

Fazit der Uni-Semesterfallstudie (Präsentation)

„Atmosphäre/Allgemeine Lebensqualität“ in Saarbrücken
Abschnitt Schwarzenbergbad
(Präsentation Blatt 9-12)

Lehrstuhl Prof.Dr.Christian Scholz/ U. Eisenbeis, WS 2006/07

Präsentation Frank Meyer, Universität Hörsaal 1 05, 06.02.2007

IST-Analyse:

Die IST- Analyse betont die klaren Vorteile des Freibades:

- besondere Lage und Größe mit Freizeit-/Sport-Zusatzangeboten (Beach-Volleyball, Fußball-Tennis, Minigolf)
- bei gleichzeitiger Innenstadtnähe
- hohe Akzeptanz der Einrichtung durch die Bevölkerung zeigt sich an den Besucherzahlen und dem Ergebnis der Unterschriftenaktion (17.000) nach Schließungsabsichten 2005
- günstige Eintrittspreise

damit sind genügend „besondere Abhebungsmerkmale“ vorhanden, die jedoch „kaum werbewirksam eingesetzt“ werden.

Potentiale:

die Studie empfiehlt die

- „Strategische Ausrichtung“ des Bades durch Hervorhebung seiner Qualitäten mit entsprechend erhöhtem Eintrittspreis-Konzept
- „stärkere Nutzung der vorhandenen Marketing-Kompetenz“: d.h. eine verbesserte „Aussendarstellung“, z.B. durch Internetauftritt, bessere Ausschilderung etc.

Im Gesamt-Résumé fordert die Studie die selbstbewusstere Darstellung der Standortvorteile und die Nutzung von Synergie-Effekten, z.B. durch „Einbeziehen der Fördervereine in Gestaltung und Planung“ und „infrastrukturelle Vernetzung“ durch Kooperationen unter „Nutzung des städtischen Marketing Know-how's“, also Entwicklung gemeinsamer Marketingkonzepte bei übereinstimmendem Aussenbild(Corporate Identity, Internetauftritte,Image-Werbung) mit den weiteren untersuchten „weichen Standortfaktoren“ wie Zoo, Staatstheater,Saarlandmuseum, Deutsch-Französischem Garten.