

„Bedeutung und Wertigkeit“ der prämierten Bäder gestiegen

Reaktionen auf die Auszeichnung mit dem „Public Value Award für das öffentliche Bad 2014“

Dipl.-Ing. Architektin Konstanze Ziemke-Jerrentrup, Projektleiterin des Public Value Awards für das öffentliche Bad

Bei dem letzten, alle zwei Jahre stattfindenden „Public Value Award für das öffentliche Bad“ erhielten im Oktober 2014 in der Kategorie Hallen-, Kombi- und Freizeitbäder das Freizeitbad Greifswald den 1. Preis, das aqua-sole im mainfränkischen Kitzingen den 3. Preis und das Stadtbad Zittau im Südosten Sachsens eine Anerkennung (zu den Jurybegründungen siehe AB 12/14 S. 766 ff.). Nach der Begeisterung der „Public Value Manager“ der Bäder auf der Preisverleihung fragte die Verfasserin dieses Beitrags im Namen des Auslobers, der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e. V., Essen, die Repräsentanten etwa ein halbes Jahr später nach den Reaktionen am heimatischen Bäderstandort. Im Folgenden finden Sie die auszugsweisen Antworten.

Ronny Stieber, Geschäftsführer des Freizeitbades Greifswald, erläutert ausführlich die Resonanz auf den Erhalt des „Oskars der Bäderwelt“ im nordöstlichen Mecklenburg-Vorpommern (siehe ausführlich AB 09/15 S. 520 ff.). Über Eindrücke und Erfahrungen rund um den Preis für das aqua-sole und in der Stadt Kitzingen berichtet *Birgit Grübler*, Geschäftsführende Betriebs-

leitung der DSBG Sportstättenbetriebs- und Planungsgesellschaft mbH & Co. KG, Herne, die das Bad im Auftrag der Stadtbetriebe Kitzingen GmbH führt. Dipl.-Ing. *Matthias Hänsch*, Geschäftsführer der Städtischen Beteiligungs-GmbH Zittau, erläutert die Reaktionen im und um das Stadtbad auf die anerkennende Würdigung.

Wie war das Echo auf den Award in der eigenen Verwaltung?

Stieber:

Da das Freizeitbad Greifswald nicht kommunal betrieben wird, gab es weniger Reaktionen aus der städtischen Verwaltung. Allerdings wurden seitens des Gesellschafters, also den Stadtwerken Greifswald, viele Glückwünsche und Danksagungen an das Team des Freizeitbades ausgesprochen. In der Zusammenarbeit bzgl. der mittelfristigen finanziellen Unterstützung des Bades haben sich durch die Preisverleihung allerdings keine Änderungen ergeben. In den Gesprächen hierzu liegt der Fokus weiterhin auf der Betriebswirtschaftlichkeit des Bades und weniger auf dem lokalgesellschaftlichen Mehrwert, der durch das Bad gestiftet wird. Dennoch hat sich das Freizeitbad sehr über die Anerkennung der täglichen Arbeitsleistung durch den Gesellschafter gefreut.

Grübler:

Die Reaktionen waren durchweg sehr positiv und mit viel Lob und Anerkennung verbunden. Es entstand ein sehr schönes Gemeinschaftsgefühl für einen gemeinsamen Erfolg.

Hänsch:

Bei allen Beteiligten war das Echo sehr gut, und es wurde auch im Bekanntenkreis entsprechend informiert.

Hat sich der Award auf die Motivation der Mitarbeiter ausgewirkt?

Stieber:

Die Auszeichnung mit dem „Public Value Award 2014“ hat große Freude unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Freizeitbades ausgelöst. Für sie bedeutet der Preis eine Wertschätzung der täglichen Arbeit. Das Lob und die Glückwünsche der Badegäste spornen dazu an, sich auch weiterhin engagiert einzubringen. Die Motivation hierfür war aber bereits vor der Preisverleihung sehr hoch, sodass der Preis eher eine Erinnerung daran darstellt, wie wertvoll die freundliche Mitarbeit im Freizeitbad für die Region ist.

Grübler:

Ja, die Mitarbeiter sind sehr stolz auf den Preis, zu Recht, denn jeder Einzelne trägt täglich dazu bei, dass das aqua-sole so erfolgreich ist und diesen sehr schönen Preis entgegennehmen durfte. Sofort kam die Idee, sich für weitere Awards und Auszeichnungen zu bewerben, immer weiter daran zu arbeiten, noch besser zu werden und sich für den gemeinsamen Erfolg zu engagieren.

Hänsch:

Wir haben den Preis im Stadtbad im Empfangsbereich platziert, sodass er auch für die Mitarbeiter sichtbar ist, um so daran zu erinnern, dass sie in einem prämierten Bad arbeiten. Einen Motivationsschub nachzuweisen ist jedoch sehr schwierig.

Welche Resonanz gab es in der Lokalpolitik?

Stieber:

Aus der Lokalpolitik hat das Freizeitbad Greifswald zahlreiche Glückwünsche und Danksagungen erhalten. So hat der Oberbürgermeister Dr. Arthur König seine persönlichen Glückwünsche in einem Dankeschreiben an das gesamte Freizeitbad-Team festgehalten. Zudem besuchten mehrere Bürgerschaftsmitglieder persönlich das Bad, um den Preis zu betrachten und die Mitarbeiter zu beglückwünschen.

Greifswald



■ Die Freude des Bäderteams über den 1. Preis wird über diverse Medien kommuniziert: unmittelbar zur Preisverleihung über Facebook ...



■ ... und über das Intranet der Stadtwerke Greifswald; die nächste Ausgabe des „StadtwerkeJournals“ informiert über die Auszeichnung auf der Titelseite, im Editorial des Stadtwerke-Geschäftsführers und in einem eigenen Bericht.



■ Mit dem neu entwickelten Logo der DGfdB kann erstmals auf den Public Value Award aufmerksam gemacht werden, z.B. auf zahlreichen Flyern.

Neben dieser Würdigung der Arbeit und Leistung für die regionale Wertschöpfung ist allerdings keine Stärkung in der lokalpolitischen Position des Bades zu bemerken. Bereits vor der Preisverleihung wurde dem Bestand

Bäderbetrieb

Sie suchen geeignetes Personal? Wir haben die Lösung!

Wir unterstützen Sie mit

- Fachangestellte/r für Bäderbetriebe
- Saunapersonal
- Wasseraufsichten / Rettungsschwimmer
- Kassen- und Servicepersonal
- Badewärter / Reinigungspersonal
- Sicherheitspersonal / Security
- Garten- und Landschaftspflege

Ihre Vorteile

- Keine Personalsuche / Einstellungen
- Keine Unter- oder Übersetzung
- Kosteneinsparungen
- Garantierte Abdeckung der Dienste
- Reibungsloser Badebetrieb gemäß DGfD R 94,05

AVANCE

Die Avance Management GmbH betreut mit 8 Niederlassungen bundesweit 60 Gemeinden und Städte mit über 100 Schwimmbädern

Bei Fragen erreichen Sie unsere Zentrale unter

Avance Management GmbH Tel.: 069 / 84 84 34 53 info@avance-gm.de
 Mergenthalerallee 79-81 Fax: 069 / 84 84 35 61 www.avance-gm.de
 65760 Eschborn

des Freizeitbades durch die Lokalpolitik eine hohe Bedeutung geschenkt. Eine Stärkung dieser hat aber nicht stattgefunden. Weitere kulturelle Einrichtungen, wie beispielsweise der Erhalt des städtischen Theaters, erhalten eine ebenso hohe Aufmerksamkeit durch die Lokalpolitik wie das Freizeitbad auch. Eine herausgehobene Stellung in der Berücksichtigung konnte durch den Preis demnach nicht bewirkt werden. Dennoch wurde durch die Auszeichnung mit dem Public Value Award 2014 noch einmal die regionale Bedeutung des Bades unterstrichen, sodass dieses bei lokalpolitischen Verhandlungen weiterhin eine wichtige Position einnimmt. Eine direkte Hilfestellung im Zusammenhang mit dem defizitären Betriebsergebnis und der mittelfristigen Bestandssicherung wurde allerdings nicht erreicht.

Grübler:

Die Resonanz der Lokalpolitik war bzw. ist ebenfalls sehr positiv und mit vielen Glückwünschen verbunden. Die Politiker wurden damit in ihrer Entscheidung, das aqua-sole komplett zu sanieren und durch den Neubau zu erweitern, bestätigt. Jeder für sich ist und kann stolz darauf sein.

Hänsch:

Wir haben neben der Veröffentlichung in der Zeitung natürlich auch die Aufsichtsgremien über den Preis informiert. Die Reaktionen darauf waren durchweg positiv.

Wie haben Ihre Badegäste reagiert?

Stieber:

Die Badegäste haben sich durchweg darüber gefreut, dass nun auch die Deutsche Gesellschaft für das Badewesen erkannt hat, was sie schon lan-

ge wussten: „Im Gesamtpaket Essen/Bad/Sauna/Service muss sich Greifswald nicht verstecken!“ Vor allem die Stammgäste haben sich mit der Belegschaft über die Auszeichnung gefreut. Über kurze Glückwünsche an der Kasse oder bei den Schwimmmeistern bis hin zu liebevoll formulierten E-Mails hat das Freizeitbad Greifswald ein durchgängig positives Feedback auf die Preisverleihung erhalten. Gerade während der fast täglichen Berichterstattung durch die Presse wurden die Mitarbeiter häufig von Badegästen auf die Auszeichnung angesprochen. Z. T. sind sogar gezielt Besucher aus weiter entfernten Regionen, wie z. B. aus Neubrandenburg, angereist, um sich selbst von der ausgezeichneten Leistung zu überzeugen, nachdem sie aus der Presse von dem Preis erfahren hatten.

TICKET - CONTROL

Das vollautomatisierte Zugangskontrollsystem von ECS



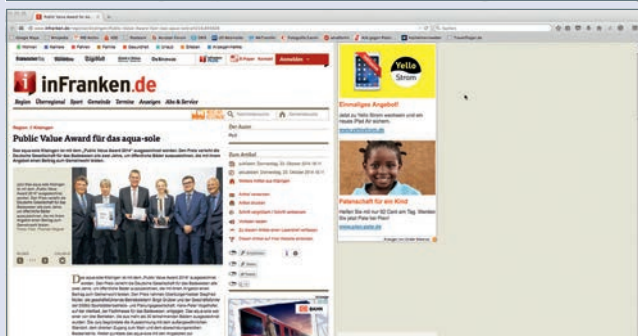
Besuchermanagement · Ticketautomaten · Abrechnungssysteme · Sonderlösungen

Metallbau Emmeln GmbH & Co. KG
Eichenstraße 5B
D-49733 Haren (Ems)
Telefon: 0 59 32 / 72 55-199
Telefax: 0 59 32 / 72 55-20
E-mail: info@ecs-emmeln.de
Internet: www.ecs-emmeln.de



ECS | Emmeln
Control
Systems

Kitzingen



■ Über den Preisträger in Kitzingen informierte das Stadtmagazin „Der Falter“ sowie die Online-Ausgabe der „Main Post“ und das Regionalportal „inFranken“ der Tageszeitungen Fränkischer Tag, Bayerische Rundschau, Coburger Tageblatt, Saale-Zeitung und Die Kitzinger.



■ Im Foyer erläutern die beiden Tafeln, die schon in Stuttgart auf der interbad den Preis für das aqua-sole darstellten, den Badegästen die Auszeichnung; Fotos: aqua-sole, Kitzingen

Eintrittspreise		Öffnungszeiten	
Natur-Solebad			
Erwachsene 2 Std.	5,00 €	Montag – Freitag	08:00 – 21:00 Uhr
Erwachsene 4 Std.	6,50 €	Samstag	10:00 – 21:00 Uhr
Erwachsene Tag	8,00 €	Sonn- u. Feiertage	08:00 – 21:00 Uhr
Ermäßigte 2 Std.	4,00 €		
Ermäßigte 4 Std.	5,50 €		
Ermäßigte Tag	7,00 €		
Familien 4 Std.	18,00 €		
Familien Tag	23,00 €		

Der ermäßigte Eintritt gilt nur gegen Vorlage eines gültigen Ausweises für Personen mit mind. 50jähriger Schwerbehinderung, für Kinder und Jugendliche bis zur Vollendung des 18. Lebensjahres sowie für Studenten.

■ Dort wurde auch das vorhandene Hinweisschild mit den Eintrittspreisen um das Logo „Ausgezeichnet mit dem Public Value Award ...“ ergänzt.

Diese positive Resonanz hat sich auch in den gestiegenen Besucherzahlen im Zeitraum der Preisverleihung im Vergleich zum Vorjahr bemerkbar gemacht. Daher wurde die Auszeichnung nicht nur mit den Mitarbeitern gefeiert, sondern auch die Badegäste für ihre Treue belohnt: Sie erhielten zum 16. Geburtstag des Freizeitbades am 30. Oktober 2014 einen 30%igen Rabatt auf den Eintrittspreis.

Grübler:

Wir haben unsere Gäste intensiv eingebunden und informiert. Die Reaktionen auf den Preis waren auch hier

sehr positiv und voller Bestätigung unserer Arbeit. Viele Gäste sind auch neugierig geworden und erkundigen sich nach den Hintergründen des Public Values.

Hänsch:

Die Reaktionen waren sehr unterschiedlich und insgesamt betrachtet eher verhalten. Von „schön, dass das Stadtbad auch überregional mit seinen Vorzügen bekannt gemacht wird“ bis hin zu keiner Reaktion war alles dabei. Unsere wesentliche Erfahrung prägt, dass die nun schon über Jahre angebotene Qualität im Stadtbad zur Selbstver-

ständigkeit geworden ist und damit die Vorzüge und die Einzigartigkeit des Bades in der Wahrnehmung der Gäste sinkt. Hier hat der Preis sicherlich wieder ein bisschen wachgerüttelt.

Was haben die Print- und Online-Medien aus dem Preis gemacht?

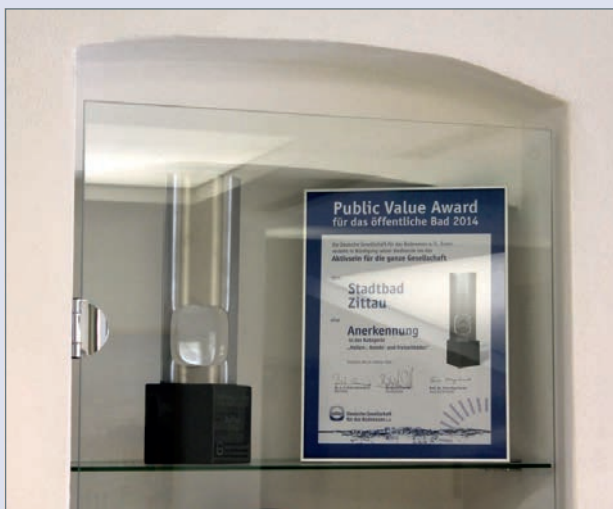
Stieber:

Über zwei Wochen hinweg haben die lokalen Medien über die Preisverleihung umfangreich berichtet. Insbesondere die lokale Tageszeitung „Ostsee Zeitung“ hat mehrere Beiträge diesem Thema gewidmet. Auch die zwei örtlichen Anzeigenblätter „Ostsee Anzei-

Zittau



■ Die Plakette zur Anerkennung des Stadtbades Zittau hängt gut sichtbar am Eingang, neben dem Logo des Betreibers und einem Schild der Deutschen Stiftung Denkmalpflege; Fotos: Städtische Beteiligungs-GmbH, Zittau



■ Im Foyer präsentieren sich der Award und die Urkunde in einer historischen Nische.

ger“ und „Blitz“ haben sowohl über die Preisverleihung selbst als auch über die Vorzüge des Freizeitbades Texte verfasst. Außerdem wurde die Auszeichnung des Freizeitbades Greifswald mit dem Public Value Award 2014 in zwei Beiträgen des lokalen Fernsehsenders „Greifswald TV“ benannt. Online war die Preisverleihung ebenfalls auf den Internetseiten der lokalen Presse präsent, aber auch ein Blog-Beitrag wurde auf dem Portal „Inside Greifswald“ zu der Verleihung veröffentlicht. Eine überregionale Berichterstattung hat nicht stattgefunden.

Grübler:

Es gab umfangreiche Presseberichte, in denen über den Award informiert wurde. Von der Übergabe des Preises in Stuttgart bis zur Feier bei uns im aqua-sole wurde über den Award für das aqua-sole berichtet, was u. a. dazu führte, dass uns viele Glückwünsche sowie Aufmerksamkeiten auch von Firmen aus der Stadt und der Region erreicht haben.

Hänsch:

Es hat eine entsprechende Pressemeldung im Lokalteil der Sächsischen Zeitung gegeben. Darüber hinaus haben wir den Preis natürlich auch auf der Website des Stadtbades publiziert.

Was gibt es darüber hinaus noch Erwähnenswertes?

Stieber:

Der Preis wird seit der Übergabe in einer Vitrine im Eingangsbereich des Freizeitbades für alle Badegäste sichtbar ausgestellt. Und auch die Plakette wurde im Kassenbereich montiert, sodass sie täglich auf die ausgezeichnete Qualität des Bades hinweist.

Durch die Preisverleihung nimmt das Freizeitbad Greifswald eine Art Vorbildfunktion für andere Hallen- und Freizeitbäder ein. Dies wird darin deutlich, dass nach der Auslobung vereinzelt Gespräche mit anderen Badbetreibern stattgefunden haben, die sich zukünftig in ihrer Betriebsgestaltung an dem Freizeitbad Greifswald orientieren wollen.

Hänsch:

Positive Reaktionen erhielten wir auch von unseren Partnern und Lieferanten, die teilweise mit Sachzuwendungen die gute Zusammenarbeit gewürdigt haben.

Gab es bemerkenswerte Äußerungen, von wem auch immer?

Stieber:

Die Mitbewerber zeigten sich im Rahmen der Preisverleihung erstaunt über das große Angebot für den Schul- und Vereinssport im Freizeitbad Greifswald.

Grübler:

Die häufigste und für uns sehr schöne Äußerung war immer wieder: „Das habt Ihr auch verdient, seitdem ich das aqua-sole kenne, komme ich nur noch hierher.“

Wie haben Sie Ihre Auszeichnung für die Darstellung Ihres Bades intern und in der Öffentlichkeit genutzt?**Stieber:**

Neben der Ausstellung des Preises gab es weitere öffentlichkeitswirksame Maßnahmen nach der Preisverleihung. So wurden die Betriebsleiterin Kathrin Michaelis und ich bei unserer Ankunft in Greifswald nach der Preisverleihung in Stuttgart von Pressevertretern, Bürgerschaftsmitgliedern und natürlich der Belegschaft zur Feier des Tages in Empfang genommen. Zusätzlich zu diesem Pressegespräch gab es im Anschluss hieran auch eine Pressemitteilung, die an regionale und überregionale Medien versandt wurde. Zusätzlich wurden auf den Internetseiten des Freizeitbades und der Stadtwerke Greifswald, dem Betreiber des Freizeitbades, Meldungen zur Auszeichnung veröffentlicht. Auf der Homepage des Freizeitbades wurde eine extra Unterseite, die sich mit dem Public Value Award beschäftigt, eingerichtet. Flankierend wurde über den Facebook-Auftritt des Bades auf die Neuigkeit aufmerksam gemacht.

Um auch konzernweit die Mitarbeiter zu informieren, gab es zwei weitere Einträge im Intranet, die auch nochmals explizit die Mitarbeiter für ihre Leistung lobten. In auf die Verleihung folgenden Marketing-Aktionen wurde zudem der Preis bzw. das Auszeichnungs-Logo als grafische Elemente genutzt, z. B. auf Flyern, der Internet-Seite, in Posts bei Facebook und Newslettern des Freizeitbades. Zusätzlich zu der Aufnahme des Logos in die Gestaltung des Newsletters wurde die Preisverleihung hierin auch inhaltlich thematisiert.

Weiterhin haben die Stadtwerke Greifswald in ihrer zweimal jährlich erscheinenden Kundenzeitung einen Artikel zu der Auszeichnung mit dem Public Value Award unter dem Titel „Preisgekröntes Freizeitbad“ veröffentlicht.

Grübler:

Neben Pressemitteilungen gab es eine Feier mit den Mitarbeitern sowie eine Feier mit den Aufsichts- und Stadträten der Gemeinde. Der Pokal wird im Foyer ausgestellt; die Plakette ist gut sichtbar ebenfalls im Foyer angebracht.

Hänsch:

Dies sehen wir auch als Prozess, der fortlaufend, beispielsweise am „Tag des offenen Denkmals“, fortgesetzt wird.

sicherer Schutz für Schwallwasser- behälter

Schwallwasserbecken
aus Beton

ohne Korrosionsschutz



mit Korrosionsschutz



bei Entkarbonatisierung und
Armierungskorrosion in Beton-
Reservoiren und -Behältern

kathodischer Korrosionsschutz

Guldager 
Wise Water Treatment



Guldager (Schweiz) AG, CH-4414 Füllinsdorf
Tel. +41 61 906 97 77, www.guldager.ch

Haben Sie alle guten Chancen für Ihr Projekt Team genutzt?

Sie suchen zu einem guten Preis eine massgeschneiderte Lösung?

Wir vernetzen Ihre Haustechnik-Anlagen nach neuesten Standards!

Haben Sie wirklich alle Chancen offerieren lassen?

Bauen Sie ein USP, wir haben die Lösungen!

Wellness und Bädertechnik.
Im Megatrend die richtige Auswahl. – Wir helfen ihnen!

Wir sind Ihr Partner für den grossen Umbau!

AQUA TRANSFORM

Ingenieurbüro für Haus-, Wellness- und Bädertechnik
Herisauerstrasse 81, CH-9200 Gossau info@aquatransform.ch
Tel. +41 71 385 80 90, Fax +41 71 385 80 93 www.aquatransform.ch

Am liebsten planen wir...
...erfolgreiche Anlagen unserer Kunden.

In Summe: Welche Vorteile haben Sie/Ihr Bad als Preisträger des Public Value Awards?

Stieber:

Die Preisverleihung hat zu einer bundesweiten Beachtung des Freizeitbades Greifswald geführt und damit den Bekanntheitsgrad über die lokalen Grenzen hinaus erhöht. Hierdurch können Badegäste aus anderen Regionen angezogen werden. Außerdem steigert sich dadurch der Stellenwert des Bades in der Bäderbranche insgesamt.

Neben diesem Effekt der verbesserten Außenwirkung liefert die Preisverleihung eine gute Argumentationsgrundlage gegenüber den konkurrierenden Wünschen der Badegäste. Dadurch, dass das Freizeitbad ganz vielfältige Badegäste – Kursteilnehmer, Saunagäste, Badegäste verschiedenster Altersklassen, Gäste aus dem Schul- und Vereinssport und Touristen – lockt, ist es eine Herausforderung, alle Wünsche gleichzeitig zu erfüllen, was nur über Kompromisse gelöst werden kann. Es fällt manchmal schwer, diese Situation auch den Badegästen nachvollziehbar zu vermitteln. Durch den Preis fällt es nun leichter, den Ba-

degästen zu verdeutlichen, dass ein öffentliches Bad vielen unterschiedlichen Interessen gerecht werden muss.

Außerdem hat sich natürlich die positive Grundeinstellung der Badegäste gegenüber dem Freizeitbad noch einmal verstärkt und gefestigt.

Grübler:

Das aqua-sole hat mit dem Award noch mehr an „Bedeutung und Wertigkeit“ bei den Gästen und auch bei den Mitarbeitern und Partnern gewonnen. Alle Beteiligten sind stolz auf das Ergebnis und tragen dies als positive Botschafter nach außen.

Hänsch:

Die Vorteile liegen aus meiner Sicht in der Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit für das Bad. Da der Preis ja auf die Gesamtwirkung des Bades für die Region abstellt, hilft er auch bei der Erhaltung der entsprechenden Angebote und auch bei den Diskussionen um die wirtschaftlichen Aspekte.

Letztendlich ist er aber auch Ansporn, die bisher erreichte Qualität zu sichern und in Zukunft nach Möglichkeit noch ein bisschen besser zu werden.

Und ggf. welche Nachteile?

Grübler:

Nachteile sind absolut keine entstanden.

Hänsch:

Nachteile gibt es aus meiner Sicht keine.

Würden Sie beim nächsten Mal aus Sicht des Auslobers etwas verändern?

Stieber:

Zunächst einmal finden wir es sehr gut, dass es überhaupt einen Preis gibt, der die öffentliche Wertschöpfung eines Bades honoriert. Das ist einmalig und sehr wichtig, denn bei öffentlichen Bädern dürfen eben nicht nur das betriebswirtschaftliche Ergebnis oder einzelne Aspekte, wie z. B. das Marketing, beurteilt werden.

Wir könnten uns sogar vorstellen, dass es sinnvoll wäre, den Preis auch auf andere Branchen zu übertragen. So sollten alle Unternehmen, die das öffentliche Gemeinwohl steigern, also der Öffentliche Personennahverkehr, Betriebe der Wasser- und Abwasserwirtschaft sowie Stadtwerke, die Möglichkeit haben, dass ihre gesellschaftliche Wertschöpfung gewürdigt wird. ■



// Fun & Action nonstop
 // Water-Globes mit Neon-Effects
 // Spektakuläres Showprogramm



Bäder Events



FAMILY POOL-PARTY

Non-Stop Spiel & Spaß mit riesigem Gerätepark



DISCO POOL-PARTY

Charts mit 8.000 Watt & Video-clips auf Großbildleinwand



SOMMER POOL-PARTY

Die heißeste Party des Jahres mit Vergnügungsgarantie



KINO POOL-PARTY

Das krass-nasse Filmvergnügen



POOLYMPIADE

5 großartige Disziplinen für die ganze Familie

ZEPHYRUS Pool-Party-Team No.1

Währentruper Straße 48-50 | info@zephyrus.de | Fon 05202 . 977 990
 33813 Oerlinghausen | www.zephyrus.de | Fax 05202 . 977 999

Der Pool-Party Spezialist seit 1981.



www.aquarena.com



Der weltweit erste
Outdoor Double-
AquaLoop

Die erste gebogene
CrystalTube weltweit



Besuchen Sie uns vom 6.-8. Oktober auf der EAS in Göteborg (Stand B1102) oder vom 27.-30. Oktober auf der FSB in Köln (Stand G069).

AQUARENA
Fun is our Business!