

<b>1. Neue Ideen braucht Ihr Bad</b>	<b>2.3 Animation oder Konzept – was brauche ich zuerst? .....34</b>
1.1 Historische Entwicklung des Freibad Kirchdorf an der Ilier .9	2.4 Konzept .....34
1.2 Warum es sich für Sie lohnt, neue Ideen zu entwickeln..... 11	2.5 Ohne Behörden geht nichts! 36
1.3 Wie Sie auf gute Ideen kommen ..... 13	2.5.1 Gesetzliche Bestimmungen..36
1.3.1 Brainstorming ..... 13	2.5.2 Versicherungsbestimmungen.....37
1.3.2 Methode 6-3-5..... 14	2.5.3 Planung des Mitarbeiterbedarfs .....38
<b><u>1.3.3 Reizwortanalyse.....15</u></b>	2.5.4 Welche Grundregeln sollte ich bei der Durchführung beachten? .....39
1.3.4 Mind Mapping..... 17	2.6 Finanzierungen .....39
<b><u>1.3.5 Verrücken.....18</u></b>	2.7 Der Finanzierungsplan .....41
1.3.6 Arbeitsstil optimieren ..... 19	2.8 Öffentlichkeitsarbeit .....44
<b>2. Veranstaltungsplanung.....29</b>	2.8.1 Was Sie beim Umgang mit Journalisten beachten sollten .....44
2.1 Was ist Marketing? .....30	2.8.2 Aufbau einer kontinuierlichen Pressearbeit: .....45
2.2 Grundsätze des Marketing ...30	2.8.3 So können Bäder ihre Pressemeldung aufbauen.....45
2.2.1 Die verschiedenen Ebenen ..30	
2.2.2 Die Marktforschung .....32	
2.2.3 Die marketingpolitischen Instrumente (der Marketingmix).....32	

2.8.4	7 Tipps für einen guten Schreibstil.....	47	3.1.4	Unsere kleinen Gäste kommen nicht zu kurz .....	61
2.8.5	Beschwerdemanagement.....	47	3.1.5	Busunternehmer und Freibad bringen Schüler zum Schwimmen .....	62
2.8.6	Kooperationspartner im Internet .....	48	3.1.6	Kooperation mit Geldinstituten .....	64
2.8.7	Der Mitbewerber ist nur einen Mausklick entfernt .....	51	3.1.7	Erweiterung der Eventplanung auf regionale soziale Projekte .....	64
2.8.8	Checkliste für Ihre Pressearbeit.....	53	3.1.8	Sozialprojekt Kinderhospiz Bad Grönenbach im Allgäu ..	66
2.9	Erstellen von Plakaten, Flyern und Info-(Handzetteln) .....	53	3.1.9	Kooperation mit der Wasserwacht .....	69
2.9.1	Wie gestalte ich ein Plakat? ..	53	3.1.10	Frischer Kaffee beim Schwimmmeister .....	73
2.9.2	Wie gestalte ich einen Flyer (Handzettel) .....	54	3.1.11	Wirtschaft (Gewerbesteuerzahler) contra Bäder muss nicht sein .....	78
2.10	Checkliste Projektplanung....	57	3.1.12	Checkliste Absprachen mit Ortsbehörden und/oder Träger .....	80
<b>3.</b>	<b>Aus der Praxis für die Praxis.....</b>	<b>59</b>	3.1.13	Newsletter - Aufbau und Nutzen .....	81
3.1	Veranstaltungsbeispiele für die Praxis .....	59	3.2	Erfolgskontrolle:.....	83
3.1.1	Aufbau eines Aquafitnesskurses in geschlossener Form ..	59	3.2.1	Zielsetzung eines Fragebogens:.....	83
3.1.2	Schnuppertauchen für Jugendliche von 8-15 Jahren .....	60			
3.1.3	Beteiligung am gemeindlichen Kinderferienprogramm.....	60			

3.2.2	Programmablauf einer Befragung.....	83	5.2	Rentabilität im Speziellen anhand des Freibad Kirchdorf.....	95
3.2.3	Ergebnisanalyse nach dem Einsammeln der Fragebögen .....	85	5.2.1	Entwicklung der Besucherzahlen.....	95
3.2.4	Öffentlichkeitsarbeit und Eventplanung .....	86	5.2.2	Entwicklung der Einnahmen.....	96
3.2.5	Preispolitik.....	87	5.2.3	Im Vergleich zu den Gesamtkosten .....	97
3.2.6	Einrichtungen und Personal .....	88	5.3	Fazit.....	103
3.2.7	Haben wir einen Punkt vergessen den Sie uns sagen wollten?.....	89			
4.	<b>Dokumentation der Aktivitäten .....</b>	<b>91</b>			
4.1	Was muss dokumentiert werden?.....	91			
4.2	Welche Aufgabe hat die Dokumentation? .....	91			
4.3	Erstellen von Diagrammen ...	92			
5.	<b>Fazit .....</b>	<b>93</b>			
5.1	Rentabilität im Allgemeinen..	93			
5.1.1	Für welchen Schwimmbad Typ geeignet?.....	93			
5.1.2	Für jeden erschwinglich - bei gleichzeitig geringem öffentlichen.....	94			