



Zurück auf der Erfolgswelle

Die Pandemie traf das «**Sole Uno**» in Rheinfelden hart – jetzt liegen die Besucherzahlen wieder auf Vor-Corona-Niveau.



Das Besucheraufkommen im «**Sole Uno**» in Rheinfelden hat sich nach Beendigung der Coronamassnahmen wieder normalisiert. Bild: zvg



Dennis Kalt

Turbulente Zeiten liegen hinter dem Fricktaler Wellness-Tempel, dem «Sole Uno» in Rheinfelden. Reduzierung der maximalen Belegung, 3G- oder 2G-plus-Zutrittsbeschränkungen und Zwangsschliessungen – je nach coronabedingten Einschränkungen erlitt das Wellness-Bad einen Aderlass zwischen 20 und 100 Prozent des Aufkommens an Besuchenden.

«Durch die Auswirkungen der Pandemie ist die Haupteinahmequelle von heute auf morgen ohne die Möglichkeit einer Einflussnahme versiegt», fasst es Betriebsleiter Sven Malinowski rückblickend zusammen und schiebt nach: «Es entstand eine besorgniserregende Situation, die mit andauernder Zeit auch zu existenziellen Fragen geführt hatte.»

Konkret verzeichnete das «Sole Uno» 2020 einen Rückgang um 39 Prozent gegenüber 2019 mit rund 510 000 Eintritten. 2021 sank die Zahl der Eintritte gar um 51 Prozent.

Besucher-Run nach Aufhebung der Massnahmen

In der letzten Phase der Mass-

nahmen, dort galt vom 20. Dezember bis zum 16. Februar die 2G-plus-Zugangsbeschränkung, erlitt das «Sole Uno» nochmals einen Rückgang der Eintritte um 30 Prozent. Doch unmittelbar nach der Aufhebung der Massnahmen normalisierte sich das Besucheraufkommen wieder. So sagt denn Malinowski: «Seit Mitte Februar liegen wir auf dem Niveau von 2019.»

Befürchtungen, dass der Run an Besuchenden nach Aufhebung der Massnahmen ausbleiben würde, hatte Betriebsleiter Sven Malinowski weniger. Einerseits aus der Erfahrung heraus, dass bereits nach Ende des zweiten Lockdowns im Frühling 2021 die Eintritte wieder nach oben schnellten. Andererseits, weil das Bedürfnis nach Wellness und Erholung ein Grundbedürfnis und die Bad Rheinfelden AG ein «am Markt etabliertes Unternehmen» sei.

Im Gegensatz zu anderen Dienstleistungsbranchen, aus denen viele Fachkräfte während Coronamassnahmen abwanderten, musste sich im «Sole Uno» während der Pandemie niemand auf die Suche nach einem neuen Job machen. Malinowski sagt: «Wir haben keine Gehälter

gekürzt.»

Während die Pandemiejahre mit starken Umsatzeinbussen einhergingen, stiegen gleichzeitig Personal- und Betriebskosten. Malinowski sagt: «Beispielhaft sind etwa ein grösserer Reinigungsaufwand und der zusätzliche Aufwand für organisatorische Massnahmen wie ein Testcenter.»

Gehälter nicht gekürzt, Aderlass vermieden

Malinowski verhehlt nicht, dass man in den letzten zwei Jahren wirtschaftlich vorsichtig agiert habe. Im Gegenteil: «Einige geplante Projekte wurden zurückgestellt und werden nun realisiert», sagt er. Ein Beispiel etwa ist die neue Website mit Online-shop, die im August realisiert wird. Über diesen können Gäste zukünftig ihren Eintritt buchen, um so Wartezeiten vor Ort an der Kasse – bei hohem Aufkommen – zu vermeiden.

Eine der nächsten Massnahmen an der Infrastruktur sei die Ausweitung der Saunalandschaft. Das «Sole Uno», so Malinowski, werde und könne sich ständig weiterentwickeln, um den Ansprüchen der Gäste zu entsprechen.