

lintharena ag: Korrigierende Massnahmen

Mit dem vorliegenden Dokument berichtet der Verwaltungsrat der lintharena ag (VR) der Alleinaktionärin Gemeinde Glarus Nord über die geplanten Massnahmen zur Korrektur der Betriebsergebnisse 2023 ff.

1. Ausgangslage

Anlässlich der Beschlussfassung durch die Gemeindeversammlung am 8.11.2022 zu einem Zusatz- und Nachtragskredit über CHF 1.25 Mio. in Sachen lintharena ag wurde der VR aufgefordert, dem Gemeinderat bis Ende Dezember 2022 Bericht über korrigierende Massnahmen zu erstatten.

Der VR hat verschiedene Massnahmen ergriffen und die Geschäftsleitung der lintharena ag (GL) beauftragt, geeignete Massnahmen auszuarbeiten.

Anlässlich der VR-Sitzungen am 12.12. und 21.12.2022 hat die GL dem VR Vorschläge unterbreitet, welche dieser diskutiert und in geeigneter Form verabschiedet hat.

2. Voraussetzungen

Unabhängig vom Beschluss an der Gemeindeversammlung am 8.11.2022 hat der VR entschieden, sich vom bisherigen Geschäftsführer zu trennen und eine ad Interim Lösung zu etablieren.

3. Massnahmen

Die nachstehenden Massnahmen wurden durch den VR auf Antrag der GL genehmigt und dieser zur Umsetzung beauftragt.

3.1. Sofortmassnahmen Oktober 2022

Aufgrund der stark gestiegenen Energiepreise sieht sich die lintharena ag gezwungen, per 1. Oktober 2022 die Eintrittspreise einzelner Angebote anzuheben. Uns trifft der Anstieg der Energiekosten in voller Härte: So rechnen wir zum Beispiel im Bereich Strom für die zweite Jahreshälfte 2022 mit einem zehnmal höheren Preis, als wir ihn vor der Sanierung bezahlen mussten. Mit dieser Preiserhöhung können wir etwa einen Fünftel der Mehrkosten aus der Energie abfedern.

3.2. Umsatzsteigerungen

Durch deutlich verstärkte und gezielte Kommunikationsmassnahmen werden

- zuerst die Reichweite gesteigert,
- danach die Kundenbindung erhöht und
- zuletzt die Identifikation der Kunden mit der lintharena sichergestellt.

Wir werden unsere Kommunikationskraft gemäss folgenden Prioritäten einsetzen

- Events (Public und Corporate): grösste Leerstände

- Hotellerie: beste Wertschöpfung
- Kursangebote, insbesondere Group Fitness: aktuell grösstes Cost Center
- Wellness: ohne Mehrkosten sind 12 Besucher pro Tag machbar
- Gastronomie: muss überall mitlaufen und angeboten werden (Beispiel mit Catering Angebot)
- Klettern und Schwimmen als klassisches "Massengeschäft"

Die kommunikativen Massnahmen müssen insbesondere sicherstellen, dass wir zu deutlich mehr Abokunden gelangen. Damit sinkt zwar der punktuelle Ertrag pro Besuch; gleichzeitig wird aber die Identifikation des Kunden mit der lintharena positiv beeinflusst.

Zudem müssen wir durch Cross-Promotion sicherstellen, dass wir uns von unseren Mitbewerbern abgrenzen können.

Beispiele:

- Wettbewerbe über Social-Media-Kanäle
- Mehrwert von Einzelprodukten durch Kombination mit Zusatzangeboten (3 Kletter-Eintritte ergeben einen Hallenbad-Eintritt)
- vergünstigter oder inkludierter Bad-Eintritt nach Besuch einer Group Fitness Lektion

3.3. Fluktuation senken

2023 soll die Personal-Fluktuation 20% nicht übersteigen. Damit machen wir erhebliche interne Ressourcen frei, welche wir in die interne Weiterbildung investieren. Wir müssen durch kommunikative Massnahmen der Führung sicherstellen, dass wir zu einem "Employee Branding" kommen. Damit wird es gelingen, junge Mitarbeitende für die lintharena zu finden und diese mit den geldwerten Leistungen an die lintharena zu binden.

Beispiele:

- Laufende, direkte und offene Information der Mitarbeitenden
- Einbindung der Mitarbeitenden in die Mikro-Planung im eigenen Bereich
- Mitarbeiterbeförderung: Überprüfung der Aufstiegschancen für Mitarbeitende

3.4. Dienstleistungsbereitschaft überprüfen

Wir werden durch Kundenbefragungen im Januar 2023 herausfinden, an welchen Tagen wir ohne Image- und Kunden-Verluste die Öffnungszeiten für Bad und Wellness anpassen können. Entsprechende Anträge folgen an der VR-Sitzung am 24.1.2023.

Ohne dem Ergebnis der Befragung vorzugreifen, können sich mögliche Massnahmen wie folgt darstellen:

Wellness

- ein Tag pro Woche Frauen-Sauna von 9 bis 17 Uhr, danach gemischte Sauna bis 22 Uhr
- zwei Tage pro Woche gemischte Sauna von 9 bis 22 Uhr
- übrige Tage Saunabetrieb ab 12 oder 14 Uhr bis 22 Uhr

Bad

- Mittwoch (bestehend) und Freitag (neu) Früh-Schwimmen ab 6 Uhr mit kommunikativer Unterstützung und Cross-Promotion (zum Beispiel Gratis-Kaffee oder Kaffee / Gipfeli für CHF 2)
- übrige Tage Schwimmbetrieb ab 8 oder 9 Uhr (je nach Ergebnis Kundenbefragung)

3.5. Aktive Akquisition

Bearbeitung der Kernmärkte Glarus / March / oberer Zürichsee (bis Horgen - Meilen) / Herrschaft für

- Corporate Events
- Individualkunden Klettern / Schwimmen / Wellness

Zudem müssen wir mit Partnern versuchen, mehr Public Events in die Lintharena zu buchen. Die Public Events führen auch zu einer Erhöhung des Bekanntheitsgrades, was uns weitere Individualkunden zuführen wird.

Wir müssen für einzelne Aktivitäten Firmen-Partnerschaften eingehen. Dies ermöglicht es uns auch, bei deren Events in Erscheinung zu treten (zum Beispiel Give-aways mit Gutscheinen, Schnupper-Angeboten und ähnliches)

Beispiele:

- Ausstrahlung der Social-Media Kommunikation in den definierten geografischen Raum
- Zusammenarbeit mit Firmen für Kommunikation und Aktionen (rabattierte Eintritte Bad und Klettern mit Glarner Maestro-Karte; Heineken mit Sport-Förderung für Mitarbeitende)
- regelmässige, wiederkehrende Public Events (Tanzveranstaltungen, Konzerte)

3.6. Vorausschauende Führung

Wir müssen unsere Kader befähigen, in ihrem Bereich zu führen. Das zeichnet sich vor allem durch folgende Massnahmen aus:

- Unterstützung in der vorausschauenden (Personal-) Planung
- Nutzung der freien Valenzen für die Akquisition von Neugeschäft

Beispiele:

- regelmässige Überprüfung der Einsatzpläne
- Unterstützung der mittleren Kader bei der Führung der Mitarbeitenden im Tagesgeschäft

3.7. Organisation

Wir gliedern die Organisation in

- **Front-orientierte Bereiche:** Sport (Einzelkunden-Geschäft) / Events (Gruppenkunden-Geschäft) / Hotellerie (Hotel, Küche, Service)
- **Rückwärtige Bereiche:** Marketing / Betrieb / Administration



Wo immer möglich versuchen wir, die Vakanzen durch interne Mitarbeitende zu besetzen. Dies bedingt, dass wir intern in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden investieren und diese auch befähigen, erste Führungsaufgaben wahrzunehmen.

Beispiel:

- erste Vakanzen auf Kaderstufe werden durch aktuelle Mitarbeitende besetzt

3.8. Rechnungswesen auslagern

Im Rahmen einer Vakanz im Finanzbereich prüfen wir die Externalisierung der Leistungen. Idealerweise erfolgt diese durch die Finanzabteilung der Alleinaktionärin, andernfalls ist eine Lösung mit einem Treuhandbüro zu prüfen.

Intern fokussieren wir zukünftig auf der Bereitstellung der Fakten und interpretieren die vorgelegten Buchhaltungszahlen zu Händen des VR.

Wir ziehen direkte Schlüsse aus Umsatz- und Kosten-Entwicklung und passen unsere Produkte und Dienstleistungen den sich laufend verändernden Bedürfnissen des Marktes an.

4. Berichterstattung

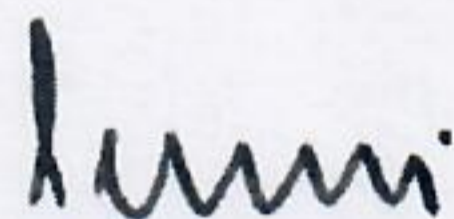
Der VR wird dem Gemeinderat laufend über das Protokoll seiner Sitzungen zum Erfolg der einzelnen Massnahmen berichten.

Näfels, 22. Dezember 2022

lintharena ag



Thomas Spengler
VR-Präsident



Gérard Jenni
Geschäftsführer a.i.