

## **Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung öffentlicher Teil**

<b>Gremium</b>	<b>Datum</b>
Sportausschuss	09.04.2013

### **Verbilligter Kartenverkauf für Saunen im Lentpark und im Stadionbad über Groupon**

In der Sportausschuss-Sitzung am 26.02.2013 bemängelt Herr Schulte, dass in der Stellungnahme zum o.g. Thema insbesondere die Fragen 1 – 3 nicht beantwortet wurden.

Die KölnBäder GmbH übermittelte auf Anfrage der Verwaltung folgende Stellungnahme:

#### Frage 1:

Wie hoch ist der Erlös pro über das Portal Groupon verkaufter Doppelkarte für die KölnBäder GmbH?

Es sind 3.812 Gutscheine für den Lentpark und 1.363 Gutscheine á 2 Personen für das Stadionbad verkauft worden zu einem Preis von 15,70 €

Der Verkauf lief jeweils für 4 Tage im November 2012.

Die Verwaltung errechnet anhand dieser Angaben den Verkauf von insgesamt 5.175 Doppelkarten mit einem Gesamterlös in Höhe von 81.247,50 €.

#### Frage 2:

Wie schätzt die KölnBäder GmbH die Besucherströme ein?

- a) Wieviele zusätzliche Kunden im Lentpark und im Stadionbad erhofft die KölnBäder GmbH durch diese Aktion zu gewinnen?
- b) Wieviele Kunden werden die anderen Saunen der KölnBäder GmbH aufgrund dieser Aktion voraussichtlich verlieren?

#### Zu a):

Die KölnBäder GmbH geht davon aus, dass branchenüblich 80 – 90 % der Gutscheinkäufer Neugäste sind. Dies deckt sich auch mit dem Ergebnis der Gästebefragung am Empfang im Lentpark und Stadionbad im November und Dezember 2012.

#### Zu b):

Die KölnBäder GmbH ist sicher, dass aufgrund dieser Aktion kaum Gäste in andere Saunanlagen verlorengegangen sind. Die KölnBäder GmbH wissen aus Befragungen (u.a. Mikrozensus der Stadt Köln), dass sich Saunagäste für „ihre“ Sauna entscheiden und solange es keine gravierenden Veränderungen gibt, dort auch bleiben. Die KölnBäder GmbH hat in den letzten Jahren keinen Saunaturismus feststellen können.

#### Frage 3:

Wie hoch veranschlagt die KölnBäder GmbH die gesamten Mindereinnahmen durch die beiden Groupon-Aktionen Lentpark und Stadionbad?

Die KölnBäder GmbH können bei diesen Aktionen nicht von Mindereinnahmen sprechen, da es sich ja wie in der Antwort auf Frage 2 a) dargestellt, um neue Gäste handelt.

So hatte die KölnBäder GmbH z.B. im Lentpark in den ersten beiden Monaten November und Dezember 2012 4.078 Saunagäste.

Im Stadionbad wurden vor der Aktion im Durchschnitt monatlich 775 Gäste in der Sauna gezählt (8.526 Gäste von Januar bis November 2012). Im Dezember 2012 besuchten 1.799 Gäste die Sauna im Stadionbad.

Dies spricht eindeutig für den Erfolg der umgesetzten Marketing-Maßnahme. Ein weiterer wirtschaftlicher Vorteil der Aktion ist sicher auch, dass die KölnBäder GmbH den gesamten Betrag sofort vereinnahmen konnte, die Leistung aber erst in Zukunft, bis April 2013, erbringt.

gez. Dr. Klein