



Kanton Zürich
Statistisches Amt

Benchmarking **2016** **Kundenbefragung** **Zürcher Hallenbäder**

Hallenbad Bauma

öffentliche Version

Beteiligte Gemeinden

<i>Gemeinde</i>	<i>Hallenbad</i>	<i>Kontakt</i>
Adliswil	Hallen- und Freibad im Tal	Marcel Kappeler
Bauma	Hallenbad Bauma	Nardo Gramatica
Dietikon	Hallenbad Fondli	Bruno Rabe
Männedorf	Hallenbad Männedorf	Andrin Schiess
Wädenswil	Hallenbad Untermosen	Sebastian Epp

Impressum

Kanton Zürich
Direktion der Justiz und des Innern
Statistisches Amt
Schöntalstrasse 5
Postfach
8090 Zürich
www.statistik.zh.ch/befragungen

Projektleitung: Urs Utiger
Tel. 043 259 75 27
urs.utiger@statistik.ji.zh.ch

Bericht: Iris Wurmitzer
Tel. 043 259 75 44
iris.wurmitzer@statistik.ji.zh.ch

Inhaltsverzeichnis

1 Zusammenfassung

2 Methodik und Rücklauf

3 Auswertung und Beurteilung

4 Einzugsgebiet

5 Ergebnisse im Detail

5.1 Gründe für den Besuch eines Hallenbades

5.2 Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

5.3 Sicherheitsempfinden

5.4 Zufriedenheit mit der Sauberkeit

5.5 Zufriedenheit mit dem Badebetrieb

5.6 Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur

5.7 Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

5.8 Zufriedenheit mit dem Kassenpersonal

5.9 Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

5.10 Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

5.11 Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

6 Portfoliografik

7 Statistische Angaben

8 Nutzergruppen

Anhang I Änderungen am Fragebogen gegenüber der Durchführung 2012

II Originalfragebogen

1 Zusammenfassung

Zum zweiten Mal nach 2012 hat das Statistische Amt in der Wintersaison 2015/16 ein Benchmarking zur Kundenzufriedenheit in öffentlichen Hallenbädern im Kanton Zürich durchgeführt. Teilgenommen haben fünf Hallenbäder aus den Gemeinden Adliswil, Bauma, Dietikon, Männedorf und Wädenswil.

Ziel der Befragung war es, Aufschluss über die Bedürfnisse der Badegäste und ihre Zufriedenheit mit dem Angebot und dem Betrieb des Hallenbades zu erhalten. Durch die Teilnahme von mehreren Hallenbädern lassen sich die Ergebnisse unter den Benchmarkingpartnern vergleichen und so Stärken und Schwächen der einzelnen Bäder identifizieren.

Die folgenden Themen standen im Blickpunkt der Untersuchung:

- Gründe für den Hallenbadbesuch
- Wichtige Aspekte beim Besuch eines Hallenbads
- Sicherheitsempfinden der Badegäste
- Zufriedenheit der Badegäste mit folgenden Aspekten: Sauberkeit, Betrieb, Anlage und Infrastruktur, Badepersonal, Information, Zusatzangebote wie Verpflegung und Badeshop sowie Eintrittspreise

Am Schluss des Fragebogens konnten die Badegäste in einem Freitextfeld Verbesserungsvorschläge und weitere Mitteilungen anbringen, was im Falle von Bauma von genau der Hälfte der Befragten (50%) auch rege genutzt wurde.

Für das Hallenbad Bauma wurden 139 ausgefüllte Fragebögen ausgewertet, was einer **Rücklaufquote** von 46% entspricht. Die Besucherinnen und Besucher stammen zu einem Viertel aus der eigenen Gemeinde, womit Bauma zusammen mit Männedorf den tiefsten Anteil an einheimischen Badegästen aufweist. Der auswärtige Teil der Badegäste stammt einerseits aus dem Tösstal, andererseits aus weiteren Gemeinden des Zürcher Oberlands wie Bäretswil, Pfäffikon, Hinwil oder Wetzikon. Dem grossen Einzugsgebiet entsprechend hoch fällt der Anteil der motorisierten Besucherinnen und Besucher aus: 86% sind mit dem Auto oder dem Töff(li) angereist, was dem mit Abstand höchsten Wert von allen Bädern entspricht.

84% der befragten Gäste sind mindestens einmal pro Woche im Hallenbad Bauma anzutreffen, womit der Anteil der regelmässigen Besucherinnen und Besucher leicht überdurchschnittlich ausgefallen ist. Mit einem Anteil von 46% haben auffällig viele Befragte angegeben, das Bad für die Teilnahme an einem Kurs zu besuchen. Den zweithöchsten Anteil an Kursbesuchern hat Männedorf mit 15%.

Unter den acht **Besuchsgründen**, welche im Fragebogen zur Auswahl standen, konnten die Befragten maximal drei angeben, welche für einen Hallenbadbesuch in der Regel ausschlaggebend sind. Mit 71% haben am meisten Befragte angegeben, dass sie sich körperlich betätigen wollen, womit in Bauma der Anteil der sportlich orientierten Schwimmerinnen und Schwimmer etwa gleich hoch ist wie im Durchschnitt über alle Hallenbäder. Bereits an zweiter Stelle figurieren die gesundheitlichen Gründe mit 68% – 19 Prozentpunkte über dem Durchschnitt, was mit dem hohen Anteil an Kursbesuchern zusammenhängen dürfte. Weitere wichtige Gründe waren für 33% der Badegäste Wohlbefinden und für 22% Entspannung und Erholung.

Wichtige und unwichtige Aspekte bei einem Hallenbadbesuch: Das Hallenbad Bauma weist bezüglich der Aspekte, welche wichtig sind beim Besuch eines Hallenbades, ein recht typisches Muster auf, wie es beim Durchschnitt über alle Bäder beobachtet werden kann. Wie bei den anderen Hallenbädern ist der wichtigste Aspekt die Hygiene und Sauberkeit. Rund 98% der Befragten fanden diesen Aspekt wichtig oder sehr wichtig. Offenbar haben die Badegäste nicht nur hohe Ansprüche an die Sauberkeit, sondern wollen sich auch in anderer Hinsicht wohl fühlen: Rund 90% beurteilten das Verhalten des Badepersonals und 82% die Sicherheit als wichtig oder sehr wichtig. Weniger wichtig sind naturgemäss diejenigen Angebote, welche nur von einem bestimmten Teil der Badegäste genutzt werden. Darunter fallen die Angebote für Kinder mit 32%, das Bistro mit 29%, das Restaurant mit 23% und das Solarium mit 3%. Die Ruhe im Bad ist mit einem Anteilswert von 28% offenbar ebenfalls kein vordringliches Bedürfnis der Badegäste, nicht in Bauma und auch nicht im Mittel über alle Bäder (32%).

Gesamtzufriedenheit: Der Anteil der Badegäste, welche ganz allgemein mit dem Hallenbad zufrieden oder sehr zufrieden waren («Excellencewert»), beträgt 87%, womit dem Hallenbad Bauma ein sehr gutes Ergebnis attestiert werden kann.

In einem **Stärken-Schwächenprofil** («Portfoliografik») wurden die Wichtigkeit verschiedener Aspekte bei einem Hallenbadbesuch und die Zufriedenheit der Badegäste mit diesen Aspekten in einer Grafik gegeneinander aufgetragen und interpretiert. Demnach haben sich als **«Stärken»** des Hallenbades Bauma die Hygiene und Sauberkeit, das Verhalten des Badepersonals, die Sicherheit und die Wassertemperatur herausgestellt. Als «Schwäche» identifiziert wurde insbesondere das Solarium.

Geht man von der bäderinternen Portfolio-Betrachtung einen Schritt weiter und vergleicht das Hallenbad Bauma mit den anderen Hallenbädern, so wurden in den folgenden Bereichen **überdurchschnittlich hohe Zufriedenheitswerte** erzielt:

- Sauberkeit der WCs und die Sauberkeit im Allgemeinen
- Lärmpegel im Bad
- Wassertemperatur
- Qualität der Garderoben sowie Anlagen und Infrastruktur im Allgemeinen
- Badeaufsicht
- Auswahl und Preis-Leistungsverhältnis des Restaurants

Unterdurchschnittlich abgeschnitten hat keiner der abgefragten Aspekte.

Damit zeigt sich das Hallenbad Bauma als attraktives Hallenbad mit einer sehr hohen Besucherzufriedenheit und guten Verpflegungsmöglichkeiten, welches viele Badegäste aus der Region anzieht und insbesondere auch von älteren Besucherinnen und Besucher frequentiert wird.

Überblick zu den abgefragten Themen

Das **Sicherheitsempfinden** im Allgemeinen liegt 6 Prozentpunkte über dem Bäderdurchschnitt und wird von rund 94% aller Badegäste im Hallenbad Bauma als hoch bis sehr hoch bezeichnet. Auch im Wasser (93%) und in den Garderoben und Duschen (92%) fühlen sich die allermeisten Besucherinnen und Besucher sicher bis sehr sicher.

Sauberkeit: Die Zufriedenheit mit der Sauberkeit im Allgemeinen beträgt 90%, was einem sehr guten Wert entspricht, der zudem 8 Prozentpunkte über dem Durchschnitt über alle Bäder liegt. Ebenfalls sehr hohe Zufriedenheitswerte sind bei der Sauberkeit im Eingangsbereich mit 92% und im Schwimmbecken mit 91% erreicht worden. Die Sauberkeit der Garderoben, Duschen und WCs kann mit Werten zwischen 78% und 84% als gut bezeichnet werden, wobei diejenige der WCs als einzige überdurchschnittlich und im Bädervergleich um 7 Prozentpunkte besser beurteilt wurde.

Badebetrieb: Der Badebetrieb im Allgemeinen ist mit einem Excellencewert von 86% sehr gut beurteilt worden. Gut abgeschnitten haben als Betriebsaspekte die Wassertemperatur (79%), die Öffnungszeiten am Abend (78%) und am Morgen (67%) sowie der Lärmpegel im Bad (67%), wobei die Wassertemperatur 8 Prozentpunkte und der Lärmpegel 11 Prozentpunkte höher als der Benchmark beurteilt worden sind.

Anlage und Infrastruktur: Praktisch alle Aspekte haben sowohl gut als auch durchschnittlich abgeschnitten: die Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur im Allgemeinen ist mit einem vergleichsweise hohen Zufriedenheitswert von 82%, die Anzahl und Qualität der Duschen und Garderoben sind mit Werten zwischen 67% und 73% bedacht worden. Das Bistro sowie das Angebot für Kinder und Jugendliche sind mit Excellencewerten von 68% und 66% ebenfalls gut beurteilt worden, das Angebot für Kleinkinder mit 57% und die zur Verfügung stehende Wasserfläche mit knapp 60% nur noch befriedigend. Neben der Anlage und Infrastruktur im Allgemeinen hat auch die Qualität der Garderoben mit 73% einen überdurchschnittlichen Zufriedenheitswert erreicht (9 Prozentpunkte über dem Benchmark).

Badepersonal: Die Zufriedenheit mit dem Aufsichts- und Kassenpersonal ist sehr hoch ausgefallen. Sowohl mit dem Verhalten im Allgemeinen als auch mit der Freundlichkeit, der Hilfsbereitschaft und der Badeaufsicht beziehungsweise mit der Kompetenz des Kassenpersonals und der Wartezeit an der Kasse haben sich grosse Mehrheiten zwischen 86% und 92% zufrieden bis sehr zufrieden geäußert.

Verpflegung und Zusatzangebot: Die Verpflegungsmöglichkeiten schneiden bezüglich Auswahl und Preis-Leistungsverhältnis mit Zufriedenheitswerten von 65% gut und im Bädervergleich klar überdurchschnittlich ab. Auch das Zusatzangebot im Allgemeinen erreicht einen im Bädervergleich durchschnittlichen und guten Excellencewert von 65%.

Eintrittspreise: Die Zufriedenheit mit den Preisen, was sowohl die Auswahl der Abonnements als auch die Eintrittspreise allgemein betrifft, ist mit 84% respektive 80% gut und durchschnittlich ausgefallen.

Information: 80% der Befragten äusserten sich zufrieden oder sehr zufrieden mit den Informationen über das Hallenbad und im Hallenbad. Damit ist ein ähnlicher guter Wert erzielt worden wie im Durchschnitt über alle Bäder.

2 Methodik und Rücklauf

2.1 Projektziele und Teilnehmerkreis

Ziel der Befragung war es, Aufschluss über die Bedürfnisse der Badegäste und ihre Zufriedenheit mit dem Angebot und dem Betrieb des Hallenbades zu erhalten. Das Projekt wurde als Benchmarking durchgeführt, bei dem interessierte Städte und Gemeinden aus dem Kanton Zürich mit einem öffentlichen Hallenbad teilnehmen konnten. Die Teilnahme von mehreren Hallenbädern ermöglicht es, die Resultate zwischen den Benchmarkingpartnern zu vergleichen und Stärken und Schwächen der einzelnen Bäder zu identifizieren. Durch diese Evaluation können die eingesetzten Mittel überprüft und allfälliger Handlungsbedarf abgeleitet werden.

Für ausgewählte Fragestellungen wurden differenzierte Auswertungen nach bestimmten Nutzergruppen, wie beispielsweise Familien, Längenschwimmer, Junge, Ältere, Frauen, Männer, durchgeführt, was einen vertieften Einblick in die Bedürfnisse und Zufriedenheit der Badegäste ermöglicht.

Den Badegästen bot sich die Gelegenheit, sich zum Angebot und Betrieb «ihres» Hallenbades zu äussern und ihre Bedürfnisse und ihre Zufriedenheit auszudrücken. Für eine differenzierte Rückmeldung abseits der Standardfragen wurde ein Freitextfeld für Verbesserungsvorschläge und weitere Mitteilungen angeboten.

Bäder, die zum zweiten Mal an der Befragung teilnahmen, erhalten einen Vergleich mit den Resultaten aus der ersten Befragung 2012. Die Vergleichbarkeit der Resultate ermöglicht es, sich selbst realistische Ziele zu setzen und bei mehrmaliger Teilnahme Entwicklungen zu beobachten.

2.2 Zeitpunkt der Befragung

Die Befragung wurde in der Wintersaison vom 18. Dezember 2015 bis Ende März 2016 durchgeführt. Die Erfassung der Papierfragebögen wurde am 18. April 2016 abgeschlossen.

2.3 Eingesetzte Fragebögen

Im Anhang des Berichts findet sich eine Abbildung des Fragebogens, wie er in diesem Hallenbad eingesetzt wurde. Gelb hinterlegte Fragen und Textblöcke kennzeichnen variable Komponenten, welche die teilnehmenden Hallenbäder an ihre eigenen Bedürfnisse anpassen oder auch weglassen konnten.

Der Fragebogen wurde gegenüber der Version, wie sie im Jahr 2012 bei der ersten Durchführung des Benchmarking eingesetzt wurde, geringfügig verändert und erweitert (siehe Tabelle 4 im Anhang).

2.4 Zielgruppe und Rahmenbedingungen

Als Zielgruppe der Befragung definiert wurden alle Badegäste ab 16 Jahren. Dabei wurden sowohl Kurs- und Vereinsbesucher als auch individuell anwesende Badegäste berücksichtigt. Jede Person konnte nur einmal an der Befragung teilnehmen.

2.5 Durchführung der Befragung

Den Badegästen wurde beim Besuch des Hallenbades vor Ort ein Papierfragebogen ausgehändigt, den sie ausfüllen und an der Kasse abgeben oder in eine eigens aufgestellte Urne einwerfen konnten. Im Ausnahmefall war es auch möglich, den Badegästen den Fragebogen zusammen mit einem vorfrankierten Rückantwortcouvert des Statistischen Amtes nach Hause mitzugeben. Dieses Vorgehen wurde nicht empfohlen, weil der Rücklauf damit in der Regel tiefer ausfällt, als wenn der Fragebogen vor Ort ausgefüllt und abgegeben wird.

2.6 Erhebungsmethode

Ziel der Erhebung war es, eine repräsentative Stichprobe von Badegästen zu befragen, bei welcher die verschiedenen Nutzergruppen anteilmässig gleich vertreten sind wie im Total der Badebesucher. Zudem wurde darauf geachtet, dass zu verschiedenen Wochentagen und Tageszeiten befragt wurde, um auch in dieser Hinsicht eine ausgewogene Stichprobe zu erhalten. Den Bädern standen zwei verschiedene Vorgehensweisen zur Verfügung, wie sie dieses Ziel erreichen konnten.

Variante A: Exaktes Vorgehen

Auswahl von insgesamt 8 Befragungstagen, wobei alle 7 Wochentage und zusätzlich ein Ferien- oder Feiertag berücksichtigt werden sollte. Die festzulegenden Wochentage mussten dabei nicht notwendigerweise alle auf die gleiche Kalenderwoche fallen. Über die festgelegten Befragungstage konnte in einem zweiten Schritt die voraussichtliche Besucherzahl geschätzt werden, um davon ausgehend den ganzen Tag über in einer bestimmten Regelmässigkeit, zum Beispiel jedem dritten Badegast, Fragebögen zu verteilen und so die gewünschte Anzahl an Befragungsteilnehmern zu erreichen. Mit dieser Strategie kann eine Zufallsstichprobe gezogen werden, bei der automatisch alle «Nutzergruppen» wie Jugendliche, Familien, Sportler, Senioren, Morgen-, Mittags-, Abendgäste anteilmässig korrekt berücksichtigt werden.

Variante B: Pauschales Vorgehen nach Verteilplan

Bei dieser Variante wurden die Fragebögen weniger gleichmässig über bestimmte Tage verteilt als in der Variante A. Stattdessen beschränkte sich die Befragung auf einzelne Zeitblöcke, in denen eine festgelegte Anzahl an Fragebögen verteilt werden sollte (Tabelle 1). Die Anzahl verteilter Fragebögen pro Zeitblock sollte sich proportional zur normalen Besucherfrequenz in diesem Zeitabschnitt verhalten. Die Wahl der Wochentage und der Uhrzeiten sollte zudem so erfolgen, dass alle Nutzergruppen ihrer Besucherfrequenz entsprechend, das heisst ebenfalls proportional, berücksichtigt werden.

Tabelle 1 Beispiel eines Verteilplans mit Zeitblöcken und Anzahl zu verteiler Fragebögen pro Zeitblock.

<i>Befragungstag</i>	<i>Zeitblock</i>	<i>Anzahl Fragebögen pro Zeitblock</i>
Unter der Woche	morgens	30
	Mittag	10
	nachmittags	30
	ab 17 Uhr	30
Samstag	morgens	15
	nachmittags	25
Sonntag	ganztags	60
Feier-oder Ferientag	ganztags	30
Total		230

Das pauschale Vorgehen nach Variante B entspricht streng genommen nicht mehr einer Zufallsstichprobe, wie sie in der Variante A in sehr guter Näherung erreicht werden kann. Sie ist anfälliger auf Fehler und erfordert dadurch eine entsprechend genaue Planung der Zeitblöcke, ist aber bei der Durchführung der Befragung einfacher zu handhaben.

2.7 Ausgeteilte Fragebögen und Rücklauf

Pro Hallenbad wurden insgesamt 156 bis 400 Fragebögen ausgeteilt. Hallenbäder, welche eine Urne zur Verfügung gestellt haben, haben einen deutlich höheren Rücklauf erzielt als solche, welche vermehrt auf eine postalische Rücksendung mittels vorfrankiertem Rückantwortcouverts an das Statistische Amt gesetzt haben (Tabelle 2). Einzelne Hallenbäder haben zudem noch ein Gratisgetränk oder einen Gratiseintritt ins Hallenbad angeboten, was den Rücklauf zusätzlich positiv beeinflusste. Als Zielvorgabe sollten mindestens 100 und maximal 400 ausgefüllte Fragebögen gesammelt werden, was alle Hallenbäder erreicht haben.

Tabelle 2 Erhebungsmethode, ausgeteilte Fragebögen und Rücklauf.

<i>Gemeinde</i>	<i>Befragungs- methode</i>	<i>verteilte Fragebögen</i>	<i>ausgefüllte Fragebögen</i>	<i>Rücklauf</i>
Adliswil	exakt	156	150	96.2%
Bauma	pauschal	300	139	46.3%
Dietikon	pauschal	400	391	97.8%
Männedorf	pauschal	250	228	91.2%
Wädenswil	pauschal	300	134	44.7%
Total		1406	1038	73.8%

3 Auswertung und Beurteilung

3.1 Berechnete Kennzahlen

Die Fragen zur Wichtigkeit, Sicherheit und Zufriedenheit basieren auf einer gepolten sechsstufigen Bewertungsskala, wobei 1 (gar nicht wichtig/sicher/zufrieden) die negativste und 6 (sehr wichtig/sicher/zufrieden) die positivste Bewertung darstellt.

Fragen, welche nicht beantwortet werden konnten, sollten leer gelassen werden und wurden für die weitere Auswertung nicht mit berücksichtigt. Sämtliche Auswertungen und Kennzahlen basieren auf dem Total der gültigen Antworten, also ohne Antwortausfälle.

Für jede Frage werden pro Hallenbad die Anteile der guten und sehr guten Antworten in Prozent («Excellencewerte») sowie die Mittelwerte ausgewiesen. Die Berechnung des Excellencewertes wird in Grafik 1 illustriert. Als «Benchmark» bezeichnet wird in diesem Bericht der durchschnittliche Excellencewert über alle Hallenbäder.

Grafik 1 Fiktive Antwortverteilung für ein einzelnes Hallenbad.

Frage		Antwortkategorie					
		gar nicht zufrieden			sehr zufrieden		
		1	2	3	4	5	6
Zufriedenheit mit der Wassertemperatur	Anzahl Antworten	2	1	9	25	36	44
	in Prozent	2%	1%	8%	21%	31%	38%


 Anteil guter und sehr guter Antworten, «Excellencewert», «Zufriedene»

3.2 Interpretation der Resultate

Aufgrund langjähriger Erfahrungen mit Umfragen im Bereich des Qualitätsmanagements verwendet das Statistische Amt folgende Klassifikation für Excellencewerte und Mittelwerte von Fragen zur Zufriedenheit (Tabelle 3).

Tabelle 3 Interpretationsskala für Excellencewerte und Notenmittelwerte.

Excellencewert	Mittelwert	Interpretation
< 35%	< 4.0	unbefriedigend
≥ 35%	≥ 4.0	befriedigend
≥ 60%	≥ 4.7	gut
≥ 85%	≥ 5.3	sehr gut

3.3 Parameterschätzung und Vertrauensintervalle

Die ausgewiesenen Resultate beziehen sich genau genommen nur auf diejenigen Badegäste, die den Fragebogen beantwortet haben. Möchte man eine Aussage für «alle Gäste» eines Hallenbades machen, so kann man mit Hilfe von statistischen Methoden eine Schätzung durchführen. Da es sich bei der vorliegenden Befragung (näherungsweise) um eine Zufallsstichprobe handelt, kann mit hoher Wahrscheinlichkeit angegeben werden, in welchem Bereich das Resultat ausgefallen wäre, wenn man alle Badegäste befragt hätte. Dieser Bereich wird gemeinhin als Vertrauensintervall bezeichnet. Die Wahrscheinlichkeit, mit der sich der Wert für «alle Gäste» im Vertrauensintervall befindet, kann frei gewählt werden. Dabei gilt, je höher die Wahrscheinlichkeit, desto breiter und damit unbestimmter wird das Intervall. In der aktuellen Befragung und generell für wissenschaftliche Projekte wird am häufigsten das 95%-Vertrauensintervall verwendet. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich der - unbekannte - Excellencewert für «alle Gäste» im angegebenen Vertrauensintervall befindet, beträgt also 95% (Grafik 2). Das Vertrauensintervall fällt ausserdem umso kleiner aus, je

- grösser die Anzahl gültiger Antworten ist;
- je näher der Excellencewert bei 0% oder 100% liegt (gilt für Anteilswerte);
- je kleiner die Streuung der Bewertungen ausfällt (gilt für Mittelwerte).

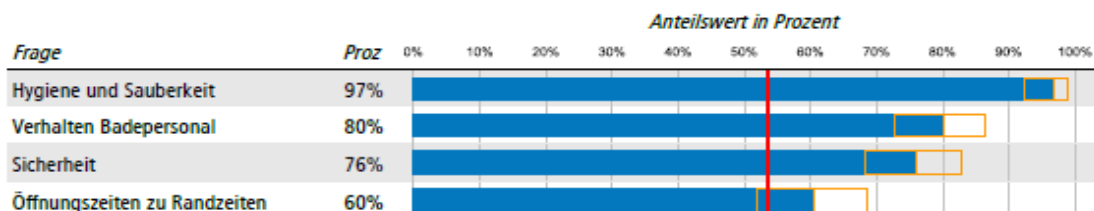
Obwohl man das wahre Resultat für «alle Badegäste» nicht kennt, lässt sich nun mit Hilfe der Statistik und einer hohen Wahrscheinlichkeit aussagen, ob ein im Bädervergleich überdurchschnittlich ausgefallenes Resultat in der Tendenz gleich – das heisst ebenfalls überdurchschnittlich – ausgefallen wäre, wenn «sämtliche Badegäste» befragt worden wären.

Dafür vergleicht man das Vertrauensintervall eines ausgewählten Resultats mit einem Referenzwert, z.B. dem Durchschnittswert innerhalb eines Hallenbades (Grafik 2, rote Linie). Überlappt nun das Vertrauensintervall mit der roten Linie, so unterscheidet sich das ausgewählte Resultat nicht signifikant vom Referenzwert, wie dies im Beispiel bei den Öffnungszeiten zu Randzeiten der Fall ist. Es ist also nicht sicher, ob die Öffnungszeiten zu Randzeiten im Urteil sämtlicher Badegäste ebenfalls als überdurchschnittlich wichtig bewertet worden wäre. Überlappt das Vertrauensintervall hingegen nicht mit dem Referenzwert, wie dies im Beispiel bei der Hygiene und Sauberkeit, beim Verhalten des Badepersonals und bei der Sicherheit der Fall ist, so spricht man von einem signifikanten Unterschied zwischen Mess- und Referenzwert. Diese drei Aspekte wären also mit hoher Wahrscheinlichkeit auch bei der Befragung «sämtlicher Badegäste» als überdurchschnittlich wichtig beurteilt worden.

Grafik 2 Erläuterung Vertrauensintervall. Die Hygiene und Sauberkeit als Beispiel wird von den Besuchern in diesem Bad überdurchschnittlich häufig als wichtig oder sehr wichtig beurteilt. Dementsprechend überschneiden sich das gelbe 95%-Vertrauensintervall und der Referenzwert (rote Linie, durchschnittliche Wichtigkeit der abgefragten Aspekte für dieses Bad) nicht.

A Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

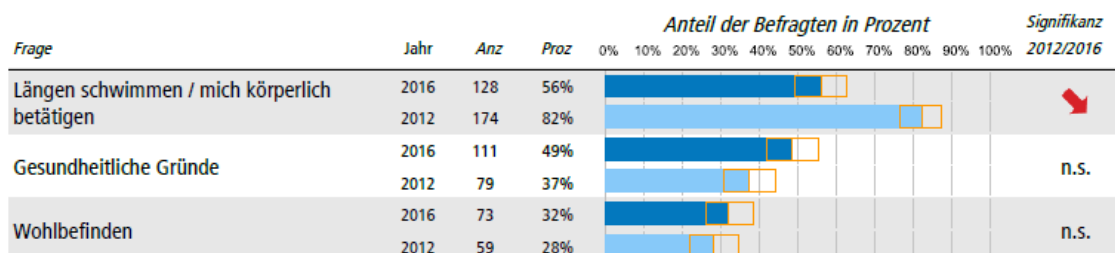
Anteilswert (Proz) = Anteil Befragte, welche den entsprechenden Aspekt als wichtig oder sehr wichtig beurteilt haben, am Total aller gültigen Antworten



Eine analoge Schlussfolgerung kann für den Vergleich von zwei Messwerten, beispielsweise aus verschiedenen Jahren, erfolgen: Wenn sich die Bereiche der Vertrauensintervalle der beiden Messwerte nicht überlagern, so unterscheiden sie sich die Messwerte signifikant voneinander, sind also mit 95%iger Wahrscheinlichkeit mit der gleichen Tendenz auch in der Grundgesamtheit aller Befragten verschieden (Grafik 3).

Grafik 3 Vorjahresvergleiche mit signifikanten und nicht-signifikanten Unterschieden.**F Die Gründe für einen Hallenbadbesuch im Vorjahresvergleich**

Anzahl Nennungen (Anz) und Anteil der Nennungen am Total der Befragten in Prozent (Proz), mit 95%-Vertrauensintervall

**3.4 Berichtskonzept**

Pro Frage werden folgende Berichtselemente dargestellt:

Grafik A: Darstellung der Anteils- oder Excellencewerte mit 95%-Vertrauensintervall, absteigend sortiert. Die Referenzlinie bezeichnet den Mittelwert über alle dargestellten Items («Aspekte») in diesem Bad. Mit dieser Grafik können Items, die innerhalb des betreffenden Bades überdurchschnittlich ausgefallen sind, von unterdurchschnittlichen Items unterschieden werden (interner Vergleich).

Grafik B: Vergleich der Resultate mit dem Durchschnittswert über alle Hallenbäder (= Benchmark). Mit dieser Grafik können Items identifiziert werden, welche im Bädervergleich über- oder unterdurchschnittlich gut abgeschnitten haben (externer Vergleich).

Grafik C: Grafische Darstellung der Antwortverteilung der gültigen Antworten in Prozent.

Tabelle D: Tabellarische Darstellung von: Anzahl gültige Antworten, Mittelwert, Antwortverteilung in Prozent und Anteils- oder Excellencewert inklusive Güteklasse als Farbbalken. Hallenbäder, welche bei der ersten Befragung teilgenommen haben, erhalten zusätzlich einen Vergleich mit dem früheren Resultat und eine Signifikanzangabe.

Grafik E: Anteils- oder Excellencewerte im Bädervergleich: Vergleich der Resultate zwischen den Bädern für ausgewählte Aspekte.

Nach dem allgemeinen Teil folgen spezifische Auswertungen (Kapitel 6 bis 8), die am Kapitelanfang kurz erläutert werden.

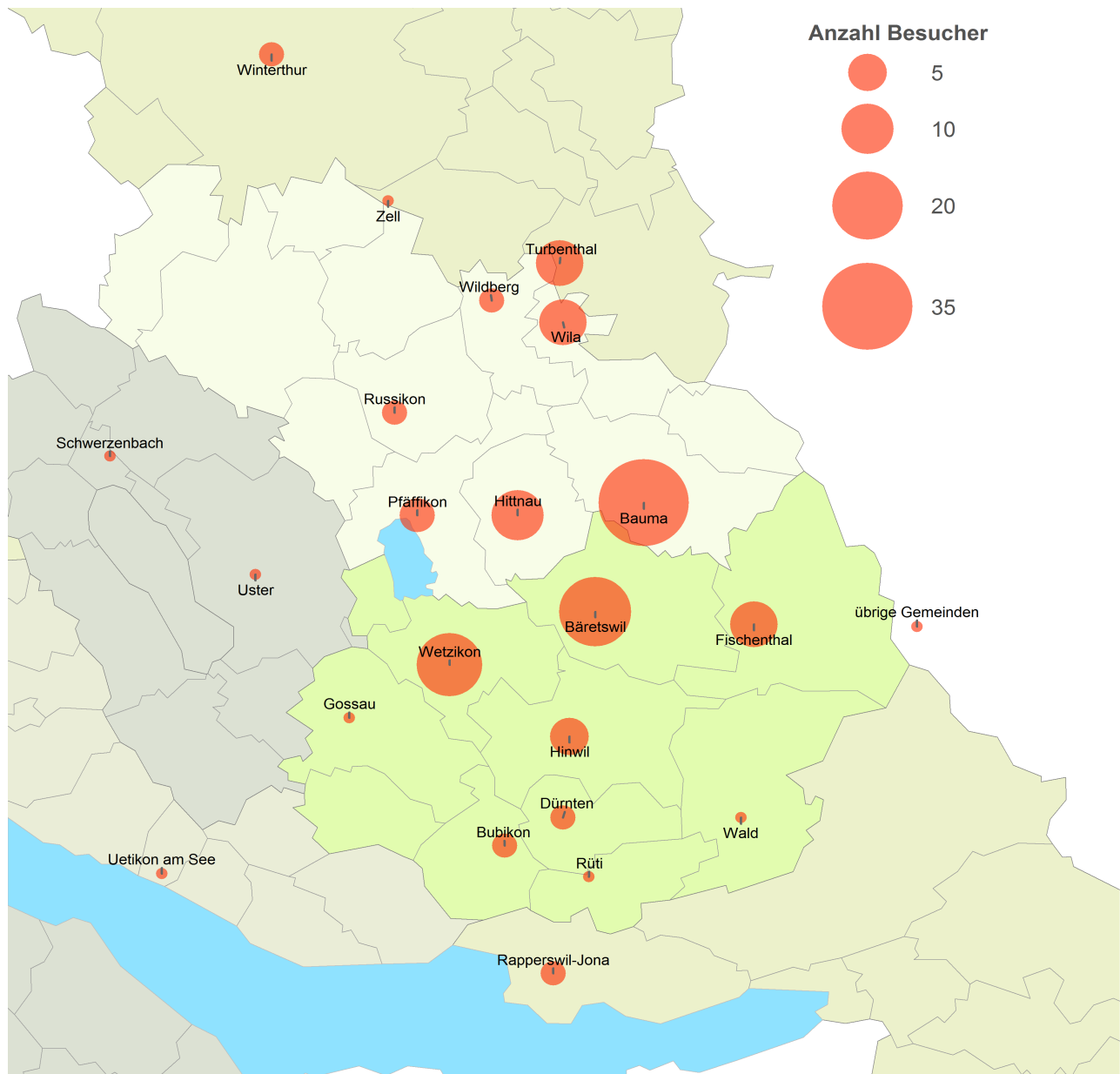
Jedes Hallenbad erhält als PDF-Datei und gedruckt zwei verschiedene Berichte:

- vertraulicher Bericht: enthält sämtliche Bemerkungen und den Bädervergleich (Grafik E)
- öffentlicher Bericht: ohne Bemerkungen der Badegäste und ohne Bädervergleich

3.5 Bemerkungen

Die Bemerkungen der Befragten wurden redigiert, Personenbezeichnungen (Namen, Kürzel usw.), wo für den Personenschutz nötig, anonymisiert und in den vertraulichen Bericht aufgenommen.

4 Einzugsgebiet



<i>Gemeinde</i>	<i>Anzahl Befragte</i>	<i>Wohnort in %</i>		
		<i>Gemeinde</i>	<i>Bezirk</i>	<i>Kanton</i>
Adliswil	150	45%	75%	92%
Bauma	139	25%	44%	96%
Dietikon	391	48%	57%	66%
Männedorf	228	20%	74%	91%
Wädenswil	134	39%	66%	66%
Total	1042	37%	63%	79%

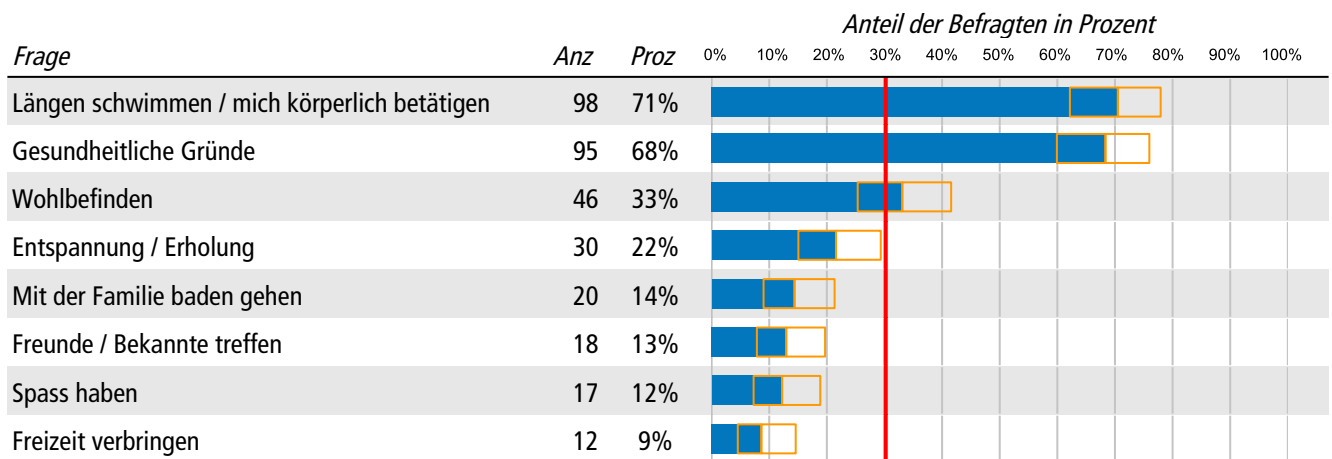
5 Ergebnisse im Detail

5.1 Gründe für den Besuch eines Hallenbades

*Frage*text: Weshalb besuchen Sie dieses Hallenbad meistens (Bitte nicht mehr als drei Gründe ankreuzen)?

A Die Gründe für einen Hallenbadbesuch

Anzahl Nennungen (Anz) in Prozent der Befragten (Proz) mit 95%-Vertrauensintervall

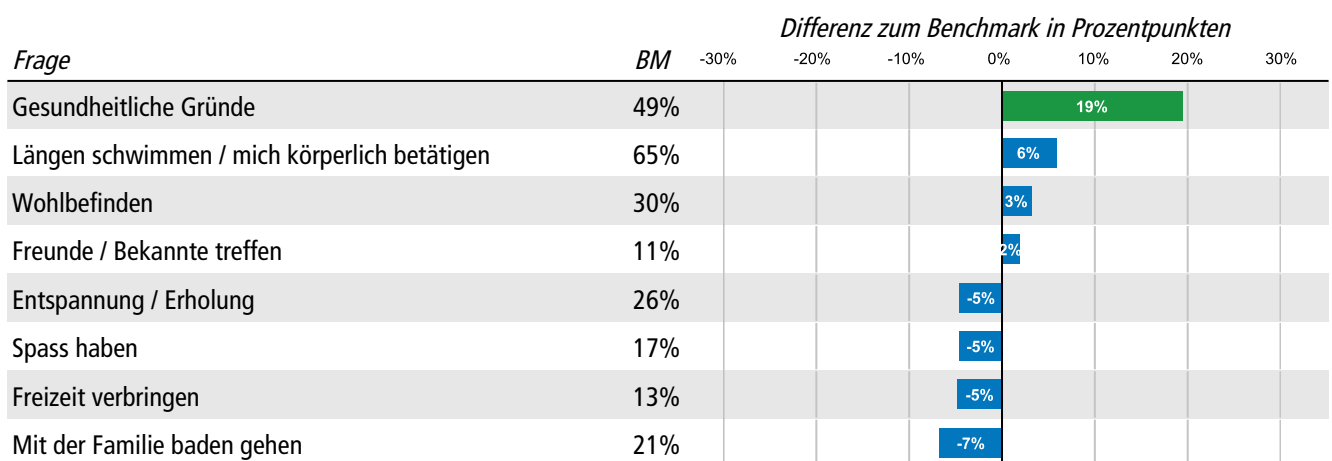


Besuchsründe, welche die rote Linie übersteigen, sind, bezogen auf alle Besuchsründe im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich häufig genannt worden.

N = 139 Befragte

B Die Gründe für einen Hallenbadbesuch im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Anteil der Befragten über alle Bäder



Grün hervorgehobene Gründe wurden im Hallenbad Bauma signifikant häufiger, rot hervorgehobene Gründe wurden signifikant weniger häufig genannt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

Die Grafiken C und D werden für dieses Kapitel nicht ausgewiesen.

5.2 Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

Fragen im Überblick

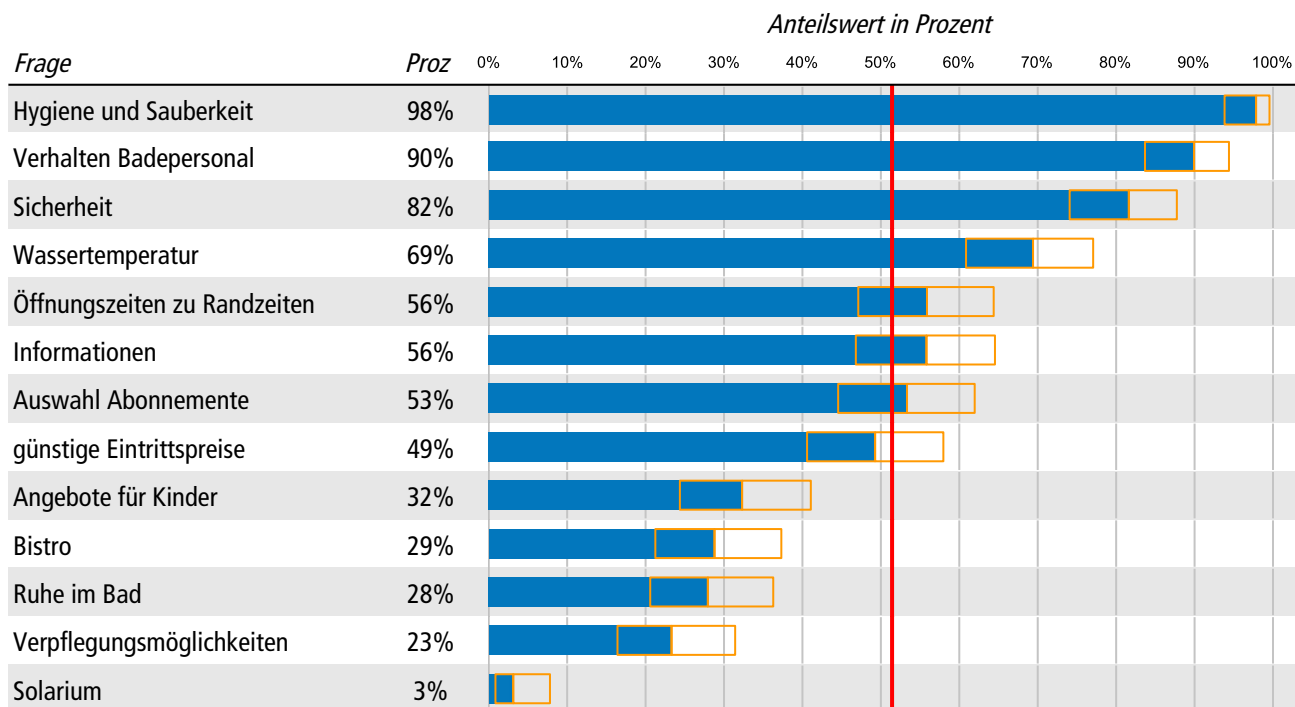
Fragetext: Bitte sagen Sie uns zu jedem einzelnen Punkt, wie wichtig er für Sie ist, wenn Sie ein Hallenbad besuchen:

<i>Wortlaut im Fragebogen</i>	<i>Frage</i>
Sicherheit (im und ums Wasser)	Sicherheit
Hygiene und Sauberkeit	Hygiene und Sauberkeit
Wassertemperatur	Wassertemperatur
Verhalten des Badepersonals (Freundlichkeit und Rettungsbereitschaft)	Verhalten Badepersonal
Angebote für Kinder (Spielbereiche, Rutschbahnen, Spielsachen, Tarzanparcours)	Angebote für Kinder
Öffnungszeiten zu Randzeiten (morgens und abends)	Öffnungszeiten zu Randzeiten
Ruhe im Bad	Ruhe im Bad
Restaurant, Kiosk	Verpflegungsmöglichkeiten
günstige Eintrittspreise	günstige Eintrittspreise
Auswahl verschiedener Abonnemente	Auswahl Abonnemente
Informationen (Öffnungszeiten, Anlässe, allgemein)	Informationen
Solarium	Solarium
Bistro	Bistro

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

Anteilswert (Proz) = Anteil Befragte, welche den entsprechenden Aspekt als wichtig oder sehr wichtig beurteilt haben, am Total aller gültigen Antworten

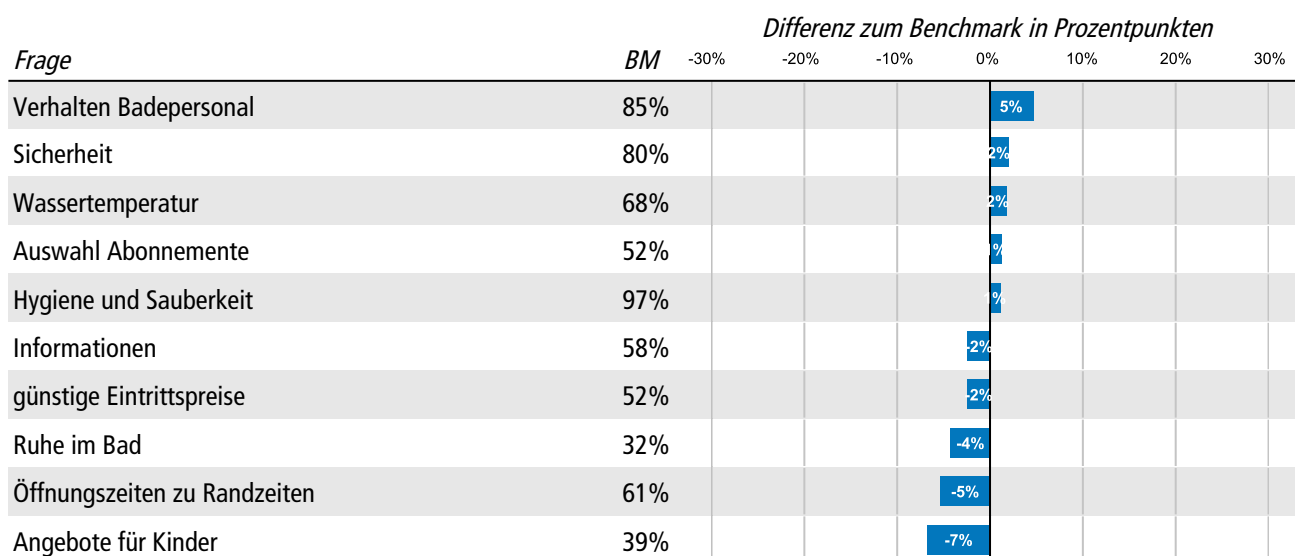


Aspekte, welche die rote Linie übersteigen, sind, bezogen auf das Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich wichtig.

N = 139 Befragte

B Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Anteilswert über alle Bäder



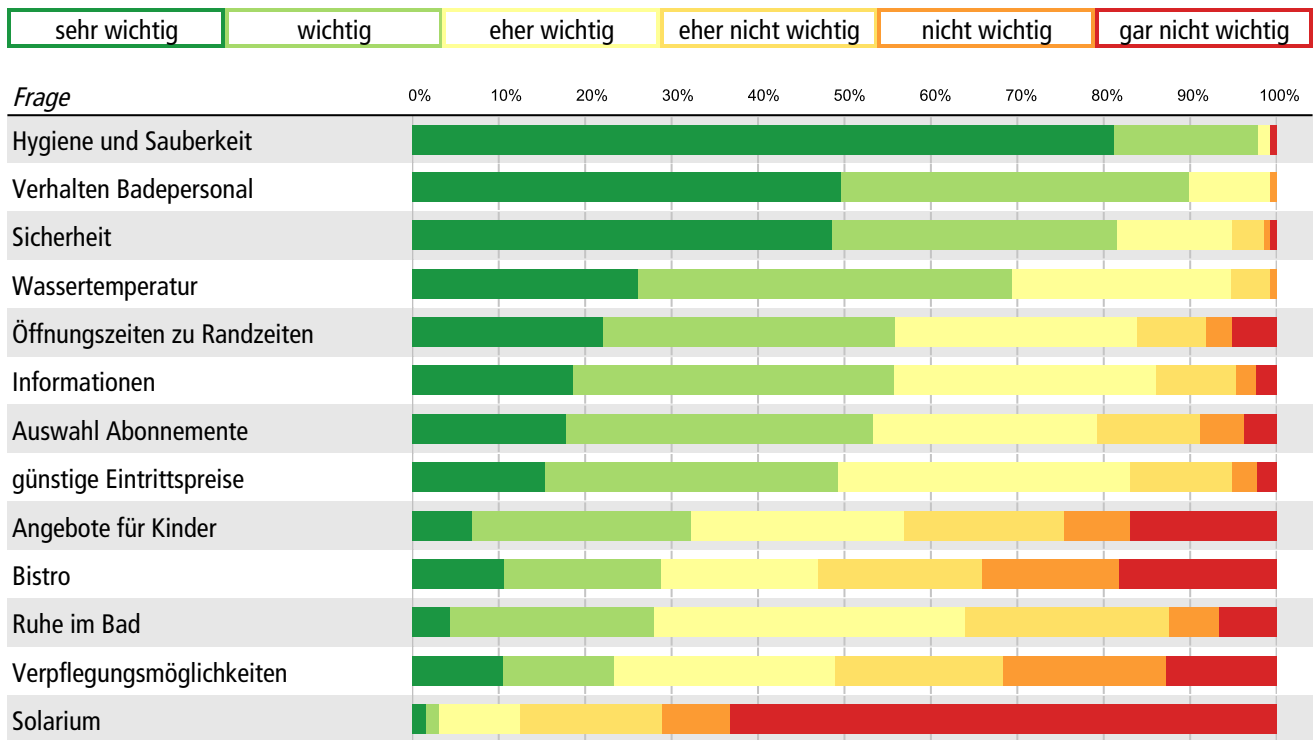
Grün hervorgehobene Aspekte sind für das Hallenbad Bauma signifikant wichtiger, rot hervorgehobene Aspekte sind signifikant weniger wichtig als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

Frage	Anzahl Antworten	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence 2016
		6	5	4	3	2	1	
Hygiene und Sauberkeit	139	81%	17%	1%	0%	0%	1%	98%
Verhalten Badepersonal	139	50%	40%	9%	0%	1%	0%	90%
Sicherheit	136	49%	33%	13%	4%	1%	1%	82%
Wassertemperatur	134	26%	43%	25%	4%	1%	0%	69%
Öffnungszeiten zu Randzeiten	136	22%	34%	28%	8%	3%	5%	56%
Informationen	129	19%	37%	30%	9%	2%	2%	56%
Auswahl Abonnemente	135	18%	36%	26%	12%	5%	4%	53%
günstige Eintrittspreise	136	15%	34%	34%	12%	3%	2%	49%
Angebote für Kinder	130	7%	25%	25%	18%	8%	17%	32%
Bistro	132	11%	18%	18%	19%	16%	18%	29%
Ruhe im Bad	136	4%	24%	36%	24%	6%	7%	28%
Verpflegungsmöglichkeiten	133	11%	13%	26%	20%	19%	13%	23%
Solarium	128	2%	2%	9%	16%	8%	63%	3%

N = 139 Befragte

5.3 Sicherheitsempfinden

Fragen im Überblick

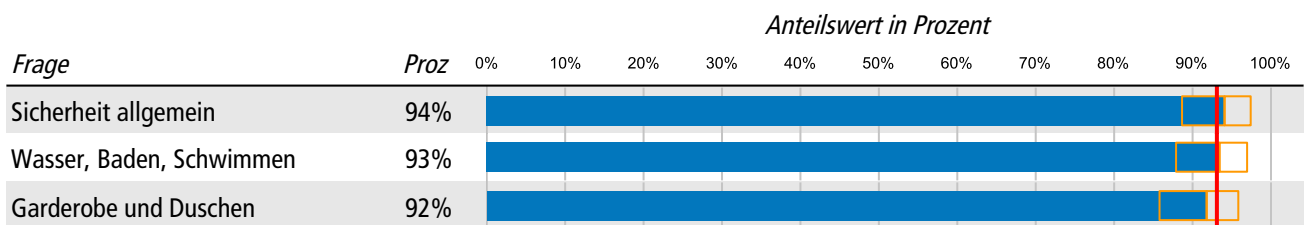
*Frage*text: Wie sicher fühlen Sie sich in diesem Hallenbad...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
im Wasser, beim Baden oder Schwimmen (Aufsicht, Sicherheitsleinen etc.)	Wasser, Baden, Schwimmen
in der Garderobe und in den Duschen	Garderobe und Duschen
Sicherheit ganz allgemein	Sicherheit allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Sicherheitsempfinden

Anteilswert (Proz) = Anteil Befragte, welche sich am entsprechenden Ort sicher oder sehr sicher fühlen, am Total aller gültigen Antworten

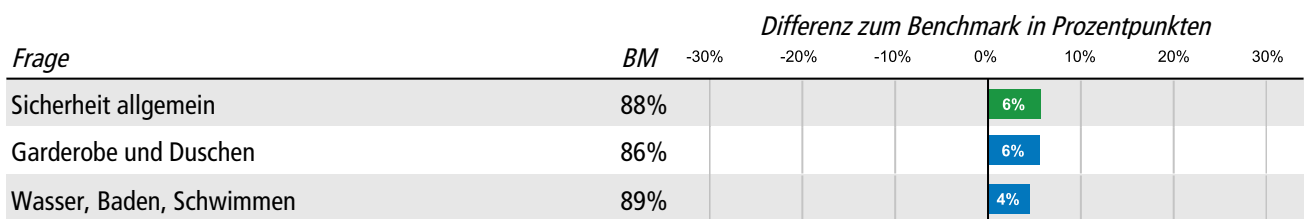


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist das Sicherheitsempfinden bezogen auf das Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Sicherheitsempfinden im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Anteilswert über alle Bäder



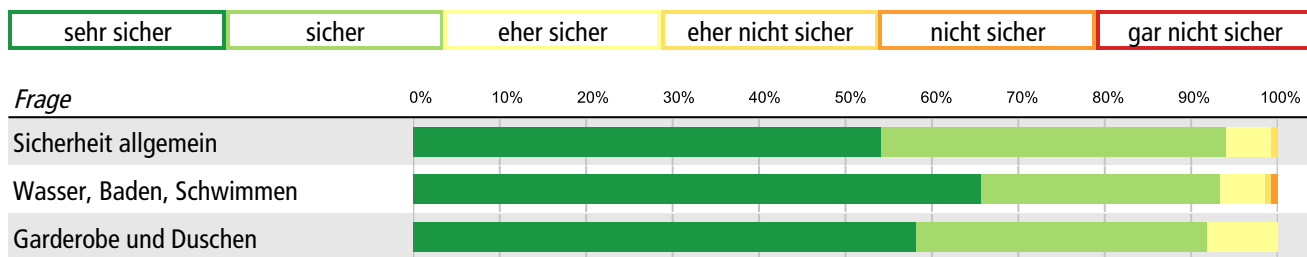
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Sicherheitsempfinden

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Sicherheitsempfinden

Frage	Anzahl Antworten	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
		6	5	4	3	2	1	2016	
Sicherheit allgemein	135	54%	40%	5%	1%	0%	0%	94%	
Wasser, Baden, Schwimmen	137	66%	28%	5%	1%	1%	0%	93%	
Garderobe und Duschen	134	58%	34%	8%	0%	0%	0%	92%	

N = 139 Befragte

5.4 Zufriedenheit mit der Sauberkeit

Fragen im Überblick

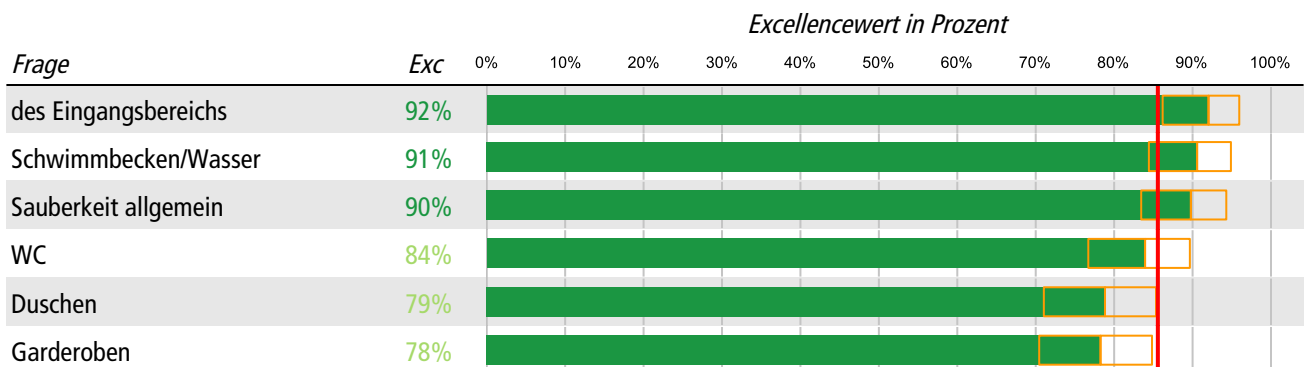
*Frage*text: Wie zufrieden sind Sie in diesem Hallenbad mit der Sauberkeit...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
des Schwimmbeckens resp. des Wassers	Schwimmbecken/Wasser
der Garderoben	Garderoben
der Duschen	Duschen
der WCs	WC
des Eingangsbereichs	des Eingangsbereichs
mit der Sauberkeit ganz allgemein	Sauberkeit allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit der Sauberkeit

Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten

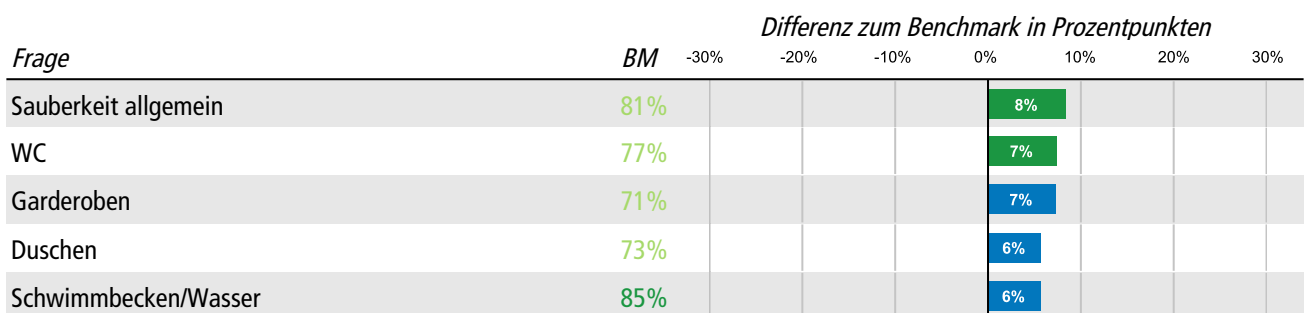


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit mit der Sauberkeit, bezogen auf das Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit der Sauberkeit im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder



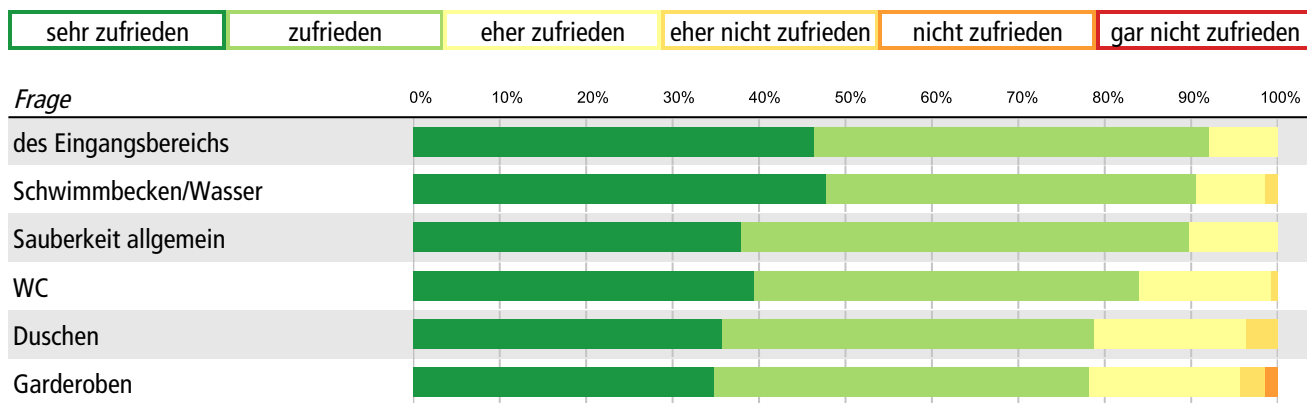
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit der Sauberkeit

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit der Sauberkeit

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence 2016
			6	5	4	3	2	1	
des Eingangsbereichs	138	5.4	46%	46%	8%	0%	0%	0%	92%
Schwimmbecken/Wasser	138	5.4	48%	43%	8%	1%	0%	0%	91%
Sauberkeit allgemein	137	5.3	38%	52%	10%	0%	0%	0%	90%
WC	137	5.2	39%	45%	15%	1%	0%	0%	84%
Duschen	137	5.1	36%	43%	18%	4%	0%	0%	79%
Garderoben	138	5.1	35%	43%	17%	3%	1%	0%	78%

N = 139 Befragte

5.5 Zufriedenheit mit dem Badebetrieb

Fragen im Überblick

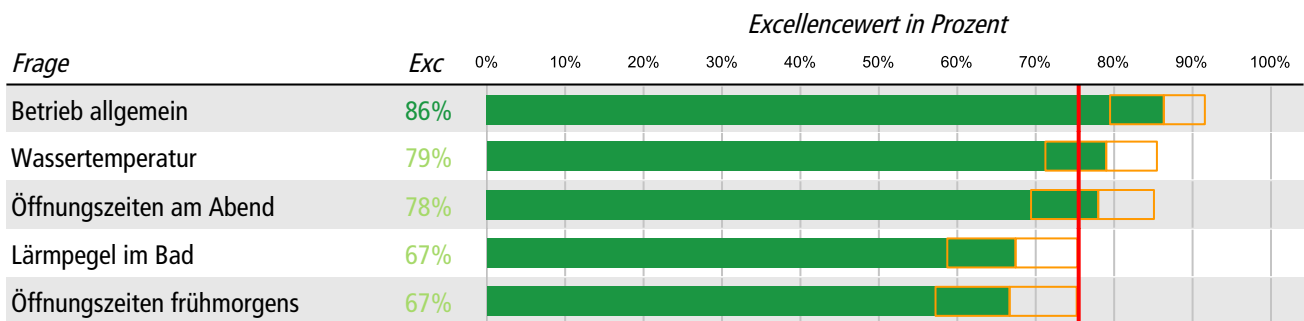
*Frage*text: Was den Betrieb im Hallenbad betrifft, wie zufrieden sind Sie mit...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
der Wassertemperatur	Wassertemperatur
dem Lärmpegel im Bad	Lärmpegel im Bad
den Öffnungszeiten frühmorgens	Öffnungszeiten frühmorgens
den Öffnungszeiten am Abend	Öffnungszeiten am Abend
dem Betrieb ganz allgemein	Betrieb allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit dem Betrieb

Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten

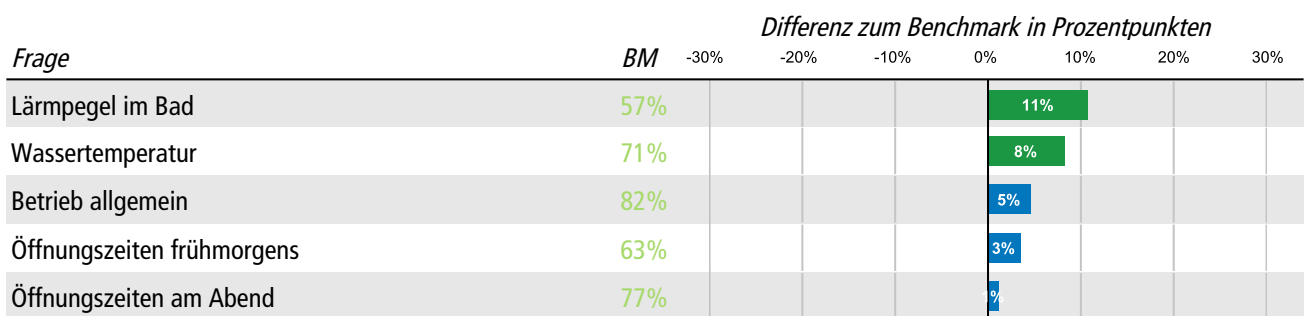


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zum Betrieb im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit dem Betrieb im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder



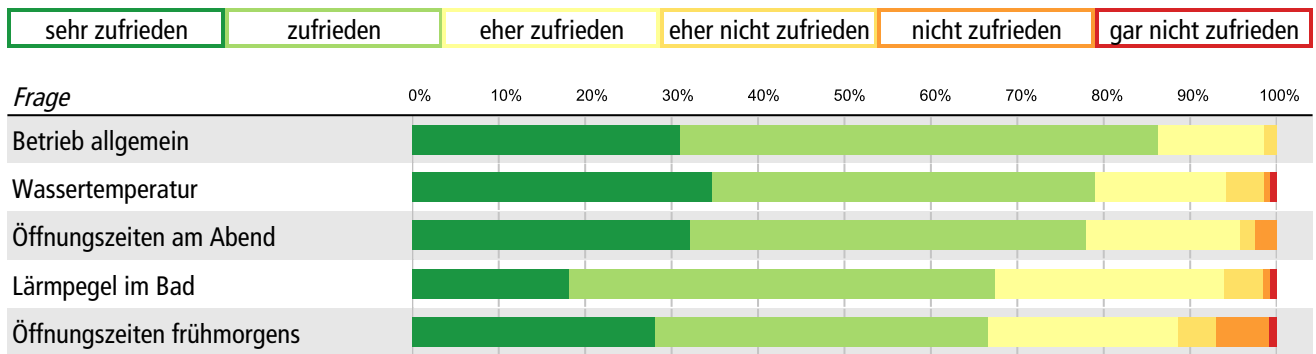
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit dem Betrieb

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit dem Betrieb

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence 2016
			6	5	4	3	2	1	
Betrieb allgemein	139	5.2	31%	55%	12%	1%	0%	0%	86%
Wassertemperatur	138	5.1	35%	44%	15%	4%	1%	1%	79%
Öffnungszeiten am Abend	118	5.0	32%	46%	18%	2%	3%	0%	78%
Lärmpegel im Bad	132	4.8	18%	49%	27%	5%	1%	1%	67%
Öffnungszeiten frühmorgens	114	4.8	28%	39%	22%	4%	6%	1%	67%

N = 139 Befragte

5.6 Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur

Fragen im Überblick

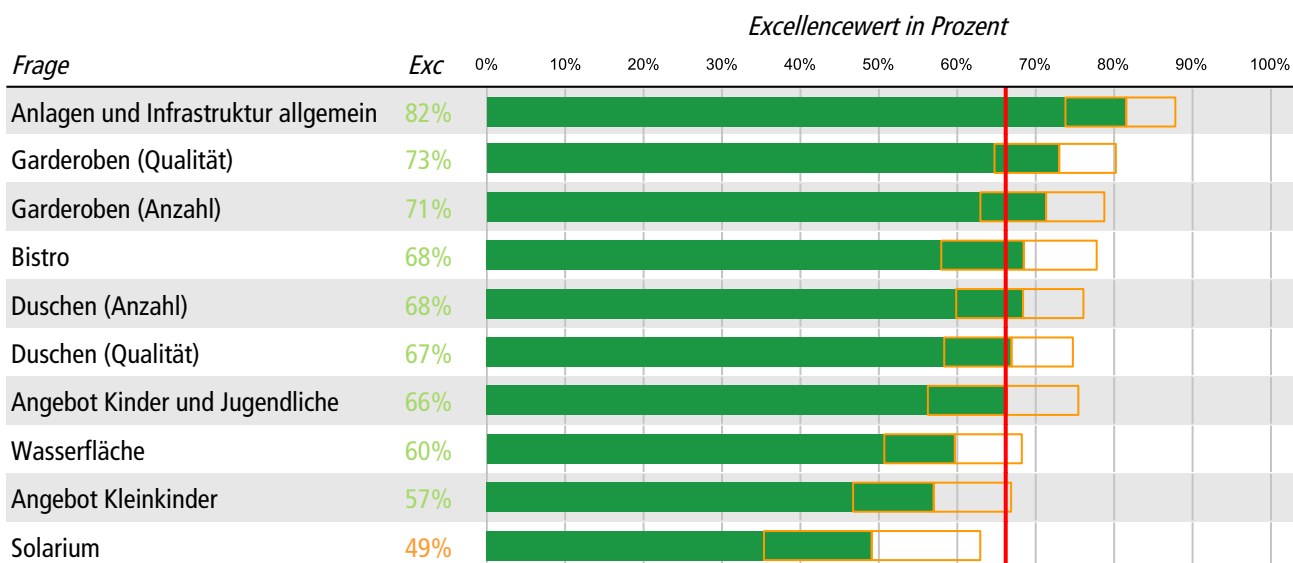
*Frage***text:** Was die Anlage und die Infrastruktur betrifft, wie zufrieden sind Sie mit...?

<i>Wortlaut im Fragebogen</i>	<i>Frage</i>
den Garderoben und Umkleideräumen (Anzahl)	Garderoben (Anzahl)
den Garderoben und Umkleideräumen (Qualität)	Garderoben (Qualität)
den Duschen (Anzahl)	Duschen (Anzahl)
den Duschen (Qualität)	Duschen (Qualität)
dem Angebot für Kleinkinder (Planchbecken, Spielmöglichkeiten, etc.)	Angebot Kleinkinder
dem Angebot für Kinder und Jugendliche (Rutschbahnen, Spielgeräte, Blasio, Tarzanparcours)	Angebot Kinder und Jugendliche
der zur Verfügung gestellten Wasserfläche	Wasserfläche
Solarium	Solarium
Bistro	Bistro
den Anlagen und der Infrastruktur ganz allgemein	Anlagen und Infrastruktur allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur

Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten

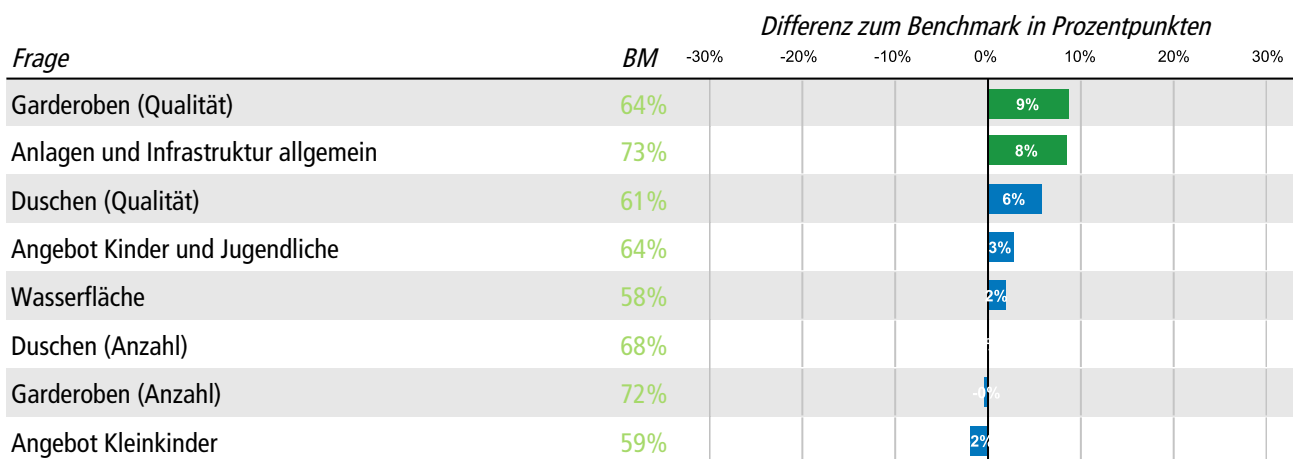


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zur Anlage und Infrastruktur im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder



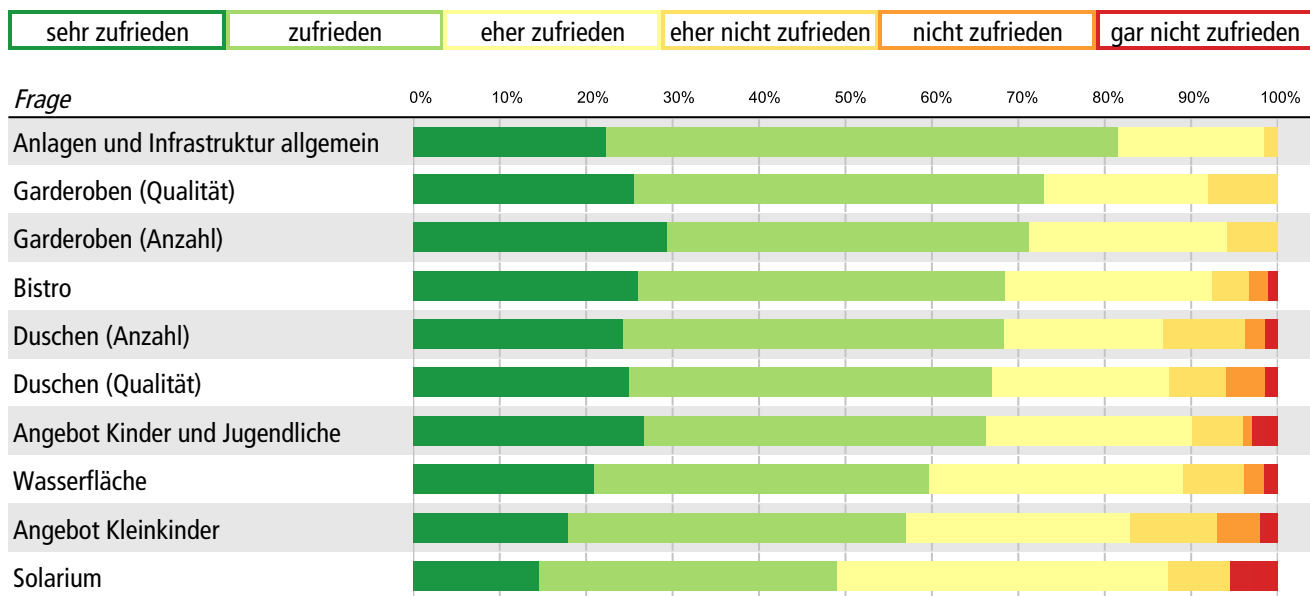
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence 2016
			6	5	4	3	2	1	
Anlagen und Infrastruktur allgemein	130	5.0	22%	59%	17%	2%	0%	0%	82%
Garderoben (Qualität)	137	4.9	26%	47%	19%	8%	0%	0%	73%
Garderoben (Anzahl)	136	4.9	29%	42%	23%	6%	0%	0%	71%
Bistro	92	4.8	26%	42%	24%	4%	2%	1%	68%
Duschen (Anzahl)	136	4.7	24%	44%	18%	10%	2%	1%	68%
Duschen (Qualität)	136	4.7	25%	42%	21%	7%	4%	1%	67%
Angebot Kinder und Jugendliche	101	4.8	27%	40%	24%	6%	1%	3%	66%
Wasserfläche	129	4.6	21%	39%	29%	7%	2%	2%	60%
Angebot Kleinkinder	100	4.5	18%	39%	26%	10%	5%	2%	57%
Solarium	55	4.4	15%	35%	38%	7%	0%	5%	49%

N = 139 Befragte

5.7 Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

Fragen im Überblick

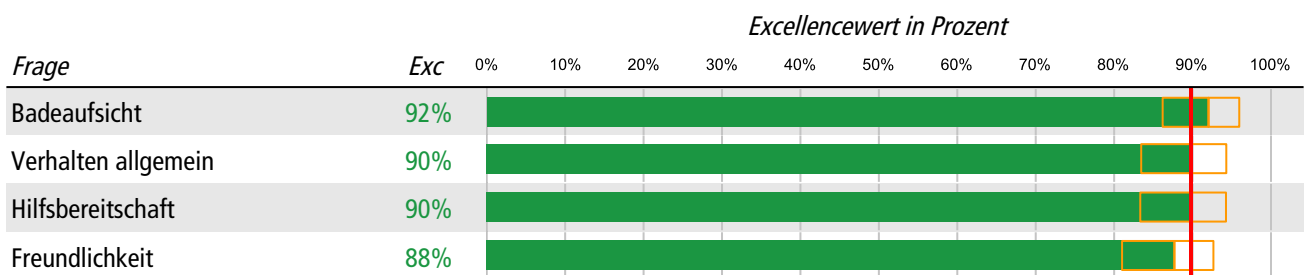
*Frage*text: Wie zufrieden sind Sie mit dem Badeaufsichtspersonal bezüglich...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
der Freundlichkeit	Freundlichkeit
der Badeaufsicht (Sicherheitsgefühl)	Badeaufsicht
der Hilfsbereitschaft	Hilfsbereitschaft
des Verhaltens des Badeaufsichtspersonals allgemein	Verhalten allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten

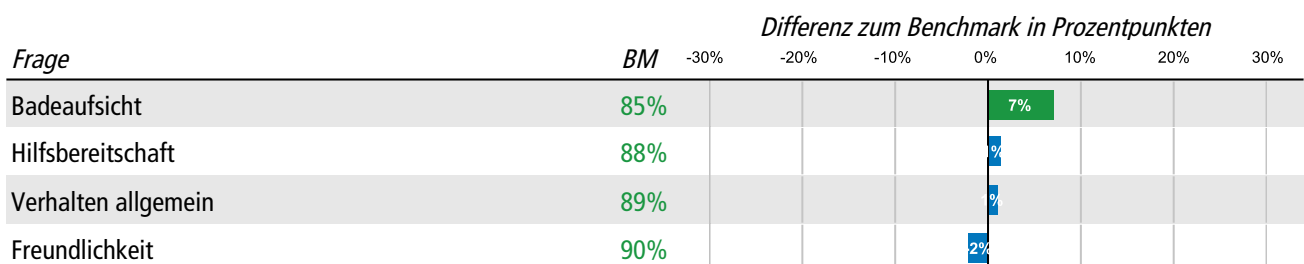


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zum Badeaufsichtspersonal im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder



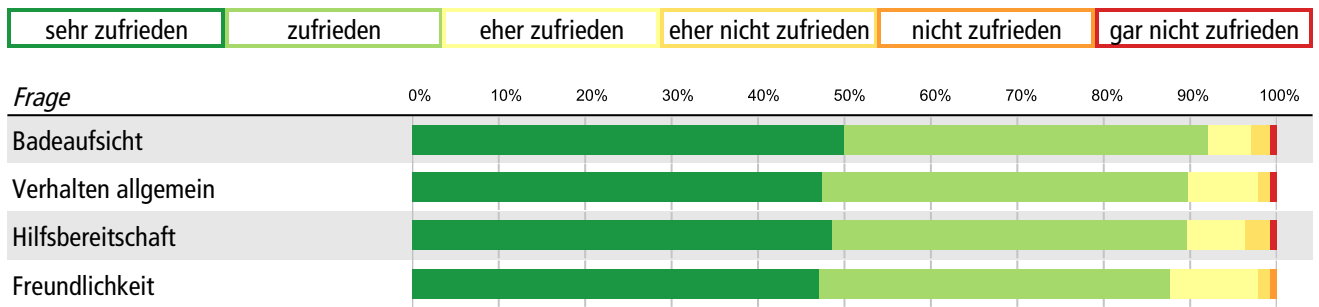
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Badeaufsicht	138	5.4	50%	42%	5%	2%	0%	1%	92%	
Verhalten allgemein	137	5.3	47%	42%	8%	1%	0%	1%	90%	
Hilfsbereitschaft	136	5.3	49%	41%	7%	3%	0%	1%	90%	
Freundlichkeit	138	5.3	47%	41%	10%	1%	1%	0%	88%	

N = 139 Befragte

5.8 Zufriedenheit mit dem Kassenpersonal

Fragen im Überblick

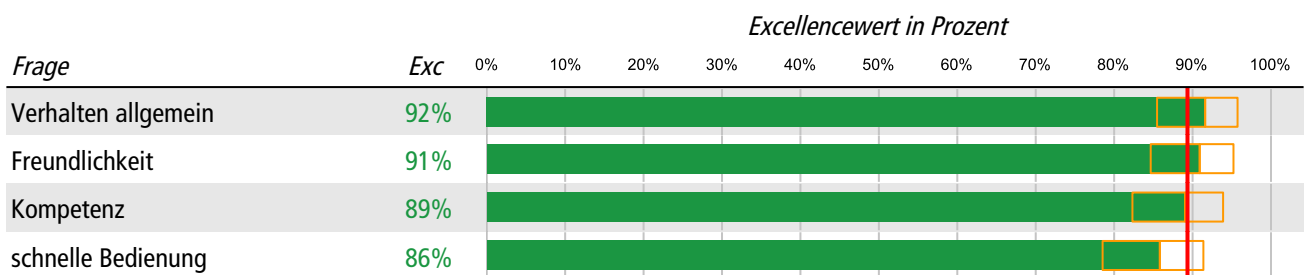
*Frage*text: Wie zufrieden sind Sie mit dem Kassenpersonal bezüglich...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
Freundlichkeit	Freundlichkeit
Kompetenz	Kompetenz
schneller Bedienung (kurze Wartezeiten in Warteschlange)	schnelle Bedienung
des Verhaltens des Kassenpersonals allgemein	Verhalten allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit dem Kassenpersonal

Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten

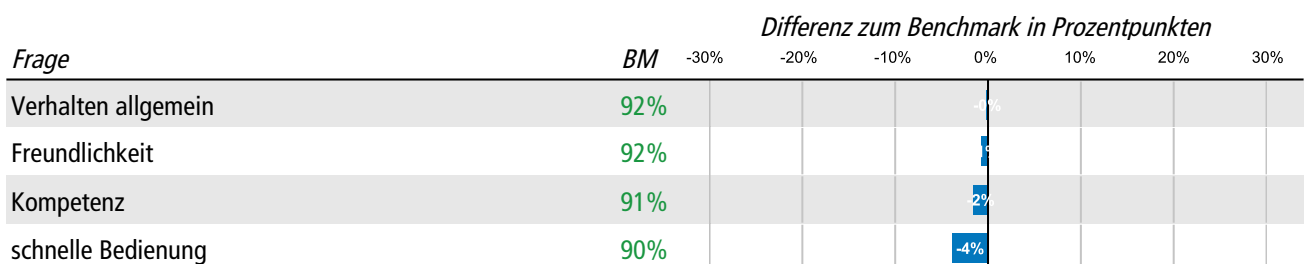


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zum Kassenpersonal im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit dem Kassenpersonal im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder



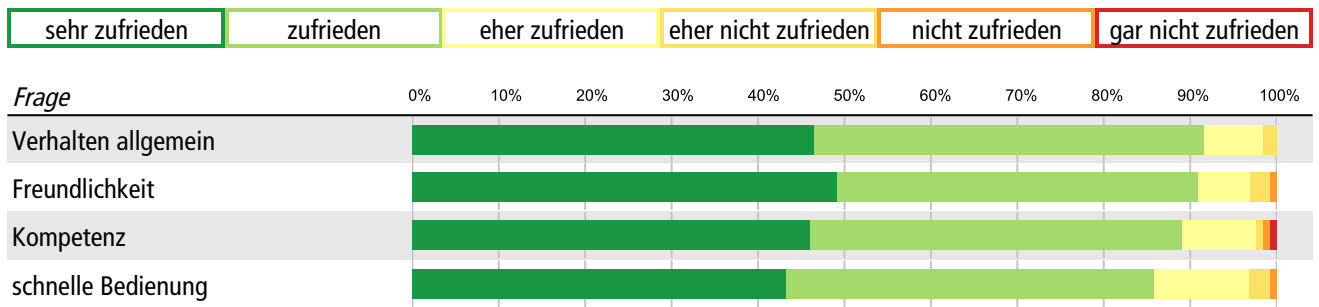
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit dem Kassenspersonal

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit dem Kassenspersonal

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Verhalten allgemein	131	5.4	47%	45%	7%	2%	0%	0%	92%	
Freundlichkeit	132	5.4	49%	42%	6%	2%	1%	0%	91%	
Kompetenz	128	5.3	46%	43%	9%	1%	1%	1%	89%	
schnelle Bedienung	127	5.3	43%	43%	11%	2%	1%	0%	86%	

N = 139 Befragte

5.9 Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

Fragen im Überblick

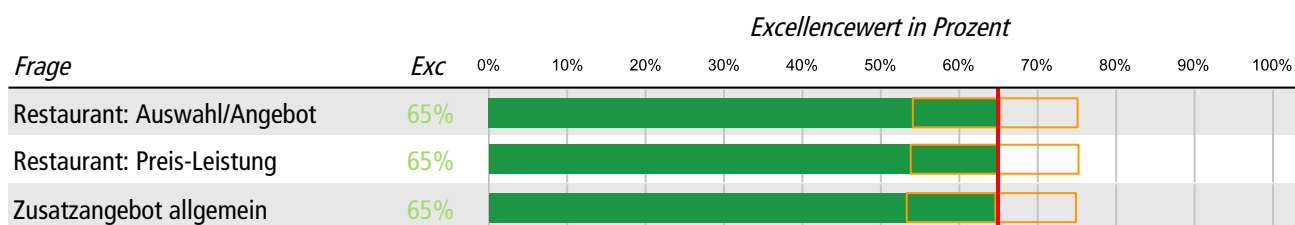
*Frage*text: Diese Frage betrifft den Teil der Anlage, der nicht direkt zum Hallenbad gehört. Wie zufrieden sind Sie...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
beim Restaurant/Getränkeautomaten mit der Auswahl und dem Angebot	Restaurant: Auswahl/Angebot
beim Restaurant/Getränkeautomaten mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis	Restaurant: Preis-Leistung
mit dem Zusatzangebot ganz allgemein	Zusatzangebot allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten

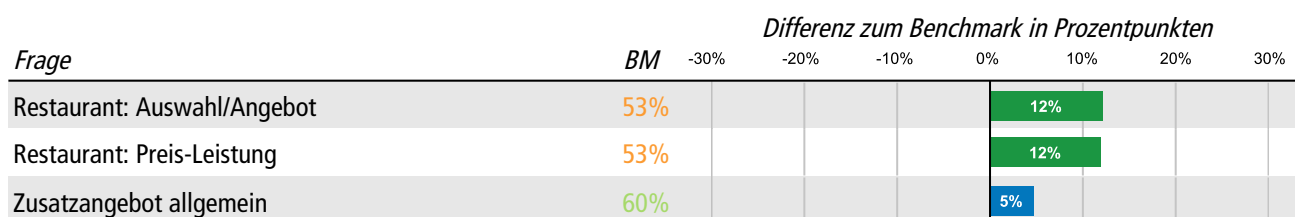


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zur Verpflegung und zum Zusatzangebot im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder



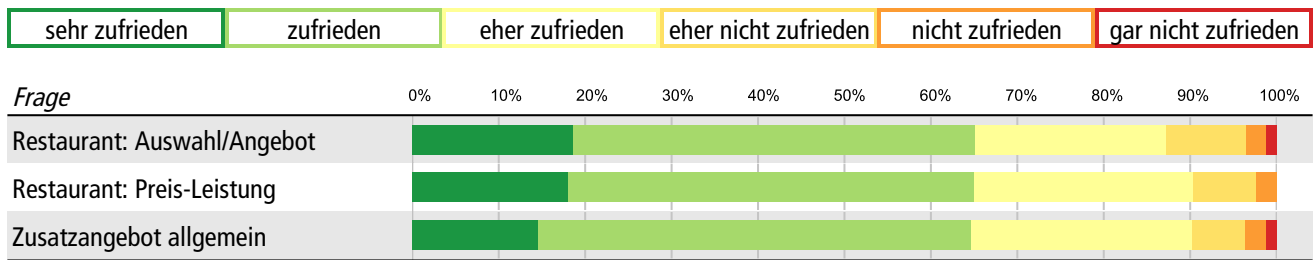
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Restaurant: Auswahl/Angebot	86	4.7	19%	47%	22%	9%	2%	1%	65%	
Restaurant: Preis-Leistung	83	4.7	18%	47%	25%	7%	2%	0%	65%	
Zusatzangebot allgemein	82	4.6	15%	50%	26%	6%	2%	1%	65%	

N = 139 Befragte

5.10 Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

Fragen im Überblick

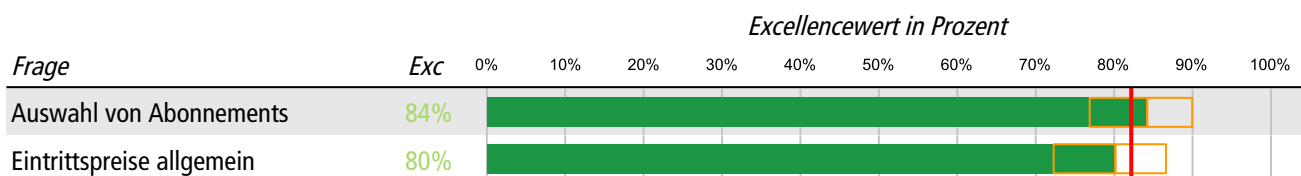
*Frage*text: Diese Frage betrifft die Eintrittspreise. Wie zufrieden sind Sie mit...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
der Auswahl von Abonnements (Saison, Jahr, 10-er Abo, Halbjahr, Aquafitabo)	Auswahl von Abonnements
den Eintrittspreisen ganz allgemein	Eintrittspreise allgemein

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten

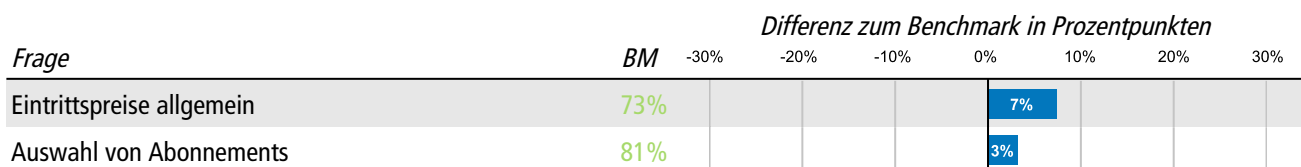


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zu den Eintrittspreisen im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder



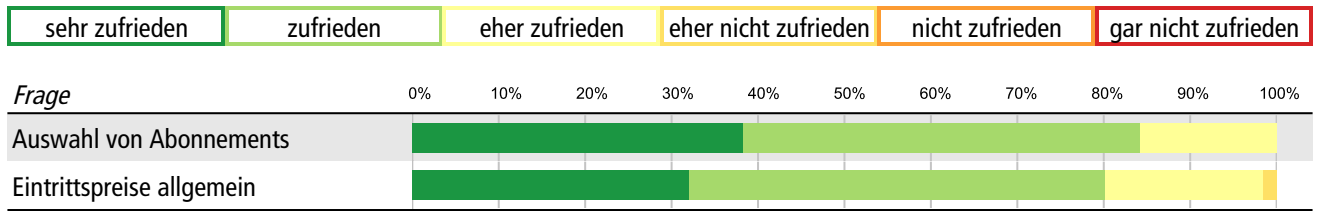
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 139 Befragte

D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Auswahl von Abonnements	133	5.2	38%	46%	16%	0%	0%	0%	84%	
Eintrittspreise allgemein	131	5.1	32%	48%	18%	2%	0%	0%	80%	

N = 139 Befragte

5.11 Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

Fragen im Überblick

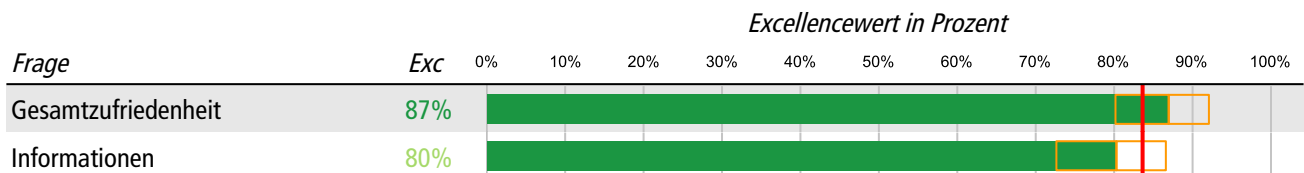
Frage**text**: Wie zufrieden sind Sie ...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
... mit den Informationen über das Hallenbad und im Hallenbad?	Informationen
... ganz allgemein mit diesem Hallenbad?	Gesamtzufriedenheit

Blau hervorgehobene Fragen sind optional und wurden nicht in allen Bädern gestellt. Grün hervorgehobene Fragen wurden in unterschiedlichem Wortlaut gestellt.

A Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

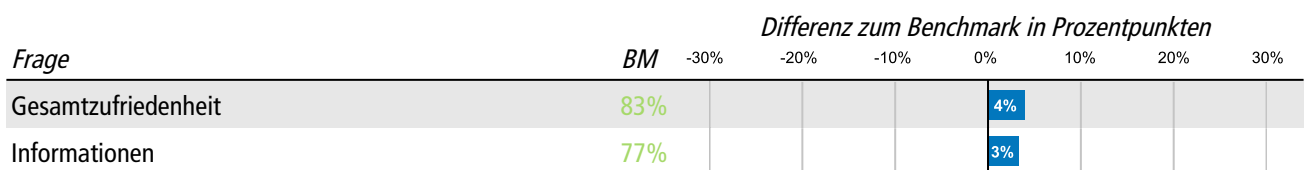
Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten



Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf die Informationen und die Gesamtzufriedenheit im Hallenbad Bauma, überdurchschnittlich hoch ausgefallen. N = 139 Befragte

B Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit im Vergleich zum Benchmark

Der Benchmark (BM) entspricht dem durchschnittlichen Excellencewert über alle Bäder

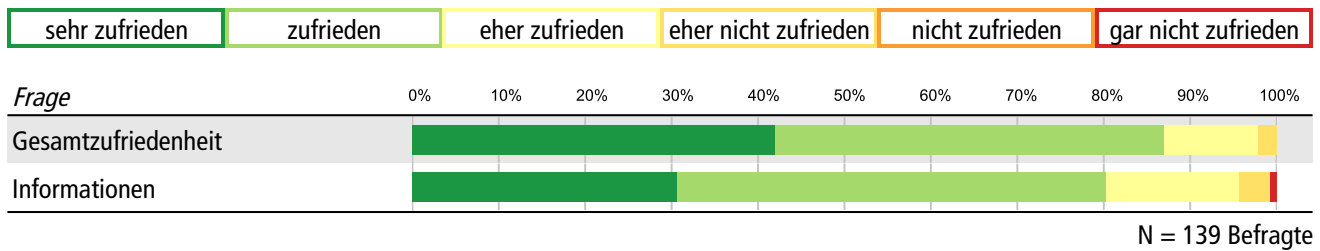


Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallenbad Bauma signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder. N = 139 Befragte

C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



D Tabelle mit Detailangaben

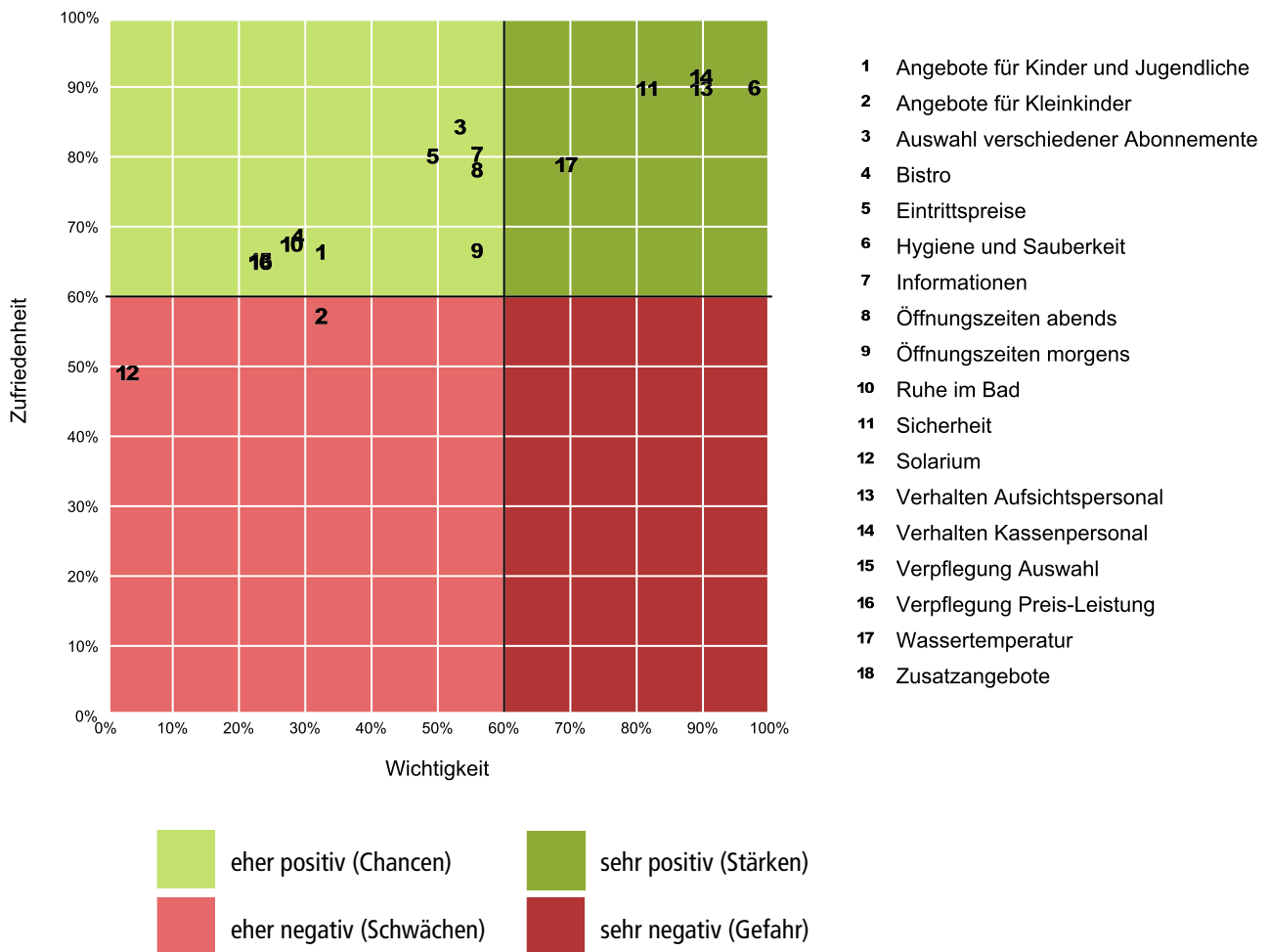
Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Gesamtzufriedenheit	138	5.3	42%	45%	11%	2%	0%	0%	87%	
Informationen	137	5.1	31%	50%	15%	4%	0%	1%	80%	

N = 139 Befragte

6 Portfoliografik

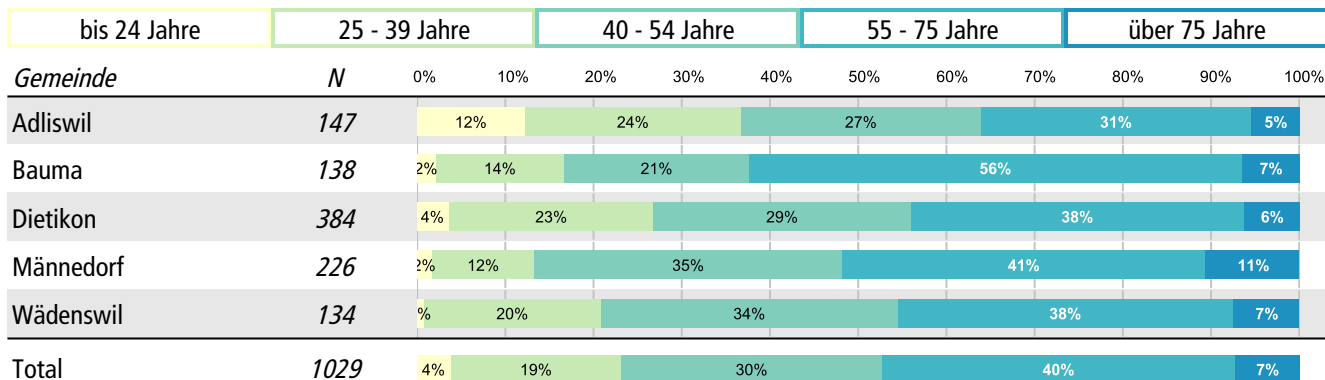
Zufriedenheit versus Wichtigkeit: In der Portfoliografik wird der Excellencewert für die Zufriedenheit mit einem bestimmten Aspekt gegen den Anteil der Befragten aufgetragen, die diesen Aspekt als wichtig oder sehr wichtig empfanden. Die Grafik wurde in vier Areale unterteilt, womit alle abgefragten Aspekte als Stärken, Schwächen, Gefahren oder Chancen interpretiert werden können. Im Hinblick auf Verbesserungen im Zentrum stehen die Aspekte im hell- und dunkelroten Bereich. Dabei kann über Grafik B des entsprechenden Themas zusätzlich geklärt werden, ob die Schwächen und Gefahren auch im Vergleich zum Benchmark unterdurchschnittlich beurteilt worden sind.



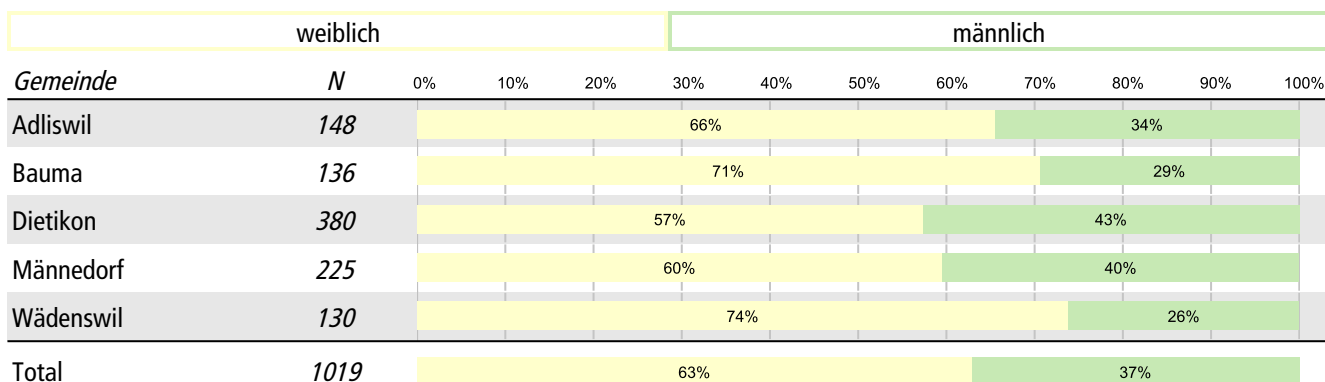
7 Statistische Angaben

Die abgefragten persönlichen Angaben der Badegäste erlauben einen Einblick in die Besucherstruktur des Hallenbads und in Kapitel 8 eine Aussage darüber, in welcher Art die verschiedenen Personengruppen das Hallenbad nutzen («Nutzergruppen»).

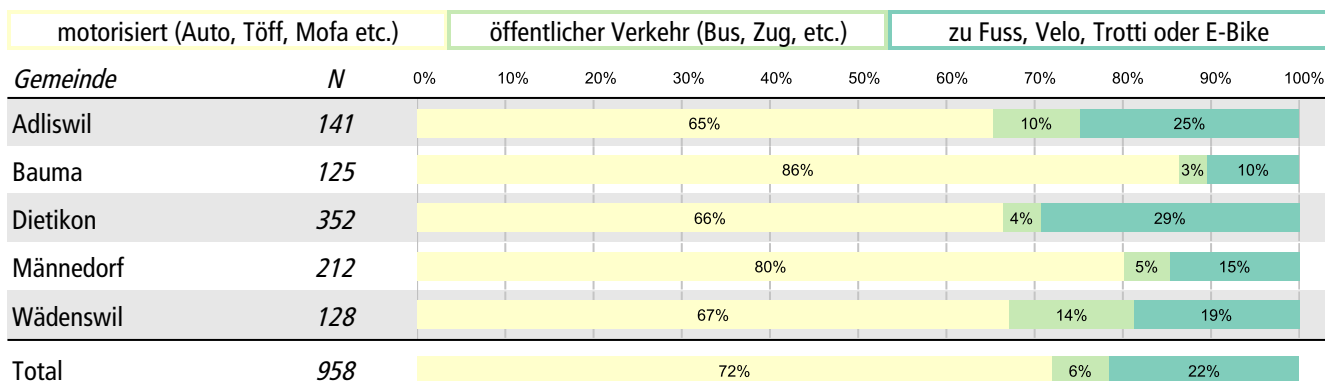
7.1 Alter



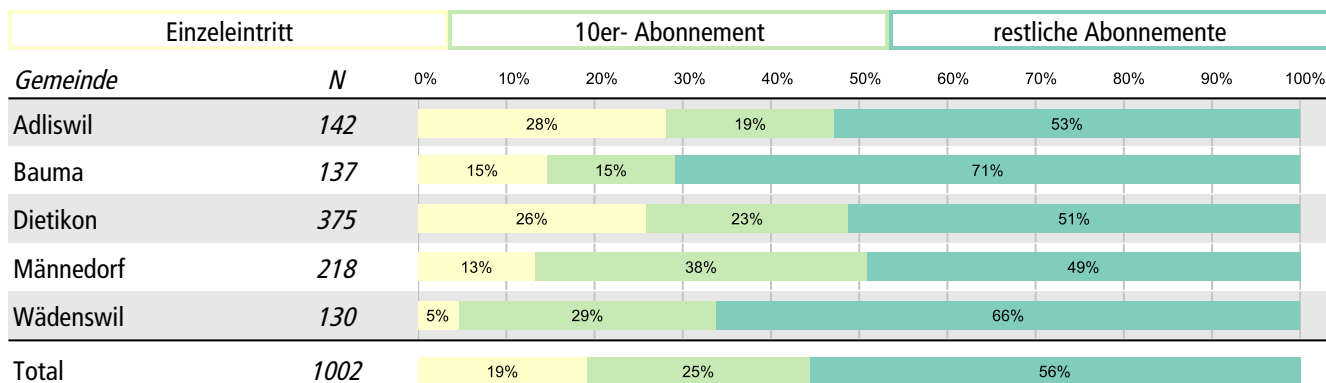
7.2 Geschlecht



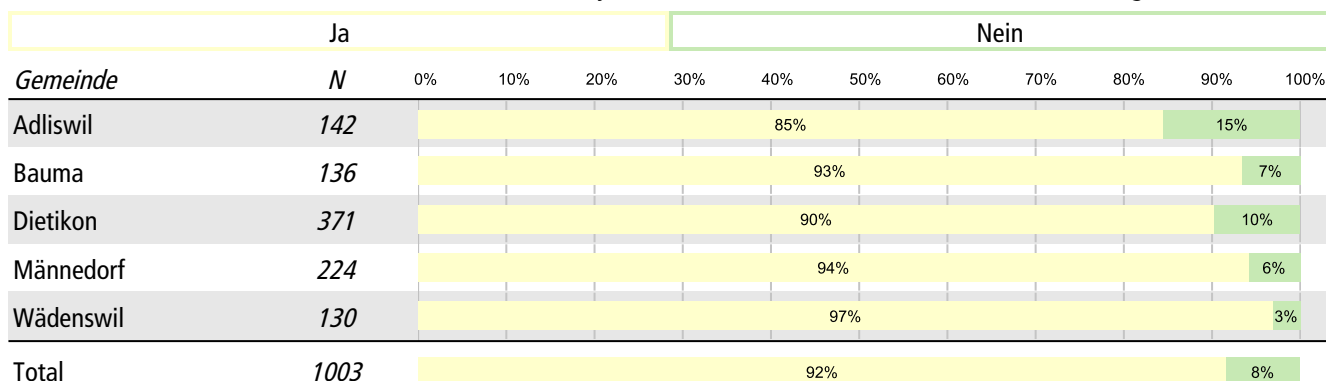
7.3 Anreise Wie sind Sie angereist?



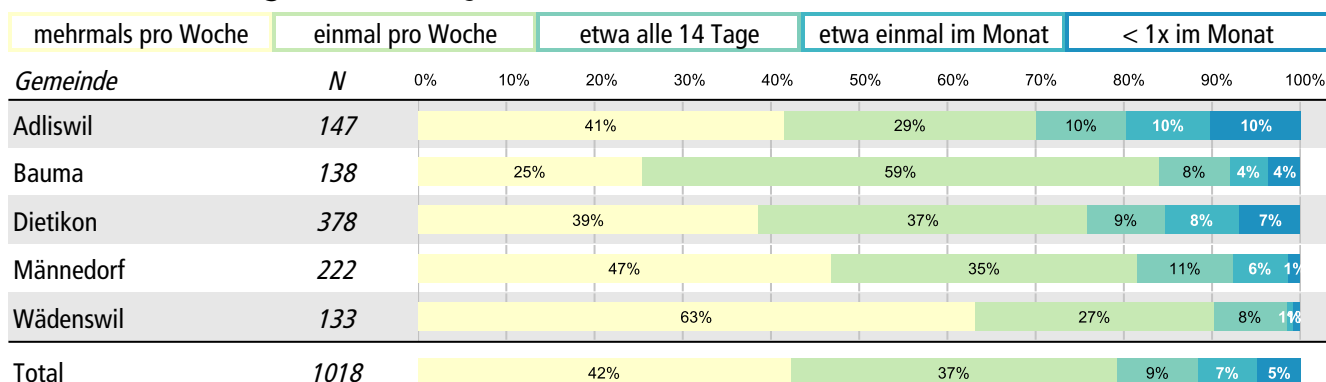
7.4 Eintrittsbillett Welches Abo resp. Eintrittsbillett benutzen Sie in der Regel für den Besuch der Badeanlagen?



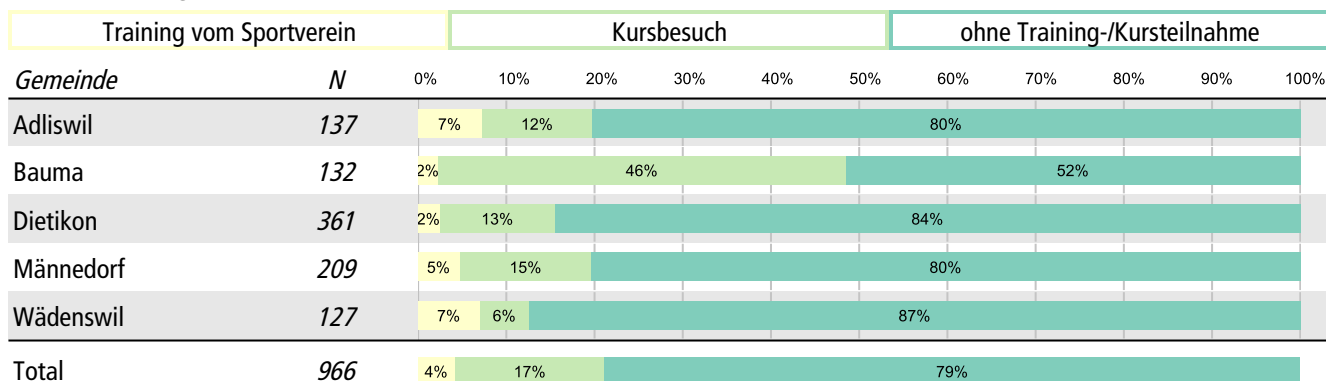
7.5 Hallenbad Ist das Hallenbad, in welchem Sie jetzt sind, das Bad, in welches Sie normalerweise hingehen?



7.6 Besuchshäufigkeit Wie häufig besuchen Sie im Winter ein Hallenbad?



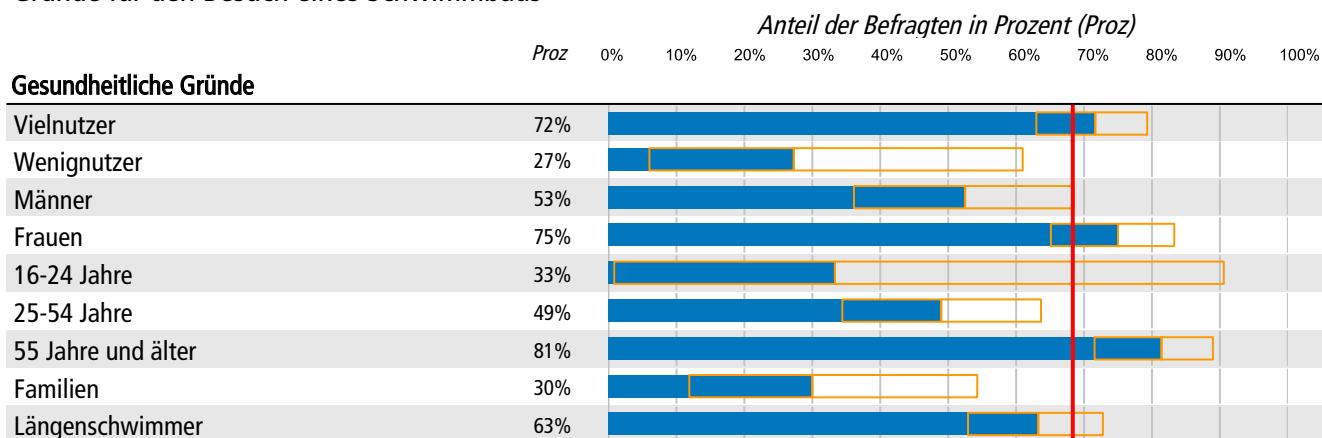
7.7 Training Weshalb besuchen Sie das Hallenbad heute?



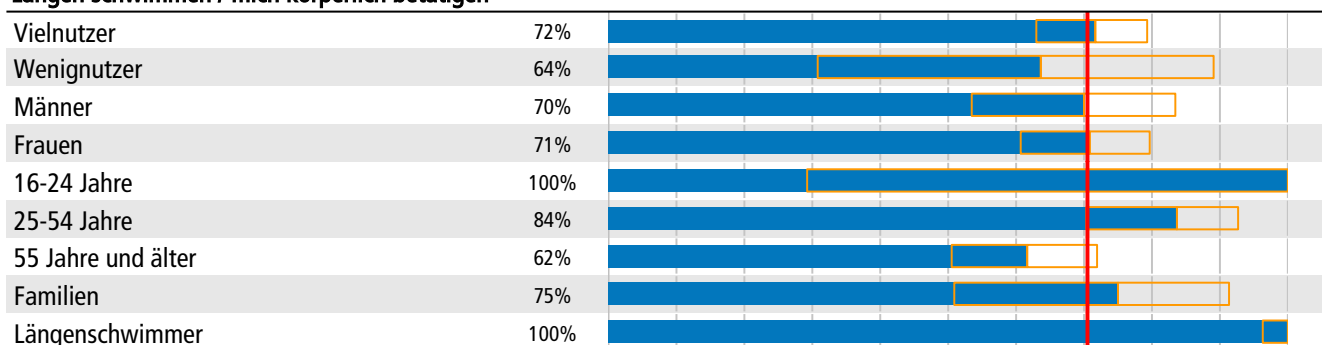
8 Nutzergruppen

Für ausgewählte Fragestellungen wurden die relevanten Antwortgruppen separat ausgewertet und einander gegenübergestellt. Vielnutzer besuchen mindestens alle 14 Tage ein Hallenbad

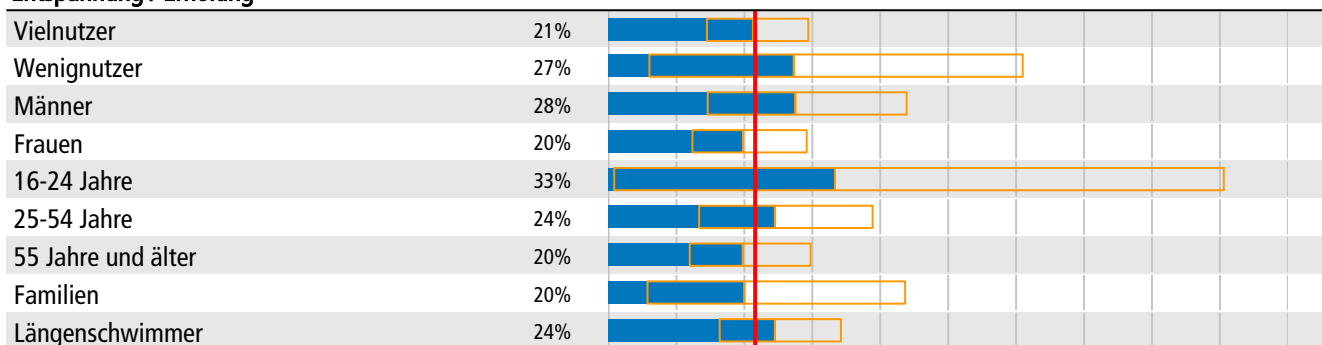
Gründe für den Besuch eines Schwimmbads



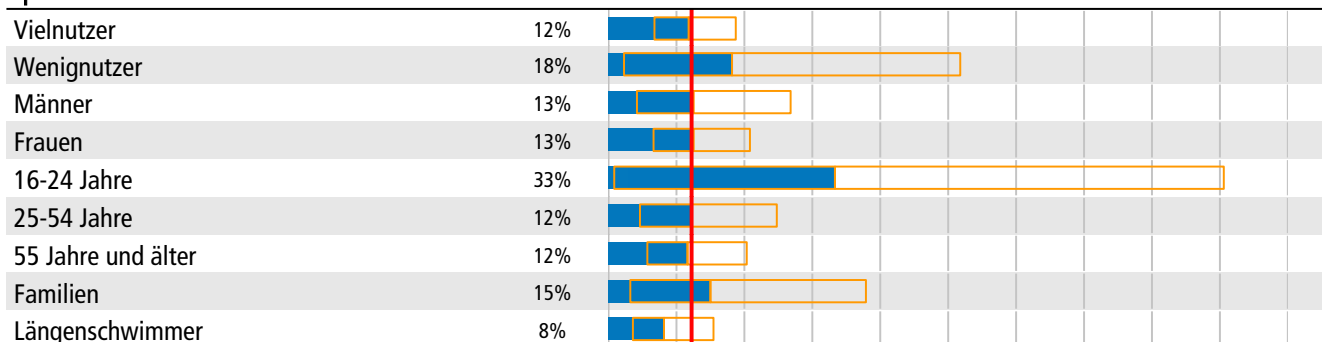
Längen schwimmen / mich körperlich betätigen



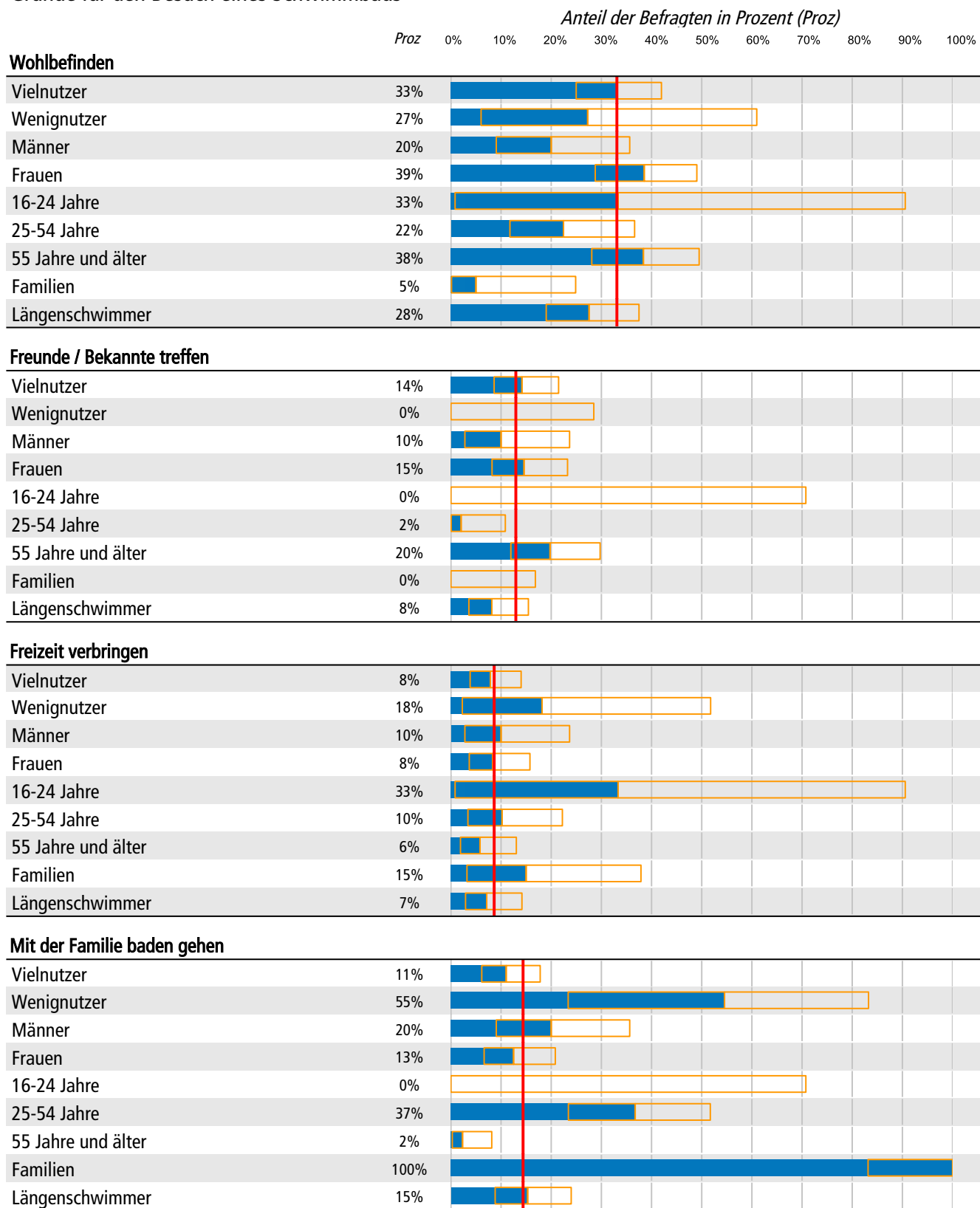
Entspannung / Erholung



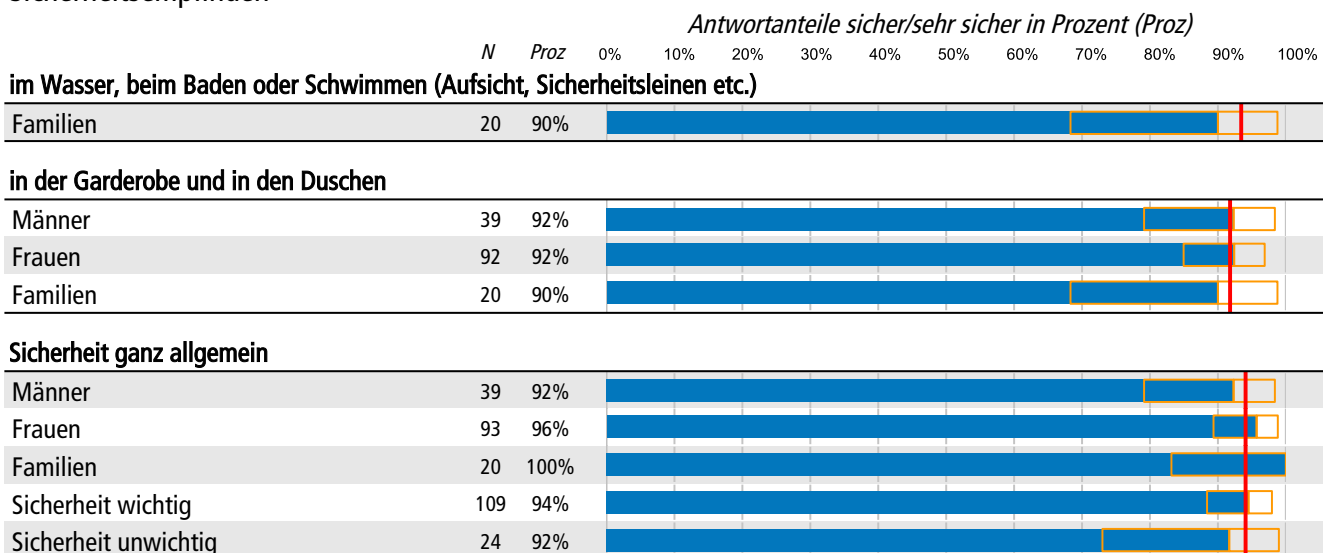
Spas haben



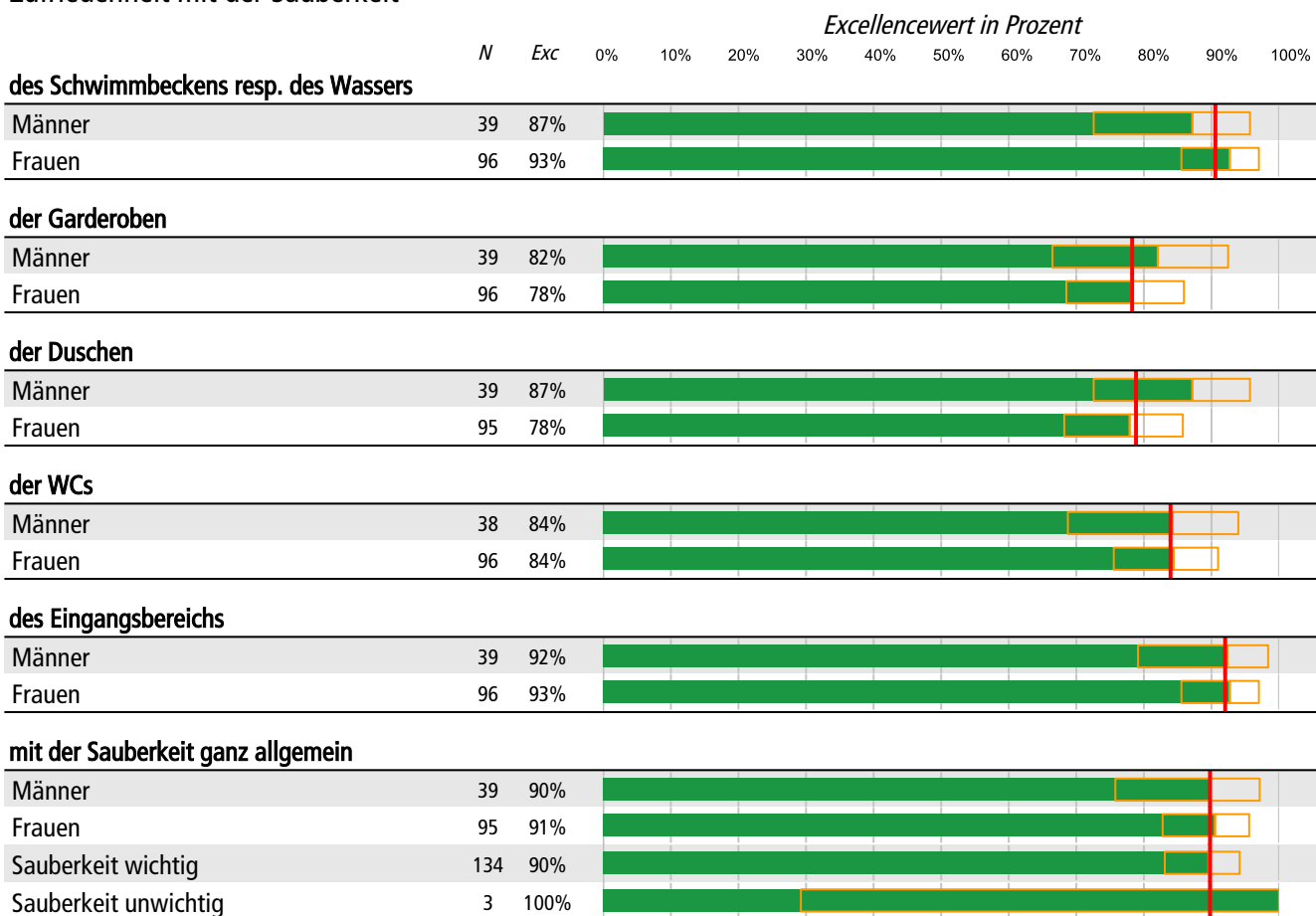
Gründe für den Besuch eines Schwimmbads



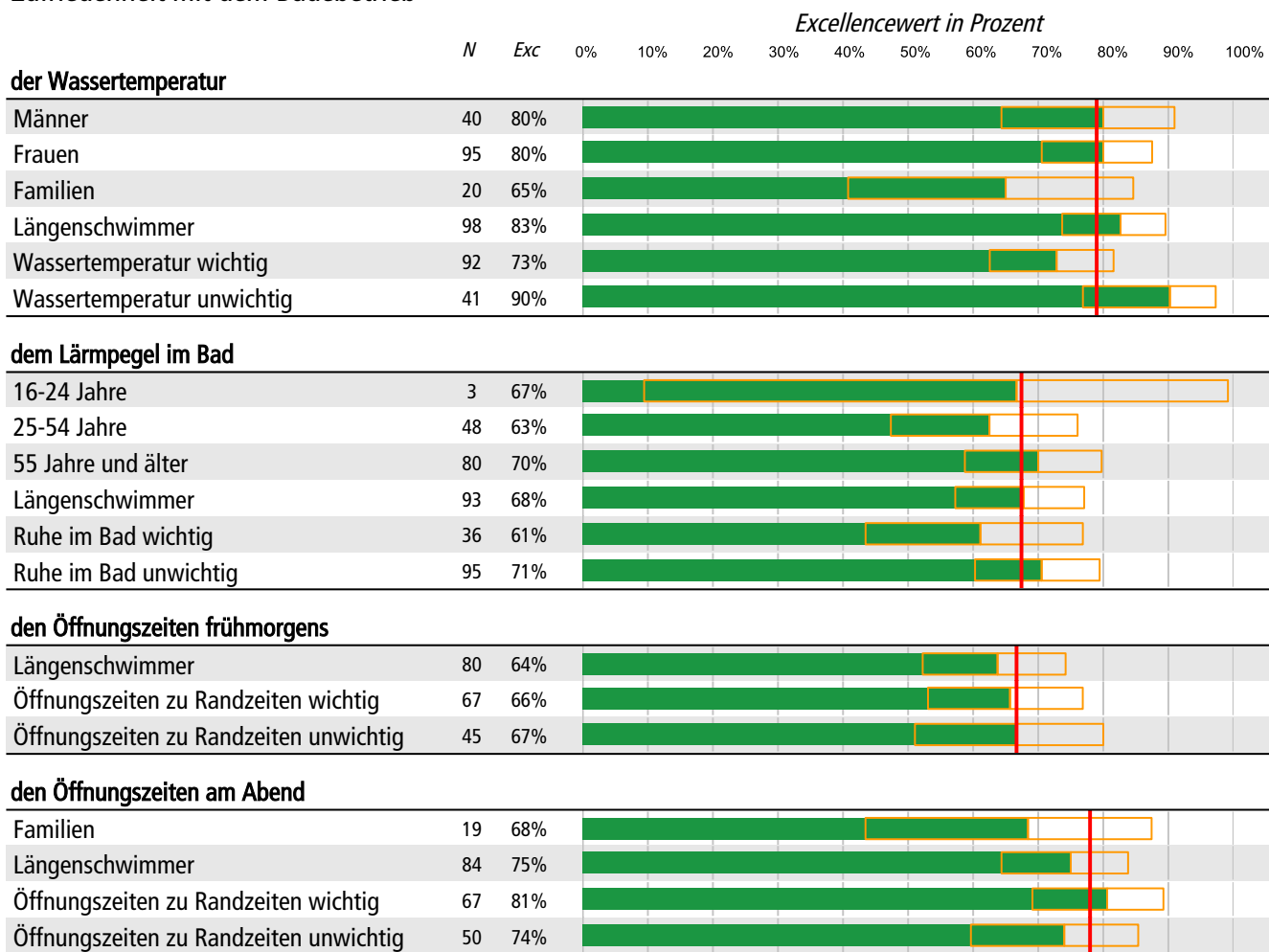
Sicherheitsempfinden



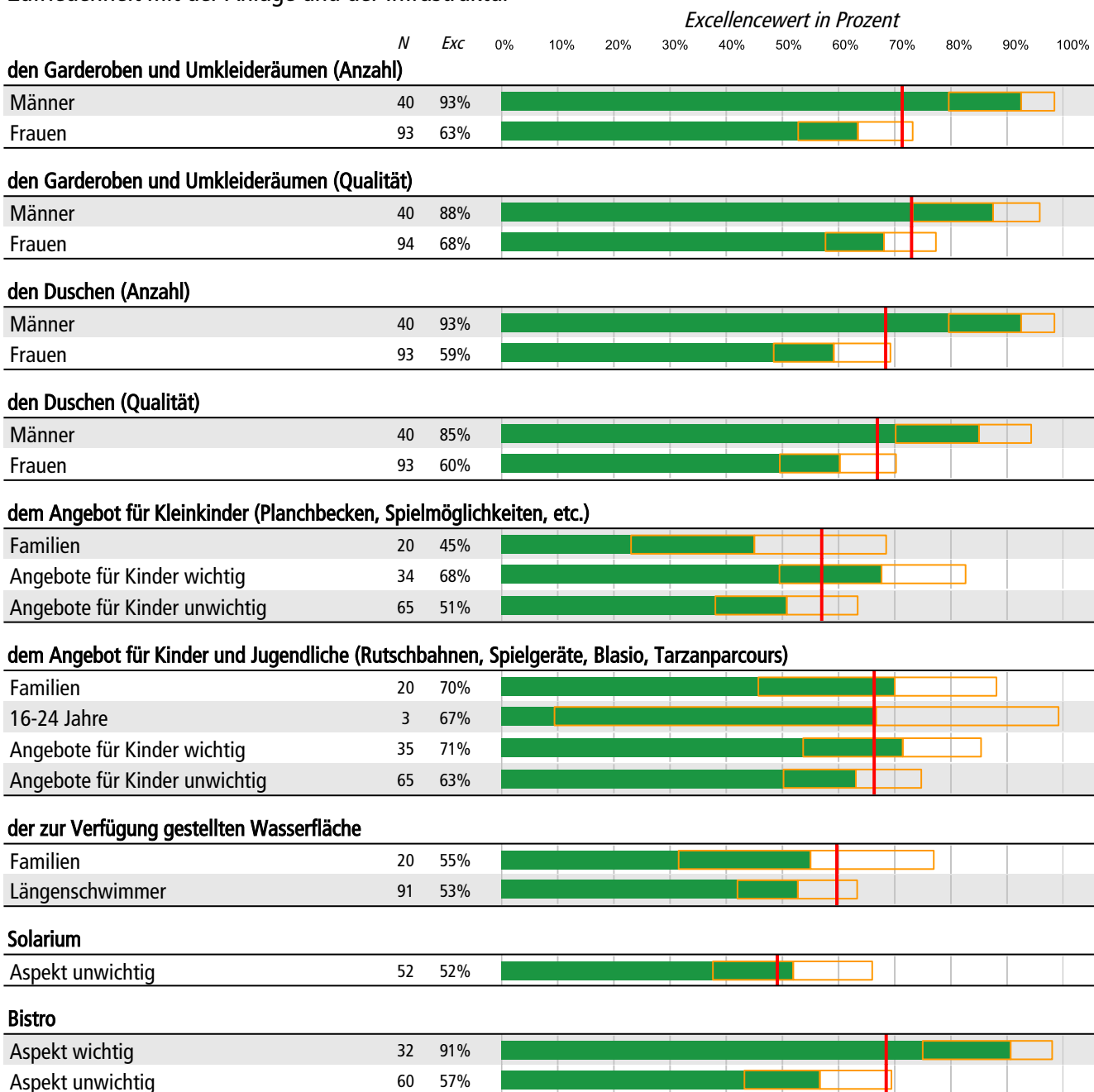
Zufriedenheit mit der Sauberkeit



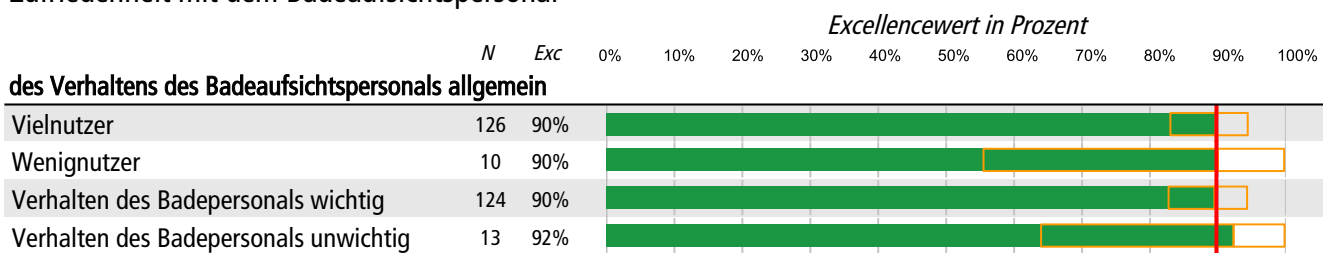
Zufriedenheit mit dem Badebetrieb



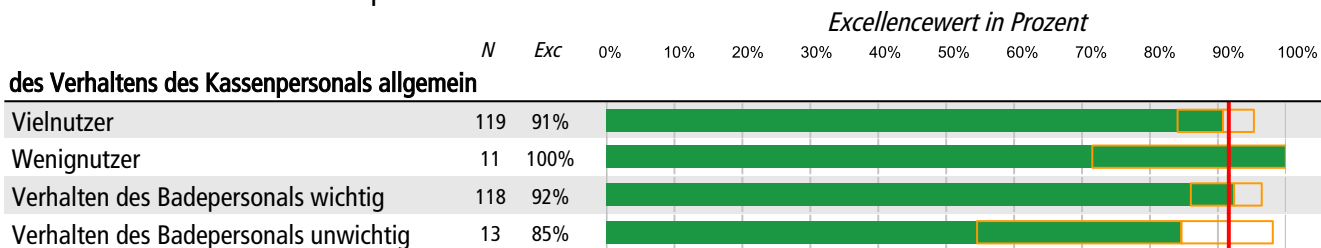
Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur



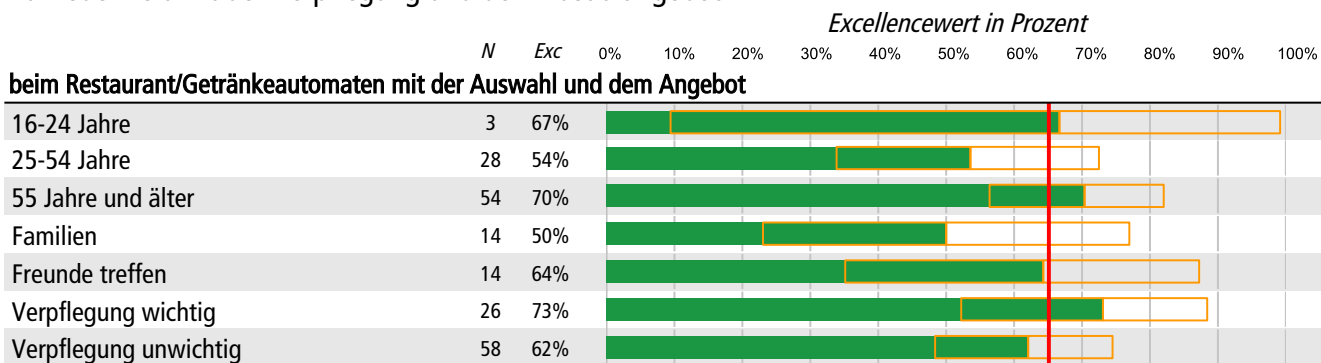
Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal



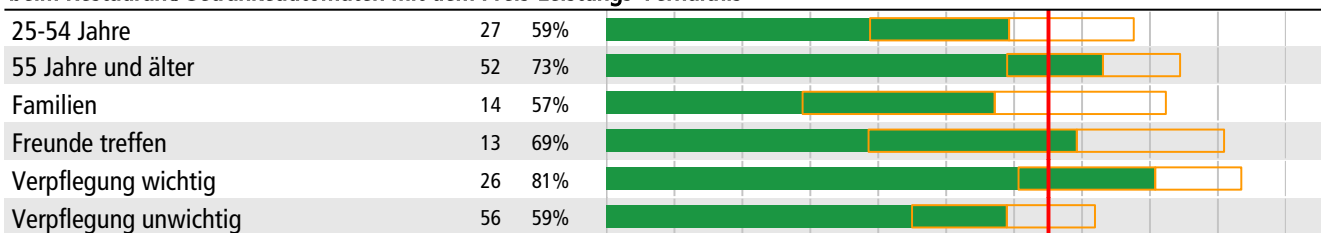
Zufriedenheit mit dem Kassenpersonal



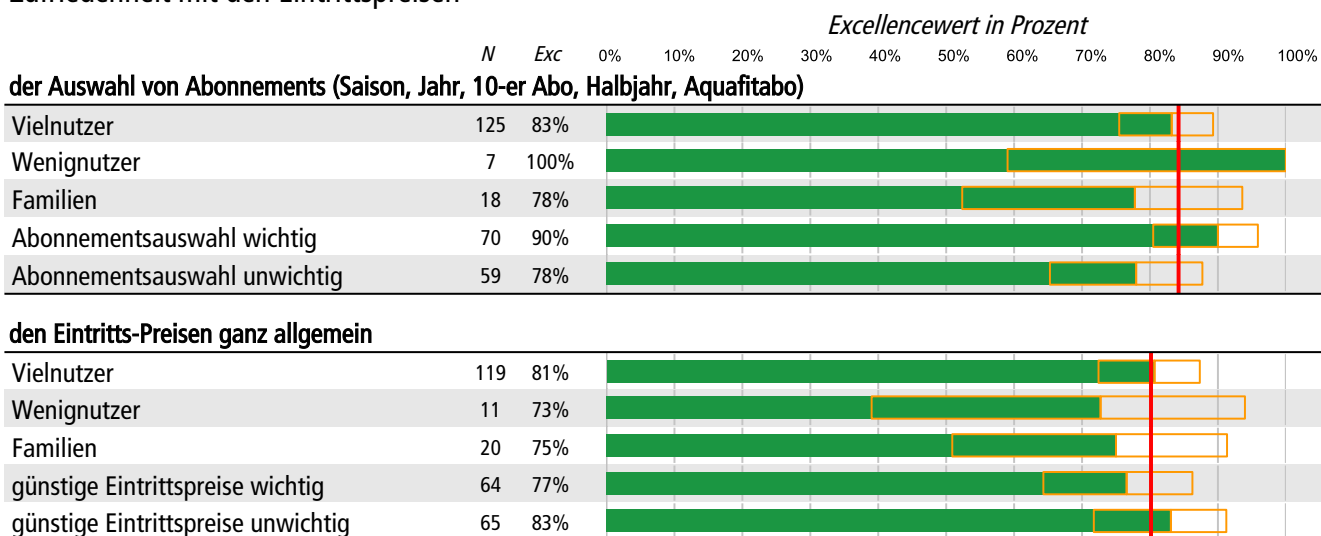
Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot



beim Restaurant/Getränkeautomaten mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis



Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

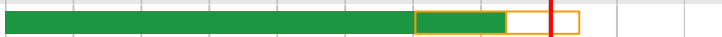


Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

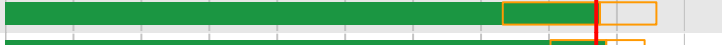
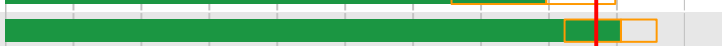
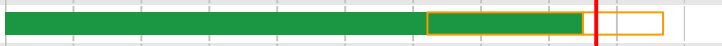
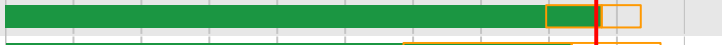
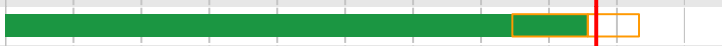
Excellencewert in Prozent

N Exc 0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

... mit den Informationen über das Hallenbad und im Hallenbad?

Informationen wichtig	71	83%	
Informationen unwichtig	57	74%	

... ganz allgemein mit diesem Hallenbad?

Vielnutzer	126	87%	
Wenignutzer	11	91%	
Männer	40	88%	
Frauen	95	88%	
16-24 Jahre	3	100%	
25-54 Jahre	49	80%	
55 Jahre und älter	85	91%	
Familien	20	85%	
Längenschwimmer	98	88%	
Freunde treffen	18	83%	
gesundheitliche Gründe	94	89%	
Wohnort Gemeinde	34	88%	
Wohnort ausserhalb	102	86%	
Kursbesuch/Verein	63	86%	
kursunabhängig	68	90%	

Anhang I Änderungen am Fragebogen gegenüber der Durchführung 2012

Tabelle 4 Änderungen am Fragebogen im Vergleich mit 2012. Gelb hinterlegte Textteile sind optionale Fragebogenteile und können entweder an die individuellen Verhältnisse des Hallenbads angepasst oder ganz weggelassen werden.

Frage 2016	Item-Nr.	Item 2016	Item 2012
1. Weshalb besuchen Sie dieses Hallenbad meistens? (Bitte nicht mehr als drei Gründe ankreuzen)	1	Längen schwimmen / mich körperlich betätigen	Schwimmen / mich körperlich betätigen
2. Bitte sagen Sie uns zu jedem einzelnen Punkt, wie wichtig er für Sie ist, wenn Sie ein Hallenbad besuchen:	5	Angebote für Kinder (Spielbereiche, Rutschbahnen, Spielsachen etc.)	Attraktionen (Spielbereiche, Rutschbahnen, andere Sporteinrichtungen etc.)
	6	Öffnungszeiten zu Randzeiten (morgens und abends)	Lange Öffnungszeiten
	10	günstige Eintrittspreise	Eintritts-Preise
	14	weiterer Anlageteil 1	
	15	weiterer Anlageteil 2	
3. Wie sicher fühlen Sie sich in diesem Hallenbad...?	3	weiterer Ort 1	
	4	weiterer Ort 2	
4. Wie zufrieden sind Sie in diesem Hallenbad mit der Sauberkeit ...?	6	weiteres Element	
5. Was den Betrieb im Hallenbad betrifft, wie zufrieden sind Sie mit...?	3	den Öffnungszeiten frühmorgens	den Öffnungszeiten
	4	den Öffnungszeiten am Abend	
6. Was die Anlage und die Infrastruktur betrifft, wie zufrieden sind Sie mit...?	5	dem Angebot für Kleinkinder (Planschbecken, Spielmöglichkeiten, ect.)	
	6	dem Angebot für Kinder und Jugendliche (Rutschbahnen, Spielgeräte, Blasio)	dem Angebot für Kinder (Rutschbahn, Planschbecken)
	8	dem Aussenbereich zum Sonnetanken	dem Aussenbereich
	9	weiterer Anlageteil 1	
	10	weiterer Anlageteil 2	
10. Diese Frage betrifft den Teil der Anlage, der nicht direkt zum Hallenbad gehört. Wie zufrieden sind Sie...?	5	weiteres Zusatzangebot 1	
	6	weiteres Zusatzangebot 2	
	7	mit dem Zusatzangebot ganz allgemein	mit weiteren Angeboten von Dritten ganz allgemein
16. Wie sind Sie angereist?	1	motorisiert (mit Auto, Töff, Mofa etc.)	
	2	mit dem öffentlichen Verkehr (Bus, Zug etc.)	
	3	zu Fuss, mit dem Velo, Trotti oder E-Bike	
20. Besuchen Sie das Hallenbad heute...?	2	Kursbesuch	
	3	ohne Trainings- oder Kursteilnahme	vereinsunabhängig

Anhang II Originalfragebogen (nachfolgend)

Fragebogen Hallenbad Bauma 2016

1. Weshalb besuchen Sie dieses Hallenbad meistens? (Bitte nicht mehr als drei Gründe ankreuzen)

- | | | |
|---|--------------------------|----------|
| • Gesundheitliche Gründe | ☐ | 1 |
| • Längen schwimmen / mich körperlich betätigen..... | ☐ | 2 |
| • Entspannung / Erholung..... | ☐ | 3 |
| • Spass haben | ☐ | 4 |
| • Wohlbefinden | ☐ | 5 |
| • Freunde / Bekannte treffen | ☐ | 6 |
| • Freizeit verbringen | ☐ | 7 |
| • Mit der Familie baden gehen..... | ☐ | 8 |

2. Bitte sagen Sie uns zu jedem einzelnen Punkt, wie wichtig er für Sie ist, wenn Sie ein Hallenbad besuchen:

1=gar nicht wichtig

6=sehr wichtig

- [illegible]

Denken Sie bei den folgenden Fragen an das Hallenbad, das Sie gerade besuchen und sagen Sie uns, wie zufrieden Sie sind. Bitte kreuzen Sie genau 1 Kästchen an, **wenn Sie einen Punkt nicht beantworten können, lassen Sie es leer.**

3. Wie sicher fühlen Sie sich in diesem Hallenbad...?

1=gar nicht sicher

6=sehr sicher

- [illegible]

6=sehr zufrieden

6=sehr zufrieden

6=sehr zufrieden

6=sehr zufrieden

6=sehr zufrieden

[illegible]

9. Wie zufrieden sind Sie mit den Informationen über das Hallenbad und im Hallenbad...?
- | | 1=gar nicht zufrieden | 2 | 3 | 4 | 5 | 6=sehr zufrieden | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 |
| | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | |
10. Diese Frage betrifft den Teil der Anlage, der nicht direkt zum Hallenbad gehört. Wie zufrieden sind Sie...?
- | | 1=gar nicht zufrieden | 2 | 3 | 4 | 5 | 6=sehr zufrieden | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| • beim Restaurant/Getränkeautomaten mit der Auswahl und dem Angebot..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | 1 |
| • beim Restaurant/Getränkeautomaten mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | 2 |
| • mit dem Zusatzangebot ganz allgemein..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | 7 |
11. Diese Frage betrifft die Eintritts-Preise. Wie zufrieden sind Sie mit...?
- | | 1=gar nicht zufrieden | 2 | 3 | 4 | 5 | 6=sehr zufrieden | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| • der Auswahl von Abonnements (Saison, Jahr, 10-er Abo, Halbjahr, Aquafitabo) ... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | 1 |
| • den Eintrittspreisen ganz allgemein | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | 2 |
12. Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit diesem Hallenbad?
- | | 1=gar nicht zufrieden | 2 | 3 | 4 | 5 | 6=sehr zufrieden | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | 1 |

Zum Schluss bitten wir Sie noch um einige **statistische Angaben**

13. Alter

- 16 bis 24 Jahre..... ☐ 1
- 25 - 39 Jahre ☐ 2
- 40 - 54 Jahre ☐ 3
- 55 - 75 Jahre ☐ 4
- über 75 Jahre..... ☐ 5

14. Geschlecht

- weiblich..... ☐ 1
- männlich..... ☐ 2

15. Wo wohnen Sie?

- bitte Postleitzahl eintragen

16. Wie sind Sie angereist?

- motorisiert (mit Auto, Töff, Mofa etc.)..... ☐ 1
- mit dem öffentlichen Verkehr (Bus, Zug etc.)..... ☐ 2
- zu Fuss, mit dem Velo, Trotti oder E-Bike..... ☐ 3

17. Welches Abo resp. Eintrittsbillett benutzen Sie in der Regel für den Besuch der Badeanlagen?

Bitte nur 1 Kästchen ankreuzen!

- **Jahresabo, Aquafitabo** ☐ **1**
- **10-er Abonnement** ☐ **2**
- Einzeleintritt ☐ **3**

18. Ist das Hallenbad, in welchem Sie jetzt sind, das Bad, in welches Sie normalerweise hingehen?

- ja ☐ **1**
- nein ☐ **2**

19. Wie häufig besuchen Sie im Winter ein Hallenbad?

Bitte nur 1 Kästchen ankreuzen!

- mehrmals pro Woche ☐ **1**
- einmal pro Woche ☐ **2**
- etwa alle 14 Tage ☐ **3**
- etwa einmal im Monat ☐ **4**
- seltener als einmal im Monat ☐ **5**

20. Besuchen Sie das Hallenbad heute...?

- im Rahmen eines Trainings vom Sportverein ☐ **1**
- Kursbesuch ☐ **2**
- ohne Trainings- oder Kursteilnahme ☐ **3**

21. Gibt es Ihrer Meinung nach noch etwas, das man in diesem Hallenbad verbessern sollte oder etwas, das Sie gerne noch mitteilen möchten?

.....

.....

.....

.....

Herzlichen Dank fürs Mitmachen ☺

Auswertung erfolgt durch: