



**Die Sanierung steht an –
aber passt noch das alte
Raumprogramm?**

**Überlegungen zu veränderten
Bedarfen und zu LP 0**

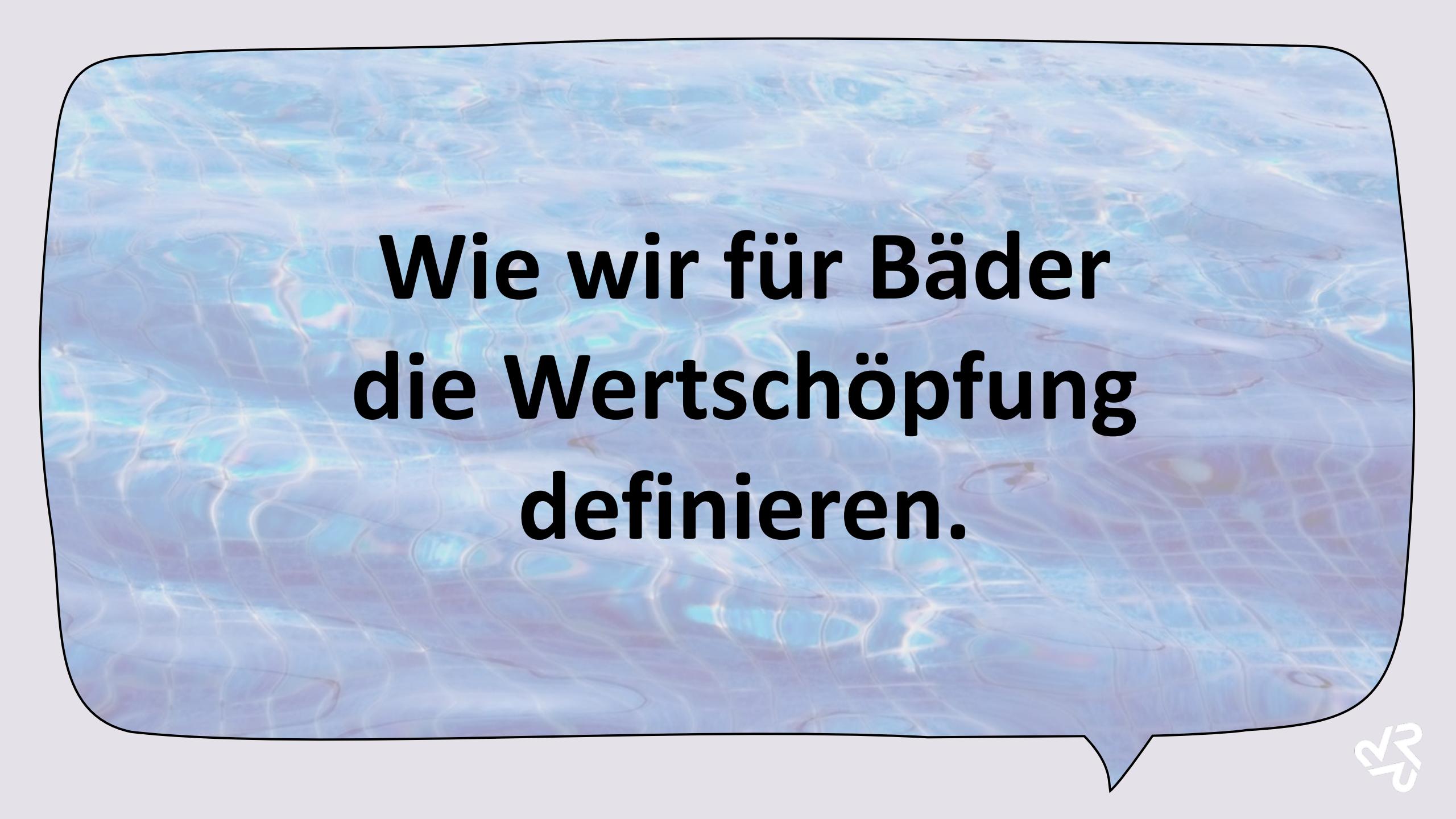


3.RAUMREALISIERUNG

Was kostet ein Bad, das es nicht (mehr) gibt?

**Nicht zuerst in Euro –
in Lebensqualität, regionaler Identität und Zusammenhalt**

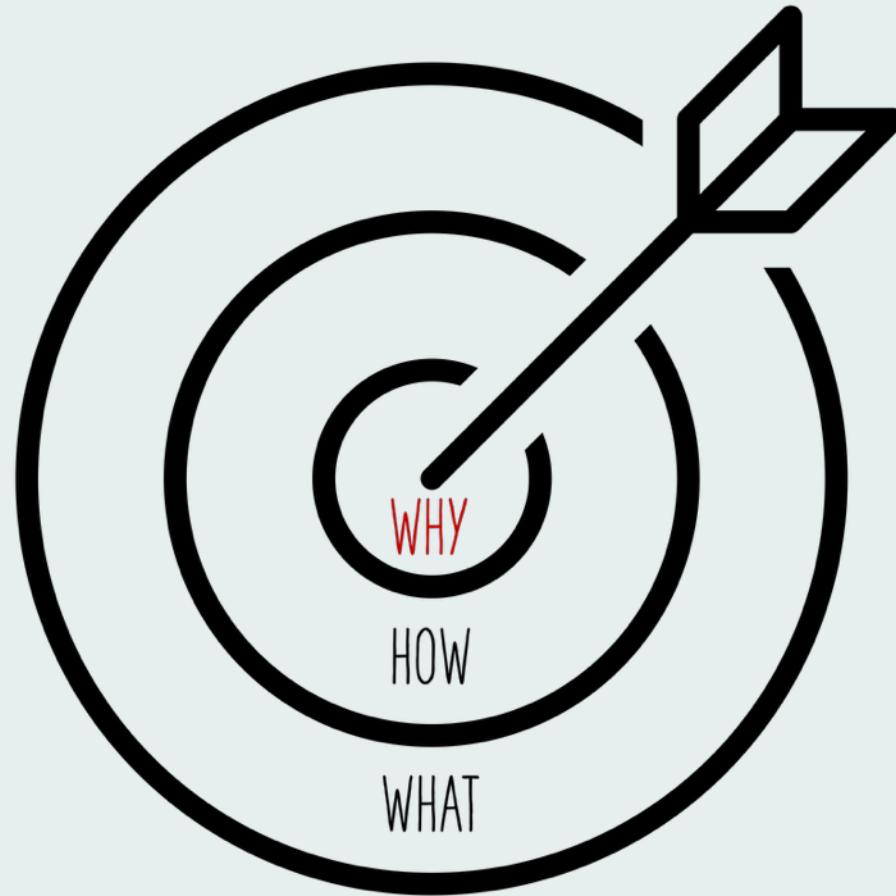




Wie wir für Bäder
die Wertschöpfung
definieren.

Golden Circle (Simon Sinek)

Die Reihenfolge ist entscheidend ...!





Das Bad und seine relevanten Umwelten

Jedes System hat seine eigenen Logiken und Motivationen



An den Schnittstellen
zwischen den Systemen
entsteht nicht Reibung –
sondern Wert wenn
Kommunikation gelingt.





Entscheidungsparadoxien

Das passt selten auf den ersten Blick zusammen ...

Wir können uns kein neues Bad leisten, aber das alte ist zu teuer ...

Investition

Wir wollen alle mit einbeziehen, aber am Ende muss doch jemand entscheiden ...

Wir wollen modernisieren, aber bitte nichts verändern

Sanierung

Attraktivität

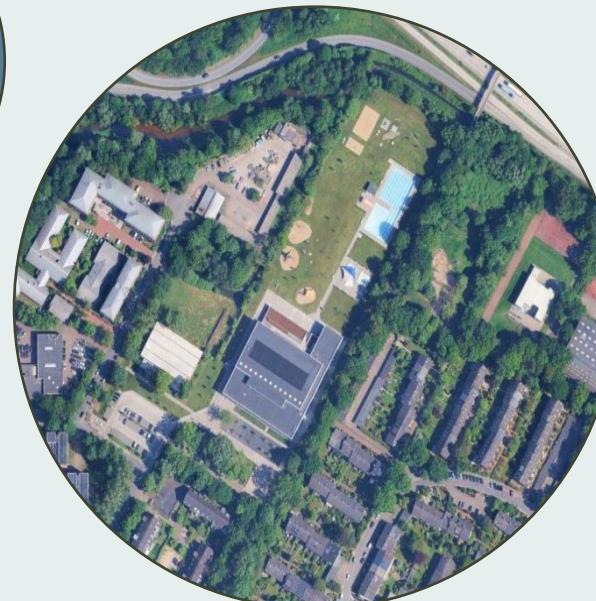
Wir verlangen Wirtschaftlichkeit aber das Bad ist Daseinsvorsorge ...

Kosten / Nutzen

Ausschluss

Wir wollen mehr Angebot, aber mit weniger Budget und Personal ...

Wir wollen Verlässlichkeit für Vereine, aber freie Nutzung für alle ...



Entscheidungspardoxien

Das passt selten auf den ersten Blick zusammen ...

Wie teuer ist es
Nicht zu investieren?

Investition

Wie viel Demokratie
verträgt ein Bauplan?

Attraktivität

Wie viel Zukunft
verträgt unsere
Erinnerung?

Sanierung

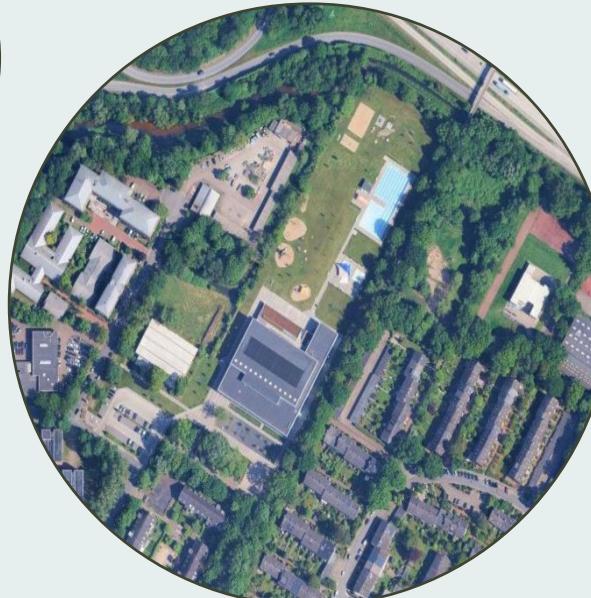
Wie viel Effizienz
verträgt Begeisterung?

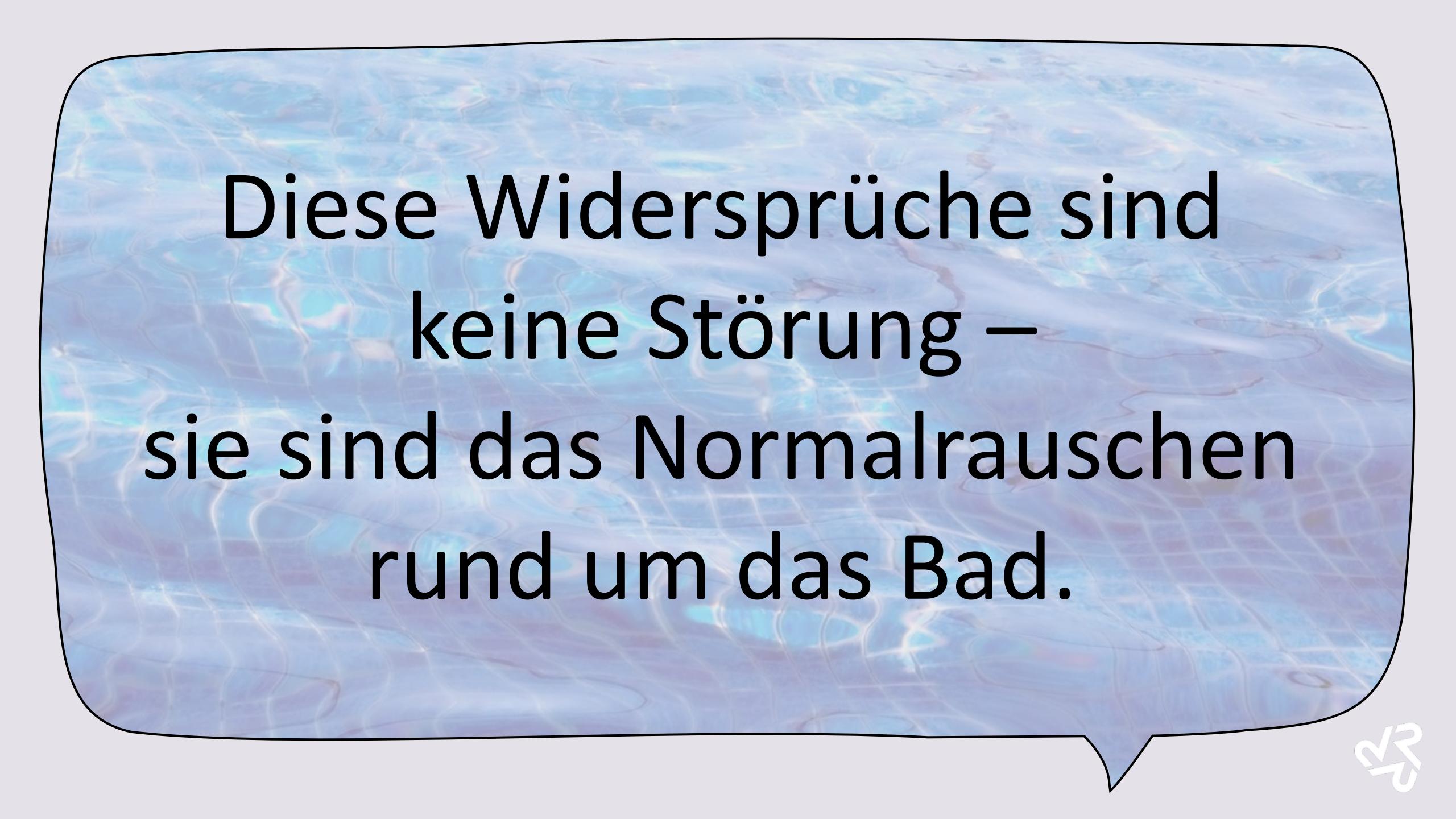
Wann ist ein Bad
erfolgreich - wenn es
Deckungsbeiträge
erzielt oder wenn
viele Zugang haben?

Kosten /
Nutzen

Ausschluss

Wie viel Exklusivität
verträgt Gemeinschaft?





Diese Widersprüche sind
keine Störung –
sie sind das Normalrauschen
rund um das Bad.



Drei Perspektiven auf Wertschöpfung

Nicht zuerst auf den Euro ...

Funktion

**Wofür gibt es
das Bad?**

Struktur

**Wie erhält sich
das Bad?**

Wertschöpfung

**Wie entsteht
Wert?**



Drei Perspektiven auf Wertschöpfung

Nicht zuerst auf den Euro ...

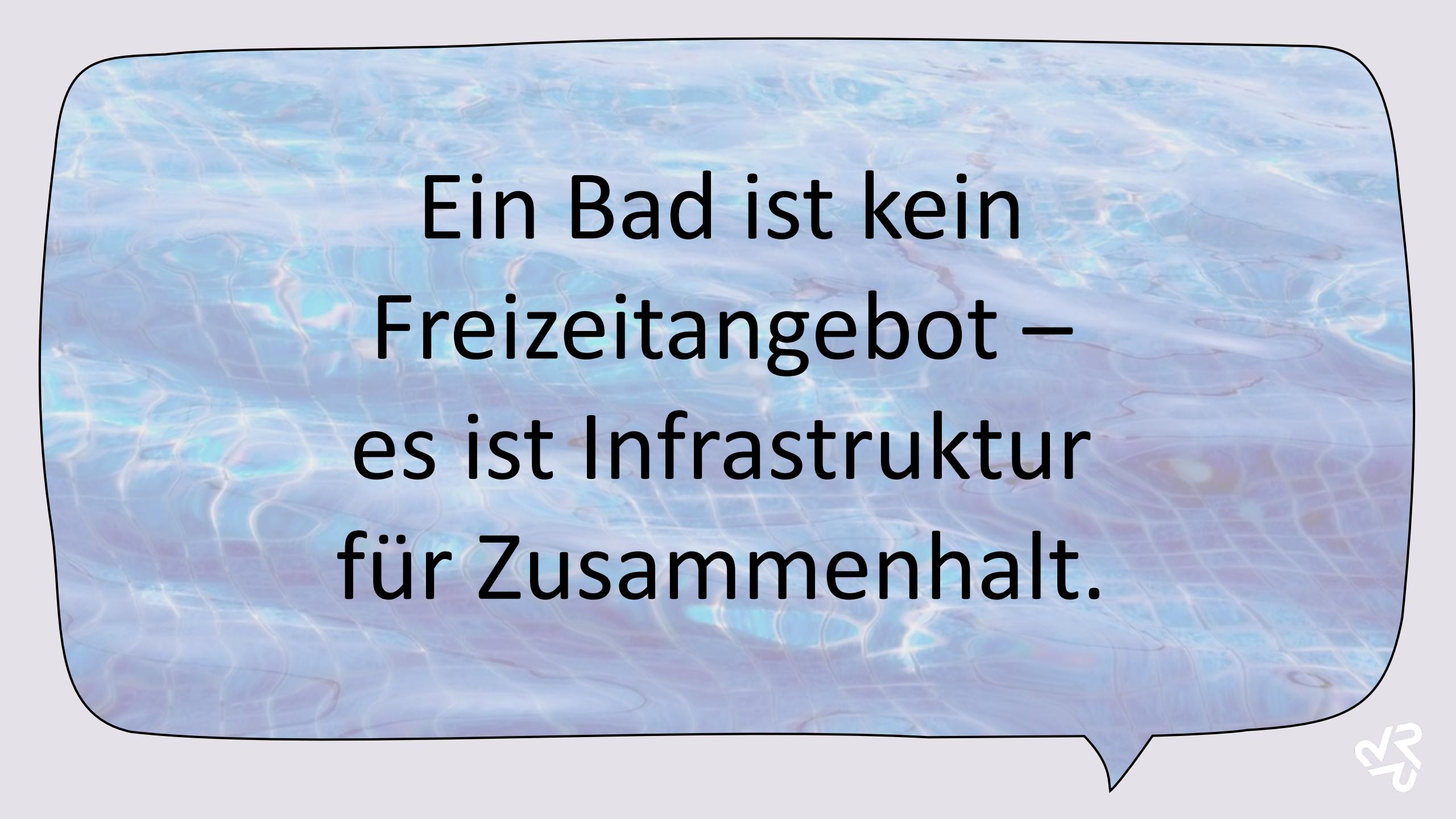


Ein Bad erfüllt **viele Zwecke gleichzeitig** – Es verbindet Daseinsvorsorge, Wirtschaft, Bildung, Gesundheit, Kultur, Freizeit.

Es ist **ein Ort der Kopplung** – wo Systeme, die sonst kaum miteinander kommunizieren, sich berühren.

Wert entsteht dort, wo Anschluss gelingt.
Nicht das Wasser schafft Wert, sondern die Begegnung, die Integration, das Gemeinschaftsgefühl.

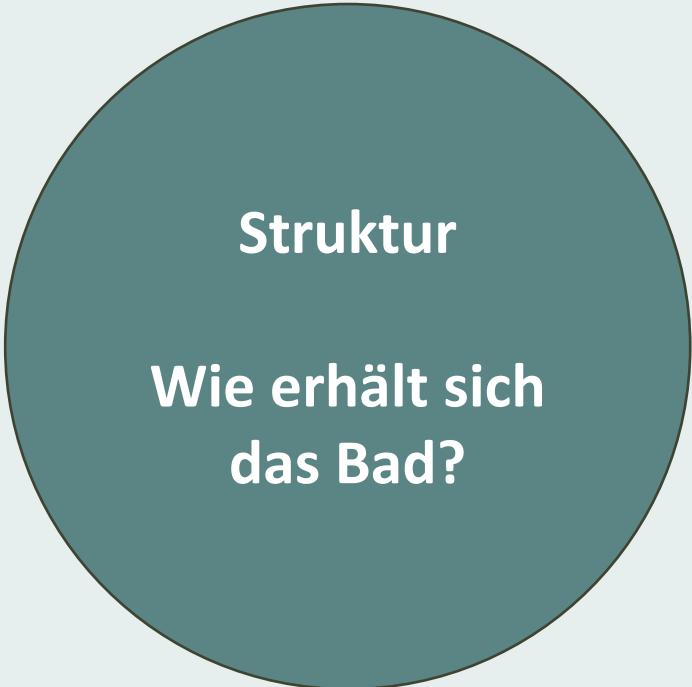




Ein Bad ist kein
Freizeitangebot –
es ist Infrastruktur
für Zusammenhalt.

Drei Perspektiven auf Wertschöpfung

Nicht zuerst auf den Euro ...



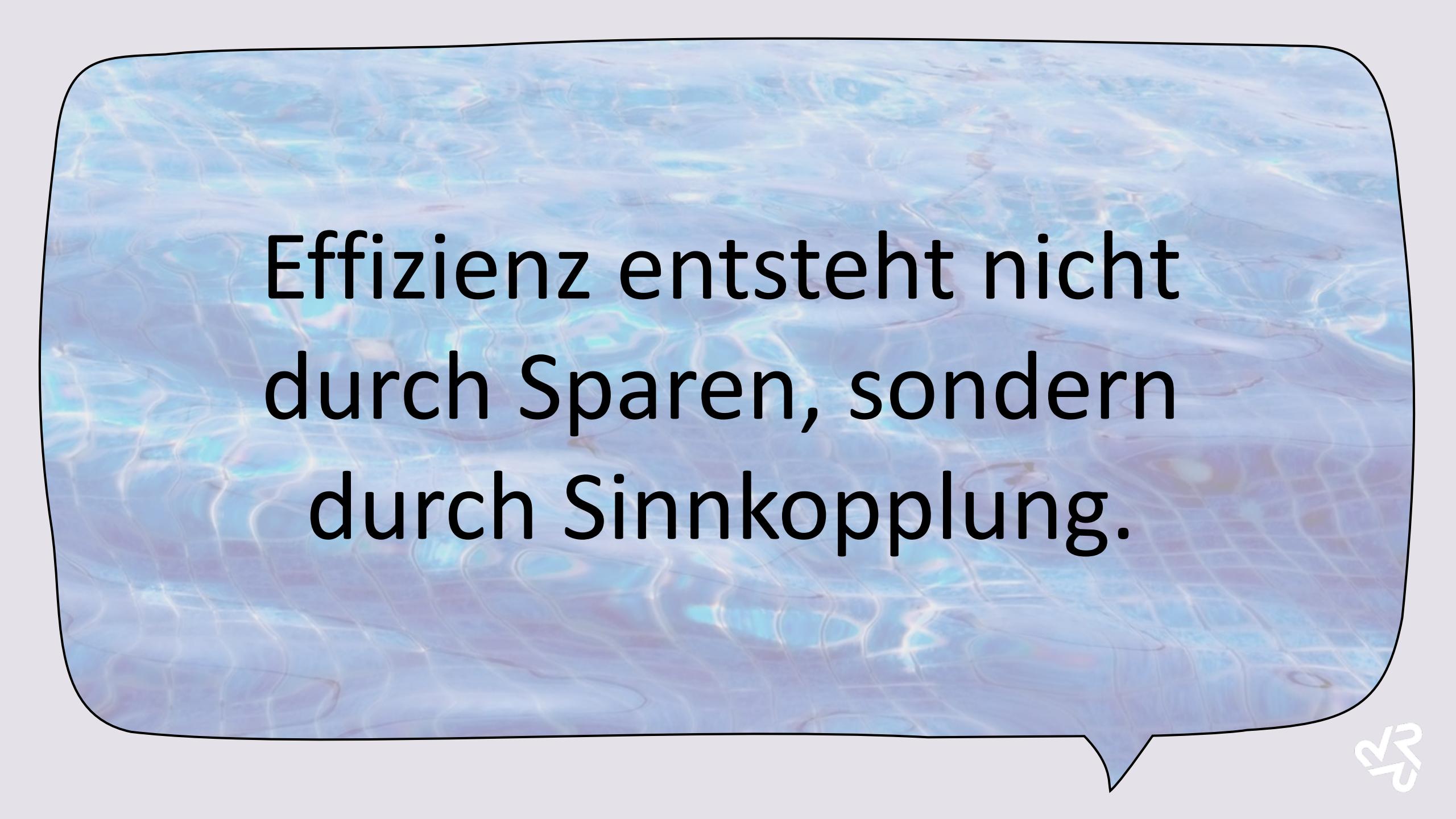
Struktur

Wie erhält sich
das Bad?

Ein Bad überlebt, wenn seine **Teilsysteme gut gekoppelt** sind:
Politik braucht Planungssicherheit, der Betrieb braucht Personal,
die Bürger brauchen Sinn, die Verwaltung braucht Ordnung.

Verschwendungen entstehen nicht, weil Menschen zu viel tun –
sondern weil Systeme **nicht aufeinander abgestimmt kommunizieren**.





Effizienz entsteht nicht
durch Sparen, sondern
durch Sinnkopplung.

Drei Perspektiven auf Wertschöpfung

Monetär und nicht-monetär

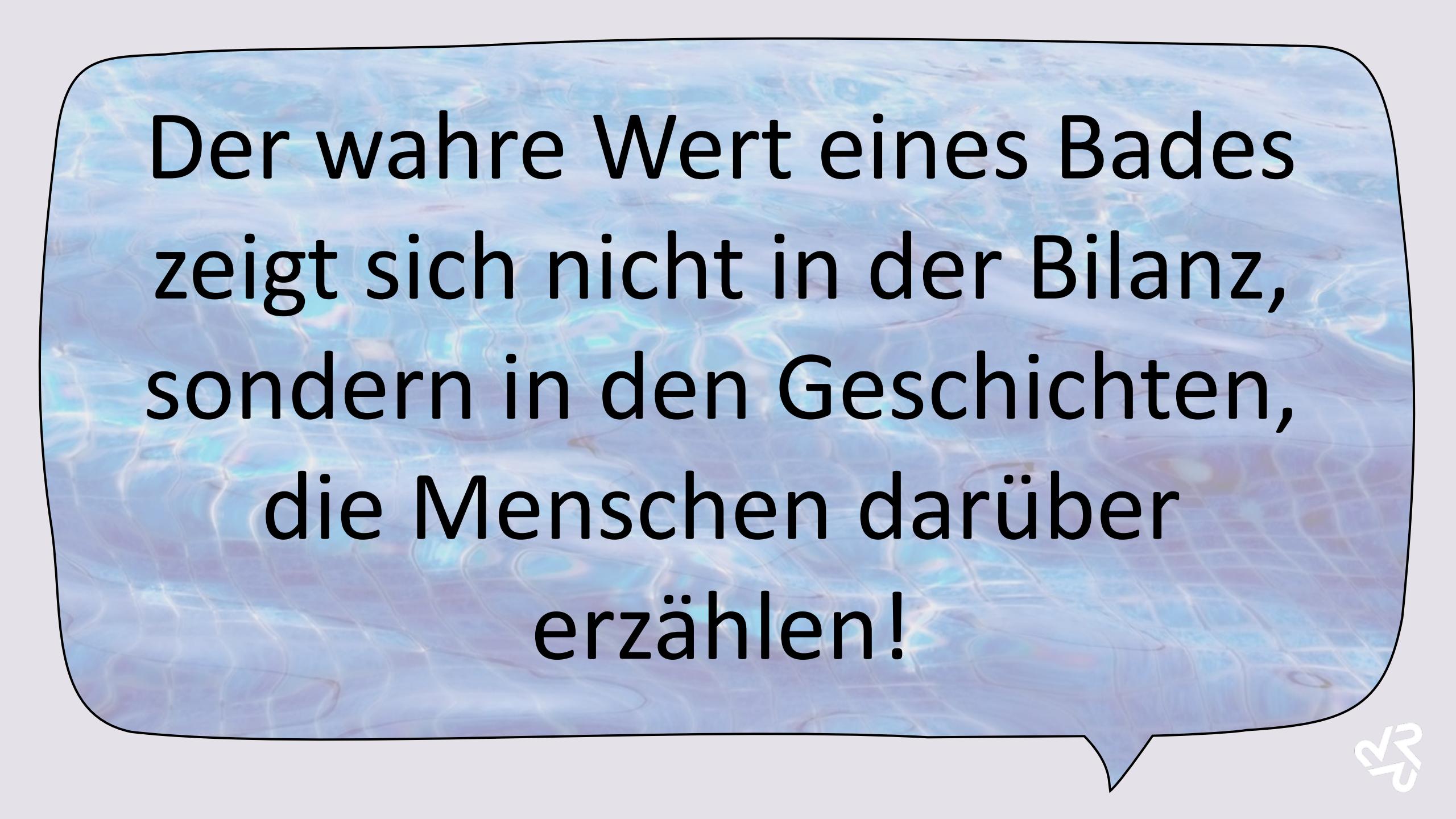


Monetär:

Tourismus, Gastronomie, Arbeitsplätze,
Energiepartnerschaften, Standortimage, ...

Nicht-monetär:

Gesundheit, Bildung, Integration, Sicherheit, Identität, Stolz ...



Der wahre Wert eines Bades
zeigt sich nicht in der Bilanz,
sondern in den Geschichten,
die Menschen darüber
erzählen!

»Ein Bad, das aus seiner Funktion heraus neu gedacht wird – als Resonanzraum zwischen Politik, Betrieb, Wirtschaft und Gesellschaft – ist kein Kostenfaktor, sondern eine Investition in die Zukunft der Stadt und der Region.«



Leistungsphase 0 – 6 zieldienliche Schritte

In der Leistungsphase 0 wird entschieden, ob ein Badprojekt klar oder konfliktreich wird



Austausch / Beteiligung: Paradoxien nicht vermeiden, sondern sichtbar machen damit Entscheidungen tragfähig statt nur beliebt werden.

Potentiale / Wirtschaftlichkeit: Welche Effekte kann das Bad erzeugen?

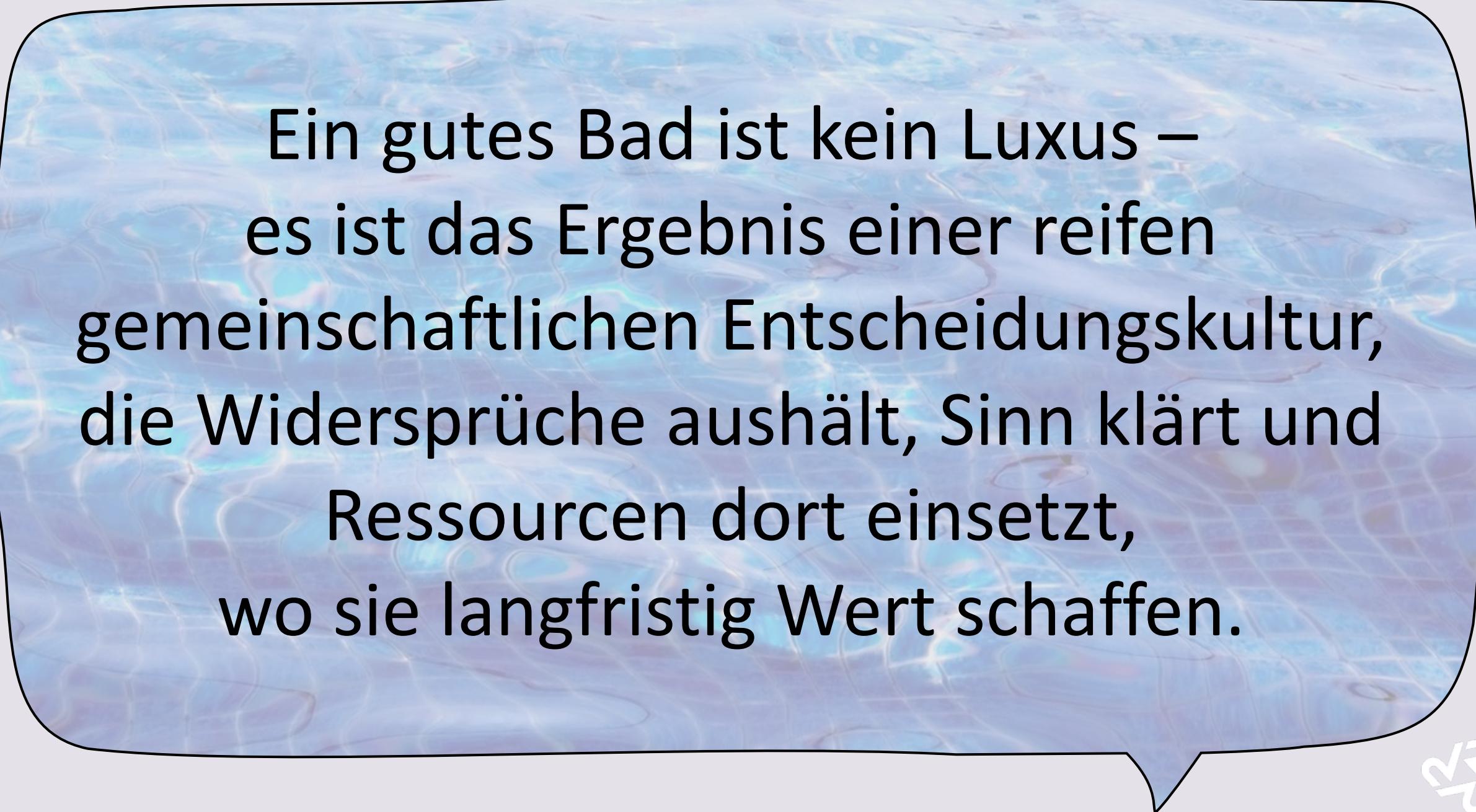
Trends: Wofür soll das Bad stehen – was heißt nachhaltiger Erfolg?

Kooperation: Welche Schnittstellen sind für die Funktion des Bades essenziell?

Standort und Wettbewerb: Wer gehört mit welcher Funktion zum System Bad?

Vision: Welche Funktionen soll das Bad erfüllen?





Ein gutes Bad ist kein Luxus –
es ist das Ergebnis einer reifen
gemeinschaftlichen Entscheidungskultur,
die Widersprüche aushält, Sinn klärt und
Ressourcen dort einsetzt,
wo sie langfristig Wert schaffen.

**Und deshalb lautet meine Einladung an Sie:
Schauen Sie auf Ihr Bad nicht nur als
Bauwerk – sondern als Spiegel des
Lebensraumes. Denn dort zeigt sich,
wie lebendig, wie lernfähig, wie
nachhaltig und wie wertschöpfend
die Zukunft gedacht sein kann.«**

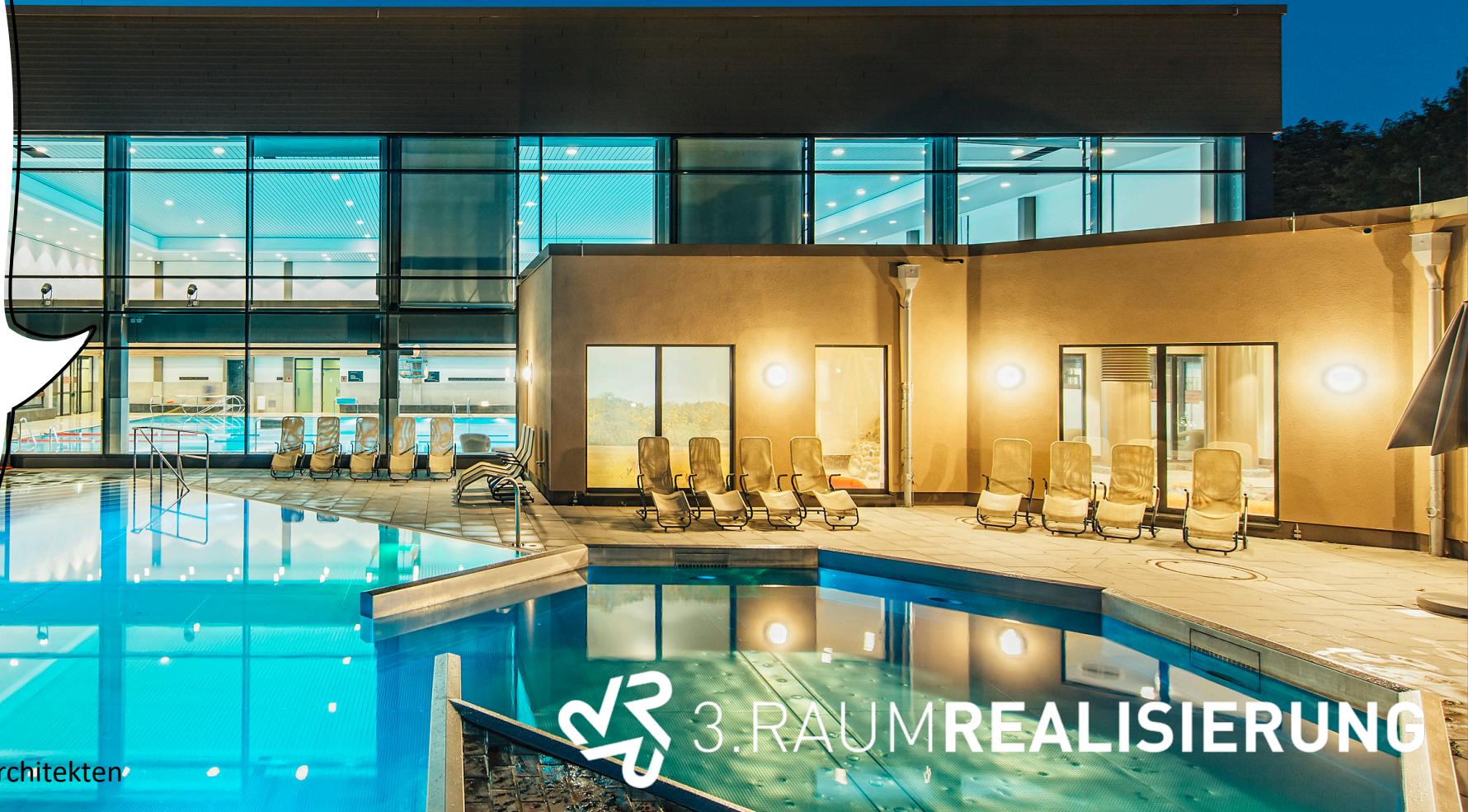
**Herzlichen Dank
für Ihr
Mitdenken!**

**Björn Eichner –
3.RAUMREALISIERUNG**

**c/o Casino Futur
Auf den Häfen 6
28203 Bremen**

**+49 173 6128813
eichner@3-raum-realisation.com**

Quelle Bilder: janßen bär partnerschaft mbB Architekten



3.RAUMREALISIERUNG