

Protokoll der Sitzung des Marketingbeirates vom 22. Juli 2010

Anwesend:	Frau Limberger, Frau Pfaff, Frau Dr. Kanold, Herr Neuenhagen, Herr Stolz, Herr Dr. Schnerch, Herr Schrenk, Herr Bank, Herr Spettel
Entschuldigt:	Herr Wittmann
Protokoll:	Frau Prirsch
Beginn:	17:00 Uhr
Ende:	19:45 Uhr

Der Vorsitzende Markus Spettel begrüßt die Anwesenden.

Top 1 –

Hr. Knagge, Fa. IC InternetConcept – Onlinemarketing: Social Networks Facebook & Co

Infos und Rückblick zum Vortrag von Herrn Knagge:

- Flickr, Panoramio → Fotoupload
- Youtube, MyVideo, Clipfish → Videoupload
- TrippsbyTips → Reisetipps
- Twitter, Facebook → Nachrichtendienste, Online-Communities

Im Anhang finden Sie den PowerPoint Vortrag von Herrn Knagge.

Im Anschluss an den Vortrag von Herrn Knagge während der Fragerunde hat Herr Neuenhagen vorgeschlagen, alle Rad- und Wanderwege sowie alle Nordic Walking-Strecken, ggf. auch die Strecke der RiderMan-Veranstaltung zu digitalisieren und bei Google Earth einzubinden. Herr Bank führte aus, dass die Kur- und Bäder GmbH momentan am Aufbau eines Online-Controlling arbeitet und eine Ist-Analyse der derzeitigen Online-Aktivitäten erstellt wird. Herr Bank weist darauf hin, dass hier evtl. auch bald Gespräche mit der Firmen bezüglich Apps von Bad Dürkheim geführt werden. Der Vorschlag Herrn Neuenhagens wird im Rahmen dieses Projektes besprochen. Außerdem bietet Herr Bank an, Seminare zum Thema Online-Marketing für Bad Dürkheimer Unternehmen zu veranstalten.

Nach der Diskussionsrunde verabschiedet Herr Spettel Herrn Knagge und bedankt sich für den Vortrag.

Top 2 – Herr Bürgermeister Klumpp – Aktuelle Entwicklung Golfplatz – Kurzbericht

Herr Bürgermeister Klumpp berichtet, dass der Investor mit großem Interesse das Projekt Golfplatz durchführen wollte, der Bebauungsplan und das Baugenehmigungsverfahren bereits abgeschlossen waren, der Investor jedoch in einem Gespräch Mitte Juni d. J. eröffnet hat, dass er dieses Projekt nun doch nicht weiter verfolgt und nicht investieren möchte.

Somit wird der Übungsbetrieb auf dem Golfplatz durch die SportPark AG bis Ende 2010 weiter geführt. Es folgen weitere Gespräche über die weitere Vorgehensweise ab 2011.

Herr Bürgermeister Klumpp informiert, dass die Suche nach einem Investor oder auch Pächter weiter geht und dass in diesem Zusammenhang ein Raumordnungsverfahren vom Regierungspräsidium nicht benötigt wird. Die Gremien Aufsichtsrat und Gemeinderat stehen hinter diesem Verfahren und dem Projekt und wollen gemeinsam das Ziel nicht aus den Augen verlieren.

Herr Schrenk schlägt vor, künftige Investoren für Projekte in Bad Dürkheim zu hinterfragen, ob die Mittel für eine Investition auch gegeben sind, da Bad Dürkheim sich wie bei vergangenen Projekten, z. B. das Haus Hohenbaden, in der Presse fragwürdig darstellt. Es sollten Spielregeln für Investoren erstellt werden. Herr Schrenk ist außerdem der Meinung, dass Bad Dürkheimer Bürger im Gegensatz zu fremden Investoren vernachlässigt werden und verweist auf die Baustellenzufahrt während des Anbaus der Luisenklinik. Die Bad Dürkheimer Bürger sollten vor Investoren geschützt werden, sie seien nur dann gut genug wenn zum gegebenen Zeitpunkt keine externen Investoren da sind.

Herr Bürgermeister Klumpp antwortet daraufhin, dass auswärtige Investoren keinesfalls vor einheimischen Investoren bevorzugt werden. Herr Bank weist daraufhin, dass im Gegensatz zu früher die Stadt und die Kur- und Bäder GmbH heutzutage die Kosten z. B. von Gutachten o. Ä. nicht mehr übernehmen und das dies das Risiko des jeweiligen Ideenbringers ist.

Herr Schrenk bekundet, dass er grundsätzlich die Niederlassung seriöser Betriebe befürwortet, dennoch eine betriebswirtschaftliche Betrachtung der anzusiedelnden Betriebe gemacht werden sollte. Außerdem spricht sich Herr Schrenk gegen eine Zersiedelung der letzten zusammenhängenden Grundstücksflächen in Bad Dürkheim aus, indem Großprojekte durch Investoren durchgeführt werden.

Top 3 – Bewerbung Deutscher Tourismuspreis DTV – Tourismus- und ServiceBotschafter Bad Dürkheim

Herr Spettel stellt die diesjährige Bewerbung der Kur- und Bäder GmbH Bad Dürkheim für den Deutschen Tourismuspreis des DTV vor. Der Titel der Bewerbung lautet *Tourismus- und ServiceBotschafter Bad Dürkheim – Ein Q-les Team* und hat die Kernbotschaft, alle Bürger, Leistungsträger und Mitarbeiter der Stadt sowie der Kur- und Bäder GmbH zu Fans des Ortes zu machen und diese Begeisterung nach außen zu kommunizieren. Basis dieses Konzeptes sind die Qualitätssiegel DIN EN ISO 9001, ServiceQualität Deutschland und die Maßnahmen, die aus dem Innenmarketingkonzept entstanden sind. Die Bezeichnung ServiceOase Bad Dürkheim soll im Vergleich zum immer noch bestehenden Gedanken Servicewüste Deutschland zum festen Begriff werden.

Der DTV gibt die Nominierungen der Beiträge am 02.09.2010 bekannt.

Herr Neuenhagen fragt, ob die Bewerbung nur der Kur- und Bäder GmbH oder ganz Bad Dürkheim entspricht. Herr Spettel antwortet, dass die Bewerbung auf ganz Bad Dürkheim ausgelegt ist. Herr Neuenhagen fragt, ob wir diesen versprochenen Service auch einhalten können und erkundigt sich nach Gästebewertungen, die allgemein Bad Dürkheim betreffen und deren Ergebnis. Herr Spettel verweist auf den guten Rücklauf der Fragebögen von BKK-Teilnehmern, Pauschalreisen, Veranstaltungen, Online-Bewertungen etc. wo sich die Bewertung jeweils im Bereich eins bis zwei befindet. Herr Neuenhagen betont, dass der eventuelle Gewinn dieses Preises eine sehr hohe Verpflichtung für den Ort ist. Herr Bank weist darauf hin, dass Bad Dürkheim im Vergleich zu anderen Orten in Baden-Württemberg und Deutschland im Bereich Service einen sehr hohen Standard hat und schon mehrfach ausgezeichnet wurde. Außerdem wäre mit dieser Auszeichnung die Außenwirkung enorm groß, es wäre damit eine kostenlose Kommunikationsleistung der regionalen und überregionalen Presse verbunden.

Top 4 - Sommerferienprogramm / Aktionen Minara

Herr Spettel stellt das diesjährige Sommerferienprogramm und die verschiedenen Neuerungen kurz vor. Es gibt täglich wechselnde Aktionen z. B. das Animationsteam wird immer donnerstags die Kinder unterhalten. Dazu gibt es verschiedene Spiel- und Späbtage sowie Gesundheitstage mit der AOK. Für die Veranstaltungen sind dieses Jahr keine Anmeldungen mehr erforderlich. Herr Bank betont, dass mit den neuen Aktionen die allgemeine politische Situation und die Besucherfrequenz des Minara verbessert werden soll. Außerdem werden Zielgruppen wie die Gäste der Klinik Hänlehof und Familien gezielt angesprochen. Frau Limberger regt an, dass es Veranstaltungen dieser Art auch außerhalb der Ferien geben sollte. Herr Bank meint daraufhin, dass die benötigten Helfer wie der SSC und die Stadtjugendpflege nur in den Sommerferien solche Aktionen veranstalten können und somit die Organisation der Veranstaltungen nur schwer zu machen wäre. Die Kur- und Bäder GmbH sei aber jederzeit offen für Anregungen und Ideen oder Unterstützung.

Herr Spettel informiert über die Haushaltsverteilung der aktuellen Flyer des Minara, die am 28.08. stattfindet und über den Relaunch der Internetpräsenz, die Mitte/Ende August mit einem neuen Layout eingeführt wird.

Top 5 - Aktueller Stand Radparadies

Herr Spettel informiert die Beiräte über den aktuellen Stand des Projektes Radparadies. Die Kur- und Bäder GmbH ist offizieller Premium-Partner des Radparadieses. Die Vorteile dieser Partnerschaft sind eine eigene Route mit eigenem Namen, der „Soleroute“, einziger Ansprechpartner in Bezug auf Wellness und Gesundheit, Erhalt des Prädikates „Premium-Partner des Radparadieses“, Nutzungs- und Werberechte an Logos, Schriftzügen und Slogans, Vermarktung auf Messen sowie die Einbindung in Homepage und Newsletter. Außerdem wird Bad Dürkheim im Prospekt und Themenbuch des Radparadieses durch Pauschalen beworben. Die Vertragslaufzeit endet am 31.12.2012.

Top 6 - Verschiedenes

CLUB-Taler-Relaunch – Frau Limberger

Frau Limberger stellt im Namen des HoGa Bad Dürrhein den Entwurf des CLUB-Taler-Relaunch vor. Das Konzept sieht u. a. CLUB-Seminare mit CLUB-Zertifikat von ca. 30 Minuten vor, die alle Informationen rund um den CLUB beinhalten und regelmäßig stattfinden sollen. Außerdem soll es eine Plakette oder einen Aufkleber geben, der den CLUB-Betrieb deutlich kennzeichnet. Alle Betriebe, die den CLUB-Taler akzeptieren, legen die aktuelle Ausgabe des CLUB-Magazins und den Veranstaltungskalender aus. Zum CLUB-Taler selbst sollten die individuellen CLUB-Produkte und der Mehrwert für den Gast, 6,00 € statt 5,00 €, in jedem Betrieb gut sichtbar kommuniziert werden. Bei der Verrechnung des CLUB-Talers mit anderen Produkten beträgt der Wert 5,00 €. Zusätzlich zu den bereits bestehenden Spielregeln, stellt Frau Limberger die Idee des CLUB-Commitment vor. Mit der Unterschrift auf einem Aushang bestätigt der Teilnehmer sein Versprechen den CLUB-Gedanken zu leben. Zusätzlich gäbe es ein gemeinsames Sammel-Commitment, auf dem alle teilnehmenden Betriebe mit Logo aufgelistet sind und das im Haus des Gastes aushängt.

Als Start für das neue CLUB-Taler-Konzept wird der 1. Dezember 2010 vorgeschlagen, um noch einen gewissen Übergangszeitraum für die Abrechnung der sich noch im Umlauf befindenden CLUB-Taler mit 10,00 €-Wert zu gewährleisten. Zum 01.12.2010 startet ebenfalls das neue Bonuskartensystem im Wellness- und Gesundheitszentrum Solemar mit dessen Start der CLUB-Taler-Relaunch beginnen könnte. Bis zum Start sollten die Bad Dürrheimer Betriebe schriftlich über die Änderungen informiert werden sowie die Gäste evtl. durch eine Pressemitteilung. Da der Bestand der CLUB-Taler, die sich momentan im Umlauf befinden, bekannt ist, ist der Rücklauf bis zum Start absehbar.

Aktueller Stand Marketingkonzept

Herr Spettel weist kurz auf den aktuellen Stand des Marketingkonzeptes hin und dass momentan an der Aufbereitung der Zahlen gearbeitet wird. In der Sitzung im Oktober wird ausführlicher über den aktuellen Stand des Konzeptes berichtet.

Kooperation Musikhochschule Trossingen

Herr Spettel informiert, dass durch die Kooperation mit der Musikhochschule Trossingen, Konzertreisen, wie K3 und Vis-à-Vis im CLUB-Magazin aufgenommen wurden und Gäste mit der CLUB-Gästekarte ermäßigten Eintritt, statt 10,00 € für 6,00 €, bei den Konzerten erhalten sowie ermäßigten Eintritt in das Harmonika-Museum. Des Weiteren wird die Musikhochschule Trossingen Veranstaltungen in Bad Dürrhein durchführen, dafür wird die Musikhochschule Trossingen in Bad Dürrhein kommuniziert.

Entwürfe Themenbroschüren

Herr Spettel stellt die Entwürfe für die Themenbroschüren Bad Dürkheim vor. Es wurden vorerst die Deckblätter jeweils für die Kliniken, HoGa, Ärzteverzeichnis und Gewerbe und Handel entworfen. Der Entwurf der Klinikbroschüre wird in der nächsten Klinikforumsitzung vorgestellt. Für die Inhalte sind die jeweiligen Verbände zuständig. Sobald die Inhalte vom Verband freigegeben sind, kann die Kur- und Bäder GmbH den Flyer fertig stellen. Es ist auch möglich, die Fertigstellung selbst zu machen und nur das grobe Layout gestalten zu lassen. Die Kur- und Bäder GmbH unterstützt gerne beim Druckservice und der Gestaltung.

Frau Limberger findet die Entwürfe bis auf ein paar kleine Änderungen, z. B. die Überschriften zu tauschen, gut. Herr Bank meint, es ist wichtig, dass die Flyer eine einheitliche Linie aufweisen. Frau Limberger merkt an, dass für die Mitglieder des HoGa für die Erscheinung in diesem Flyer keine Kosten entstehen, diese übernimmt der HoGa. Frau Pfaff fragt, welche Kosten genau anfallen. Herr Spettel erklärt, dass die Gestaltung des ersten Layouts für die Verbände kostenlos ist und diese nur die Druckkosten und dann bei einer Neu- oder Zweitaufgabe allerdings die Kosten für Änderungen und Nachdrucke übernehmen müssen.

Frau Limberger schlägt vor, die erste Auflage relativ gering zu halten, da es sicherlich noch Nachzügler geben wird. Außerdem sollten zwei Versionen, eine mit den Sommer- und eine mit den Winteröffnungszeiten gestaltet werden.

Frau Pfaff möchte gerne zwei verschiedene Flyer für Handel und Gewerbe. Der Handel-Flyer sollte rot gestaltet werden, der Gewerbe-Flyer grau.

Die Layout-Entwürfe der Themenbroschüren finden Sie im Anhang dieses Protokolls.

Frau Limberger betont, dass auf dem Bad Dürkheim-Stand auf der LGS die Prospektständer nicht sonderlich gut positioniert sind und auch die personelle Besetzung nur durch Mitarbeiter der Kur- und Bäder GmbH erfolgt. Herr Bank weist darauf hin, dass den Verbänden angeboten wurde, ebenfalls mit eigenem Personal auf der LGS präsent zu sein, dieses Angebot allerdings bisher nicht wahrgenommen wurde. Er bietet daraufhin an, die Prospektständer besser zu positionieren oder auch zwei Prospektständer im Solemar-Foyer oder Minara aufzustellen. Frau Limberger und Frau Pfaff sind mit dem Vorschlag einverstanden. Herr Bank weist darauf hin, dass die Ständer von den Verbänden selbst transportiert werden müssen. Die Kur- und Bäder GmbH stellt für den Abbau auf der LGS ihren Aussteller-Ausweis zur Verfügung.

Von Seiten der Marketingbeiräte bestehen keine weiteren Fragen mehr.

Der Vorsitzende, Markus Spettel, bedankt sich für die heutige Sitzung, verabschiedet die Anwesenden und schließt die Sitzung.

Die nächste Sitzung findet am 15.09.2010 um 17.00 Uhr im Weinbrennersaal, Haus des Gastes statt. In dieser Sitzung werden u. a. die Gewinner des CLUB-Ideenwettbewerbs festgelegt.

Die zusätzliche Sitzung zum Bericht aus dem Marketingkonzept wird am Samstag, 23.10.10 um 10.00 Uhr im Weinbrennersaal, Haus des Gastes, stattfinden.

Für die Richtigkeit, 5. August 2010

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Spettel', with a long horizontal stroke extending to the right.

Markus Spettel
Vorsitzender