

VERWALTUNGSVORLAGE

Geschäftsbereich 2
Fachbereich Sport, Bäder
Bearbeitet von: Herrn Paul

Datum
26.08.2002

Beratungsfolge Ausschüsse – Rat

☒ öffentlich

☐ nicht öffentlich

Sport- und Bäderausschuss

09.09.2002

Betreff:

Werbung in den Bädern der Stadt Siegen

Beschlussvorschlag:

Der Sport- und Bäderausschuss nimmt den Bericht zur Kenntnis und stimmt der geplanten Werbung in den Bädern der Stadt Siegen zu.

Sachverhalt / Begründung:

Die Werbebranche entwickelt zunehmend Konzepte für die Werbung in Schwimmbädern. Nach Erhebungen der Werbebranche besuchen mehr als 280 Millionen Menschen jedes Jahr ein Schwimmbad. In den meisten Freizeit- und Spaßbädern ist Werbung bereits eine Selbstverständlichkeit. Aber auch Sportbäder, wie sie in Siegen vorhanden sind, kommen immer mehr ins Blickfeld der Werbeagenturen oder Einzelwerber.

Nach einer Veröffentlichung der Fachzeitschrift „Archiv des Badewesens“, Ausgabe 10/01, liegen die Gesamtwerbeausgaben allein innerhalb der klassischen Werbung (Fernsehen, Radio, Printmedien) in Deutschland bei jährlich rund 33 Milliarden €. Klassische Werbeformen wie Fernsehen und Radio haben immense Streuverluste und verlieren zudem aufgrund des hohen Werbeaufkommens an Wirksamkeit. Deshalb platzieren sich insbesondere Markenartikler verstärkt in einem ausgewählten Umfeld, zum Beispiel in den Erlebniswerten der Bäder als einer neuen und unverbrauchten Werbepattform. Die Kontaktzahl ist zwar geringer und somit die relativen Kosten für die Werbenden höher, dafür ist der Erinnerungswert aber deutlich nachhaltiger als bei den traditionellen Medien. Innerhalb einer erlebnisorientierten Freizeitatmosphäre wirken unterschwellige Reize wesentlich stärker und nachhaltiger. Dem Unternehmen dient die Produktwerbung in den Bädern primär der Absatzsteigerung. Für den Badbetreiber kann durch Werbung eine regelmäßige Zusatzeinnahme in fünfstelliger Höhe erzielt werden.

Für die Schwimmbadwerbung gibt es die unterschiedlichsten Konzepte und Finanzierungsmodelle. Die Verwaltung wird den Markt beobachten und mit interessenten bzw. Anbietern Kontakte aufnehmen. Im Wesentlichen sollen die beabsichtigten Werbemaßnahmen in den Bädern der Stadt Siegen folgende Kriterien erfüllen:

- Harmonische Eingliederung in das individuelle Bäderumfeld
- Plakative und ansprechende Präsentation
- Keine Überfrachtung
- Geringer Aufwand für die Bäder
- Problematische Werbung, z. B. für Alkoholika, Tabakwaren etc., wird ausgeschlossen
- Jederzeitiges Vetorecht der Stadt

Jedwede wirtschaftliche Abhängigkeit des Badbetreibers von den Werbeeinnahmen ist auszuschließen. Die Einnahmen aus der Werbung sollten schwerpunktmäßig für Attraktivitätssteigerungen in den Bädern eingesetzt werden.

Als Pilotprojekt hat die Verwaltung ein Angebot der Sparda-Bank Wuppertal eG, Filiale Siegen, aufgegriffen und vereinbart, dass ab 1. September 2002 Plakate in der Größe DIN A 1 in den drei Hallenbädern platziert werden. Die Sparda-Bank bewirbt auf diesen Plakaten mit dem Slogan „Young +“ junge Menschen für die Eröffnung eines Girokontos. Kosten für die Stadt Siegen entstehen nicht. Die Sparda-Bank zahlt pro Bad 170,00 € im Jahr.

Finanzielle Auswirkungen

☐ ja

☒ nein

Gesamtkosten der Maßnahme	jährliche Folgekosten	Finanzierung Eigenanteil	Finanzierung objekt bezogene Einnahmen	Abstimmung mit dem Kämmerer
				<input type="checkbox"/> ist erfolgt <input type="checkbox"/> ist nicht erforderlich, da Haushaltsmittel im Haushaltsjahr zur Verfügung stehen

Veranschlagung

<input type="checkbox"/> im VermH	<input type="checkbox"/> im VerwH	<input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Ja, mit	Haushaltsstelle
-----------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------	----------------------------------	-----------------

i. A.

Körper

Anlagen: keine