

**Stadtverordnetenversammlung
Brandenburg an der Havel**

(Eingangsstempel)

SPD-Fraktion

Ergänzungsantrag

zum Antrag 045/2009

„Wirtschaftsplan 2009 des Eigenbetriebs Schwimm- und Erlebnisbad Brandenburg an der Havel“

Beschlussgegenstand:

Erarbeitung eines Veranstaltungskonzeptes und eines Marketingkonzeptes für das Marienbad

Beratungsfolge:

<input type="checkbox"/>	Ausschuss für Bildung, Kultur und Sport	<input type="checkbox"/>	Rechnungsprüfungsausschuss
<input type="checkbox"/>	Ausschuss für Gesundheit, Soziales und Seniorenfragen	<input type="checkbox"/>	Jugendhilfeausschuss
<input type="checkbox"/>	Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, kommunale Beteiligungen und Vergaben	<input type="checkbox"/>	Werksausschuss
<input type="checkbox"/>	Ausschuss für Umwelt, Recht, Ordnung und Petitionen		
<input type="checkbox"/>	Ausschuss für Stadtentwicklung		
<input type="checkbox"/>	Ausschuss für Finanzen und Liegenschaften		
<input type="checkbox"/>	Hauptausschuss		
<input checked="" type="checkbox"/>	25.03.2009 Stadtverordnetenversammlung		

Beschlussvorschlag:

1. Die Stadtverwaltung wird beauftragt, den Betreiber des Marienbades die GMF Gesellschaft für Entwicklung und Management von Freizeitsystemen mbH & Co. KG aufzufordern ein ausführliches Veranstaltungskonzept für 2009 zu erarbeiten.
2. Die Stadtverwaltung wird beauftragt, den Betreiber des Marienbades die GMF Gesellschaft für Entwicklung und Management von Freizeitsystemen mbH & Co. KG aufzufordern ein ausführliches Marketingkonzept für 2009 zu erarbeiten.

.....
Fraktionsvorsitzender

Begründung - siehe Rückseite –

Begründung:

Das Marienbad Brandenburg an der Havel ist ein Public-Private-Partnership-Modell. Es handelt sich dabei um einen Eigenbetrieb der Stadt Brandenburg an der Havel. Die GMF Gesellschaft für Entwicklung und Management von Freizeitsystemen mbH & Co. KG Freizeitbad hat die Leistungen Baubegleitende Beratung und Pre-Opening übernommen. Ebenso die Betriebsführung durch einen Betriebsführungsvertrag.

Die Stadt Brandenburg an der Havel subventioniert das Bad jährlich mit 875 000 Euro. Trotz Erhöhung der Eintrittspreise sind eine Reduzierung der Subventionen und eine größere Wirtschaftlichkeit nicht zu erwarten.

Die Erhöhung der Eintrittspreise ist weder eine dauerhafte, noch sozialverträgliche Lösung. Erfolgversprechender ist es an der Erhöhung der Besucherzahlen anzusetzen. Durch einen höheren Bekanntheitsgrad, interessanten und abwechslungsreichen Veranstaltungen können mehr Besucher gewonnen und damit die Einnahmenseite erhöht werden

Im Vergleich mit anderen Bädern ist der Veranstaltungsplan des Marienbades unterdurchschnittlich, langweilig und eintönig, so dass hier noch großes Potential vorhanden ist.

Das Marketingkonzept ist daher für die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und das Veranstaltungskonzept zur Erhöhung der Attraktivität kurzfristig zu erarbeiten. Für Sonderveranstaltungen am Freitag und Samstag sollte es zudem möglich sein die Öffnungszeiten in den Abendstunden zu verlängern.