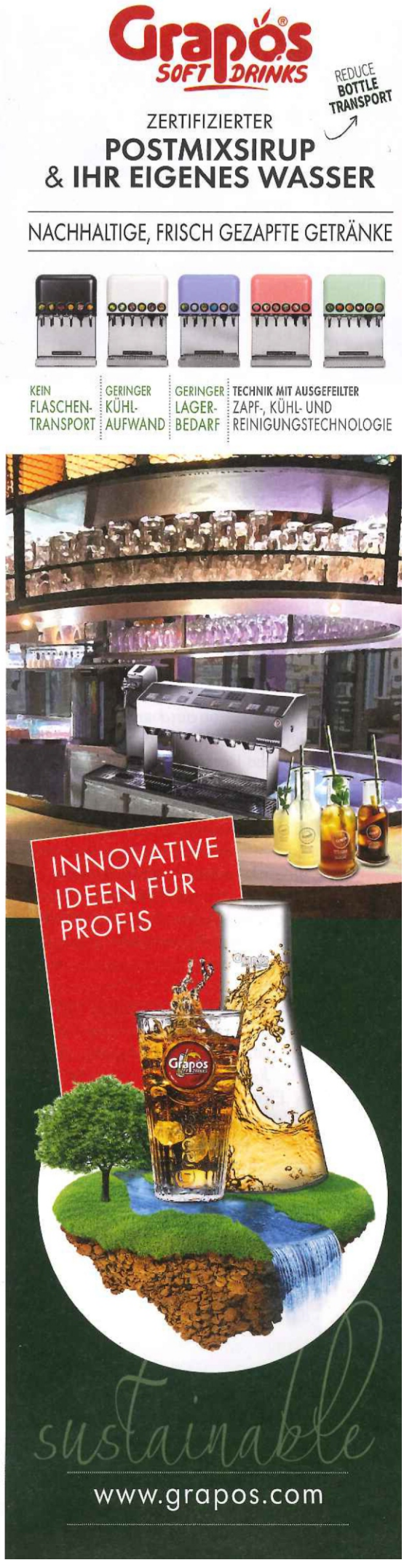
Dominic Frodeno, Vertriebsleiter 2G Energy AG.

Paul Oppermann, Managing Partner bei Profund Consult.

um diesen letztendlich auch dem Wärmemarkt zur Verfügung stellen zu können. „Aufgrund der Tatsache, dass Wind und Sonne nicht permanent verfügbar sind, müssen die Verbraucher auf Dekarbonisierung und ‚grüne' Gase – sprich Wasserstoff und Biogase – setzen", so Frodeno. Wasserstoff aus regenerativem Strom – also grüner Wasserstoff – ist als ein vielversprechender Weg zu mehr Klimaschutz zwar derzeit in aller Munde, doch fehlt es zumeist nicht nur an einem brauchbaren Leitungsnetz, sondern oft auch an der notwendigen Beachtung seitens der Politik, die sich nach Ansicht des *KWK-Bundesverbandes* hauptsächlich um Industrie und Verkehr kümmert, während der Wärmemarkt zumeist noch stiefmütterlich behandelt werde.

Ob wir uns zukünftig neues Personal backen müssen, fragen sich inzwischen wohl auch Bäderbetriebsleiter in Deutschland. *Eric Voß*, Leiter Aus- und Fortbildung bei der DGfdB, berichtete von aktuell insgesamt 630.000 fehlenden Fachkräften in Deutschland. Und auch der Dienstleistungsbereich Bäderbetriebe ist massiv davon betroffen. Deshalb legte er den Zuhörern ans Herz, ein besonderes Augenmerk auf die HR-Segmente Recruiting, Mitarbeiterbindung und -qualifikation und vor allem auf jeden einzelnen Mitarbeiter zu richten. Wer neue Mitarbeiter gewinnen will, sollte auch sein eigenes Unternehmensbranding nicht vernachlässigen. Für den Bereich der Mitarbeiterqualifikation sieht Voss eine Lösung vor allem auch in modularen Ausbildungsmodellen in den Betrieben selbst.

„Auf die SMARTE Tour" versucht *Armin Brückner*, Abteilungsleiter Bäderbetrieb, *NEW mobil + aktiv* Mönchengladbach GmbH, seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu mobilisieren und zu motivieren … und berichtete von seiner ganz praktischen Erfahrung mit der Digitalisierung im seinem Betrieb, in dem im Juni 2022 z.B. alle Drucker aus der Bäderverwaltung verbannt wurden. Jeder Mitarbeiter wurde und wird mit dem entsprechenden Mobilgerät/ Smartphone ausgestattet und hat fortan alle Arbeitsschritte digital zu vollziehen und zu protokollieren. Ob die smarte Tour möglicherweise für manche zur harten Tour wurde, blieb der Betrachtung des Auditoriums überlassen. Armin Brückner jedenfalls ist vom Erfolg und den positiven Möglichkeiten, die sich Dank der Voll-Digitalisierung in seinem Betrieb bereits ergeben haben, überzeugt.

Last but not least stand das Thema Wertschöpfung auf der Tagesordnung der diesjährigen Aqua Lounge. Nicht aus einem Bäderbetrieb, aber mit jeder Menge Führungs- und Leitungsqualitäten sowie Erfahrungswissen in Sachen Wertschöpfung ausgestattet, präsentierte *Stephanie Schaub*, Geschäftsführerin des *Hachez-Chocoversum* in Hamburg, ihre extrem positiven Erfahrungen mit Dynamic Pricing-Modellen. Für Schaub beginnt der Wertschöpfungsprozess mit der Erkenntnis, dass notwendigerweise zwischen preissensiblen und zeitsensiblen Gästen zu unterscheiden ist. „Wer in Zeiten von Kosten- und Preissteigerungen seine Zielgruppenbreite erhalten möchte, muss für jeden das passende Angebot schaffen", so Schaub. Das heißt, auch wer nicht so viel zahlen kann oder will für ein Ticket, sollte dann aber ein Zeitfenster finden, das zu seinem Geldbeutel passt. Dass Stephanie Schaub mit ihrer Strategie Erfolg hat, beweisen die Zahlen. 160.000 jährlichen Besuchern