



Deutsche Gesellschaft
für das Badewesen e.V.



Public Value Award für das öffentliche Bad 2012

Aktivsein für die ganze Gesellschaft

**AUSLOBUNGS-
UNTERLAGEN**



Inhalt des Wettbewerbs

Die Kultur öffentlicher Bäder in Deutschland ist im Bewusstsein der Bevölkerung fest verankert. Eine große Mehrheit der Bürger hält die von den Städten und Gemeinden betriebenen Bäder, ganz gleich welcher Art, für wichtig und erwartet ein Angebot „für alle“, das für die ganze Gesellschaft bereitgestellt wird. Dagegen stehen die immer knapper werdenden finanziellen Mittel der Städte und Gemeinden. Nicht selten resultiert aus dieser Konstellation eine Verengung des Blicks auf den rein betriebswirtschaftlichen Erfolg eines Bades.

Dem möchte die Idee des „Public Value“ eine ganzheitliche Beurteilung entgegensetzen. Der „Public Value“ ist gemäß der aktuellen sozialwissenschaftlichen Diskussion der Daseinsvorsorgeaufgaben öffentlicher Einrichtungen definiert als deren „gesellschaftliche Wertschöpfung“. Dabei geht es über die Grundversorgung zu geringstmöglichen Kosten hinaus um die Erhaltung und Steigerung von Lebensqualität.

Dieser Beitrag öffentlicher Einrichtungen muss demnach noch stärker als bisher ins Bewusstsein sowohl der Bevölkerung als auch der Verantwortlichen gebracht werden. Der Public Value Award zeichnet eine möglichst breite gesellschaftliche Wertschöpfung des öffentlichen Bades aus und fördert somit die Akzeptanz und Unterstützung durch die Öffentlichkeit. In diesem Sinne für die ganze Gesellschaft aktiv zu sein, ist das Fundament für Fortbestehen und Weiterentwicklung der Institution „öffentliches Bad“.

Ziel des Wettbewerbs

Dass dieser Beitrag zum Gemeinwohl auch von den politischen Entscheidern über die Zukunft der lokalen Bäder wahrgenommen wird, ist eine wichtige Voraussetzung für die Förderung der Institution „öffentliches Bad“. Die jeweiligen Badverantwortlichen können diese Vermittlung leisten, da sie über die notwendige Verankerung in Stadt oder Gemeinde verfügen.

Deshalb lobt die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V. in diesem Jahr zum 2. Mal einen Wettbewerb aus, bei dem besondere Beiträge öffentlicher Bäder zur gesellschaftlichen Wertschöpfung mit dem „Public Value Award“ ausgezeichnet werden. Der Award möchte auf diesem Wege auch die engagierten Menschen auszeichnen, die sich für ein breites Angebot im Sinne der Daseinsvorsorge stark machen und ihnen so „politisch“ den Rücken stärken.

Der Preis würdigt dabei herausragende Leistungen in den Bereichen „Gesundheit“, „Genuss und Wohlbefinden“, „Gemeinschaft“, „Ökologie“ und „Effizienz“. Er soll dazu beitragen, die vielfältigen Wertbeiträge des öffentlichen Bades sichtbar zu machen und die Wahrnehmung dieser Werte in der Gesellschaft weiter zu intensivieren. Auch will die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen mit ihrem mehrdimensionalen Kriterienkatalog die Modellbildung des „guten“, das heißt gesellschaftlich wertvollen und sozial akzeptierten Bades fördern.

Teilnahmebedingungen

Teilnahmeberechtigt ist jedes Bad in Deutschland, das von einer Kommune betrieben wird und der öffentlichen Nutzung zur Verfügung steht. Dabei spielt die Art des Bades (z. B. Hallen- oder Freizeitbad) und die Rechtsform (z. B. Eigenbetrieb oder GmbH) keine Rolle. Von der Teilnahme ausgeschlossen sind Bäder, die von einem Mitglied der Jury gebaut wurden oder aktuell betrieben werden.

Ein Badbetreiber kann mehrere Bäder als Wettbewerbsbeiträge einreichen. Jedes Bad wird für sich bewertet.

Da es sich bei dem Wettbewerb um das Bad als Institution handelt, ist die Teilnahme unabhängig vom Alter der Gebäudeanlage. Beurteilt wird die gegenwärtige Nutzung. Planungen können nicht in die Bewertung mit einfließen.

Es ist zulässig, bereits bei diesem und anderen Auszeichnungs- und Preisverfahren eingereichte oder prämierte Beiträge in den Wettbewerb einzubringen.

Wettbewerbskategorien

Die Bewertung und die Ermittlung der Preise erfolgt in zwei Kategorien. Die eine Kategorie umfasst Freibäder. Die andere Kategorie beinhaltet Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder.

Einzureichende Unterlagen

Alle einzureichenden Unterlagen, auch die Pläne und Fotos, dienen über die allgemeine Darstellung des Bades hinaus in erster Linie der inhaltlichen und visuellen Erläuterung seines Public Value.

Alle Wettbewerbsunterlagen stehen zum Download auf der Website www.baederportal.com unter „Public Value Award“ bereit.

Sämtliche Texte müssen in deutscher Sprache verfasst werden. Die als pdf-Dateien erstellten Formulare und Fragebogen müssen digital ausgefüllt werden. Alle Unterlagen, auch die Pläne und Fotos, müssen sowohl als Papierausdruck als auch auf CD/DVD in sehr guter Bildauflösung eingereicht werden.

Folgende Unterlagen sind einzureichen:

- **je 1 Fragebogen zu den fünf Wertekategorien**
„Gesundheit“, „Genuss und Wohlbefinden“, „Gemeinschaft“, „Ökologie“ und „Effizienz“ sowie ein Fragebogen mit ergänzenden Angaben (siehe Seiten 6 bis 11).
- **Plan/Pläne**
1 Übersichtsplan bzw. max. 2 Pläne über Funktionsbereiche und Außenanlagen des Bades (mit Bezeichnung des Bades, ohne Vermaßungen, nur wesentliche Raumbezeichnungen, max. DIN-A3-Papierausdruck)
- **Fotos**
8 nummerierte Fotos (Fotos mit erläuternden Bildunterschriften und Fotoquellen in DIN-A4-Größe)
- **Verfasser-Erklärung**
Die digital ausgefüllte und ausgedruckte Verfasser-Erklärung muss vom Badbetreiber unterzeichnet werden.

Termine

Einsendeschluss aller Unterlagen ist der 15. Mai 2012
(Datum des Poststempels):

Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V.
„Public Value Award für das öffentliche Bad 2012“
Haumannplatz 4
45130 Essen

Später eingegangene Sendungen können nicht berücksichtigt werden.

| | |
|---|--------------------------------|
| ■ Bewerbungsschluss | 15. Mai 2012 |
| ■ Jurysitzung | Sommer 2012 |
| ■ Preisverleihung | 9. Oktober 2012 |
| ■ Präsentation der prämiierten Bäder | 9. bis 12. Oktober 2012 |

Vorprüfung

In der Geschäftsstelle findet eine Prüfung der eingereichten Beiträge auf Vollständigkeit sowie formale und inhaltliche Richtigkeit statt.

Jury

Die Beurteilung der Wettbewerbsbeiträge erfolgt durch eine unabhängige Jury, der die folgenden Personen angehören:

- Prof. Dr. Timo Meynhardt (Vorsitz)
Zentrum für Führung und Werte in der Gesellschaft,
Universität St. Gallen
- Prof. Dr. Christoph Breuer
Deutsche Sporthochschule, Köln
- Martin Fromm
Wirtschaftsbetriebe Mühlhausen GmbH
- Richard Joos
ehem. Geschäftsführer der Kur- und Bäderbetriebe
Stuttgart
- Uwe Käsebier
Preisträger einer der drei Awards 2010,
Bremer Bäder GmbH
- Niclas Stucke
Hauptreferent für Sportpolitik im Deutschen
Städtetag a. D., Köln
- Alexander von Salmuth
4a Architekten GmbH, Stuttgart
- Hans-Helmut Schaper
Planungsgruppe VA GmbH, Hannover
- Hans Zistl-Schlingmann
Baudirektor der Stadt Landshut

Die Sitzung der Jury ist nicht öffentlich, ihre Entscheidung ist verbindlich, der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Wettbewerbsteilnehmer werden über die Ergebnisse voraussichtlich im September 2012 informiert.

Preise

Die Jury vergibt Preise in zwei Kategorien, zum einen für Freibäder, zum anderen für Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder. Sie entscheidet darüber, ob sie einen 1., einen 2. und einen 3. Preis oder möglicherweise gleichrangige Preise vergibt.

Jedes ausgezeichnete Bad erhält einen Sieger-Award, eine Urkunde und eine Plakette.

Preisverleihung

Die feierliche Auszeichnung der Gewinner erfolgt im Rahmen der Eröffnungsveranstaltung der internationalen Fachmesse interbad 2012 in Stuttgart am 9. Oktober 2012.

Darstellung in der Öffentlichkeit

Der Wettbewerb wird vom Auslober intensiv publizistisch begleitet. Die prämierten Bäder stehen exemplarisch für den Public Value eines öffentlichen Bades an sich. Durch die Präsentation der besten Beispiele erhält das öffentliche Bad mehr Aufmerksamkeit und Anerkennung auf vielen Ebenen.

Ausstellung

Durch eine Ausstellung auf dem Messestand der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen auf der interbad 2012 werden die prämierten Beiträge einem breiten internationalen Fachpublikum nahegebracht.

Die Ausstellungstafeln gehen nach der Messe in den Besitz der Preisträger über und werden ihnen kostenfrei übersandt.

Veröffentlichungen

Eine Dokumentation des Public Value Awards 2012 erfolgt in Form ausgewählter Beiträge ausführlich in AB Archiv des Badewesens.

Die Ergebnisse des Wettbewerbs stellt die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen den Fachmedien zur Veröffentlichung zur Verfügung.

Urheber- und Nutzungsrechte

Der Wettbewerbsteilnehmer verpflichtet sich, mit der Einreichung seiner Wettbewerbsunterlagen die Auslobungsbedingungen anzuerkennen. Mit der eingesandten, unterschriebenen Verfasser-Erklärung überträgt der Teilnehmer dem Auslober die einfachen, nicht übertragbaren und unentgeltlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte an den Unterlagen einschließlich aller Texte, Pläne, Zeichnungen und Fotos zu dem nachfolgenden Zweck. Der Auslober ist berechtigt, alle Unterlagen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit und aller Medien der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen räumlich und inhaltlich uneingeschränkt zu nutzen und zu verwerten, und zwar insbesondere zu den in den Auslobungsbedingungen genannten Ausstellungs-, Dokumentations- und Kommunikationszwecken.

Dem Auslober obliegt das Erstveröffentlichungsrecht an den Wettbewerbsergebnissen. Die Urheberrechte bleiben unberührt. Alle eingereichten Unterlagen gehen in das Eigentum des Auslobers über. Ein Rückversand erfolgt nicht. Für Beschädigung oder Verlust der Wettbewerbsbeiträge übernimmt der Auslober keine Haftung.

Im Falle einer Prämierung erklärt sich der Teilnehmer bereit, seine eingereichten Unterlagen auf Bitten und nach Vorgabe des Auslobers für Veröffentlichungszwecke honorarfrei aufzubereiten.

Durchführung und Betreuung

Der Wettbewerb wird von der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e. V., Essen, durchgeführt. Für Rückfragen steht Ihnen gern die Projektleiterin Dipl.-Ing. Konstanze Ziemke-Jerrentrup telefonisch (0201/879 69-17), per Telefax (-21) oder per E-Mail (k.ziemke@baederportal.com) zur Verfügung.

- Die Fragebogen zu den fünf Wertekategorien und den ergänzenden Angaben sowie die Verfasser-Erklärung finden Sie zum Download und zum digitalen Ausfüllen auf der Website www.baederportal.com unter „Public Value Award“.

Name des Bades

PLZ/Ort

Fragebogen 1: Gesundheit

Mit den nachfolgenden Fragen soll herausgearbeitet werden, in welcher Hinsicht Ihr Bad zur Gesundheitsförderung beiträgt. Dabei können Sportangebote aller Art, aber auch seminarartige Angebote (z. B. zum Thema „Ernährung“) und Angebote zu der besonderen gesundheitsfördernden Wirkung des Wassers, eine Rolle spielen.

- **Wie viele Kurse unterschiedlicher Ausprägung (Kursarten) innerhalb und außerhalb des Wassers wurden im Jahr 2011 angeboten?**

| | Kursarten |
|---|----------------------|
| Schwimmen lernen (Kinder, Erwachsene) | <input type="text"/> |
| Fitnesskurse (z. B. Aqua-Jogging) | <input type="text"/> |
| Präventionskurse (z. B. Fatburner) | <input type="text"/> |
| Rehabilitationskurse (z. B. Koronarsport) | <input type="text"/> |
| Senioren-sport | <input type="text"/> |
| Spielangebote für Kinder | <input type="text"/> |
| Wassergewöhnung für Babys und Kleinkinder | <input type="text"/> |
| Psychomotorische Spiel- und Sportangebote | <input type="text"/> |
| Weitere (z. B. Ernährung) | <input type="text"/> |

- **Wie viele davon werden von der Krankenkasse anerkannt?**

Kursarten

- **Durch welche Maßnahmen unterstützt das Bad individuelles Sportverhalten?**

Textfeld für ca. 800 Zeichen

- **Mit welchen Angeboten unterstützt das Bad Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen?**

Textfeld für ca. 800 Zeichen

- **Mit welchen Institutionen kooperiert das Bad im Bereich der Gesundheitsförderung?**

Textfeld für ca. 800 Zeichen

- Die Fragebogen zu den fünf Wertekategorien und den ergänzenden Angaben sowie die Verfasser-Erklärung finden Sie zum Download und zum digitalen Ausfüllen auf der Website www.baederportal.com unter „Public Value Award“.

 Public Value Award für das öffentliche Bad 2012
Aktivsein für die ganze Gesellschaft

Name des Bades

PLZ/Ort

Fragebogen 2: Genuss und Wohlbefinden

Unter „Genuss und Wohlbefinden“ werden in diesem Fragebogen das sinnliche Erleben des Einzelnen im Bad, das Wohlfühlen und die Freude bis hin zur Spaß- und Erlebnisqualität verstanden. Es geht darum, welche Rolle diese in der Konzeption des Bades spielen und welche Möglichkeiten hierzu geschaffen wurden. Dies beinhaltet Aspekte der Architektur, der Atmosphäre und des Angebots ebenso wie die Schwimm- und Badetradition in der Stadt.

- Welche Gelegenheiten/Orte/Angebote des Bades sind geeignet, dem Kunden Genuss in dem oben beschriebenen Sinne zu ermöglichen?

Textfeld für ca. 1500 Zeichen

- Wie trägt die Architektur, gestalterisch und funktional, zum sinnlichen Erleben im Bad bei?

Textfeld für ca. 1500 Zeichen

- Ist das Bad Bestandteil einer Schwimm- und Badekultur in der Stadt?
(Personen, Veranstaltungen, Traditionen, Engagement von Bürgern)

Textfeld für ca. 1500 Zeichen

- Die Fragebogen zu den fünf Wertekategorien und den ergänzenden Angaben sowie die Verfasser-Erklärung finden Sie zum Download und zum digitalen Ausfüllen auf der Website www.baederportal.com unter „Public Value Award“.

Name des Bades

PLZ/Ort

Fragebogen 3: Gemeinschaft

In dieser Kategorie wird erfragt, inwieweit das Bad in den gesellschaftlichen Kontext der Stadt integriert ist. Hier geht es neben dem Schul- und Vereinsschwimmen um Kooperationen und Vernetzung jeglicher Art.

- Wie viele Besuche durch Schulschwimmen (Anzahl der Schüler) fanden 2011 statt?

Besuche

- Gibt es über das reine Schulschwimmen hinaus Kooperationen mit Schulen?

Textfeld für ca. 500 Zeichen

- Wie viele Besuche durch Vereine (Anzahl der Personen) fanden 2011 statt?

Besuche

- Gibt es über das reine Wasserflächenangebot für Vereine hinaus Kooperationen mit Vereinen?

Textfeld für ca. 500 Zeichen

- Mit welchen Aktivitäten und Angeboten trägt das Bad zum sozialen und kulturellen Leben der Stadt bei? Nennen Sie maximal fünf Aspekte:

1.

2.

3.

4.

5.

- In welcher Form betreibt das Bad Social Media?

Textfeld für ca. 400 Zeichen

- Gibt eine ÖPNV-Haltestelle in unmittelbarer Nähe zum Bad?

Ja Nein

- Ist das Bad vollständig behindertengerecht nach DIN gebaut und ausgestattet?

Ja Nein

■ Die Fragebogen zu den fünf Wertekategorien und den ergänzenden Angaben sowie die Verfasser-Erklärung finden Sie zum Download und zum digitalen Ausfüllen auf der Website www.baederportal.com unter „Public Value Award“.

Name des Bades

PLZ/Ort

Fragebogen 4: Ökologie

Um ein Bad möglichst „ökologisch“ zu führen, gibt es zahlreiche Maßnahmen, den Einsatz von Energie zum einen gering zu halten und zum anderen, die erforderliche Energie ressourcenschonend einzusetzen. Diese Maßnahmen betreffen den Bau, die Technik und den Betrieb des Bades.

■ Welche Maßnahmen sind für die Energieeffizienz (Bedarfsreduzierung von Wärme, Strom und Wasser) umgesetzt worden?

- Bau (z. B. Dämmung der Außenhülle)
Textfeld für ca. 500 Zeichen

- Technik (z. B. Erneuerung der Wärmeerzeugung, Lichtsteuerung, Einbau einer Spülwasseraufbereitungsanlage)
Textfeld für ca. 500 Zeichen

- Organisation (z. B. bedarfsabhängige Raumtemperaturen, Beleuchtung, Laufzeiten der Duschen)
Textfeld für ca. 500 Zeichen

■ Werden für die Energiebereitstellung regenerative Energien eingesetzt?

Solarthermische Anlagen
(für Warmwasser oder Beckenwasser)
Ja Nein

Photovoltaik
Ja Nein

Geothermie
(Erdwärmenutzung über Wärmepumpe)
Ja Nein

Kraftwärmekoppelung
(BHKW zur Wärme- und Stromerzeugung)
Ja Nein

Biomasse
(Holzpellets oder Holzhackschnitzel)
Ja Nein

Biogas vom Gasversorger
Ja Nein

Ökostrom vom Stromversorger
Ja Nein

Fern- oder Nahwärme aus regenerativer Erzeugung
Ja Nein

Sonstige
Ja Nein

■ Welche Maßnahmen werden zur Müllvermeidung bzw. Müllreduzierung umgesetzt?

(z. B. Verwendung von recyceltem Papier, Verzicht auf Kunststoffgeschirr, Mülltrennung auch für Badegäste anbieten)

Textfeld für ca. 600 Zeichen

Die Fragebogen zu den fünf Wertekategorien und den ergänzenden Angaben sowie die Verfasser-Erklärung finden Sie zum Download und zum digitalen Ausfüllen auf der Website www.baederportal.com unter „Public Value Award“.

Name des Bades

PLZ/Ort

Fragebogen 5: Effizienz

Hier geht es um die „harten“ Fakten des Bäderbetriebs. Dazu gehören die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen ebenso wie die Verbräuche und die Struktur der Eintrittspreise.

■ Geben Sie folgende Werte des Betriebsjahres 2011 an (alle Berechnungsgrößen siehe ÜÖBV der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen):

Gesamtbesuche
 (Badebetrieb und Nebenbetriebe)

Gesamterträge
 (Badebetrieb und Nebenbetriebe) €

Gesamtkosten
 a) ohne Kapitalkosten €
 b) mit Kapitalkosten €

Gesamtverbrauch
 Wasser m³
 Strom kWh
 Heizenergie kWh

■ Wie hoch ist der Anteil Schul-, Vereins- und Gruppenschwimmen an den Gesamterträgen?

%

■ Wie hoch sind folgende Eintrittspreise?

Einzelpreis
 Bad € Sauna € Bad + Sauna €

Tageskarte Erwachsener
 Bad € Sauna € Bad + Sauna €

Tageskarte Ermäßigter (z. B. Jugendlicher)
 Bad € Sauna € Bad + Sauna €

Günstigste Kurzzeitkarte Erwachsener
 Bad € Sauna € Bad + Sauna €

Günstigste Kurzzeitkarte Ermäßigter (z. B. Jugendlicher)
 Bad € Sauna € Bad + Sauna €

Familienkarte (2 Erwachsene, 2 Kinder)
 für einmaligen Tagesbesuch
 Bad € Sauna € Bad + Sauna €

Maximale Rabattierung
 Tageskarte Erwachsener
 Bad % Sauna % Bad + Sauna %

Maximale Rabattierung
 Tageskarte Ermäßigter (z. B. Jugendlicher)
 Bad % Sauna % Bad + Sauna %

- Die Fragebogen zu den fünf Wertekategorien und den ergänzenden Angaben sowie die Verfasser-Erklärung finden Sie zum Download und zum digitalen Ausfüllen auf der Website www.baederportal.com unter „Public Value Award“.

Name des Bades PLZ/Ort

Fragebogen 6: Ergänzende Angaben

- Geben Sie einige Basisdaten an:

Gesamtwasserfläche m²
Anzahl der Becken Stück
Umbauter Raum m³
Einwohner der Sitzkommune

- Was halten Sie sonst noch für erwähnenswert? Hier können Sie weitere Aspekte anführen, die den Public Value Ihres Bades betreffen.

Textfeld für ca. 1500 Zeichen



Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V.

Haumannplatz 4 · 45130 Essen
Postfach 34 02 01, 45074 Essen

Telefon 0201 / 879 69-0
Telefax 0201 / 879 69 20

info@baederportal.com
www.baederportal.com

Fotonachweis:

Fotos der drei Preisträger des Public Value Awards 2010:

- Berliner Bäder-Betriebe / Mirko Seiffert
- Bremer Bäder / Michael Bahlo
- Fildorado, Filderstadt

Stand: 01.02.2012

