

Protokoll der Sitzung der Jahresabschluss-Sitzung des Marketingbeirates vom 15. Dezember 2010

Anwesend:	s. Anwesenheitsliste
Protokoll:	Frau Prirsch
Beginn:	17:15 Uhr
Ende:	19:45 Uhr

Der Vorsitzende Markus Spettel begrüßt die Anwesenden.

Top 1 – Aktueller Stand Q-Stadt

Herr Spettel erläutert den aktuellen Stand der Bewerbung zur Q-Stadt der Initiative ServiceQualität Deutschland. Der gemeinsame Q-Workshop fand am 21.10.2010 statt. Es wurden dort folgende gemeinsame und branchenspezifische Servicestandards (Einteilung in Cluster) festgelegt:

Gemeinschaftliche Servicestandards

1. Kostenfreie Parkmöglichkeiten

Wir stellen unseren Kunden, Gästen und Patienten ausreichend kostenfreie PKW-Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe zur Verfügung.

2. Bad Dürrheimer Q-Tag

Die Q-Stadt-Betriebe organisieren am 21. Oktober eines jeden Jahres einen Bad Dürrheimer Q-Tag. An diesem Tag erhalten alle Kunden, Gäste und Patienten einen einheitlichen süßen oder Blumengruß.

3. Kooperationen

Jeder Q-Stadt-Betrieb hält Informationen und Informationsmaterial über die Q-Stadt-Betriebe bereit, um bei Bedarf einen geeigneten Kooperationspartner empfehlen zu können. Außerdem wird in jedem Q-Stadt-Betrieb das CLUB-Magazin ausgelegt. Des Weiteren wird hierunter ein gemeinschaftlicher Q-Stadt-Flyer gestaltet, der ebenfalls in jedem Q-Stadt-Betrieb ausliegt.

Servicestandards der einzelnen Cluster

Cluster G – Gesundheitswesen

1. Es besteht eine 24-stündige telefonische Erreichbarkeit. Unser medizinisches und Pflegepersonal sind 24 Stunden für unsere Patienten im Einsatz.
2. Es werden kostenlos Hilfsmittel wie Rollstühle und Rollatoren den Gästen und Patienten zur Verfügung gestellt.

Cluster D – Dienstleister

1. Um das Erscheinungsbild repräsentativ zu gestalten, tragen alle Mitarbeiter dem Betrieb angepasste Dienstkleidung.
2. Wir bieten unseren Kunden eine Sitzgelegenheit und eine kleine Auswahl an kostenlosen Erfrischungsgetränken an.

Cluster T – Tourismus

1. E-Mails werden innerhalb 24 Stunden beantwortet.
2. CLUB-Information: Die Q-Stadt-Betriebe garantieren dafür, dass ihre Mitarbeiter in Bezug auf die CLUB-Leistungen geschult sind und somit in der Lage sind, umfassend über diese informieren zu können.

Es wurde vorgeschlagen, das Cluster G in „Kliniken“ umzubenennen, da diese Servicemaßnahmen hauptsächlich von Kliniken gewährleistet werden. Herr Haller fügt hinzu, dass auch nach der Zertifizierung zur Q-Stadt weitere Betriebe, die mit dem Zertifikat ausgezeichnet sind, einsteigen können. Frau Dr. Kanold findet es nicht gut, dass man nicht automatisch das Q-Zertifikat erlangt, wenn man nach der DIN EN ISO zertifiziert ist. In Nagold gäbe es Betriebe, die nur durch diese ISO-Zertifizierung das Q-Zertifikat bekommen hätten. Frau Prirsch wird dies prüfen.

Herr Schrenk ist der Meinung, dass es gut sei, dass Bad Dürkheim bei solchen Aktivitäten mitmacht und dass die Großbetriebe wie die Kliniken sich zertifizieren lassen sollten. Es sei wichtig, hier nun die Kleinbetriebe mitzunehmen. Man könne allen Bad Dürkheimer Kliniken das Ziel setzen, sich bis Herbst 2010 ISO-zertifizieren zu lassen. Herr Schrenk meint, dass die Q-Zertifizierung nichts bringe, es sei wichtiger auf Bewertungsportalen z. B. Holiday-Check gute Bewertungen zu bekommen. Herr Spettel sagt daraufhin, dass das Q-Siegel alleine nichts bringt, es müsse gelebt werden. Herr Haller wirft ein, dass die Marketingaktivitäten der Trägerorganisationen von ServiceQualität ausgebreitet und verbessert werden müssten. Frau Dr. Kanold fasst zusammen, dass man nicht vergessen darf, dass man auch noch Geld verdienen muss und nicht nur die Rolle des Wohltäters übernehmen könne. Herr Schrenk stimmt zu und fügt hinzu, dass es langsam überhand nimmt mit den Kosten und dem Zeitaufwand für solche Zertifizierungsaktivitäten. Er lobt den Aufbau des Club-Konzeptes in Bad Dürkheim, er habe allerdings auch kein Problem wieder aussteigen.

Herr Stolz spricht in Bezug auf die Bezeichnung „Q-Stadt“ das Problem an, aufgrund der geplanten Schweinzucht auf der Ostbaar, bald den Namen „Schweine-Stadt“ zu bekommen. Herr Spettel bietet an, dieses Thema unter Top 4 - Verschiedenes zu besprechen.

Da Frau Limberger noch nicht zur Sitzung dazu gestoßen ist, wird auf Anregung von Herrn Haller Top 2 – Club-Taler Relaunch nach hinten geschoben.

Top 3 – HIBS Hotel, Informations- und Buchungssysteme

Herr Spettel informiert über die aktuelle Situation der Infotafel, die sich am Haus des Gastes befindet und dass hier nun über die weitere Verwendung eine Entscheidung gefällt werden muss. Herr Spettel hat ein Gespräch mit dem Vertreter von HIBS, Herrn Rossband, geführt. Er informierte darüber, dass die Firma KVG, mit der der Vertrag damals für die HIBS-Anlage geschlossen wurde, insolvent ist und nun airport international media heißt. Herr Rossband hat für die Anlage in Bad Dürkheim ein neues Angebot vorgelegt. Herr Spettel stellt die neuen Möglichkeiten und die Nutzungsstatistik von 2006 – 2010 vor. Es wurde festgestellt, dass die Anrufe, die über die Anlage getätigt wurden in keinem Verhältnis zu den Unterhaltskosten der Anlage bzw. der Anzeigen stehen. Es ist aber auch klar, dass diese Anlage ein Anziehungspunkt für Gäste ist. Nach dem Umbau wären an der HIBS-Anlage in Bad Dürkheim ein großes Display und vier kleinere Displays verfügbar, die tagesaktuell über das Internet pflegbar wären. Die kleineren Displays wären über Anzeigen zu finanzieren. Herr Haller betont, dass die Kosten allgemein, d. h. Grundgebühr und Kommunikationskosten, über eine Mindestvertragslaufzeit von fünf Jahren, definitiv zu hoch und für Kleinbetriebe nicht tragbar wären.

Herr Haller und Herr Schrenk schlagen vor, die Anrufe auf die Zentrale der Insider Group umzuleiten, dessen Callcenter einen 24 Std. Service bietet. Herr Spettel weist darauf hin, dass hier geprüft werden muss, ob dies grundsätzlich möglich ist.

Das Modul Infoportal an deutschen Flughäfen ist grundsätzlich eine gute Idee, es stellt sich jedoch die Frage, wie effektiv sich das auf Bad Dürkheim auswirkt und Buchungen auf diese Weise getätigt werden. Es wurde allgemein festgestellt, dass diese Buchungsmöglichkeiten für Bad Dürkheim nicht realistisch sind.

Herr Spettel fragt nun nach den Meinungen der Marketingbeiräte über die weitere Vorgehensweise bzw. Zukunft dieser Anlage.

Herr Schrenk schlägt vor, da er die Anlage grundsätzlich gut und auch hochwertig findet, zu prüfen ob die Anlage gekauft werden kann und die Technik dann weiterhin benutzt werden kann. Er weist darauf hin, dass heutzutage Walk-inns sehr selten geworden sind und die meisten Buchungen im Voraus getätigt werden. Es sei wichtig, dass es ein zentrales Informationssystem mit einheitlichem CI über Übernachtungsbetriebe und Ausflugsziele rund um Bad Dürkheim gibt, jedoch die individuelle Telekommunikation in die Betriebe, wie sie momentan an der Anlage vorhanden ist, nicht notwendig sei.

Herr Stolz ist der Meinung, dass die Displays der neuen Anlage auf jeden Fall ein Blickfang wären. Es sind sich alle einig, dass der momentane Standort sehr gut ist, allerdings die neue HIBS-Anlage nicht umgesetzt werden soll. Weitere Problematiken sind die Aktualität und die nicht vorhandene Möglichkeit der selbstständigen Aktualisierung sowie die unterschiedlichen Vertragslaufzeiten der einzelnen Vertragsnehmer, da es immer noch aktuell geschlossene 5-Jahres-Verträge geben könnte. Herr Spettel wird die Vertragsbedingungen prüfen und klären, ob es möglich wäre die Anlage zu kaufen. Außerdem muss die Bedingung an airport international media gestellt werden, dass die Daten der Anlage aktuell sind und regelmäßig gepflegt werden.

Herr Haller schlägt vor, sollte eine neue Anlage kommen, die im Voraus bezahlten Gebühren für die Anzeigen in der HIBS-Anlage, ggf. mit neuen Inseraten zu verrechnen.

Herr Spettel wird in der nächsten Sitzung über den neuen Stand informieren.

Frau Limberger hat zwischenzeitlich Bescheid gegeben, dass sie nicht an der Sitzung teilnehmen kann. So wurde nun im Anschluss Top 2 – Club-Taler Relaunch besprochen.

Top 2 – Club-Taler Relaunch

Herr Spettel präsentiert die Neuerungen im Club-Taler-Konzept. Es fanden bereits Informationsveranstaltungen für die teilnehmenden Betriebe statt, deren Resonanz gut war. Herr Spettel erklärt, dass der Wert des Club-Talers halbiert wird und damit auch kleinere Betriebe die Chance haben, den Club-Taler im eigenen Betrieb einzuführen, z. B. mit einem besonderen Club-Produkt. Es wird zum Start auch neue Werbemittel, wie z. B. Drucksachen, Plaketten und Aufkleber sowie ein Commitment aller teilnehmenden Betriebe geben, das im Haus des Gastes zur Information aushängt.

Frau Dr. Kanold stellt die Frage, wie viele Clubs nun eigentlich in Bad Dürkheim bestehen. Es führt offensichtlich zu Verwirrungen, welche Bedeutungen der Club Bad Dürkheim, der „Q-Club“ und die Club-Taler-Betriebe haben. Herr Haller stellt klar, dass das Club-Taler-Konzept zum Club Bad Dürkheim gehört und dass der „Q-Club“ kein Club ist, dem man beitreten kann, sondern eigentlich ein Arbeitstitel ist. Das Club-Konzept und der Q-Club, der aufgrund der Servicequalität Deutschland-Aktivitäten in Bad Dürkheim entstanden ist, sind zwei verschiedene Ansätze. Eine Q-Zertifizierung ist individuell und jedem Betrieb frei gestellt, sich noch zusätzlich danach zu zertifizieren. Frau Dr. Kanold fragt daraufhin, welche Vorteile das Q-Siegel für den Betrieb bringt und man müsse sich einig werden, ob Quantität oder Qualität der Club-Betriebe Priorität habe. Herr Spettel erklärt, dass eine Q-Zertifizierung keine Voraussetzung ist, ein Club-Betrieb zu sein. Die Schwelle wäre hier nicht für alle Kleinbetriebe zu stemmen. Generell ist das Interesse des Club Bad Dürkheim, dass sich möglichst viele Betriebe als Club-Betriebe anschließen und so das Angebot für den Gast bereichern.

Herr Spettel fährt mit der Erläuterung der Neuerungen im Club-Taler-Konzept fort und erläutert die Kriterien und Standards, die die teilnehmenden Club-Betriebe erfüllen müssen. Herr Haller ergänzt, dass die Teilnahme beim Club-Taler-Konzept für denjenigen möglich ist, der bei einer der Informationsveranstaltungen teilgenommen hat und mit seiner Unterschrift die zukünftige Teilnahme bestätigt hat. Es wird noch weitere Informationsveranstaltungen zu diesem Thema geben. Informationen dafür erfolgen über den Hoga und die Kur- und Bäder GmbH.

Top 4 – Verschiedenes

Golfplatz

Herr Spettel informiert die Marketingbeiräte über die Übernahme des Spielbetriebes auf der Golfübungsanlage ab dem 01.01.2011 durch die Kur- und Bäder GmbH Bad Dürkheim, die ein wichtiges touristisches Angebot für Bad Dürkheim darstellt. Es wurden bereits Kooperationsverhandlungen mit Partnerclubs in Königfeld und Owingen-Überlingen geführt. Priorität 2011 ist Sicherung des Spielbetriebs. Grundsätzlich ist die Option der Übernahme durch einen Investor immer noch das Ziel, dennoch ist diese Anlage für einen Investor nur interessant, wenn der Betrieb läuft und funktioniert. Derzeit werden Gespräche mit Golftrainern und Personal geführt.

Herr Schrenk fragt, ob Herr Spettel Zahlen nennen könnte, um sich grob ein Bild von der Lage verschaffen zu können. Frau Dr. Kanold und Herr Spettel bezeichnen den momentanen Saldo als „rote Null“. Der Mitgliedsbeitrag beträgt 349,- € im Jahr.

Herr Schrenk stellt die Frage, ob der Golfbetrieb für Bad Dürkheim überhaupt noch ein wichtiges Thema wäre oder ob dies nur aus Image-Gründen am Leben gehalten werde. Frau Dr. Kanold entgegnet daraufhin, dass das Thema Golf immer noch lebendig sei. Es müsse klar sein, dass die vorhandene Anlage klein bleiben müsse und auch nur als Golfübungsanlage beworben werden könne. Herr Spettel fügt hinzu, dass während der letzten Jahre allgemein ein konstanter Zuwachs von Interesse am Golfsport zu verzeichnen ist. Die Option der Erweiterung der Golfübungsanlage in Bad Dürkheim wird offen gelassen, im Falle eines Einstiegs eines Investors. Herr Neuenhagen schlägt vor, die Golfübungsanlage gezielt zu bewerben, z. B. als größte Driving-Range Südbadens. Herr Schrenk ist der Meinung, dass aus Sicht der Beherberger die

Golfübungsanlage für Bad Dürrhein keine Vorteile mit sich bringt. Herr Spettel erklärt, dass diese Anlage wenig Golfurlauber anlocke, allerdings sich das Angebot trotzdem mit anderen Pauschalen kombinieren ließe und somit für solche Gäste, die den Sport nur einmal ausprobieren möchten, interessant sein könnte. Herr Spettel betont noch einmal, dass zunächst die Sicherung des Spielbetriebs Priorität habe, die zukünftige Gestaltung werde dann überlegt.

Termine 2011

Marketingbeirat 2011 (Weinbrennersaal, Haus des Gastes)

09.02.	17.00 Uhr
25.05.	17.00 Uhr
06.07.	17.00 Uhr
14.09.	17.00 Uhr
09.11.	17.00 Uhr

CLUB-Infoabende 2011 (Club-Saal, Kurhaus)

24.03.	18.30 Uhr
20.10.	18.30 Uhr

Club-Einwohnerkarte

Herr Spettel informiert kurz über die Einführung der Club-Einwohnerkarte und die Haushaltsverteilung der Antragsformulare. Die Club-Einwohnerkarte kann ab dem 01.01.2011 erworben werden.

Herr Haller fragt, ob es möglich wäre, das Protokoll der Marketingbeirats-Sitzungen zukünftig als Beschlussprotokoll zu verfassen, da das Verlaufsprotokoll nicht an Dritte weitergegeben werden soll. Herr Haller und Frau Limberger würden gerne die Ergebnisse aus den Sitzungen an die Hoga-Mitglieder weitergeben können. Herr Spettel bittet hier um eine Abstimmung. Es wurden fünf Stimmen für die Führung eines Beschlussprotokolls abgegeben und eine Enthaltung.

Alle Mitglieder, die an der Sitzung nicht teilgenommen haben, haben die Möglichkeit bis 15.01.2011 Einspruch gegen die Entscheidung einzulegen.

Herr Spettel weist im Anschluss auf die Veranstaltungsreihe „Winterzirkus“ des Hotel Waldeck hin. Herr Schrenk fügt alle weiteren Informationen hinzu.

Herr Schrenk betont, dass diese Veranstaltung zur Bereicherung des Winterangebotes in Bad Dürrhein organisiert wurde. In diesem Zusammenhang schlägt Herr Schrenk vor, noch einmal die Überdachung des Großraumparkplatzes zu überdenken und die Möglichkeiten zu prüfen, da dies dann ein optimales Veranstaltungsareal wäre.

Herr Spettel kommt nun zum Punkt, den Herr Stolz bezüglich der geplanten Schweinezucht-Anlage angesprochen hat und gibt die Diskussion frei. Herr Stolz erklärt die Problematik, die mit dem Bau der Anlage auf die Ostbaar, im Besonderen auf das Feriendorf Öfingen, zukommen würde. Die Anlage würde östlich von Sunthausen, d. h. westlich des Feriendorfes gebaut werden und ca. 3200 Schweine haben und ca. 30000 Ferkel im Jahr hervorbringen. Das Problem sei hier die Gülleausbringung und die dadurch entstehende Geruchsbelastung für die Gäste im Feriendorf, da zu ca. 75 % Westwind besteht.

Frau Dr. Kanold und Frau Pfaff informieren, dass es bereits hochmoderne unterirdische Gülleablaufanlagen gebe, die die Gülle unterirdisch auf die Felder leitet. Bisher gibt es noch keine Informationen über die Technik der geplanten Anlage. Die Gülle kann außerdem nicht anders verwertet werden, Schweinegülle

kann nicht zur Stromproduktion verwendet werden. Herr Stolz macht deutlich, dass die Signale des Feriendorfes definitiv auf rot stehen, da er eine Gefährdung für den Tourismus im Feriendorf sieht. Frau Dr. Kanold berichtet daraufhin, dass diese Thematik bereits im Gemeinderat verfolgt wird und erklärt die Bedingungen. Der Betreiber sei aufgrund der Menge des Viehs nicht mehr privilegiert (nur bis 700 Schweine), d. h. er sei somit Gewerbetreibender. Dadurch wird er von der EU und dem Regierungspräsidium gefördert. Es wird davon ausgegangen, dass im Ortschaftsrat Öfingen die Mehrheit dafür ist, die Anlage zu bauen. Es sei sehr wichtig, eine Entzweiung in der Entscheidungsfällung von Bad Dür rheim und der Ostbaar zu vermeiden. Die Probleme, die der Gemeinderat sieht, sind hauptsächlich der zunehmende LKW-Verkehr (An- und Abtransport der Ferkel), entsprechende Folgebetriebe und der Nitratgehalt im Grundwasser. Außerdem müsse hier auch aus Solidarität auf die Existenz des Betreibers geachtet werden. Es müsse sicher gestellt werden, dass alle nötigen Auflagen erfüllt werden.

Frau Dr. Kanold weist darauf hin, dass der Marketingbeirat kein Gremium ist, das ausschlaggebend für die Entscheidung ist und rät, hier keine Stellungnahme abzugeben. Herr Spettel fügt hinzu, dass die Aufgabe des Marketingbeirates darin besteht, die touristische Wirtschaft bzw. den Tourismus zu fördern und daher darauf geachtet werden sollte, dass die geplante Anlage für den Tourismus so verträglich wie möglich umgesetzt wird. Auf eine öffentliche Stellungnahme von Seiten des Gremiums Marketingbeirat sollte allerdings verzichtet werden. Hier sollte jedes Mitglied seine eigene Stellungnahme nach außen hin vertreten.

Herr Schrenk schlägt vor, den Betreiber Herrn Messner, zu einer der Marketingbeiratssitzungen einzuladen um über die Erweiterungspläne ausführlich zu informieren.

Von Seiten der Marketingbeiräte bestehen keine weiteren Fragen mehr.

Der Vorsitzende, Markus Spettel, bedankt sich für die heutige Sitzung, lädt die Anwesenden zum anschließenden Abschlussessen ein und schließt die Sitzung.

Die nächste Sitzung ist findet am **Mittwoch, 09.02.2011 um 17.00 Uhr** im Weinbrennersaal im Haus des Gastes statt.

Für die Richtigkeit, 21. Dezember 2010



Markus Spettel
Vorsitzender