

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Dr. Gabriele Hiller (LINKE)

vom 05. September 2016 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 06. September 2016) und **Antwort**

Berliner Bäder-Betriebe (BBB): Kooperationen

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Welche Bedeutung haben für die BBB Kooperationen mit Betrieben und Unternehmen und zu welchen Zwecken werden diese angestrebt und geschlossen?

Zu 1.: Nach Aussage der Berliner Bäder-Betriebe (BBB) haben Kooperationen für diese eine zunehmende Bedeutung, da hier beispielsweise im Verbund der Landesunternehmen Synergien in einzelnen Geschäftsprozessen genutzt oder im Bereich des Vertriebs weitere bzw. neue Kundinnen und Kunden gewonnen werden können.

2. Welche Kooperationen und Kooperationsvereinbarungen bestehen seitens der BBB bereits und welche Zwecke werden mit diesen jeweils verfolgt? Was haben die BBB und ihre Kundinnen und Kunden konkret davon?

Zu 2.: Nach Aussage der BBB bestehen derzeit folgende Kooperationen:

- mit den Berliner Wasserbetrieben (BWB)
Nutzung der E-Vergabeplattform
- mit dem IT-Dienstleistungszentrum Berlin (ITDZ)
Ausbildungskooperation (die BBB haben jeweils eine Auszubildende/einen Auszubildenden des ITDZ im Praxisdurchlauf)
- mit RTL Radiovermarktung GmbH, Radiohaus Berlin GmbH und TOP Radiovermarktung GmbH & Co. KG
Bewerbung von Angeboten der BBB auf Radiosendern
- mit Radio TEDDY GmbH & Co. KG
Bewerbung der Kinderschwimmkurse auf Radio TEDDY (Mehrwert für die Schwimmkurskinder durch eine durch Radio TEDDY animierte Abschlussveranstaltung)

- mit TwoTickets.de GmbH & Co. KG
Erschließung neuer Vertriebskanäle zur Vermarktung von Eintrittskarten zum Zwecke der Neugewinnung von Kundinnen und Kunden
- mit den Berliner Volkshochschulen
Gegenseitige Bewerbung der Angebote beider Vertragspartner (in Broschüren, über Plakatwerbung und Auslage von Flyern in den jeweiligen Standorten)

Darüber hinaus bestehen zwei Kooperationsvereinbarungen mit Sportanbieterinnen und Sportanbietern (siehe Antwort zu 3.).

3. Mit welchem Berliner Fitnessklub haben die BBB eine Kooperationsvereinbarung mit welchem Ziel und zu welchen Bedingungen geschlossen?

Zu 3.: Laut BBB bestehen derzeit Kooperationen mit der Urban Sports GmbH (Berlin) – Urban Sport Club (USC) und der Fitness Adventure Company GmbH – INTERFIT.

USC

Gemäß den BBB vermittelt USC Sportangebote und damit zusammenhängende Leistungen von Sportstättenbetreiberinnen und -betreibern, Fitnessclubs und Schwimmbädern an registrierte Mitglieder des USC. Zu diesem Zweck betreibt der USC eine Internetplattform, auf der er seinen Mitgliedern die Sportangebote und damit zusammenhängende Dienstleistungen der Anbieterinnen und Anbieter anbietet. Die Mitglieder können über diese Plattform Sportstätten, Kurse und sonstige Dienstleistungen der Anbieterinnen und Anbieter auswählen und die Angebote im Rahmen der USC-Mitgliedschaft ohne weitere Kosten nutzen. Sportaffine Berlinerinnen und Berliner können so mit einer Mitgliedschaft unterschiedliche Angebote in unterschiedlichen Sportarten wahrnehmen. Der USC richtet sich an Endverbraucherinnen und Endverbraucher. Jeder kann dort Mitglied werden.

Im Rahmen der Kooperation erhalten USC-Mitglieder kostenlosen Eintritt in alle von den BBB betriebenen Bäder. Der USC zahlt den jeweils gültigen BBB-Tagestarif an die BBB.

Für die BBB ist die Kooperation mit dem USC ein weiterer Vertriebskanal für den Verkauf der Einzeleintrittstickets und für die Gewinnung von Stammkundinnen und Stammkunden.

INTERFIT

INTERFIT vermittelt deutschlandweit an Firmen im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung Sportangebote in Fitness- und Gesundheitsanlagen, Schwimmbädern und Golfanlagen für deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die als Mitglieder bei INTERFIT registriert sind. Die INTERFIT-Mitglieder sind also Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kooperierender Unternehmen von INTERFIT, die im Rahmen ihrer betrieblichen Gesundheitsförderung mit INTERFIT zusammenarbeiten. Zu diesem Zweck betreibt INTERFIT eine Internetplattform sowie eine INTERFIT-App auf der den INTERFIT-Mitgliedern die Sportangebote und die damit zusammenhängenden Dienstleistungen verschiedener Sport- bzw. Gesundheitsanbieterinnen und -anbieter zur Verfügung gestellt werden. INTERFIT-Mitglieder können über diese Plattform sowie über die App Fitness- und Gesundheitsangebote der Anbieterinnen und Anbieter nutzen.

INTERFIT-Mitglieder erhalten kostenlosen Eintritt in alle von den BBB betriebenen Standard-Hallenbäder (außer freizeitorientierte Bäder), Sommer- und Strandbäder. INTERFIT erstattet den Eintritt an die BBB.

4. Aus welchen Gründen wurde gerade mit diesem Fitnessklub eine Kooperationsvereinbarung getroffen? Gab es Gespräche/Verhandlungen mit weiteren Interessenten und wenn ja, warum scheiterten diese?

Zu 4.: USC ist das erste Fitness-Unternehmen, mit dem die BBB eine Kooperation verhandelt haben und mit dem eine Umsetzung des kostenlosen Einlasses der Mitglieder im Rahmen einer monatlichen Gesamt-Abrechnung unter den technischen Voraussetzungen des Kassensystems der BBB problemlos möglich war.

Aufgrund der positiven Erfahrungen mit USC in den letzten 12 Monaten ist im Juli 2016 die Kooperation mit INTERFIT abgeschlossen worden. Laut BBB laufen Verhandlungen mit weiteren Anbieterinnen und Anbietern von Sportangeboten.

5. In welcher Art und Weise profitieren die BBB und die BBB-Nutzerinnen und -nutzer von dieser Kooperation mit einem Fitnessklub?

Zu 5.: Gemäß BBB stellen die Kooperationen mit diesen Sportanbieterinnen und Sportanbietern einen weiteren Vertriebskanal für den Verkauf der Einzeleintrittstickets und für die Gewinnung von Stammkundinnen und Stammkunden dar. Die Mitgliederzahlen bei den Fitnessanbietern und somit auch die Anzahl der Mitglieder, die die Schwimmbäder nutzt, sind gemäß BBB im Verlauf des letzten Jahres, seit Start der Kooperation mit USC, stetig angestiegen, ebenso wie die Einnahmen aus der Kooperation.

Für die Kundinnen und Kunden der BBB, sofern sie nicht auch Mitglieder dieser „digitalen Sportclubs“ sind, haben diese Kooperationen keine Auswirkungen. Für die Kunden und Kundinnen der BBB, die über diese „digitalen Sportclubs“ neu gewonnen werden, ergeben sich die Vorteile aus der Vielfalt des Sportangebots der jeweiligen Anbieterplattform.

Berlin, den 21. September 2016

In Vertretung

Andreas Statzkowski
Senatsverwaltung für Inneres und Sport

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 27. Sep. 2016)