

---

# Touristische Entwicklung 2020/2021: Sachstandsbericht



## Maßnahmen des „Zukunftspaket Tourismus“

- **Paket I: Hochwertige Bildpräsentation von Betrieben & Angeboten**  
20 Vermieter, 27 Weingüter, 18 Gastronomen, 38 EH & Infrastruktur, 4 Dienstlstr.
- **Paket II: Sichtung & Optimierung & Übersetzung der Informationen zu den Angeboten für maximale Sichtbarkeit der Betriebe im Internet (Content Qualität):**  
Übersetzungen in E begonnen (POIs, Gastro, Programm, Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten)
- **Paket III: Klassifizierung des DTV („Sterneklassifizierung“), Zertifizierung „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ und - „Bett & Bike“ für Inhaber der Klassifizierung**
- **Paket IV: Nachhaltigkeit ausbauen / Zertifizierung Tour Cert**
- **Paket V: Schulungen / Coaching / Weiterbildung für Gastgeber**



## Qualitätsmanagementsystem „ServiceQualität Deutschland“



ServiceQualität  
DEUTSCHLAND

- Dreistufiges innerbetriebliches Qualitätsmanagementsystem für Dienstleistungsbetriebe
- Steuerung / Organisation durch Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Förderung durch Wirtschaftsministerium RLP.
- Hauptziel: ständige, nachhaltige Verbesserung und Sicherung der Dienstleistungsqualität aus Sicht des Gastes und Erhöhung der Kundenzufriedenheit.
- Beteiligung aller Mitarbeiter\*innen mit Ideen zur Qualitätsverbesserung → erhöht Teamgeist und Mitarbeitermotivation



## Stufe I

### Bisher vollständig umgesetzt:

- Erstellung/Auswertung Bewertungsbogen für Gäste Tourist Info und Wohnmobilstellplatz → Kundenbedürfnisse besser kennen lernen → Ergebnisse im Team besprechen → Maßnahmenkatalog erarbeiten und umsetzen
- Neues Wanderwegekonzept: Reduzierung Anzahl und neue Beschilderung Wanderwege
- Auf Homepage Anreise mit ÖPNV fördern: z.B. VRN-Vorteile durch Gästekarte, Links DB/VRN
- weitere Maßnahmen: „Produkte der Saison“ → aktiver Verkauf; Leselupe für Gäste; Schild nächstes WC; neue Souvenirartikel: Magnete; Raumduft



ServiceQualität  
DEUTSCHLAND

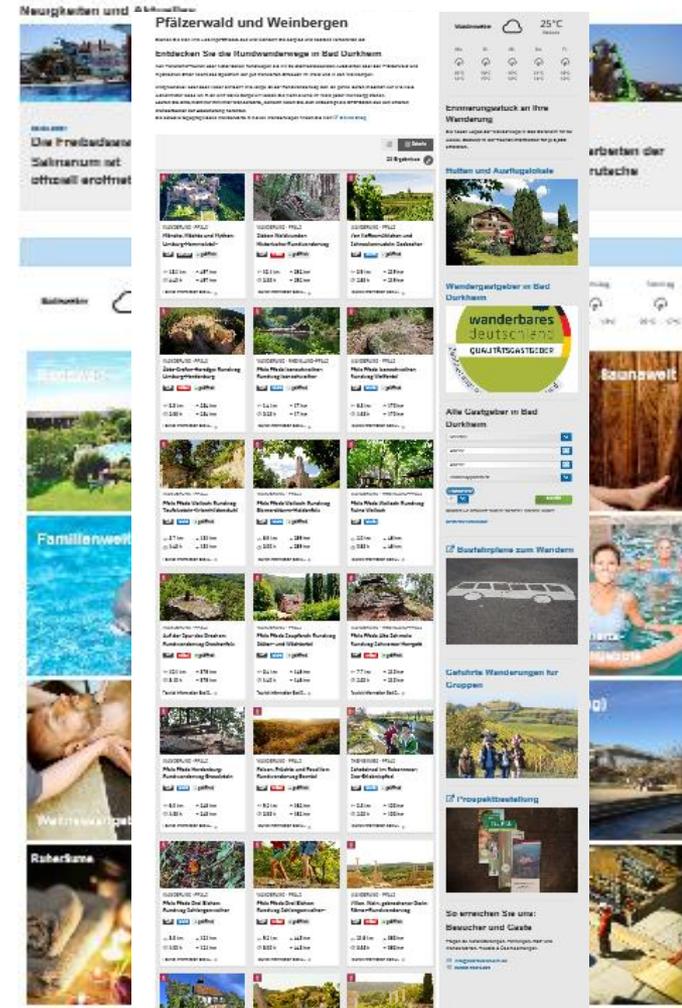
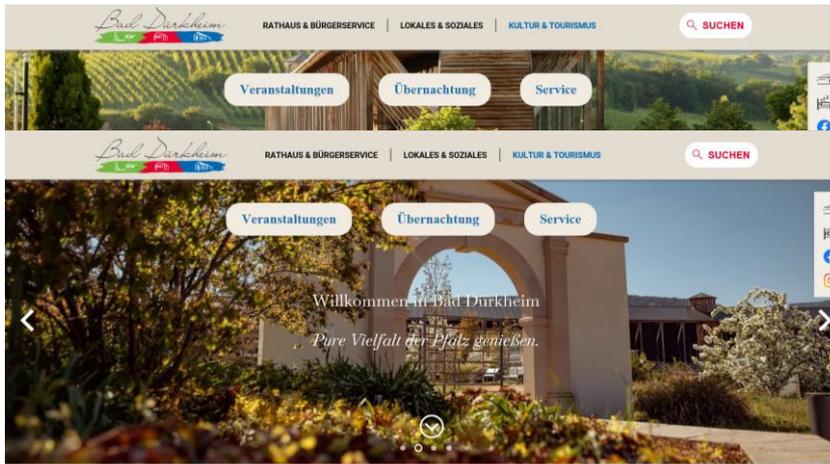
### Laufende Projekte u.a.:

- Theoretische und praktische Schulung der Mitarbeiter\*innen zum Wanderwegenetz
- Erweiterung Wanderkartensortiment durch Erstellung neuer Wanderkarte mit regionalen Wanderwegen, Maßstab 1:25.000 sowie topographische Wanderkarte
- Anschaffung Bewertungsterminal für Besucher der Tourist Info / Gästemonitoring
- Besucherlenkungskonzept: Beschilderung in der Stadt prüfen und verbessern



# Internetpräsenz: www.bad-duerkheim.com

- Zusammenführung der Internetpräsenzen der Stadt und ihrer Einrichtungen/ Veranstaltungen
- Datenbankbasierte Multiplikation der Informationen und Inhalte
- Schaffung neuer Vertriebswege und Touchpoints



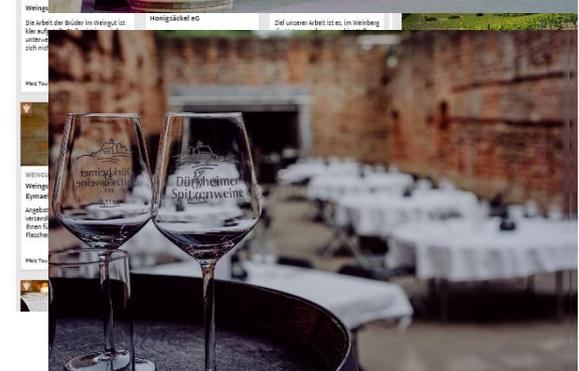
## Bilddatenbank & Content-Produktion

- Qualitativ hochwertiger Content im Bereich Bild und Video ist elementar im Rahmen der Digitalisierung des Tourismus
- Rheinland Pfalz Tourismus GmbH setzt die Digitalisierungs-Strategie des Bundes mittels anspruchsvoller Content-Leitfäden im landesweiten Informations- und Reservierungssystem „Deskline“ um
- Bild und Text sind entscheidende Elemente hochwertigen Contents
- Content-Qualität Leistungsträger: Durch Zukunftspaket erhebliche Qualitätsverbesserung des visuellen Contents über alle Branchen hinweg
- CQ Touristische Themen: Produktion von Video- und Bild- Content in verschiedenen touristisch bedeutenden Themen. Beispiel: Mandelblüte
- Neue und zukünftige digitale Entwicklung erfordert Anpassungen der Bildrechte



# Dürkheimer Spitzenwinzer

- Freiwilliger Zusammenschluss von Bad Dürkheimer Weinbaubetriebe zum gemeinsamen Markenauftritt
- Digitale und Hybride Weinproben
- Inhaltliche Ausgestaltung durch touristische Themen



# Meldescheinsystem Bayerwald Media und Customer Relationship Management

- Umfangreichste Digitalisierung und CRM- Offensive im Meldewesen seit Einführung des Kur- bzw. Gästebeitrages
- Zwei Dimensionen:
  - (1) Optimierung und Digitalisierung der Meldescheinverwaltung
  - (2) Nutzung des Meldescheinsystems für die Begleitung des Gastes entlang der Customer Journey (Customer Relationship Management, CRM)
- 95% der Vermieter umgestellt auf digitalisierte Übermittlung der Meldedaten (Vereinfachung des Workflow und innovative Funktionen wie „Meldeschein Zuhause“)
- Bayerwald-System „Gast CRM“ wird vom „Kompetenzzentrum Tourismus“ des Bundes als Innovationslösung gefördert
- Status: Meldescheinverwaltung ist umgesetzt, Gast-CRM wird im Laufe des Jahres 21 umgesetzt



# Besucherlenkungskonzept Wandern

- Montage ist bei 98%:  
Montage der Beschilderung im Gelände abgeschlossen  
Montage der letzten Zwischenwegweiser in der Stadt wird im Juli abgeschlossen sein
- Nächste Schritte im Marketing und Besucherlenkung:
  - Prädikatisierung der drei Wanderwege „Sieben Waldwunder“, „Seebacher Klosterrundwanderweg“, „Limburg-Hammelstal-Hardenburg-Weg“
  - Veröffentlichung der neuen Wanderkarte bis Ende Juli
  - Aufstellung der neu gestalteten Tafeln auf den Waldparkplätzen bis Herbst 2021
  - Außenkommunikation: Vermarktungsoffensive in Sozialen Medien
  - Innenmarketing: Großer „Wandertag“ mit allen beteiligten Vereinen als Dankeschön sowie Einladung aller Vermieter, Abschluss PWV-Hütte
  - Aufstellung zusätzlicher Tafeln „Verhalten in Wald und Flur“ nach Abschluss der Entwicklung des Konzeptes beim Round Table des Pfalz Touristik e.V.
  - Weitere Projekte in der Anfangsphase: Willkommenskultur im BR, Stärkung des ÖPNV



## Besucherlenkungskonzept / Möblierung

- **Möblierung:**  
Phase 1 ist gestartet: Kommunikation des Bankpaten-Konzeptes, derzeit Bearbeitung der Interessenten  
Das Bankpatenkonzept leistet Refinanzierungsbeitrag für die Bänke (pro Bank EUR 299,-)  
Phase 2: Montage bis Herbst 2022
- **Gestattungsvertrag mit dem Forst für die Erholungseinrichtungen:**  
Vertrag ist unterschrieben  
Alle Bauten und Möblierungselemente im Staatswald und Limburg-Dürkheimer Wald sind im umfangreichsten Möblierungskataster, das es je in Bad Dürkheim gab, eingepflegt



# Mandelterrasse

- „Gewerk“ 1

Leistungen: Geländevorbereitung | Wegebau | Geländermontage | Möbelmontage

Status: Leistungsverzeichnis als Grundlage für Angebote ist in Vorbereitung; Angebote werden bis 19.7. eingeholt; danach Entscheidung über Verfahren (Ausschreibung, beschränkte Ausschreibung)

Auftragnehmer: BBH oder Fremdfirma (GaLaBau Unternehmen => Bender, Steiger)

- „Gewerk“ 2

Leistungen: Versorgung des Geländes mit Wasser und Strom

Status: Warten auf Angebot. Stadtwerke Bad Dürkheim

Auftragnehmer: Stadtwerke und Firma Robl für Erdarbeiten

- „Gewerk“ 3

Leistungen: Produktion Möblierung (Terroir-Würfel und Material für Sitzgelegenheiten)

Status: Warten auf Angebote

Auftragnehmer: Pfalzstahl (Würfel), Michow (Mobiliar)

- „Gewerk“ 4

Leistungen: Pflanzungen aller Art (Bäume, Blühwiese)

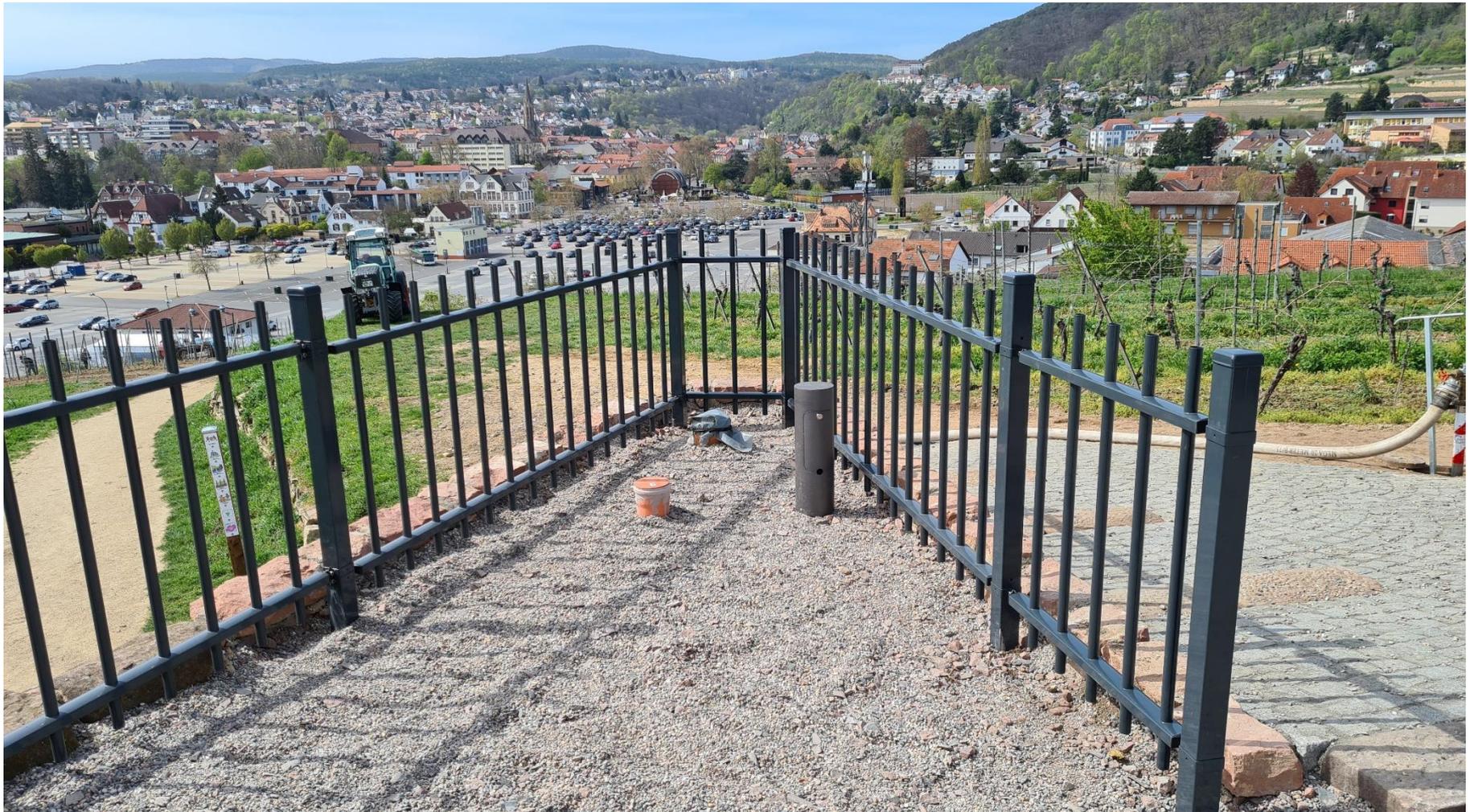
Status: Beauftragt. Umsetzung nach Gewerke 1 bis 3

Auftragnehmer: Stadtgärtnerei

# Mandelterrasse



# Mandelterrasse



AfT 14.7.21, Top 2



## Weg zur Michaeliskapelle

---

- Ausführung analog zu Kurpark Ost Wegegestaltung
- Testfeld mit Untergrund wird angelegt, sobald Baumfirmen wieder Ressourcen haben (derzeit liegt Priorität auf Beseitigung von Unwetterschäden)



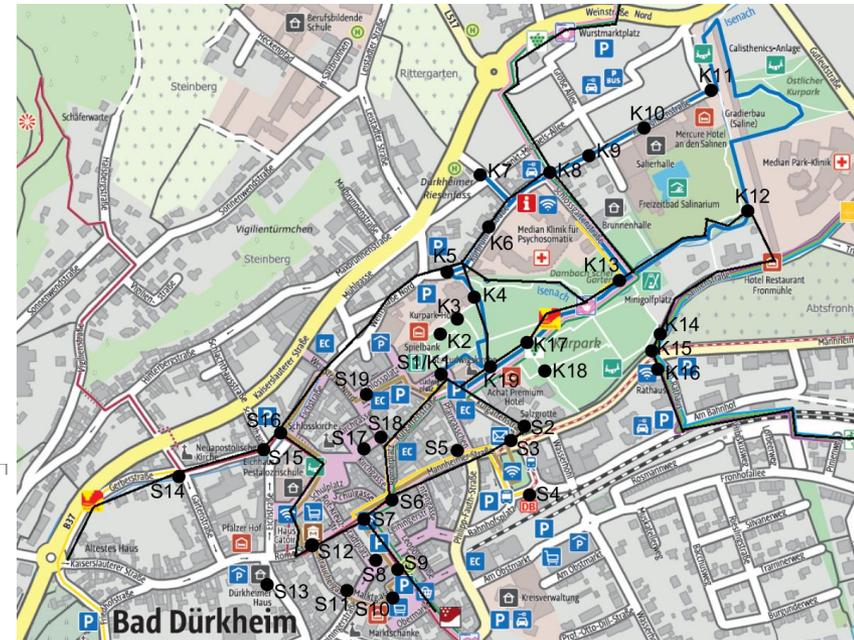
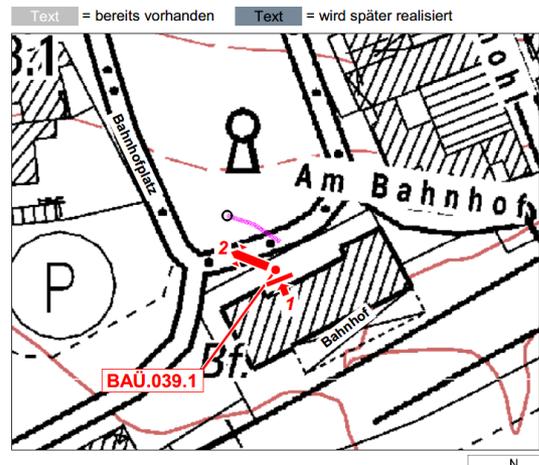
## Kur- und Heilwald

- Ergebnisse aus dem Gespräch mit den Kliniken (Evangelisches Krankenhaus, Psychosomatische Fachklinik):
  - Es besteht ein großes Interesse generell an einer Zusammenfassung von Erkenntnissen zur therapeutischen Wirkung des Waldes und somit am Medizinisch-Therapeutischen Konzept von Lahnstein
  - Eine Ergänzung der Therapie in den Räumlichkeiten der Klinik und im Kurpark durch die Waldumgebung wäre ein Zugewinn für alle
  - Im Krankenhaus könnte man es sich nicht im Akut Bereich, aber speziell in der Akut-Psychosomatischen Abteilung vorstellen. Brainstorming liegt von der Akut-Psychosomatik des Krankenhauses vor
  - Ein Medizinisch-Therapeutisches Konzept kann nicht von den beiden Häusern erbracht werden
  - Beide Häuser sehen logistische Herausforderungen. Die angesprochenen möglichen Standorte für das Gelände des Kur- und Heilwaldes liegen alle mindestens ca. 15 Minuten von den Kliniken weg. 30 Minuten Anreise ist in der heutigen Zeit der eng getakteten Fallpauschalen der Krankenkassen eine Menge Zeit
  - Deshalb Empfehlung, die Therapie-Zeiten im Wald außerhalb der normalen Taktung zu legen, also in den Abend und an Wochenenden
  - Aus Ressourcengründen keine therapeutische Begleitung im Wald vor Ort; Einrichtungen des Heilwaldes sollten deshalb gewährleisten, dass der Patient eigenständig Übungen etc. macht. Die Erfahrungen können dann in den Therapiegesprächen besprochen werden, und somit wäre eine indirekte therapeutische Begleitung gewährleistet
  - Weitere Empfehlung: Gute ÖPNV Anbindung. Kliniken haben keine eigenen Transport Ressourcen

Weiteres Vorgehen: Inforeise nach Lahnstein und Austausch mit den dortigen Machern des KuHW

# Stadtleitsystem

- Wegeführungen haben sich geändert
- Berücksichtigung der Außenbestuhlung (Sondernutzungssatzung) und Veranstaltungs- bzw. Sicherheitskonzepte





# Übergangslösung Counter Tourist Information

- Mietvertrag der Tourist Information endet zum 31. Oktober 2021
- Counterbetrieb wird über eine Container Lösung geregelt. Backoffice im JuKiB
- Beauftragung im BEA 15.07.2021



# Projekte mit der Destination Pfalz (1): Mountainbike Park Deutsche Weinstraße

- Mitgliedschaft im MTB Park Pfälzerwald auch nach Intervention des Pfalz Touristik e.V. abgelehnt
- In 2021 gegründete Arbeitsgruppe der Gemeinden Bad Dürkheim, Maikammer, Neustadt zusammen mit der Pfalz Touristik; Ziel: Einheitliches Konzept für, Arbeitstitel, „MTB-Park Deutsche Weinstraße“
- Positionspapier des Roundtables Pfalz „Achtsam durch Wald und Feld“ zum Thema MTB ist fertig. Kernaussagen:
- Ziel ist nicht nur die Vermarktung der Angebote, sondern auch die Besucherlenkung
- MTB ist nicht gleich MTB! Zu unterscheiden sind drei Marktsegmente mit unterschiedlichen Ansprüchen an Wegeformat und Infrastruktur: (1) Segment „Touren-MTB“ (23%, Genuss, schöne Landschaft) | (2) Segment „Allmountain / Enduro“ (60%, Spaß und Herausforderung, technisch anspruchsvolle Naturtrails mit Flowtrail Anteil) | (3) Segment „Freeride / Downhill“ (10%, Abfahrterlebnis auf Flowtrails und gebauten Anlagen / Bikeparks)
- Angebotssituation Pfalz: (1) gut abgedeckt durch MTB Park Pfälzerwald | (2) sehr begrenzt | (3) nur Bikepark Trippstadt
- Dringend empfohlen ist Trennung der Wegeangebote für MTB und Wanderer (DÜW hat mit BLK-Kataster ideale Ausgangsvoraussetzung geschaffen)
- Ausbau des Angebotes (2): Zwischen Bad Dürkheim und Bgzb sowie Wasgau | (3): Ausbau der Anlage an der Kalmit; ergänzend zwei Strecken an der Haardt, u.a. DÜW
- Koordinierungsstelle Besucherlenkung Biosphärenreservat Pfälzerwald wird aufgefordert, proaktive Haltung einzunehmen, z.B. Aufnahme eines Vertreters der MTB-Szene
- Touristiker sprechen sich für die unveränderte Beibehaltung des Landeswaldgesetzes aus: Kein MTB auf schmalen Pfaden, die bereits ausgewiesene Wanderwege sind
- Übereinstimmung mit Landeswaldgesetz muss wahrheitsgemäß von MTB-Vereinen und auch in wichtigen Portalen wie z.B. Komoot oder Outdooractive kommuniziert werden

# Projekte mit der Destination Pfalz (1): Mountainbike Park Deutsche Weinstraße

---

- Weiteres Vorgehen: MTB ist das nächste große Projekt in DÜW.
1. Zielgruppendefinition: Für wen bauen wir bzw. weisen Strecken aus? => MTB Segment 1 bis 3 mit Fokus auf 2 und 3
  2. Situationsanalyse: Abgleich der 8 Streckenvorschläge auf (potentielle) Eignung für MTB Segmente 1-3 mit Team Pfälzer Land (TP)
  3. Abgleich der 8 Streckenvorschläge des Team Pfälzer Land mit (im Bereich Gemarkung DÜW) BLK Streckennetz DÜW bzw. mit (außerhalb DÜW Gemarkung) Grundstückseigentümern (Nachbargemeinden und Privateigentümer)
  4. Abgleich der 8 Streckenvorschläge mit wichtigen Anspruchsgruppen (Forst, Naturschutz)
  5. Identifikation der wünschenswerten Strecken mit ggf. aus Punkt 2 bis 4 sich ergebenden Streckenaktualisierungen
  6. Identifikation von Konflikt-Hotspots bezüglich Segment 3, Evaluierung einer möglichen Legalisierung oder Suche nach möglichen neuen Standorten
  7. Erstellung eines Katasters mit wünschenswerten Strecken
  8. Vorstellung der Strecken- und Anlagenbauplanung bei der Koordinierungsstelle Besucherlenkung des Biosphärenreservates Pfälzerwald und Beantragung u.a. der Markierungsbefugnis
  9. Klärung der Trägerschaft der baulichen Anlagen
  10. Umsetzung der Markierung und ggf. baulichen Anlagen

Dieser Prozess sollte in allen wesentlichen Planungsschritten von einer auf die Entwicklung von MTB-Angeboten spezialisierten Agentur begleitet und in Abstimmung mit Pfalz Touristik und den aktiven Gemeinden geplant und umgesetzt werden.

## Projekte mit der Destination Pfalz (2): Strategieprozess Pfalz

- Knapp einjähriger Strategieprozess
- Agenturen: DWIF (Leitung des Prozesses), Fachhochschule Westküste / Bernd Eisenstein (wissenschaftliche Beratung), Inspektour (führendes Marktforschungs-Unternehmen im Tourismus und Herausgeber von Destination.Brand)
- DÜW ist Mitglied in der Lenkungsgruppe
- Pfalz fit machen für zukünftige Aufgaben im Destinationsmanagement
- Einbindung der Pfalz-Strategie in die neue Ausrichtung des Landes RLP
- Stärken und Schwächen
- Struktur-Optimierung
  - => Hauptschwerpunkt: Welche Aufgaben sollen in Zukunft die drei Ebenen „Orte“, „Subdestination“ (Deutsche Weinstraße) und „Destination“ (Pfalz) haben?
  - => Ziel ist die Verminderung der Organisationszersplitterung und die Bündelung von Ressourcen zu schlagkräftigen Einheiten ohne Doppelarbeiten!
  - Denn: Budget-Abfrage ergab, dass zur Tourismusförderung in der Pfalz mindestens 7 Millionen Euro und 130 VZÄ „im System“ sind, aber zersplittert verwendet werden durch Doppelarbeiten
  - => wichtiges Signal, vor allem auch an die Politik, notwendig: Eine Faust ist stärker als 5 Finger.



## Projekte mit der Destination Pfalz (3): Radreiseregion Pfalz

- Weitere Investition in Qualitätssteigerung touristischer Angebote und Besucherlenkung
- Konsequente Qualitätsprüfung und –steigerung des touristischen Radwegenetzes der Pfalz
- Neues Qualitätsniveau: Zertifizierung als „ADFC Radreiseregion“
- Besucherlenkung
- Pilotregion in der Pfalz: Landkreise Südliche Weinstraße, Bad Dürkheim und Germersheim sowie den Rhein-Pfalz-Kreis und die kreisfreien Städte Speyer, Landau und Neustadt/Wstr.
- Arbeitskreis aus Touristikern, Bauern- und Winzerverband, LBM
- Routen mit besonderem radtouristischem Potenzial sowie Stärken & Schwächen bei der Begleitinfrastruktur
- Fördermittel Prüfung
  
- Nächste Schritte:
  - Befahrung der ausgewählten Routen und Bewertung nach ADFC Kriterien mit dem Ziel der Feststellung der Eignung der Routen sowie Verbesserungsmaßnahmen (Befahrung derzeit ca. 50% fertig)
  - Kostenermittlung der Maßnahmen
  - Schaffung sinnvoller Begleitinfrastruktur (z.B. Rastplätze, Abstellanlagen, Fahrradverleih, Reparaturstellen, . . .)
  - Zuletzt Zertifizierung durch ADFC



## Projekte mit der Destination Pfalz (4): Willkommenskultur Biosphärenreservat Pfälzerwald

---

- Initiative von Landesforsten
- Aktuelle Waldparkplätze (WP) aus 60er / 70er Jahren ... 70 bis 80 Stück
- Ziel: Etablierung einer zeitgemäßen Willkommenskultur im Pfälzerwald
- Als „Portale“ des BR sind WP (1) Visitenkarten des Waldbesitzers, (2) wichtiger Berührungspunkt mit den Waldbesuchern zur Information, Sensibilisierung, Wertschätzung
- Notwendige Grundinfrastruktur?
- Botschaften?
- Erscheinungsbild?
- Ist das Netz noch sinnvoll? Ergänzen? Ausdünnen und eher Schwerpunkte?
- ÖPNV?
- Kümmerer?
- Fördermittel?
- Darf ein WP überhaupt noch „Waldparkplatz“ heißen? => Reduzierung der PKWs im Wald
- Gebührenpflicht?
- Barrierefreiheit (ausgewählte WP)
  
- Nächste Schritte: (1) Bestandsaufnahme aller WP durch Revierleiter nach vorgegebenen Kriterien. (2) Stark frequentierte WPs als Pilot-WPs entwickeln

## Projekte mit der Destination Pfalz (5): Roundtable „Achtsam durch Wald und Feld“

---

- Federführung: Pfalz Touristik
- Ziel: Sensibilisierung von Waldbesuchern für den Erholungsraum Biosphärenreservat und in den Weinbergen
- „Verhaltensregeln“ für Müll, Begegnung Radfahrer (insbes. MTB) und Wanderer, Übernachten, Feuer, Lärm, Weinbergbewirtschaftung, Parken, ÖPNV, Hunde an Leine ...
- Fördermittel: LEADER
  
- Weitere Schritte: Kommunikationskonzept. Z.B. einheitliche Beschilderung an allen Wanderparkplätzen der Pfalz, einheitliches Erscheinungsbild



## Projekte mit der Destination Pfalz (6): Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel Deutsche Weinstraße“



- Federführung: Deutsche Weinstraße Mittelhaardt & SÜW
- Agentur: TourCert
- Weiterer Qualitätsbaustein, Zielgruppenerweiterung, Trend zu nachhaltigem Reisen
- Verpflichtung von 17 Tourist Informationen zu nachhaltigem Wirtschaften (laufende Weiterentwicklung)
- Jede TI hat jährlich mind. 3 Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt (Mandelbäume, Besucherlenkungs-konzept, Möglichkeit für Homeoffice, Fairtrade Schokolade, Papier-Hinweis bei E-Mails, Druckaufträge nur noch von zertifizierten Druckereien, ÖPNV-Hinweise am Counter, auf Homepage)
- 53 Partnerbetriebe, davon 9 Partnerbetriebe in Bad Dürkheim (4 Unterkünfte, 3 Weingüter, Stadtmuseum, 1 Gastronom)
- Offizielle Zertifizierung als Region im November 2020
- Maßnahmen: Partnernetzwerk, Vernetzung, Workshops, Kommunikation
- Re-Zertifizierung in 2023