

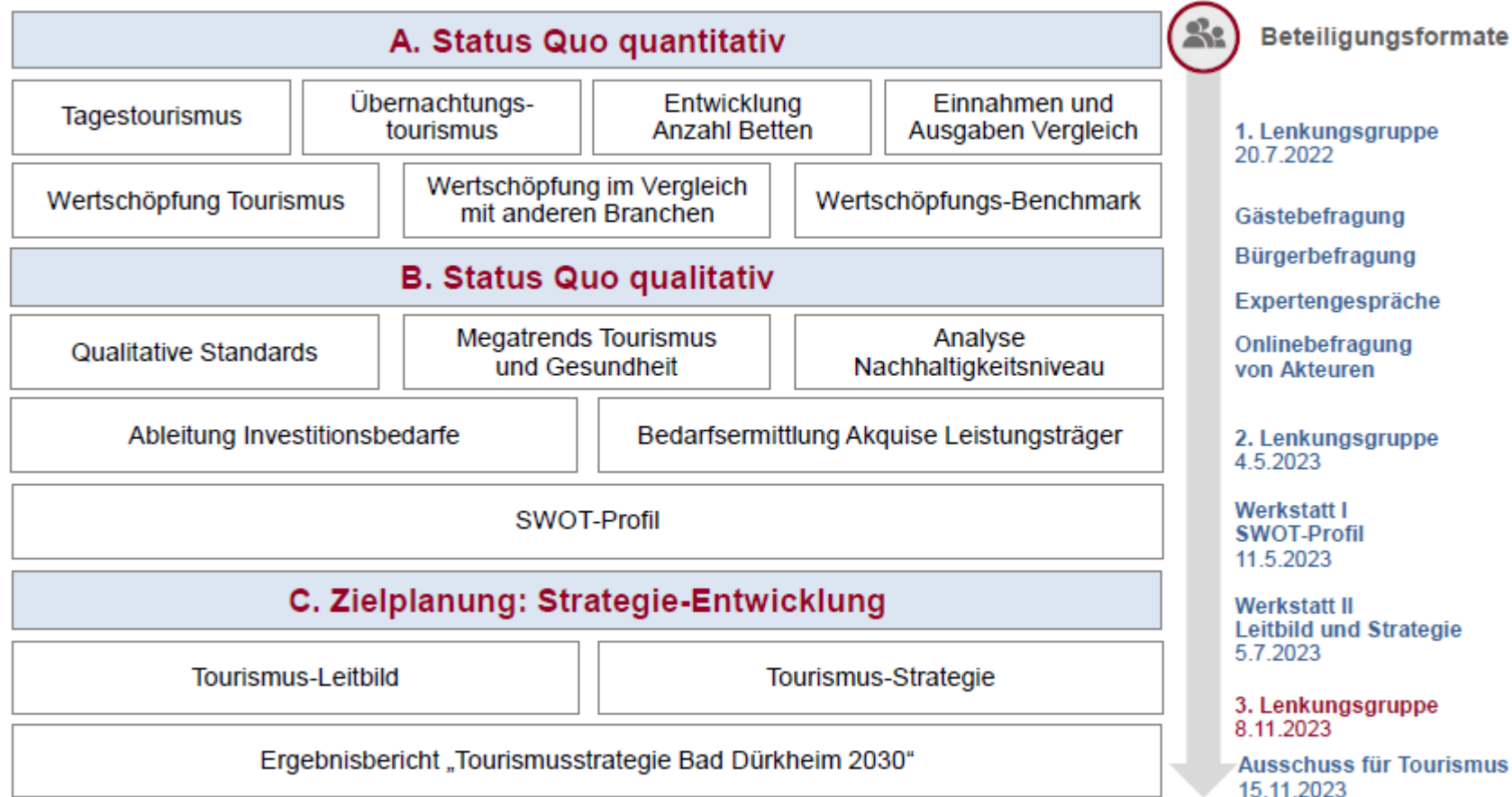
TOP 1

Tourismusstrategie 2030

Leitbild und Leitprojekte

Prozess

Aktueller Projektstand



Beteiligung

3. Analyseergebnisse | Methodik | Strukturdaten Befragungen



- **Befragung Gäste: Vor Ort-Befragung**, n = 604,
davon 215 Übernachtungs- und 389 Tagesgäste



1.9.2022 – 31.10.2022

- **Befragung Akteurinnen und Akteure: Online-Befragung**, mit
n = 126,



28.11.2022 - 30.12.2022

- **Befragung Bevölkerung: Online-Befragung**, n = 418



24.11.2022 - 2.01.2023

Wertschöpfung

3. Analyseergebnisse | Wirtschaftliche Bedeutung | Bad Dürkheim



► Fazit: Das bringt der Tourismus Bad Dürkheim

- In Summe rund **3,7 Mio. touristische Aufenthaltstage** pro Jahr
- Besucher sorgen durch ihre Ausgaben für
 - **142,6 Mio. Euro Bruttoumsatz**
 - 126,4 Mio. Euro Nettoumsatz
 - **75 Mio. Euro in der Region verbleibende Wertschöpfung** (= Löhne, Einkommen und Gewinne)
 - ein Umsatz- (ohne Vorleistungen) und Einkommenssteueraufkommen in Höhe von 15,9 Mio. Euro (an Bund, Länder Kommunen)
 - rund **3,5 Mio. Euro fiskalische Effekte für die Kommune** (v.a. Gewerbesteuer, anteilige Lohn- und Einkommenssteuer), auf Basis Kennwerte
- Tourismus in Bad Dürkheim
 - trägt mit **12,1 % zum Primäreinkommen** bei,
 - das entspricht rund **2.240 Beziehern eines durchschnittlichen Primäreinkommens.**

SWOT - Attraktivität

Ergebnisse Ist-Analyse | **Bewertung der Faktoren touristischer Attraktivität**

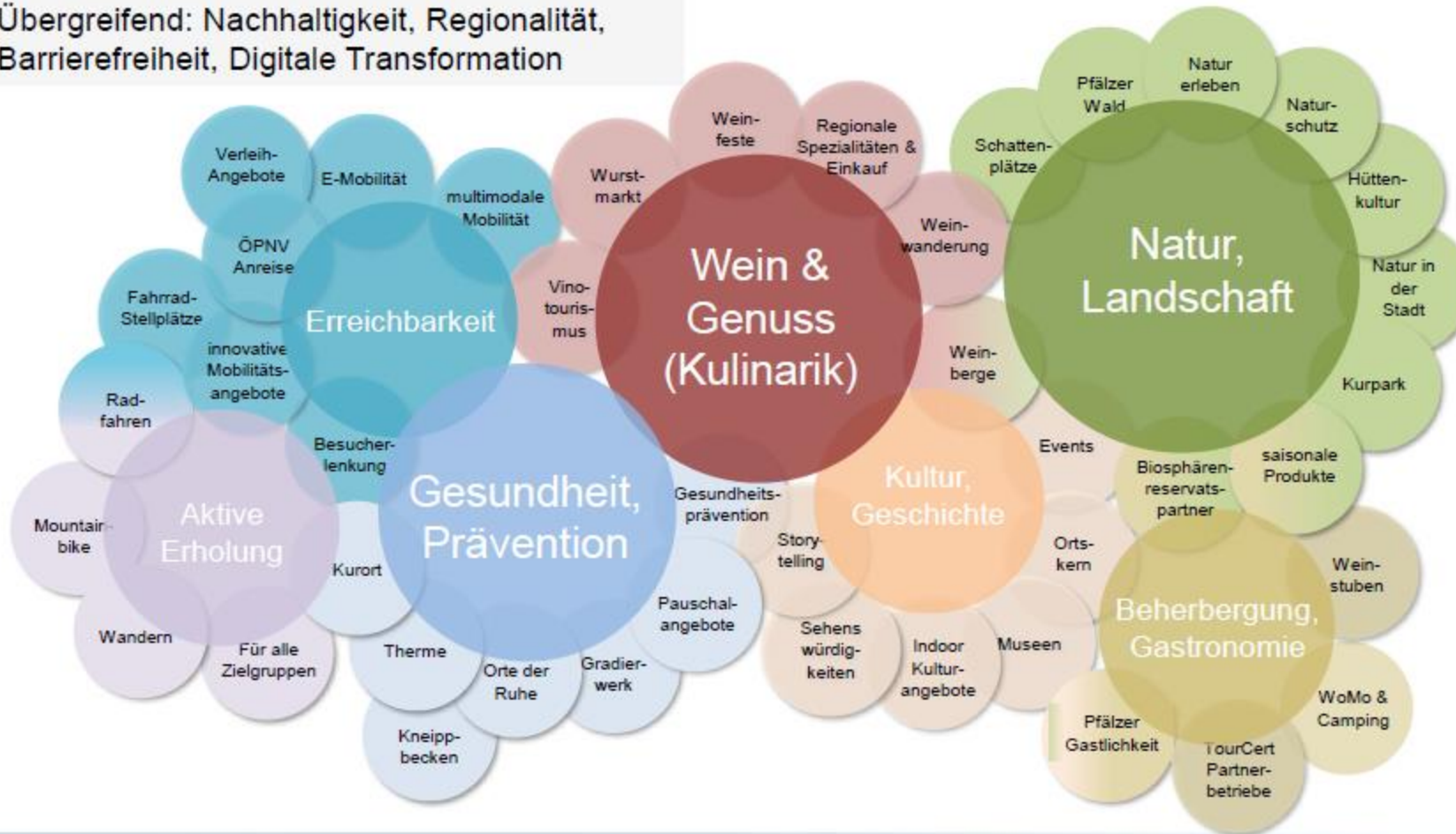
ift Freizeit- und
Tourismusberatung
GmbH



Positionierung Bad Dürkheim

Ziele, Positionierung und Zielgruppen

Übergreifend: Nachhaltigkeit, Regionalität,
Barrierefreiheit, Digitale Transformation



Positionierung Pfalz/Weinstraße/Bad Dürkheim

Ziele, Positionierung und Zielgruppen | Pfalzebene

Pfalzebene

Abb. 15: Grundlagen für das zielgruppenorientierte Themenmarketing des Pfalz.Touristik e. V.



Quelle: dwif 2022

Zum Wohl
DIE PFALZ

Stadt Bad Dürkheim Markenkern



Deutsche Weinstraße

#nadierlich (und) einzigartig
Bekenntnis zu nachhaltigem
Tourismus

Mit #nadierlich verbinden wir das Bekenntnis zur Natur mit einer klaren Zusage zur Mission Nachhaltigkeit. Wenn die Pfalz in ihrem Wesen eines ist, ist es #nadierlich.

Quellen: Pfalz.Touristik e.V. 2022 und 2023, Deutsche Weinstraße e.V. - Mittelhaardt, Neustadt, Stadtverwaltung Bad Dürkheim 2023

Ziel

Ziele, Positionierung und Zielgruppen



Kernziel (Zukunftsvision)

Bad Dürkheim wird DAS naturnahe Wohlfühlreiseziel in der Pfalz.



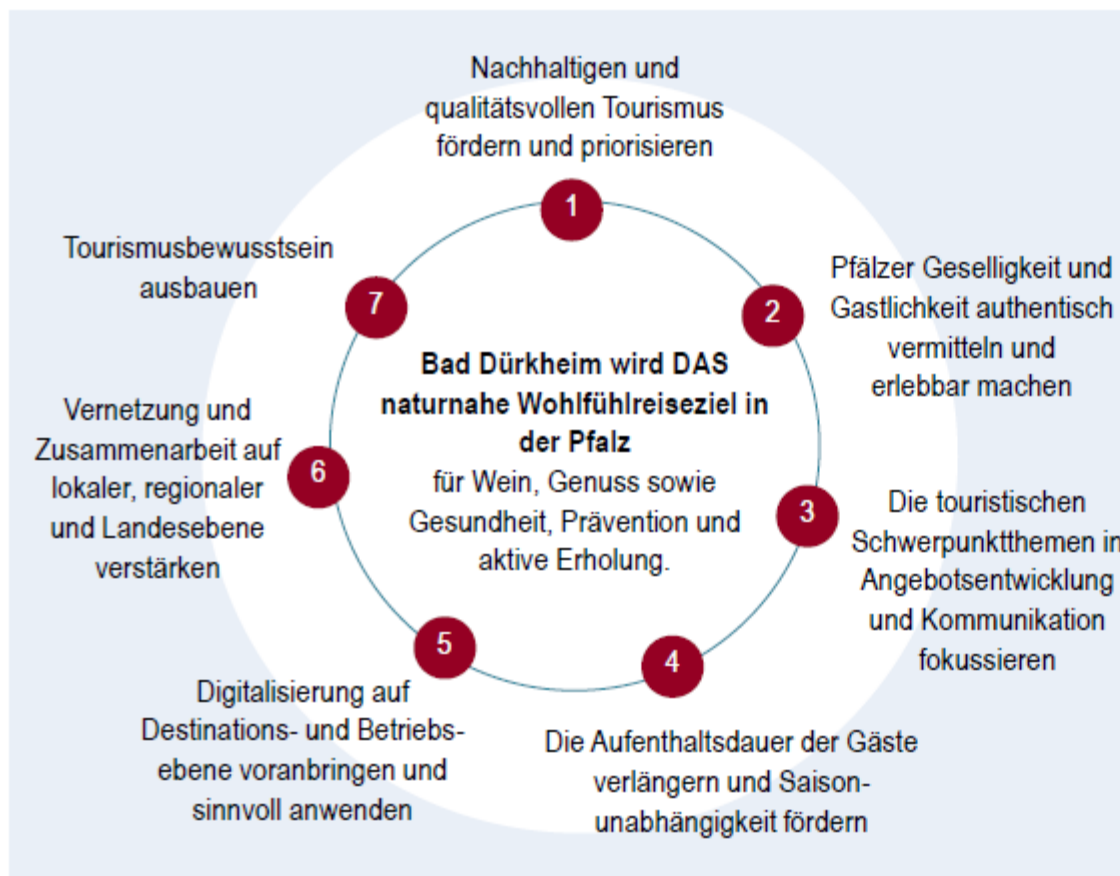
Teilziele

- ▶ **Nachhaltiges und qualitätsvolles** Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim
- ▶ **Profiliertes und Ganzjahres-**Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim
- ▶ **Gut vernetztes** Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim



Strategie Regionale Kulinarik & Pfälzer Lebensqualität

Strategische Leitlinien, Handlungsempfehlungen und Leitprojekte



Zuordnung der Strategischen Leitlinien zu den Teilzielen:



Nachhaltiges und qualitätsvolles Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim:
Strategische Leitlinie 1 & 2

Profiliertes und Ganzjahres-Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim:
Strategische Leitlinie 3 & 4

Gut vernetztes Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim: Strategische Leitlinie 5,6 und 7

Touristisches Leitbild

Die Stadt Bad Dürkheim ist sich ihrer Bedeutung und Verantwortung als Heilbad und Kurort bewusst und erkennt den hohen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wert des Tourismus für die Bürgerinnen und Bürger sowie *Akteure* an. Zur nachhaltigen Sicherung und Weiterentwicklung dieser Bedeutung und dem Erhalt der Lebensqualität soll

**Bad Dürkheim DAS naturnahe Wohlfühlreiseziel in der Pfalz
für Wein, Genuss sowie Gesundheit, Prävention und aktive Erholung**

werden. Hierzu ist eine für die hier Lebenden verträgliche und nachhaltige Entwicklung zu einer profilierten, qualitätsorientierten Ganzjahresdestination notwendig, welche Bad Dürkheim für Aktive, Genießer und Erholungssuchende als naturnaher und urbaner Raum erlebbar macht. Im Fokus sind hierbei die Erhöhung der Aufenthaltsdauer sowie die Steigerung der Wertschöpfung pro Gast.

Strategie (Präambel)

Die nachfolgenden Strategien nehmen Bezug auf die SWOT Analyse und greifen bestehende Konzepte und vorhandene Projekte ebenso auf wie neue Ansätze zur nachhaltigen touristischen Entwicklung Bad Dürkheims. In diesen Leitprojekten sind die Querschnittsthemen

Nachhaltigkeit,
Regionalität,
Barrierefreiheit und
Digitalisierung

jeweils abzuwägen und zu berücksichtigen. Bedeutsam sind dafür die Bedürfnisse der Stadtgesellschaft und eine entsprechend verträgliche und ausgewogene Gestaltung des Tourismus in Bad Dürkheim

Strategie Zentrale Steuerung, Vernetzung und Management

Tourist Information

Unabdingbar für eine qualitative und nachhaltige touristische Entwicklung ist ein modernes, integriertes Kommunikationszentrum, in dem die Bereiche Tourismus, Wirtschaft, Kultur und Veranstaltungswesen sowie Marketing unter einem Dach vereint sind. Hauptaufgabe ist die Kommunikation nach innen mit den Bürgerinnen und Bürgern sowie Leistungsträgern und nach außen mit Gästen.

Nachhaltige Finanzierung

Der Tourismus ist als Wirtschaftszweig stark ausgeprägt, so dass eine gemeinsame Finanzierung durch Gäste, Leistungsträger und Stadt erfolgen muss, um die notwendigen Infrastrukturen weitgehend unabhängig von der kommunalen Haushaltsentwicklung voranzutreiben. Hierzu ist ein permanentes Controlling und die rechtzeitige Fortschreibung der Finanzierungsinstrumente vor dem Hintergrund der Wertschöpfung für die Stadt notwendig.

Strategie Ganzjahresdestination und Aufenthaltsdauer

Schaffung und Inszenierung von witterungsunabhängigen Infrastrukturen und Veranstaltungen. Die Saisonverlängerung ist ein entscheidender Schritt in der Entwicklung hin zur Ganzjahresdestination.

- Betriebskonzept **Salinarium** - Therme als Freizeit- und Gesundheitseinrichtung
- Betriebskonzept **Brunnenhalle** als Spiel- und Veranstaltungsstätte
- **Stadt- und Pfalzmuseum** als jahreszeitlich unabhängige Orte der geschichtlichen und natürlichen Identität der Stadt und der Pfalz entwickeln
- **Pfalzstrategie**: Stärkung der Pfalz als Ganzjahresdestination durch Vernetzung mit witterungsunabhängigen Sehenswürdigkeiten.
- **Customer Relationship Management** zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer und qualitativen Kundenbindung (Customer Journey)

Strategie Gesundheit und Prävention

- **Kurbetriebskonzept:** Fortschreibung des Kurbetriebskonzeptes unter Einbeziehung von Kurpark, Gradierbau, Therme, Brunnenhalle und Kliniken
- **Kurverwaltung: Ambulante Badekuren & Badeärzte:** Aufbau einer kommunalen Kurverwaltung als zentraler Ansprechpartner für Kliniken, Badeärzte und für ambulante Badekuren
- **Ausweisung eines Kur- und Heilwaldes:** Schaffung eines Therapiekonzeptes in einem eigens dafür ausgewiesenen Waldbereich

Strategie Stadt-, Natur- und Landschaftsbild

- **Stadtbild:** Erstellung eines Gastronomie- und Einzelhandelskonzept zur Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zum Erhalt einer lebendigen Innenstadt.
- **Mandelblüte – Pfalz:** Mit der Mandelblüte hat die Pfalz ein zentrales Element zur touristischen Belebung des Frühjahrs geschaffen. Die Anpflanzung weiterer Mandelbäume und die qualitative Inszenierung sind in einem Konzept zu formulieren.

Strategie Beherbergungsformen

- **Nachfolge- und Ansiedlungsmanagement von und für Beherbergungsbetriebe:** Die Vielfalt der Betriebsarten soll erhalten bzw. ausgebaut werden. Im Fokus steht die Ansiedlung eines 3-4 Sterne Hotels
- **Konzept Wohnmobilisten:** Wohnmobilisten sind eine starkwachsende Zielgruppe. Diesen Ansprüchen muss in einem Konzept zeitgemäß begegnet und eine leistungsfähige öffentliche Infrastruktur zur Verfügung gestellt werden
- **Konzept zur Qualifizierung und Zertifizierung von Betrieben:** Zertifizierungen und Klassifizierungen verdeutlichen den Qualitätsanspruch von Beherbergungsbetrieben und Unternehmen. Sie sind zukünftig ein wichtiges Element in der Profilierung und Außendarstellung.

Strategie Besucherlenkung

- Besucherlenkungskonzept Wandern
- Park- und Stadtleitsystem
- Besucherlenkungskonzept Mountainbike
- Mobilitätskonzept (Erweiterung um touristische Aspekte)

Strategie Regionale Kulinarik & Pfälzer Lebensqualität

- **Qualitative Fortschreibung der städtischen Veranstaltungsformate:** Weinfeste und städtische Veranstaltungsformate sind elementar zur Vermittlung von regionaler Kulinarik und Pfälzer Lebensfreude. In diesem Zusammenhang sollen die Veranstaltungskonzepte in Form von Betriebs- und Gestaltungsvorschriften sowie Sicherheitskonzepten fortgeschrieben werden.
- **Gastronomiekonzept für städtische Liegenschaften:** Die Einflussmöglichkeiten der Stadt auf die gastronomische Entwicklung sind begrenzt, daher gilt es für die Liegenschaften eigene qualitative und nachhaltige Vergabekriterien zu formulieren.

Strategie, Leitlinien Handlungsempfehlungen

Strategische Leitlinien, Handlungsempfehlungen und Leitprojekte (1/3)



Bad Dürkheim wird DAS naturnahe Wohlfühlreiseziel in der Pfalz		
TZ 1. Nachhaltiges und qualitätsvolles Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim		
L1. Nachhaltigen und qualitätsvollen Tourismus fördern und priorisieren	L2. Pfälzer Geselligkeit und Gastlichkeit authentisch vermitteln und erlebbar machen	Leitprojekte TZ 1
L1.1 Barrierefreiheit auf Destinations- und Betriebsebene gezielt ausbauen und kommunizieren	L2.1 Regionalität bei allen touristischen Angeboten und Produkten glaubwürdig und transparent in den Fokus setzen	Brunnenhalle als modernes, integriertes Kommunikations-, Informations- und Veranstaltungszentrum entwickeln <i>(Querschnittsleitprojekt, zählt auf alle Teilziele ein)</i>
L1.2 Nachhaltige, innovative und vielseitige Gastronomie- und Beherbergungsangebote (weiter-)entwickeln und fördern		nachhaltiges 3-4-Sterne Hotelprojekt initiieren <i>(L1.1, L1.2)</i>
L1.3 Nachhaltige und zielgruppenorientierte Freizeitangebote (weiter-)entwickeln und fördern (Indoor und Outdoor)		Nachhaltige und zeitgemäße Wohnmobilangebote entwickeln <i>(L1.2)</i>
L1.4 Digitale und analoge Besucherlenkung weiterentwickeln		Nachhaltigkeits- und Innovationsoffensive auf betrieblicher Ebene umsetzen <i>(L1.1, L1.2, L1.3)</i>
L1.5 Angebote für eine umweltfreundliche An- und Abreise und Mobilität vor Ort ausbauen und kommunizieren		
L1.6 Fahrradangebote ausbauen		

Strategie, Leitlinien Handlungsempfehlungen

Strategische Leitlinien, Handlungsempfehlungen und Leitprojekte | Ausarbeitung



Beispiel



Brunnenhalle als modernes, integriertes Kommunikations-, Informations- und Veranstaltungszentrum	
Handlungsfeld	☒ Infrastruktur ☐ Betriebe ☒ Angebote, Services ☒ Kommunikation, Vermarktung
Ziel-, Strategie-, Nachhaltigkeitsbezug	- Nachhaltiges und qualitativvolles Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim: Nachhaltigen und qualitätsvollen Tourismus fördern und priorisieren, Pfälzer Geselligkeit und Gastlichkeit authentisch vermitteln und erlebbar machen - Profilierter und Ganzjahres-Wohlfühlreiseziel Bad Dürkheim: Die touristischen Schwerpunktthemen in Angebotsentwicklung und Kommunikation fokussieren, Die Aufenthaltsdauer der Gäste verlängern und Saisonunabhängigkeit fördern - Gut gemanagtes Wohlfühl-Reiseziel Bad Dürkheim: insbesondere Vernetzung und Zusammenarbeit auf lokaler, regionaler und Landesebene verstärken, Tourismusbewusstsein ausbauen
Hintergründe	Um sich konsequent nach innen und außen als naturnahes Wohlfühlreiseziel sowie als zentraler Tourismusort an der Deutschen Weinstraße und in der Pfalz zu positionieren, muss auch die Infrastruktur mit Fokus auf Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit weiterentwickelt werden. Dazu gehört eine moderne und attraktive zentrale Anlaufstelle für Gäste, Einheimische und Leistungsträgerinnen und Leistungsträger, die die touristischen Ziele und Schwerpunktthemen der Stadt, sprich die touristische DNA der Stadt, verkörpert. Die Stadt benötigt einen zentralen Ort, an dem die Wohlfühlgeschichten der Stadt erzählt, die passenden Angebote (weiter-)entwickelt und persönlich an die Gäste kommuniziert werden. Zum Zeitpunkt der Konzeptfassung werden Einheimische und Gäste über touristische Angebote, Services und Veranstaltungen in einer, kleinen provisorischen Tourist-Information informiert. Neben der ineffektiven Trennung des Front- und Backoffice-Teams und auch einer räumlichen Trennung der Tourist-Information von den Büroräumlichkeiten des städtischen Personals ist dieses Provisorium für eine bedeutende Destination wie Bad Dürkheim sowohl im Lichte der modernen Anforderungen an Tourist Informationen als auch für die Mitarbeitenden unbefriedigend. Auch fehlt der Stadt eine zentrale Veranstaltungslocation und ein Ort der Vernetzung. Durch den Umbau und der damit verbundenen Inwertsetzung der Brunnenhalle können diese Bedarfe gedeckt werden.

Beschreibung, Inhalte	Die Brunnenhalle als modernes, integriertes Kommunikations-, Informations- und Veranstaltungszentrum im touristischen Herzen der Stadt Bad Dürkheim sollte folgende Angebote bzw. Bereichen umfassen: - Moderne, innovative, atmosphärisch hochwertige und als Themenwelt angelegte Tourist-Information als zentrale Anlaufstelle für Gäste der Stadt Bad Dürkheim, die auch die Verknüpfung zu den Angeboten der Pfalz, der Deutschen Weinstraße, des Biosphärenreservates Pfälzerwald und zukünftig der Kurorte und Heilbäder des Landes Rheinland-Pfalz herstellt - hochwertige und regionaltypische Gastronomie im Innen und Außenbereich Veranstaltungsbereiche im Foyer, in der Brunnenhalle selbst sowie auf der Terrasse für Fortbildungsveranstaltungen (z.B. Tagungen, Seminare, Konferenzen), kulturelle Veranstaltungen (Theater, Kleinkunst, Kino, Lesungen, Konzerte u. ä.), kulinarische Veranstaltungen (Weinverkostungen, Dinner-Veranstaltungen), Innenmarketing-Veranstaltungen oder Sonderformate (z.B. Messen, Ausstellungen) - Gemeinsame Büroräumlichkeiten für das städtische Personal in den  Bereichen Tourismus, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung - Good Practice Beispiel M12 Hagen Entdecker-Lounge Foto: Stadtverwaltung Bad Dürkheim
Meilensteine, nächste Schritte	- Fertigstellung und Eröffnung der Brunnenhalle (voraussichtlich Anfang 2024) - umfangreiche Kommunikation der neu eröffneten Brunnenhalle nach außen und innen - Organisation erster Veranstaltungen z. B. interner Tourismusdialog für alle Leistungsträgerinnen und Leistungsträger und erster Tourismustag Bad Dürkheim für Gäste und Einheimische
Zuständigkeit	Stadtverwaltung Bad Dürkheim, Fachbereich 4 - Kultur und Tourismus, Sachgebiet 4.2 - Tourismus
Zeithorizont	☒ kurz (< 2 Jahre) ☒ mittel (2-4 Jahre) ☐ lang (> 4 Jahre)
Finanzierung	Stadt Bad Dürkheim mit Fördermitteln

5. Projektinhalte und Maßnahmen | Infrastruktur

Brunnenhalle und Tourist-Information als zentraler Ort des Tourismus in Bad Dürkheim notwendig

- ▶ für Gäste
- ▶ für Leistungsträger und Partner (Hand-made Services)
- ▶ für Mitarbeitende (Hand-made Services)



Neue Therme als touristischer Leuchtturm Bad Dürkheims

- ▶ für Leistungsträger und Partner
- ▶ für die Pfalz
- ▶ für Land Rheinland-Pfalz



Quelle: Stadtverwaltung Bad Dürkheim