

Energiemanagement

2012 nahm die KölnBäder GmbH ihre vorerst letzten größeren Neubau- und Modernisierungsprojekte in Betrieb. Dazu gehörten Ossendorfbad, Stadionbad, Zollstockbad und Lentpark. Seitdem liegt der Schwerpunkt der Arbeiten im Gebäudemanagement auf der kontinuierlichen Optimierung der Betriebsführung und der weiteren Senkung des Energieverbrauchs.

Die KölnBäder GmbH verfolgt auch weiterhin das ehrgeizige Ziel, im Bereich der Energieeffizienz und der nachhaltigen Betriebsführung Maßstäbe zu setzen. Die sukzessive Sanierung von energetischen Schwachstellen sowie die schrittweise Umsetzung eines Energiesparkonzeptes sollen einen spürbaren Beitrag dazu leisten, die Betriebskosten zu reduzieren und den CO₂-Ausstoß zu senken.

Marketing und Unternehmenskommunikation

Die KölnBäder GmbH verfolgt mehrere Ziele. Zum einen will die Gesellschaft profitabel wachsen, dauerhaft sichere Arbeitsplätze schaffen und ihre starke Position im Wettbewerb weiter ausbauen. Zum anderen geht es darum, die Bürger mit immer neuen Aktivitäten zu begeistern und das vorhandene Angebot kontinuierlich zu optimieren. Im Berichtsjahr hat die KölnBäder GmbH die Öffentlichkeit erneut über ihr attraktives, umfangreiches Leistungsportfolio informiert. Die Öffentlichkeit reagierte auf diese Informationen überaus positiv. Zu den erfolgreich durchgeführten Maßnahmen gehörten zum Beispiel:

- diverse Funkspotschaltungen bei RadioKöln / Radio RPR. Im Fokus standen – neben den Saunaangeboten – die Freibade- und Eissaison.
- mehrere Sauna-Events in verschiedenen Bädern. Diese Ereignisse hat die Gesellschaft mit Plakaten, Anzeigen, Internet-Bannern, Flyern und Brückenbannerwerbung medial unterstützt.
- die Herausgabe von zwei Ausgaben des KölnBäder-Magazins „Bäder Spezial“ mit einer Auflage von jeweils 31.000 Exemplaren.
- der Start der mobilen Website der KölnBäder GmbH. Die im Juli 2013 geschaltete Site war von Anfang an erfolgreich. Die Nutzungsfrequenzen steigen kontinuierlich.
- die grafische Überarbeitung und Neuproduktion zahlreicher Kommunikationsmittel durch entsprechend qualifizierte Mitarbeiter der Gesellschaft.
- zahlreiche Kooperations- und Sponsoringaktivitäten. Im Geschäftsjahr 2013 förderte die Gesellschaft zum Beispiel den „RheinEnergie-Marathon“ mit rund 28.000 Teilnehmern sowie den „Bickendorfer Büdchenlauf“, an dem sich über 1.000 fitnessbewusste Kölnerinnen und Kölner beteiligten.
- die erneute Wiederholung des „SommerWasserSpaß“ in Kooperation mit Unilever/Langnese. Bei diesen Veranstaltungen bekommen daheimgebliebene Kinder aus Köln und Umgebung die Möglichkeit, sich während der Schulferien in den KölnBädern zu vergnügen.
- die erstmalige Durchführung von „Badewannenrennen“ im Stadionbad. Nach einer erfolgreichen Erst-Veranstaltung fanden im August die 1. Kölner Stadtmeisterschaften in der bisher noch unbekanntem Disziplin statt.
- Ausbau der Facebook-Aktivitäten. Aufgrund der Interaktion mit den Usern erreicht die Gesellschaft mit nur einem „Post“ häufig bis zu 50.000 Personen.
- die Verkaufsförderaktion „Vorteilskarten“. Mit zwei Aktionen ist es im Berichtsjahr gelungen, die Verkaufszahlen sowie die Nutzungsfrequenz der „Vorteilskarten“ deutlich zu steigern.
- die kontinuierliche und umfassende Information der regionalen, überregionalen und internationalen Publikums- und Fachpresse durch persönliche Gespräche und zahlreiche Presseinformationen.

WINTERDIENST

In der Wintersaison 2012/2013 erklärten sich 39 Mitarbeiter aus den damals zehn KölnBädern, in denen ein Winterdienst außerhalb der Betriebszeiten erforderlich war, erneut freiwillig bereit, diese Aufgaben zu übernehmen. Für den Winterdienst 2013/2014 haben sich aus den nunmehr neun Bädern, bei denen ein Winterdienst außerhalb der Betriebszeiten notwendig ist, insgesamt 36 Mitarbeiter für diese Arbeiten gemeldet. Eine im Dezember 2011 geschlossene Vereinbarung mit dem Betriebsrat regelt unter anderem die Vergütung für die zusätzlichen Arbeiten.

PERSONALSTAND

Nach Umrechnung der Teilzeitbeschäftigten ergibt sich zum 31. Dezember 2013 eine Personalkapazität von 242 (ohne neun Auszubildende). Ein Jahr zuvor lag die Personalkapazität bei 239. Die Schwerbehindertenquote erreichte im Berichtsjahr wiederum einen Wert über der gesetzlich vorgeschriebenen 5%-Grenze. Während der Freibadesaison beschäftigte die KölnBäder GmbH insgesamt 41 Aushilfskräfte.

Die krankheitsbezogene Fehlzeitenquote inklusive Langzeiterkrankungen folgte dem Trend in der Bundesrepublik und erhöhte sich auf insgesamt 9,82 % (Vorjahr: 7,80 %). Die Krankenquote bis sechs Wochen erreichte im Berichtsjahr 7,22 % (Vorjahr: 5,98 %). Die Gesellschaft hat bereits Maßnahmen eingeleitet. Dazu gehören beispielsweise Aktivitäten im Bereich Gesundheitsmanagement und Personalentwicklung.

AUS- UND FORTBILDUNG

Die KölnBäder GmbH rekrutiert qualifizierten Nachwuchs bevorzugt aus den eigenen Reihen und unterstützt die jungen Generationen mit hochkarätigen Ausbildungsgängen auf dem Weg in ein erfolgreiches Berufsleben. Im Berichtsjahr bestanden neun junge Leute ihre qualifizierte Ausbildung zum/zur „Fachangestellten für Bäderbetriebe“.

Im Verlauf ihrer Berufsvorbereitung lernen die Auszubildenden unterschiedliche Bereiche in mehreren Bädern der Gesellschaft kennen – zum Beispiel verschiedene Bad- und Saunalandschaften, Marketing sowie Technik und Verwaltung. Ein Ausbildungskordinator gewährleistet die hohen Standards der Ausbildung und sorgt für den professionellen Ablauf. Zusätzlich werden die angehenden „Fachangestellten für Bäderbetrieb“ von der KölnBäder GmbH zu regelmäßigen Ausbilderrunden eingeladen. An diesen Treffen nehmen auch die Leitung des Bädermanagements, die Personalabteilung und der Ausbildungskordinator teil.

Wie in den vergangenen Jahren konnten sich auch 2013 engagierte und motivierte junge Leute für interessante Praktikumsplätze bewerben. Drei Plätze wurden vergeben und erschlossen den Praktikanten die Chance, den Arbeitsalltag im Unternehmen kennenzulernen. Zusätzlich zur nachhaltigen Nachwuchsarbeit räumt die KölnBäder GmbH der kontinuierlichen Fort- und Weiterbildung einen hohen Stellenwert ein.

DANK DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Die Mitarbeiter der KölnBäder GmbH haben im Berichtsjahr erneut bewiesen, dass sie die breite Säule für die anhaltend positive Entwicklung des Unternehmens sind. Ihr gemeinsames Ziel ist es, die Gesellschaft auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zu stärken und sich deutlich gegenüber dem Wettbewerb zu positionieren. Die Geschäftsführung weiß, dass dieser Einsatz außergewöhnlich ist. Sie möchte sich deshalb bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern herzlich für ihr überdurchschnittliches Engagement im Geschäftsjahr 2013 bedanken. Ihr Dank gilt auch den Arbeitnehmervertretern und allen Aufsichtsratsmitgliedern, mit denen viele konstruktive, zielorientierte Diskussionen geführt wurden.