



Kanton Zürich  
Statistisches Amt

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

## **Hallen- und Freibad im Tal**

**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](http://www.statistik.zh.ch/befragungen)

Projektleitung: Urs Utiger  
Tel. 043 259 75 27  
[urs.utiger@statistik.ji.zh.ch](mailto:urs.utiger@statistik.ji.zh.ch)

Bericht: Iris Wurmitzer  
Tel. 043 259 75 44  
[iris.wurmitzer@statistik.ji.zh.ch](mailto: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 Adliswil von gut der Hälfte der Befragten (55%) auch rege genutzt wurde.

Für das Hallen- und Freibad im Tal wurden 150 ausgefüllte Fragebögen ausgewertet, was einer hohen **Rücklaufquote** von 96% entspricht. Die Besucherinnen und Besucher stammen mit 45% fast zur Hälfte aus der Gemeinde, womit Adliswil zusammen mit Dietikon (48%) einen vergleichsweise hohen Anteil an einheimischen Badegästen aufweist. Dementsprechend einfach gestaltet sich auch die Anreise: Rund 35% der Badegäste benutzen den öffentlichen Verkehr oder legen den Weg als Fussgänger oder Velofahrerin zurück, womit Adliswil in Bezug auf eine ökologische Anreise an der Spitze aller Benchmarkingteilnehmer steht. Die weiteren Badegäste stammen überwiegend aus den Gemeinden am linken Zürichseeufer und aus Langnau am Albis, aber auch aus dem Knonauer Amt.

70% der befragten Gäste sind mindestens einmal pro Woche im Hallen- und Freibad im Tal anzutreffen. Ähnlich wie Dietikon vermag auch Adliswil relativ häufig **sporadische Badegäste** zum Hallenbadbesuch zu bewegen: Rund 20% der Befragten gaben an, das Bad lediglich einmal im Monat oder seltener zu besuchen. Ebenfalls 20% besuchten das Hallenbad im Rahmen eines Vereinstrainings oder eines Kursbesuches, die übrigen genossen den Aufenthalt individuell.

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. Wie in den anderen Bädern haben mit 59% am meisten Befragte angegeben, dass sie sich körperlich betätigen wollen. Der Anteil der sportlich orientierten Schwimmerinnen und Schwimmer ist in Adliswil damit etwa gleich gross wie im Durchschnitt über alle Hallenbäder. Dagegen ist mit 12 Prozentpunkten unter dem Durchschnittswert von 49% der Anteil der Badegäste, für die der gesundheitliche Aspekt im Vordergrund eines Badebesuches liegt, vergleichsweise bescheiden ausgefallen. Für 29% der Befragten ist dagegen klar: Ins Hallen- und Freibad im Tal geht man, um seinen Spass zu haben: der entsprechende Vergleichswert über alle Hallenbäder liegt mit 17% rund 12 Prozentpunkte tiefer. Weiter gab ein Viertel aller Badegäste auch den Badeplausch mit der Familie als Besuchsgrund an, womit das Hallen- und Freibad im Tal tendenziell etwas häufiger von Familien genutzt wird als im Durchschnitt über alle Bäder.

**Wichtige und unwichtige Aspekte bei einem Hallenbadbesuch:** Wie bei den anderen Hallenbädern ist der wichtigste Aspekt beim Besuch eines Hallenbades die Hygiene und Sauberkeit. Rund 97% 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 80% beurteilten das Verhalten des Badepersonals und 76% die Sicherheit als wichtig oder sehr wichtig. Mit 59% haben signifikant weniger Badegäste die Wassertemperatur als wichtig oder sehr wichtig beurteilt als im Durchschnitt aller Bäder. Ebenfalls weniger wichtig in der Gesamtbetrachtung sind in der Regel diejenigen Angebote, welche nur von einem bestimmten Teil der Badegäste genutzt werden. Darunter fallen der Aussenbereich zum Sonne tanken mit 38%, die Verpflegungsmöglichkeiten mit 26% und der Shop mit 19%. Die Ruhe im Bad ist mit einem Anteilswert von 34% offenbar ebenfalls kein vordringliches Bedürfnis der Badegäste, weder in Adliswil noch im Mittel über alle Bäder (32%).

**Gesamtzufriedenheit:** Der Anteil der Badegäste, welche ganz allgemein mit dem Hallenbad zufrieden oder sehr zufrieden waren («Excellencewert»), beträgt 73%, womit dem Hallen- und Freibad im Tal ein gutes, aber leicht unterdurchschnittliches Ergebnis attestiert werden kann. Die Differenz zum Benchmark («Durchschnitt über alle Bäder») beträgt rund 10 Prozentpunkte.

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 besondere **«Stärken»** des Hallen- und Freibads im Tal das Verhalten von Badeaufsicht- und Kassenpersonal herausgestellt. Als **«Schwächen»** identifiziert wurden insbesondere das Angebot und das Preis-Leistungsverhältnis bei den Verpflegungsmöglichkeiten und beim Badeshop. Spezielle Beachtung ist der Sicherheit sowie der Hygiene und Sauberkeit zu widmen, Aspekte, welche sich an der Grenze zum Gefahrenbereich befinden.

Geht man von der bäderinternen Portfolio-Betrachtung einen Schritt weiter und vergleicht das Hallen- und Freibad im Tal mit den anderen Hallenbädern, so wurde im folgenden Bereich ein **überdurchschnittlich hoher Zufriedenheitswert** erzielt:

- Öffnungszeiten frühmorgens

Damit zeigt sich das Hallen- und Freibad im Tal als attraktives Hallenbad, welches neben den Öffnungszeiten in den Randzeiten und insbesondere am Morgen vor allem auch dank dem aufmerksamen Badepersonal und der angenehmen Wassertemperatur punkten kann. Das Adliswiler Bad weist einen überdurchschnittlich hohen Anteil an einheimischen Gästen auf und wird mit Abstand am häufigsten von allen Bädern auch von jüngeren Besucherinnen und Besuchern bis 39 Jahren frequentiert.

### Überblick zu den abgefragten Themen

Das **Sicherheitsempfinden** ist generell etwas tiefer als im Durchschnitt über alle Bäder ausgefallen. Trotzdem fühlen sich im Wasser 80% der Befragten sicher oder sehr sicher, mehr noch als in den Garderoben und Duschen mit 74%.

**Sauberkeit:** Sämtliche Aspekte zur Sauberkeit haben klar unterdurchschnittliche Resultate erzielt. Mit guten Werten abgeschnitten haben die Sauberkeit im Eingangsbereich mit 82% Zufriedenen, mit 66% die Sauberkeit im Schwimmbecken und mit 62% diejenige im Liegebereich. Der Excellencewert für die Sauberkeit im Allgemeinen beträgt noch 60%, was knapp einem guten Wert entspricht. Die Zufriedenheit mit der Sauberkeit in den WCs, in den Garderoben und Duschen erreicht nur noch befriedigende Werte zwischen 50% und 57%.

**Badebetrieb:** Vergleichsweise am besten von allen Modulen ausgefallen ist die Zufriedenheit mit dem Badebetrieb. Hier haben alle Aspekte (Öffnungszeiten, Wassertemperatur und Lärmpegel) mindestens gleich gut wie im Durchschnitt über alle Bäder abgeschnitten. Mit dem Betrieb ganz allgemein zufrieden oder sehr zufrieden waren 80% aller Befragten, was einem guten Wert entspricht. Auch die Öffnungszeiten zu Randzeiten – diejenige frühmorgens gar 11 Prozentpunkte oberhalb des Benchmark – und die Wassertemperatur erzielten mit 70% bis 74% gute Zufriedenheitsanteile. Mit dem Lärmpegel im Bad waren dagegen noch 54% der Badegäste zufrieden bis sehr zufrieden, was einem befriedigenden Resultat entspricht, aber durchaus noch im Bäderdurchschnitt liegt.

**Anlage und Infrastruktur:** Gute Ergebnisse sind bei der Beurteilung der Anlagen und Infrastruktur im Allgemeinen und bei der Sonnenterrasse mit Excellencewerten von 61% erreicht worden. Die übrigen Resultate für dieses Modul sind lediglich noch befriedigend ausgefallen. Etwa im Mittelfeld der Bäder liegen das Angebot für Kleinkinder, Kinder und Jugendliche sowie die zur Verfügung stehende Wasserfläche mit Excellencewerten zwischen 56% und 59%. Ebenfalls noch befriedigend, aber klar unterdurchschnittlich ausgefallen sind dagegen die Anzahl und Qualität der Duschen und Garderoben mit Zufriedenheitswerten von 35% bis 59%.

**Badepersonal:** Mit 85% die höchsten Excellencewerte in diesem Bereich erzielte die Freundlichkeit sowohl des Badeaufsichtspersonals als auch des Kassenpersonals. Die anderen Aspekte sind mit 76% bis 83% immer noch gut, aber leicht unterdurchschnittlich beurteilt worden.

**Verpflegung und Zusatzangebot:** Das Zusatzangebot im Allgemeinen besteht aus den Verpflegungsmöglichkeiten aus den Automaten und dem Bade-Shop, womit 49% der Befragten zufrieden sind. Die Zufriedenheitsanteile für Auswahl und Preise sowohl beim Bade-Shop als auch bei der Verpflegung bewegen sich zwischen 41% und 47% und sind damit noch befriedigend, aber zum Teil unterdurchschnittlich ausgefallen.

**Eintrittspreise:** Gut, aber dennoch leicht unterdurchschnittlich abgeschnitten hat die Zufriedenheit mit der Auswahl von Abonnements mit einem Excellencewert von 69%. Mit den Eintrittspreisen ganz allgemein zufrieden waren noch 58% der Befragten, was einem befriedigenden Ergebnis entspricht, das 15 Prozentpunkte unter dem Durchschnitt über alle Bäder liegt.

**Information:** Nochmals ein guter, aber leicht unterdurchschnittlicher Zufriedenheitswert ist bei der Informationstätigkeit über das Hallenbad und im Hallenbad mit 69% der Befragten erreicht worden.

## 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
<b>Total</b>		<b>230</b>

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 Gratis Eintritt 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>Befragungsmethode</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%
<b>Total</b>		<b>1406</b>	<b>1038</b>	<b>73.8%</b>

## 3 Auswertung und Beurteilung

### 3.1 Berechnete Kennzahlen

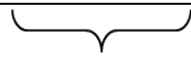
Die Fragen zur Wichtigkeit, Sicherheit und Zufriedenheit basieren auf einer gepolten sechsstufigen Bewertungsskala, wobei 1 (gar nicht wichtig/sicher/zufrieden) die negativste und 6 (sehr wichtig/sicher/zufrieden) die positivste Bewertung darstellt.

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.

		<i>Antwortkategorie</i>					
		<i>gar nicht zufrieden</i>			<i>sehr zufrieden</i>		
<i>Frage</i>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
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.

<i>Excellencewert</i>	<i>Mittelwert</i>	<i>Interpretation</i>
< 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

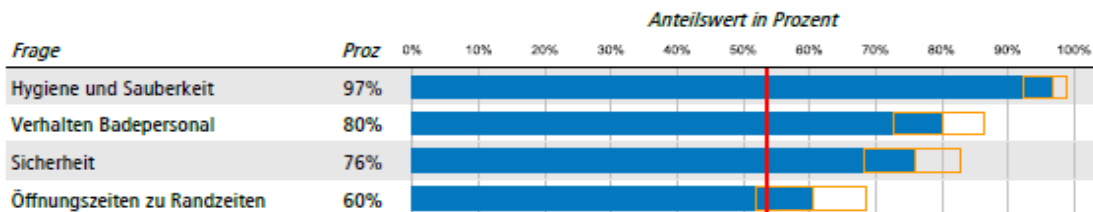
- grösser die Anzahl gültiger Antworten ist;
- je näher der Excellencewert bei 0% oder 100% liegt (gilt für Anteilswerte);
- je kleiner die Streuung der Bewertungen ausfällt (gilt für Mittelwerte).

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**

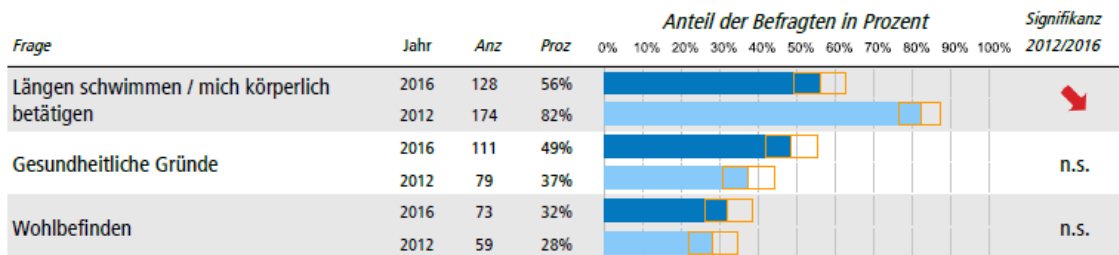
Anteilswert (Proz) = Anteil Befragte, welche den entsprechenden Aspekt als wichtig oder sehr wichtig beurteilt haben, am Total aller gültigen Antworten



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.

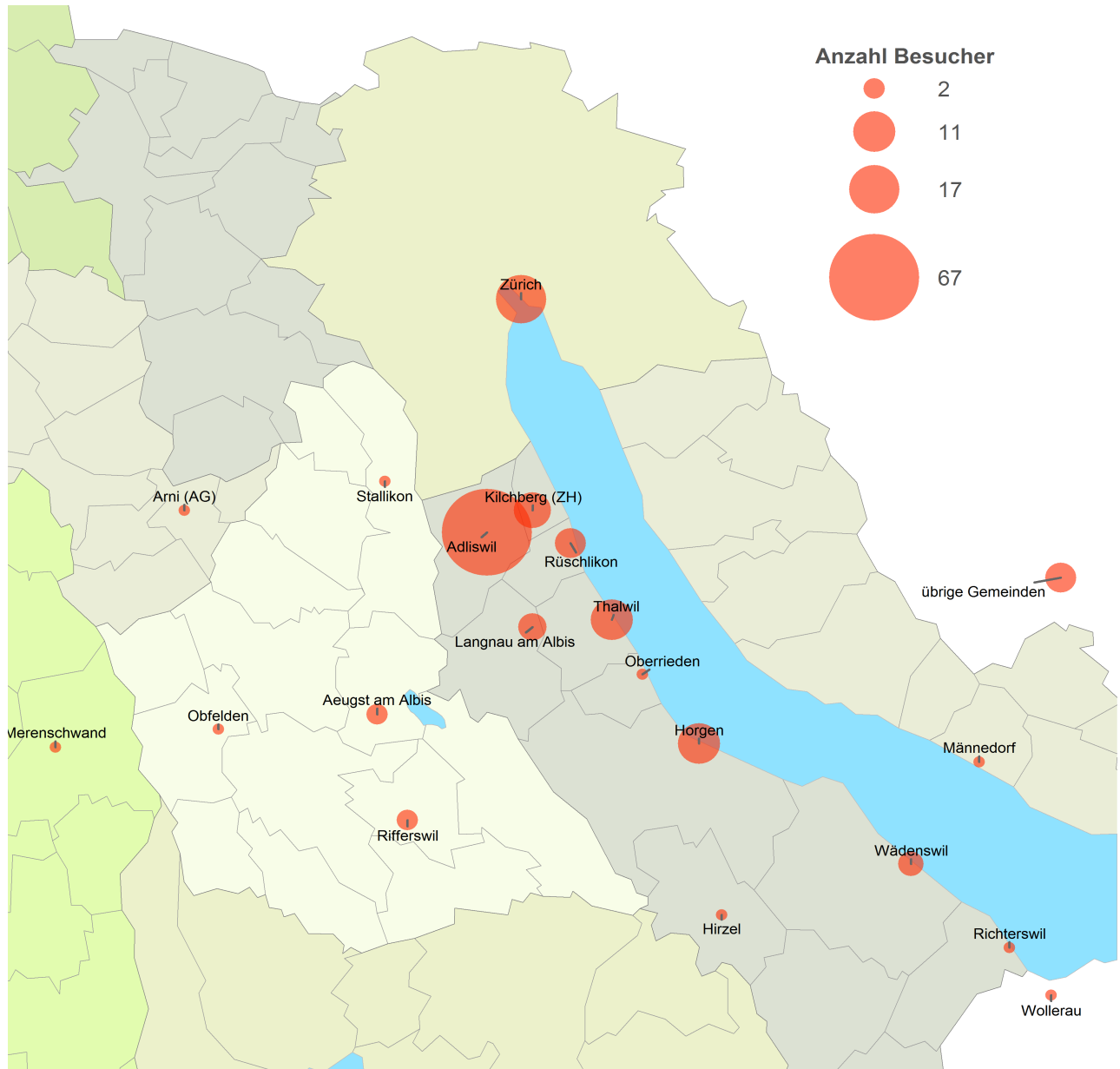
Jedes Hallenbad erhält als PDF-Datei und gedruckt zwei verschiedene Berichte:

- 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%
<b>Total</b>	<b>1042</b>	<b>37%</b>	<b>63%</b>	<b>79%</b>

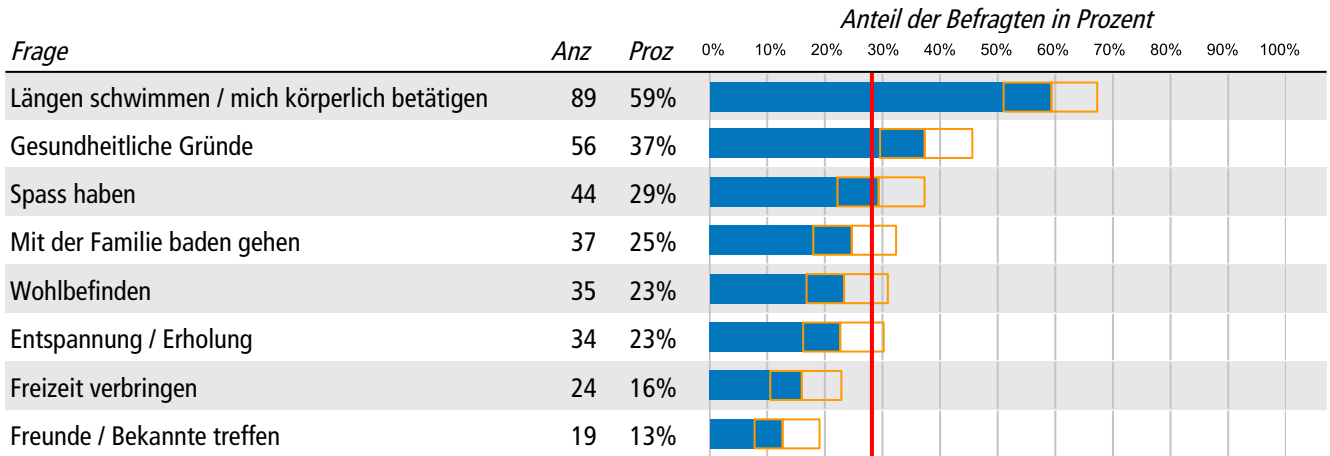
## 5 Ergebnisse im Detail

### 5.1 Gründe für den Besuch eines Hallenbades

*Fragetext:* 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

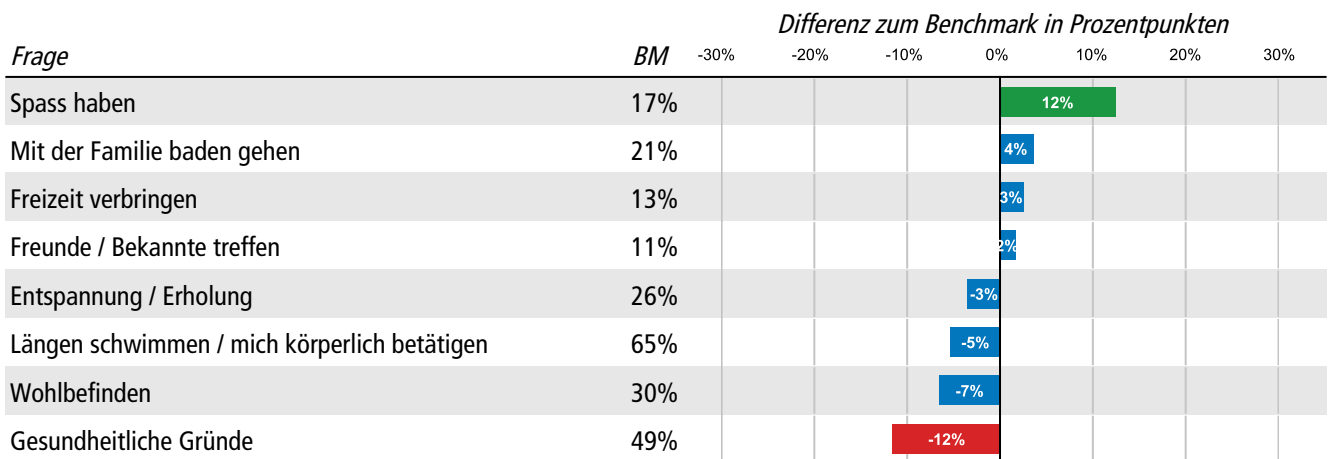


Besuchsgründe, welche die rote Linie übersteigen, sind, bezogen auf alle Besuchsgründe im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich häufig genannt worden.

N = 150 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 Hallen- und Freibad im Tal signifikant häufiger, rot hervorgehobene Gründe wurden signifikant weniger häufig genannt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 150 Befragte

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

## 5.2 Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

### Fragen im Überblick

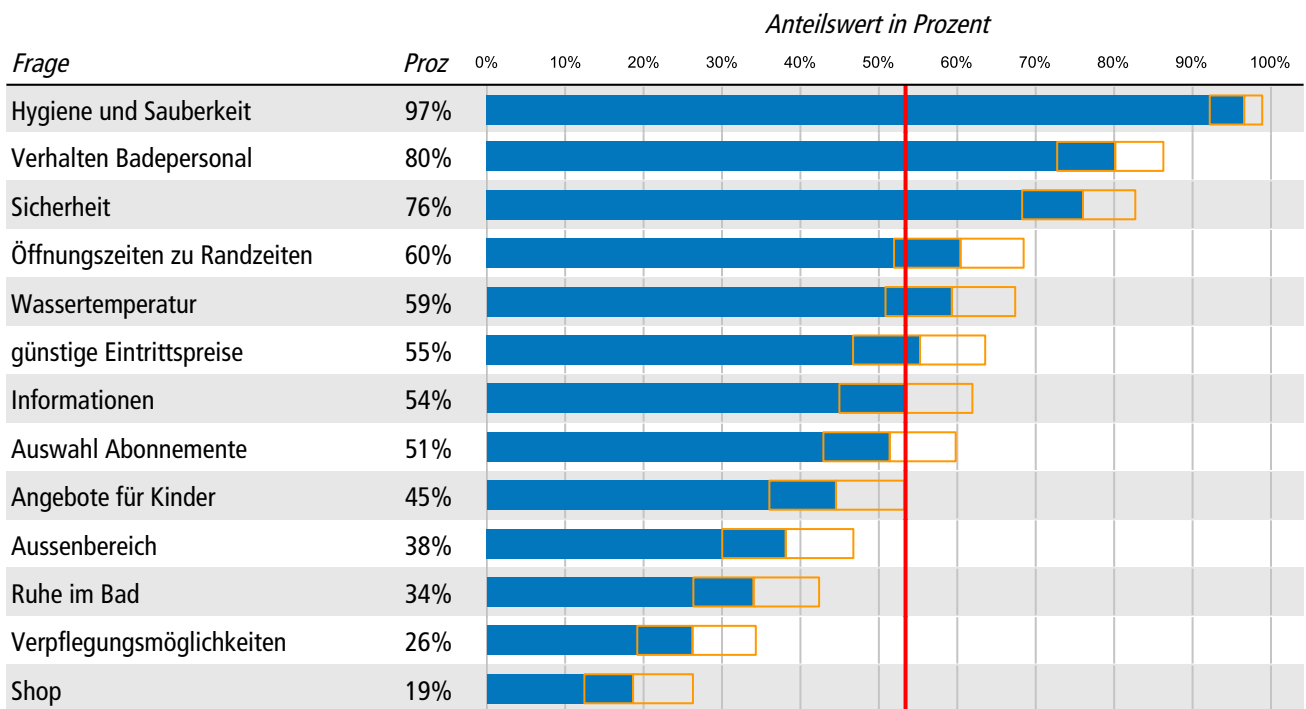
*Fragetext:* Bitte sagen Sie uns zu jedem einzelnen Punkt, wie wichtig er für Sie ist, wenn Sie ein Hallenbad besuchen:

<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, Rutschbahn, Kletterwand, Spielsachen etc.).	Angebote für Kinder
Öffnungszeiten zu Randzeiten (morgens und abends)	Öffnungszeiten zu Randzeiten
Ruhe im Bad	Ruhe im Bad
Getränkeautomat und Verpflegungsautomaten	Verpflegungsmöglichkeiten
günstige Eintrittspreise	günstige Eintrittspreise
Auswahl verschiedener Abonnemente	Auswahl Abonnemente
Informationen (Öffnungszeiten, Anlässe, allgemein)	Informationen
Aussenbereich zum Sonne tanken (ausserhalb Freibadsaison)	Aussenbereich
Shop	Shop

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

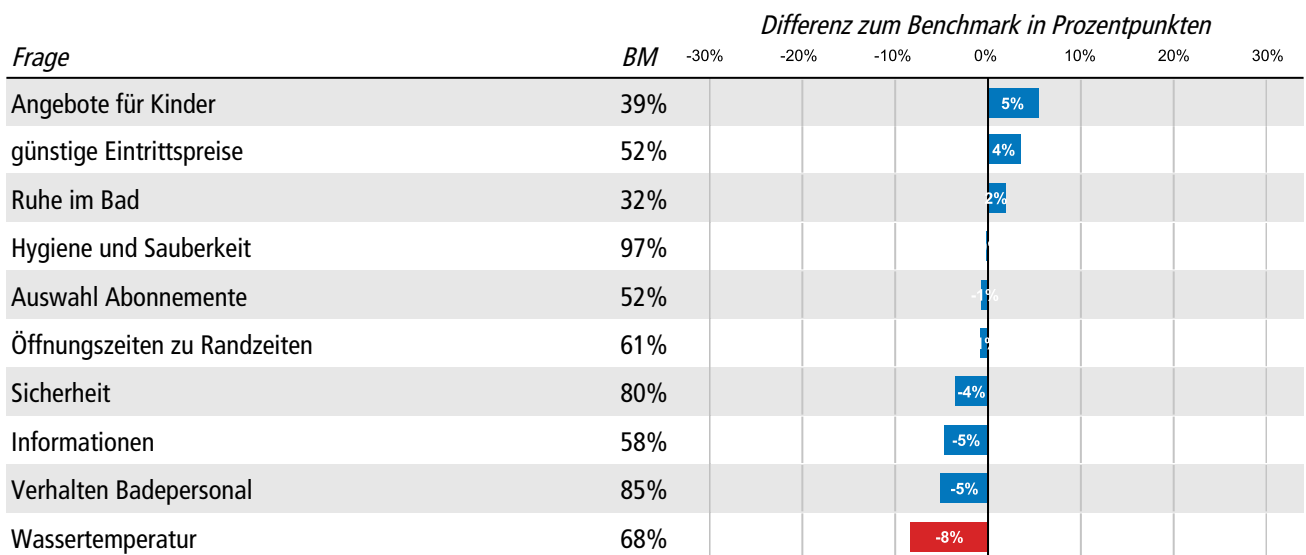


Aspekte, welche die rote Linie übersteigen, sind, bezogen auf das Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich wichtig.

N = 150 Befragte

### B Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch im Vergleich zum Benchmark

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



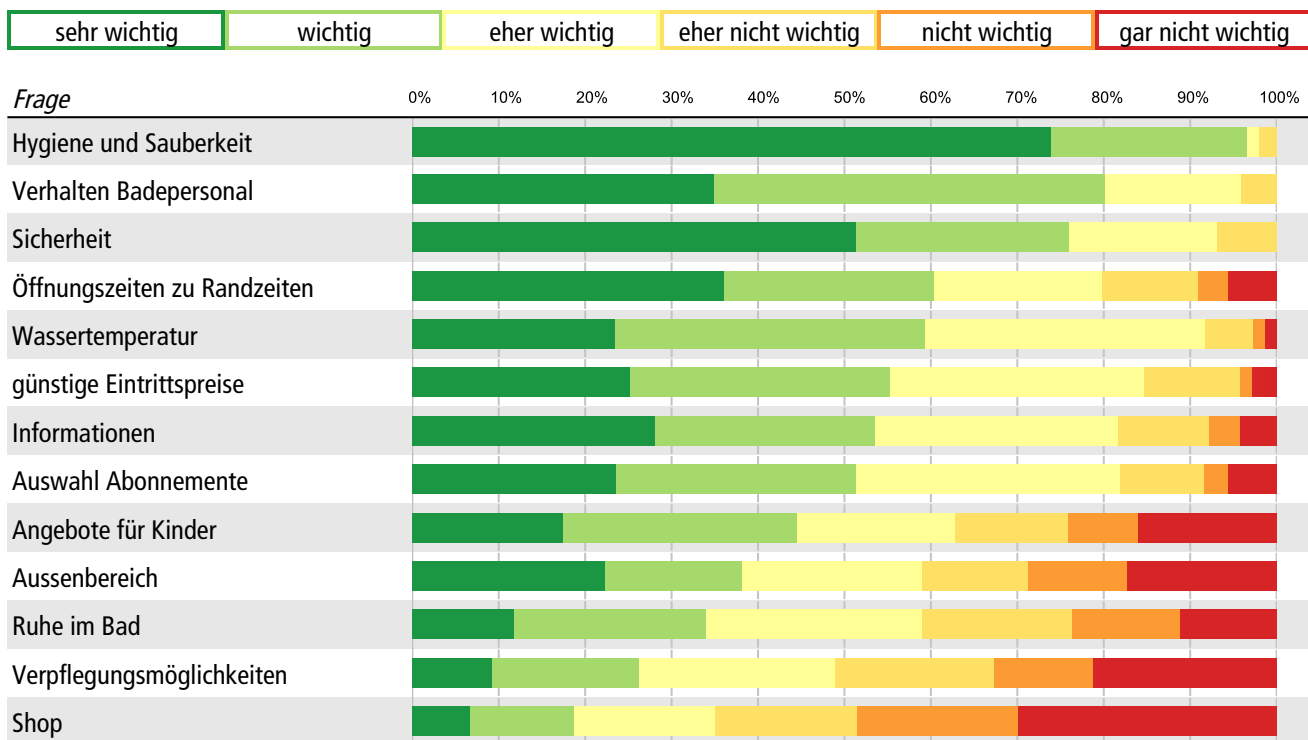
Grün hervorgehobene Aspekte sind für das Hallen- und Freibad im Tal signifikant wichtiger, rot hervorgehobene Aspekte sind signifikant weniger wichtig als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 150 Befragte

## C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 150 Befragte

## D Tabelle mit Detailangaben

Die wichtigsten Aspekte bei einem Hallenbadbesuch

<i>Frage</i>	<i>Anzahl Antworten</i>	<i>positiv ←</i>		<i>→ negativ</i>				<i>% Excellence 2016</i>
		6	5	4	3	2	1	
Hygiene und Sauberkeit	146	74%	23%	1%	2%	0%	0%	97%
Verhalten Badepersonal	146	35%	45%	16%	4%	0%	0%	80%
Sicherheit	146	51%	25%	17%	7%	0%	0%	76%
Öffnungszeiten zu Randzeiten	144	36%	24%	19%	11%	3%	6%	60%
Wassertemperatur	145	23%	36%	32%	6%	1%	1%	59%
günstige Eintrittspreise	143	25%	30%	29%	11%	1%	3%	55%
Informationen	142	28%	25%	28%	11%	4%	4%	54%
Auswahl Abonnemente	144	24%	28%	31%	10%	3%	6%	51%
Angebote für Kinder	137	18%	27%	18%	13%	8%	16%	45%
Aussenbereich	139	22%	16%	21%	12%	12%	17%	38%
Ruhe im Bad	144	12%	22%	25%	17%	13%	11%	34%
Verpflegungsmöglichkeiten	141	9%	17%	23%	18%	11%	21%	26%
Shop	134	7%	12%	16%	16%	19%	30%	19%

N = 150 Befragte

## 5.3 Sicherheitsempfinden

### Fragen im Überblick

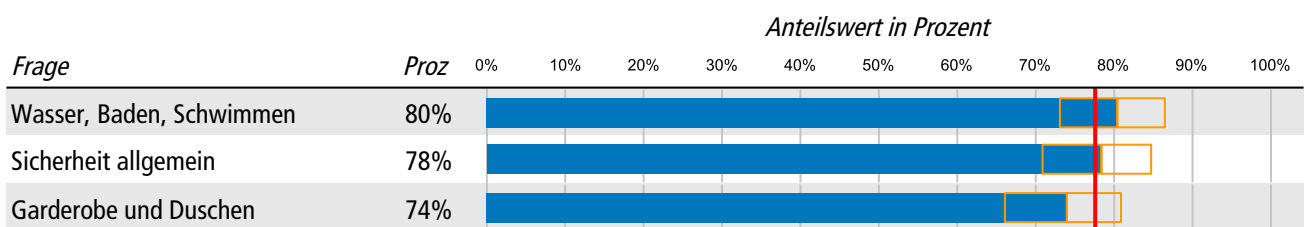
*Fragetext:* Wie sicher fühlen Sie sich in diesem Hallenbad...?

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

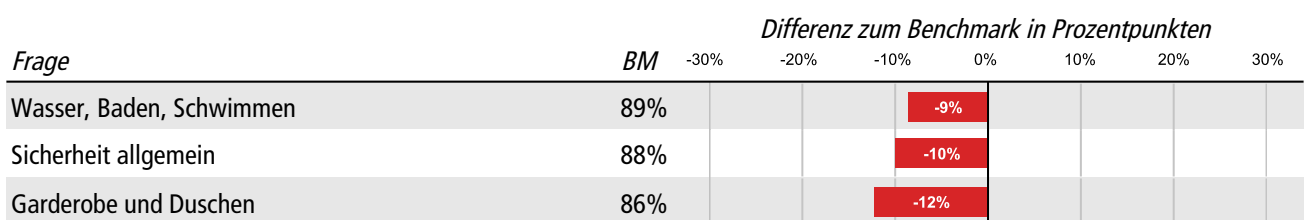
Anteilswert (Proz) = Anteil Befragte, welche sich am entsprechenden Ort sicher oder sehr sicher fühlen, am Total aller gültigen Antworten



Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist das Sicherheitsempfinden bezogen auf das Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen. N = 150 Befragte

### B Sicherheitsempfinden im Vergleich zum Benchmark

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

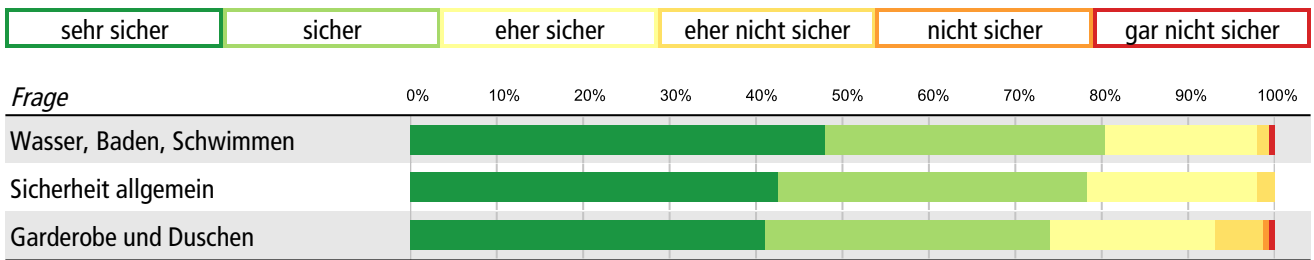


Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder. N = 150 Befragte

### C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Sicherheitsempfinden

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 150 Befragte

### D Tabelle mit Detailangaben

Sicherheitsempfinden

Frage	Anzahl Antworten	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence 2016
		6	5	4	3	2	1	
Wasser, Baden, Schwimmen	148	48%	32%	18%	1%	0%	1%	80%
Sicherheit allgemein	148	43%	36%	20%	2%	0%	0%	78%
Garderobe und Duschen	146	41%	33%	19%	5%	1%	1%	74%

N = 150 Befragte

## 5.4 Zufriedenheit mit der Sauberkeit

### Fragen im Überblick

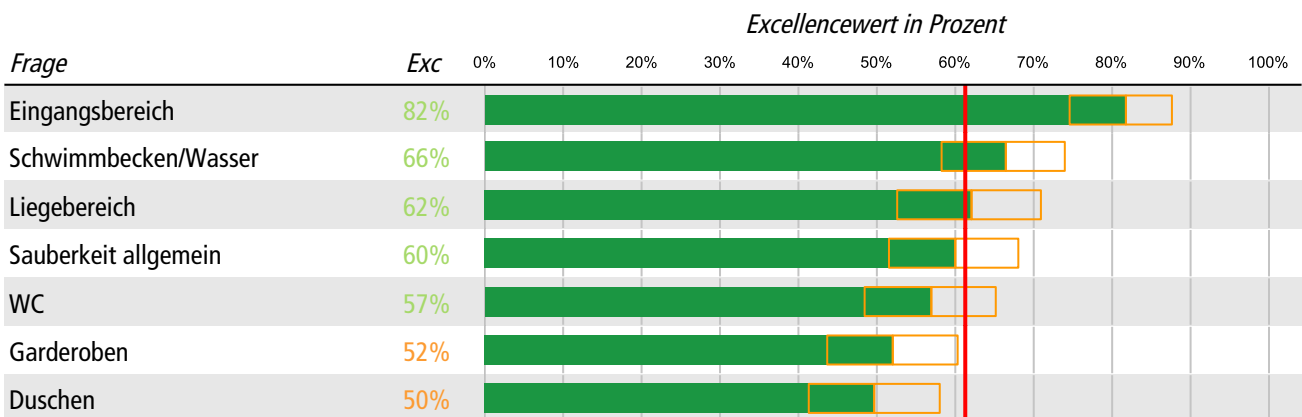
*Fragetext:* Wie zufrieden sind Sie in diesem Hallenbad mit der Sauberkeit...?

<i>Wortlaut im Fragebogen</i>	<i>Frage</i>
des Schwimmbeckens resp. des Wassers	Schwimmbecken/Wasser
Liegebereich	Liegebereich
der Garderoben	Garderoben
der Duschen	Duschen
der WCs	WC
<b>Eingangsbereich</b>	<b>Eingangsbereich</b>
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

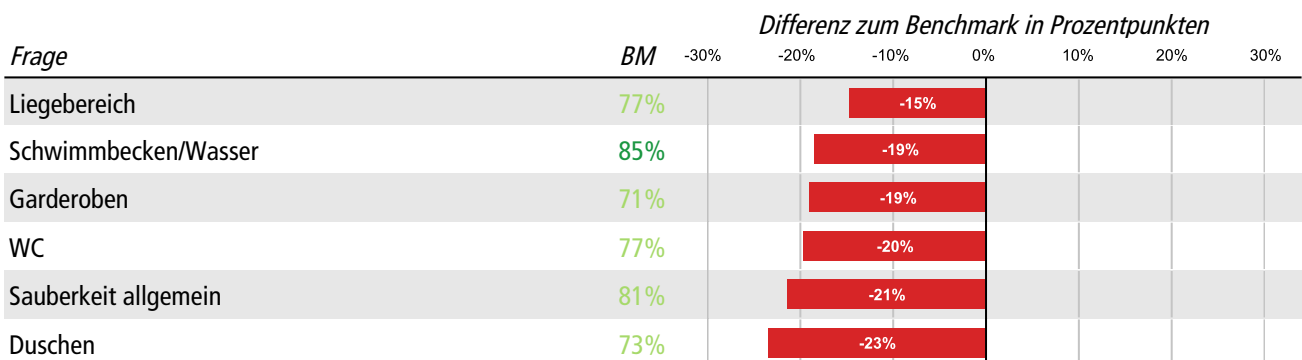


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit mit der Sauberkeit, bezogen auf das Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 150 Befragte

## B Zufriedenheit mit der Sauberkeit im Vergleich zum Benchmark

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



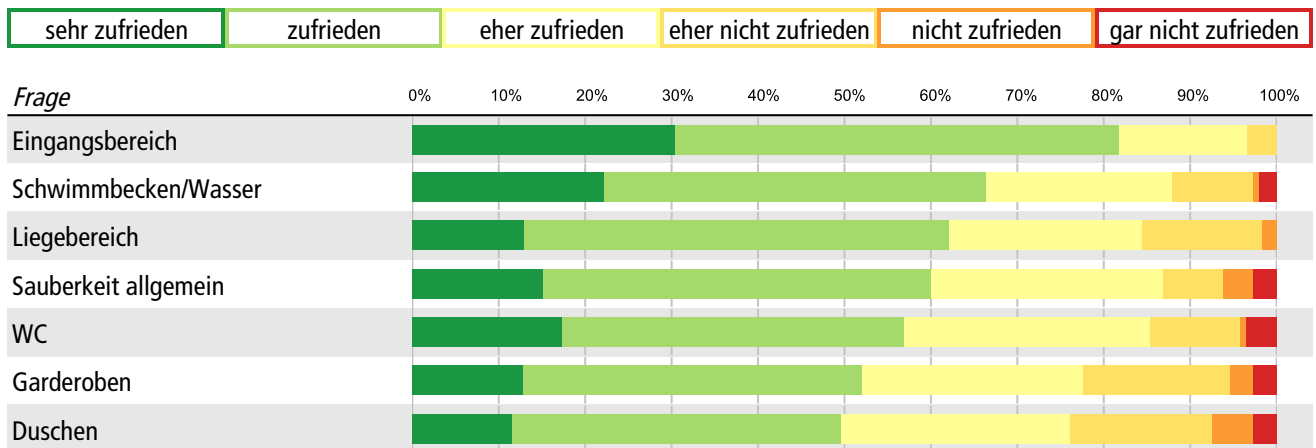
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 150 Befragte

## C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit der Sauberkeit








Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 150 Befragte

## D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit der Sauberkeit

<i>Frage</i>	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%				→ negativ		% Excellence 2016
			6	5	4	3	2	1			
Eingangsbereich	148	5.1	30%	51%	15%	3%	0%	0%	82%		
Schwimmbecken/Wasser	149	4.7	22%	44%	21%	9%	1%	2%	66%		
Liegebereich	116	4.6	13%	49%	22%	14%	2%	0%	62%		
Sauberkeit allgemein	145	4.5	15%	45%	27%	7%	3%	3%	60%		
WC	144	4.5	17%	40%	28%	10%	1%	3%	57%		
Garderoben	148	4.3	13%	39%	26%	17%	3%	3%	52%		
Duschen	147	4.3	12%	38%	27%	16%	5%	3%	50%		

N = 150 Befragte

## 5.5 Zufriedenheit mit dem Badebetrieb

### Fragen im Überblick

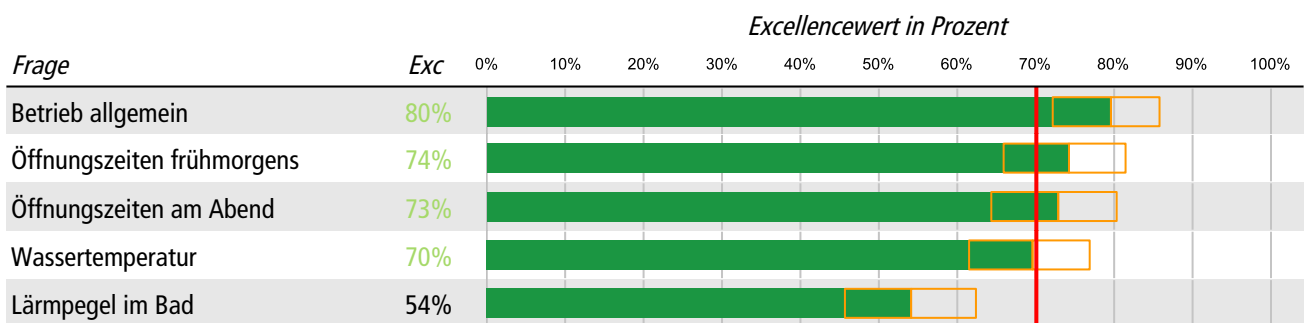
*Frage*text: Was den Betrieb im Hallenbad betrifft, wie zufrieden sind Sie mit...?

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

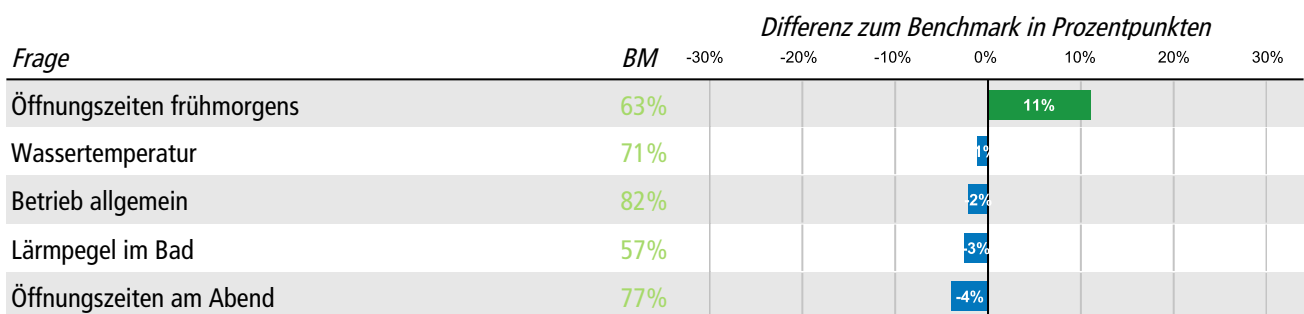
Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten



Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zum Betrieb im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen. N = 150 Befragte

### B Zufriedenheit mit dem Betrieb im Vergleich zum Benchmark

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

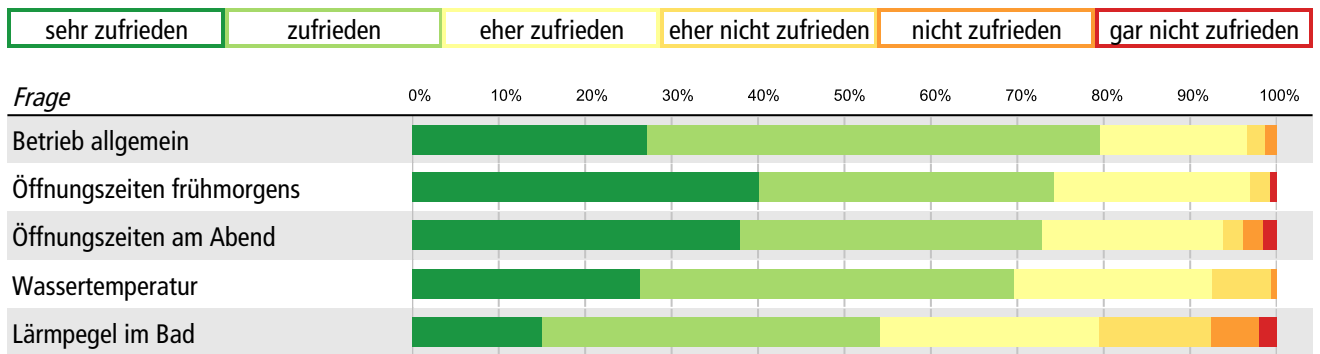


Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder. N = 150 Befragte

## C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit dem Betrieb

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 150 Befragte

## D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit dem Betrieb

<i>Frage</i>	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%				→ negativ		% Excellence
			6	5	4	3	2	1	2016		
Betrieb allgemein	147	5.0	27%	52%	17%	2%	1%	0%	80%		
Öffnungszeiten frühmorgens	132	5.1	40%	34%	23%	2%	0%	1%	74%		
Öffnungszeiten am Abend	129	5.0	38%	35%	21%	2%	2%	2%	73%		
Wassertemperatur	148	4.9	26%	43%	23%	7%	1%	0%	70%		
Lärmpegel im Bad	146	4.4	15%	39%	25%	13%	5%	2%	54%		

N = 150 Befragte

## 5.6 Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur

### Fragen im Überblick

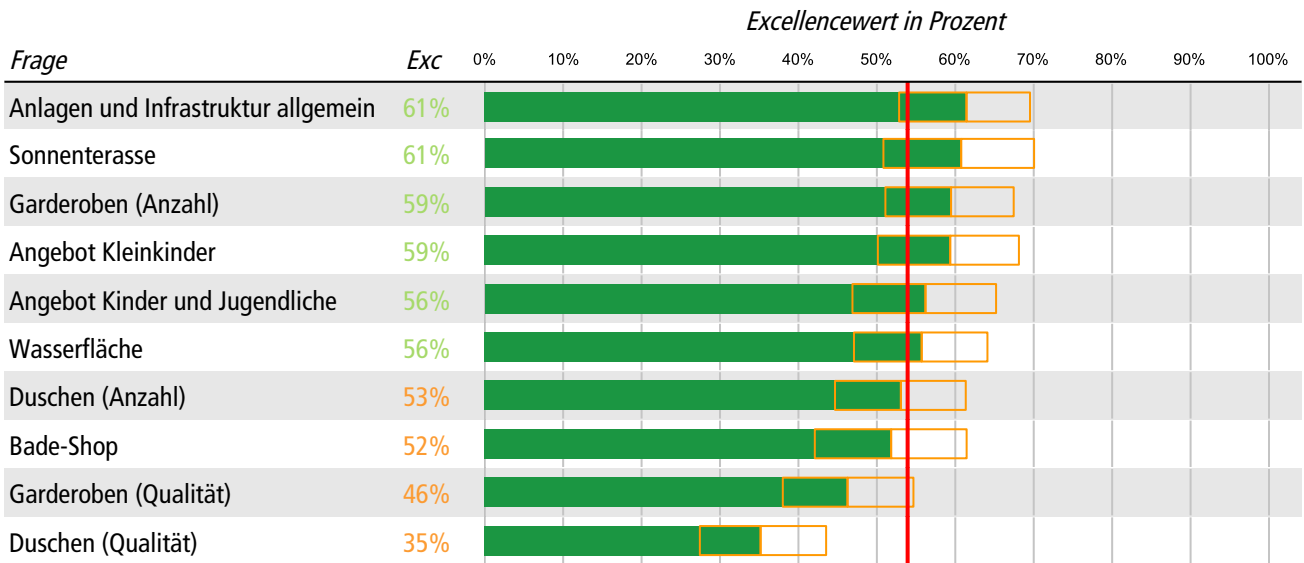
*Fragetext:* Was die Anlage und die Infrastruktur betrifft, wie zufrieden sind Sie mit...?

<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 (Planschbecken, Spielmöglichkeiten)	Angebot Kleinkinder
dem Angebot für Kinder und Jugendliche (Rutschbahnen, Spielgeräte, Kletterwand)	Angebot Kinder und Jugendliche
der zur Verfügung gestellten Wasserfläche	Wasserfläche
der Sonnenterrasse des Hallenbades	Sonnenterrasse
dem Bade-Shop	Bade-Shop
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

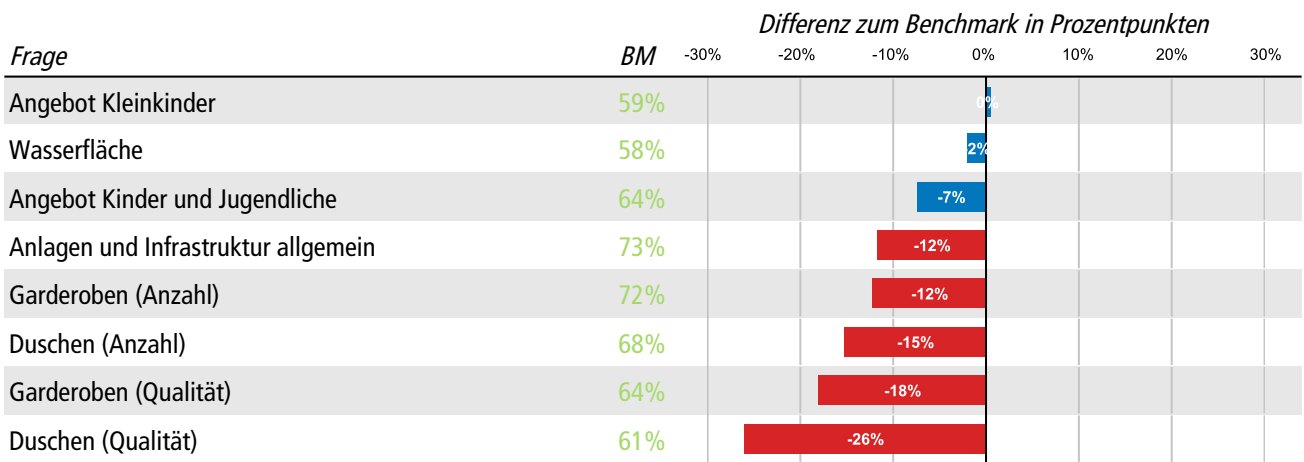
Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten



Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zur Anlage und Infrastruktur im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen. N = 150 Befragte

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

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

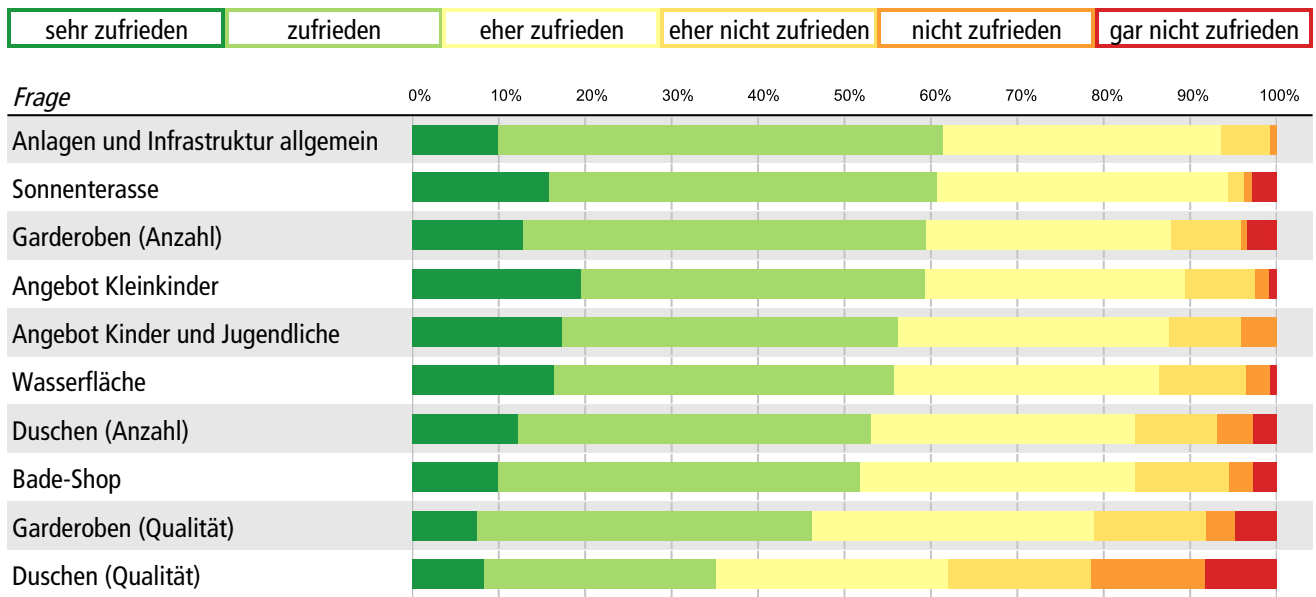


Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder. N = 150 Befragte

## C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur











Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 150 Befragte

## D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur

<i>Frage</i>	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%			→ negativ		% Excellence 2016
			6	5	4	3	2	1		
Anlagen und Infrastruktur allgemein	140	4.6	10%	51%	32%	6%	1%	0%	61%	
Sonnenterasse	107	4.6	16%	45%	34%	2%	1%	3%	61%	
Garderoben (Anzahl)	148	4.5	13%	47%	28%	8%	1%	3%	59%	
Angebot Kleinkinder	123	4.7	20%	40%	30%	8%	2%	1%	59%	
Angebot Kinder und Jugendliche	121	4.6	17%	39%	31%	8%	4%	0%	56%	
Wasserfläche	140	4.5	16%	39%	31%	10%	3%	1%	56%	
Duschen (Anzahl)	147	4.4	12%	41%	31%	10%	4%	3%	53%	
Bade-Shop	110	4.4	10%	42%	32%	11%	3%	3%	52%	
Garderoben (Qualität)	147	4.2	7%	39%	33%	13%	3%	5%	46%	
Duschen (Qualität)	145	3.8	8%	27%	27%	17%	13%	8%	35%	

N = 150 Befragte

## 5.7 Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

### Fragen im Überblick

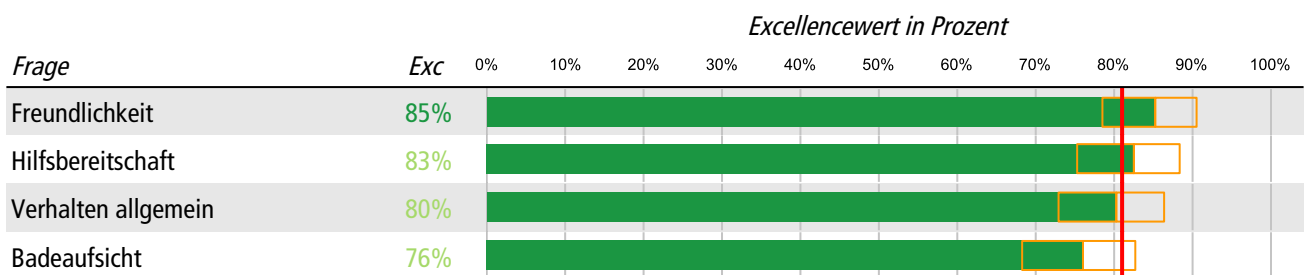
*Frage*text: Wie zufrieden sind Sie mit dem Badeaufsichtspersonal bezüglich...?

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

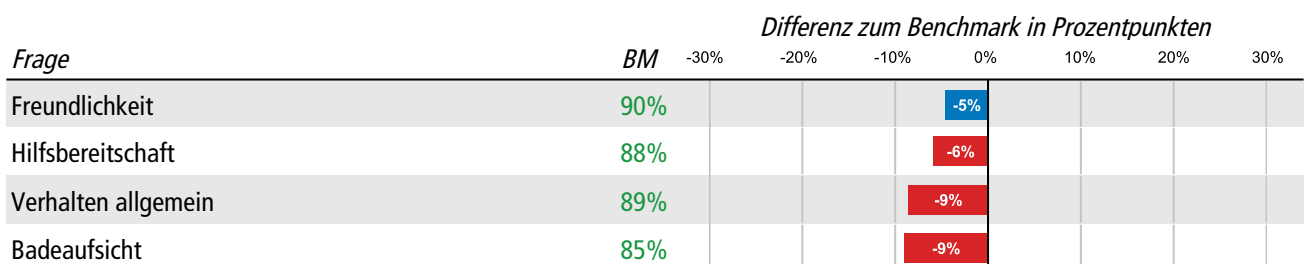
Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten



Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zum Badeaufsichtspersonal im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen. N = 150 Befragte

### B Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal im Vergleich zum Benchmark

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

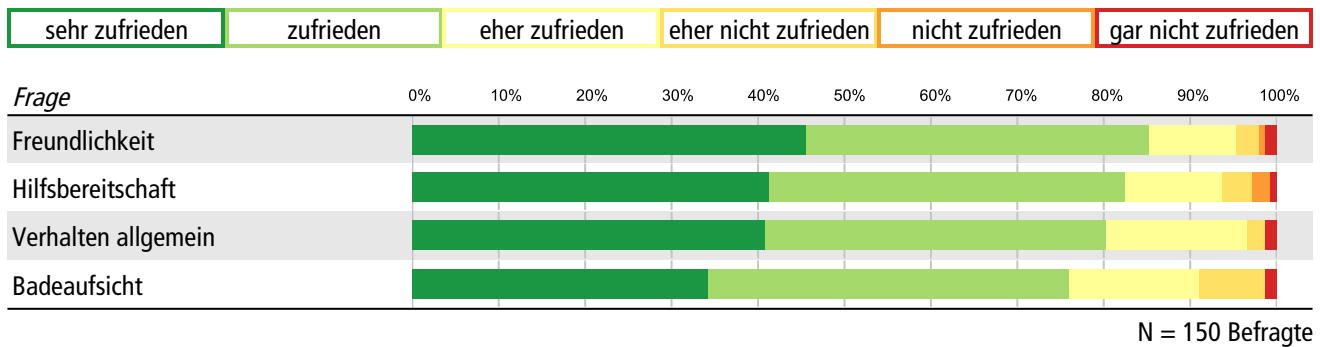


Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder. N = 150 Befragte

## C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



## D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal

<i>Frage</i>	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Freundlichkeit	149	5.2	46%	40%	10%	3%	1%	1%	85%	
Hilfsbereitschaft	143	5.1	41%	41%	11%	3%	2%	1%	83%	
Verhalten allgemein	147	5.1	41%	39%	16%	2%	0%	1%	80%	
Badeaufsicht	146	5.0	34%	42%	15%	8%	0%	1%	76%	

N = 150 Befragte

## 5.8 Zufriedenheit mit dem Kassenpersonal

### Fragen im Überblick

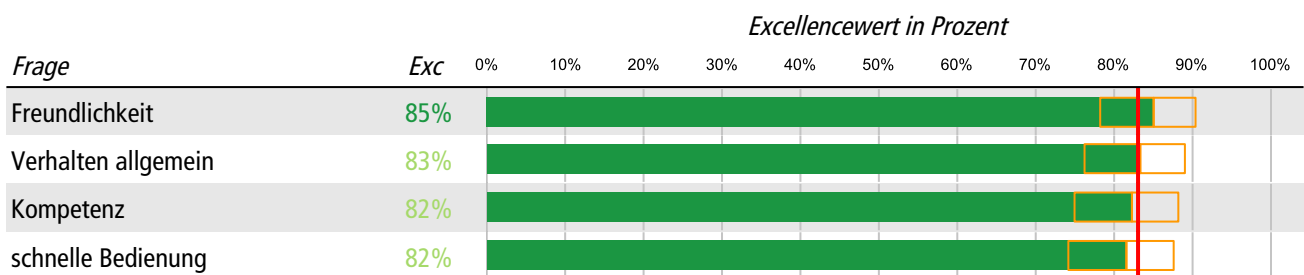
*Fragetext:* Wie zufrieden sind Sie mit dem Kassenpersonal bezüglich...?

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

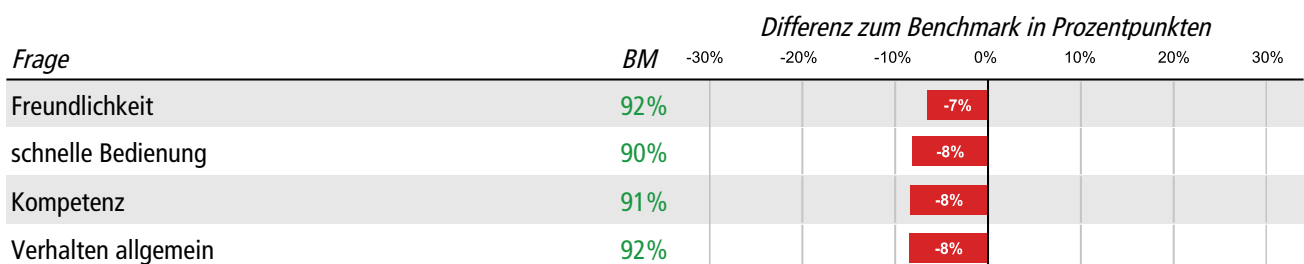


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zum Kassenpersonal im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 150 Befragte

### B Zufriedenheit mit dem Kassenpersonal im Vergleich zum Benchmark

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



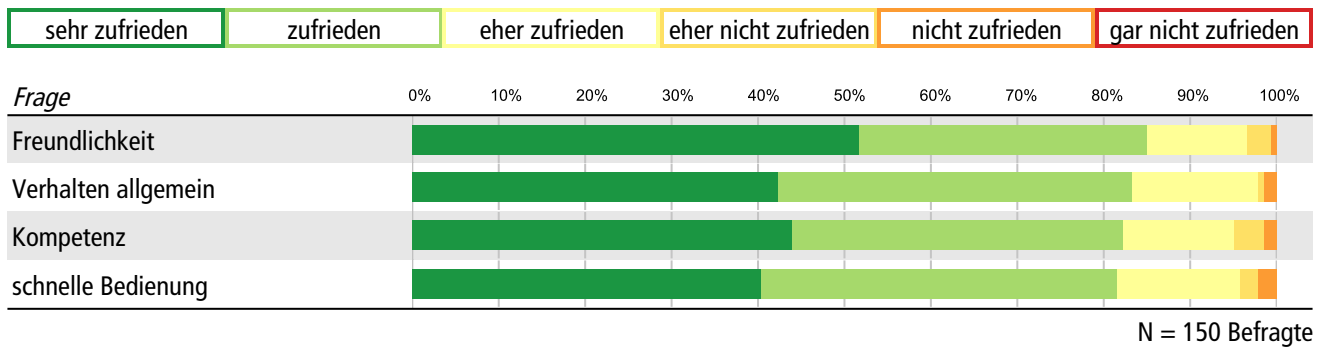
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 150 Befragte

## C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit dem Kasspersonal

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



## D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit dem Kasspersonal

<i>Frage</i>	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Freundlichkeit	147	5.3	52%	33%	12%	3%	1%	0%	85%	
Verhalten allgemein	144	5.2	42%	41%	15%	1%	1%	0%	83%	
Kompetenz	141	5.2	44%	38%	13%	4%	1%	0%	82%	
schnelle Bedienung	141	5.2	40%	41%	14%	2%	2%	0%	82%	

N = 150 Befragte

## 5.9 Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

### Fragen im Überblick

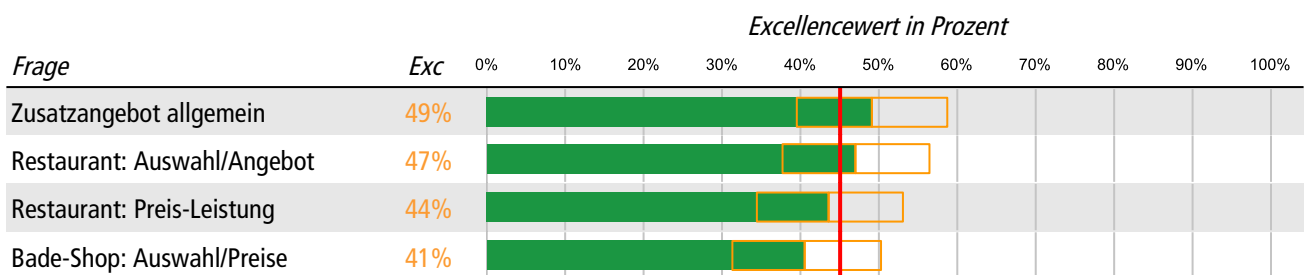
*Frage*text: Diese Frage betrifft den Teil der Anlage, der nicht direkt zum Hallenbad gehört. Wie zufrieden sind Sie...?

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 Bade-Shop, was Auswahl und Preise betrifft	Bade-Shop: Auswahl/Preise
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

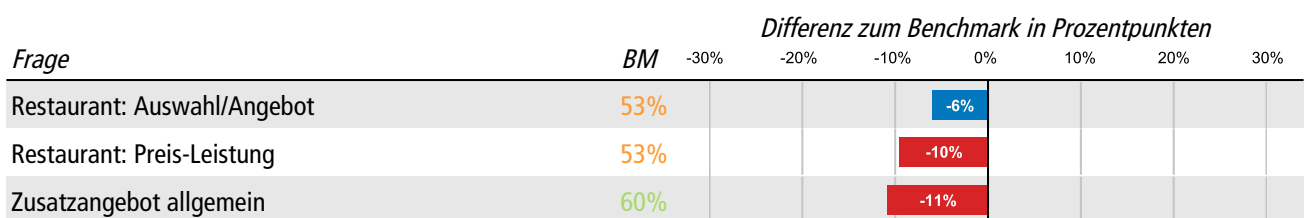


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zur Verpflegung und zum Zusatzangebot im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 150 Befragte

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

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



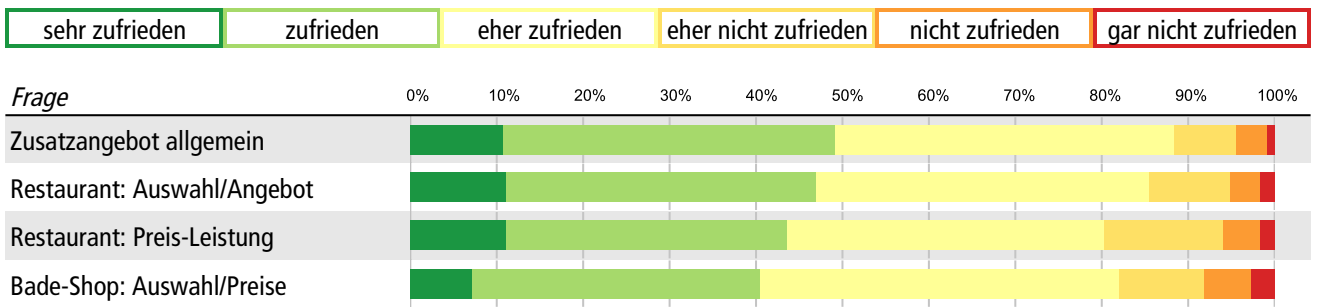
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 150 Befragte

### C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



N = 150 Befragte

### D Tabelle mit Detailangaben

Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%			→ negativ		% Excellence 2016
			6	5	4	3	2	1		
Zusatzangebot allgemein	112	4.4	11%	38%	39%	7%	4%	1%	49%	
Restaurant: Auswahl/Angebot	117	4.4	11%	36%	38%	9%	3%	2%	47%	
Restaurant: Preis-Leistung	117	4.3	11%	32%	37%	14%	4%	2%	44%	
Bade-Shop: Auswahl/Preise	111	4.2	7%	33%	41%	10%	5%	3%	41%	

N = 150 Befragte

## 5.10 Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

### Fragen im Überblick

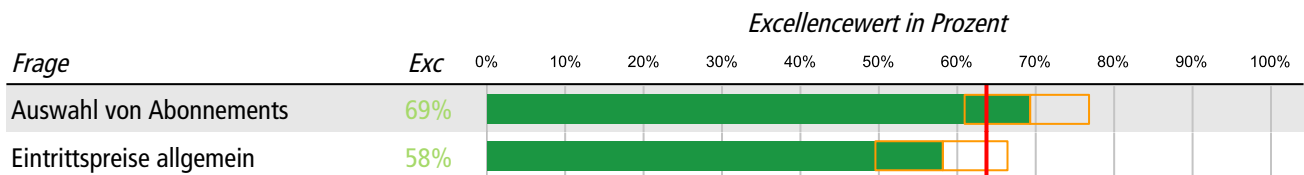
*Frage*text: Diese Frage betrifft die Eintrittspreise. Wie zufrieden sind Sie mit...?

Wortlaut im Fragebogen	Frage
der Auswahl von Abonnements (Jahr, Halbjahr, 10-er Karte, Familienkarte) den Eintrittspreisen ganz allgemein	Auswahl von Abonnements 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

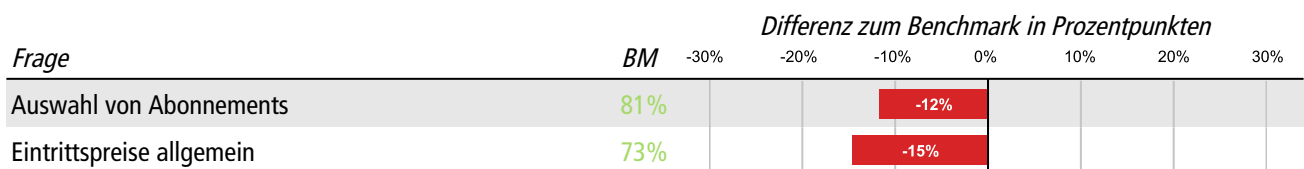


Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf alle Aspekte zu den Eintrittspreisen im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen.

N = 150 Befragte

### B Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen im Vergleich zum Benchmark

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



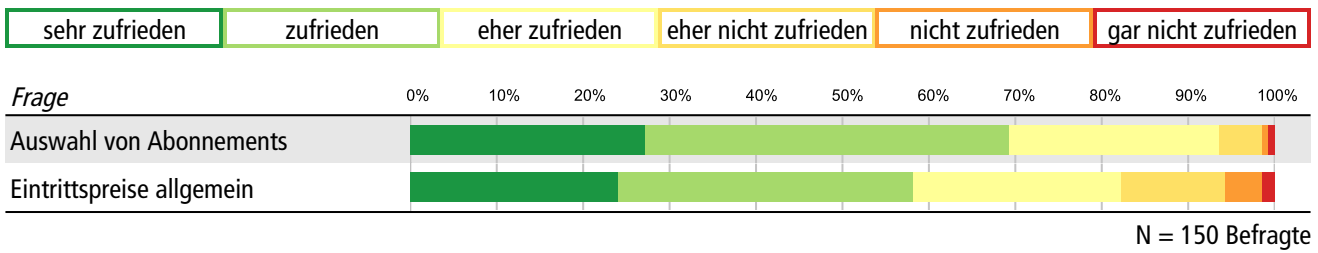
Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder.

N = 150 Befragte

### C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



### 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	140	4.9	27%	42%	24%	5%	1%	1%	69%	
Eintrittspreise allgemein	141	4.6	24%	34%	24%	12%	4%	1%	58%	

N = 150 Befragte

## 5.11 Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

### Fragen im Überblick

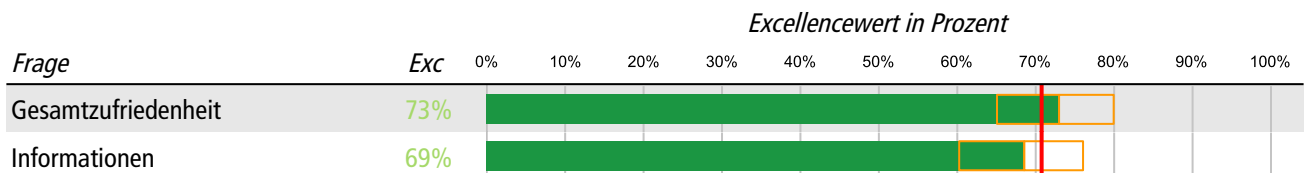
*Frage*text: Wie zufrieden sind Sie ...?

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

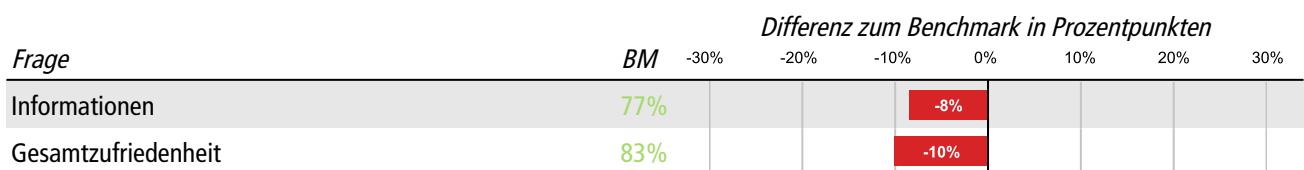
Excellencewert (Exc) = Anteil Befragte, welche mit dem entsprechenden Aspekt zufrieden oder sehr zufrieden sind, am Total aller gültigen Antworten



Bei Aspekten, welche die rote Linie übersteigen, ist die Zufriedenheit, bezogen auf die Informationen und die Gesamtzufriedenheit im Hallen- und Freibad im Tal, überdurchschnittlich hoch ausgefallen. N = 150 Befragte

### B Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit im Vergleich zum Benchmark

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

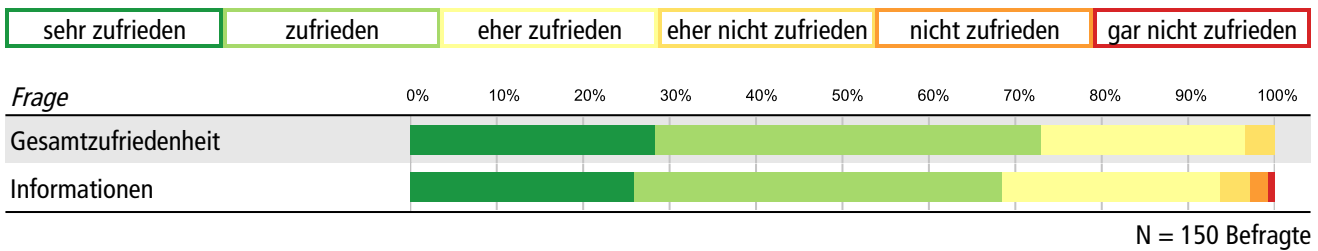


Grün hervorgehobene Aspekte wurden im Hallen- und Freibad im Tal signifikant besser beurteilt, rot hervorgehobene Aspekte wurden signifikant weniger gut beurteilt als im Durchschnitt über alle Bäder. N = 150 Befragte

### C Grafische Darstellung der Antwortverteilung

Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

Antwortanteile am Total aller gültigen Antworten



### D Tabelle mit Detailangaben

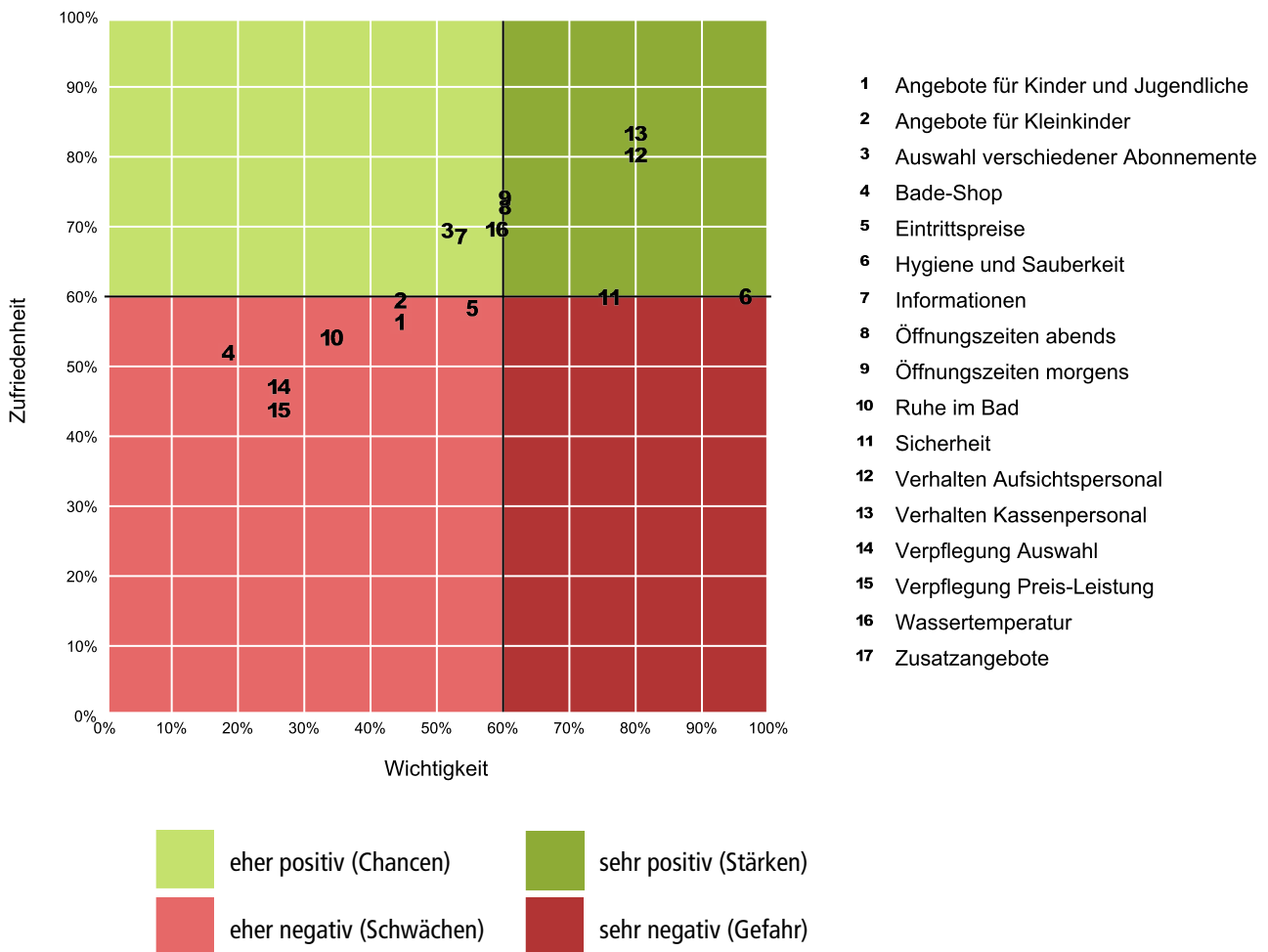
Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit

Frage	Anzahl Antworten	Mittel- wert	positiv ←		%		→ negativ		% Excellence	
			6	5	4	3	2	1	2016	
Gesamtzufriedenheit	148	5.0	28%	45%	24%	3%	0%	0%	73%	
Informationen	143	4.8	26%	43%	25%	3%	2%	1%	69%	

N = 150 Befragte

## 6 Portfoliografik

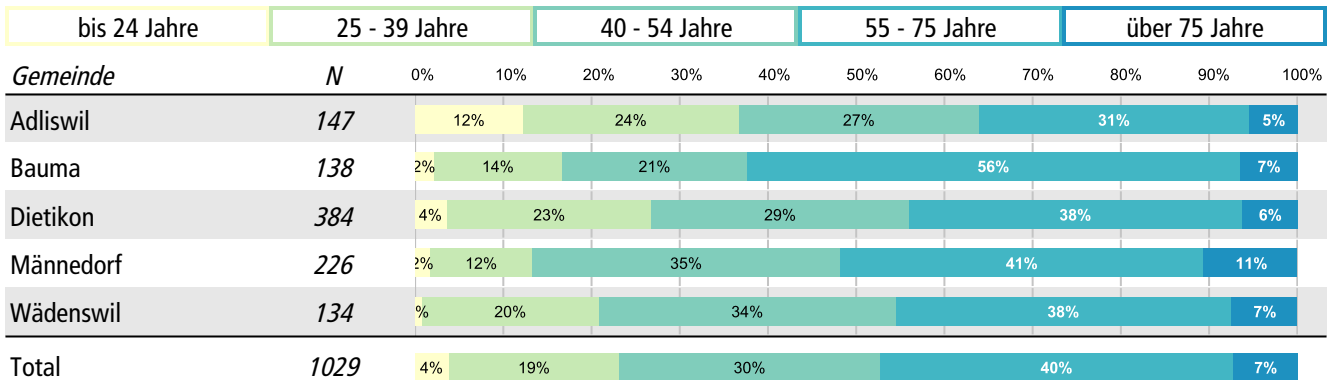
Zufriedenheit versus Wichtigkeit: In der Portfoliografik wird der Excellencewert für die Zufriedenheit mit einem bestimmten Aspekt gegen den Anteil der Befragten, die diesen Aspekt als wichtig oder sehr wichtig empfanden, aufgetragen. Die Grafik wurde in vier Areale unterteilt, womit alle abgefragten 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.



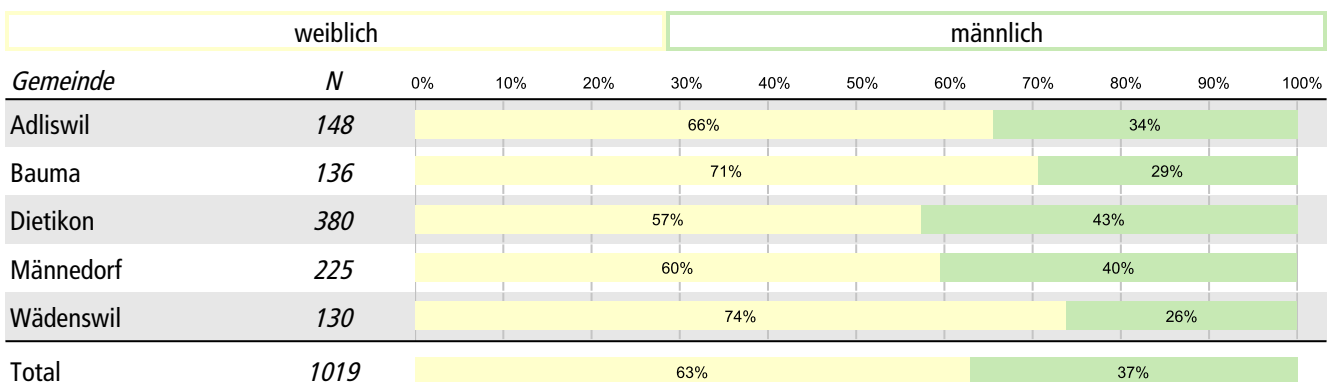
## 7 Statistische Angaben

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»).

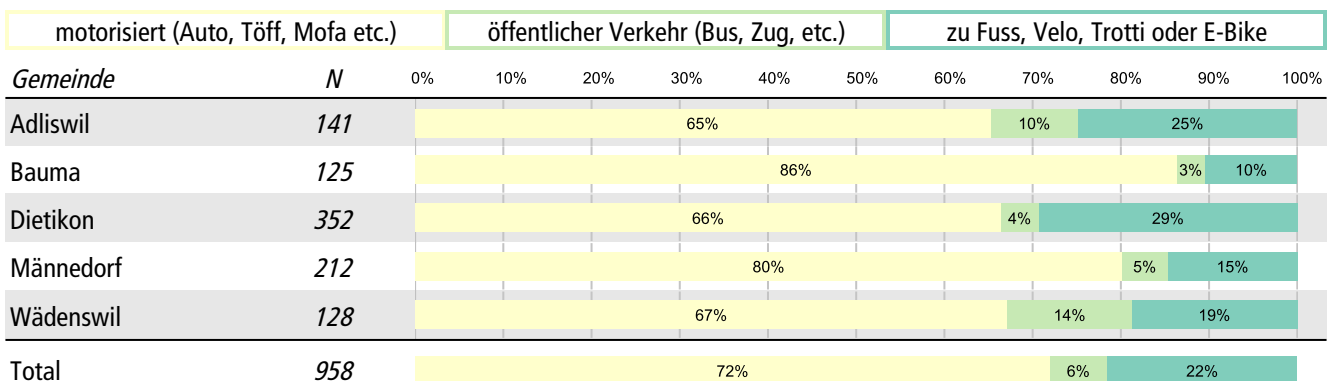
### 7.1 Alter



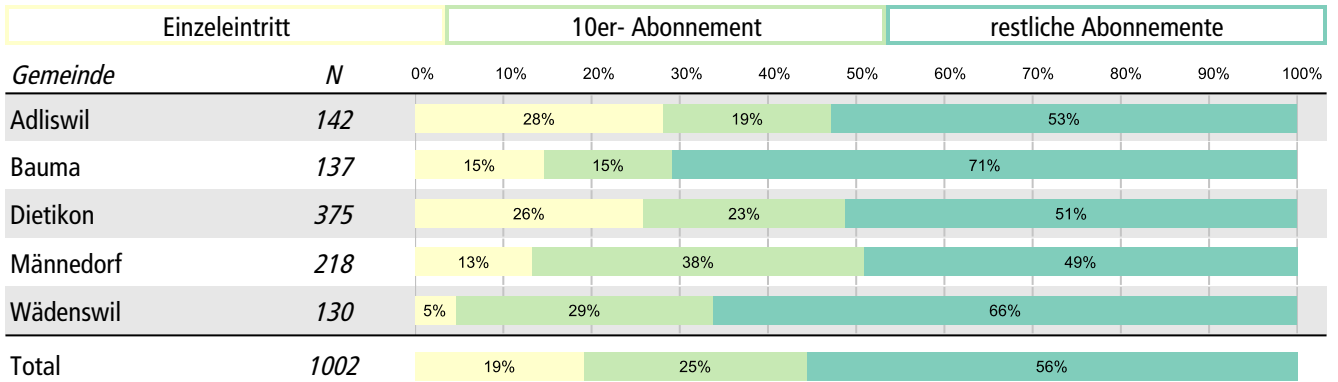
### 7.2 Geschlecht



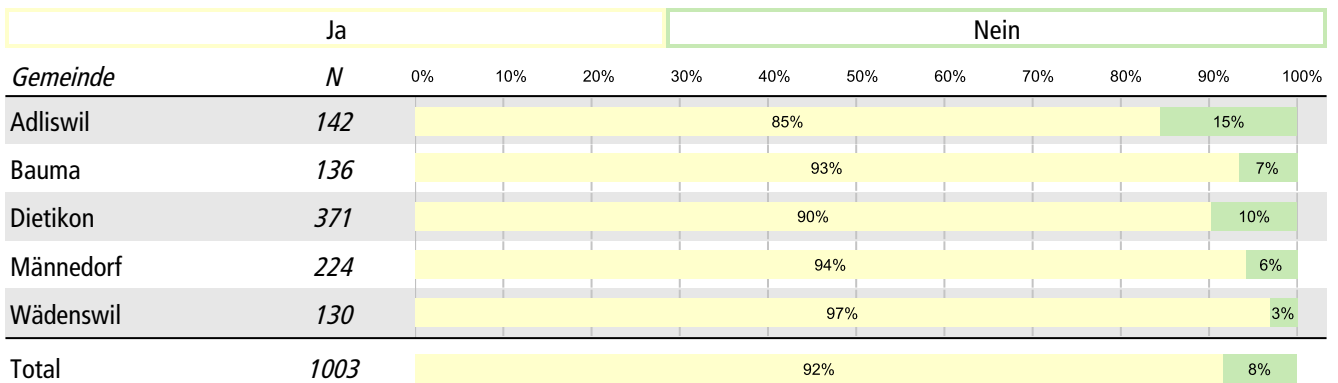
### 7.3 Anreise Wie sind Sie angereist?



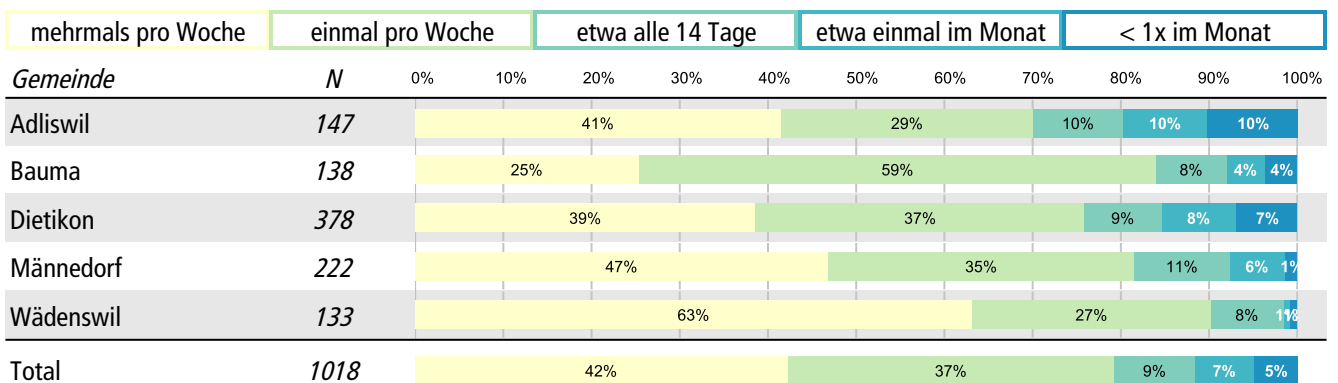
### 7.4 Eintrittsbillett Welches Abo resp. Eintrittsbillett benutzen Sie in der Regel für den Besuch der Badeanlagen?



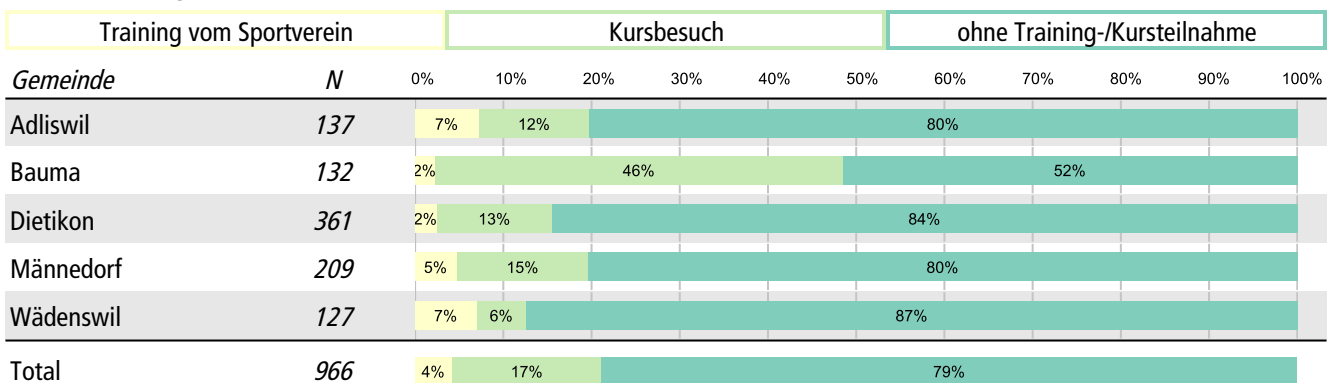
### 7.5 Hallenbad Ist das Hallenbad, in welchem Sie jetzt sind, das Bad, in welches Sie normalerweise hingehen?



### 7.6 Besuchshäufigkeit Wie häufig besuchen Sie im Winter ein Hallenbad?



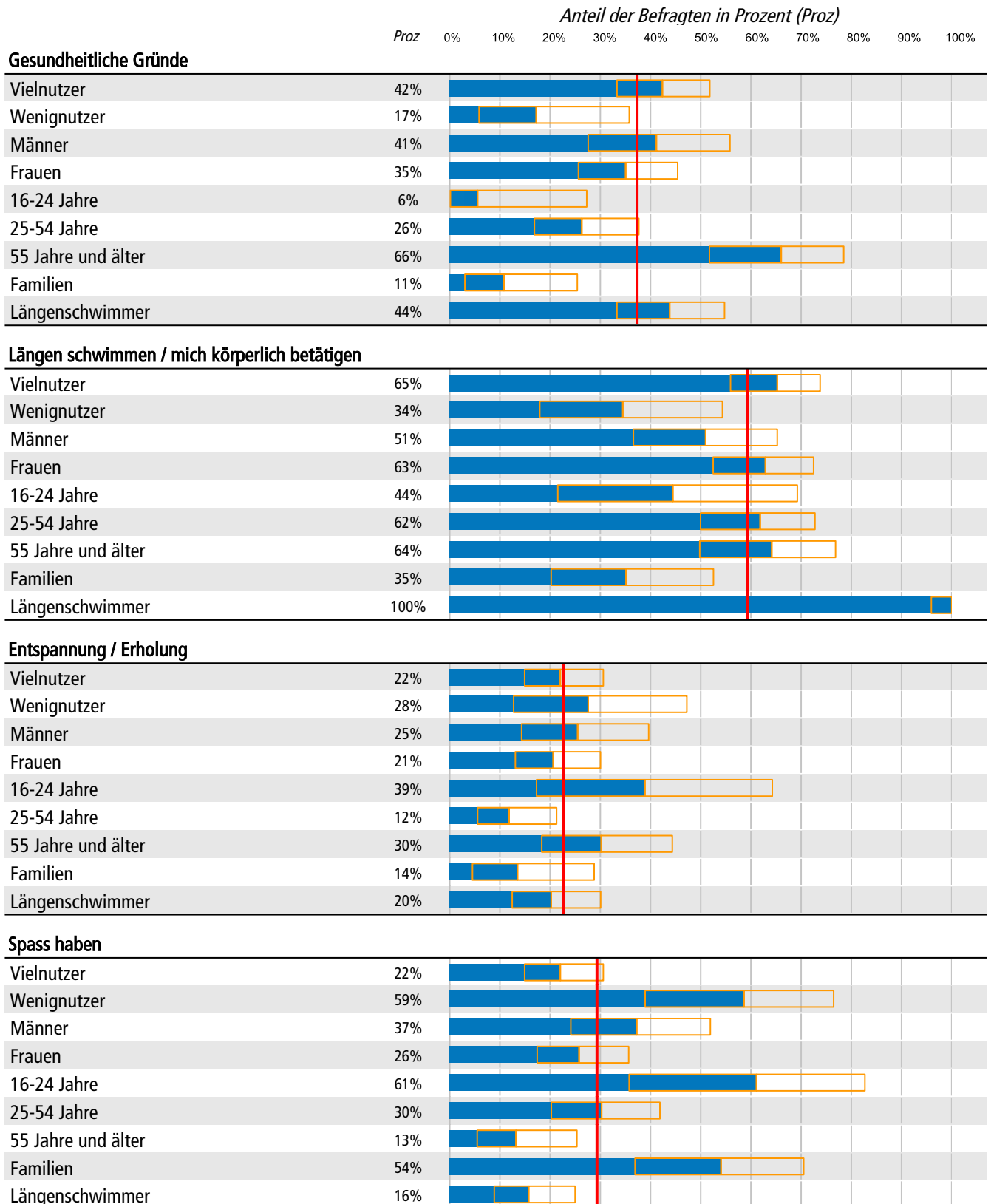
### 7.7 Training Weshalb besuchen Sie das Hallenbad heute?



## 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

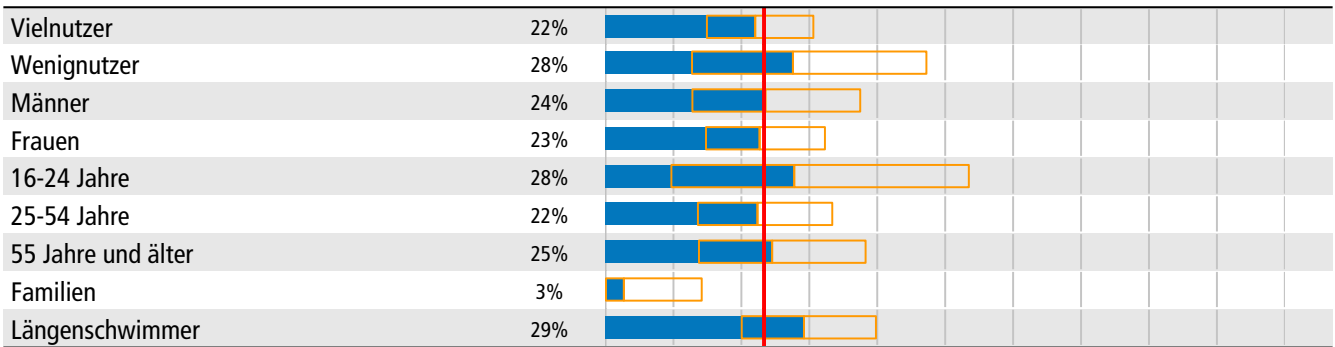


### Gründe für den Besuch eines Schwimmbads

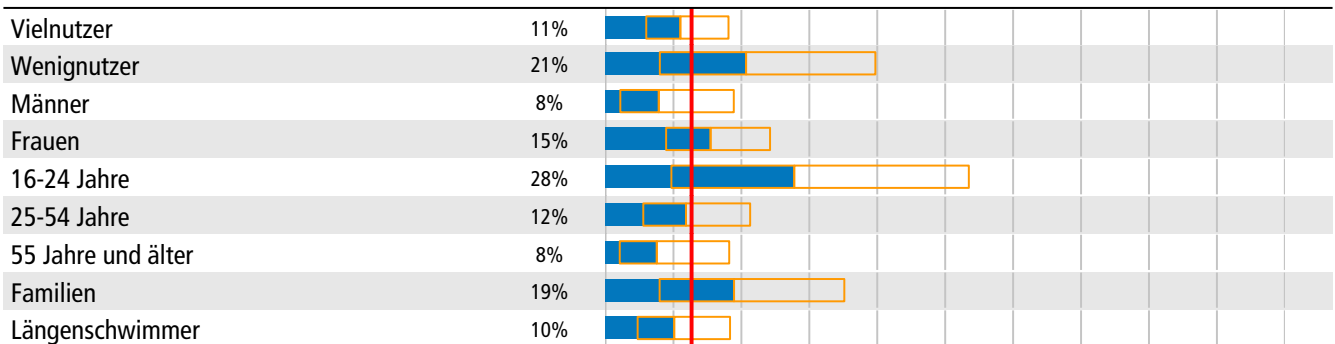
Anteil der Befragten in Prozent (Proz)

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

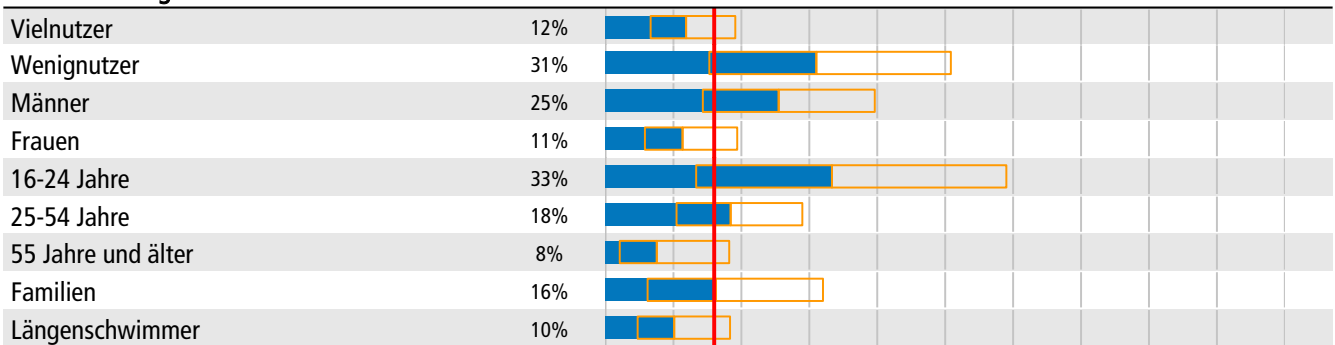
#### Wohlbefinden



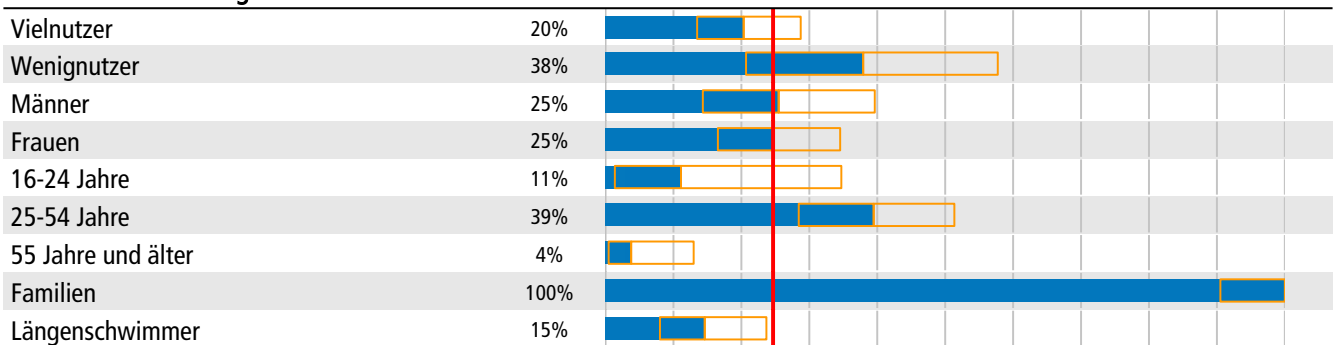
#### Freunde / Bekannte treffen



#### Freizeit verbringen



#### Mit der Familie baden gehen



### Sicherheitsempfinden

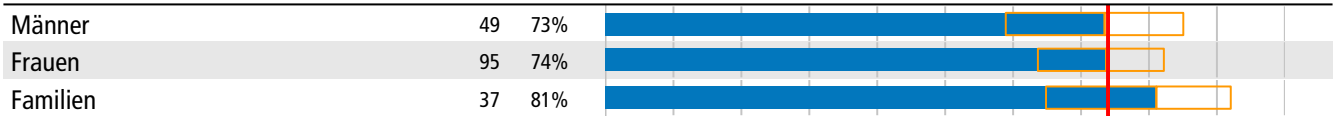
Antwortanteile sicher/sehr sicher in Prozent (Proz)

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

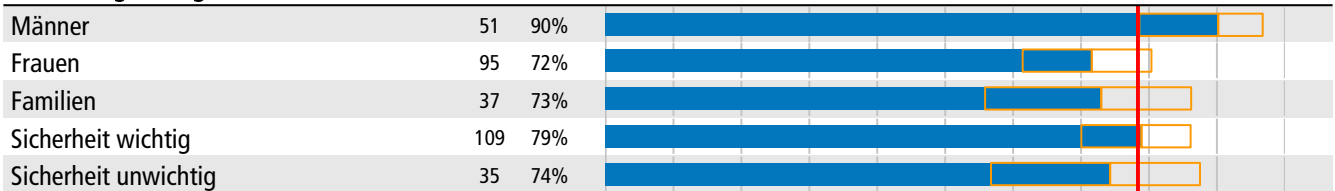
#### im Wasser, beim Baden oder Schwimmen (Aufsicht, Sicherheitsleinen etc.)



#### in der Garderobe und in den Duschen



#### Sicherheit ganz allgemein

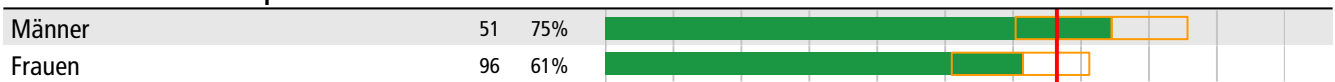


### Zufriedenheit mit der Sauberkeit

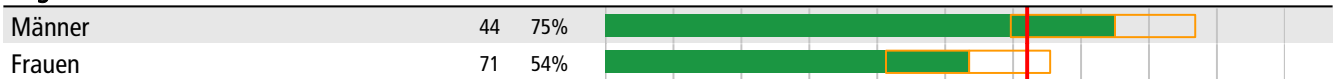
Excellencewert in Prozent

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

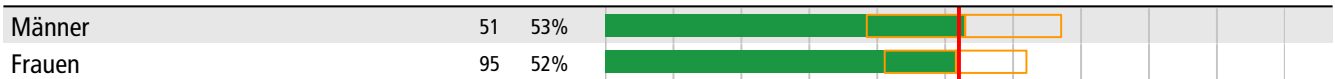
#### des Schwimmbeckens resp. des Wassers



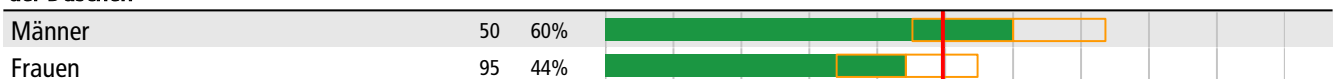
#### Liegebereich



#### der Garderoben



#### der Duschen



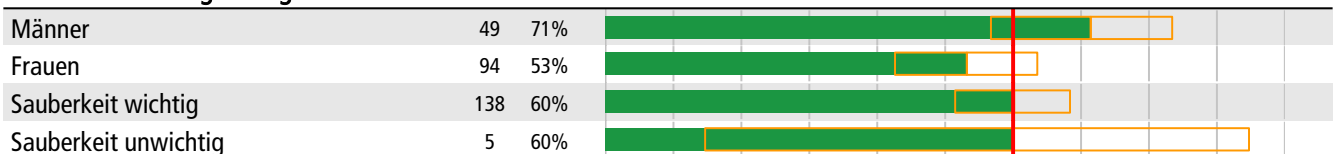
#### der WCs



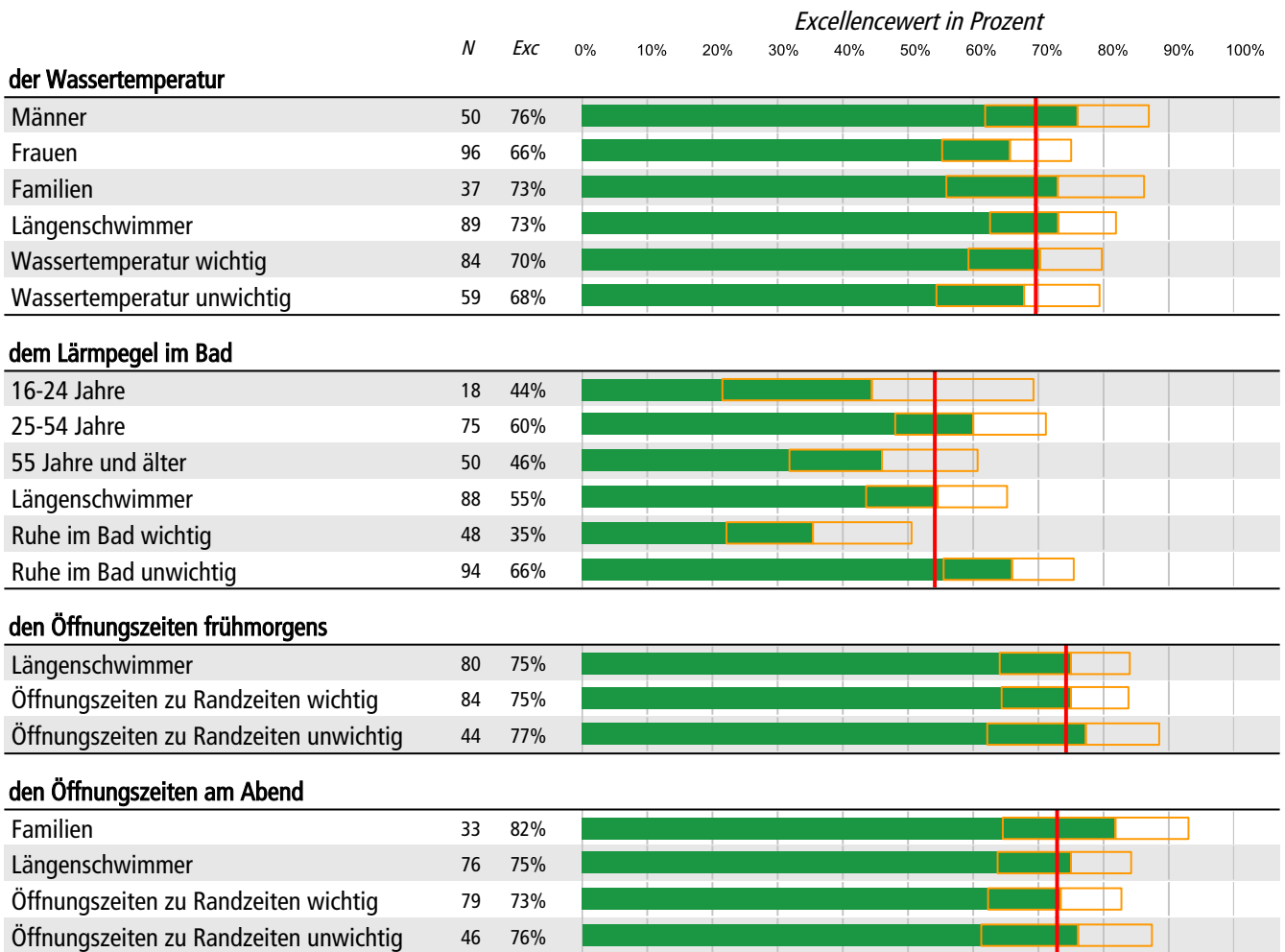
#### Eingangsbereich



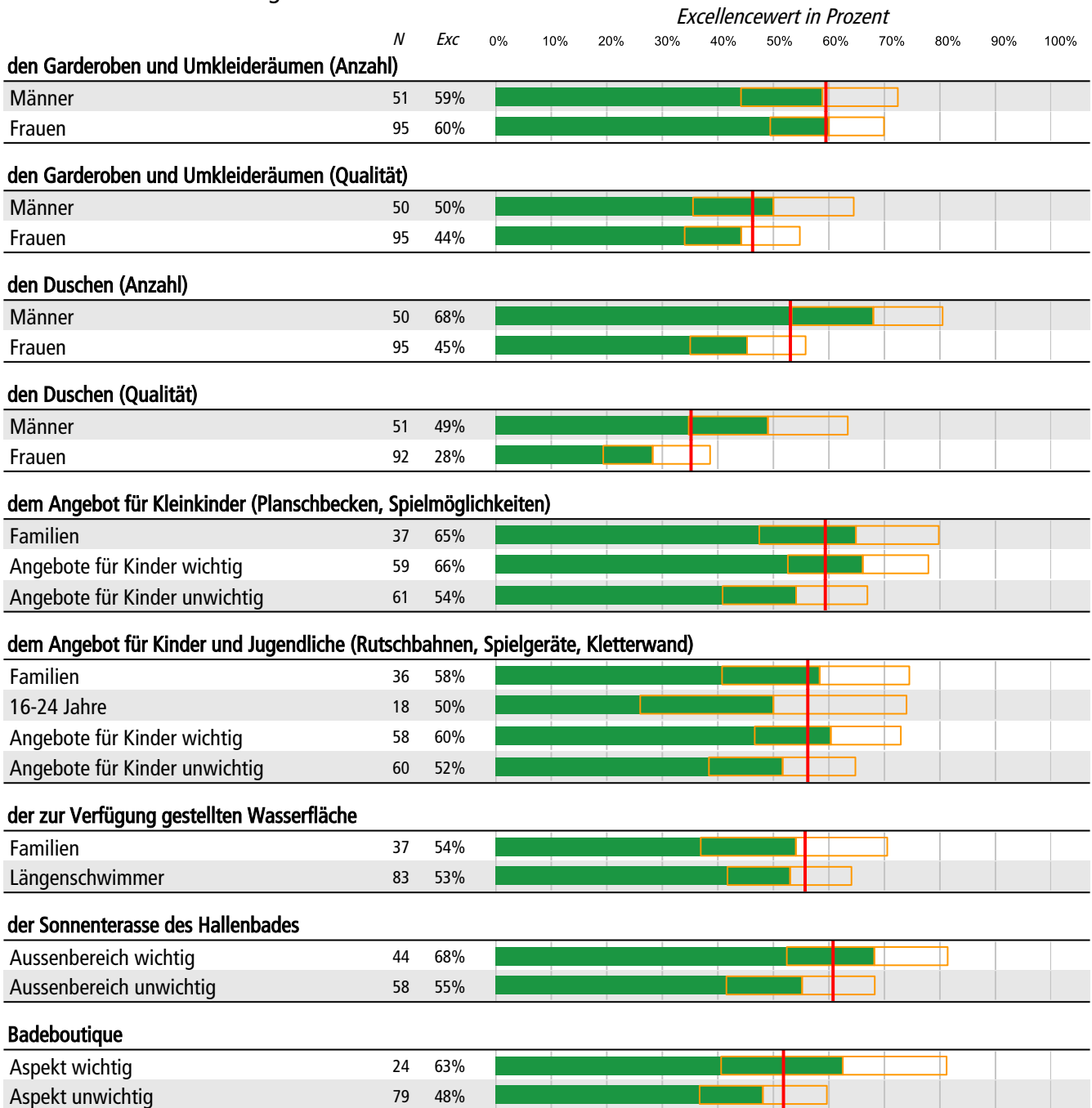
#### mit der Sauberkeit ganz allgemein



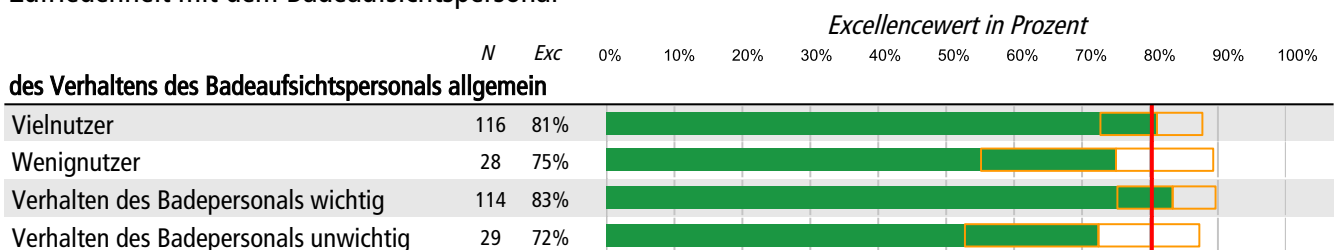
## Zufriedenheit mit dem Badebetrieb



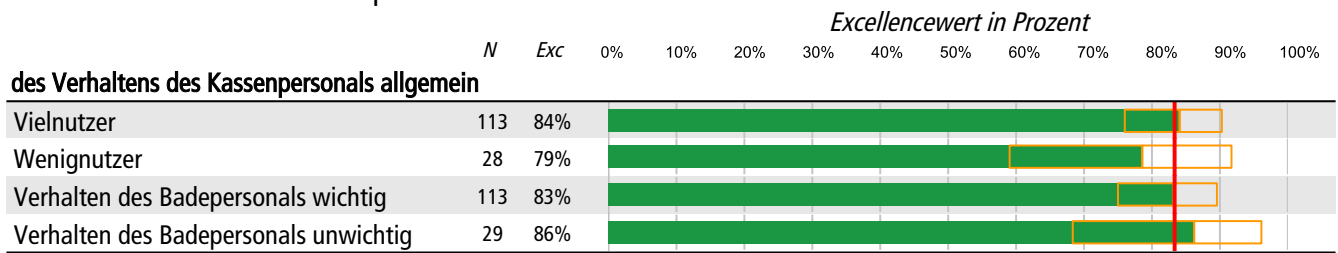
## Zufriedenheit mit der Anlage und der Infrastruktur



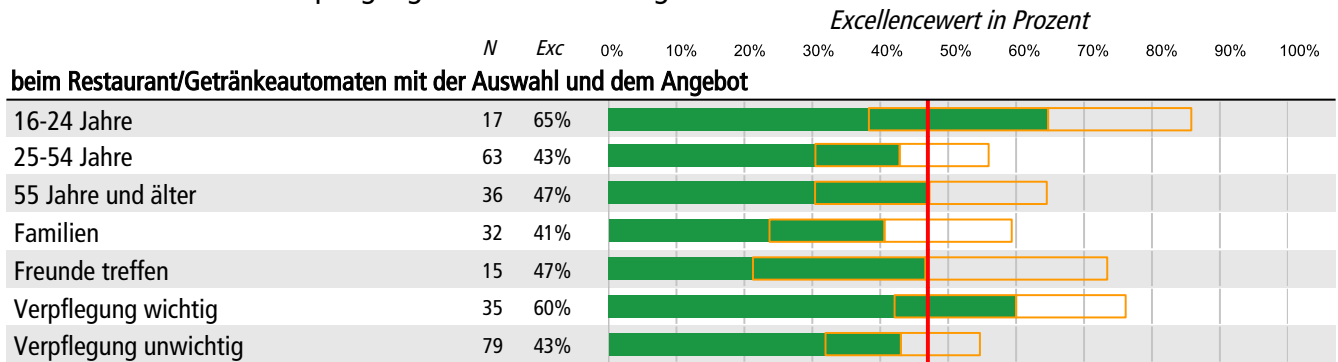
## Zufriedenheit mit dem Badeaufsichtspersonal



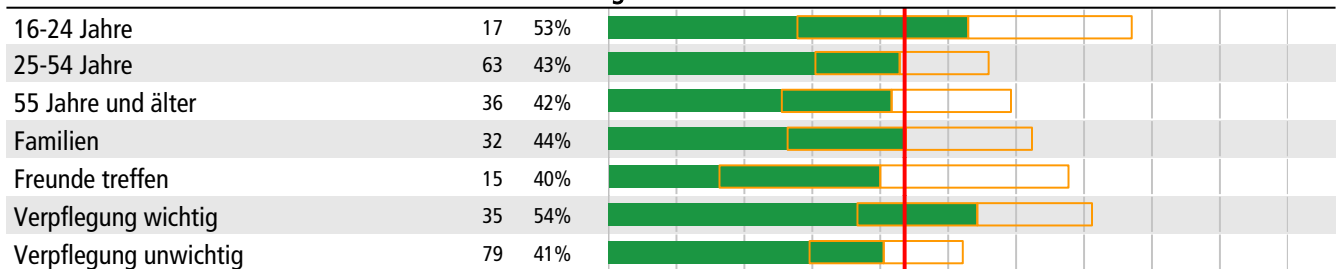
### Zufriedenheit mit dem Kassenspersonal



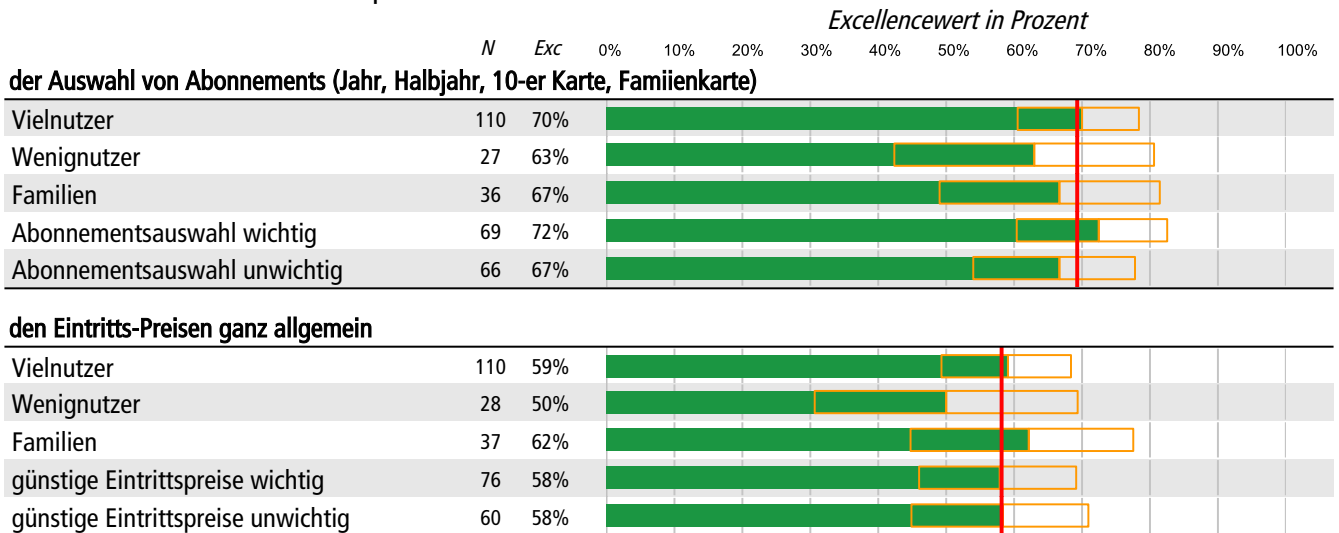
### Zufriedenheit mit der Verpflegung und dem Zusatzangebot



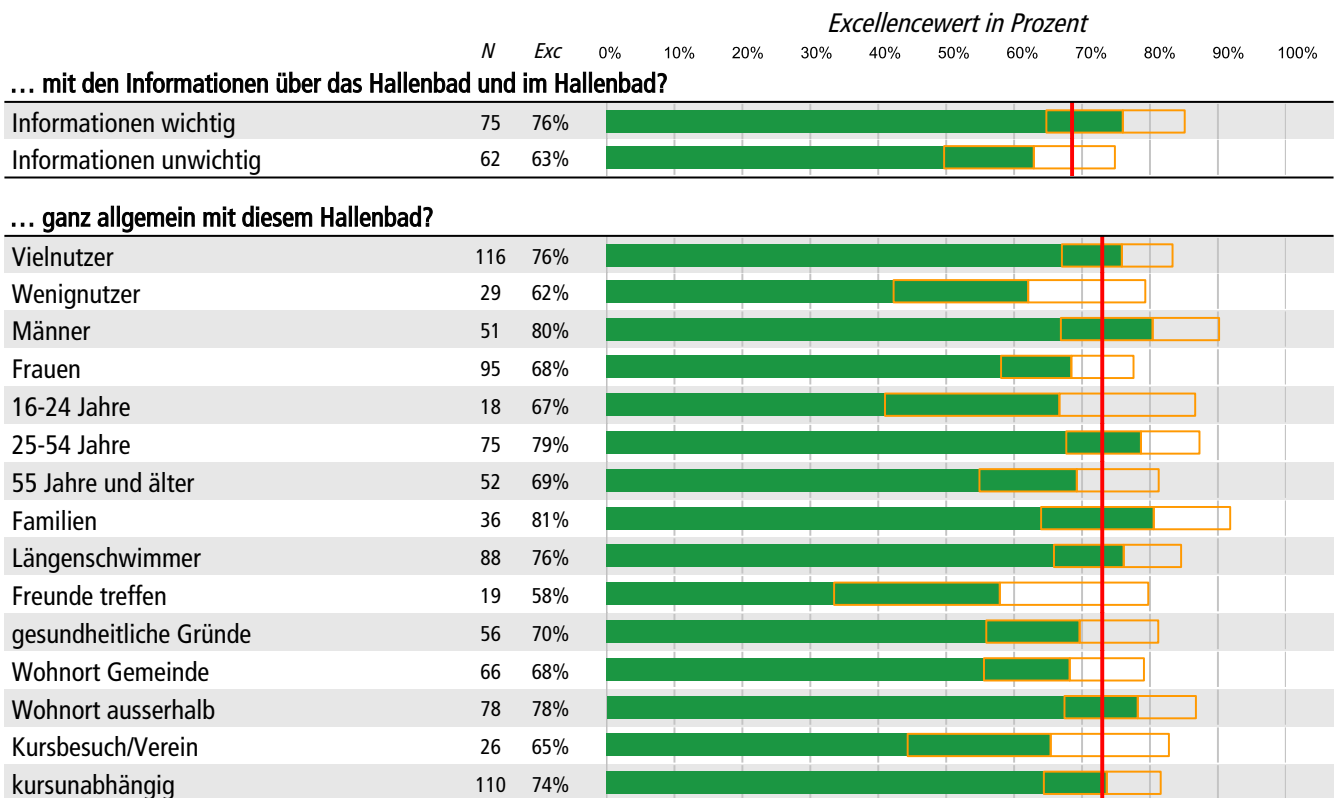
### beim Restaurant/Getränkeautomaten mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis



## Zufriedenheit mit den Eintrittspreisen



## Zufriedenheit mit den Informationen und Gesamtzufriedenheit



## 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 Sonnentanken	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)





- 9. Wie zufrieden sind Sie mit den Informationen über das Hallenbad und im Hallenbad...?**
- |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |   |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
|  | 1=gar nicht zufrieden    |                          |                          |                          |                          | 6=sehr zufrieden         |   |
|  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        |   |
|  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 1 |
- 
- 10. Diese Frage betrifft den Teil der Anlage, der nicht direkt zum Hallenbad gehört. Wie zufrieden sind Sie...?**
- |   |                          |                          |                          |                          |                          |                          |   |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
|   | 1=gar nicht zufrieden    |                          |                          |                          |                          | 6=sehr zufrieden         |   |
|   | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        |   |
| • beim Restaurant/Getränkeautomaten mit der Auswahl und dem Angebot.....    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 1 |
| • beim Restaurant/Getränkeautomaten mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 2 |
| • mit dem Bade-Shop, was Auswahl und Preise betrifft.....                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 3 |
| • mit dem Zusatzangebot ganz allgemein.....                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 7 |
- 
- 11. Diese Frage betrifft die Eintritts-Preise. Wie zufrieden sind Sie mit...?**
- |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |   |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
|  | 1=gar nicht zufrieden    |                          |                          |                          |                          | 6=sehr zufrieden         |   |
|  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        |   |
| • der Auswahl von Abonnements ( <u>Jahr, Halbjahr, 10-er Karte, Familienkarte</u> )..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 1 |
| • den Eintrittspreisen ganz allgemein .....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 2 |
- 
- 12. Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit diesem Hallenbad?**
- |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |   |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|
|  | 1=gar nicht zufrieden    |                          |                          |                          |                          | 6=sehr zufrieden         |   |
|  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        |   |
|  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 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!

- **Abonnement (Jahr oder Halbjahr)** .....  1
- **10-er Karte** .....  2
- Einzeleintritt .....  3
- **Pitsch Fitness Abonnement** .....  4

**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:

Kanton Zürich  
Direktion der Justiz und des Innern  
**Statistisches Amt**

