

Tourismusstrategie 2030

Sachstand und Planungen 2025

- Salinarium Bad Dürkheim Therme
 - Marketingmaßnahmen
 - Touristische Auswirkungen

Salinarium Bad Dürkheim Therme

- Marketing Maßnahmen:

- Winter-Wohlfühl-Wochenende

• Facebook	RW: 161.6916	IP: 410.409	LP: 2.930	CPC: 0,27€
• Instagram	RW: 83.053	IP: 163.780	LP: 4.718	CPC: 0,17€
	Reichweite	Impressionen	Landing Page	Kosten pro Click

- Mandelblüte

• Facebook	RW: 255.772	IP: 675.278	LP: 13.937	CPC: 0,04€
• Instagram	RW: 61.682	IP: 126.871	LP: 4.733	CPC: 0,12€
• Google		IP: 110.624	LP: 24.403	CPC: 0,04€
	Reichweite	Impressionen	Landing Page	Kosten pro Click

Salinarium Bad Dürkheim Therme

- Touristische Effekte: Wachstum Hotels und Hotel Garni

	Vorjahr			zu 2023		
	AK	ÜN	GB	AK	ÜN	GB
• Dez 2025:	+518	+1.132	+9.889,74€*			
• Jan 2026	+709	+1.164	+2.188,75€	+1.022	+1.549	+6.391,50€
• Feb 2026	+1.065	+1.568	+3.463,75€	+1.313	+1.613	+6.756,00€
• März 2026	+972	+421	+1.875,00€	+2.343	+3.743	+18.314,50€
Quartal 1:	+2.746	+3.153	+7.527,50€	+4.678	+6.905	+31.462,00€*

* Erhöhung Gästebeitrag

→ **Salinarium Bad Dürkheim Therme sorgt für Wachstum und zusätzliche Umsätze**

Gästebeitragsentwicklung

- Vertragswesen Kliniken:
 - Umstellung auf personengenaue Abrechnung ist erfolgt.

	Kliniken	Gesamt
	Gästebeitrag	Gästebeitrag
• Jan 2026	+11.926,75€	+14.615,75€
• Feb 2026	+13.611,12€	+17.696,62€
• März 2026	+19.572,55€	+22.274,75€
Quartal 1:	+45.110,42€	+54.587,12€

→ Touristische Entwicklung und Veränderungen im Vertragswesen sorgen für Mehrerträge

- Veranstaltungen Rückblick und Ausblick
 - Bad Dürkheimer WeinNächte
 - Filmfrühling
 - Limburg Sommer
 - Lidl Deutschland Tour

(W)Einkaufsnacht

- Sehr starker Besucherzuspruch den ganzen Tag
- Ca. 60 beteiligte Geschäfte und 20 Weinbaubetriebe
- Sonderaktionen als Marketingtool (z.B. Museum, Feuerspucker, Stelzenläufer)

- Entsorgungssituation in 2027 verbessern.



Veranstaltungen

- Weinnächte

- | | | |
|-----------------------|--|-----------|
| • 16.429 Besucher | FR: 8.624 | SA: 7.805 |
| • 12.020 Weinpässe | FR: 5.974 | SA: 6.046 |
| • 4.503 Flanierkarten | FR: 2.689 | SA: 1.814 |
| • 296.103,34 € | Umsatz | |
| • 169.781 | Weinabrisse | |
| • <u>140.787 €</u> | <u>Auszahlung an die Weinbaubetriebe</u> | |

- Potenziale 2027:

- 6.500 Weinpässe und 2.500 Flanierkarten pro Abend.
- Kontrollpunkte werden optimiert



Veranstaltungen

- Filmfrühling vom 30.05. – 21.06.2026
 - 28.04. Pressegespräch



Veranstaltungen

- Limburg Sommer
 - 3 Veranstaltungen bereits ausverkauft - VVK mehr als 3.300 Tickets verkauft



Veranstaltungen

- Lidl Deutschland Tour
 - 22. August steht die Pfalz und Bad Dürkheim im Mittelpunkt der Radsportwelt



- Tourist Information im Weindom
 - Bauzeitenplan
 - Organigramm



Tourist Information im Weindom - Bauzeitenplan

3.11.2025	Übergabe der Weindomfläche an FA Görtz
Nov.2025	Rückbau der Einrichtungen
Nov.2025	Bauantrag bzgl. Statik
Ende März 2025	Baugenehmigung
Ab 16.4.2026	Abrissarbeiten
April/ Mai 2026	Herstellung der Ladenfläche
Mai/Juni 2026	Herstellung des Ladenbaus
Juni 2026	Einbau Multimedia und Testbetrieb
Juni 2026	Eröffnung der Tourist Info im Weindom



Digitalisierung der Tourist Information Bad Dürkheim

Digitale Mehrwerte für die neue TI mit Destination One

- Interaktiver Service mit 24 / 7-Verfügbarkeit
 - One-Stop-Shop-Prinzip, individuell wählbar
 - Barrierefrei
 - Aus Informationsmenü wird Informationsbuffet
-
- Für weitergehende Inspiration:
<https://willkommen.maikammer.de/de/maikammer/wlan/portal>



Bildquelle: destination.one

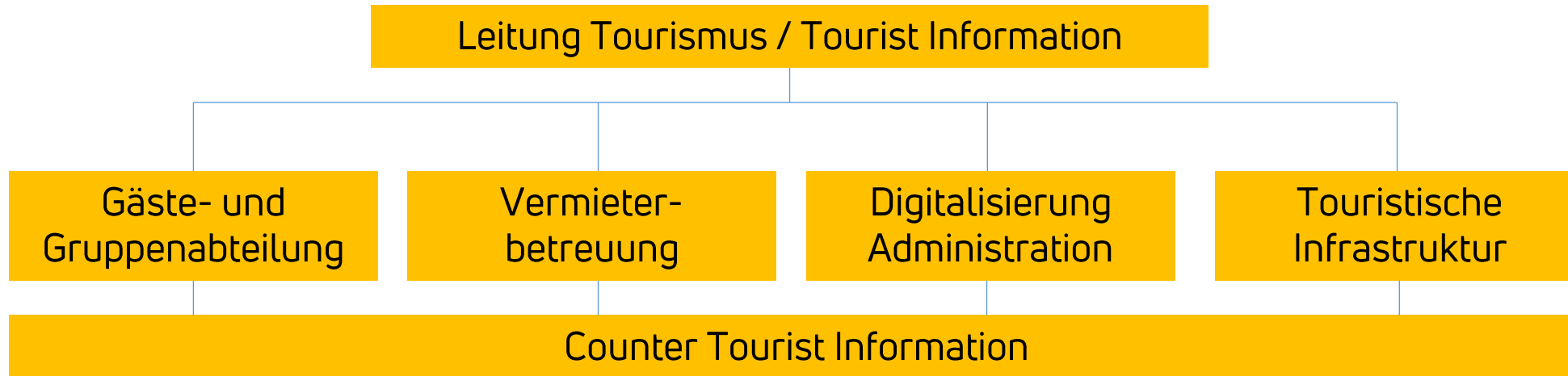
Digitale Mehrwerte für die neue TI

- 4 Tablet PCs eingelassen in Regale zur Ausspielung beliebiger Inhalte
- 2 Großbildschirme 55 Zoll über Regalen zur Ausspielung beliebiger Inhalte
- 1 Beratungs-Tablet am Counter zur Gästebetreuung

Digitale Mehrwerte für die neue TI: Kosten gesamt

- | | |
|---------------------------------|------------------------------|
| • Hardware einmalig | 16.000 € |
| • Software einmalig | 16.450 € |
| • Hardware Überwachung jährlich | 600 € |
| • Support Flat jährlich | 2.550 € (Jahr 1), dann 560 € |

Tourist Information im Weindom - Organigramm



- **Inhaltliche Schwerpunktsetzung und Ressourcenverschiebung**
 - Stellenzuordnung neu definieren
- **Verantwortungsübertragung an Mitarbeiter**
 - Veränderungen im Aufgabenprofil
- **Qualifizierung von Mitarbeiter**
 - Veränderungen im Aufgabenprofil

→ **Stellenüberprüfungen und Stellennachbesetzung mit veränderten Profilen**