Stadt Alfeld (Leine)

- Der Bürgermeister -

Alfeld (Leine), 28.10.2013

Amt: Sportamt

AZ: 52.20

Vorlage Nr. 307/XVII

☐ Beschlussvorlage
☒ Informationsvorlage

Beratung in

☒ öffentlicher Sitzung
☐ nichtöffentlicher Sitzung

Gleichstellungsbeauftragte

☐ beteiligt
☒ nicht beteiligt

Beratung im:	am:	erneut am:
Sportausschuss	14.11.2013	
Verwaltungsausschuss		
Rat		

7 Berge Bad – Jahresstatistik 2012

Nachfolgend erhalten Sie statistische Auswertung für das „7 Berge Bad" für das Jahr 2012. Diese beinhaltet folgende Daten:

I. Besucherstatistik

A. Besucherzahlen Bad

a) Besucherzahlen nach Monaten (ohne Schulen und Vereine) *Seite 3*
b) Besucherzahlen nach Monaten (inkl. Schulen und Vereine) *Seite 4*
c) Besucherzahlen nach Wochentagen *Seite 6*
d) Durchschnittliche Aufenthaltsdauer *Seite 7*
e) Postleitzahlenauswertung *Seite 8*

B. Besucherzahlen Sauna

a) Besucherzahlen nach Monaten *Seite 9*
b) Besucherzahlen nach Wochentagen *Seite 10*
c) Durchschnittliche Aufenthaltsdauer *Seite 11*

II. Verkaufsstatistik

A. Verkaufszahlen

a) Bad *Seite 12*
b) Sauna *Seite 13*

B. Verkaufserlöse

a) Bad *Seite 13*
b) Sauna *Seite 13*
c) Schul- und Vereinsbetrieb *Seite 14*
d) Kurse *Seite 14*
e) Sonstige Einnahmen *Seite 14*

III. Durchschnittliche Inanspruchnahme Monatskarten *Seite 15*

IV. Durchschnittliche Gültigkeit 11er-Karten *Seite 16*

Sonstige Statistiken (nicht näher ausgeführt)

- Statistik Beckenbelegung
- Statistik Holer & Bringer
- Statistik Wassergymnastik (Di und Do)
- Statistik Aqua-Fitness und Aqua-Jogging
- Statistik Schwimmkurse (eigene)
- Statistik verfahrbares Dach

Um eine bessere Verständlichkeit zu erreichen, wird im Gegensatz zu den Vorjahren auf eine detaillierte Darstellung einzelner Zahlenwerte verzichtet. Die Einzeldaten liegen der Verwaltung vor und können bei Bedarf in der Sitzung diskutiert werden.

I. Besucherstatistik

A. Besucherzahlen Bad

a) Besucherzahlen nach Monaten (ohne Schulen und Vereine)

Im Monatsdurchschnitt besuchten 9.012 Personen das Bad (Vorjahr = 9.222).
Die Jahressumme betrug 108.143 Besucher (Vorjahr = 110.665).

Wegen der Abweichung im ersten Monat nach der Neueröffnung des Bades ist der Wert für Januar 2011 zu korrigieren, um eine Vergleichbarkeit mit dem Jahr 2012 zu erreichen. Bei Ansatz von 9.761 Besuchern für Januar 2011 (= Wert aus Januar 2012) ergibt sich in der Jahressumme 2011 eine Besucherzahl von 104.904 Besuchern und ein Monatsdurchschnitt von 8.742 Besuchern.

Mit diesen korrigierten Werten ergibt sich für das Jahr 2012 eine Steigerung der Besucherzahlen um 3.239 Besuchern gegenüber 2011 und eine Steigerung des Monatsdurchschnitts um 270 Besucher (= jeweils **+ 3,09 %**).

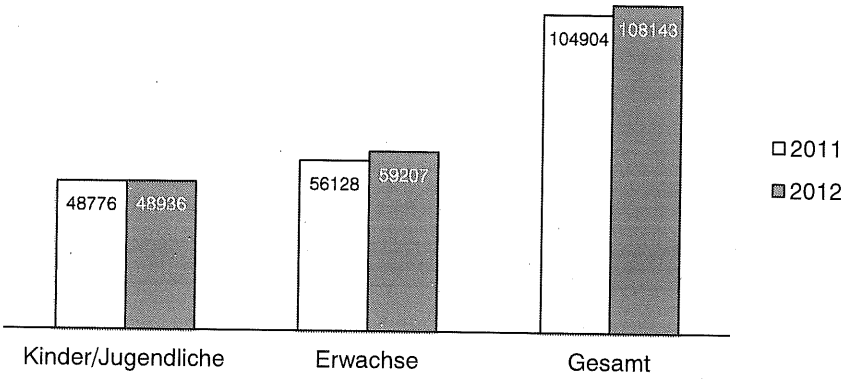
54,75 % der Besucher im Jahr 2012 waren Erwachsene, 10,32 % Kinder bis 6 Jahre und 34,93 % Kinder und Jugendliche von 7 bis 17 Jahren.

Tabelle 1: Besucherzahlenentwicklung 2011 bis 2012

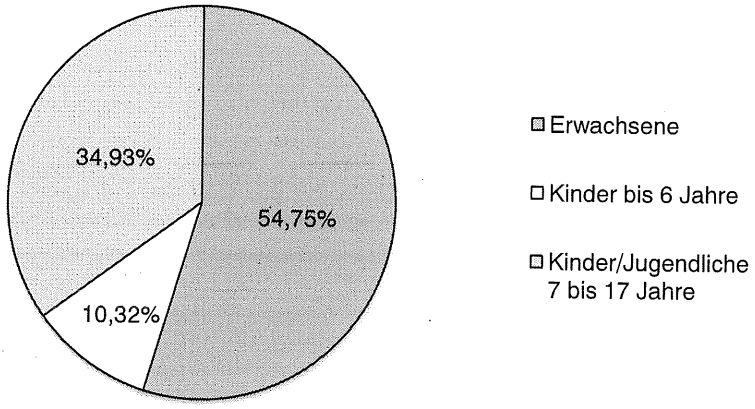
	Kinder/Jgdl.	Erwachs.	Gesamt	∅/Monat	Veränderung
2011 *	48.776	56.128	104.904	8.742	+ 3,09 %
2012	48.936	59.207	108.143	9.012	

* korrigierte Werte

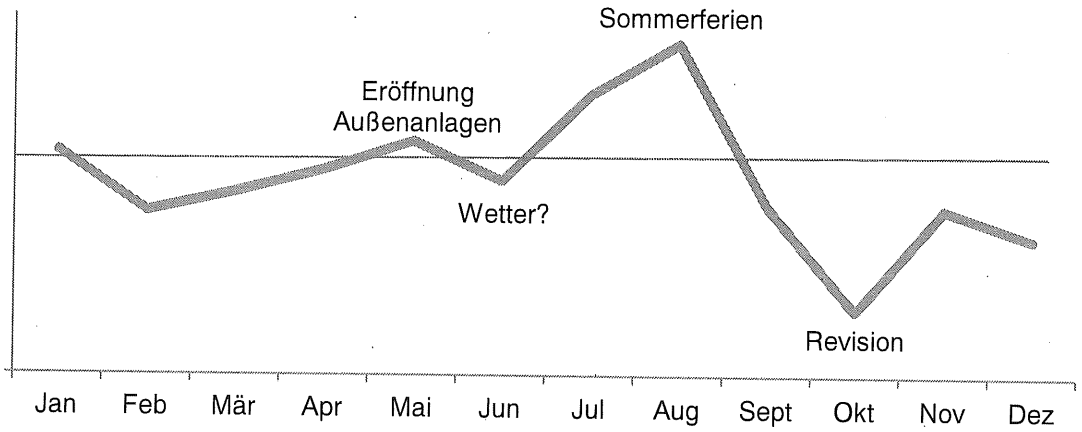
Grafik 1: Besucherzahlenvergleich 2012 zu 2011



Grafik 2: Besucherzusammensetzung 2012



Grafik 3: Besucherzahlen im Jahresverlauf



b) Besucherzahlen nach Monaten (inklusive Schulen, Vereine und Kitas)

Im Monatsdurchschnitt besuchten 13.517 Personen das Bad (Vorjahr = 13.067).
Die Jahressumme betrug **162.201 Besucher** (Vorjahr = 156.804).

Nach Bereinigung des Wertes für Januar 2011 (vgl. oben) ergeben sich in der Jahressumme 2011 eine Besucherzahl von 155.218 Besuchern und ein Monatsdurchschnitt von 12.935 Besuchern.

Mit diesen korrigierten Werten ergibt sich für das Jahr 2012 eine Steigerung der Besucherzahlen um 6.983 Besuchern gegenüber 2011 und eine Steigerung des Monatsdurchschnitts um 582 Besucher (= jeweils **+ 4,50 %**).

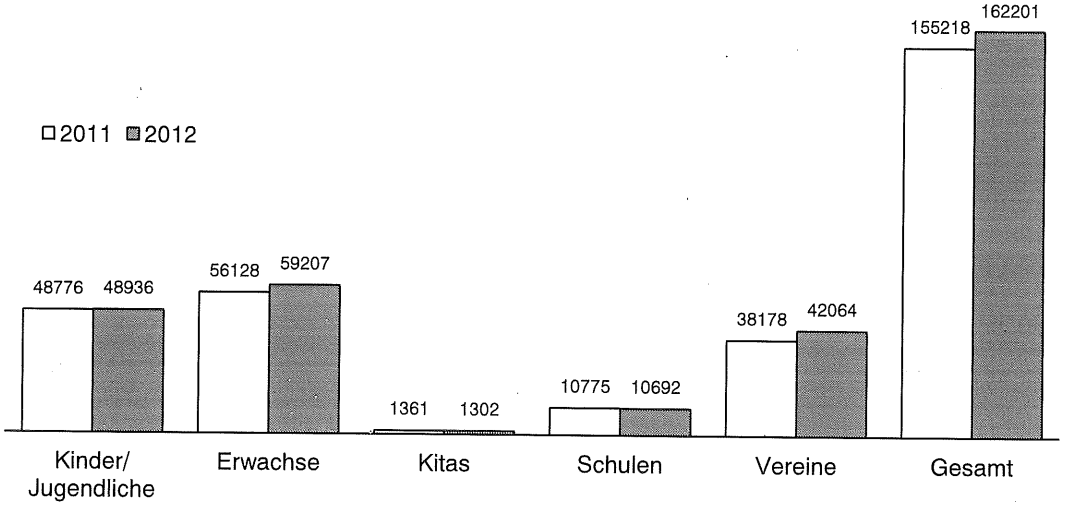
Der Anteil der Vereinsmitglieder am Gesamtbesucheraufkommen betrug im Jahre 2012 25,93 %, der Anteil der Schüler 6,59 % und der Anteil der Kita-Gruppen 0,80 % (Summe 33,32%).

Tabelle 2: Besucherzahlenentwicklung 2011 bis 2012

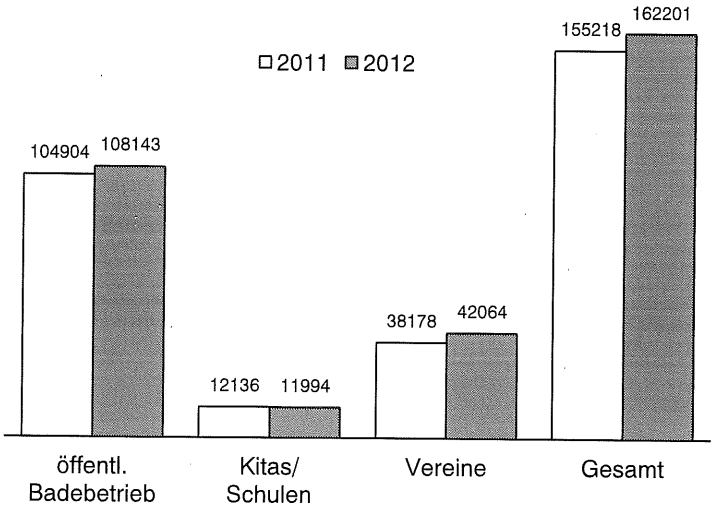
	Öffentlichkeit	Kitas/Schulen	Vereine	Gesamt	Veränderung
2011 *	104.904	12.136	38.178	155.218	+ 4,50 %
2012	108.143	11.994	42.064	162.201	
Differenz	+ 3,09 %	+ 1,17 %	+ 10,18 %	+ 4,50 %	

* korrigierte Werte

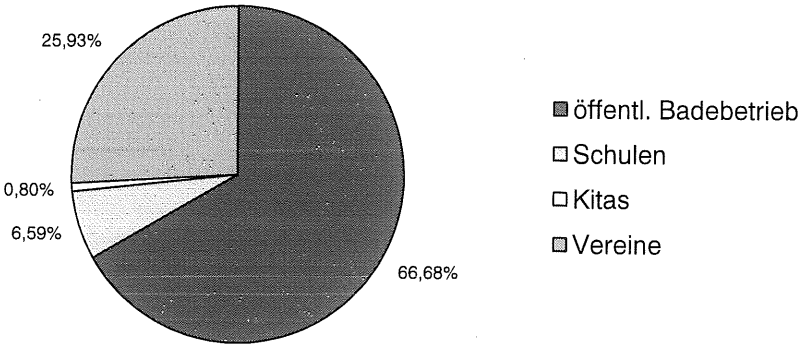
Grafik 4: Besucherzahlenvergleich 2012 zu 2011



Grafik 5: Besucherzahlenvergleich 2012 zu 2011 (zusammengefasst)



Grafik 6: Besucherzusammensetzung 2012



c) Besucherzahlen nach Wochentagen

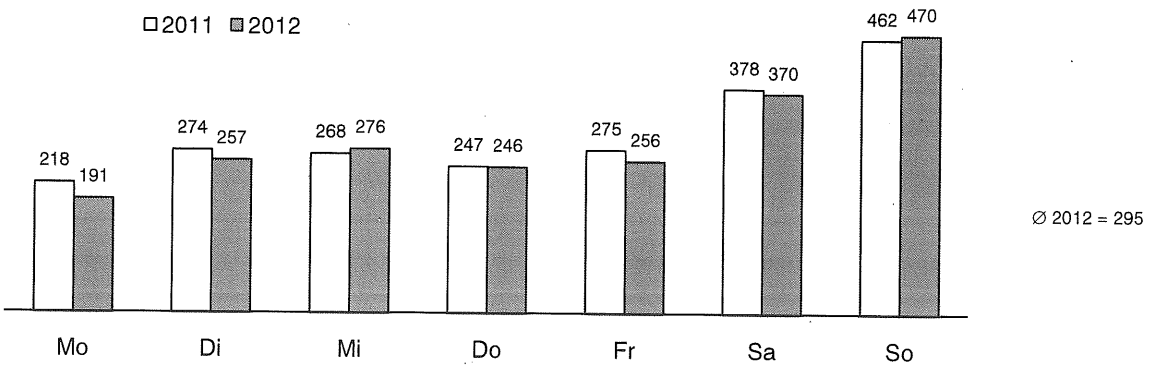
In 2012 besuchten durchschnittlich 295 Gäste pro Tag das Bad. Dabei lagen die Wochenendtage Samstag und Sonntag mit 370 bzw. 470 Gästen deutlich über dem Durchschnitt, während das Besucheraufkommen an den anderen Tagen relativ konstant war (Durchschnitt dienstags bis freitags ≈ 259 Gäste).

An Ferientagen war das Besucheraufkommen im Vergleich zu Schultagen mehr als doppelt so hoch. Ebenfalls sehr viele Besucher gab es an den Wochenenden (s.o.) und an Feiertagen.

Besucherzahlen steigernde Maßnahmen in 2012:

- Erweiterung des Angebotes „Kostenlose Wassergymnastik" auf zwei Tage pro Woche (dienstags und donnerstags jeweils 10.00 bis 10.30 Uhr),
- Ausbau des Kursangebotes (Kinderschwimmkurse, Aqua-Fitness, Aqua-Aerobic, Aqua-Jogging, Aqua-Zumba),
- Kinderspielnachmittage einmal monatlich jeweils sonntags 13.00 bis 17.00 Uhr,
- Sonderveranstaltungen (Ostereiersuchen, Piratentag, ...)

Grafik 7: Besucherzahlen nach Wochentagen

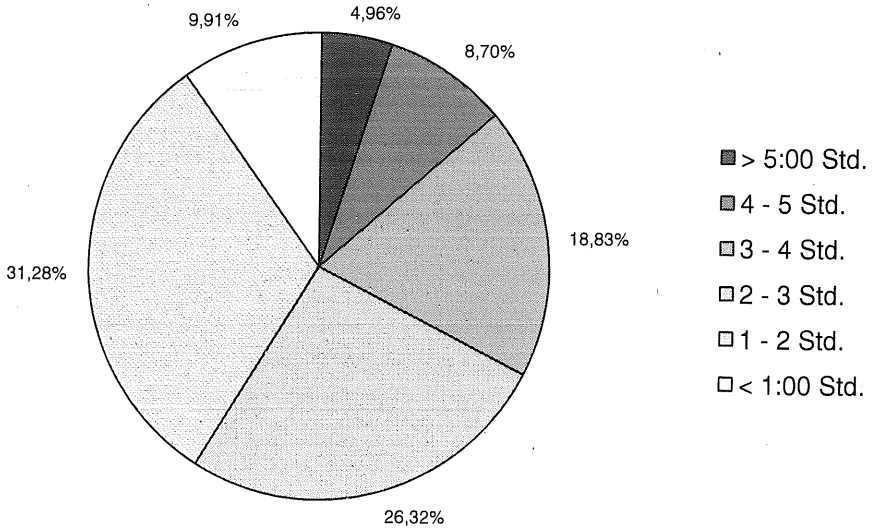


d) Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Badegäste lag in 2012 mit 2:32 Stunden leicht über dem Vorjahresniveau (2:26 Stunden).

Dabei blieben nur 4,96% der Badegäste länger als fünf Stunden im Bad. 9,91% hielten sich weniger als eine Stunde auf, 31,28% blieben zwischen ein und zwei Stunden, 26,32% zwischen zwei und drei Stunden, 18,83% zwischen drei und vier und 8,70% zwischen vier und fünf Stunden.

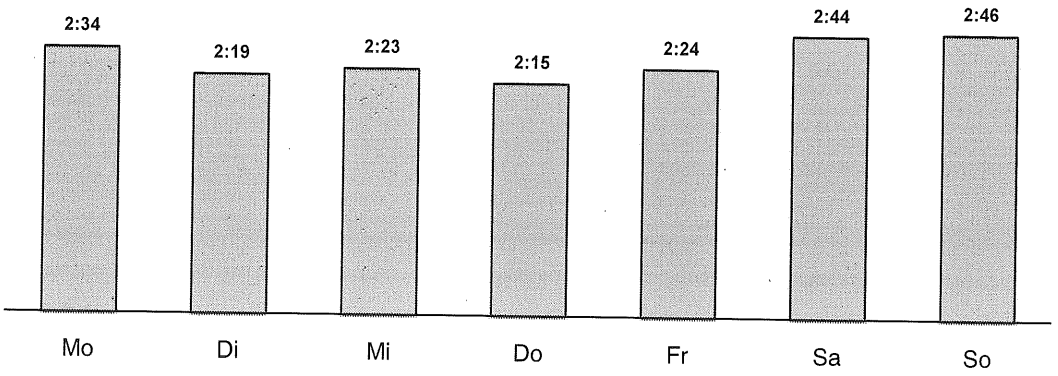
Grafik 8: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer Badegäste



Am Wochenende war die durchschnittliche Aufenthaltsdauer gegenüber den anderen Wochentagen nur geringfügig höher (samstags 2:44 Stunden, sonntags 2:46 Stunden).

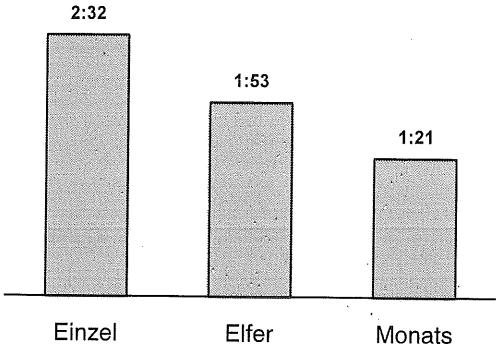
Im Jahresvergleich ist eine Tendenz zu längeren Aufenthaltszeiten am Wochenende und kürzeren Aufenthaltszeiten an den übrigen Wochentagen zu erkennen. Eine tiefergehende Aussage hierzu lässt sich aber erst treffen, wenn man mehr als zwei Jahre zum Vergleich hat.

Grafik 9: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Tagen



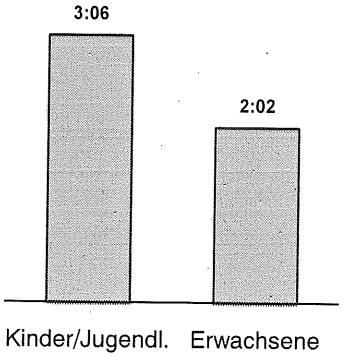
Gäste mit Einzeltickets (2:32 Stunden) blieben im Durchschnitt länger im Bad als Gäste mit Elfer-Karten (1:53 Stunden). Die kürzeste Aufenthaltsdauer hatten Gäste mit Monatskarten (1:21 Stunden). Hierbei dürfte ein großer Teil auf Stammkunden entfallen, die das Bad regelmäßig aufsuchen, um nur ein paar Bahnen zu schwimmen und dann wieder zu gehen (z.B. Frühschwimmer).

Grafik 10: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Tickets



Kinder und Jugendliche hatten mit 3:06 Stunden eine deutlich längere Aufenthaltsdauer im Bad als Erwachsene (2:02 Stunden), was aber ebenfalls an den Stammgästen liegen dürfte, die ausschließlich zum Schwimmen kommen.

Grafik 11: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Alter



e) Postleitzahlenauswertung

Auf die Analyse der Herkunftsorte der Bad- und Saunagäste in Form einer Auswertung der im Kassensystem gespeicherten Postleitzahlen wurde für 2012 verzichtet, da sich diese als sehr aufwändig gestaltet.

Nach dem „gefühlten" Wert kommt aber der weitaus größte Teil aller Gäste aus der Kernstadt Alfeld bzw. aus den Ortsteilen oder der näheren Umgebung. Der Besucheranteil aus dem Hildesheimer Raum dürfte in etwa konstant geblieben sein, während aus dem Bereich Holzminden eine leichte Steigerung zu verzeichnen ist. Hierunter sind viele Erstbesucher, die im Wesentlichen durch Mundpropaganda auf das Bad aufmerksam geworden sind. Finanzielle Mittel für größere Werbemaßnahmen insbesondere im Landkreis Holzminden standen in 2012 (im Übrigen auch für 2013) nicht zur Verfügung.

B. Besucherzahlen Sauna

a) Besucherzahlen nach Monaten

Im Monatsdurchschnitt besuchten 204 Personen die Sauna (Vorjahr = 121). Die Jahressumme betrug 2.452 Besucher (Vorjahr = 1.456).

Da die Sauna erst im April 2011 neueröffnet wurde und für die Monate Januar bis März gar keine bzw. für April keine Besucherzahlen für einen kompletten Monat vorliegen, wurden für Januar bis April 2011 die Werte aus 2012 übernommen, um eine Vergleichbarkeit herzustellen. Damit ergeben sich eine Jahressumme 2011 von 2.500 Besuchern und ein Monatsdurchschnitt von 208 Besuchern.

Das Besucheraufkommen 2012 war damit in etwa genauso hoch wie 2011.

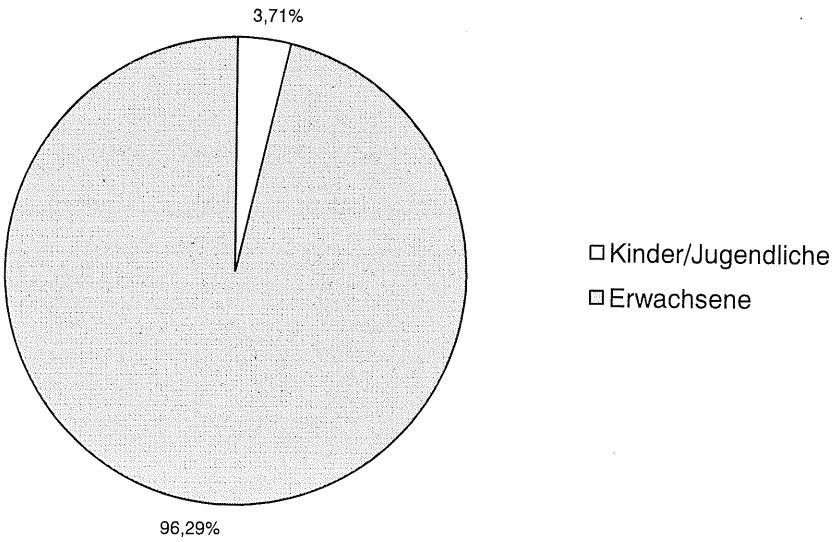
Tabelle 3: Besucherzahlenentwicklung

	Jahressumme	Monats-durchschnitt
2011 *	2.500	208
2012	2.452	204
Differenz	+ 1,92 %	

* korrigierte Werte

96,29 % der Saunagäste waren Erwachsene, 3,71 % Kinder und Jugendliche.

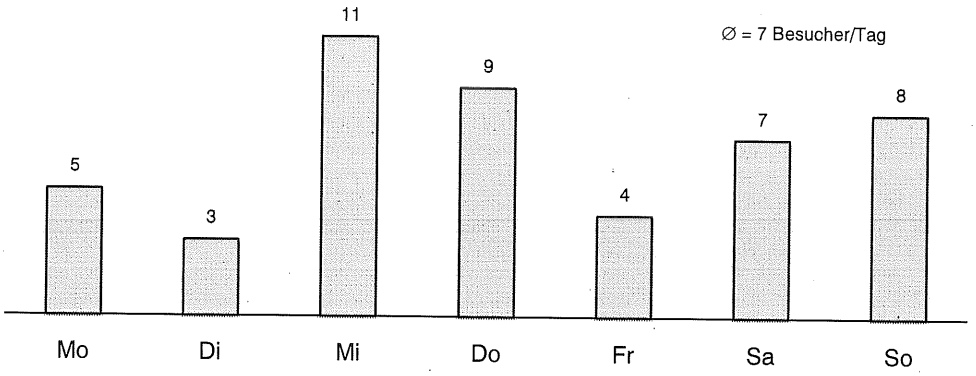
Grafik 12: Zusammensetzung Saunagäste 2012



b) Besucherzahlen nach Wochentagen

Im Durchschnitt besuchten 7 Gäste pro Tag die Sauna, wobei die Sauna an Montagen (5), Dienstagen (3) und Freitagen (4) nur schlecht besucht war. Mittwochs (11) und donnerstags (9) war das Besucheraufkommen höher, weil es hier Gruppen von Stammgästen gibt.

Grafik 13: Besucherzahlen nach Wochentagen



Im Übrigen gab es keine großen Unterschiede zwischen Schul- und Ferientagen, Wochenenden und Tagen mit Veranstaltungen. Lediglich an Feiertagen wurde die Sauna mit 3 Gästen unterdurchschnittlich schlecht besucht.

Besonders erfreulich ist die Frequenz der Sauna bei den Sonderveranstaltungen „Langer Sauna-Abend" mit teilweise über 20 Besuchern.

Nach Ablauf des Jahres 2013 sollte eine differenzierte Analyse der Sauna-Auslastung mit möglichen Nutzungseinschränkungen für besucherschwache Tage erfolgen. Durch Nichtöffnung der Sauna an Tagen mit nur sehr wenig Besucher können erhebliche Betriebskosten (z.B. Strom für die Öfen, Reinigung) eingespart werden.

Besucherzahlen steigernde Maßnahmen in 2012:

- Veranstaltung „Langer Sauna-Abend" einmal monatlich samstags 18.00 bis 22.00 Uhr,
- Sonderveranstaltung „Halloween-Sauna".

Optimierungsmöglichkeiten:

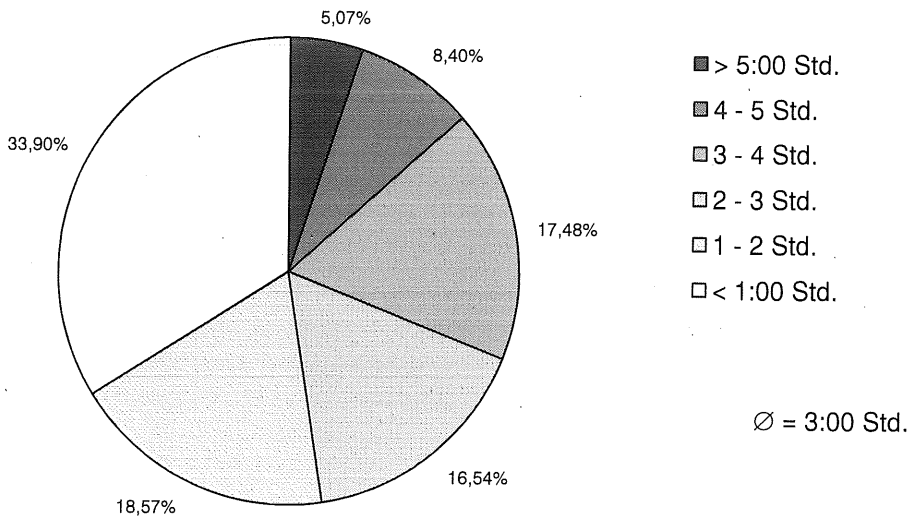
- Verbesserung der Umkleidesituation (viele Gäste nutzen gerne den leer stehenden Nebenraum im Bestandsgebäude als Umkleide),
- Bau eines Tauchbeckens im Außenbereich,
- Höherer Personaleinsatz für regelmäßige Aufgüsse,
- Optimierung der Öffnungszeiten (Nichtbetrieb der Sauna zu Zeiten mit geringem Besucheraufkommen),
- Anpassung der Tarifstruktur (u.a. besteht keine Nachfrage für die Elferkarte für Kinder/Jugendliche

c) Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

Die Saunagäste waren in 2012 durchschnittlich 3:00 Stunden anwesend und damit 36 Minuten länger als 2011.

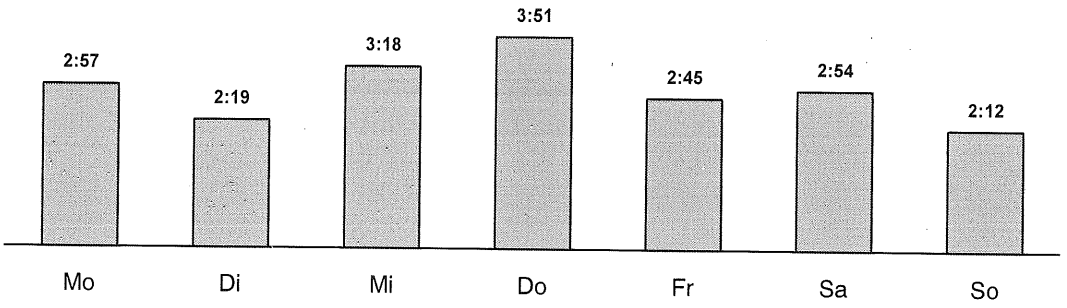
Auch hier nutzten nur relativ wenige Gäste die Einrichtung länger als fünf Stunden (5,07%), was zum einen daran liegt, dass die Sauna an jedem Tag der Woche erst mittags öffnet. Eine längere Aufenthaltsdauer könnte daneben aber auch durch attraktivitätssteigernde Maßnahmen (z.B. regelmäßige Aufgüsse, Tauchbecken, verbesserte Umkleidesituation) erreicht werden.

Grafik 14: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer Saunagäste



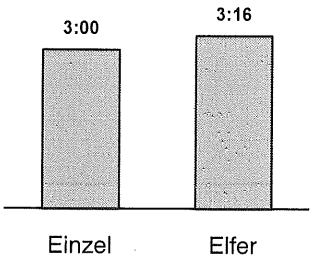
Die längsten Aufenthaltszeiten gab es bei den Saunabesuchern am Mittwoch (Herrensauna, 3:18 Stunden) und am Donnerstag (Damentag, 3:51 Stunden), während der Aufenthalt am Wochenende nur durchschnittlich war.

Grafik 15: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Tagen



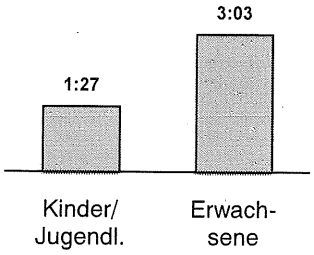
Tendenziell hielten sich die Stammgäste (Elferkarten, 3:16 Stunden) geringfügig länger in der Sauna auf als Gäste mit Einzeltickets (3:00 Stunden).

Grafik 16: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Tickets



Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der erwachsenen Saunagäste lag mit 3:03 Stunden fast genau im Durchschnitt, während Kinder/Jugendliche nur 1:27 Stunden anwesend waren, wobei insgesamt nur sehr wenige Kinder/Jugendliche die Sauna besuchten (s.o. unter „Besucherzahlen Sauna").

Grafik 17: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Alter



II. Verkaufsstatistik

A. Verkaufszahlen

a) Bad

Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 86.899 verschiedene Eintrittstickets für das Bad verkauft. Das bedeutet eine Steigerung um 4.965 Tickets (= 5,7%) gegenüber 2011. Im Monatsdurchschnitt wurden 7.242 Tickets verkauft (Steigerungsrate = 414 Tickets pro Monat).

Rückgänge gab es beim Früh- (-218 = 17,2%) und Feierabendtarif (-1.052 = 30,0%), während der Anteil der Tagestickets für Erwachsene gestiegen ist (+ 2.683 = 8,6%). Im Bereich der Kinder und Jugendlichen gab es insgesamt ebenfalls eine Steigerung von 41.673 Tickets um 3.461 (+ 8,3%).

Monatskarten wurden insgesamt 249-mal mehr verkauft, wobei die Zuwächse ausschließlich bei der kostenlosen Familienzusatzkarte liegen (+ 327), die im Vorjahr gar nicht verkauft wurde.

Der Gruppentarif wurde insgesamt nur 11-mal verkauft (Vorjahr 15).

Der Verkauf von Gutscheinen ist um 82,9% auf 1.282 gestiegen, wobei der überwiegende Teil an der Badkasse (1.244) verkauft wurde (Bürgeramt = 38). Vor dem Hintergrund der geringen Nachfrage und des aufwändigen Abrechnungsverfahrens bestehen Überlegungen, den Gutscheinverkauf im Bürgeramt ganz einzustellen.

b) Sauna

Auch bei der Sauna gab es eine Steigerung bei der Gesamtzahl der Ticketverkäufe (3.436 gegenüber 2.260 im Vorjahr = + 52,0%). Im Monatsdurchschnitt wurden 287 Tickets verkauft (2011 = 187).

Den größten Zuwachs verzeichneten das Tagesticket (+ 62,5%) und die 11er-Karte für Erwachsene (+ 106,25%). Das Tagesticket für Kinder und Jugendliche stieg um 102,7%, während es für die 11er-Karte in diesem Bereich keine Nachfrage gab (2011 und 2012 jeweils 0).

B. Verkaufserlöse

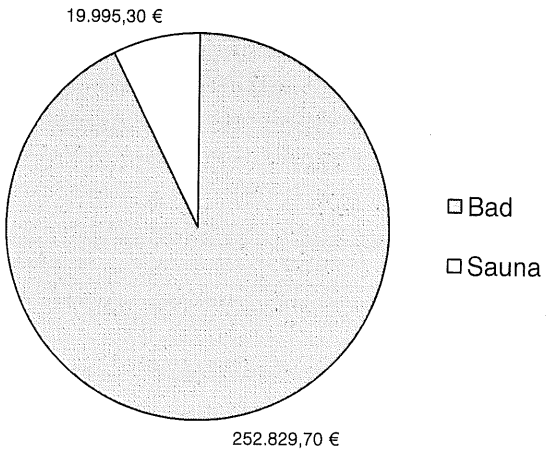
a) Bad

Die Verkaufserlöse aus den Eintrittstickets für den Badebetrieb beliefen sich in 2012 auf 252.829,70 €. Das sind monatlich im Durchschnitt 21.069,17 €. Gegenüber 2011 bedeutet dieses einen leichten Rückgang um 880,80 € für das ganze Jahr bzw. 73,38 € im Monatsdurchschnitt. Dabei wurde jedoch keine Korrektur für das außergewöhnlich hohe Besucheraufkommen im Januar 2011 vorgenommen. Faktisch ergibt sich also auch bei den Verkaufserlösen eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Die Eintrittspreiserhöhung trat erst zum 01.02.2013 in Kraft und hatte deshalb für 2012 noch keine Auswirkungen.

b) Sauna

Für die Sauna gab es in 2012 einen Gesamterlös von 19.995,30 €. Das sind 1.666,29 € im Monatsdurchschnitt. Gegenüber 2011 bedeutet das einen Rückgang von 2.720,19 € für das gesamte Jahr bzw. 226,67 € monatlich.

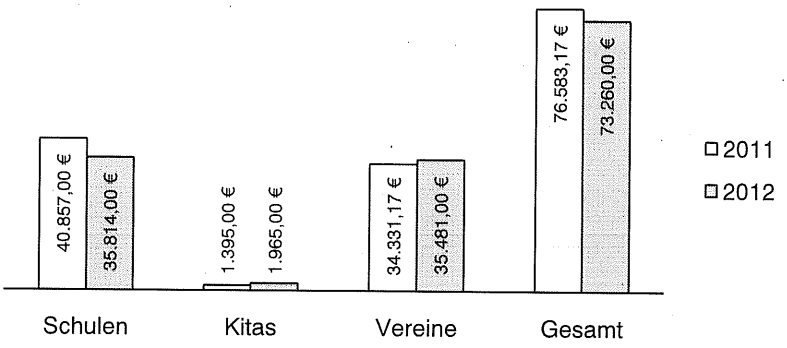
Grafik 18: Verkaufserlöse Bad und Sauna 2012



c) Schul- und Vereinsbetrieb

Während die Einnahmen aus dem Schulbetrieb in 2012 um rund 5.000,00 € gegenüber dem Vorjahr zurückgingen, stiegen die Einnahmen bei den Kitas um knapp 600,00 € und beim Vereinsbetrieb um ca. 1.100,00 €.

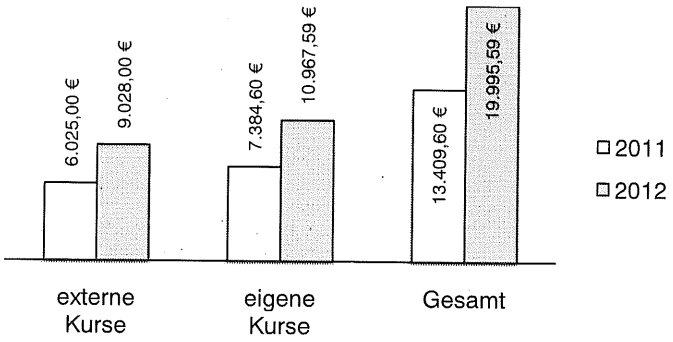
Grafik 19: Einnahmen von Schulen/Kitas/Vereine



d) Kurse

Die Mieteinnahmen von externen Kursveranstaltern stiegen die Einnahmen in 2012 auf 9.028,00 € gegenüber 6.025,00 € im Vorjahr (+ 3.003,00 €). Bei den Einnahmen aus der Durchführung eigener Kurse gab es eine Steigerung von 7.384,60 € auf 10.967,59 € (+ 3.582,99 €).

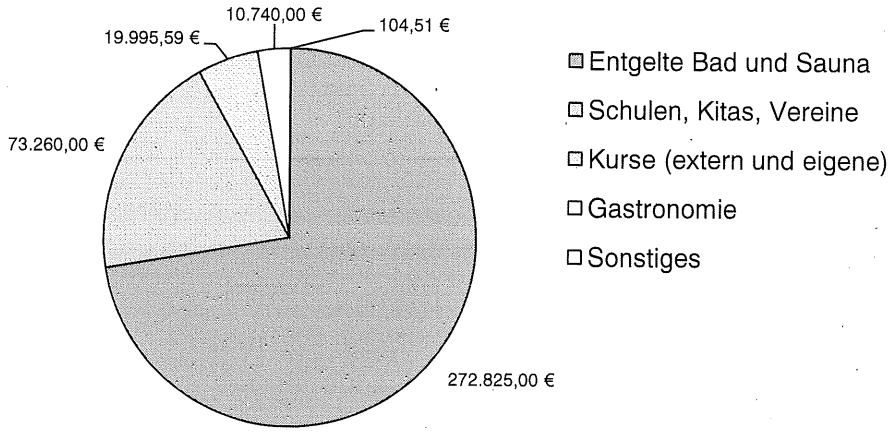
Grafik 20: Einnahmen aus Kursen



e) Sonstige Einnahmen

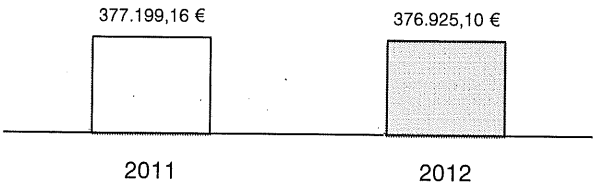
Neben den Eintrittsentgelten aus öffentlichem Bade- und Saunabetrieb, der Schul- und Vereinsnutzung und den Kurseinnahmen gab es noch die Einnahmen aus der Gastronomie (Pachtzins und Nebenkosten; Summe unverändert gegenüber Vorjahr = 10.740,00 €) sowie sonstige Verkaufserlöse (z.B. Telefonentgelte, Shop-Verkauf, etc.).

Grafik 21: Einnahmen gesamt



Bei der Gesamteinnahme wurde im Jahr 2012 mit 376.925,10 € nahezu das gleiche Ergebnis wie im Startjahr 2011 erreicht. Die Abweichung in der Jahressumme betrug lediglich 274,06 €, was einem Rückgang von 0,07 % entspricht. Unter Bereinigung des Monats Januar 2011, in dem es ein deutlich überdurchschnittliches Besucheraufkommen gab, ergäbe sich insgesamt eine Einnahmesteigerung.

Grafik 22: Vergleich Einnahmen 2012 zu 2011



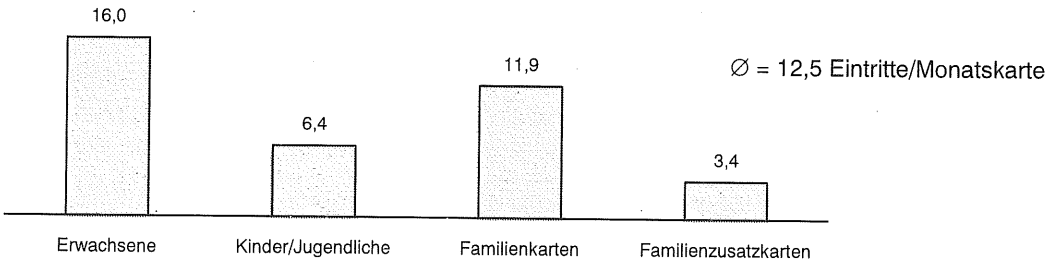
III. Durchschnittliche Inanspruchnahme Monatskarten

Monatskarten werden ausschließlich für das Bad verkauft (Sauna nur Elferkarten). Sie gliedern sich auf in Monatskarten für Erwachsene, für Kinder/Jugendliche (7 bis 17 Jahre), in Familienkarten und Familienzusatzkarten (für weitere Kinder).

Bei der erstmaligen Betrachtung für 2012 ergeben sich bei 18.929 Eintritten und 1.517 verkauften Monatskarten pro Monatskarte im Durchschnitt 12,5 Badeintritte.

Diese gliedern sich auf in 16,0 Eintritte bei den Erwachsenen, 6,4 Eintritten bei Kindern/Jugendlichen, 11,9 Eintritten bei den Familien- und 3,4 Eintritten bei den Familienzusatzkarten. Bei den Monatskarteninhabern mit den meisten Eintritten handelt es sich um die erwachsenen Frühschwimmer.

Grafik 22: Eintritte je Monatskarte



Bei einem Tageseintrittspreis von damals 3,80 € rechnete sich der Kauf einer Monatskarte zum Preis von 27,50 € für einen Erwachsenen ab dem achten Badbesuch. Andersherum gesagt kam jemand, der das Bad mit seiner Monatskarte sechzehnmal besuchte für 1,72 € ins Bad.

Bei den Kindern/Jugendlichen war eine Monatskarte ebenfalls ab dem achten Badbesuch günstiger als die Summe der Einzeleintritte. Bei durchschnittlich 6,4 Besuchen pro Monatskarte rechnete sich der Kauf für den Badegast also nicht.

IV. Durchschnittliche Gültigkeit 11er-Karten

Die 11er-Karte ist nach der aktuell gültigen Fassung der Entgeltordnung unbefristet gültig. Theoretisch könnte man sich also durch den Kauf dieser Karten langfristig die zurzeit geltenden Eintrittspreise sichern. Daher ist eine Analyse sinnvoll, innerhalb welcher Zeitspanne die Monatskarten tatsächlich aufgebraucht werden. Hierzu liegen zum jetzigen Zeitpunkt jedoch noch keine Daten vor.

Zusammenfassung

Bei den Besucherzahlen des Bades gab es gegenüber 2011 eine Steigerung um 3,09% (ohne Schulen und Vereine) bzw. 4,50% (inklusive Schulen und Vereine). Das Besucheraufkommen der Sauna blieb in etwa auf Vorjahresniveau. Insgesamt besuchten **162.201 Gäste** die Einrichtung.

Die Gesamteinnahmen aus dem Bade- und Saunabetrieb hatten in 2012 in etwa Vorjahresniveau. Die zum 01.02.2013 in Kraft getretene Eintrittspreiserhöhung dürfte sich einnahmesteigernd auswirken.

Das Angebot an Kursen und Freizeitangeboten wurde im Jahr 2012 erweitert.

Die Nachfrage nach bestimmten Eintrittstickets (z.B. 11er-Karte Sauna für Kinder/Jugendliche) oder Angeboten (z.B. unterdurchschnittliches Besucheraufkommen montags und dienstags in der Sauna) gibt Anlass für weitere Anpassungen der Eintrittspreise und Öffnungszeiten.

Im Bereich der Sauna gibt es Optimierungsmöglichkeiten, die jedoch einen finanziellen Aufwand bedeuten.

Zur weiteren Verbesserung des Betriebsergebnisses des „7 Berge Bades" wird neben der oben beschriebenen Einnahmesituation eine Senkung der Betriebskosten angestrebt. Mit Hilfe der „Purena GmbH" soll eine technisch-energetische Optimierung der Anlage erreicht werden. Zur Reduktion der Personalkosten ist bereits mit einem verstärkten Einsatz des Kassenautomaten begonnen worden. Ferner steht ein Wirtschaftlichkeitsvergleich bei den Reinigungskosten (Eigenreinigung oder Fremdvergabe) an.

i.V. [illegible]