

Oppdragsgiver:	OSLO KOMMUNE	Dato:	April 2013
Oppdrag:	ANALYSERAPPORT BADEANLEGG I OSLO	Arkiv:	c:\users\eyvind.marcussen\desktop\diverse badeanlegg\oslo\oslo_analyse_badeanlegg_2013-04.docx
		Del:	Program, grunnlag
		Skrevet av:	Eyvind Øglænd Marcussen

INNHOLD

1. Sammendrag
2. Innledning
3. Grunnlag for badeanlegg, behovs- og besøksanalyse
4. Hva slags badeanlegg trenger Oslo?
5. Hovedbadets størrelse og innhold
6. Byggekostnader og mulige tilskudd
7. Driftsøkonomi; inntekter – kostnader
8. Alternative moderne badeanlegg
9. Gjennomføringsstrategi og driftsmodell

1. Sammendrag

Analysen forteller at Oslo har akutt behov for flere og bedre svømme- / badeanlegg og at dette kan tilfredsstilles ved realisering av nye moderne folkebad uten særlig økonomisk belastning for kommunekassa.

Behovet for anlegg gjelder både lovpålagt svømmeundervisning, idretten, funksjonshemmede og innbyggerne generelt. Det er i år 30 år siden Oslo åpnet sin nyeste svømmehall, og i perioden er flere svømmehaller nedlagt. Levetiden for svømmehaller / badeanlegg er 40 år, og rehabilitering er dyrt og ofte lite hensiktsmessig ettersom man etter å ha brukt store summer sitter tilbake med gammeldagse anlegg med begrenset levetid. Det tar 4 – 5 år å realisere et nytt anlegg etter en klarert lokalisering. Situasjonen i Oslo må sies å være prekær.

Nytt stort hovedbad vil være den gode start mot badesuksess ved riktig gjennomføringsstrategi. Fortsettelsen bør være flere moderne folkebad i mindre skala som utvikles løpende. Denne rapporten forteller og begrunner hva det nye hovedbadet bør inneholde og økonomien rundt dette samt noen alternativer.

2. Innledning

Asplan Viak har fått i oppdrag av Oslo kommune, Bymiljøetaten å gjennomføre en analyse som grunnlag for nytt stort folkebad i Oslo. Oppdraget inneholder besøksanalyse, programforslag, byggekostnader, driftsøkonomi og gjennomføringsstrategi for dette.

I Norge har offentlige badeanlegg utviklet seg slik:

- 1.-generasjon: Renholdsanstalter i byene før 1960
- 2.-generasjon: Svømmehaller og Oslobadene slik vi alle kjenner 1930 - 1985
- 3.-generasjon: Badeland (Langesund, Havanna, Hovden, Raufoss) 1985 - 2000
- 4.-generasjon: Moderne folkebad (Østfoldbadet, Pirbadet, Sørlandsbadet...) 2000 -

Badelandene (3. generasjon) domineres av lek, bølger og sklier mens de klassiske tilbud som svømming og stuping er glemt. De har fått større andel av befolkningen som brukere enn svømmehallene, men suksessen begrenses av ettersom man verken kan svømme eller stupe der (Raufoss badeland, Magnetten badeland i Levanger, Havanna i Sandnes, Skjærgården badepark i Langesund m. fl.) og flere av dem er lagt ned.

I moderne folkebad (4. generasjon) er det derimot tilbud til alle aldersgrupper. Behovene for mosjon og idrett tilfredsstilles så vel som behov for lek, avslapning og velvære. Folkebadene får nær hele befolkningen som brukere, folkehelsen bedres, svømmeferdighetene bedres og inntektene blir store. På dagtid / arbeidstid brukes anleggene mye av skoler til opplæring og kroppsøving i tillegg av enslige foreldre, pensjonister arbeidsløse, og noen lag og foreninger. På fritiden brukes anleggene av uorganisert publikum, lag og foreninger i skjønne forening. Dette gir maksimal utnyttelse av anleggene, stor trivsel og store inntekter.

Oslo har ikke bygget noen svømmehaller på 30 år (Holmlia siste) men flere er nedlagt. Oslo har kun 2.-generasjons badeanlegg / svømmehaller, ingen «badeland» og ingen moderne folkebad. Svømmehallene har hatt rolle som folkebad, men denne rollen er sterkt avtagende ettersom tilbudet ikke er det innbyggerne etterspør. Behovet for moderne folkebad med gode tilbud til alle og gode svømmetilbud er stort i Norge, og i Oslo spesielt. Muligheten for å skape en god framtid med bedre folkehelse for innbyggerne i forhold til dagens situasjon er spesielt god. Samtidig kan kommunekassa få en bedre situasjon ettersom driftsøkonomien er mye bedre i gode folkebad sammenlignet med dagens Oslobad. De beste moderne folkebad har inntekter langt større enn driftskostnadene og de betjener betydelig lånekapital med driftsoverskuddet.

Sørlandsbadet i Lyngdal fra 2007 er et eksempel på vellykket utvikling av badeanlegg. I forkant av prosjektet (2003) gjorde vi en analyse tilsvarende denne vi her gjør for Oslo som forespeilet besøkstall mellom 130- og 170 000 besøk årlig i badeanlegget. Snaut halvparten av besøket ble i analysen beregnet å komme fra fastboende innbyggere i regionen, og drøyt halvparten fra reiselivsgjester (hoteller, camping, hytter og tilfeldige). Etter 5 års drift er fasiten besøk mellom 205 000 og 185 000 hvorav ca 140 – 150 000 er billett-kjøpende publikum i badeanlegget. De øvrige er skolebading (ca. 20 000) og gjester i treningscenteret som ikke bader (ca. 30 000). Sørlandsbadet har økonomisk overskudd.



Fra Sørlandsbadet

og kan stå som modell for et bydelsbad i Oslo etter Hovedbadet.

I regionen rundt Oslo finner vi folkebad i Asker, Drammen og Askim med kapasiteter fra 500 til 1000 gjester. Det er ønsker / planer om folkebad på Økern, og et lite på Røa.

3. Grunnlag for badeanlegg, behovs- og besøksanalyse

Behovet for moderne badeanlegg egnet til svømmeopplæring, kroppsøving, mosjon, idrett, helse og velvære lar seg kartlegge på flere måter. Vi skal se på skolebehov, idrettens behov og behovet blant folket for øvrig.

LOVPÅLAGT SKOLEBEHOV

Læreplanen fra 2006 definerer målene for svømmeundervisningen slik:

- Etter 4. klasse skal eleven være svømmedyktig.
- Etter 7. klasse skal eleven kunne flere svømmeteknikker og kunne svømme under vann.
- Etter 10. klasse skal eleven også kunne utføre livbergning i vann og livbergende førstehjelp.

Faglig ekspertise i Tromsø melder behovet for undervisningstimer i svømming fra 1. ut 7. klasse er 100 timer og videre 70 timer i ungdomsskolen, totalt 170 timer. (Rapport fra Eiendomsetaten rev. 11-06). Tromsø kommune gir ifølge rapporten ca. 100 timer undervisning. Rektorene ønsker mer, men har ikke mer tilgang på bassenger.

Ifølge undersøkelser utført av Norges Svømmeforbund blant sine instruktører behøves minimum 40 timer for et barn å bli svømmedyktig, altså til utgangen av 4. klasse. Dette harmonerer med behovet definert av den faglige ekspertise i Tromsø til 170-timer.

Flere norske kommuner sliter med å tilfredsstillere denne lovpålagte svømmeundervisning, dokumentert i stor undersøkelse som ble foretatt i 2009 som viste at bare halvparten av tiåringene her i landet er svømmedyktige. (Utdanning nr. 7 - 8. april 2011).

I Samferdsels- og miljøkomiteens merknader i forbindelse med behandling (11.02.2009) av *Plan for idrett og friluftsliv i Oslo 2009-2012* vises det til undersøkelser som fastslår at 80 % av 10-åringer i

Oslo ikke kan svømme. Elever i Osloskolene får i dag 10 timer svømmeundervisning i løpet av hele skoletiden. Svømmeundervisningen i Oslo er ikke tilfredsstillende. Faktisk alarmerende dårlig.

Oslo har idag mer enn 3 000 klasser på barne- og ungdomstrinnet som behøver 170 timer fordelt på 10 klassetrinn. Altså 17 timer pr år i gjennomsnitt. Legges det til grunn at en bassengenheter (med kapasitet til en klasse) kan brukes til opplæring 30 timer pr uke og 40 uker pr år blir behovet mer enn 42,5 bassengenheter pr 2012. Dette øker til 50 stk. i 2018 og til 57 stk. i 2027.

Oslo har i dag mindre enn 20 bassenger egnet for opplæring, og det er åpenbart at behovet ikke kan tilfredsstilles uten øket bassengkapasitet.

IDRETTENS BEHOV

Svømmeidrettene har dokumentert behov for fire nye svømmehaller tilpasset idretten (*Plan for idrett og friluftsliv i Oslo 2009 – 2012*).

FUNKSJONSHEMMEDES BEHOV

Bassengtrening er en av de mest effektive former for trening hvor stort sett alle muskelgrupper aktiviseres. På landsbasis regner man med at ca. 3,5 % av befolkningen har en relativt høy grad av funksjonshemming, dvs at det i Oslo er ca. 21 000 potensielle brukere av varmtvannsbasseng. Reumatikere er et eksempel på en gruppe hvor bassengtrening gir god og langsiktig helsegevinst. Behov for varmtvannsbassenger er større enn tilbudet.

FOLKETS BEHOV

Ved å analysere publikums behov for folkebadning ved et årlig besøkstall får vi fram nødvendig kapasitet og størrelse på anlegget /-ene. Denne nødvendige størrelse og innhold gir også god kapasitet for opplæring, kroppsøving, klubber, lag og foreninger. Slike analyser har Asplan Viak gjennomført i 18 år med bakgrunn i besøksstudier av norske- og utenlandske badeanlegg. Analysenes treffsikkerhet kan jo ikke måles før mange år senere siden anleggene etter analyse skal finansieres, utvikles, prosjekteres, bygges og drives noen år.

Gamle modeller for besøksanslag var enkle og unyanserte, og de bygde på erfaring med gamle svømmehaller. På 1990- tallet utviklet vi vår egen modell som vi anvendte på potensielle badeanleggsprosjekter. Flere av de analyserte prosjekter har blitt realisert på bakgrunn av analysen, og fått opptil 12 års driftstid, og analysene har vist seg å være gode. Analysemodellen skiller mellom besøkende fra fastboende og reiseliv, den nyanserer befolkningsgrunnlaget, og den nyanserer reiselivsbesøket. I tillegg drøftes viktige besøksfaktorer som konkurrerende anlegg, værforhold med mer.

Vi betrakter det billett kjøpende publikum; folkebaderne. De viktigste faktorene som påvirker besøkstallet er:

1. Badets attraksjonsverdi
2. Befolkningsgrunnlaget
3. Reiseliv
4. Konkurrerende tilbud (badeanlegg og andre fritidstilbud)
5. Været / geografi (dårlig vær er godt vær for innendørs badning)
6. Kultur for badning (innland / kyst)

7. Åpningstider
8. Billettpris
9. Service

For å stipulere sannsynlig besøk i fremtidige badeanlegg i Oslo drøftes her de enkelte faktorer, og sammenlignes med 4 eksisterende badeanlegg:

Østfoldbadet Askim fra 2000 med kostnad i dag ca. 110 mill kr.

Drammensbadet fra 2007 med kostnad i dag ca. 400 mill kr.

Sørlandsbadet i Lyngdal 2007 med kostnad i dag ca. 140 mill kr.

Eriksdalsbadet i Stockholm fra 1999 med kostnad i dag ca. 1000 mill kr.

Disse anlegg er interessante på hver sine måter.

Østfoldbadet

Askim kommune har 13 400 innbyggere. Det er 1 time bilkjøring til de andre Østfoldbyene og en time til Oslo. Østfoldbadets kapasitet er ca. 550 samtidig besøkende og har årlig ca. 160 000 besøk.



Drammensbadet

Drammen kommune har ca. 65 000 innbyggere og Drammensregionen har ca. 155 000 innbyggere. Drammensbadets kapasitet er ca. 1000 besøk samtidig, og har årlig ca. 360 000 besøk.



Sørlandsbadet i Lyngdal kommune Vest-Agder med 7900 innbyggere og regionen har ca. 40 000 med betydelig del reiselivs-virksomhet. Kapasitet ca. 450 besøk samtidig. Besøket er ca. 160 000 billettkjøpere årlig. I tillegg kommer skolebading og gjester i treningssenter til sammen ca. 40 000.



Eriksdalsbadet

Stockholm kommune har ca. 870 000 innbyggere mens det større tettstedet Stockholm har 1,4 millioner innbyggere. Eriksdalsbadets kapasitet er ca. 2500 besøk samtidig, og har årlig ca. 1,2 millioner besøk.



2.1. Badets attraksjonskraft

Badets attraksjonskraft påvirker besøkstallet fra både nære og fjerne potensielle brukere. Det påvirker også befolkningsgrunnlaget ved at et attraktivt badeanlegg har et større omland enn et mindre attraktivt anlegg.

Attraksjonskraften av anlegget dannes av:

- A. badets innhold / tilbud
- B. badets størrelse
- C. hvordan tilbudene er organisert i badet
- D. badets arkitektur
- E. beliggenhet / omgivelser
- F. tilgjengelighet
- G. service og pris

F; tilgjengelighet betyr ikke bare fysisk tilgjengelighet, men også åpningstider. Badet må være tilgjengelig når folk ønsker det og ha åpningstider som er lette å huske.

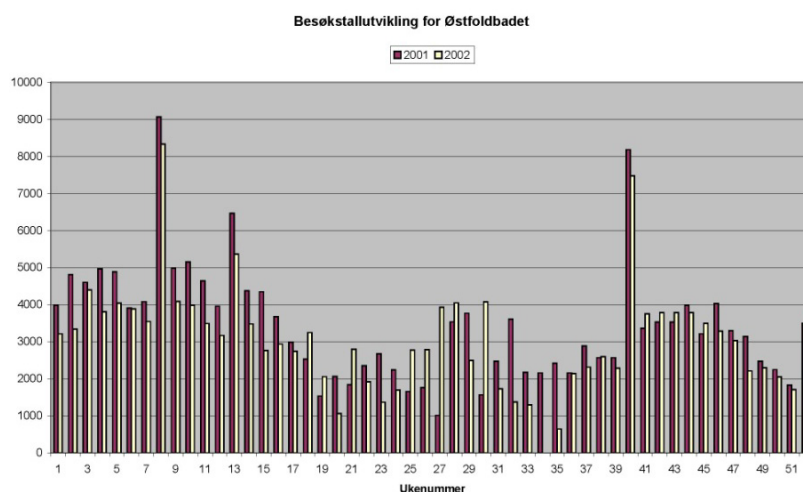
De andre punktene forutsetter vilje til kvalitetstenkning og vilje til investering.

Ambisjonene for badet bør være høye, og vi forutsetter i utgangspunktet at badeanleggene blir blant de mest attraktive badeanlegg i Norge slik at sammenligningen med de nevnte badeanlegg er reell.

3.2. Besøk fra fastboende

Besøk fra fastboende badegjester kommer ujevnt fordelt gjennom året og ujevnt fordelt over uka. Også ujevnt fordelt over dagen. Det er på fritiden det store besøket av billett kjøpende publikum er. På dagtid foregår skolebading, men også pensjonister, arbeidsløse, enslige fedre og -mødre er i større og større grad brukere av moderne folkebad. I helgene er besøket betydelig høyere, særlig i dårlig vær. Værets betydning kommer vi tilbake til senere.

Høstferie, vinterferie, påske og fridager er spesielt gode besøksperioder slik vi ser i figuren til høyre som viser typiske uketallsbesøk for 2 påfølgende år i Østfoldbadet i indre Østfold. De beste måneder er erfaringsmessig januar, februar, mars, juli, oktober, og november. I desember er det juleforberedelser som har fokus for mange, mens juledagene kan være gode.



De beste uker er typisk vinterferie, påskeferie og høstferie.

Variasjonene år om annet skyldes mest været.

Befolkningsgrunnlaget for et badeanlegg er som sagt avhengig av badets attraksjonsverdi fordi et attraktivt badeanlegg har større omland enn et mindre attraktivt anlegg. Erfaringer viser at gjester kjører langt for å besøke attraktive anlegg på fritiden. Sørlandsbadet har gjester fra Tvedestrand 17 mil unna og de har mange fra Rogaland som forteller om reiseavstander på 2,5 timer til attraktive badeanlegg. Imidlertid regner vi ikke så store avstander når vi definerer **befolkningsgrunnlaget i tre kategorier:**

1. Kommunens innbyggere

2. Nære nabokommuner med kjøreavstand 0,5 time
3. Fjerne naboer med kjøreavstand mellom 0,5 og 1 time.

Befolkningsstruktur

Sted	kommune	Kommunen	Nære naboer	Fjerne naboer
Oslo		600 000	300 000	400 000
Askim		15 000	35 000	1 000 000
Lyngdal		7 900	34 000	100 000
Drammen		65 000	100 000	1 200 000
Stockholm		870 000	500 000	700 000

Analysemodellen bygger på erfaringen at besøksfrekvens for dem som bor i kommunen er 2,5 ganger i gjennomsnitt pr. år. For nære naboer er gjennomsnittlig besøksfrekvens 1,0 og for fjerne naboer er frekvensen 0,1.

Dette tilsier besøkstall fra Oslos innbyggere på ca. $600\,000 \times 2,5 = 1\,500\,000$ årlig.

Fra nære nabokommuner vil det komme ca. 300 000 årlig, og fra fjerne nabokommuner 40 000.

Til sammen 1 840 000 besøk årlig for et attraktivt badeanlegg i Oslo.

I praksis vil det ikke være hensiktsmessig å lage ett badeanlegg stort nok til å kunne motta så stort besøk, **derfor betrakter vi foreløpig analysen som potensialet for samlet besøk i Oslo** og drøfter dette senere i analysen.

Usikkerhet i anslaget gjør at vi sier at **besøket vil bli mellom 1 600 000 og 2 100 000** årlige billett kjøpere fra fastboende i regionen.

I tillegg kommer besøket fra reiselivet som vi ser på under.

3.3. Besøk fra reiseliv

Fakta viser at reiselivskunder (hotell, hytter og camping) er gode brukere av attraktive badeanlegg. Vi har data for besøk fra reiselivet i badeanlegg for Sørlandsbadet og på Hovden i Setesdal. Vi anser imidlertid ikke disse destinasjonene direkte sammenlignbare med Oslo ettersom de har mer innslag av hytter og camping enn Oslo har.

Besøkstallet fra reiseliv på Hovden har variert fra 48 000 til 65 000 årlig med gjennomsnitt 54 000.

I lille Lyngdal kommer mellom 70 000 og 90 000 besøk i Sørlandsbadet fra reiselivet.

Tabellen viser sammenligning Hovden - Lyngdal - Oslo.

	Private hytter i primærregion	Kommersielle sengeplasser	Camping-plasser Antall
Oslo	2 500	20 500	9
Hovden	2 000	1 200	3
Lyngdal	3 000	3 200	15

Hovden er hovedsakelig en vinterdestinasjon preget av sesongdrift. Lyngdal er i hovedsak en sommerdestinasjon. Oslo er en helårsdestinasjon.

Vi tør anslå besøkspotensialet fra reiseliv til mellom 200 000 og 400 000 årlig ved attraktivt badeanlegg.

3.4. Korreksjon for konkurrerende tilbud

Dette kapittel (og de påfølgende kapitler) er med for å korrigere besøksanslagene opp eller ned ettersom lokale forhold avviker i positiv- eller negativ retning i forhold til referanseanleggene.

Med konkurrerende tilbud mener vi i tillegg til badeanlegg også andre fritidstilbud.

Av badeanlegg i regionen er det Drammensbadet, Østfoldbadet i Askim, Risenga i Asker som er konkurrentene. Det nærmeste i Oslo er Tøyenbadet som stor svømmehall.

Frognerbadet er konkurrent på fine sommerdager da det uansett er lite besøk i innendørs badeanlegg.

Så er det planer om et lite badeanlegg på Røa og et større på Økern som kan dekke noe av behovet. Ellers er det kulturtilbud og naturen som er konkurrentene om kundenes fritid når de skal finne på noe utenfor hjemmet. Kulturtilbud har Oslo mest av, og vi vil korrigere ned besøkspotensialet i badeanlegg skjønnsmessig med 10 % for dette. Tilsvarende **180 000 til 250 000 færre besøk**.

3.5. Korreksjon for været / geografi

Dårlig vær er det beste været for innendørs badeanlegg. På dager med fint vær har Østfoldbadet gjerne under 100 besøkende mens en tilsvarende dag med dårlig vær gir 800 besøk.

I Oslo er været lignende som i Askim, Drammen og Lyngdal, så vi korrigerer ikke for denne faktor.

3.6. Korreksjon for badekultur

Enkelte steder har man ikke kultur for å bade offentlig, og der slår det negativt ut for badebesøket. I Oslo har man mer normal badekultur, og vi ser ikke grunn til å justere noe for forskjeller fra de sammenlignende anlegg.

3.7. Korreksjon for åpningstider

Det er viktig å ha åpent når folk ønsker det, badet må være tilgjengelig.

Vi forutsetter at åpningstiden i Oslobadet blir minst 70 timer pr. uke slik at denne faktor ikke innvirker på besøkssammenligningen.

3.8. Korreksjon for billettpris

I Norge er det ikke tradisjon for å betale mye for å bade. For den vanlige type badetilbud (svømmehaller) kan man heller ikke kreve mye betalt, fordi det er moderat attraktivt for de fleste. Moderne folkebad har tilbud til alle aldersgrupper, og som heldagstilbud vil man betale mer. Faste brukere får kjøpt rabatterte billetter, klippekort og årskort.

Sammenlignet med andre heldagstilbud blir også moderne badeanlegg billige (til sammenligning koster dagskort i en slalombakke gjerne 300 kr). Billettpriser varierer noe mellom de forskjellige moderne badeanlegg og noen steder etter hvor lenge man bader.

Sørlandsbadet har ingen begrensning på badetiden, gjennomsnitt billettpris er ca. 85 kr.

Østfoldbadet har tilsvarende gjennomsnitt billettpris ca. 95 kr

Vi forutsetter her at billettprisene i gjennomsnitt blir mellom 85 og 95 kr for at denne faktor ikke skal innvirke på antall besøk i sammenligningen.

OPPSUMMERING BESØKSPOTENSIAL

• Fra fastboende i regionen	1 600 000 – 2 100 000
• Fra reiseliv i regionen	200 000 – 400 000
• Korreksjon for konkurrenter	minus - 180 000 – 250 000
• Korreksjon for værforhold	0
• Korreksjon for badekultur	0
• Korreksjon for åpningstider	0
• Korreksjon for billettpriser	0
SUM publikumspotensial	1 620 000 – 2 250 000 årlig
i attraktive moderne folkebad.	

I tillegg kommer skolebadingen og lag og foreninger.

Ifølge SSB og Oslo kommunes «Befolkningsframskriving for Oslo 2013 – 2030» vil befolkningen være økt med ca. 30 % midt i det nye badeanleggets levetid (ca. 800 000 innbyggere rundt 2027).

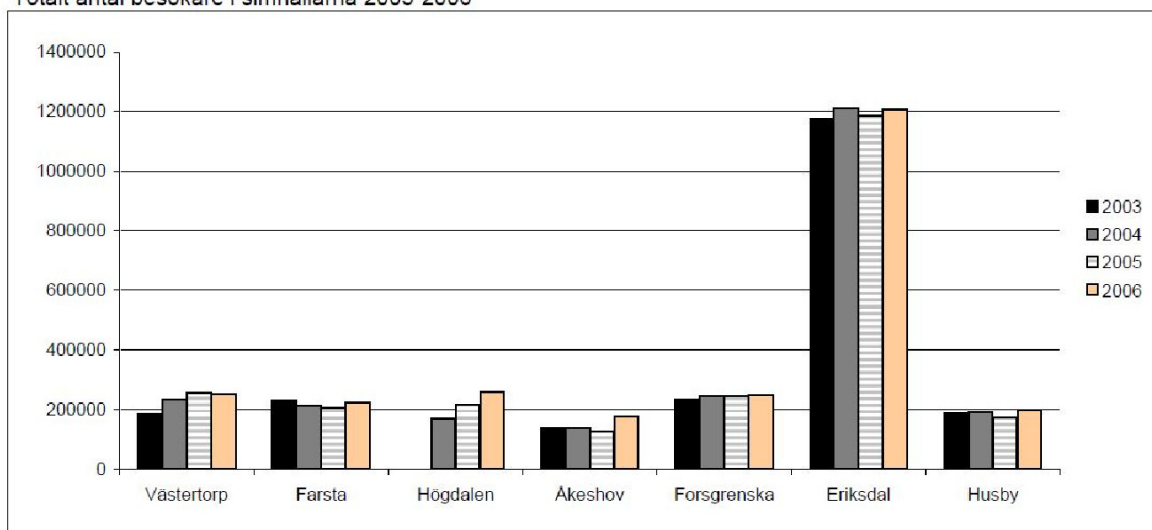
Da vil etterspørselen være badeanlegg som kan motta 2,1 – 2,9 mill besøk årlig.

3.9. Stockholm

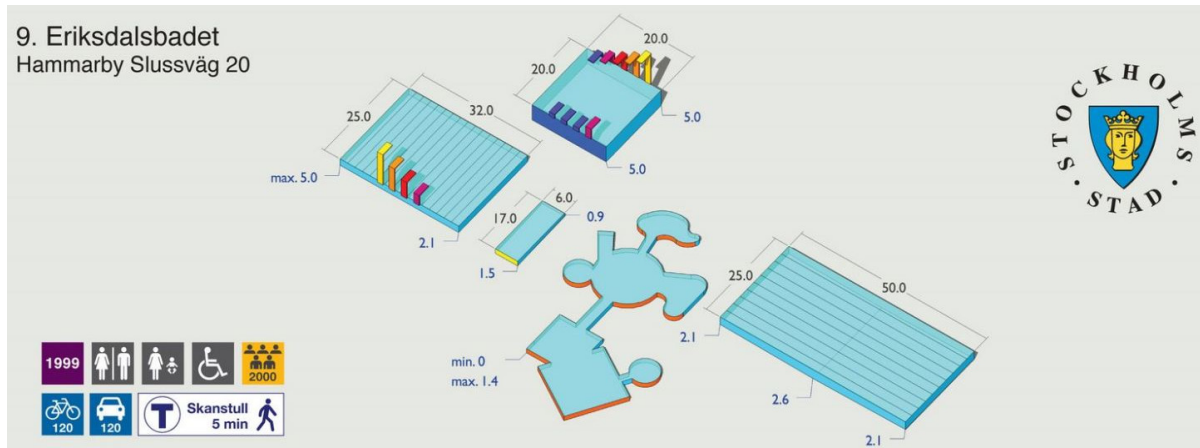
Oslo er spesiell i forhold til andre kommuner i Norge ved sin størrelse. Vi kan også se demografiske forskjeller ved høy andel innbyggere med innvandringsbakgrunn og spørre oss om dette har betydning for badebesøk. Vi ser da til Stockholm for å trekke erfaringer fra stor by med lignende demografi som Oslo. Stockholm har 7 svømme- / badeanlegg av noe størrelse med samlet besøk ca. 2,5 millioner besøk årlig, se figur under.

Eriksdalsbadet ble bygget i 1999. De trodde de skulle få 750 000 besøk årlig, men får 1,2 millioner besøk. Erfaring fra Eriksdalsbadet er at det ofte er fullt og at også gjester med innvandrerbakgrunn er gode brukere. Det er underdekning på badeanlegg også i Stockholm.

Totalt antal besökare i simhallarna 2003-2006



9. Eriksdalsbadet
Hammarby Slussväg 20



4 Hva slags badeanlegg trenger Oslo?

Oslo er særdeles dårlig dekket med svømme-/ badeanlegg. De eksisterende anlegg er gamle og umoderne. Svømmeundervisningen er utilfredsstillende, og innbyggernes behov dekkes ikke. Ved å etablere gode folkebad vil man sikre gode badeanlegg for opplæring, svømmetrening, konkurranseanlegg og folkehelsen. Markedet for badeanlegg i Oslo er stort og godt og gir grunnlag for å utvikle badeanlegg med god økonomi. Et stort anlegg som skal dekke hele behovet er ikke mulig i praksis, men etablering av flere folkebad gir mindre transportbehov og stor trivsel i nærmiljøet.

Teknisk levealder for badeanlegg er rundt 40 år og Oslos nyeste er 30 år gammel. Ved utlevd levealder må man totalrenovere anleggene med kostnad i nærheten av tilsvarende kostnad for nybygg, eller man kan sanere anlegget og bygge nytt. Det siste er vanligvis å foretrekke ettersom levetiden etter renovering ikke er like lang som ved nybygg. Dessuten har behovene endret seg på 40 år, og man klarer ikke å imøtekomme dagens ønsker ved rehabilitering. Kulturdepartementet krever også kommunal garanti for 40 års drift for å yte tilskudd av spillemidler.

Oslos badeanlegg bør fases ut til fordel for mer moderne folkebad.

RÅD: Hold de eksisterende Oslobadene («publikumsbadene») i drift uten store rehabiliteringer inntil moderne folkebad er bygget som erstatning snarest mulig.

Oslo behøver etter vårt syn 6 stk. moderne folkebad til erstatning for dagens Oslobadene.

1 stk hovedbad med kapasitet ca. 1 mill besøk årlig og god idrettsbad- avdeling.

5 stk gode bydelsbad som kan motta ca. 250 000 besøk årlig.

Disse vil inneholde kapasitet for svømmeopplæring tilsvarende ca. 3 bassenger pr anlegg og da ca 18 enheter. (I tillegg bør eksisterende skolebassenger opprettholdes og suppleres etter en nærmere plan.)

Gjennomføres dette vil kommunens økonomi bli bedre enn i dag samtidig som innbyggerne vil bli mer fornøyde, sunnere og mer svømmedyktige.

Alternativt til et stort hovedbad og fem bydelsbad kan man variere anleggenes størrelse mer slik det framgår i kapittel 7 for å dekke behovet.

Økern: På Økern er det planlagt et badeanlegg i forbindelse med forretningssenter. Ut i fra tilgjengelig informasjon skal dette bli relativt stort, men planene for badeanlegget er ikke utviklet særlig langt. Dersom Økernbadet blir realisert, kan dette muligens fylle rommet til 2 av de foreslåtte 5 gode bydelsbad dersom det utvikles riktig, eller tilsvarende et «områdebad» omtalt i kapittel 7.

Røa: Røabadet er utviklet noe lengre, men ut i fra tilgjengelig informasjon om innhold og størrelse vil det ikke fylle rommet til mer enn et halvt av de foreslåtte bydelsbad tilsvarende et «lokalbad» omtalt i kapittel 7.

Uansett er det stort (akutt) behov for nytt Hovedbad. Erfaringsmessig tar det ca. 5 år før et badeanlegg står ferdig fra beslutning om bygging er fattet på en klarert (ferdigregulert) tomt, og i 2018 vil Oslos befolkning være økt til ca. 700 000.

5. Hovedbadets størrelse og innhold

Her programmeres et badeanlegg med passende kapasitet til å motta anbefalt kapasitet 1 million besøk årlig. Det må da være plass til ca. 2400 gjester samtidig. Ca. halvparten av gjestene vil være i bassengene, 25 % på landområdene og 25 % i garderober, dusjrom, toaletter eller på vei ut- og inn av anlegget. Til sammenligning har Trondheims hovedbad kapasitet 1200 (Pirbadet) og Kristiansands hovedbad kapasitet 1000 samtidig besøkende (Aquarama ferdig mars 2013). Idrettsbadet (avdeling for svømming, stuping, mosjon med mer) utvikles som god arena for svømmesportens idretter.

Størrelsen på Hovedbadet vil da bli ca. 10 000 m² bruksareal på hovedplanet fordelt med ca. 3 500 m² vannarealer, ca. 3 500 m² landarealer i badet og ca. 3 000 m² servicearealer som vestibyle, serveringsarealer / kjøkken, garderober, dusjer, toaletter, lagre med mer. Tekniske rom kommer i tillegg, og disse plasseres hovedsakelig i kjeller rundt bassengkroppene.

I tillegg kommer eventuelt også trimrom, møterom og annet som er naturlige tilleggsfunksjoner til badeanlegg.

Badet bør inndeles i avdelinger med delvis forskjellig karakter etter bruk og funksjon.

Brukergruppene er mange, og hver brukergruppe ønsker seg i løpet av sitt opphold å benytte flere avdelinger. Anlegget bør ikke seksjoneres for mye i mange lukkede avdelinger fordi det medfører unødig trafikk, mer tilsyn og mindre trivsel ved at det ofte vil oppleves stusselig alene ved lite besøk. Avdelinger kan etableres ved fornuftig plassering av områder etter funksjon og ved hjelp av planter, glass og mindre bygningselementer.

Erfaringer forteller at følgende avdelinger gir god trivsel:

- **Familiebad** med arealer for småbarn, større barn, sklier, lek, sprut, strøm og varierte vanddybder, serveringsarealer og oppholdssoner.
- **Velværebade** med varmt vann, vannmassasje, motstrømsaggregater, boblebad, dampbad, badstu og kaldtvann.
- **Helsebad** med varmt vann, vannmassasje, motstrømsaggregater og kaldtvann.
- **Idrettsbad / mosjon** med svømmebasseng og stupanlegg.
- **Ungdomsavdeling** med stuping, klatring, rutsjing, fossefall, strøm og oppholdssoner overlapper andre avdelinger.
- **Utebad** med varmt vann for opphold ute vinter som sommer.

Avdeling Funksjons-/ rombetegnelse	Vannareal m ²	Landareal m ²	Kommentarer
Idrettsbad / mosjon Svømmebasseng 50 x 25 meter 10 baner Dybde 2,25 m Opplæring og svømmetrening	1250	850	Hovedsakelig i henhold til NSF spes. Type B. Med 2 heve-/ senkebrygger for inndeling i kortbanebasseng 25 x 25 meter. Midtbrygga deles i 4 og 6 baner for samtidig svømming i lang- og kortbane. Temperatur 27°C. Heve-/senkebunn fra 2,25 m dybde til tørt arrangementsgolv med mål 25 x 9,5 m for opplæring av 2 skoleklasser i tillegg til svømmetrening for opptil 3 skoleklasser samtidig.
Stup-basseng 25 x 20 m, dybde 5m	500	480	Temperatur 27 - 30°C. Trapp i full bassengbredde. Bobleanlegg tilsv. Pulsair for alle høyder.

Stupanlegg		(90)	Brett og plattformer fra 1 til 10 m ihht. NSF-spes.
Tribuner 1500 sittepl.		750	Min 350 faste- og 1150 mobile.
Støtterom		180	Sekretariat, oppropsrom, toaletter, dopingrom, lager med mer etter NSF-spesifikasjon.
Familiebad			
Småbarnsbasseng m kafeområde	50	200	For småbarnsfamilier. Lek og trygghet i vann 34°C. Dybde 0,15 til 0,3 meter med fontener og sklie. Oppholdssone på land med benker og småbord.
Barnebasseng / opplæring	80	80	For større barn. Første svømmetak, lek og trygghet Dybde 0,6 – 0,9 meter. Benk i vannet. 31 °C.
Bølge-/ opplærings- basseng	500	200	Dybde 0 - 1,8 meter 28 m langt med jevnt fallende bunn. Bølgehøyde 1,1 meter med flere bølgemønstre programmert. Uten bølger er bassenget ideelt for opplæring av barn. 31°C.
Strømkanal	200	100	Elv med bredde 2 – 2,5 meter, dybde 1,2 meter for bruk med- og uten ringer 31°C. Lagerplass for ringer.
Breisklie	40	5	Med kun en inn- og utgang.
Langsklie	20	50	Ca 140 m lang, diam ca 1,5 m, fallhøyde ca 10 m for dobbelringer og kropp m elektronisk tidtaking.
Brattsklie	10	40	Ca 50 m lang, diam 0,8 m, fallhøyde ca 10 m.
Klatrevegg	0	0	På kanten av bølgebassengets dype del 3 m høy og 4 m brei.
Boblebad	12	10	Stort boblebad for 20 personer 38°C
Velvære- / helsebad			
Varmtvannsbasseng	170	160	16,7 x 10 m inkl rampe 34°C, dybde 1,0 til 1,5 m
Varmtvannsbasseng	200	150	Friere form, begge med motstrømsdyser, massasjedysere, sittebenker og liggebenker.
Varmkulp	30	30	For 30 personer 38°C
Boblebad	6	6	For 12 personer 40°C
Boblebad	6	6	For 12 personer 42°C
Utebad	50	50	For helårsbruk 38°C. Varmekabler på landområde.
Kaldkulp	4	6	For 2 personer 10°C dybde 1,2 m
Badstu		25	80°C. Inkl andel forplass utenfor med benk og dusj
Dampbad		15	45°C. Inkl andel forplass utenfor med benk og dusj
			Oppholdssoner er programmert med landområder
Helsebad	120	120	Varmtvannsbasseng 12,5 x 8,5 m med heve-/ senkebunn med dybder fra 0 til 1,7 meter. 34°C med rampe, vannmassasje og motstrømsanlegg.
Ungdomsbad			Hopp og stup i svømmebassenget (i idrettsbadet) Klatrevegg på bassengkanten i familiebadet.

Surfebasseng	120	50 100	Vannrutsjebane med landingszone. Oppholdssone. Surfebasseng for liggende, knestående og stående surfing.
SUM	3368	3663	

Servicearealer			
Vestibyle, inngangsparti	400		Med vindfang, sittegrupper, butikk og toaletter
Resepsjon, kjøkken, servering, betjening, kasser	170		Inklusiv lagre og salg til tørr- og våt side. Betjener besøkende med billetter og kafeteriavarer så vel til badet som til vestibyle.
Garderobes, dusjer, toaletter, badstuer	1700		Kjønnsdelte hovedgarderobes med enkelte skiftebåser uten dører. Tørkeareal mellom garderobe og dusjrom. 20 dusjhoder til hvert kjønn med små skillevegger mellom (halvmeters). Inklusiv 5 stk HC/ familiegarderobes a ca 12 m2.
Spesialgarderobes Garderobes til helsebad	300		Garderobes til helsebad med dusjer og alt, inklusiv spesialgarderobes.
Badevaktrom, rengjøringsrom, lager, kontorer, møterom	300		Hovedsakelig på hovedplanet
SUM	2870		

Teknisk underetasje			
Bassenger og tanker	3500		Tilpasses byggets hovedform
Avfallsrom og fjernlager	50 + 50		Nær trapp og heis
Driftssentral	35		
Personalgarderobes 2 stk.	60		
Lagre kjemikalier	40		2 x 20 m2
Svakstrømsrom	50		
Tavlerom	50		
Teknisk areal og føringsveier	3500		Tilpasses byggets hovedform
Trapperom og heis	20		
Disponibelt	2546		Vanligvis blir det full kjeller av hensyn til fundamentering, atkomst og lignende.

Anlegget utformes universelt med planfri inngang til hovedetasjen med atkomstzone hvor HC-parkering etableres.

Sum bruksareal hovedetasje 3368 + 3663 + 2870 = 9901 m²

Her inngår gangarealer og innervegger.

Bruttofaktor for sjakter og yttervegger 1,07 x 9901 gir **brutto grunnflate 10 600 m²**.

PARKERING

Behov for parkeringsplasser avhenger av lokalisering med infrastruktur rundt tomte og kollektivtrafikk. Man skal være oppmerksom på at det til anlegget vil komme gjester fra betydelig reiseavstand, og 300 parkeringsplasser for personbiler i umiddelbar nærhet må anses som et minimum. Det må også være bussoppstillingsplasser for TV-overføring og for grupper som ankommer i buss.

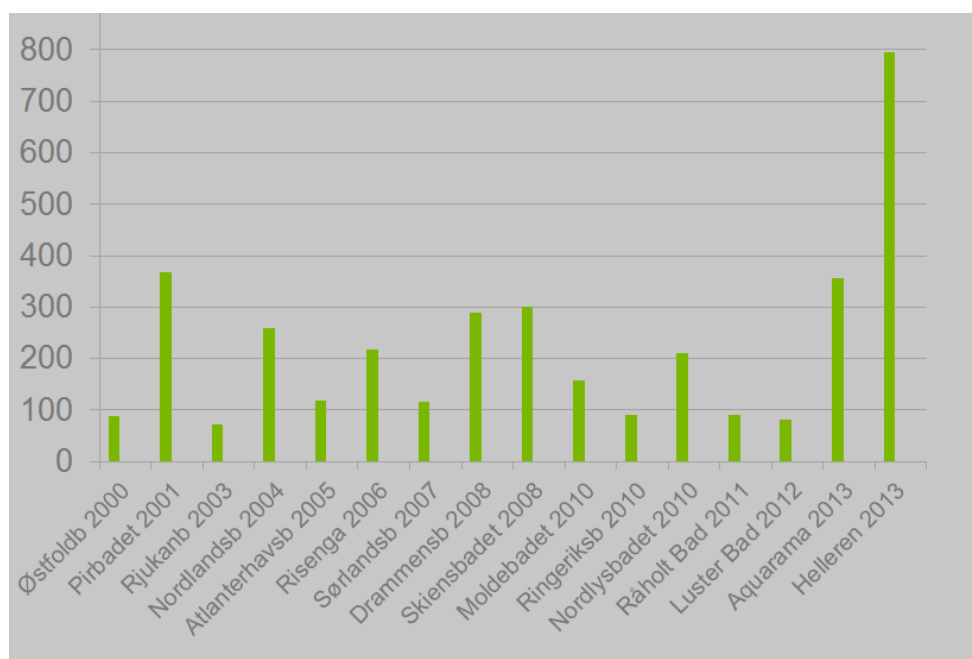


Også nye idretter finner
plass i moderne folkebad
Her representert med
surfing og klatring i
Aquaramabadet
og i Lustrabadet

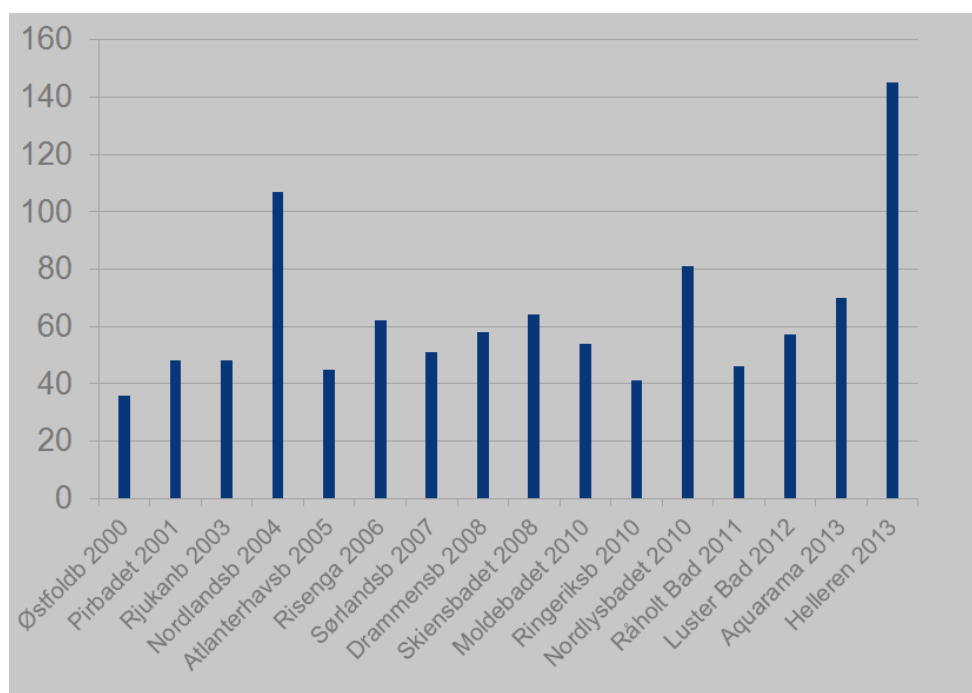


6. Byggekostnader og tilskudd

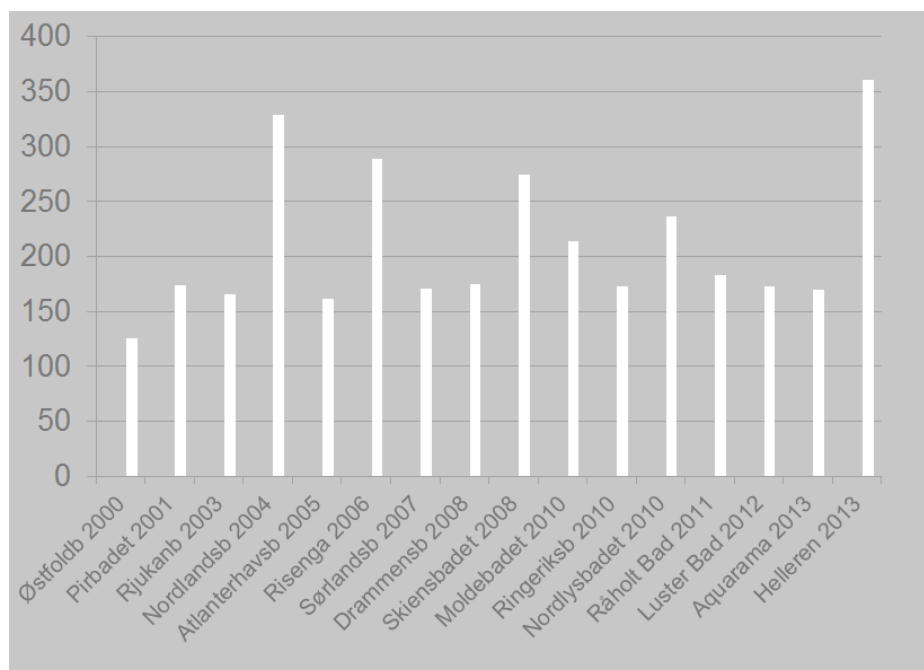
Som grunnlag for kostnadsvurdering av nytt badeanlegg anvendes på programstadiet erfaringstall fra svømme-/ badeanlegg gjennomført de senere år. Vi har studert kostnadsbildet for 16 gjennomførte badeanlegg og tatt med alle kostnader knyttet til prosjektene som tomtekostnader, infrastruktur. Kostnadene er så fordelt på grunnflaten og på vannflatene som jo er selve primærarealene i svømme- og badeanlegg. Asplan Viak har vært direkte involvert som rådgiver i 8 av de 16 prosjektene. Kostnadene for hvert anlegg er indeksregulert fra sine gjennomføringsår fram til januar 2012 etter Statistisk sentralbyrås byggekostnadsindeks.



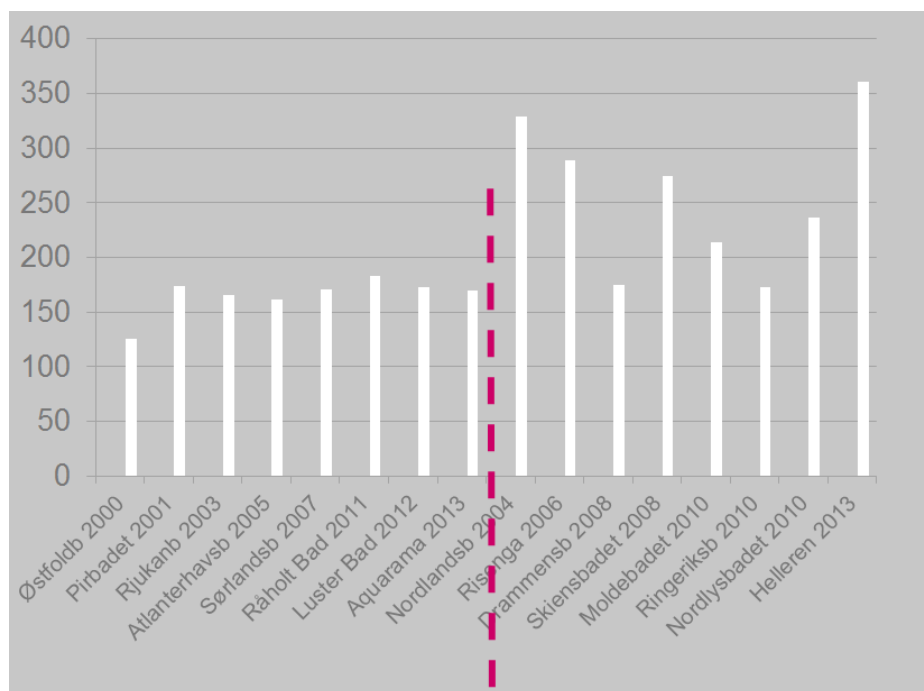
Figur 5.1 Prosjektkostnader eks moms 16 norske badeanlegg.



Figur 5.2 Blå søyler er 1000 kr/m² grunnflate. Tallene er eks moms.



Figur 5.3 Hvite søyler er 1000 kr/m² vannflate. Tallene er eks moms.



Figur 5.4 Som 5.3, sortert rådgivning Asplan Viak

Gjennomsnittskostnad for alle 16 anlegg er ca. 63 000 kr/m² grunnflate og ca. 210 000 kr/m² vannflate.

Dette gir kostnadsoverslag for Hovedbadet 688 mNOK eks. moms.

Usikkerheten i overslaget er i henhold til figur 1: Pluss 70 % og minus 20 %

Ved beste gjennomføringsstrategi* vil kostnadene bli 578 mNOK eks moms.

Gjennomsnittskostnad for 8 anlegg er ca. 55 000 kr/m² grunnflate og ca. 170 000 kr/m² vannflate.

Vi anvender gjennomsnittet av kostnad pr m² vann og kostnad pr m² grunnflate.

Usikkerheten reduseres da også til pluss 20 % og minus 10 %.

* Se kapittel 9.

TILSKUDD?

Dersom kommunen eier og driver anlegget vil det være mulig å oppnå ca. 10 - 15 % av byggekostnaden i tilskudd av spillemidler. Dette forutsetter ikke-kommersiell drift og offentlig garanti for drift i 40 år. Avklaring med Idrettsavdelingen i Kulturdepartementet må gjennomføres.

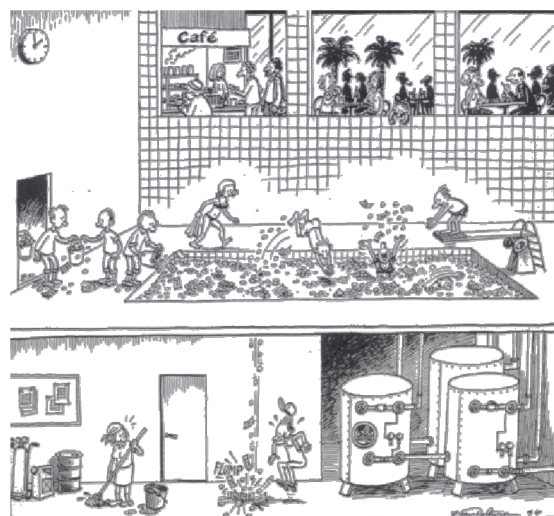
7. Driftsøkonomi; inntekter - driftskostnader

Asplan Viak har opparbeidet en databank for driftsøkonomi for norske badeanlegg som gir grunnlag for å stipulere fremtidige inntekter og kostnader i badeanlegg.

Dette henger nært sammen med:

- Anleggsstørrelse
- Anleggsutforming
- Besøksstall
- Åpningstider

Vi skiller mellom driftskostnader og kapitalkostnader ettersom kapitalkostnadene vil være der uavhengig av driften.



INNTEKTER

BILLETTINNTEKTER

Besøkspotensialet for publikumsbesøk i Oslo er så stort at det blir anleggets kapasitet som begrenser besøket (kapittel 3). Anleggets kapasitet er i praksis 1 million besøk årlig. («I praksis» brukes her som uttrykk fordi det teoretisk er mye høyere kapasitet. Det vil være ledig kapasitet på tider som er lite attraktive, og det vil være ledig kapasitet på dager med fint vær.) Vi anslår ut i fra erfaringer andre steder at 800 000 besøk er billett kjøpende publikum og at 200 000 besøk kommer fra skoler, lag og foreninger.

Billettpriser er for andre badeanlegg omtalt i pkt. 3.8 og forteller om gjennomsnittlige billettpriser mellom 85 og 95 kr.

Dette gir billettinntekter mellom 68 og 76 mNOK.

KAFETERIASALG

I badeanlegg varierer omsetning pr. besøk i kafeteria, og det er flere faktorer som spiller inn. Badets karakter har mye å si; anlegg hvor gjestene blir lenge selger mer. Man blir både sulten og tørst av å bade, og har man det godt, så kjøper man mer. Salg av iskrem er god butikk. Menyen er viktig; godt utvalg gir bedre salg. Kapasitet er viktig; flere badeanlegg merker at kafeteriaomsetningen pr. besøk går ned ved stort besøk fordi det er stor kø. Østfoldbadet omsetter ca. 35 kr pr. besøk i kafeen sin. Noen badeanlegg driver kafeteria selv, mens andre har leiet (driften) bort. For enkelhets skyld betrakter vi her kafeteriaen som bortleiet slik at vi ikke blander inn varekjøp med mer i økonomien. Netto bidrag kan settes til mellom 10 og 15 kroner pr. besøk som tilsvarer 8 til 15 mNOK årlig.

SALG ARTIKLER

Dette er håndklær, badetøy, sjampo med mer som gir netto ca. 3 - 5 kr/besøk.
Inntekten vil da bli mellom 2 og 4 mNOK årlig.

SKOLEBADING

Inntekter fra kommunal skolebading i kommunens anlegg blir budsjettregnskap. Det er vanlig å verdsette skolebesøk til 40 kr pr elev. Hovedbadets kapasitet for skolebading er opptil 5 klasser samtidig 30 timer pr uke i 40 uker som tilsvarer $25 \times 5 \times 30 \times 40 = 150\ 000$.
Her regnes $100\ 000 \times 40 = 4$ mNOK

LAG OG FORENINGER

Svømmeklubber, stupeklubber, revmatikerforeninger og flere vil gjerne ha mye tid i bassengene.
Vi regner $100\ 000 \times 40$ kr i snitt også for disse som blir 4 mNOK.

SAMMENDRAG INNTEKTER mNOK

		LAVEST	HØYEST
Billettinntekter	kr	68	76
Kafeteria	"	8	15
Salg artikler	"	2	4
Skolebading	"	3	5
Lag og foreninger	"	3	5
SUM INNTEKTER årlig		84	105

DRIFTSKOSTNADER mNOK

Utgangspunkt i flere badeanleggs regnskap justert for størrelse, tall i mill kr.
En del kostnader har sammenheng med besøkstallet, og dette er korrigert.

		LAVEST	HØYEST
Personalkostnader badet	40 - 60 årsverk à kr 500 000	20,0	30,0
Energikostnader	5 - 8 mill kWh à kr 0,8 -1,0	4,0	8,0
Vann og kloakkavgift	100 000 - 160 000 m ³ à kr 25	2,5	4,0
Kjemikalier og forbruksvarer		1,0	2,0
Forsikringer og øvrige driftskostnader		2,0	3,0
Vedlikehold		2,0	4,0
Markedsføring		0,5	1,0
SUM DRIFTSKOSTNADER	årlig	32,0	52,0

KAPITALKOSTNADER

Ikke beregnet.

Driftsøkonomien vist ovenfor gir 40 – 60 millioner kroner overskudd til betjening av kapitalkostnader som bør være tilstrekkelig for betjening av all nødvendig kapital.

For tilstrekkelig kundefokus bør driften forestås av aksjeselskap (gjerne 100 % kommunalt), ikke KF.

8. Alternative moderne badeanlegg

Som alternativ til Hovedbad med og 5 bydelsbad, kan man nyansere anleggene mer. Et moderne folkebad som åpnet i mars i Kristiansand er i størrelse mellom disse og kan i Oslo dekke flere bydeler. Som «Områdebad» kan nyåpnede Aquarama i Kristiansand være eksempel på.

Som Bydelsbad kan Sørlandsbadet i Lyngdal fra 2007 stå som eksempel med suksess.

Vi kan også tenke at det enkelte steder kan være hensiktsmessig med mindre lokalbad som Hundsund bad på Fornebo kan være eksempel på.

For å tilfredsstille behovet kan vi se for oss

	Hovedbad Oslobadet	Områdebad	Bydelsbad	Lokalbad
Årlig besøk million	1	0,5	0,25	0,15
Kapasitet samtidig besøk	2 400	1 200	600	300
Svømmebasseng	50 x 25	50 x 25	25 x 12,5	25 x 12,5
Stupebasseng	25 x 20	-	-	-
Stuphøyder	1+3+5+7,5+10	1+3+5+7,5+10	1+3+5	1+3+5
Tilskuerplasser	1 500	500	100	50
Familiebassenger	8 stk 900 m ²	6 stk 400 m ²	4 stk 300 m ²	1 stk 50 m ²
Varmtvannsbassenger	2 stk 300 m ²	2 stk 220 m ²	1 stk 110 m ²	1 stk 110 m ²
Surfebasseng	1 stk 120 m ²	1 stk 120 m ²	-	-
Samlet fotavtrykk Ca. BYA m ²	10 000	5 500	2 700	1 400
Prosjektkostnad eks. moms ca. mill kr	600	350	140	90
Tilskudd spillemidler Ca. mill kr	70	40	15	15
Driftskostnader Ca. mill kr eks. kapital og avskrivning	42	25	16	8
Inntekter Ca. mill kr	90	45	20	8

AQUARAMA ÅPNET ETTER EN 17 ÅR LANG PROSESS

– Vi har fått det beste resultatet man kunne tenke seg

Aquarama vil gjøre folkehelsen bedre og byen mer attraktiv, mener ordfører Arvid Grundekjøn.

KRISTIANSAND TANGEN

Freidag kunne han ikke anslå om det har vært smakket om i snart fire år.

– Det har vært en styrt år lang prosess, men så fikk vi det beste resultatet man kunne tenke seg, sa ordfører Arvid Grundekjøn da han åpnet Aquarama. Inne i anlegget var alle allerede gjestene i ferd med å bekle badekåper til badeanlegget.

– Dette kunne bli meget å frykte tilbake til byen, men det er vi flere som skal være glad i den diskusjonen, spesielt den utlyste, Kristiansandens. Kjell Rønk Værne som har vært ut i badeanlegget sammen med sønnen Daniel Værne (9).

Da ble de første betalende gjestene i Aquarama.

Nye å føle
Grundekjøn mener Aquarama er den siste i en lang rekke investeringer som har gjort byen Fornet Kilden, så lådt og ut Aquarama.

Aquarama blir regnet som et av de beste anleggene i landet både når det gjelder utvalg og svømmeanlegg. Det betyr i treve fall utvalget som har tegnet det.

– Men dette er ikke bare viktig for alderen, men også for folkehelsen. Det er et godkjent anlegg her til tross menneskene så har et det utvalg som kan man for å holde seg i form, sier Grundekjøn til Fædrelandsvennen.

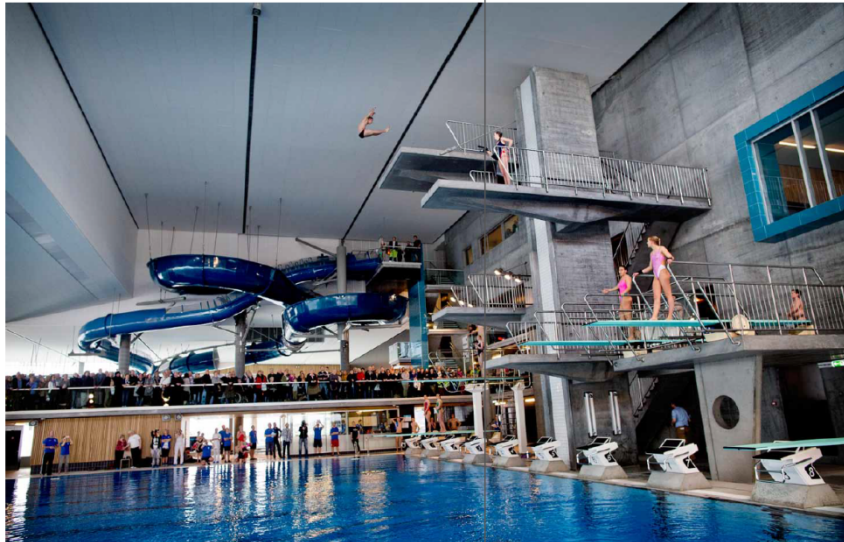
– Tillegg er dette viktig for å styrke byens profil. Dette vil gjøre oss mer attraktive, legger han til.

Selv har han konkurrert som svømmer i en ferd i badeanlegg, og han gikk jevnlig i badeanlegg for han ble vant til Kristiansand.

– Jeg var absolutt på meg selv som en personell trener, sier han.

Spent
Aquarama er bygd som et offentlig grønn samarbeid. Det vil si at private eier de kommersielle delene av bygget, slik som hotell og næringsanlegg. Innsatsen fra bygging og drift skal være offentlig.

De første gjestene etter åpnings-



ENKELT FERD: Aquarama har kostet rundt en milliard å bygge og har 10 000 besøkende for svømming og spa. Spaanlegget skal være det best i landet og bli åpnet av tidligere ordfører Per Sjørd Sjørd. FOTO: TORSTEN BEN



ÅPNINGSFEST: Aquarama har kostet rundt en milliard å bygge og har 10 000 besøkende for svømming og spa. Spaanlegget skal være det best i landet og bli åpnet av tidligere ordfører Per Sjørd Sjørd. FOTO: TORSTEN BEN



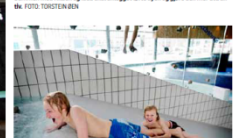
FAKTA
Aquarama
• Et av BRU, Kruse Smith og Kristiansand kommune.
• Det har kostet rundt en milliard å bygge. Av dette skal Kristiansand kommune en andel på 543 millioner.
• Basismål er på 50 x 25 meter og har kapasitet



STOLE: Med full gaffel og vakkert smil ble Aquarama åpnet for publikum. Daglig leder Livet Mørst i Aquarama og David Florve Rønk i BRU Eriksen AS ble i sin publikum sammen med badeanlegget. FOTO: TORSTEN BEN



ÅPNINGSFEST: Aquarama åpnet fredag etter å ha vært planlagt siden 1997. Sammen med Kilden og Sids skal anlegget lafte byen og gjøre den mer attraktiv. FOTO: TORSTEN BEN



DISKURANT: Aquarama har 17 bassenger. Her er Adnan Andersen-Rajbers (17) og broren Amran Andersen-Rajbers (17) på vei ut av svømmebassene. – Vi har fligge å være her, sier Adnan. FOTO: TORSTEN BEN



Faksimile Fædrelandsvennen 23. mars 2013

9. Gjennomføringsstrategi

Flere folkebad har hatt store problemer knyttet til økonomi, framdrift og konflikter mens andre folkebad går på skinner uten problemer. Byggekostnader kommer ut av kontroll som illustrert i kapittel 6, og valg av gjennomføringsstrategi forklarer dette. Tilsvarende illustrasjoner kan gjøres for framdrift som også kommer ut av kontroll for flere folkebad mens andre har kontroll. Forskjellig konfliktnivå kommer naturligvis tilsvarende, og man kan pådra seg langvarig smerte før byggesaken kan avsluttes ved valg av feil strategi for gjennomføring.

Enda værre er det om det endelige resultatet ikke er optimalt utviklet, for det skal jo drives minimum de neste 40 år, og det er ikke bare for høye kapitalkostnader som tynger kommuneøkonomien. Dersom ikke folkebadet er optimalt tilrettelagt for enkel betjening, renhold og vedlikehold blir også driftskostnadene for høye. Kun ett ekstra årsverk betyr 19 mill kr gjennom levetiden. Inntektene er enda viktigere ettersom det er snakk om flere millioner kroner i årlig inntektsforskjell mellom gode og mindre gode folkebad som gjennom levetiden kan bli hundrevis av tapte millioner kroner.

Hvordan man kontraherer rådgiver (inkludert arkitekt) varierer, likeså varierer kontraheringen av entreprenør og valg av entreprisemodell. Vi belyser her erfaringer fra de forskjellige aktuelle modeller / strategier. I bunnen må målet ligge:

Oslo skal ha de best mulige folkebad de neste 40 år. De best besøkte med best økonomi, best miljø og minst feil.

Aktuelle gjennomføringsstrategier for utvikling av folkebad:

- OPS (Offentlig - Privat Samarbeid) for bygging og drift
- Plan- og designkonkurranse før prosjektering
- Totalentreprisekonkurranse
- Rådgiverkonkurranse (inkludert arkitekt) og generalentreprise eller hovedentreprise

Disse omtales under her med fordeler og ulemper.

9.1 OPS (Offentlig - Privat Samarbeid) for bygging og drift

OPS er en moderne gjennomføringsstrategi anvendt på noen samferdselsprosjekter og ett folkebad; Aquarama Kristiansand. Dette er et slags kjøp på avbetaling hvor kommunen betaler et årlig beløp i eksempelvis 40 år og deretter overtar anlegget. Kristiansand kommune inviterte private eiendomsutviklere til å gi dem idrettshall og svømmeanlegg og ga dem i tillegg anledning til å bygge hotell og næringsarealer på sentral bytomt. 7 prosjektutviklere meldte interesse hvorav 2 leverte tilbud som begge gikk utover reguleringsplanen. Prosjektet ble gjennomført fra 2008 til 2013. Suksesskriterier for modellen er at privat interesse er tilstede i tilstrekkelig omfang for konkurranse og at disse ser fortjenestemulighet.

Ulempe at privat finansiering er dyrere enn offentlig. Årlig millionbeløp i differanse medførte at Kristiansand kommune ønsket å kjøpe andeler underveis for å redusere leiekostnaden.

Modellen vanskeliggjør tilskudd av spillemidler ettersom det er krav om at private deltakere ikke kan tjene penger på prosjektet. Modellen krever betydelige juridiske ressurser, og suksess forutsetter at private insitamenter i form av næring, hotell og lignende er tilstede på aktuell tomt. Modellen medfører risiko for at valgt tilbyder ikke har beste rådgiver på laget for utvikling av optimalt folkebad for innbyggerne.

Framdriften kan med OPS-modell bli middels med prosjektperiode 5 - 6 år.

9.2 Plan- og designkonkurranse før prosjektering

Flere kommuner har valgt plan- og designkonkurranse som start på folkebadsprosjekt. Resultatene har blitt for dyre prosjekter med lengst gjennomføringstid og høye konfliktnivåer. Modellen medfører høy risiko for at valgt tilbyder ikke har beste rådgiver på laget for utvikling av optimalt folkebad for innbyggerne, hvilket er helt avgjørende for suksess. Mange prosjekter har havarert med denne modellen og har måttet re-starte med annen modell. Driftsøkonomien blir også vanligvis dårligere enn for de beste folkebad. Strategien frarådes.

9.3 Totalentreprisekonkurranse

Totalentreprisekonkurranse velges av og til som gjennomføringsstrategi på et tidlig tidspunkt fordi det framstår som en rask og lettvinns løsning.

Ulempen er prosjekt med for dårlig kvalitet til for høy pris. Kort utviklingsfase uten de beste rådgivere (garantert) gir for lav kvalitet. Endringer koster for mye, og de dårlige kvalitetene vil belaste driftsøkonomien i all framtid. Lavt besøk, høye driftskostnader og små inntekter vil bli resultat. Totalentreprisekonkurranse kan imidlertid vurderes etter en grundig utvikling og detaljert prosjektering, men er helt uegnet som gjennomføringsstrategi i tidligfase for badeanlegg. Strategien frarådes.

9.4 Rådgiverkonkurranse og generalentreprise eller hovedentreprise

Rådgiverkonkurranse (med arkitekt) sikrer kommunen den beste kompetanse å utvikle og å gjennomføre folkebadet sammen med dersom konkurransen venter kompetanse høyere enn pris. I motsetning til totalentreprise hvor rådgiverteamet legges under entreprenøren, beholder kommunen disse gjennom hele prosjekterings- og byggetiden.

Framdriften kan bli den raskeste ettersom nødvendige prosesser kan foregå parallelt.

Riktig kvalitet sikres til lavest mulig kostnad fordi man har sikret seg kunnskap om hvor man kan spare og hvor man ikke kan spare. Strategien gir lav risiko og god styringsmulighet og sannsynlig lavt konfliktnivå sammenlignet med andre alternativer. Hensiktsmessig entrepriseform vurderes underveis i prosjektutviklingen.

Denne gjennomføringsstrategien framstår som den eneste gode for å utvikle gode folkebad.

Byggherren holder da en liten prosjektadministrasjon med støtte av rådgivergruppen. Velges denne gode vei, vil kostnadene og usikkerheten minimeres ref. kapittel 6.

Det tar vanligvis 4 - 5 år å få realisert et badeanlegg på beste og raskeste vis etter avklart lokalisering. God kvalitet henger sammen med tilstrekkelig tid til prosjektering og bygging.

Viktig å påpeke at det store hovedbadet må komme før de mindre bydelsbad fordi et det vil bli trengsel og mistriivsel som følge av altfor stor pågang av kunder.

Driftsmodell

Driften av badeanlegg må være i offentlig regi for å få spillemidler. Dette kan foregå som KF (kommunalt foretak) eller AS hvor det siste gir størst insitament til sunn økonomisk drift.

Imidlertid er spørsmålet om moms betydelig, og her kan det være en forskjell. Kommunalt AS kan få momsrefusjon og billettene blir momsbelagt med 8 %. Et KF gir momskompensasjon. Det mest gunstige avgiftsmessig vil være momskompensasjon, da får man moms igjen både på investeringer og driftskostnader - uten at badebilletten blir momspliktig. En del forhold må vurderes for å få til en gunstig modell – og modellen må selvsagt godkjennes på forhånd av skattemyndighetene og Kulturdepartementet.

For å bli spillemiddelberettiget må en del forhold være tilfredsstillt som kommunen vanligvis oppfyller. Dersom private deltakere skal delta på eier- eller driftssiden, er det krav fra Kulturdepartementet om at disse ikke skal kunne tjene penger på prosjektet. Dette begrenser naturligvis interessen for deltakelse, og private investorer må eventuelt se ringvirkninger eller idealisme som motivasjon for å bruke penger på folkebadet. Det er utvilsomt et ønske både i fra Kulturdepartementet om å få realisert velfungerende badeanlegg i Norge, og de virker interessert i dialog som kan føre frem til en modell som er gunstig for alle parter. Dette må også godkjennes på forhånd.

For eventuelt å få med private investorer og samtidig ivareta kravene som departementet stiller i forhold til spillemidler så må man definere muligheter og verdier som finnes i ringvirkningene som skapes av folkebadet. Disse ringvirkningene må gjøres så interessante at private investorer ser nytten og fortjenestemuligheten i kjølvannet av slike anlegg. Her kan finnes muligheter som også kan kombineres med at kommersielle aktører kan ta deler av driften av anlegget.

Optimal driftsmodell kan utvikles parallelt med utviklingen av prosjektet for øvrig.

Sandvika april 2013
Asplan Viak AS
Eyvind Øglænd Marcussen