

Last call für Bäder-Retter/-innen!

Zwei Drittel der deutschen Schwimmbäder sind sanierungsbedürftig. Wir wissen das, Sie wissen das. Aber wissen es auch alle potenziellen Fördermittelgebenden? Und vor allem: Wissen die auch, warum es sich lohnt, in den Erhalt der öffentlichen Bäder zu investieren? Unter dem Motto „Retten wir die Bäder“ wollen wir mit der Bäderallianz eine reichweitenstarke Plakatkampagne ausrollen, die auf der einen Seite Lust aufs Schwimmen macht, auf der anderen Seite aber auch dabei helfen soll, die Politik davon zu überzeugen, Gelder für unsere Branche bereitzustellen. Das Medienunternehmen Ströer war so begeistert von unseren emotionalen Motiven, dass man uns eine breite Unterstützung zugesagt hat. Um den Media-Wert von 2 Mio. € für die bundesweite Kampagne zu bekommen, müssen wir lediglich die Anschubfinanzierung, etwa ein Fünftel des Betrages, leisten. 50.000 € kommen aus den Reihen der Bäderallianz, für den Rest benötigen wir Ihre finanzielle Hilfe.



Die Bäderallianz auf YouTube:
@Bäderallianz_Deutschland



Zum Kampagnen-Teaser

Noch bis zum 15. April nehmen wir Ihre Unterstützung – egal, wie groß oder klein die Summe ist – entgegen. Planende, projektsteuernde und ausführende Unternehmen sind besonders angesprochen. In einem kurzen Q&A zur Finanzierung auf dem YouTube-Kanal der Bäderallianz hat unser Vorstandsvorsitzender Prof. Dr. Christian Kuhn treffend vorgerechnet: Jede/-r, die/der 1 Mio. € im Bäderbereich erwirtschaftet – und nur 0,5 % davon investiert –, hilft uns enorm dabei, unsere Zielmarke zu erreichen und laut zu werden.



Zum Q&A: 3 Fragen, 3 Minuten

Laut in der breiten Öffentlichkeitswahrnehmung, in der konkreten Ausgestaltung von politischen Förderprogrammen und in relevanten Gesetzgebungsprozessen. Der gemeinsame Weg bis hierhin trägt bereits Früchte, was u. a. am neuen Projektaufruf „UrbanWave“ (siehe Seite 216) sowie an der jüngst angenommenen Einladung in das Bundeskanzleramt vom 11. März mit dem runden Tisch zum „Modellvorhaben Deutschland lernt schwimmen“ deutlich wird. Um eben diese hart erarbeitete, gewichtige Branchenbedeutung und politische Glaubwürdigkeit weiter ausbauen zu können, braucht es die Kampagne genau jetzt. Und wir brauchen Sie und euch dafür.



Ann-Christin von Kieter,
Chefredakteurin sowie
Online- und Social-Media-
Redakteurin und



Christian Mankel,
Geschäftsführer der DGfDB



Vielen Dank für die Unterstützung und eine schöne, erholsame Osterzeit!

Ihre

Ann-Christin von Kieter