



2463

# Online-Marketing

Freitag, 13. Dezember 2024

Online-  
Seminar

## Seminar-Schwerpunkte

Die Online-Vermarktung der Anlage gehört mittlerweile zu den Basisaufgaben im Schwimmbad-Marketing. Offline-Medien wie z. B. Tageszeitungen verlieren an Auflage, so dass damit in vielen Städten nur noch wenige Bürger/-innen erreicht werden. Neben der klassischen Internetseite gewinnt auch die Vermarktung und Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram, TikTok und Co. immer mehr an Bedeutung. Doch um über Online-Marketing Badegäste in das Schwimmbad zu locken, braucht es kreative Ideen. Wir stellen uns daher die Frage: Wie ticken die digitalen Kundinnen und Kunden? Neben Kreativität braucht es aber auch eine genaue Kenntnis der sozialen Netzwerke, um das Unternehmen rechtssicher zu präsentieren. Themenschwerpunkte sind in diesem Jahr das Storytelling im Social-Media-Marketing und neue Trends wie das Tool Chat GPT und Künstliche Intelligenz im Bäder-Marketing.

## Zielgruppe

Dieses Seminar richtet sich an das leitende Personal öffentlicher Bäder, an die Mitarbeiter/-innen der Bäderverwaltungen und an Mitarbeiter/-innen, die bereits Erfahrungen im Marketing und im Veranstaltungsmanagement gemacht haben. Die Fachkräfte werden über aktuelle Entwicklungen und Tendenzen, die den Betrieb und das Marketing der Bäder betreffen, unterrichtet und erhalten dadurch die notwendigen Informationen für eine optimale Online-Vermarktung ihres Bades.

---

Freitag, 13. Dezember 2024

---

### Uhrzeit, Thema & Referentin / Referenten

09:00–09:15

#### **Begrüßung und Einführung**

Timo Schirmer, Geschäftsführer, AquaFun Soest GmbH

---

09:15–10:45

#### **Social Media im Badewesen**

Liam Kreutschmann, Geschäftsführer, Studio Magisch

#### **Mit Storytelling emotionale Inhalte liefern, die begeistern und verkaufen**

Es gibt wohl kaum ein Unternehmen, bei dem Social Media aus dem Marketingmix wegzudenken wäre. Auch in der Bäderbranche gehören Facebook, Instagram und TikTok längst zu den Klassikern, manchen Unternehmen bespielen weitere Plattformen wie YouTube, Threads oder Twitter bzw. X.

Aber: Content ist kein Selbstzweck und auch bei der Qualität von Beiträgen in den sozialen Netzwerken gibt es mitunter erhebliche Qualitätsunterschiede.

- verschiedene Praxisbeispiele, wie aus einer simplen Werbefläche ein Kanal wird, der mit hochwertigen Inhalten die Zielgruppen einerseits
  - begeistert, andererseits die Verkäufe messbar steigert
  - Fokus auf organische Inhalte
  - kleiner Exkurs auf Performance-Marketing-Maßnahmen
  - wie „organisch“ und „paid“ sich gegenseitig ergänzen
  - ein Bewusstsein für die Kanäle als bedeutendes Tool zur Kundengewinnung und zu Employer Branding schaffen, andererseits auch einen Fokus auf „Klasse statt Masse“ und einen offenen Umgang mit den Möglichkeiten legen
- 

10:45–11:00 **Pause**

---

11:00–12:30

#### **Chat GPT und künstliche Intelligenz im Schwimmbad-Marketing**

Konstanze Mähler, Geschäftsführerin, LMHUB

Beraterin und Coach im Bereich Marketing - und Wachstumsstrategie

Ein Einblick wie künstliche Intelligenz das Marketing für Bäderbetriebe erleichtern kann. Seit Herbst 2022 reißt der Hype, um künstliche Intelligenz nicht ab. Die Möglichkeiten wachsen stetig. Was es gibt und wie es am Besten für das Schwimmbad-Marketing genutzt werden kann, erfahren Sie in dem Vortrag von Konstanze Mähler.

---

12:30–13:30 **Mittagspause**

---

13:30–15:00

#### **Social Media Marketing im modernen Bäderbetrieb (Praxisbeispiele)**

Aktuelles Social-Media- und TikTok-Marketing am Beispiel des AquaFun Soest

---

#### **Tagesfazit und Ausblick**

Timo Schirmer, Geschäftsführer, AquaFun Soest GmbH

---

---

## Organisation

### Veranstalter

Deutsche Gesellschaft  
für das Badewesen e. V.

Haumannplatz 4  
45130 Essen

Postfach 340201  
45074 Essen

☎ 0201 87969-0

✉ info@dgfdb.de

🌐 www.dgfdb.de

### Ansprechpartnerinnen

Sonja Dördelmann

☎ 0201 87969-22

✉ s.doerdelmann@dgfdb.de

Irene Keßelring

☎ 0201 87969-13

✉ i.kesselring@dgfdb.de

### Kosten

Die Teilnehmergebühren betragen 400,00 €, Mitgliedern der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e. V. wird ein Nachlass von 50,00 € gewährt. Die Teilnehmergebühren sind nach Erhalt der Rechnung unter Angabe der Rechnungs- und Kundennummer zu überweisen an die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e. V., Sparkasse Essen, IBAN DE37360501050000247353, SWIFT-BIC SPESDE3EXXX.

### An- und Abmeldung

Die Anmeldung nehmen Sie bitte auf unserer Website [www.dgfdb.de/seminare](http://www.dgfdb.de/seminare) vor. Das Online-Seminar findet ab einer Teilnehmerzahl von 15 Personen statt. Der Veranstalter behält sich das Recht vor, das Online-Seminar kurzfristig (z. B. wegen höherer Gewalt, der Erkrankung von Referentinnen und Referenten oder bei nicht ausreichender Beteiligung) abzusagen. In diesem Fall werden die bereits gezahlten Seminargebühren voll erstattet.

### Seminarort

Das Online-Seminar „Online Marketing“ findet virtuell statt (per Microsoft Teams). Es wird vorab ein Einwahllink verschickt. Alle Teilnehmenden werden gebeten, sich etwa 15 Minuten vor Beginn des Online-Seminars einzuwählen, um Verbindungsprobleme vorab individuell zu lösen. Für Verbindungsprobleme, die nicht von der DGfDB verschuldet sind, wird keine Haftung übernommen.

### Seminarzeit

13. Dezember 2024, 09:00 bis 15:00 Uhr (Einwahl ab 8:45 Uhr)