



Zastępca Prezydenta Miasta Szczecin

Michał Przepiera

pl. Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin

tel. +4891 43 51 100, fax +4891 42 30 806

mprzepie@um.szczecin.pl • www.szczecin.eu

Szczecin, dn.¹ lipca 2026 r.

Pan

Wojciech Dorżynkiewicz

Radny Rady Miasta Szczecin

Nasz znak: WZP-III.0003.6.2026.KP

Dotyczy: interpelacji nr 2090

W odpowiedzi na interpelację nr 2090 dotyczącą funkcjonowania Fabryki Wody, przekazuję poniżej informacje, których dotyczy ww. interpelacja.

1. Ile osób odwiedziło Fabrykę Wody od momentu jej otwarcia do teraz? Proszę o podanie frekwencji w rozbiciu na miesiące. Jak kształtuje się frekwencja w części edukacyjnej (Centrum Edukacyjne) w porównaniu do części aquaparkowej?

Odpowiedź:

	Liczba wejść do obiektu	Liczba wejść do Edukatorium
Rok 2024		
czerwiec	51 429	2 169
lipiec	82 848	3 535
sierpień	79 116	2 848
wrzesień	40 891	2 628
październik	37 436	3 084
listopad	37 917	3 995
grudzień	43 797	3 247
Rok 2025		
styczeń	56 717	2 447
luty	67 906	4 933
marzec	49 106	3 283
kwiecień	39 907	2 245
maj	49 260	3 818
czerwiec	56 235	3 607
lipiec	77 385	2 550
sierpień	79 049	2 123
wrzesień	36 129	2 905
październik	51 308	3 326
listopad	51 681	1 645
grudzień	52 768	1 691

Rok 2026		
styczeń	69 993	1 227
luty	64 036	2 172
marzec	49 825	1 113
kwiecień	43 543	906
maj	49 658	1 662

2. Jakie są dotychczasowe wpływy z tytułu sprzedaży biletów wstępu do Fabryki Wody? Proszę o podanie kwoty łącznej oraz w rozbiu na każdy miesiąc. Jak wygląda struktura sprzedaży biletów (ile sprzedano biletów normalnych, ulgowych, rodzinnych, a ile wejściówek do strefy edukacyjnej vs. strefy basenowej)?

Odpowiedź:

Poniższa tabela obejmuje przychody ze sprzedaży ze stref basenowych, strefy saun, Edukatorium i lodowiska.

Przychód (netto w złotych)	
rok 2024	
czerwiec	2 594 572 zł
lipiec	3 855 505 zł
sierpień	3 528 716 zł
wrzesień	1 565 279 zł
październik	1 329 813 zł
listopad	1 387 346 zł
grudzień	1 558 790 zł
RAZEM	15 820 020 zł
rok 2025	
styczeń	1 910 034 zł
luty	2 368 073 zł
marzec	1 501 852 zł
kwiecień	1 300 642 zł
maj	1 649 434 zł
czerwiec	2 048 403 zł
lipiec	3 021 535 zł
sierpień	3 067 503 zł
wrzesień	998 704 zł
październik	1 676 250 zł
listopad	1 725 579 zł
grudzień	1 792 681 zł
RAZEM	23 060 689 zł
rok 2026	
styczeń	2 360 969 zł
luty	2 578 658 zł
marzec	1 712 547 zł
kwiecień	1 606 065 zł
maj	1 877 656 zł
RAZEM	10 135 895 zł

Poniższa tabela obejmuje wyłącznie liczbę sprzedanych biletów normalnych, ulgowych i rodzinnych w strefie aquapark. Dodatkowo wskazuję, że wejścia do strefy odbywają się również na podstawie karnetów, kart benefitowych, wejść grupowych, wydarzeń itp., co nie jest odzwierciedlone w poniższej tabeli:

Aquapark					
rok 2024		rok 2025		rok 2026	
czerwiec		styczeń		styczeń	
Normalny 2h	5 536	Normalny 2h	2 804	Normalny 2h	2 472
Ulgowy 2h	4 516	Ulgowy 2h	2 181	Ulgowy 2h	2 096
Normalny cały dzień	2 794	Normalny cały dzień	840	Normalny cały dzień	698
Ulgowy cały dzień	3 368	Ulgowy cały dzień	712	Ulgowy cały dzień	550
Rodzinny 2h	6 852	Rodzinny 2h	1 298	Rodzinny 2h	1 027
Rodzinny cały dzień	9 174	Rodzinny cały dzień	1 219	Rodzinny cały dzień	943
lipiec		luty		luty	
Normalny 2h	5 849	Normalny 2h	2 853	Normalny 2h	2 635
Ulgowy 2h	4 995	Ulgowy 2h	3 709	Ulgowy 2h	3 289
Normalny cały dzień	4 084	Normalny cały dzień	967	Normalny cały dzień	806
Ulgowy cały dzień	4 363	Ulgowy cały dzień	1 261	Ulgowy cały dzień	1 019
Rodzinny 2h	9 795	Rodzinny 2h	1 588	Rodzinny 2h	1 491
Rodzinny cały dzień	1 335	Rodzinny cały dzień	2 072	Rodzinny cały dzień	1 743
sierpień		marzec		marzec	
Normalny 2h	4 270	Normalny 2h	2 287	Normalny 2h	1 852
Ulgowy 2h	3 819	Ulgowy 2h	2 174	Ulgowy 2h	1 848
Normalny cały dzień	3 576	Normalny cały dzień	595	Normalny cały dzień	457
Ulgowy cały dzień	3 911	Ulgowy cały dzień	506	Ulgowy cały dzień	445
Rodzinny 2h	7 416	Rodzinny 2h	837	Rodzinny 2h	576
Rodzinny cały dzień	5 916	Rodzinny cały dzień	739	Rodzinny cały dzień	566
wrzesień		kwiecień		kwiecień	
Normalny 2h	2 735	Normalny 2h	1 810	Normalny 2h	1 802
Ulgowy 2h	2 233	Ulgowy 2h	1 928	Ulgowy 2h	1 700
Normalny cały dzień	1 454	Normalny cały dzień	588	Normalny cały dzień	425
Ulgowy cały dzień	1 183	Ulgowy cały dzień	551	Ulgowy cały dzień	430
Rodzinny 2h	1 017	Rodzinny 2h	758	Rodzinny 2h	639
Rodzinny cały dzień	1 409	Rodzinny cały dzień	881	Rodzinny cały dzień	664
październik		maj		maj	
Normalny 2h	1 863	Normalny 2h	2 668	Normalny 2h	1 994
Ulgowy 2h	1 370	Ulgowy 2h	2 808	Ulgowy 2h	2 192
Normalny cały dzień	749	Normalny cały dzień	613	Normalny cały dzień	689

Ulgowy cały dzień	634	Ulgowy cały dzień	641	Ulgowy cały dzień	732
Rodzinny 2h	895	Rodzinny 2h	1 484	Rodzinny 2h	797
Rodzinny cały dzień	1 287	Rodzinny cały dzień	778	Rodzinny cały dzień	976
listopad		czerwiec		czerwiec	
Normalny 2h	2 023	Normalny 2h	2 955	Normalny 2h	2 256
Ulgowy 2h	1 372	Ulgowy 2h	3 646	Ulgowy 2h	2 995
Normalny cały dzień	663	Normalny cały dzień	1 312	Normalny cały dzień	743
Ulgowy cały dzień	624	Ulgowy cały dzień	1 806	Ulgowy cały dzień	1 024
Rodzinny 2h	967	Rodzinny 2h	1 425	Rodzinny 2h	902
Rodzinny cały dzień	979	Rodzinny cały dzień	1 703	Rodzinny cały dzień	1 002
grudzień		lipiec			
Normalny 2h	2 086	Normalny 2h	4 108		
Ulgowy 2h	1 453	Ulgowy 2h	5 429		
Normalny cały dzień	749	Normalny cały dzień	22 340		
Ulgowy cały dzień	697	Ulgowy cały dzień	3 258		
Rodzinny 2h	1 027	Rodzinny 2h	2 066		
Rodzinny cały dzień	1 088	Rodzinny cały dzień	3 672		
		sierpień			
		Normalny 2h	4 001		
		Ulgowy 2h	4 681		
		Normalny cały dzień	2 402		
		Ulgowy cały dzień	2 715		
		Rodzinny 2h	1 979		
		Rodzinny cały dzień	4 091		
		wrzesień			
		Normalny 2h	1 009		
		Ulgowy 2h	944		
		Normalny cały dzień	364		
		Ulgowy cały dzień	387		
		Rodzinny 2h	294		
		Rodzinny cały dzień	350		
		październik			
		Normalny 2h	2 156		
		Ulgowy 2h	1 931		
		Normalny cały dzień	689		
		Ulgowy cały dzień	573		
		Rodzinny 2h	898		

Rodzinny cały dzień	1 125
listopad	
Normalny 2h	2 507
Ulgowy 2h	2 211
Normalny cały dzień	642
Ulgowy cały dzień	502
Rodzinny 2h	1 003
Rodzinny cały dzień	908
grudzień	
Normalny 2h	2 051
Ulgowy 2h	1 961
Normalny cały dzień	697
Ulgowy cały dzień	604
Rodzinny 2h	767
Rodzinny cały dzień	908

Poniższa tabela obejmuje liczbę wejść do Edukatorium z podziałem na rodzaje biletów:

Edukatorium					
2024		2025		2026	
czerwiec		styczeń		styczeń	
Normalny na cały dzień - Edukatorium	206	Normalny na cały dzień - Edukatorium	151	Normalny Edukatorium	97
Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	210	Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	198	Ulgowy Edukatorium	84
Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	134	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	218	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	143
Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1 619	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1880	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	903
lipiec		luty		luty	
Normalny na cały dzień - Edukatorium	316	Normalny na cały dzień - Edukatorium	233	Normalny Edukatorium	108
Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	587	Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	310	Ulgowy Edukatorium	124
Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	417	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	498	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	204
Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	2 215	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	3892	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1736
sierpień		marzec		marzec	
Normalny na cały dzień - Edukatorium	216	Normalny na cały dzień - Edukatorium	136	Normalny Edukatorium	56
Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	349	Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	153	Ulgowy Edukatorium	55
Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	308	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	150	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	40
Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1 975	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	2844	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	962
wrzesień		kwiecień		kwiecień	
Normalny na cały dzień - Edukatorium	139	Normalny na cały dzień - Edukatorium	92	Normalny Edukatorium	28
Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	417	Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	114	Ulgowy Edukatorium	49
Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	94	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	99	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	39
Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1 978	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1940	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	790

październik		maj		maj	
Normalny na cały dzień - Edukatorium	100	Normalny na cały dzień - Edukatorium	106	Normalny Edukatorium	54
Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	105	Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	162	Ulgowy Edukatorium	36
Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	138	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	137	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	48
Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	2 741	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	3413	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1524
listopad		czerwiec		czerwiec	
Normalny na cały dzień - Edukatorium	103	Normalny na cały dzień - Edukatorium	61	Normalny Edukatorium	53
Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	154	Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	92	Ulgowy Edukatorium	38
Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	188	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	112	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	53
Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	3 550	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	3342	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1872
grudzień		lipiec			
Normalny na cały dzień - Edukatorium	125	Normalny na cały dzień - Edukatorium	166		
Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	234	Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	235		
Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	180	Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	216		
Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	2 708	Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1933		
		sierpień			
		Normalny na cały dzień - Edukatorium	115		
		Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	178		
		Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	216		
		Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1614		
		wrzesień			
		Normalny na cały dzień - Edukatorium	62		
		Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	106		
		Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	73		
		Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	2664		
		październik			
		Normalny na cały dzień - Edukatorium	54		
		Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	162		
		Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	65		
		Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	3045		
		listopad			
		Normalny na cały dzień - Edukatorium	70		
		Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	72		
		Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	97		
		Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1406		
		grudzień			
		Normalny na cały dzień - Edukatorium	55		
		Ulgowy na cały dzień - Edukatorium	29		
		Rodzinny (2+1) na cały dzień - Edukatorium	51		
		Grupowe, wydarzenia i bilety łączone	1556		

3. Jakie są inne źródła wpływów Fabryki Wody (np. wynajem przestrzeni, gastronomia, usługi dodatkowe, usługi sponsorskie, partnerskie)? Proszę o podanie źródeł oraz odpowiadających im kwot.

Odpowiedź:

Pozostałe źródła przychodów	Kwota netto (zł) od 01.06.2024 r. do 31.05.2026 r.
Gastronomia	9 136 867
Usługi pozostałe (ścianka wspinaczkowa, bowling, SPA, wydarzenia, wynajem powierzchni, parking, sklep)	3 306 447
Umowy o współpracy	2 121 585
RAZEM	14 564 899

4. Jakie były koszty utrzymania i działalności Fabryki Wody od dnia otwarcia do dzisiaj? Proszę o rozbić koszty na główne kategorie (np. wynagrodzenia, media, utrzymanie obiektu, promocja, koszty zewnętrzne) wraz z podaniem konkretnych kwot.

Odpowiedź:

Poniższa tabela przedstawia koszty utrzymania i działalności obiektu Fabryka Wody w okresie od 01.06 2024 r. do 31.05.2026 r. bez amortyzacji i kosztów finansowych.

	od 01.06.2024 do 31.12.2024	2025	od 01.01.2026 do 31.05.2026
Zużycie materiałów i energii	8 706 265 zł	12 372 412 zł	5 042 350 zł
Usługi obce	2 607 404 zł	5 030 714 zł	2 750 465 zł
Podatki i opłaty	522 764 zł	2 074 144 zł	856 627 zł
Wynagrodzenia	14 353 809 zł	21 186 552 zł	7 819 357 zł
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	3 653 157 zł	4 714 623 zł	1 772 600 zł
Pozostałe koszty rodzajowe	656 775 zł	503 206 zł	173 763 zł
Wartość sprzedanych towarów	87 304 zł	209 586 zł	57 351 zł
RAZEM	30 587 478 zł	46 091 237 zł	18 472 513 zł

5. Jaki jest wynik finansowy (zysk/strata netto) Fabryki Wody za pełny rok 2024 oraz 2025?

Odpowiedź:

Wynik finansowy za pełny rok 2024 wynosi -37 308 093 zł, z czego 14 405 230 zł to amortyzacja, a kwota 15 695 460 to koszty finansowe - dotyczące kredytu. W 2024 roku przychody generowane były przez 7 miesięcy (od otwarcia), a koszty przez 12 miesięcy. Wynik finansowy za pełny rok 2025 wynosi -48 554 738 zł, z czego 23 452 008 zł to amortyzacja, a kwota 20 548 062 to koszty finansowe - dotyczące kredytu.

6. Czy członkowie zarządu spółki zarządzającej Fabryką Wody otrzymali nagrody, premie lub inne dodatkowe wynagrodzenia za rok 2024, 2025? Jeśli tak, proszę o podanie ich łącznej wysokości oraz podstawy przyznania. Jakie było całkowite roczne wynagrodzenie (zasadnicze wraz z dodatkami) każdego z członków Zarządu oraz członków Rady Nadzorczej spółki w latach 2024 i 2025? Czy członkom zarządu spółki zarządzającej Fabryką Wody wyznaczono na lata 2024, 2025 oraz 2026 cele zarządcze (tzw. KPI)? Jeśli tak, proszę o wskazanie, jakie to były cele (np. finansowe, frekwencyjne, operacyjne) oraz w jakim stopniu (procentowo lub kwotowo) zostały one zrealizowane przez każdego z członków zarządu w poszczególnych latach. Czy stopień realizacji tych celów miał wpływ na wypłatę wynagrodzenia zmiennego lub premii?

Odpowiedź:

Członkowie zarządu spółki za rok 2024 i 2025 (ani od chwili powstania spółki – tj. od 2017 r.) nie otrzymali nagród, premii, lub innych dodatkowych wynagrodzeń. Jedynym wynagrodzeniem, które jest wypłacane członkom zarządu jest wynagrodzenie stałe miesięczne oraz wynagrodzenie zmienne (roczne).

Zarząd Spółki:

rok 2024	przychód roczny w zł	za okres
Konrad Stępień	250440,00	01.01.2024-31.12.2024
Michał Kaczmarczyk	111599,05	24.07.2024-31.12.2024
rok 2025	przychód roczny w zł	za okres
Konrad Stępień	292795,00	01.01.2025-31.12.2025
Michał Kaczmarczyk	245315,25	01.01.2025-31.12.2025

Członkowie Rady Nadzorczej:

rok 2024	przychód roczny w zł	za okres
Iwona Bobrek	37800,00	01.01.2024-31.12.2024
Maria Wysocka-Orlik	35700,00	01.01.2024-31.12.2024
Grzegorz Wołek	35700,00	01.01.2024-31.12.2024
Szymon Różański	9900,00	01.10.2024-31.12.2024
rok 2025	przychód roczny w zł	za okres
Szymon Różański	43200,00	01.01.2025-31.12.2025
Maria Wysocka-Orlik	18285,00	01.01.2025-20.04.2025
Grzegorz Wołek	44700,00	01.01.2025-31.12.2025
Dorota Pudło-Żylińska	46800,00	01.01.2025-31.12.2025
Kesra Nermed	25110,00	10.06.2025-31.12.2025
Mateusz Meryk	22800,00	01.07.2025-31.12.2025

Członkom zarządu spółki Fabryka Wody wyznaczono na lata 2024, 2025 oraz 2026 następujące cele zarządcze:

Na rok 2024

Dnia 22 kwietnia 2025 r. Rada Nadzorcza, mając na uwadze ustalone przez Zgromadzenie Wspólników dla Członków Zarządu spółki Fabryka Wody sp. z o.o. Cele Zarządcze na 2024 rok, określone dla tych celów wagi oraz stopień ich realizacji, stwierdziła realizację przez Zarząd spółki Fabryka Wody sp. z o.o. następujących celów:

LP	Cel zarządczy	Waga	Stopień realizacji celu %
1	EBITDA (dodatnia bądź równa zero)	0,3	0
2	Otwarcie obiektu AQUAPARK Fabryka Wody (do 30 kwietnia 2024 r.)	0,25	
3	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - zasadne (uwzględnione) skargi klientów	0,15	100
4	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - ograniczona dostępność	0,15	100
5	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - brak dostępności	0,15	100

Na rok 2025

Dnia 10 kwietnia 2026 r. Rada Nadzorcza, mając na uwadze ustalone przez Zgromadzenie Wspólników dla Członków Zarządu spółki Fabryka Wody sp. z o.o. Cele Zarządcze na rok 2025, określone dla tych celów wagi oraz stopień ich realizacji, stwierdziła realizację przez Zarząd spółki Fabryka Wody sp. z o.o. następujących celów:

LP	Cel zarządczy	Waga	Stopień realizacji celu %
1	EBITDA (dodatnia bądź równa zero)	0,25	0
2	Wszczęcie postępowania na wybór wykonawcy – strefa fitness	0,15	100
3	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - zasadne (uwzględnione) skargi klientów	0,20	100
4	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - ograniczona dostępność	0,20	100
5	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - brak dostępności	0,20	100

Na rok 2026

Dnia 10 kwietnia 2026 r. Rada Nadzorcza ustaliła następujące Wagi dla Celów Zarządczych dla Członków Zarządu ustalonych przez Zgromadzenie Wspólników Spółki Fabryka Wody sp. z o.o. na rok 2026:

LP	Cel zarządczy	Waga
1	EBITDA	0,25
2	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - zasadne (uwzględnione) skargi klientów	0,25
3	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - ograniczona dostępność	0,25
4	Efektywność działania obiektu - wskaźnik efektywności - brak dostępności	0,25

Stopień realizacji celów zarządczych na lata 2024 oraz 2025 miał wpływ na wysokość wynagrodzenia zmiennego dla członków zarządu, zgodnie z przyjętą wagą dla danego celu zarządczego.

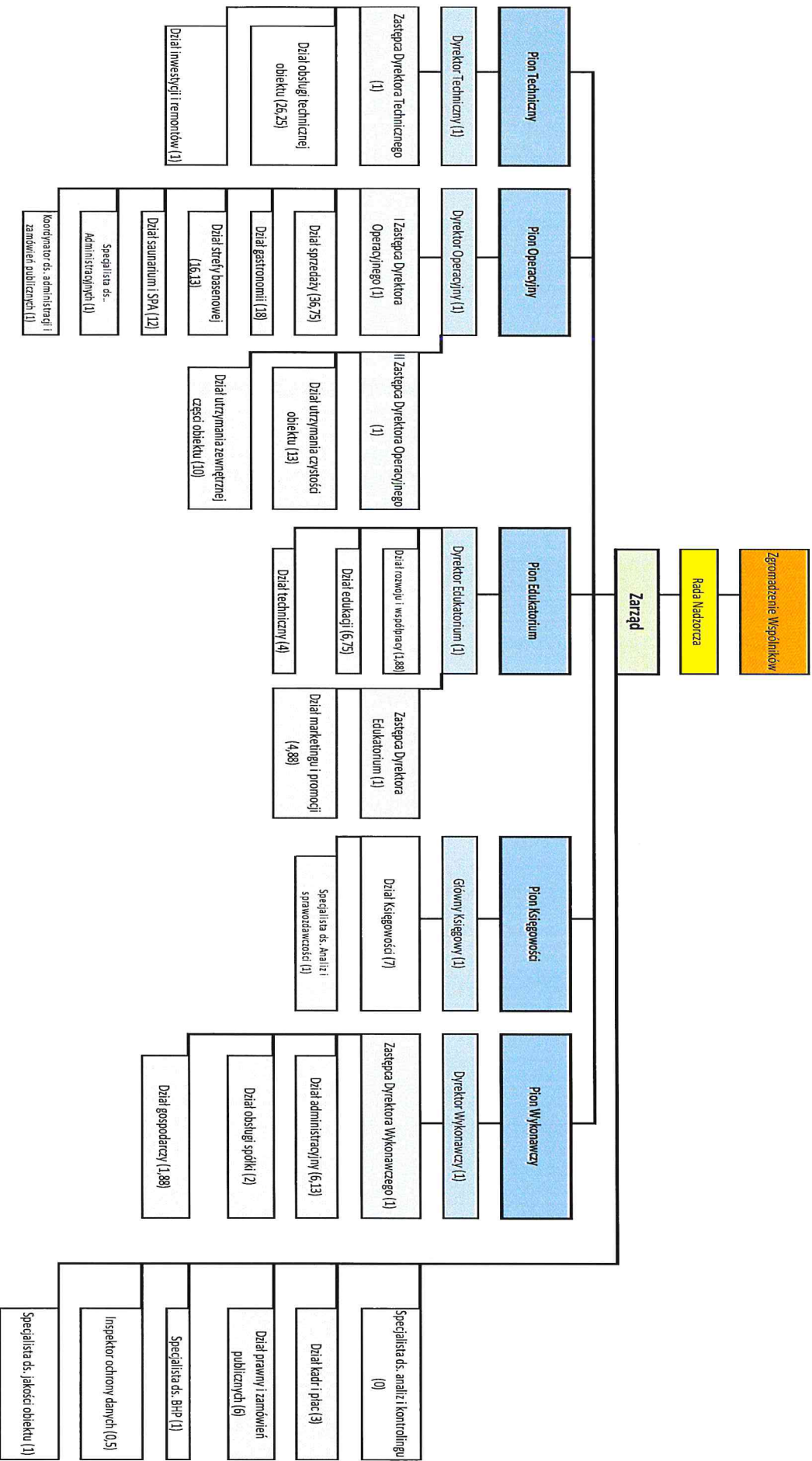
7. Ile osób jest obecnie zatrudnionych w Fabryce Wody? Proszę o podanie liczby pracowników w podziale na administrację i obsługę techniczną/funkcyjną obiektu. Proszę o udostępnienie aktualnego schematu organizacyjnego spółki zarządzającej Fabryką Wody (z uwzględnieniem podziału na pionry, działy lub zespoły). Proszę również o podanie dokładnej liczby osób (w przeliczeniu na pełne etaty oraz z uwzględnieniem umów cywilnoprawnych/B2B) pracujących w każdym z wyodrębnionych zespołów/działów (np. dział marketingu, dział techniczny, dział obsługi klienta, księgowość itp.).

Odpowiedź:

W spółce Fabryka Wody sp. z o.o. zatrudnionych jest obecnie 183,9 osób, w przeliczeniu na pełne etaty, z czego na stanowiskach administracyjnych zatrudnione są 32 osoby. Na podstawie umów cywilnoprawnych/B2B zatrudnionych jest obecnie 7,5 osób w przeliczeniu na pełne etaty zatrudnionych w okresie sezonu letniego w ramach serwisu sprzątającego, obsługi kasowej oraz prowadzenia animacji, dla zapewnienia pełnej płynności obsługi klientów obiektu. 0,5 osoby w przeliczeniu na pełne etaty zatrudnionych jest na stanowisku Inspektora Ochrony Danych.

Poniżej udostępniam strukturę organizacyjną spółki Fabryka Wody ze wskazaniem liczby pełnych etatów w każdej komórce organizacyjnej.

Schemat organizacyjny spółki Fabryka Wody
sp. z o.o. z siedzibą w Szczecinie



8. Proszę o informację jakie działania promocyjne, marketingowe zrealizowała Fabryka Wody od momentu jej powstania. Jakie kampanie marketingowe zostały zrealizowane. Jaki był ich koszt oraz założone i zrealizowane efekty?

Odpowiedź:

Poniższa tabela prezentuje kampanie prowadzone od 2024 r. do 2026 r. wraz z ich celami, zastosowanymi kanałami komunikacji oraz nakładami.

Rok	Działanie promocyjne	Cel	Kanały	Efekt	Nakłady
2024	Działania promocyjne – lato 2024	Wzrost frekwencji w strefie basenowej w sezonie wakacyjnym 2024	Radio RMF	-	14 000,00 zł
	Działania promocyjne na otwarcie Fabryki Wody	Wzrost frekwencji i rozpoznawalności marki wśród mieszkańców Szczecina i regionu w pierwszych tygodniach działalności	Outdoor/prasa/internet	-	100 000,00 zł
	Działania promocyjne regionalne – Stargard 2024	Wzrost liczby odwiedzających spoza Szczecina, w szczególności z powiatu stargardzkiego	prasa/internet	-	1300,00 zł
	Promocja ogólna obiektu – testowanie kanałów social media	Wzrost liczby obserwujących w social mediach; budowanie bazy odbiorców komunikacji	Facebook Ads	Zasięg: 130 366 os. Wyświetlenia: 229 876	3700,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Sylwester Dzieci 2024	Sprzedaż biletów na imprezę sylwestrową dla rodzin z dziećmi	Facebook Ads	Zasięg: 56 343 os. Wyświetlenia: 128 250	228,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Sylwester Sauny 2024	Sprzedaż biletów na imprezę sylwestrową w strefie saun	Facebook Ads	Zasięg: 41 186 os. Wyświetlenia: 95 239	750,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wieczór Saunowy – Halloween 2024	Sprzedaż biletów na wieczór saunowy; wzrost liczby stałych użytkowników strefy saun	Facebook Ads	Zasięg: 28 905 os. Wyświetlenia: 56 299	200,00 zł

Rok	Działanie promocyjne	Cel	Kanały	Efekt	Nakłady
2025	Oferta Fabryki Wody: AquaTeam 2025	Sprzedaż usługi w postaci pakiety zajęć zorganizowanych w ramach szkoły pływania dla dwóch grup targetowych	Radio ESKA, Facebook Ads, Google Ads	Zasięg: 151 540 os. Wyświetlenia: 373 632+ pozostałe działania niemierzalne	11 000,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Bowlingowe Czwartki 2025	Wzrost frekwencji na kręgielni; dotarcie do nowej grupy odbiorców – os. młode, studenci	Facebook Ads	Zasięg: 5215 os. Wyświetlenia: 10 170	100,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Dzień Babci i Dziadka 2025	Wzrost sprzedaży biletów z okazji Dnia Babci i Dziadka	Facebook Ads	Zasięg: 3895 os. Wyświetlenia: 5473	100,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Dzień Chłopaka 2025	Wzrost sprzedaży biletów z okazji Dnia Chłopaka	Facebook Ads	Zasięg: 6351 os. Wyświetlenia: 10 640	100,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Dzień Mamy 2025	Wzrost sprzedaży biletów z okazji Dnia Matki	Facebook Ads	Zasięg: 2637 os. Wyświetlenia: 4263	50,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Dzień Ojca 2025	Wzrost sprzedaży biletów z okazji Dnia Ojca	Facebook Ads	Zasięg: 6927 os. Wyświetlenia: 9849	100,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Edukatorium – Edu inspiracje 2025	Wzrost liczby rezerwacji warsztatów edukacyjnych; pozyskanie grup szkolnych	Facebook Ads	Zasięg: 17 164 os. Wyświetlenia: 16 530	100,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Ferie Zimowe 2025	Wzrost frekwencji wśród rodzin z dziećmi w okresie ferii zimowych	Facebook Ads	Zasięg: 119 555 os. Wyświetlenia: 290 392	300,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Filmy na Leżakach 2025	Wzrost frekwencji podczas wieczornych seansów filmowych; pozyskanie nowych grup odbiorców	Facebook Ads	Zasięg: 41 465 os. Wyświetlenia: 61 441	670,00 zł
	Działania promocyjne –	Wzrost frekwencji w strefie	Radio ESKA, Radio Super FM	-	7900,00 zł

Rok	Działanie promocyjne	Cel	Kanały	Efekt	Nakłady
	lato 2025 (ESKA Summer City)	basenowej w sezonie wakacyjnym 2025			
	Działania promocyjne ogólne FW 2025	Wzrost frekwencji i rozpoznawalności obiektu	Facebook Ads	Zasięg: 9143 Wyświetlenia: 18093	180,00 zł
	Działania promocyjne zagraniczne – Niemcy 2025	Wzrost liczby odwiedzających z Niemiec i spośród Polonii zamieszkałej za granicą	Facebook Ads, Google Ads	Zasięg: 2696 Wyświetlenia: 303048	1070,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Majówka 2025	Wzrost frekwencji podczas długiego weekendu majowego	Facebook Ads	Zasięg: 3678 Wyświetlenia: 6351	500,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Mikołajki 2025	Wzrost sprzedaży biletów i wejść grupowych w okresie mikołajkowym	Facebook Ads	Zasięg: 28 581 os. Wyświetlenia: 48 701	130,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Promocja Świąteczna 2025	Wzrost sprzedaży biletów i voucherów upominkowych w okresie przedświątecznym	Facebook Ads	Zasięg: 57 990 os. Wyświetlenia: 106 200	50,00 zł
	Publikacje reklamowe – prasa i portale	Wzrost rozpoznawalności obiektu w mediach drukowanych i regionalnych portalach	prasa/internet	-	4300,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Półkolonie Letnie 2025	Sprzedaż miejsc na letnie półkolonie 2025; wzrost liczby uczestników programu	Radio ESKA, Radio RMF, Facebook Ads, Google Ads	Zasięg: 87 687 os. Wyświetlenia: 194 559 + pozostałe działania niemierzalne	11 000,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Półkolonie Zimowe 2025	Sprzedaż miejsc na zimowe półkolonie 2025; wzrost liczby uczestników programu	Facebook Ads	Zasięg: 21266 Wyświetlenia: 57753	1000,00
	Oferta Fabryki Wody: Strefa SPA 2025	Wzrost sprzedaży biletów z dostępem do strefy SPA	Facebook Ads	Zasięg: 35 575 os.	73,00 zł

Rok	Działanie promocyjne	Cel	Kanały	Efekt	Nakłady
	Oferta Fabryki Wody: Sylwester Sauny 2025	Sprzedaż biletów na imprezę sylwestrową w strefie saun	Radio ESKA, Facebook Ads, Google Ads	Wyświetlenia: 71 586 Zasięg: 44 563 os. Wyświetlenia: 76 081	3500,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Walentynki 2025	Wzrost sprzedaży biletów w okresie walentynkowym	Facebook Ads	Zasięg: 103 351 os. Wyświetlenia: 186 645	40,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wieczór Saunowy 2025	Sprzedaż biletów na wieczór saunowy; wzrost liczby stałych użytkowników strefy saun	Facebook Ads	Zasięg: 8385 os. Wyświetlenia: 9736	200,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wieczór Saunowy – Halloween 2025	Sprzedaż biletów na wieczór saunowy; wzrost liczby stałych użytkowników strefy saun	Facebook Ads	Zasięg: 7924 os. Wyświetlenia: 19116	200,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wieczór Saunowy – Walentynki 2025	Sprzedaż biletów na wieczór saunowy z okazji Walentynek	Facebook Ads	Zasięg: 103 351 os. Wyświetlenia: 186 645	205,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wydarzenie – Koniec Wakacji 2025	Wzrost frekwencji podczas finałowego eventu sezonu letniego	Facebook Ads	Zasięg: 4686 os. Wyświetlenia: 7054	70,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wydarzenie – Rocznic Fabryki Wody 2025	Wzrost frekwencji podczas wydarzeń rocznicowych; budowanie lojalności klientów	Facebook Ads	Zasięg: 3714 os. Wyświetlenia: 7425	30,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Ścianka Wspinaczkowa 2025	Wzrost sprzedaży biletów z dostępem do ścianki wspinaczkowej	Facebook Ads	Zasięg: 21 213 os. Wyświetlenia: 39 915	350,00 zł
2026	Oferta Fabryki Wody: Ale Kosmos – bilet łączony FW + MCN	Sprzedaż biletów łączonych FW + MCN; wzrost frekwencji wśród turystów	Facebook Ads	Zasięg: 14 522 os. Wyświetlenia: 27 506	200,00 zł

Rok	Działanie promocyjne	Cel	Kanały	Efekt	Nakłady
		odwiedzających Szczecin			
	Oferta Fabryki Wody: AquaTeam 2026	Sprzedaż biletów na atrakcję AquaTeam; wzrost frekwencji wśród rodzin z dziećmi i grup zorganizowanych	Facebook Ads, Google Ads	Zasięg: 49 979 os. Wyświetlenia: 92 654	1050,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Dzień Babci i Dziadka 2026	Wzrost sprzedaży biletów z okazji Dnia Babci i Dziadka	Facebook Ads	Zasięg: 13 456 os. Wyświetlenia: 17 410	100,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Dzień Mamy 2026	Wzrost sprzedaży biletów z okazji Dnia Matki	Facebook Ads	Zasięg: 7610 os. Wyświetlenia: 10398	100,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Dzień Wody 2026	Wzrost frekwencji podczas wydarzenia edukacyjnego z okazji Światowego Dnia Wody	Facebook Ads	Zasięg: 17 449 os. Wyświetlenia: 36 295	200,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Ferie Zimowe 2026	Wzrost frekwencji wśród rodzin z dziećmi w okresie ferii zimowych	Facebook Ads	Zasięg: 34 175 os. Wyświetlenia: 47 363	100,00 zł
	Działania promocyjne regionalne – Stargard 2026	Wzrost liczby odwiedzających spoza Szczecina, w szczególności z powiatu stargardzkiego	Outdoor/prasa/internet	-	2600,00 zł
	Działania promocyjne zagraniczne – Niemcy 2026	Wzrost liczby odwiedzających z Niemiec i spośród Polonii zamieszkałej za granicą	Facebook Ads, Google Ads	Zasięg: 9857 os. Wyświetlenia: 12960	1000,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Majówka 2026	Wzrost frekwencji podczas długiego weekendu majowego	Facebook Ads	Zasięg: 33 269 os. Wyświetlenia: 39 676	200,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Noc Muzeów 2026	Wzrost frekwencji podczas Nocy Muzeów; pozyskanie nowych odwiedzających	Facebook Ads	Zasięg: 17 660 os. Wyświetlenia: 33 592	200,00 zł

Rok	Działanie promocyjne	Cel	Kanały	Efekt	Nakłady
	Oferta Fabryki Wody: Promocja – 13. Piątek 2026	Wzrost sprzedaży biletów w ramach okolicznościowej akcji promocyjnej	Facebook Ads	Zasięg: 11 872 os. Wyświetlenia: 12 667	85,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Półkolonie Letnie 2026	Sprzedaż miejsc na letnie półkolonie 2026; wzrost liczby uczestników programu	Facebook Ads, Google Ads	Zasięg: 10227 os. Wyświetlenia: 440885	1110,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Półkolonie Zimowe 2026	Sprzedaż miejsc na zimowe półkolonie 2026; wzrost liczby uczestników programu	Facebook Ads, Google Ads	Zasięg: 38 826 os. Wyświetlenia: 97 825	1500,00 zł
	Reklama – Rynek Turystyczny (ogólnopolski)	Wzrost rozpoznawalności obiektu w ogólnopolskim środowisku turystycznym	Outdoor/prasa/internet	-	3500,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Walentynki 2026	Wzrost sprzedaży biletów w okresie walentynkowym	Facebook Ads	Zasięg: 18 195 os. Wyświetlenia: 28 299	200,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wieczór Saunowy z Mistrzem 2026	Sprzedaż biletów na wieczór saunowy z gościem specjalnym	Facebook Ads	Zasięg: 1032 os. Wyświetlenia: 1057	880,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wieczór Saunowy – Dzień Kobiet 2026	Sprzedaż biletów na wieczór saunowy z okazji Dnia Kobiet	Facebook Ads	Zasięg: 65 251 os. Wyświetlenia: 124 284	840,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Wieczór Saunowy- Najdłuższy dzień – najkrótsza noc	Sprzedaż biletów na wieczór	Facebook ADS	Zasięg: 14 893 os. Wyświetlenia: 25 353	200,00 zł
	Oferta Fabryki Wody: Ekipa Przygód – nowa wartość dla klienta Edukatorium	Sprzedaż biletów na inscenizacje, wzrost frekwencji w segmencie klientów indywidualnych	Facebook ADS	Zasięg: 693 Wyświetlenia: 829	200,00 zł

Rok	Działanie promocyjne	Cel	Kanały	Efekt	Nakłady
	Oferta Fabryki Wody: Kino na leżakach	Frekwencja	Facebook ADS	Zasięg: 4472 Wyświetlenia: 6651	150,00 zł

9. Jaka była ostateczna, łączna kwota Rekompensaty wypłaconej z budżetu Gminy na rzecz Spółki za świadczenie usług publicznych w 2024 i 2025 roku?

Odpowiedź:

Rekompensata bieżąca za rok 2024 wynosiła 11 024 809,85 zł, rekompensata bieżąca za rok 2025 wynosiła 7 212 822,75 zł.

10. Czy został już przeprowadzony niezależny audyt „ex post” Rekompensaty za ubiegły rok? Jeśli tak, to proszę o jego przekazanie. Czy w jego wyniku Gmina musiała dokonać uzupełnienia brakującej kwoty na koncie Spółki, a jeśli tak, to o jaką kwotę?

Odpowiedź:

Tak, został przeprowadzony audyt ex-post rekompensaty za 2025 r. Przekazuję audyt w załączeniu. W wyniku załączonego audytu rekompensaty, na chwilę obecną Gmina z tego tytułu nie musiała dokonać dodatkowych przysporzeń na rzecz Spółki.

11. W jakiej dokładnej wysokości został wyliczony i zagwarantowany Spółce tzw. „Rozsądny Zysk” (stanowiący element dopłat z miasta) za rok 2024 i 2025?

Odpowiedź:

Rozsądny zysk za 2024 r. to 7 915 511,82 zł i kwota ta została zawarta w kwocie rekompensaty bieżącej za rok 2024 wskazanej w odpowiedzi na pytanie numer 9.

Rozsądny zysk za rok 2025 wynikający z Umowy wykonawczej to 7 363 411,27 zł.

12. Awaryjność obiektu: Ile wynosiły koszty napraw gwarancyjnych i pogwarancyjnych od momentu otwarcia? Czy w tym okresie doszło do przerw w funkcjonowaniu całości lub części obiektu z powodów technicznych (jeśli tak, na jak długo i jakie były tego koszty/utracone korzyści)?

Odpowiedź:

Spółka nie ponosi kosztów napraw gwarancyjnych, podobnie nie ponosi kosztów związanych z naprawami pogwarancyjnymi ponieważ obiekt jest w okresie obowiązywania gwarancji.

W okresie działalności obiektu nie doszło do niezaplanowanych, związanych z awariami, przerw w jego funkcjonowaniu, w całości lub poszczególnych stref. Jedynymi okresami zaplanowanych przerw technologicznych są trwające od tygodnia do dwóch tygodni, 1 raz w roku, obowiązkowe przeglądy gwarancyjne poszczególnych części obiektu lub jego atrakcji.

13. Z jakimi podmiotami spółka podpisała umowy sponsorskie lub partnerskie (np. sprzedaż praw do nazwy stref, wyłączność na sprzedaż danych produktów) i jakie kwoty z tego tytułu wpłynęły do budżetu spółki?

Odpowiedź:

W okresie funkcjonowania Spółka nawiązała współpracę partnerską z następującymi podmiotami:

- Kuratorium Oświaty w Szczecinie,
- Akademia Sztuki,
- Archiwum Państwowe,
- Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny,
- Politechnika Morska,
- Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli w Szczecinie
- Grupa Polmotor,
- Zachodniopomorskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli,
- Zachodniopomorska Szkoła Biznesu,
- Zachodniopomorska Komenda Wojewódzka OHP,
- Uniwersytet WSB Merito,
- Collegium Balticum - Akademia Nauk Stosowanych,
- Zakład Wodociągów i Kanalizacji
- International Police Association,
- Morskie Centrum Nauki,
- Pogoń Szczecin Kobiety,
- Szczecińska Energetyka Ciepła,
- Świt Szczecin,
- Podmioty z branży turystycznej, hotelowej i handlowej.

Z tytułu podpisania umów z powyższymi podmiotami spółka osiągnęła przychód w wysokości 2 725 189,97 zł.

Spółka nie zawierała umów sprzedaży praw do nazwy stref ani umów na wyłączność na sprzedaż danych produktów.

ZASTĘPCA PREZYDENTA MIASTA

Michał Przepiera

Załączniki:

Audyt rekompensaty za 2025 r.