristig etablierten Lieferantenbeziehungen von Zeit zu Zeit immer wieder eine Ausschreibung unter mehreren Lieferanten durchführen.

Sponsoring

Eine zusätzliche Quelle finanzieller Mittel kann Sponsoring sein. Hier ist einerseits Sport- und Eventsponsoring möglich. Andererseits auch die Unterstützung von Lieferanten und oftmals ist dies für betriebliche Ausstattung möglich (z.B. Eishersteller für Sonnenschirme, Getränkelieferanten für Gastronomiemobiliare, Modelfirmen für Shopausstattung). Eine neue Entwicklung, die sich bei anderen Sportinfrastrukturen abgezeichnet hat, ist die teilweise Finanzierung von Zusatzinvestitionen. So sind vereinzelt Fussball-, Leichtathletik- und Eisarenen nach Grossunternehmen benannt worden. Vielleicht können solche Modelle auch bei Bädern Anwendung finden.

Wenn wie vorgehend Kostensenkungen beschrieben werden, so wird dabei immer davon ausgegangen, dass diese nicht zu einer Verschlechterung der Dienstleistung führen. Ansonsten würde es sich hierbei nicht um eine Einsparung handeln sondern um eine Angebotsverschlechterung. Damit würde gleichzeitig der

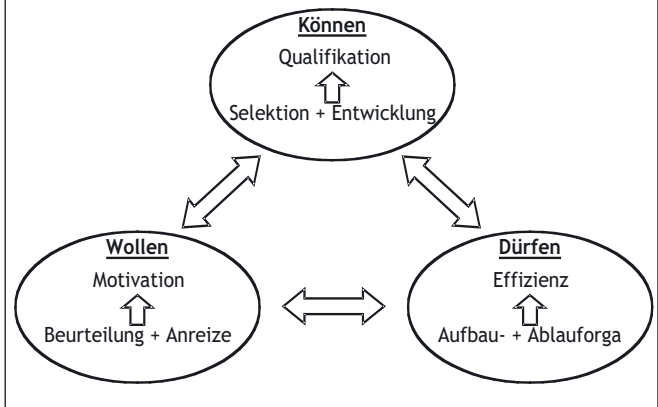
Umsatzseite geschadet. Es muss also hierbei immer darauf geachtet werden, dass Aufwandreduktionen durch eine Optimierung der Betriebsabläufe möglich sind, ohne dadurch die Dienstleistungsqualität zu verschlechtern.

3.4. Mitarbeiterführung

Um die Mitarbeiter für Wirtschaftlichkeitsverbesserungen motivieren zu können, müssen sie unbedingt entsprechende Anreize erhalten. Die Mitarbeiterführung bekommt im Dienstleistungsgeschäft eine höhere Bedeutung. Incentivierung und Weiterbildung sind dabei von essentieller Bedeutung (vgl. Abb. 2).

Abb. 2: Mitarbeiterführung

Incentivierung und Weiterbildung als Schlüssel



4. Wirtschaftlichkeitsverbesserung mit kleinen Investitionen

4.1. Neue Zielgruppen

Ein erster Ansatzpunkt um zusätzliche Umsätze zu erreichen, ist die Ansprache von neuen Zielgruppen:

Eltern/Kind-Bereich

Attraktive Eltern/Kind-Bereiche bewegen ganze Familien zum Besuch eines Bades. Wenn es den kleinsten Familienmitgliedern gefällt, dann sind auch die Erwachsenen glücklich. Speziell hervorzuheben ist an dieser Stelle die Attraktivität eines solchen Eltern/Kind-Bereiches. Ein kleiner Tümpel in einer dunklen Ecke entspricht nicht den Bedürfnissen dieser Zielgruppe.

Spassangebote für Jugendliche

Eine wichtige Attraktion sind auch Spassangebote für ältere Kinder und Jugendliche (z.B. Rutschbahn, Api-Ball, Strömungskanal).

Erholungsangebote für Erwachsene

Für die Erwachsenen sind eher erholende Wasserangebote von Bedeutung (z.B. Whirlpool, Nackenduschen, Warm-Aussenbecken).

Aquafit-Angebote

Wasserfitness in allen Variationen ist wie bereits erwähnt ein attraktives Betätigungsfeld geworden. Hierzu ist unter Umständen ein getrenntes und auf die speziellen Bedürfnisse dieser Zielgruppe ausgerichtetes Becken notwendig.

Die genannten Freizeitangebote für neue Zielgruppen führen nicht nur zu einer Steigerung der Anzahl Besucher sondern ermöglichen auch (teilweise massive) Eintrittspreiserhöhungen.

Bei den hierfür notwendigen Investitionen sollte jedoch immer geprüft werden, inwieweit eine Integration in die bestehenden Becken möglich ist und dass diese neuen Einrichtungen möglichst multifunktional (unter Vermeidung von Zielgruppenkonflikten) gestaltet werden können.

4.2. Stärkung des Bestehenden

Gastronomie

Es ist heute bereits in vielen freizeitorientierten Bädern üblich, dass eine Gastronomie in die Anlage integriert ist. Die wirtschaftlichen Möglichkeiten dieses Bereiches sollten jedoch nicht überschätzt, sondern auf Grund einer detaillierten Analyse des Umfeldes realistisch prognostiziert werden. Denn auch in diesem Bereich sind erhebliche Investitionen notwendig.

«Pinselsanierung» und Mobiliar

Oftmals hat im Endausbau einer Anlage das Geld gefehlt, um die Kundenoberfläche attraktiv zu gestalten, oder aber eine Anlage ist einfach abgenutzt. In diesen Fällen kann mit einer Aufwertung des Erscheinungsbildes viel erreicht werden. Gleiches gilt für das Mobiliar.

4.3. Betriebskosten

Energie

Zur Reduktion des bedeutenden Betriebskostenfaktors Energie sollte in 4 Schritten vorgegangen werden:

1. Betriebliche Optimierung des Energieverbrauches
2. Wärmerückgewinnung
3. Isolation
4. Optimierung der Energieerzeugung

Natürlich sind die Schritte 2 bis 4 mit Investitionen verbunden. Falls diese Investitionen nicht aufgebracht werden können, ist Energie-Contracting ein interessantes Dienstleistungsangebot. Auf keinen Fall sollten Luft- und Wassertemperaturen sowie Lichtquellen reduziert werden, um eine Energiereduktion herbeizuführen. Dies hätte eine hohe Qualitätseinbusse zur Folge und würde sich negativ auf die Besucherzahlen auswirken.

Abwasser

Die Abwasserkosten werden in Zukunft noch zusätzlich an Bedeutung gewinnen, da die öffentliche Hand die Preise hierfür deutlich steigern wird. Diese Preise sind oftmals nicht verhandelbar und deshalb kann eine Kostenreduktion nur durch Reduktion der Abwassermenge erreicht werden. Dies erreicht man mittels Reinigung und Ableitung in die Vorflut.

Unterhalt

Die Unterhaltskosten für die Anlage lassen sich nachträglich kaum reduzieren, da sie massgeblich von der Qualität der getätigten Investitionen abhängig sind. Nachträglich kann der Qualitätsstandard nur durch Einbau besserer Ersatzinvestitionen gesteigert werden. Die Unterhaltskosten lassen sich jedoch vorausschauend minimieren, in dem bei der Erstinvestition qualitativ hochwertige Anlagegüter angeschafft werden. Anhand dieser Kostenposition zeigt sich, dass eine billigere Investition nicht immer wirtschaftlicher sein muss. Als Analogie kann das Mercedes-Taxi genommen werden, das zwar in der Anschaffung nicht billiger als andere Autos ist, aber langfristig offenbar wirtschaftlicher.

5. Wirtschaftlichkeitsverbesserung mit grossen Investitionen

Bei der Wirtschaftlichkeitsverbesserung durch grosse Investitionen wird nicht nur viel Geld in die Hand genommen, sondern es erfolgt in der Regel auch ein grosser strategischer Schritt resp. eine grundlegende Neuausrichtung der Anlage (vgl. Abb. 1). Dieser Schritt ist deshalb nur sinnvoll, wenn die Grunddeterminanten (nicht veränderbare Erfolgsfaktoren, s. oben) stimmen: Marktpotential, Wettbewerbssituation, Standort sowie Qualität und Konzeption des Gebäudebestandes. Die wichtigsten Erweiterungsinvestitionen sind:

Attraktive Saunalandschaft

Bei Saunalandschaften gilt es zu berücksichtigen, dass ein solches Angebot den heutigen hohen Bedürfnissen entsprechen muss. Die Kellersauna genügt nicht mehr. Die Kunden wünschen einen hellen, freundlichen Saunabereich mit vielen verschiedenen Er-

lebnissaunen und einer Blickbeziehung nach Aussen. Wenn möglich sollte auch ein Frischluftbereich geschaffen werden. Wie bereits erwähnt sind auch hier hohe Ertragspotentiale möglich bei einer mittelmässig hohen Investition.

Modernes Wellnessangebot

Im Bereich der Anwendungen / Therapien hat sich die Anzahl der möglichen Dienstleistungen massgeblich erweitert. Aus den klassischen krankenkassenorientierten Anwendungen wie Rückenmassage, Fangopackung und Wannenbad haben sich durch den Wellnessrend unendlich viele verschiedene Ausprägungen dieser drei grundsätzlichen Anwendungsarten ergeben. So ist die Massage in Form von Aromatherapie, Lomi-Lomi, Pantai-Luar, Shiatsu usw. erhältlich. Gleiches gilt für die Packungen und Einzelbäder. Ein zusätzlicher Trend ist, dass die Besucher heute eine solche Wellnessanwendung sofort und jederzeit verfügbar haben möchten («Instant Wellness»). Dies bedeutet, dass diese Dienstleistungen kurzfristig und im Badebereich (Barfuss-Seite) verfügbar sein müssen. Als Ergänzung des Wellnessangebots bietet sich im öffentlich zugänglichen Bereich des Bades (z.B. in der Eingangshalle) ein Kosmetikstudio an.

Wettbewerbsfähiger Fitnessbereich

Es ist zwar noch nicht in sehr vielen Bädern realisiert, zeichnet sich aber als eine deutliche Entwicklung ab, dass Fitnessbereiche an Freizeitbäder angegliedert werden. Hierbei muss jedoch die Wettbewerbssituation sehr gut analysiert werden, denn in vielen Städten kann der Fitnessmarkt als gesättigt bezeichnet werden. Deshalb sollte man immer die Möglichkeit der Kooperation mit einem bestehenden Anbieter prüfen. Falls man diesen Bereich selbst betreiben möchte, muss man in seiner Wirtschaftlichkeitsvorausschau die 3- bis 5-jährige Anlaufphase berücksichtigen. Zudem gilt es zu berücksichtigen, dass das Fitnessgeschäft auf Grund seines Clubcharakters ein völlig anderes Naturell hat wie das klassische Badgeschäft. Das Fitnessgeschäft ist für viele Badmanager Neuland und bedarf einer anderen Unternehmenskultur.

Im kommunalen Bereich wird oftmals das Argument ins Feld geführt, dass solche Freizeitaktivitäten nicht die Aufgabe der öffentlichen Hand seien. Diese Sichtweise ist insofern nicht richtig, weil die Existenz der so wichtigen öffentlichen Institution «Bad» nur erhalten werden kann, wenn seine Wirtschaftlichkeit massgeblich gesteigert wird. Und dies ist oft nur mittels solcher freizeitorientierter Aktivitäten möglich. Zudem sind auch diese freizeitorientierten Aktivitäten durchaus gesundheitsförderlich und bewegen viele Gäste zum Besuch eines Bades, die sonst ein Bad nicht besuchen würden.

Es ist jedoch essentiell, dass der Bedarf hierfür standortbezogen untersucht wird, denn auch diese, im allgemeinen sehr beliebten Bereiche sind keine «Selbstläufer» mehr.

6. Fazit

Die wichtigsten Ergebnisse dieser Abhandlungen können wie folgt zusammengefasst werden:

- Wirtschaftlichkeitsverbesserung ist nicht nur eine Frage von Investitionen sondern auch von betrieblichen Massnahmen. Zudem führt jede zusätzliche Investition zu neuen Kapitalkosten. Deshalb muss eine neue Investition immer auch zuerst den Nachweis erbringen, dass sie wirklich zu einer Wirtschaftlichkeitsverbesserung führt.
- Durch eine detaillierte Betriebsanalyse kann die Wirtschaftlichkeit erheblich verbessert werden.
- Das Bädermanagement muss dort ansetzen, wo es sich lohnt: Bei den grössten Aufwand- und Umsatzpositionen, die sich verändern lassen.
- Das grösste Wirtschaftlichkeits-Verbesserungspotential liegt oftmals auf der Umsatzseite.
- Aufwandreduktionen sind nur echte Einsparungen, wenn sie nicht zu einer Angebotsverschlechterung führen.

Stets aktuell: die GUT

Internationale Bäder-Fachmesse baut ihre Stellung als europäische Leitmesse mit erweitertem Angebot aus

Die «interbad» bleibt der Massstab...

Im Vorfeld der «interbad», der wichtigsten europäischen Fachmesse für Schwimmbad, Sauna und Spa, stehen alle Zeichen auf Erfolg. Die Leitmesse für öffentliche und private Bäder, die vom 27. bis 30. September 2006 in Düsseldorf (D) stattfindet, nimmt noch ergänzende Produktfelder in ihr Angebot auf und baut ihre Stellung weiter aus.

Die Veranstalter und Organisatoren der «interbad» sowie führende Hersteller der wichtigsten Branchen machten auf einer internationalen Pressekonferenz bereits am 22. Februar 2006 in Aachen (D) deutlich, warum die Veranstaltung «interbad» in Europa weiterhin «die Nase vorne» hat.

Starkes Interesse bei Ausstellern aus dem In- und Ausland

«Nachdem bis Anfang Februar 2006 bereits rund 200 Anmeldungen bei uns eingegangen sind, werden wir die angestrebte Zahl von 350 bis 400 Ausstellern wieder erreichen und das hohe Niveau der letzten Veranstaltung behaupten», sagte Andreas Wiesinger, Kompetenz-Bereichsleiter der Messe Stuttgart, auf der internationalen Pressekonferenz am 22. Februar 2006 in Aachen (D): «Dabei zeichnet sich jetzt schon ab, dass der internationale Anspruch mindestens so hoch sein wird wie bei der letzten Veranstaltung – rund 25% der Aussteller kommen wieder aus dem Ausland.»

Neben den Ausstellern aus Deutschland erwartet die Messe Stuttgart auf der «interbad 2006» dieses Jahr in Düsseldorf (D) eine starke Beteiligung aus Österreich und der Schweiz. Aber auch Unternehmen aus den Niederlanden, Belgien, Italien, Ungarn und aus osteuropäischen Ländern nutzen die Chance und präsentieren ihre Neuheiten. Zusätzlich findet die «interbad» über die europäischen Grenzen hinaus Beachtung – Firmen aus den USA, aus Kanada sowie aus Asien werden sich dieses Jahr ebenfalls einem breiten Fachpublikum vorstellen.

Die Messe Stuttgart und die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen haben den Führungsanspruch der Fachmesse «interbad» weiter ausgebaut und streben eine noch stärkere Internationalisierung an. Wichtigstes Werkzeug dafür ist die Erweiterung der internationalen Dialogplattform: Bereits jetzt haben sich Delegationen aus zehn Ländern angekündigt. Die Besuchergruppen, bestehend aus Betreibern, Investoren und Inhabern aus der Bäderbranche, kommen nach Düsseldorf und machen sich für die «interbad» stark.

Breites Angebot für ein fachkundiges Publikum

Die Fachmesse «interbad» ist die einzige europäische Veranstaltung der Branche, die mit einem ganzheitlichen Ansatz verschiedene Zielgruppen aus dem öffentlichen und aus dem privaten Bereich anspricht. Kernstück der «interbad» sind die ursprünglichen Keimzellen der Messe: Schwimmbad und Sauna. Um diesen Kern haben sich bereits bei den letzten Veranstaltungen ergänzende Angebote etabliert. Die Themen Wellness, Beauty, Fitness, Solarien und Soft Medical Care wurden sehr gut von Ausstellern wie auch von den Besuchern angenommen. Mit diesem breiten Angebot stößt die Fachmesse «interbad» gezielt in eine Lücke, die von der abgesagten Messe «Lifetime» in Frankfurt hinterlassen wurde.

«Das Zusammenwachsen der Bereiche Schwimmbad, Sauna und Spa ist eine Entwicklung, die weiter voranschreitet und an Dynamik gewinnt – wir liegen mit unserem Konzept für die «interbad 2006» also voll im Trend», so Andreas Wiesinger an der internationalen Pressekonferenz in Aachen. Neben dem Megatrend Wellness lenkt die Branche ihren Blick auch auf Familien mit Kindern. Ob durch den Aus- und Neubau von bestehenden Nass- und Trockenspielbereichen oder die Einbindung von Hallenspielflächen – die Betreiber können Attraktivität und Wirtschaftlichkeit der Bäder massgeblich steigern.



Neben den Neuheiten der diesjährigen Bäder-Fachmesse bietet die «interbad 2006» auch ein attraktives Rahmenprogramm: Der Kongress der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen, die Sonderschauen des Spa Unit Clubs sowie der European Waterpark Association, die Spa Market Conference und weitere Vorführungen werden aktuelle Trends zeigen.

Der Markt für öffentliche Bäder steht vor Veränderungen...

Dr. Christian Ochsenbauer, Hauptgeschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen, zeigte auf der Pressekonferenz in Aachen die Entwicklung und die aktuelle Situation der öffentlichen Bäder in Deutschland auf. Dabei stellte er den hohen Sanierungsstau als zentrales Problem fest: Viele Bäder aus den 60er-Jahren sind erheblich in die Jahre gekommen und sind stark sanierungsbedürftig. Die Entwicklung bei den öffentlichen Bädern wird ausserdem bestimmt durch die immer höheren Anforderungen der Badegäste und durch die zunehmende Konkurrenz – sowohl untereinander als auch mit anderen Freizeitangeboten. «Die Betreiber müssen sich deshalb zunehmend entscheiden, welche Zielgruppen sie mit ihrem Angebot erreichen wollen», so Dr. Christian Ochsenbauer: «Die Zukunft des Badewesens liegt zwischen Daseinsvorsorge und Wellness.» Der Trend zur eigenverantwortlichen Gesundheitsvorsorge spielt dabei eine wesentliche Rolle. Der aktuelle Kunstbegriff «Wellness», der den Gesundheits-Gedanken meist umschreibt, ist ein Megatrend unserer Gesellschaft und wird zunehmend wichtig für die öffentlichen Bäder, die sich gegen die Konkurrenz im Freizeitsektor behaupten müssen.

Im Spa- und Sauna-Bereich gilt: Klasse statt Masse

Die aktuellen Trends aus dem Saunabereich stellte Harry Schramm, Leiter Vertriebsmanagement von «Deckelmann Wellness» (D) vor. Aus seiner Sicht setzt sich die Erkenntnis «Weniger ist mehr – Klasse statt Masse» immer mehr durch. «Nicht die Vielzahl der Attraktionen, sondern Einzigartigkeit, Abstimmung, persönliches Wohlbefinden und der Service entscheiden künftig über Erfolg oder Misserfolg einer Spa- und Wellness-Anlage», meinte Harry Schramm in Aachen. Indizien für diese Entwicklung sind der Einzug des Spa in die Hotel-Zimmer, der Vormarsch des Vitality-Pools oder auch neue Formen der Wellness-Behandlung.

Weiterentwicklung bei den Whirlpools

Die Situation der Whirlpool-Branche stellte Eddy Gerets dar. Der Managing Director von «Watkins Europe» zeigte auf, wie stark sich die Whirlpool-Industrie verändert hat. Die ersten Whirlpools und Massagebäder kamen vor rund 20 Jahren aus den USA und damals stand mehr die Funktionalität als Optik und Design im Mittelpunkt. «Die Kunden setzen den hohen technischen Standard voraus, immer wichtiger werden Faktoren wie ansprechendes Design, wertvolle Materialien und ergonomische Bedienung», so Eddy Gerets. Passend zu den Whirlpools werden deshalb auch Beistellmöbel angeboten, die universell einsetzbar sind und im Garten oder auf der Terrasse den Lifestyle des Besitzers widerspiegeln. Ein weiteres Verkaufsargument bei den

Kunden ist die Energie-Effizienz der Produkte: Whirlpools, bei denen die Energiekosten auch im Ganzjahresgebrauch unter einem Euro pro Tag liegen und die an das häusliche Stromnetz angeschlossen sind, überzeugen die Verbraucher.

Positive Tendenz bei Schwimmbädern und Pools

Den Markt für private Pools und Becken bei den öffentlichen Bädern wurde auf der internationalen Pressekonferenz in Aachen von Pedro Arrébola, Marketing and Communication Director der «Europe AstralPool Holding», beleuchtet. Er schätzt die Anzahl der Schwimmbecken in Deutschland auf 500000, zu denen jährlich rund 10000 hinzukommen. Nach dem Jahrhundert-Sommer 2003 waren 2004 und vor allem 2005 eher Jahre der

Stagnation, in einigen mitteleuropäischen Ländern ist momentan sogar eine Rezession zu beobachten. Andererseits verzeichnet die Pool-Branche in Polen, Ungarn, Tschechien, Russland und in einigen asiatischen Ländern ein bedeutendes Wachstum. Auch Pedro Arrébola bestätigte die Bedeutung der Freizeitbereiche in öffentlichen Bädern und den weiterhin wachsenden Stellenwert von Wellness. Dabei sieht er die Zukunft der Pool-Branche durchaus positiv: «Viele Wirtschaftsindikatoren deuten auf eine positive Entwicklung im europäischen Markt hin, selbst bei schon gesättigten Märkten wird ein Wachstum durch den Verkauf von hochwertigen Produkten stattfinden. In den osteuropäischen Ländern sowie im asiatischen Markt, vor allem in China, sehen wir eine hohe Kaufkraft und wachsende Märkte.»

Weitere Infos im Internet:
www.interbad.de

Innenarchitektin Lore Gellersen entwarf Sonderfläche «Wellness-Visionen» auf der «aquanale 2005»

Wellness ist etwas ganz Persönliches!

Riesige Kugelnester in Farbwelten getaucht, kombiniert mit ausgeklügelten Glas-Kreationen, in Verbindung mit edlen Fliesen, Bad- und Saunamöbeln. So sehen die Wellness-Visionen der Hamburger Innenarchitektin Lore Gellersen aus. Im Jahre 2005 von ihr erdacht, entworfen und von den «WellnessPartnern» mit viel Liebe zum Detail erstellt, waren die «Gellersen-Visionen» 2005 Wirklichkeit geworden und wurden auf 160 m² Sonderfläche an der Bäder-Messe «aquanale 2005» in Köln dem Publikum vorgestellt.

Die «aquanale 2005» – internationale Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente – fand mit grossem Erfolg vom 26. bis 29. Oktober 2005 in Köln statt. Sie war bereits in der zweiten Auflage Europas führende Informations-, Kontakt- und Businessplattform der internationalen Schwimmbad- und Saunabranche. 220 Aussteller aus 23 Ländern stellten alles rund um Fertigschwimmbäder, Whirlpools/Spas, Sauna-Anlagen, Dampfbäder sowie um die Einrichtung und Ausstattung ganzer Schwimmbadbereiche für Privatlite oder kommerzielle Betreiber aus.

Das Thema Wellness ist, so nimmt es Lore Gellersen wahr, «in aller Munde und Wunsch eines jeden». Wie Wellness für jeden funktionieren soll, könne keiner sagen, meint die Hamburger Innenarchitektin. Lore Gellersen wörtlich: «Und das ist auch gut so. Wellness ist nämlich etwas ganz Persönliches und für jeden anders!» Getreu diesem Vorsatz hat sie die Wellness-Visionen gestaltet. Die «WellnessPartner» haben Gellersens Ideen umgesetzt. «Auserdem hat Gartenplaner Andreas Maurer den Ur-Entwurf mit den Möglichkeiten der gestalterischen Naturwelt eingehüllt», ergänzt die deutsche Innenarchitektin.

Service aus einer Hand...

Die «WellnessPartner» sind eine bundesweit einmalige deutsche Kooperation von Bauhandwerkern und Architekten. Ihr Konzept «Service aus einer Hand» integriert Planung, Konzeption und Einbau von Saunen und Schwimmbädern. Zum Team gehören Haus- und Elektrotechniker, Tischler, Garten- und Landschaftsbauer, Maler, Stuckateure, Fliesenleger, Schwimmbad-, Sauna- und Wintergartenbauer.

Einen deutlichen Informations-Mehrwert für die Gäste aller drei im Herbst 2005 zeitgleich durchgeführten Kölner Messen («aquanale», FSB, «Solaria») bot 2005 auch das 1. Kölner Schwimmbad- und Wellness-Forum. Es war unter dem Motto «Wärme, Wasser und Licht harmonisch vereint» exakt auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Besucherzielgruppen der drei Messen ausgerichtet und beinhaltete ein umfassendes Workshop- und Vortragsprogramm.

Das Wellness-Forum wurde von Praktikern für Praktiker gemacht und bot eine Basis für Begegnungen auf hohem professionellem Niveau. Im Mittelpunkt standen zum Beispiel Vorträge und Diskussionen zu Wellness-Angeboten in Kurorten, Heilbädern und in Hotels bzw. zu Trends für Saunabetriebe, beim Saunabaden und beim Saunabau. Die hohe fachliche Wertigkeit des Forums garantierten die ideellen Träger der Veranstaltung, die IAKS (Internationale Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen e.V.), der deutsche «bsw» und der BSB (deutscher Bundesfachverband Saunabau und Dampfbad e.V.). Die beiden zuletzt Genannten sind auch die ideellen Träger der Messe «aquanale».

Weitere Informationen zur Kölner Messe «aquanale» findet man im Internet unter www.aquanale.de

antibakteria ag
www.antibakteria.ch

Kieselgur



ISO 9001
zertifiziert

TALIMEX-Umwelttechnik

- Störfallsysteme
- Löschwasser-Rückhaltung
- Hochwasserschutz
- Tank- und Behälterschutz
- Sicherheits-Rohrleitungen
- Abwassertechnik

Beratung, Verkauf, Installation und Service.

TALIMEX AG

Ifangstrasse 12a · CH-8603 Schwerzenbach/ZH
Telefon 044 806 22 60 · Fax 044 806 22 70
Internet www.talimex.ch · E-Mail info@talimex.ch

Filialen in:

Dulliken/SO · Cugy/VD
Visp/VS · Tenero/TI

Ganzheitliche Anlagen-Konzeptionen gefragt – Private Freizeitoasen mit und um den Pool

Schwimm- und Badekultur individueller denn je

Das Element Wasser als Quell neuer Energie und Schaffenskraft zu nutzen, schreibt bereits Geschichte. Zwar war den badebegeisterten Römern die Wellnessdefinition an sich gänzlich unbekannt, dennoch genossen sie durchaus die entspannende, regenerierende und vitalisierende Wirkung des Wassers. Heute sind Schwimm- und Wasserspass mit dem Wellnessbegriff untrennbar verbunden. Dabei präsentiert sich die aktuelle Schwimm- und Badekultur innerhalb der anhaltenden Wellnesswelle individueller und facettenreicher denn je.

Es geht beim Schwimmbadbau längst nicht mehr nur um unterschiedliche Beckenformen und Materialien. Durchdachte, individuell abgestimmte Anlagenkonzepte, harmonische Schwimmbadlösungen, die sich gestalterisch an vorhandene Gebäude und Gartenanlagen anpassen, familiengerechtes Freizeitvergnügen, das unterschiedlichste Nutzungswünsche und Anforderungen an das Schwimmbad erfüllt – das alles gehört mittlerweile zum Bereich Schwimmbadbau und dabei zum Aufgabengebiet einer aktiven, zukunftsorientierten Branche!

Der eigene Pool – Spitzenreiter im privaten Freizeitvergnügen

Über 630 000 private Schwimmbadbesitzer gibt es z.B. bereits in Deutschland. Rund 75 % davon sind Freibadanlagen unterschiedlichster Ausführungen und Ausstattungen im Garten. Das weitere Viertel sind Schwimmbadanlagen, im Haus integriert oder in der Variante einer privaten Schwimmhalle. Dabei entsteht längst nicht jedes Indoor-Schwimmbad mit der Errichtung des Hauses. Auch heute noch sind etwa 90 % aller innenliegenden Schwimmbäder nachträglich installierte Anlagen. Die Zahl der Eigenheimbesitzer, die Haus oder Garten mit einem Pool zur ganz privaten Wellnessoase ausstatten wollen, steigt dabei stetig weiter. Dieter C. Rangol, Geschäftsführer des bsw, deutscher Bundesverband Schwimmbad und Wellness e.V., der bundesweit mehr als 160 Schwimmbadfachbetriebe unter einem Dach vereint, bestätigt: «Wenn es um Trends geht, ist das Schwimmbad an sich der absolute Spitzenreiter des Wellnessvergnügens. Ob im Aussenbecken oder im Hallenbad, die abgestimmte Umsetzung individueller Ansprüche an Komfort und Ausstattung machen das Poolvergnügen dabei erst komplett.»

Und tatsächlich ist die Variantenvielfalt im Schwimmbadbau so vielfältig wie die Wünsche und Ansprüche der Schwimmbadbesitzer. Diese Ansprüche und persönlichen Wünsche können direkt an den Spezialisten, den Schwimmbadfachmann, gerichtet werden.

Poolspezialisten – Garanten individueller Wohlfühlöasen

Darin sind sich die Fachleute einig: Schwimmbadbau ist keine Sache für Hobbybastler. Wer lange Freude an seiner Schwimmbadanlage haben möchte, wendet sich direkt an einen kompetenten Fachmann. Die Branche der Schwimmbadbau-Fachunternehmen steht in allen Fragen zur Seite. Ihre Beratung, Planung und Betreuung machen Kosten und Zeitaufwand absolut kalkulierbar. So gibt es heute bereits zahlreiche Beckenlösungen, die innerhalb kurzer Zeit, sogar in wenigen Tagen, den komplett installierten Poolgenuss garantieren. Der Trend zu ganzheitlichen raum-, landschafts- und gebäudeharmonischen Anlagekonzeptionen ist dabei wegweisend für den Dialog mit dem Spezialisten. Dieter C. Rangol empfiehlt, schon bei anfänglichen, unverbindlichen Überlegungen das Gespräch mit dem Pool-Fachmann zu nutzen. So kann man sich einfach ein Bild über die unterschiedlichsten, aber immer individuellen Möglichkeiten für jedes Budget und jeden Geschmack machen, kann mit dem Fachmann gewünschte Eigenleistungen – beispielsweise den Aushub der Baugrube – abklären und mit Sicherheit sein Wellnessvergnügen in einem professionell erstellten Schwimmbad starten und geniessen.

Von der kleinen Lösung bis zum Exklusivpool – Individualität ist gefragt

Kaum kitzeln die ersten Sonnenstrahlen auf der Nase, wächst die Begeisterung für Körperkultur und Fitness im Freien. Bei dem hohen Stellenwert des Wellnessvergnügens im belebenden Nass ist es kein Wunder, dass mittlerweile immer mehr Leute im eigenen Pool schwimmen oder zumindest schon davon träumen. Mit der ersten Frühlingssonne beginnt für private Poolbesitzer die Freibadsaison, die dank innovativer Überdachungsarchitektur mittlerweile keine jahreszeitlichen Abhängigkeiten mehr kennen muss. Unabhängig von saisonalen Einschränkungen öffentlicher Bäder lockt der Pool zuhause und im eigenen Garten dann zum Schwimmen, wann und wie einem danach ist. Mannigfache Beckenformen von klassisch eckig bis zur innovativen, immer beliebter werdenden Freiformlösung, unterschiedliche Materialien vom traditionell gemauerten und gefliesten Becken bis zu GFK- oder Edelstahlvarianten sowie vielfältige Ausstattungsvarianten bei Treppen, Einstiegen und Accessoires sind eine Geschmacks- und Budgetfrage. Ein erfolgreicher Klassiker: Folienbecken – mittlerweile allerdings harmonisch in die Erde eingelassen – erlauben Wasserspass auch für das kleinere Budget und lassen dennoch eindrucksvolle Integrations- und Gestaltungslösungen zu. Weniger kurzlebige Moden bestimmen heute das Schwimmbad innerhalb des Wellnessbegriffs als vielmehr zukunftsorientierte Vorteile für die Benutzer. Wasserpflege, -aufbereitung und -hygiene sind dank innovativer Technologien für den Endkunden heute sehr bequem und einfach zu handhaben. In allen Fragen der Wasserqualität, Energieeinsparung, Sicherheit und Wartung steht dem Kunden darüber hinaus ein Schwimmbadfachbetrieb zur Seite. Zusätzliche Ausstattungslösungen, wie beispielsweise mobile Überdachungen und Abdeckungen, manuell bedienbar oder als automatische Unterflurrolladenanlage, tragen ihr Weiteres dazu bei, die Sicherheit zu erhöhen und den Pflegeaufwand so gering wie möglich zu halten. Abgestimmte Heizsysteme stellen sich allen Geboten energiesparbewusster Badefreuden. Immer beliebter bei der Beckenwasserbeheizung: die Solartechnik. Zugleich legen private Schwimmbadbesitzer immer mehr Wert auf perfekt abgestimmte Anlagen mit durchdachtem Komfort sowie kreative Konzepte.

Das Schwimmbad als persönliche Wellnessoase mit gesundem Vitalangebot ist aus einem abgerundeten Freizeit- und Fitnessprogramm kaum mehr wegzudenken. Der eigene Pool in Haus oder Garten ist und bleibt ein Traum, der allerdings dank massgeschneiderter Lösungen in jeder Grösse und jedem gewünschten Komfort realisierbar geworden ist. Denn nicht allein die Beckengrösse ist ausschlaggebend für die Attraktivität eines Schwimmbades, Ausstattungsdetails, Schwimmpasselemente und Wasserattraktionen, Beckenformen, sowie die harmonische Eingliederung einer Anlage in das Umfeld machen den regelmässigen Schwimmsport auch zuhause attraktiv.

Schwimmbadkomfort – im Detail individuell

Gegenströmung, Nackenschwallduschen, Unterwasserscheinwerfer oder die diversen Whirlsysteme sind nur einige Elemente, die zum Schwimmbadprogramm gehören können. Die Freizeit- und Komfortansprüche des Bauherren selbst sowie natürlich das vorhandene Budget bestimmen die Kriterien, nach denen der Schwimmbadbauer die Anlage plant und gestaltet. Unter Berücksichtigung aller vorhandener Gegebenheiten entstehen so Badelandschaften, die dank fachmännischer Betreuung bereits im Vorfeld in jeder Hinsicht wirtschaftlich kalkulierbar sind. Selbst eine einfache bauliche Lösung kann, ästhetisch ins Umfeld integriert, Lifestyle und Persönlichkeit vermitteln. Dabei ist das «Plus» an Ausstattung absolut persönlich bestimmbar – der Komfortbegriff startet beim klassischen Rechteck- oder Rundpool in durchaus kompakten Ausmassen und kennt nach oben nahezu keine Grenzen der Ausstattung und Gestaltung. Ganz gleich in welcher Grössenordnung sich ein Schwimmbad bewegt, in jedem Fall

bedeutet es eine deutliche Verbesserung der persönlichen Lebens- und Wohnqualität. Ein Aspekt, dem immer mehr Eigenheimbesitzer mit ihrem Schwimmbadvorhaben Rechnung tragen. Das Mehr an individueller Lebensqualität ist sicherlich auch Hauptargument für den Trend zur durchdachten Wellnesskonzeption bei Hallenbädern. Angefangen beim Schwimmbad garantiert ein abwechslungsreicher Querschnitt zusätzlicher Wellnessangebote über Whirlpool, Sauna, Dampfbad, Infrarotkabine sowie Solarium Wohlfühlerlebnis und Komfortgenuss der Superlative. Auch innerhalb der Einrichtung und Gestaltung dieser Anlagen geht es dabei weniger um vordergründige Dekorationen als vielmehr um ganzheitliche Visionen: eine abgestimmte Innenarchitektur wird dabei mindestens so bedeutend wie technische Vorteile. Interieurstile zwischen puristisch reduzierten Wasserwelten, klassischer Eleganz oder opulenten Gestaltungsfaszinationen unterstreichen das persönliche Lebensgefühl der Besitzer, begleiten adäquat persönliche Wohn- und Einrichtungsstile. Ganzheitliche Aspekte prägen auch die Schwimmbadanlagen im Freien. Über Formen, Materialien sowie einem stimmigen landschaftsarchitektonischen Dialog aus Beckenumfeld- und Gartengestaltungen werden harmonische

Anbindungen an Haus und Garten geschaffen. Schwimmbäder integrieren sich ins Gartenumfeld – direkte Anbindungen an die Terrasse sind dabei äusserst beliebt. Das Wellness-Angebot rückt so nah wie möglich ans Haus, um es so häufig wie möglich nutzen zu können. Pool-Überdachungen sorgen dabei für eine möglichst lange Freibadsaison. Ob manuell oder automatisch bedienbar, schaffen diese Lösungen die Möglichkeit, selbst bei schlechtem Wetter in einer angenehm warmen Oase zu schwimmen oder entspannend am Pool zu verweilen. Somit ist das Schwimmen im eigenen Pool mittlerweile immer weniger ein saisonales Thema. Stattdessen wird es für immer mehr Menschen zum Mittelpunkt persönlich zugeschnittenen Freizeitvergnügens und Gesundheitsförderung. Der kleine Urlaub zwischendurch, Musse und Freizeit mit der ganzen Familie, persönliche Gesundheitsvorsorge und Therapiebegleitung, die pure Lust an gesunder, sportlicher Betätigung oder ganz einfach die ureigene Wellness-Philosophie – die Gründe für den eigenen Pool zuhause sind vielfältig.

Internet: www.aquanale.de

Die Zukunft liegt in der Vergangenheit – aktuelle Sauna-Trends

Wellness ohne Grenzen in Zeit und Raum

Das Wort «Sauna» kennt heute jedes Kind. Dahinter steckt eine sensationelle Erfolgsgeschichte. Seit den 60er-Jahren wurden Tausende kleiner Saunabetriebe eröffnet und zahlreiche Heimsaunen installiert. Heute ist das Wort Wellness für einen noch grösseren Teil der Bevölkerung von Bedeutung. Im Bereich Tourismus medial bekannt geworden, ist der Begriff inzwischen ein Symbol für das Bedürfnis, genussvolles und gesundes Leben zu verbinden und sich «etwas Gutes zu tun».

So wie heute auch in der Mode keine eindeutigen, sondern mehrere parallel laufende Trends festzustellen sind, können auch in der Saunabranche verschiedene Entwicklungen beobachtet werden. So befriedigt die Finnische Sauna heute nur noch einen Teil des Bedürfnisses nach Wellness. Sie ist z.B. in Deutschland zwar die bekannteste Badeform, aber inzwischen eine unter vielen. Saunalandschaften verwandeln sich in Wellness-Tempel mit Gastronomie, Anwendungen, Massagen, Becken verschiedener Temperaturen und verschiedenen Schwitzkabinen – ganz nach dem Vorbild der römischen Thermen der Kaiserzeit, die all dies schon damals vereinten. Die neuesten Trends, technischen Entwicklungen, Produkte und Energiesparkonzepte haben die «aquanale 2005» – Internationale Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente und das 1. Kölner Schwimmbad- und Wellnessforum vom 26. bis 29. Oktober 2005 in Köln gezeigt. Damit ist die «aquanale» die Plattform für Information und Diskussion der boomenden Branche geworden.

«Back to the roots»

Mit «Back to the roots» meinen Planer heute die Entwicklung nach «draussen» – hin zu original finnischen Blockhäusern aus Massivholzbauweise, ganzen «Saunadörfern», in denen auch die Ruhehäuser so gebaut werden. In diesen Saunahäusern sind riesige Aufgussöfen genauso beliebt wie draussen Naturbadebecken. «Back to the roots» heisst also, die finnische Saunakultur den Gästen möglichst nah zu bringen und das Naturerlebnis in den Vordergrund zu stellen. Finnische Abende mit Teer-Aufguss, finnischem Bier, Birkenzweigen und Birkenduft machen die Saunakultur zum Event in gewerblichen Betrieben – aber auch im Privatbereich werden kleine Massivholz-Saunahäuser im Garten gebaut. «Back to the roots» kann ausserdem bedeuten, sich anderer historisch überlieferter Badekulturen zu erinnern und diese für heute nutzbar zu machen. Ungebrochen ist hier der Trend zum Hamam, in denen Hamam-Meister Teile ihrer Kultur zu uns bringen und wunderschöne Kachelbäder in die «Märchen aus 1001 Nacht» versetzen. Schliesslich werden Elemente der römischen Badekultur

in Hotels und Thermen immer beliebter, auch wenn es hier einige Verwirrung bei Gästen und Planern gibt, wie genau ein antikes Tepidarium oder Caldarium geplant und benutzt werden sollte. Da diese Badekultur mit dem römischen Reich «untergegangen» ist, sind sich Archäologen und Wissenschaftler nicht immer einig, welche Temperatur und Feuchtigkeit in welchem Bad vorherrschen sollte, und auch bei den Gästen gibt es Informationsbedarf über den Umgang mit der historischen Badekultur. Fragen, auf welche die «aquanale 2005» Antworten lieferte, denn eines ist sicher: Die Hinwendung zur überlieferten Badekultur beruht auf dem Bedürfnis, sich über eine authentische, in unserer Kultur nicht (mehr) vorhandene Badekultur in eine Welt zu versetzen, in der Körper und Seele in Einklang miteinander sind.

Erlebnischarakter und Multifunktionalität

Wer den Blick in die alten Badekulturen weniger schätzt als modernes Design und Multifunktionalität, der kauft sich heute eine mit viel Glas und aus schön verschaltem Holz designte Saunakabine. Diese ist z.B. nicht nur mit einem Kombi-Ofen für verschiedene Feuchtigkeitsstufen und Düfte, sondern auch mit Farblichtstrahlern und Musik ausgestattet. Selbst ein Fernseher, der durchs Glasfenster gesehen werden kann, wurde von Trendscoutern schon gesichtet. Individuelle Gestaltung ist hier gefragt, ob Privatkäufer, Hotelier oder DaySpa-Betreiber – jeder möchte sich im grossen Wellness-Dschungel zurechtfinden und ein unverwechselbares Wellness-Erlebnis für sich oder für die Gäste kreieren.

Innenarchitektur und Ambiente gewinnen hierbei immer mehr an Bedeutung – der Saunafan, der in der grossen Therme ein ganzheitliches Wellness-Erlebnis genossen hat, möchte auch zu Hause oder im Hotel solches nicht mehr missen. Farbige Kacheln und Wandmalerei versetzen den Gast z.B. in südliche, aber dennoch erreichbare Welten wie Mallorca oder Griechenland. Für Zuhause warten ausserdem die Dampf-Dusche mit Massage-Düsen, Düfte, Musik und Dampfbad auf: Nach nur wenigen Minuten der Aufheizung ist auch im Badezimmer ein Erlebnis für alle Sinne möglich. Längst ist auch das eigene Bad ein Refugium für Regeneration und Wohlfühlen.

Infrarot-Kabinen auf dem Vormarsch

Verkaufsschlager Nummer Eins im Privatbereich sind Infrarot-Kabinen. Wer die Erwärmung der Glieder und Gelenke zur Entspannung schätzt, sollte sie – trotz äusserlicher Ähnlichkeit mit der Saunakabine – auf keinen Fall mit dieser verwechseln, denn

die abhärtende Wirkung der Sauna ist bei Infrarot-Nutzung nicht nachgewiesen. Gerade ältere Menschen bevorzugen jedoch im Privatbereich die Erwärmung des Körpers bei unkomplizierter Bedienung und geringem Platzbedarf, denn die Aufstellung der Kabine ist in jeder Wohnung möglich. Auch wenn wissenschaftliche Forschungen und eindeutige Baderegeln angemahnt werden, gibt die Begeisterung und Zufriedenheit der Käufer den Herstellern Recht.

Ob und wie sehr sich Infrarot-Kabinen im gewerblichen Bereich durchsetzen werden, ist zur Zeit noch offen. Die Kunst der Produkt-Entwickler besteht darin, die Kabinen so zu gestalten, dass die Strahler möglichst nah und möglichst gleichmässig an den Körper herankommen und trotzdem die Bequemlichkeit in der Kabine gewährleistet ist. Auch hier kann man sich auf Neuheiten von Kabinen grosszügigerer Bauweise und auf innovative Heizsysteme freuen.

Wellness international

Auch der Wellness-Markt wird im Zuge der Globalisierung international. Während türkische und finnische Badekulturen z.B. nach Deutschland importiert werden, gehen deutsche Produkte ins Ausland: Mit Saunaöfen aus Deutschland werden in Russland Banja-Saunen beheizt, in den Arabischen Emiraten oder Japan findet man Erlebnisduschen «Made in Germany» und in Nordschweden Saunalandschaften deutscher Hersteller. Aufguss-Düfte,

die heute an Parfums erinnern, werden nach Finnland exportiert, wo man bisher nur mit Bier und Teerduft aufgegossen hat.

In Deutschland und Österreich ist die Entwicklung der «multi-kulturellen» Thermen und Badelandschaften am meisten vorangeschritten, deutsche Betreiber bauen bereits in England oder Frankreich Bäder und versuchen, die dortigen Wellness-Fans vom Nackt-Saunieren zu überzeugen. Amerikanische Verbraucher dagegen bevorzugen bis heute nur das Dampfbad oder die Infrarotkabine, da man in Übersee auch im Privatbereich den Badeanzug nicht ausziehen mag.

So gross die Unterschiede international auch sein mögen – «Wellness goes international». Vielleicht kann man die Kreuzfahrtschiffe, auf denen Wellnessfreunde heute luxuriöse Erlebniswelten vorfinden, symbolisch als «Botschafter» ansehen, die Wellness- und Badekulturen von einem Kontinent zum nächsten bringen – ähnlich den Handelsreisenden, die in früheren Jahrhunderten das russische Dampfbad in unsere Regionen brachten.

Für all diese – und noch viele andere – Themen und Trends steht die «aquanale», Internationale Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente – die perfekte Plattform. Hier werden Erfahrungen ausgetauscht, begegnen sich verschiedene Badekulturen und eröffnen sich – last but not least – neue Märkte.

Weitere Informationen zur «aquanale» findet man im Internet unter www.aquanale.de

Schwimmen im eigenen Garten



Neu angelegter Schwimmteich in Rodersdorf: Die Ufervegetation muss erst noch wachsen. Fotos: VIVA Gartenbau AG

Die VIVA Gartenbau AG ist seit über zehn Jahren in Binningen und in Riehen tätig. Eines der Spezialgebiete der Firma ist die Planung und die Anlage von Schwimmteichen.

Badeteiche vereinen die Vorteile eines klassischen Pools mit den Vorteilen eines Biotops: Sie bieten frisches, klares Wasser zum Schwimmen, kommen aber ganz ohne Chlor und Chemie aus. Besonders effizient ist das vollbiologische Reinigungssystem der Firma BioNova, das von der VIVA Gartenbau AG exklusiv in der Nordwestschweiz vertrieben wird. Im Unterschied zu einem herkömmlichen Swimmingpool werden diese Badeteiche mit einer Folie abgedichtet, die wiederum mit Kies bedeckt wird. Damit können in der Uferzone Wasserpflanzen und Seerosen gedeihen. Ein Pumpensystem leitet das Wasser durch den Kiesgürtel, wo es von Mikroorganismen gereinigt wird. Das Wasser erhält damit Badewasser-Qualität, ohne dass dazu Chemie nötig wäre. Für Sauberkeit sorgt allein die Natur.

Vom Aufwand her bereitet ein Schwimmteich sogar noch weniger Arbeit als ein herkömmlicher Pool: Im Sommer brauchen die Besitzer einzig das verdunstete Wasser nachzufüllen, im Herbst werden die Pflanzen gepflegt und das Laub von der Oberfläche abgefischt. Auch herkömmliche Pools können in Badeteiche um-



Abkühlung im eigenen Garten: Die Belastungen spielender Kinder hält ein Schwimmteich problemlos aus.

gewandelt werden. Grösse und Form der Teiche können die Kundinnen und Kunden frei wählen. Ein BioNova-Teich ist selbst für kleinere Gärten geeignet.

Die VIVA Gartenbau AG wird von Severin Brenneisen und von Heinz Gutjahr geführt – beide sind eidgenössisch diplomierte Gärtnermeister – und beschäftigt zwölf Angestellte und zwei Lehrlinge. Neben Spezialgebieten wie naturnahem Gartenbau und der Anlage von Gartenteichen übernimmt VIVA auch sämtliche Arbeiten beim Unterhalt von Gebäuden, von kleineren Hauswartungs- und Reinigungsarbeiten bis zum umfassenden Facility Management. So erhalten die Liegenschafts-Besitzerinnen und -Besitzer alle Dienstleistungen im und um das Haus von einer einzigen Ansprechperson.

Weitere Informationen:
VIVA Gartenbau AG, Bündtenmattstrasse 59, 4102 Binningen
Tel. 061 302 99 02, Tel. 061 302 99 07
oder: Viva Gartenbau AG, Schäferstr. 70, 4125 Riehen
Tel. 061 601 44 55, Tel. 061 302 99 07

E-Mail: mail@viva-gartenbau.ch
Internet: www.viva-gartenbau.ch

Trinkwasser ist bis zu 1000 Mal umweltfreundlicher als Mineralwasser

Gute Ökobilanz von Trinkwasser

Eine vom Schweizerischen Verein des Gas- und Wasserfaches SVGW in Auftrag gegebene Studie, die Ökobilanz «Trinkwasser – Mineralwasser» zeigt es deutlich: Trinkwasser ist 90 bis 1000 Mal umweltfreundlicher als Mineralwasser. Der Unterschied wird umso grösser, je weiter das Mineralwasser transportiert oder gekühlt wurde, oder ob es eine spezielle Verpackung hat.

Die Ergebnisse dieser Ökobilanz lassen sich direkt in Handlungsempfehlungen für Konsumentinnen und Konsumenten ableiten. Ungekühltes, stilles Mineralwasser verursacht Umweltbelastungen, die um das 90- bis zu 1000-fache höher sind als diejenigen von Trinkwasser. Somit empfiehlt es sich aus Umweltsicht grundsätzlich, Trinkwasser als Getränk gegenüber Mineralwasser zu bevorzugen. Die Umweltbelastung des Mineralwassers wird wesentlich durch den Transport aber auch durch die Kühlung und die Verpackung bestimmt. Wird Mineralwasser bevorzugt, empfiehlt sich daher der Konsum von heimischen Mineralwässern aus der Region.

Die Studie «Ökobilanz Trinkwasser – Mineralwasser» zeigt insgesamt deutlich, dass sich die in der Schweiz bestehende

zentrale Wasserversorgung mit dem weit verzweigten Rohrsystem von über 50 000 km sehr bewährt. Sie ist nicht nur kostengünstig und zuverlässig, sondern auch umweltschonend und nachhaltig. Die Umweltbelastung durchs Wassertrinken ist im Vergleich zur gesamten Umweltbelastung eines Privathaushalts minimal. Den Trinkwasserkonsum im Haushalt einzuschränken, ist demzufolge kein relevanter Beitrag für umweltgerechtes Verhalten in der Schweiz. Beim Warmwasserverbrauch hingegen kann viel Heizenergie und damit auch Geld gespart werden.

Trinkwasser ist als Durstlöcher eine echte Alternative zu Mineralwasser. Es ist

von hoher Qualität, wie 651 Wasserversorgungen auf der Website www.wasserqualitaet.ch transparent darlegen, bis zu 1000 Mal billiger und vor allem bis zu 1000 Mal umweltschonender.

Für weitere Fragen und Auskünfte:
Schweizerischer Verein des Gas- und Wasserfaches SVGW
Paul Sicher oder Sara Tanner
Unternehmenskommunikation
Grütlistrasse 44
Postfach 2110, 8027 Zürich
Telefon 044 288 33 33
E-Mail: p.sicher@svgw.ch
oder s.tanner@svgw.ch

Studie des SVGW

Bisher gab es zu Umweltbelastungen durch Herstellung, Verpackung und Transporte von Mineralwasser und Trinkwasser der Schweiz nur wenige Studien, welche die Umweltbelastungen untersuchen. Deshalb liess der SVGW von einem renommierten Fachbüro eine Ökobilanz «Trinkwasser – Mineralwasser» ausarbeiten. In dieser Studie wurde die Umweltbelastung von verschiedenen in der Schweiz erhältlichen Varianten von Trinkwasser und Mineralwasser umfassend untersucht und miteinander verglichen.

Kurzfassung der Studie im Internet unter www.svgw.ch (→ SVGW)

Öffentliche und private Frei- und Hallenbäder,
Hotelbäder, Whirl-Pools, Thermalbäder, Zierbrunnen

Planung, Bau, Sanierung und Service

Planung und Bau von kompletten Aufbereitungsanlagen,
Sanierung von bestehenden Schwimmbädern

Filteranlagen, Entkeimungsanlagen, Überwachungsgeräte,
Schwimmbadzubehör, Wärmerückgewinnung, Hubböden

Fehlmann Wasseraufbereitung AG
Bernstrasse 120
3053 Münchenbuchsee
Telefon 031 869 19 94
Telefax 031 869 43 39

Mitglied aqua suisse



Die Quelle aller Badefreuden

SCHWIMMBÄDER

Rückstände von Hormonen und Arzneimitteln in Ostschweizer Gewässern untersucht

Guter Befund für viele Gewässer

In mehreren Ostschweizer Flüssen und Bächen enthält das Wasser Spuren von Arzneimitteln, die von Abwasserreinigungsanlagen nicht zurückgehalten werden. Bei den meisten Mess-Stellen wurden aber nur wenige Substanzen und dies in Konzentrationen weit unter kritischen Werten gemessen. «Spitzenreiter» sind Rückstände von Schmerzmitteln.

Über 3000 chemische Substanzen finden heute Anwendung als Wirkstoffe in Arzneimitteln für die Humanmedizin. Nach der Einnahme werden sie zu einem grossen Teil mit dem Urin ausgeschieden. Das gilt ebenso für natürliche und synthetische Hormone. Auch verschiedene Industrie-Chemikalien können hormonelle Wirkungen aufweisen. Die genannten Stoffe gelangen in aller Regel in die Kanalisation. In der Abwasserreinigungsanlage (ARA) werden viele von ihnen nicht oder nur teilweise biologisch abgebaut oder an den Klärschlamm gebunden und gelangen so in die Gewässer. Antibiotika, die in der Tierhaltung eingesetzt werden, können über die Gülle ins Grundwasser gelangen.

Vier Kantone gemeinsam...

Die Umweltschutzämter der Kantone St. Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Glarus haben gemeinsam das Fluss- und Bachwasser an total 20 Messstellen auf mögliche Belastungen mit hormonwirksamen Stoffen und Arzneimitteln untersucht. Die Liste umfasste 84 Substanzen; 32 davon liessen sich mindestens einmal nachweisen. In der Mehrzahl der untersuchten Flüsse und Bäche kamen nur wenige Substanzen vor, und dies in Konzentrationen weit unter einem kritischen Wert. Dank verbesserter chemischer Analysemethoden ist es heute möglich, diese Inhaltsstoffe bereits in sehr tiefen Konzentrationen zu erkennen, das heisst im Bereich von Nanogramm pro Liter (ein Nanogramm ist ein Milliardstel Gramm). In solchen Mengen haben die Substanzen keine akute Wirkung auf die Wasserlebewesen. Einzelne Stoffe hingegen, zum Beispiel Hormone, können bei langer Einwirkung schädliche Folgen auf Leben im Wasser haben.

Flüsse mit hohem Abwasseranteil sind belastet

Am besten schneidet der Necker ab. Dann folgen die Goldach, die Aach, der Hegibach, der Werdenberger Binnenkanal und der Linthkanal. Nur einzelne Wirkstoffe waren auch in der Sitter oberhalb der Stadt St. Gallen und bei Wittenbach festzustellen. Das Gleiche gilt für die verschiedenen Stellen der Thur, die das gereinigte Abwasser von immerhin 41 ARA aufnimmt. Dies ist von besonderer Bedeutung, weil die Thur über weite Strecken ins Grundwasser infiltriert, das vielerorts für die Trinkwassergewinnung genutzt wird. Die meisten Nachweise und die höchsten Konzentrationen wurden in der Steinach unterhalb St. Gallen und in der Glatt bei Herisau und bei Oberbüren gemacht. Die Gründe liegen auf der Hand: Die Steinach nimmt das gereinigte Abwasser der östlichen Hälfte der Stadt St. Gallen auf sowie jenes aus Wittenbach und Teilen der Gemeinde Speicher, die Glatt jenes der Region Herisau-Flawil-Degersheim-Gossau. Da beide «Flüsschen» bei Trockenwetter nur wenig Wasser führen, wird das Abwasser aus den ARA nur schlecht mit Bachwasser verdünnt.

Diclofenac am häufigsten

In den Proben aus Fliessgewässern trat Diclofenac, ein Antirheumatikum, am häufigsten auf. Ebenfalls relativ oft gefunden wurden ein Antiepileptikum (Carbamazepin), zwei Beta-Blocker (Sotalol, Atenolol) und zwei Antibiotika (Clindamycin, Sulfamethoxazol). In der Glatt und in der Steinach wurden für die Hormone Estron und Ethinylestradiol Konzentrationen gemessen, bei denen Effekte auf Wasserlebewesen nach heutigem Wissensstand nicht völlig ausgeschlossen werden können. Estron ist ein natürliches weibliches Hormon, Ethinylestradiol ein synthetisches, das zum Beispiel in Anti-Baby-Pillen enthalten ist. In der Steinach fallen zudem die relativ hohen Konzentrationen von Röntgenkontrastmitteln auf. Diese Stoffe sind sehr stabil und verbleiben in der Umwelt. Nachteilige Wirkungen für Tiere oder Pflanzen sind bisher nicht bekannt.

Einzelne Nachweise auch im Grundwasser

Während eines vom Bund koordinierten schweizweiten Messprogramms wurden im letzten Jahr auch zahlreiche Grundwasserproben untersucht. Bei Grundwasserfassungen im Einflussbereich von Flüssen waren einzelne Wirkstoffe in Spuren nachweisbar. Antibiotika aus der Tierhaltung wurden bei 12 von 82 Proben festgestellt. Alle betroffenen Stellen liegen im nordwestlichen Teil des Kantons St. Gallen und im Thurtal des Kantons Thurgau.

Fachleute verfolgen das Thema

Es werden derzeit noch keine technischen oder betrieblichen Massnahmen angewendet, um den Eintrag von Hormonen, Arzneimitteln und anderen Mikroverunreinigungen in die Gewässer zu vermindern. In der Gesetzgebung ist zwar das Vorsorgeprinzip verankert, konkrete Grenzwerte aber gibt es nicht. Die Problematik wird jedoch seit einiger Zeit in Fachkreisen diskutiert und ist Gegenstand verschiedener Forschungsarbeiten.

Eine wichtige Massnahme, um den Eintrag der Substanzen in die Gewässer zu verringern, besteht darin, deren Gebrauch auf das Notwendige zu beschränken. Altmedikamente sind bei den Verkaufsstellen zurückzugeben und dürfen nicht über die Toilette entsorgt werden. Zudem wäre es aus Umweltsicht wünschenswert, dass Wirkstoffe entwickelt und eingesetzt werden, die sich in den ARA abbauen lassen. Dies gilt generell für alle synthetischen Chemikalien, die ins Abwasser gelangen.

Weitere Auskünfte erteilen:

Kanton St. Gallen:
Michael Eugster
Amt für Umweltschutz
Fachverantwortlicher für den Bereich Oberflächengewässer
Telefon 071 229 44 31

Kanton Thurgau:
Heinz Ehmman
Amt für Umwelt
Leiter Abteilung Gewässerqualität
Telefon 052 724 23 34

Kanton Appenzell Ausserrhoden:
Karlheinz Diethelm
Amt für Umwelt
Leiter Abteilung Wasser und Stoffe
Telefon 071 353 65 39

Kanton Glarus:
Olivier Scheurer
Amt für Umweltschutz
Gewässerschutz
Telefon 055 646 67 62



aquafun
www.aquafun.ch
Kiosk-Artikel