

- Anlage 1 zur Niederschrift -



**ARRIBA**

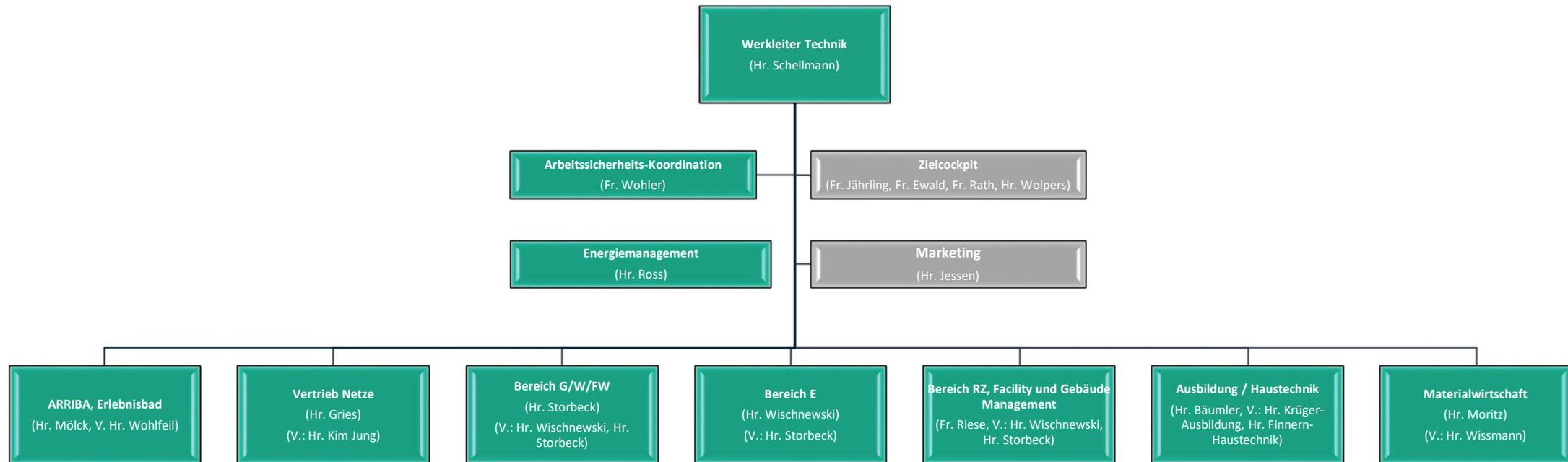
**Neuausrichtung**

## Eckdaten

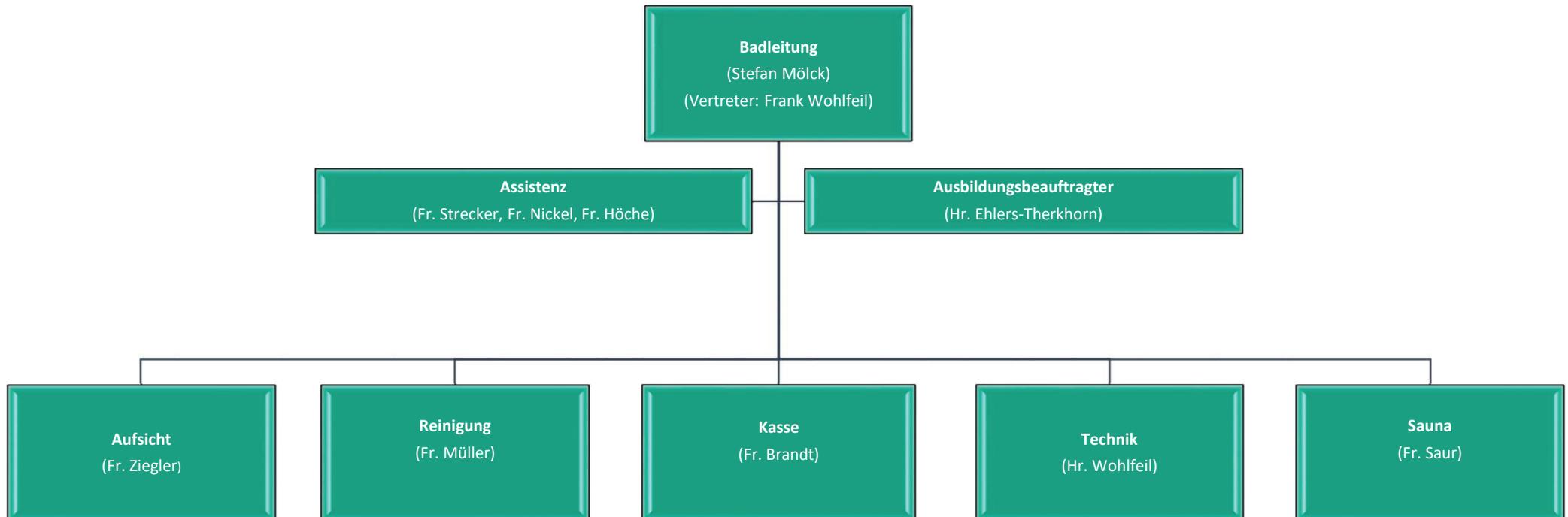
- » Wasserfläche von von 3.500m<sup>2</sup>
- » 13 verschiedene Becken
- » 5 Rutschen
- » 6 Saunen
- » 1.053 Schränke
- » 600 Parkplätze
- » Ca. 750.000-800.000 Gäste pro Jahr
- » Strandbad 5.000m<sup>2</sup>
- » Schul- und Vereinsbad 320m<sup>2</sup>
- » Facebook ca.16.000 Follower
- » Instagram ca. 1.200 Follower



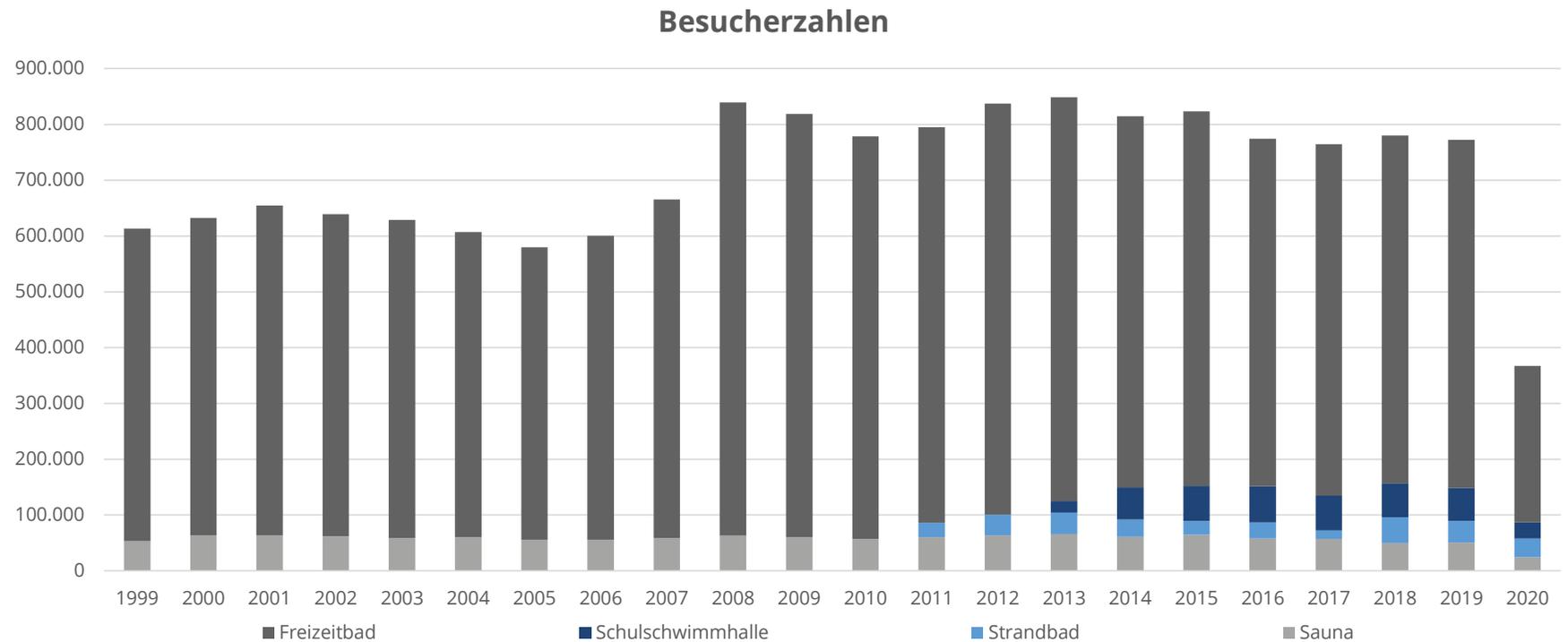
## Organigramm



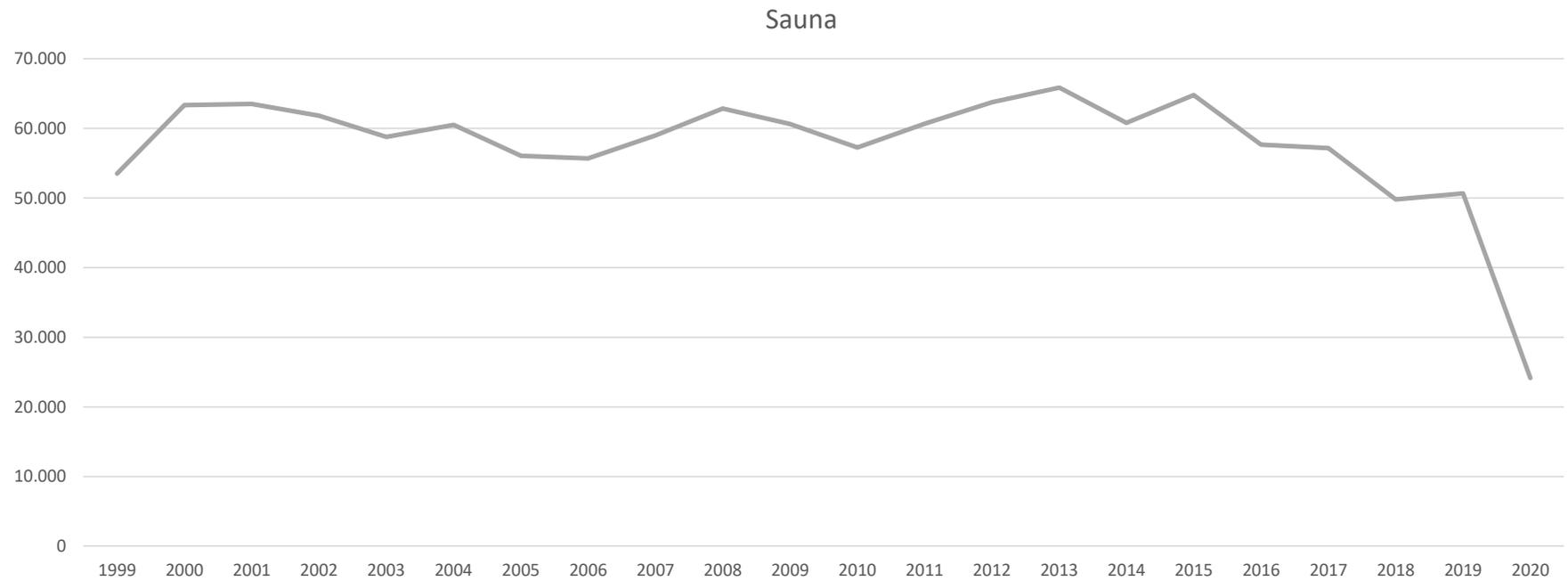
## Organigramm



## Zahlen



## Zahlen



## Umfrage - Bewertungen

- » Mitarbeiter:innen
- » Google Bewertungen
- » Zielgruppenanalyse – Markenbekanntheit
- » Benchmarking
- » Nachhaltigkeit



## Umfrage Mitarbeiter:innen - Bewertungen

### Top Themen - Was zeichnet unser Bad im Vergleich zu anderen Bädern aus?

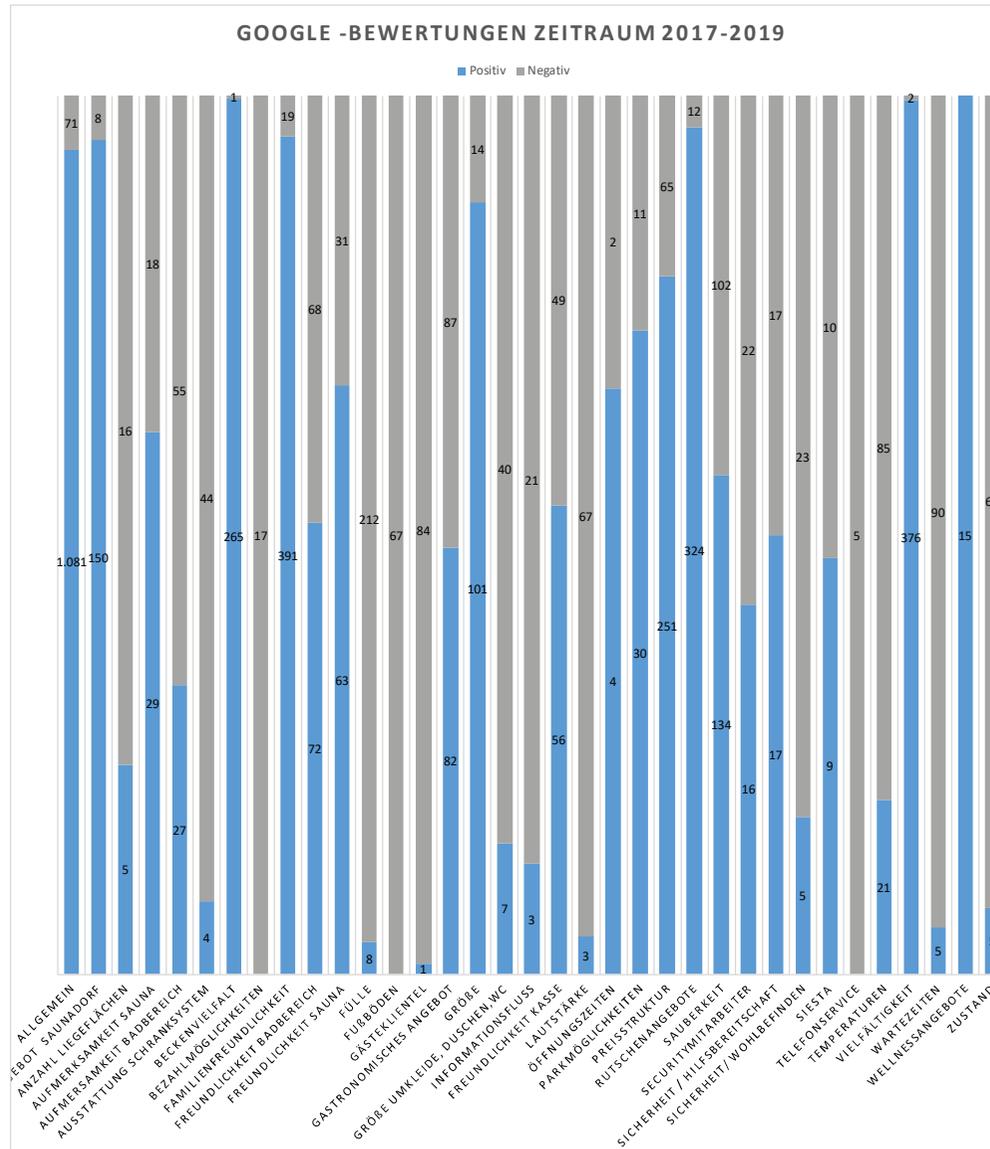
- » Hygiene und Sauberkeit von sehr hoher Priorität
- » Herausragend durch umfangreiches Angebot Sport, Rutschen und Saunen
- » Gast steht im Mittelpunkt, Gast soll unvergesslichen Aufenthalt erleben
- » Welche Probleme lösen wir: Wegweiser, Wechselgeld, Kind weggelaufen, Schwimmbadzeichen abnehmen, Konflikte unter Gästen, Deeskalation, Erste Hilfe leisten, technische Defekte beheben → Alle!
- » Sehr hohe Mitarbeiterzufriedenheit
- » Wir gewinnen Top-Talente → durch eigene Ausbildung
- » Wir entwickeln uns weiter → durch die Reflektion der Kundenwünsche



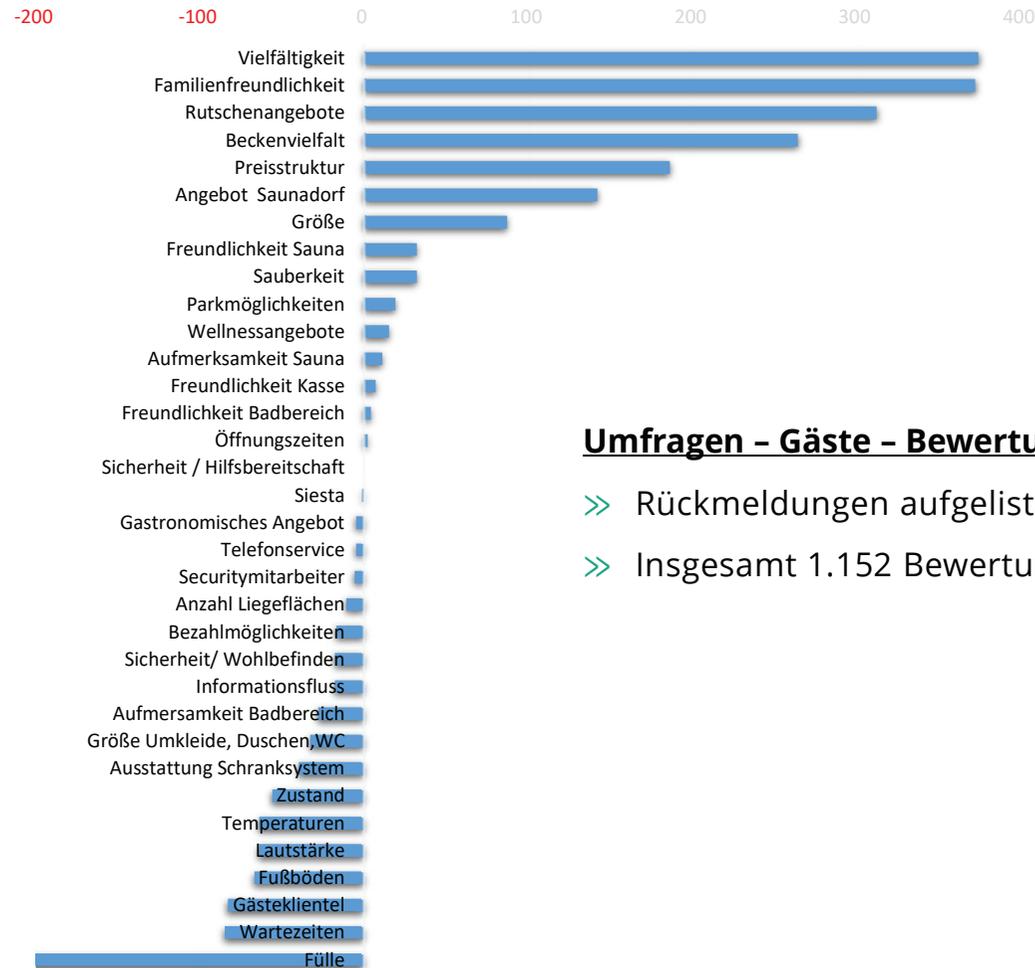
Kategorie	Positiv	Negativ
Allgemein	1.081	71
Angebot Saunadorf	150	8
Anzahl Liegeflächen	5	16
Aufmerksamkeit Sauna	29	18
Aufmerksamkeit Badbereich	27	55
Ausstattung Schranksystem	4	44
Beckenvielfalt	265	1
Bezahlmöglichkeiten		17
Familienfreundlichkeit	391	19
Freundlichkeit Badbereich	72	68
Freundlichkeit Sauna	63	31
Fülle	8	212
Fußböden		67
Gästeklientel	1	84
Gastronomisches Angebot	82	87
Größe	101	14
Größe Umkleide, Duschen,WC	7	40
Informationsfluss	3	21
Freundlichkeit Kasse	56	49
Lautstärke	3	67
Öffnungszeiten	4	2
Parkmöglichkeiten	30	11
Preisstruktur	251	65
Rutschenangebote	324	12
Sauberkeit	134	102
Securitymitarbeiter	16	22
Sicherheit / Hilfsbereitschaft	17	17
Sicherheit/ Wohlbefinden	5	23
Siesta	9	10
Telefonservice		5
Temperaturen	21	85
Vielfältigkeit	376	2
Wartezeiten	5	90
Wellnessangebote	15	
Zustand	5	61

Gesamtstimmen

2.014



# ARRIBA Neuausrichtung



## Umfragen - Gäste - Bewertungen - Google im Zeitraum 2017-2019:

- » Rückmeldungen aufgelistet nach einzelnen Aspekten/Nennungen
- » Insgesamt 1.152 Bewertungen davon 1.081 positiv

## Das Erlebnisbad der Zukunft – Zielgruppenanalyse für das ARRIBA Erlebnisbad

**Stadtwerke Norderstedt**  
Das Erlebnisbad der Zukunft – Eine Zielgruppenanalyse für das ARRIBA Erlebnisbad

<b>Untersuchungsgegenstand</b>	Die Zielsetzung der vorliegenden Studie ist es, die Wahrnehmung des ARRIBA Erlebnisbades im Wettbewerbsumfeld zu beleuchten und ein vertieftes Verständnis für die Motive, Bedürfnisse und Ansprüche an das Erlebnisbad der Zukunft zu gewinnen.
<b>Stichprobe</b>	n=879 (Grundgesamtheit) Personen aus Norderstedt und dem Einzugsgebiet des ARRIBA Erlebnisbades (100 km Umkreis)
<b>Befragungszeitraum</b>	21. Mai 2021 bis 03. Juni 2021

Hamburg, 18. Juni 2021

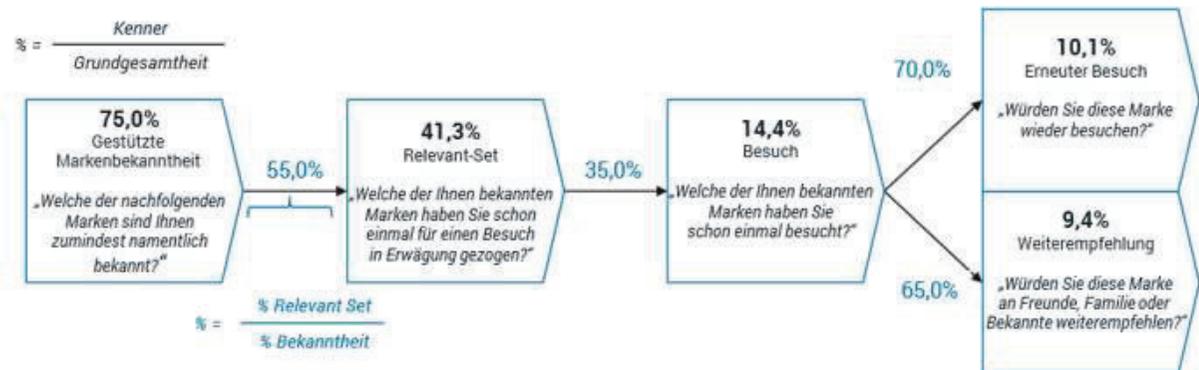
**SPLENDID RESEARCH**

## Das Erlebnisbad der Zukunft – Zielgruppenanalyse für das ARRIBA Erlebnisbad

- Der Markentrichter (Brand Funnel) liefert Informationen über das Kundenverhalten auf verschiedenen Stufen des Bad-Besuchsprozesses. Dabei werden die Ausprägungen der einzelnen Stufen abgebildet und detailliert für alle relevanten Wettbewerber dargestellt.
- Die **Prozessstufenwerte** geben an, welcher Anteil der Zielgruppe die jeweilige Prozessstufe erreicht hat. Im Beispiel kennen 75,0% der Zielgruppe die Marke bzw. das Bad.
- Die **Transferraten** geben an, welcher Anteil der Zielgruppe von einer Prozessstufe auf die nächste überführt wird. Im Beispiel haben 37,3% der Personen, die die Beispielmarke in Betracht gezogen haben, diese auch besucht.

Der Markentrichter bietet den Unternehmen Einblicke in die eigenen Stärken und Schwächen entlang des typischen Bad-Besuchsprozesses.

ERLÄUTERUNG DES BRAND-FUNNELS



## Das Erlebnisbad der Zukunft – Zielgruppenanalyse für das ARRIBA Erlebnisbad

ARRIBA nutzt seine hohe Bekanntheit und performt stark im Brand Funnel; in der Bekanntheit der Alster-Schwimmhalle liegt ungenutztes Potenzial.

ERGEBNISSE DES BRAND-FUNNELS (1/12)



n=879 (Grundgesamtheit)

Abweichung im Vergleich zum Durchschnitt über alle betrachteten Bäder: **positiv/negativ**

© 2021 SPLENDID RESEARCH GmbH

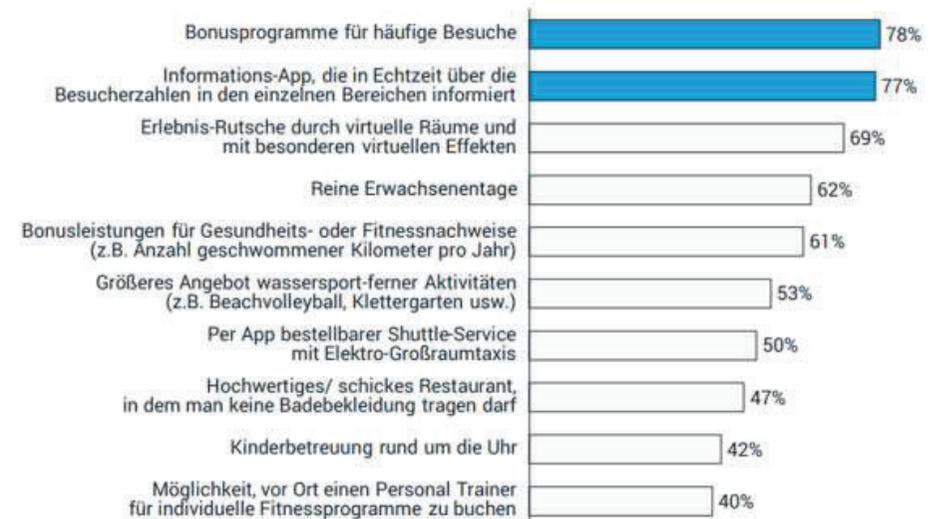
20

## Das Erlebnisbad der Zukunft – Zielgruppenanalyse für das ARRIBA Erlebnisbad

Das Erlebnisbad der Zukunft sollte Bonusprogramme anbieten und eine Informations-App, die über Besucherzahlen informiert.

ERLEBNISBAD DER ZUKUNFT (1/4)

„Wie sieht für Sie das Erlebnisbad der Zukunft aus? Wie attraktiv sind die folgenden Angebote für Sie?“



n=721 (Bäder-Kenner)

\*Abgebildet sind nur die Top 2-Boxen („Sehr wichtig“ + „Eher wichtig“) einer fünfstufigen Likert-Skala.

© 2021 SPLENDID RESEARCH GmbH

70

## Das Erlebnisbad der Zukunft – Zielgruppenanalyse für das ARRIBA Erlebnisbad

### Ergebnisse

- » Umfangreiche Befragung durchgeführt
- » Stärke der „Marke ARRIBA“ wird deutlich
- » Dauerhafte und zielgerichtete Kommunikation erforderlich  
→ dauerhafte Awareness erforderlich
- » Themen „Erlebnisbad der Zukunft“ abgefragt

Stadtwerke Norderstedt

Das Erlebnisbad der Zukunft – Eine Zielgruppenanalyse für das ARRIBA Erlebnisbad

SPLendid  
RESEARCH

Hamburg, 18. Juni 2021



# ARRIBA BENCHMARKING

---

© brandtouch° 2021 · Neuausrichtung der Marke ARRIBA · Hamburg 05.08.2021

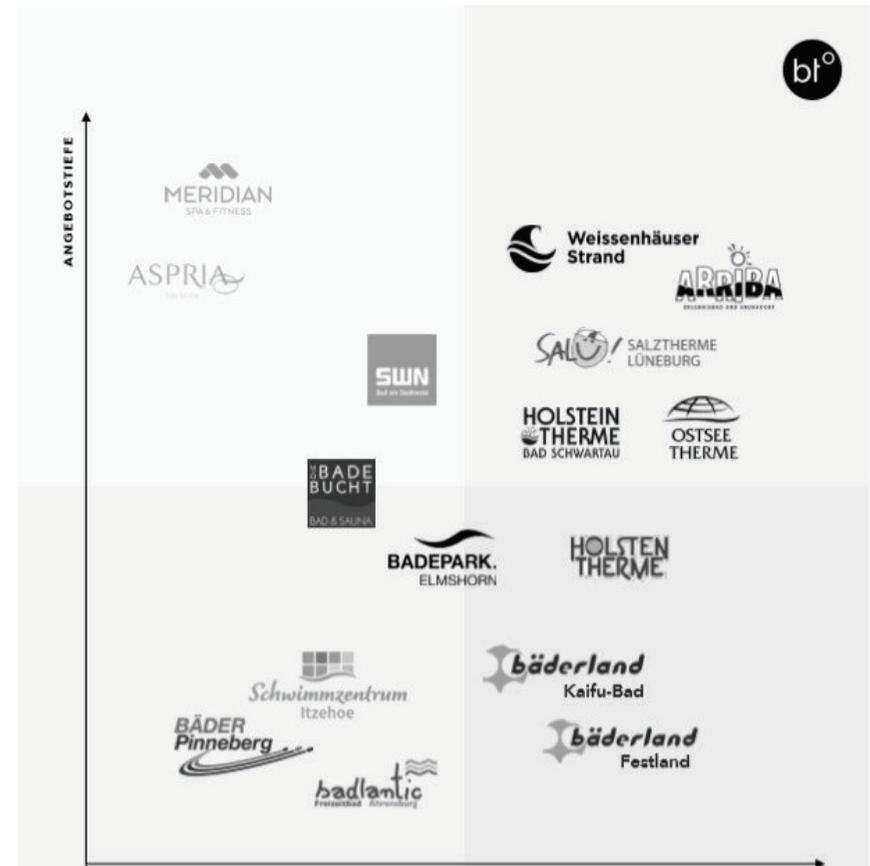
# ARRIBA Neuausrichtung

## Marktumfeldanalyse

02 MARKET INSIGHT  
POSITIONIERUNG

LEADING INSIGHT

Das Marktumfeld der Erlebnisbäder ist geprägt durch eine Vielzahl generalistischer Anbieter, die sich durch wenig Innovationskraft in Angebotsgestaltung und Kommunikation auszeichnen.





**ADD-ONS**

**MASSAGEN**

- Fußreflexzonenmassage
- Massage für werdende Mütter
- Massage-Kombinationen aus Körpermassagen und Aroma-Anwendungen.



**SOLARIUM**



**SPEZIELLE BEAUTY-BEHANDLUNGEN**

- Ultraschall Anwendungen
- Spezielle Anwendungen für Männer
- Maniküre & Pediküre



**SAUNA**

- Heu-Kräuter Sauna
- Kräuter-Sauna
- Event-Sauna
- Damen-Sauna
- Eukalyptus-Sauna
- Salzkristall-Sauna
- Sanarium



**GASTRO**

- Saisonale Gerichte
- Frische Säfte „Detox“/„Fatburner“
- Vegane Hauptgerichte
- regionale Spezialitäten (z.B. Forelle)
- Desserts (z.B. Crème Brûlée)



**FLOATING**



**FITNESS**

- Personal Trainer
- Ernährungsberatung
- EMS Training
- Outdoor-Trainingsbereich



**POOLS**

- Innen- und Außenpool
- Kübeldusche
- Eisbrunnen
- Kneipp-Becken



## Nachhaltigkeit – Die UN-Nachhaltigkeitsziele



## Nachhaltigkeit – Die UN-Nachhaltigkeitsziele

### Welche Ziele werden von uns bedient?

- » zu 3 Gesundheit und Wohlergehen → Vereinsschwimmen, Kurse, Gymnastik etc.
- » zu 4 Hochwertige Bildung → Schwimmschule & Ausbildung
- » zu 5 Geschlechtergleichheit → Geschlechtergerechtigkeit & hoher Frauenanteil
- » zu 6 Sauberes Wasser- und Sanitäreinrichtungen
- » zu 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur → Infrastruktur als Bestandteil der Daseinsversorgung in Norderstedt
- » zu 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden → s.o. - soziale Kontakte
- » zu 13 Maßnahmen zum Klimaschutz → weitere Potentiale vorhanden
- » zu 16 Frieden Gerechtigkeit und starke Institutionen
- » zu 17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele → Vereine & Schwimmschule



## Zusammenfassung

- » Saunaerweiterung wurde beschlossen, Konzept wird anhand der aktuellen Erkenntnisse zur Attraktivitäts-steigerung (Umfragen, Nachhaltigkeit) überprüft und umgesetzt
- » Zielgruppenanalyse – Markenbekanntheit – sehr gutes Resultat, jedoch dauerhafte Awareness erforderlich
- » Benchmarking – Aufrechterhaltung der Attraktivität des Erlebnisbades erforderlich, permanente Anpassung des Angebotes erforderlich
- » Aufstellung Konzepte:
  - » Marketingkonzept
  - » Energiekonzept



**HERZLICHEN DANK**

**für ihre Aufmerksamkeit**