

§21/2025/125/1



STADT : SALZBURG

Bürgermeister der
Landeshauptstadt Salzburg

Bernhard Auinger

Herr Gemeinderat
Lukas Rupsch, MSc
NEOS
Im Hause

5024 Salzburg, Schloss Mirabell
Telefon +43 662 8072 – DW 2100
Fax +43 662 8072 – DW
bgm@stadt-salzburg.at

Salzburg, 06.11.2025

Betreff

Anfrage gem. § 21 GGO – „Wiedereröffnung Paracelsus-Bad“; Zahl: § 21/2025/125 vom
15.10.2025

Geschätzter Herr Gemeinderat, lieber Lukas!

Gerne beantworte ich Deine Anfrage „Wiedereröffnung Paracelsus-Bad“, die in
meinem Büro am 17. Oktober 2025 eingegangen ist, wie folgt:

1. Wie hoch sind die Gesamtkosten für die Werbeagentur?

Eine exakte Darstellung der Agenturkosten im Zusammenhang mit der
Wiedereröffnung des Paracelsus-Bades ist insofern nicht möglich, als ein
Großteil der nun anfallenden Werbemaßnahmen auch bei regulärem
Badebetrieb vorgesehen gewesen wäre. Da während der Sanierungsphase
aus wirtschaftlicher Sicht keine Werbeaktivitäten für das Paracelsus Bad
durchgeführt wurden, konzentrieren sich viele der ohnehin geplanten
Maßnahmen nun auf die Phase unmittelbar vor der Wiedereröffnung des
Paracelsus Bades. Daher wurden auch im Vorjahr geplante
Werbemaßnahmen, wie z.B. eine Überarbeitung des Social-Media-Auftrittes,
Neuaufgabe des Flyers etc. nicht beauftragt. Hinzu kommt, dass es sich um
eine Gesamtwerbestrategie handelt, die das Bad an sich, die Sauna und das
Kurhaus integriert. Budgettechnisch werden für Werbeaufwendungen im
Paracelsus Bad, Sauna und Kurhaus jährlich 40.000 EUR angesetzt. Ebenso
gibt es ganzjährig Giveaways und nicht speziell aus Anlass einer
Wiedereröffnung, wie z.B. Sticker, die gleichzeitig zur Abdeckung der
Kamera bei Handybenutzung im Saunabereich zur Verfügung gestellt
werden.

2. Gibt es neben den o.g. Kosten für die Werbeagentur noch weitere Kosten, die im Zusammenhang mit dem Marketing zur Wiedereröffnung des Paracelsus-Bades stehen? Falls ja, wie hoch sind diese und wofür werden diese benötigt?

Neben den Agenturleistungen entstehen selbstverständlich auch weitere Aufwände, etwa für die Produktion von Werbemitteln oder Social-Media-Schaltungen. Diese Kosten sind ebenfalls größtenteils unabhängig von der Wiedereröffnung und wären auch bei durchgehendem Badebetrieb im Rahmen regulärer Marketingaktivitäten angefallen.

3. Welche konkreten Leistungen erbringt die beauftragte Agentur (z. B. Konzeptentwicklung, Gestaltung von Werbemitteln, Online- und Social-Media-Kampagnen, Eventorganisation etc.)?

Die beauftragte Agentur übernimmt unter anderem die Aktualisierung und Weiterentwicklung des Corporate Designs inklusive Logo, Schriftschnitte und Farbkonzept für das Paracelsus Bad, Sauna und Kurhaus. Darüber hinaus konzipiert sie ein konsistentes Erscheinungsbild für Werbemittel und entwickelt eine langfristige *Kampagnenarchitektur für die Jahre 2025 bis 2027 mit strategischer Zieldefinition*, sowohl für Online- als auch Offline-Medien. All diese Leistungen stehen jedoch weitgehend in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit der Wiedereröffnung des Paracelsus Bades, sondern wurden seit der erstmaligen Eröffnung des Bades 2019 nicht weiterverfolgt und sind im Sinne eines einheitlichen Markenauftrittes unabdingbar. Die Wiedereröffnung ist aber ein perfekter Zeitpunkt, um mit einem professionellen Auftritt entsprechend aufzutreten.

4. Wir ersuchen um eine detaillierte Aufstellung der einzelnen Leistungen samt Kostenaufteilung.

Da es sich bei den Maßnahmen um eine übergeordnete Marken- und Kommunikationsstrategie für das Paracelsus Bad, Sauna und Kurhaus handelt, die auch den laufenden Bade-, Sauna- und Kurbetrieb umfasst, und nicht ausschließlich der Wiedereröffnung zuzuordnen sind, ist eine trennscharfe Zuordnung einzelner Kostenpositionen zur Wiedereröffnung sachlich nicht darstellbar.

5. Aus welchen Gründen wurde entschieden, die Werbemaßnahmen extern zu vergeben, anstatt diese durch die internen Kommunikationsabteilungen der TSG bzw. der Stadt Salzburg umzusetzen?

Die TSG ist ein Mehrspartenunternehmen mit Spezialisierung auf Kongress-, Tourismus-, Bade-, Sauna- und Kurbetrieb. Da es sich beim Bade-, Sauna- und Kurbetrieb und eine spezielle Einrichtung handelt, sind hier weder die erforderliche Expertise noch die personellen Ressourcen vorhanden. Auf spezialisierte Agenturen zurückzugreifen, ist ein übliches Vorgehen, da diese durch ihre Erfahrung und Spezialisierung eine hohe Qualität und Effizienz gewährleisten können.

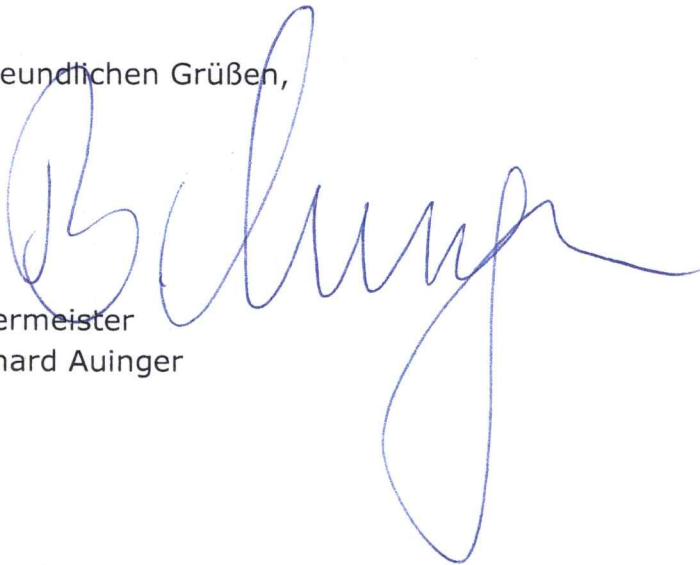
6. Wurde geprüft, ob Teile der Kampagne kosteneffizient intern übernommen?

Selbstverständlich wurde dies laufend überprüft und auch Teile intern durch die TSG übernommen und ergänzend zu der Agentur, auch mit Unterstützung der Stadt Salzburg, durchgeführt (z.B. Presseveranstaltungen).

7. Welche Kriterien werden zur Bewertung des Erfolgs der Kampagne herangezogen?

Die Erfolgsmessung der Kampagne erfolgt anhand einer Kombination qualitativer und quantitativer Indikatoren. Dazu zählen unter anderem die Reichweite und Resonanz der Kommunikationsmaßnahmen und die Besucherfrequenz in Paracelsus Bad, Sauna und Kurhaus. Darüber werden Rückmeldungen aus den digitalen Kanälen, wie z.B. Aufrufe, Reichweite der Social-Media-Videos gemessen sowie die mediale Berichterstattung berücksichtigt. All dies sind wichtige Lernfaktoren, um weitere Maßnahmen zu optimieren.

Mit freundlichen Grüßen,



Bürgermeister
Bernhard Auinger