

6. Sitzung des Ausschusses für Tourismus und Stadtmarketing der Stadt Speyer am  
27.04.2021

Niederschrift des Tagesordnungspunktes Nr. 1

---

**Gegenstand: Beratung zur Umstellung auf papierlose digitale Ratsarbeit**

Frau Bürgermeisterin Kabs informiert, dass vor dem Hintergrund der immer besseren Kommunikationsmöglichkeiten auch die Stadt Speyer dazu übergeht, die Sitzungsunterlagen für Rats- bzw. Ausschusssitzungen elektronisch zu übermitteln.

Voraussetzung dafür ist, dass Ausschuss-Mitglieder einer elektronischen Übermittlung zustimmen und sie bittet die Mitglieder des Ausschusses für Tourismus und Stadtmarketing sich bei Interesse an der Teilnahme an der papierlosen Ratsarbeit mit Herrn Ernst Müller ([ernst.mueller@stadt-speyer.de](mailto:ernst.mueller@stadt-speyer.de)) oder Frau Daniela Stephan ([daniela.stephan@stadt-speyer.de](mailto:daniela.stephan@stadt-speyer.de)) von der Hauptabteilung in Verbindung zu setzen.

**Gegenstand: Rückblicke und Ausblick Stadtmarketing**

Herr Ofer berichtet, dass aufgrund der dynamischen Pandemielage seriöse Planungen schwierig sind, das Stadtmarketing jedoch auf alle Herausforderungen gut vorbereitet und entsprechend den Entwicklungen in der Lage ist, kurzfristig zu reagieren.

Er skizziert die durchgeführten Maßnahmen, die stark durch den Lockdown beeinflusst waren. Das Online-Gewinnspiel „Speyer Bestellt“ hatte zum Ziel die Situation der Gastronomie und Caterer zu verbessern. Teilnehmer waren aufgerufen, bei Speyerer Gastronomen „Essen To Go“ zu bestellen, ein Bild davon zu machen und mit dem Hashtag „Speyer Bestellt“ online zu stellen. Alles wurde über den Instagram-Account geteilt und unter allen Teilnehmern Gutscheine für Speyerer Gastronomen verlost.

Flankierend dazu wurde eine Lieferübersicht erstellt und kostenpflichtig online sowie per Print beworben. Das war und ist auf allen Kanälen sichtbar und es wurde eine hohe Reichweite in der Region erzielt. Ebenso wurde die Gutschein-Plattform kostenpflichtig auf allen Kanälen beworben.

Als die Geschäfte zeitweise wieder geöffnet waren, wurden durch sog. „Take-Over“ Aktionen verschiedene Einkaufsstraßen breit beworben. Dabei haben verschiedene Speyerer Einzelhändler den Instagram-Account übernommen und ihre Einkaufsstraßen vorgestellt. Mit dabei waren: Roßmarktstraße, Gilgenstraße, Maximilianstraße und die Wormser Straße. Die Postgalerie war geplant, aber dann kam der Lockdown dazwischen. Ziel war es, die Reichweite des städtischen Instagram-Kanals zu nutzen um andere Kanäle zu unterstützen und um insbesondere in der Vorweihnachtszeit nochmal auf die lokalen Einkaufsmöglichkeiten hinzuweisen. Die Aktion erzeugte eine sehr gute Resonanz und soll auf jeden Fall wiederholt werden.

Den Verkauf der beliebten Speyerer Mitmach-Kalender wurde diesmal in allen Einkaufsstraßen durchgeführt und es wurde dabei bewusst auf einen Online-Verkauf verzichtet, um Leute in die Innenstadt zu holen und den Einzelhandel in der Vorweihnachtszeit zu unterstützen

Weiterhin wurde eine Übersicht direkt am Festplatz installiert, mit der auf alle Einkaufsstraßen im Zentrum mit einer Stadtkarte hingewiesen wird. Dadurch sollen alle Gäste, die dort in Speyer ankommen, direkt angesprochen werden und Lust darauf gemacht werden die Innenstadt zu erkunden. Vermittelt werden soll dabei auch, dass die Innenstadt nicht nur die Maximilianstraße beinhaltet, sondern es auch nach dem Altpörtel noch tolle und sehenswerte Flecken gibt, wie z.B. die Gilgenstraße.

Des Weiteren wurde ein professioneller Werbefilm für die Innenstadt produziert, ebenfalls mit dem Ziel, die Alleinstellungsmerkmale des stationären Einzelhandels und der lokalen Gastronomie herauszuarbeiten und den „support your locals“ Gedanken zu fördern. Im Film sind verschiedene Protagonisten der Innenstadt zu sehen, die gemeinsam einen passenden Text zur Stadt vortragen. Der Film sollte ursprünglich in der Vorweihnachtszeit veröffentlicht werden, aber dann hat sich bereits der nächste Lockdown abgezeichnet, sodass die Drehar-

beiten verschoben werden mussten. Sobald das Infektionsgeschehen es zulässt, soll der Film veröffentlicht und beworben werden.

Als das Thema Terminshopping aufkam, wurde unmittelbar eine weitere Übersicht dieser Angebote online gestellt und ebenfalls auf allen Kanälen beworben. Analog dazu wurden die Geschäftsöffnungen beworben, die dann aber aufgrund der Inzidenzzahlen leider wieder gestoppt werden mussten.

Ergänzend gibt Herr Ofer einen Ausblick über die kommenden Aktionen und verweist auf verstärkte Online- und Instagram Aktionen. Zudem soll eine eigene Website für den Bereich Tourismus und Stadtmarketing aufgesetzt werden, um die Stadtmarketing- und Tourismus-Kanäle von dem „Gesamtkonstrukt“ Stadtverwaltung abzunabeln und so die jeweiligen Zielgruppen noch effektiver zu erreichen.

Ebenso werden in diesem Jahr – in Zusammenarbeit mit dem FB3 - umfassende Werbe-Maßnahmen zum Thema SchUM eine große Rolle spielen. Zudem soll im Sommer ein neuer Imagefilm für die Stadt Speyer erstellt werden.

Weiter führt Herr Ofer aus, dass durch gezielte Maßnahmen und einem zeitgemäßen Werbemix die Reichweite und die Bekanntheit der Stadt auch in diesem Jahr weiter und kontinuierlich gesteigert werden soll.

6. Sitzung des Ausschusses für Tourismus und Stadtmarketing der Stadt Speyer am  
27.04.2021

Niederschrift des Tagesordnungspunktes Nr. 3

---

**Gegenstand: Bilanz der touristischen Entwicklung 2020**  
**[Vorlage: 0669/2021](#)**

Die Informationen zur Bilanz der touristischen Entwicklung 2020 wurden mit der Einladung versandt. Frau Kabs gibt einen kurzen Überblick über die Entwicklungen der touristischen Kennzahlen. Die Bilanz belegt die katastrophalen Folgen der Corona-Pandemie auf die verschiedenen touristischen Anbieter bzw. Angebote.

Herr Sonntag erkundigt sich, wie der starke Rückgang im Übernachtungsbereich im Vergleich zu anderen Städten zu erklären sei. Frau Nitsche berichtet, dass die Folgen der Lock-Downs sich vor allem im Geschäftsreiseverkehr niedergeschlagen haben und Speyer wahrscheinlich durch die Nähe zur Metropolregion Rhein-Neckar und zu großen Industrieunternehmen besonders hart betroffen war.

**Gegenstand: Erweiterung der digitalen Angebote der Tourist-Information**

Frau Nitsche berichtet, dass sich aufgrund der Corona-Pandemie der Tourismus insgesamt verändert habe. Prognostiziert wird, dass im Jahr 2021 der Deutschland-Tourismus weiterhin im Trend liegen wird und naturnahe Aktivitäten, Angebote im Grünen usw. mit weiterem Zuspruch rechnen können.

Gleichzeitig haben sich die Anforderungen an die touristischen Angebote weiterentwickelt. Kunden erwarten vor allem einen hohen Digitalisierungsgrad bei touristischen Angeboten. Wir sehen daher in der Digitalisierung unserer Angebote eine weitere Chance, die Krise zu bestehen.

Online buchbare Pauschalangebote waren ein Punkt auf der Agenda. Gemeinsam mit örtlichen Hoteliers hat die Tourist-Information eine Reihe von Pauschalen für Individualgäste geschnürt und online buchbar gemacht. Neben Naturthemen wurden auch Kulturangebote aufgegriffen. Großes Interesse bei potentiellen Gästen ist aktuell beim Thema „SchUM-Städte“ zu verzeichnen und zwar sowohl im Bereich der Tagesgäste als auch im Übernachtungstourismus. Auch hier wurde für die Zielgruppe der Übernachtungsgäste ein buchbares Individual-Paket aufgelegt.

Im Bereich der öffentlichen Stadtführungen konnte durch die Einführung eines Online-Ticket-Shops der Vertrieb von Tickets für öffentliche Stadtführungen optimiert werden. Über [www.speyer.de](http://www.speyer.de) haben Interessenten nun die Möglichkeit zu einem Wunschtermin Stadtführungstickets zu erwerben. Die Kontaktdatenerfassung erfolgt digital. Darüber hinaus ist mit der damit verbundenen Online-Bezahlung eine Kontaktreduzierung verknüpft, die sich für Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen positiv auswirkt.

Zum Re-Start 2021 streben wir die Erweiterung des Online-Shop Angebotes an. Dann können Gäste auch weitere online buchbare, termingebundene touristische Angebote über den Online-Shop erwerben.

Bedingt durch die Corona-Pandemie stellten wir in der Tourist-Information im vergangenen Jahr verstärkt Anfragen von Kunden fest, die Speyer autark und individuell erkunden wollten. Um diesem Bedürfnis nach Abstand und Sicherheit entgegenzukommen und unseren Gästen eine individuelle Stadterkundung zu ermöglichen, haben wir in den letzten Wochen unser Angebot an digital hinterlegten, individuellen Themen-Stadtrundgängen erweitert. Auf [www.speyer.de](http://www.speyer.de) sind drei Rundgänge bereits digital abrufbar, die Erweiterung der Rundgänge ist in Planung.

Ein weiteres Projekt im Bereich der Digitalisierung stellte die Initiative „Datenqualität“ dar. Das Ziel war den von außen wahrnehmbaren Digitalisierungsgrad von Beherbergungsbetrieben, aber auch der Speyerer Gastronomiebetriebe zu verbessern.

Für die Partner wurde die Möglichkeit geboten, kostenfreie, professionelle Fotoaufnahmen sowie hochwertige, mehrsprachige Betriebs- und Angebotsbeschreibungen erstellen zu lassen. Wo immer möglich, wurde auch die digitale Buchbarkeit der Betriebe umgesetzt. Das Projekt hatte zum Ziel, dass unsere Betriebe in den Suchmaschinen auffindbar sind, attraktiv abgebildet und auf den mobilen Endgeräten richtig angezeigt werden.



**Gegenstand: Touristische Re-Start Maßnahmen mit Kooperationspartnern**

Frau Bürgermeisterin Kabs informiert, dass die Tourist-Information im Verbund mit touristischen Partnerorganisationen verschiedene Marketing-Maßnahmen plant und teilweise bereits umgesetzt hat.

Frau Nitsche berichtet von der Kooperation mit der Rheinland-Pfalz-Tourismus GmbH, die beim touristischen Re-Start vor allem auf Social Media mit dem Schwerpunkt Storytelling setzt. Im Rahmen der Fortführung der Marketing-Kampagne aus 2020 „Schatzkammer Rheinland-Pfalz“ soll die Aufmerksamkeit von potentiellen Gästen auf herausragende Kulturangebote gelenkt werden. Unter dem Motto „alle Wege führen zum Dom“ wurde das Thema „Radfahren und naturnahe Angebote“ aufgegriffen und mit dem Thema „Speyer – SchUM-Stadt - Jerusalem am Rhein“ wurde das bedeutende kulturhistorische jüdische Erbe in Speyer thematisiert. Neben dem Einsatz auf den Internetseiten der RPT wurden die Geschichten über Facebook, Instagram und Youtube geteilt und werden bei advertorials (redaktionelle Beiträge in Printmedien) vorgehalten. Alle Maßnahmen sind auf eine möglichst große Reichweite ausgelegt, immer mit dem Ziel der Inspiration. Die Maßnahme wurde mit Fördermitteln des Landes umgesetzt.

Gemeinsam mit dem rheinland-pfälzischen Städteverbund wurden die vergangenen Monate genutzt, um eine eigene Internetpräsenz unter der URL [Romantic Cities - Städtereise mit Charme | Rheinland-Pfalz \(romantic-cities.com\)](http://romantic-cities.com) zu realisieren.

Schwerpunkte der neuen Präsentation sind die Themen „UNESCO-Welterbe (Kaiserdom)“, „SchUM-Städte“, „Museen der Extraklasse“ sowie „Sehnsuchtsmomente“. Die neue Internetseite ging zum 30.03.2021 an den Start und bündelt die Angebote der Städte Trier, Mainz, Koblenz, Worms, Idar-Oberstein und Speyer. Die Realisierung der Internetpräsenz wurde ebenfalls mit Fördermitteln umgesetzt.

Im regionalen Umfeld wurde im Werbeverbund mit der Pfalz-Touristik e.V. eine zielgruppenspezifische Ads-Kampagne in Facebook, Google und Instagram umgesetzt, die vor allem Kurzurlauber und Kulturtouristen im Fokus hatte. Auch diese Kampagne wurde mit Hilfe von Fördermitteln umgesetzt und konnte insbesondere bei Google hervorragende Ergebnisse aufweisen.

6. Sitzung des Ausschusses für Tourismus und Stadtmarketing der Stadt Speyer am  
27.04.2021

Niederschrift des Tagesordnungspunktes Nr. 6

---

**Gegenstand: Installation von Fahrrad-Reparatur und -Service-Einrichtungen; Prüfauftrag der Ausschussmitglieder der CDU-Fraktion vom 26.01.2021**  
[Vorlage: 0576/2021](#)

Frau Bürgermeisterin Kabs gibt das Wort an Herrn Sonntag, der den Prüfauftrag der CDU-Fraktion ausführt und auf die steigende Bedeutung des Fahrradverkehrs hinweist. In Abstimmung mit der antragsstellenden Fraktion wurde vom Prüfauftrag abgesehen, da sich das Thema bereits in Bearbeitung befindet.

Frau Kabs berichtet von dem Ergebnis der Recherche der Verwaltung. Zum einen bieten einige Fahrradhändler in Speyer die Möglichkeit der Fahrrad-Reparatur während der Öffnungszeiten an. Geprüft wurde auch die Möglichkeit, zu den Öffnungszeiten der Tourist-Information ein Reparaturset vorzuhalten oder einen „Schlauch-o-Mat“ anzubringen, an dem man Fahrradschläuche oder kleinere Reparaturartikel ziehen kann.

Frau Nitsche ergänzt, dass aktuell ein Förderprogramm vom Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur aufgelegt wurde, das u.a. auch Infrastrukturmaßnahmen an Fahrradwegen umfasst. Konkret förderfähig sind Maßnahmen zum Ausbau und der Erweiterung der Routen im „Radnetz Deutschland“. Aufgrund ihrer Trasse auf dem „Radweg Deutsche Einheit“ sind in Rheinland-Pfalz die folgenden Radwege Teil des Förderprogramms „Radnetz Deutschland“: der Rheinradweg, der Mosel-Saar-Radweg und der Lahnradweg. Der Förderantrag wird über das Wirtschaftsministerium des Landes an das Bundesministerium gestellt und bündelt die förderfähigen Maßnahmen der Anrainerkommunen.

Für die Stadt Speyer wurde im Bereich der Rheinallee der Bedarf an einer Radservice (Reparatur) - Station sowie einer Fahrradabstell-Anlage angemeldet. Ebenso wurde der Bedarf an einer Radreparatur-Säule in der Nähe der Tourist-Information angeführt. Über die Pfalz-Touristik e.V. wurde unser Bedarf bereits an das Wirtschaftsministerium übermittelt.

Für bis zum 31.12.2021 eingehende Anträge beträgt die Förderquote grundsätzlich bis zu 80%, in strukturschwachen Regionen bis zu 90% und in finanzschwachen Kommunen bis zu 100% der zuwendungsfähigen Gesamtausgaben.



**Gegenstand: Informationen der Verwaltung**

**Anfrage der SWG-Fraktion zum aktuellen Stand mit den Umlandgemeinden zu touristischen Rundwegen**

Wie in der Ausschuss-Sitzung am 14.08.2020 angekündigt, wurde ein gemeinsames Gespräch mit Herrn Landrat Körner und Herrn Landrat Brechtel angesetzt, um zukünftige Kooperationsmöglichkeiten abzustimmen.

Das Gespräch fand am 03.12.2020 in Speyer statt. Alle Gesprächsteilnehmer waren sich einig, dass die Idee der gemeinsamen Rundtouren weiterverfolgt werden sollte. Wichtig in diesem Zusammenhang sei ein umfassendes Mobilitätskonzept, das auch Pendler-Radwege, Bike & Ride Parkplätze und ggf. notwendige Rückbauten von Radrouten berücksichtige. Das Tourenangebot mittels radtouristischer Infrastruktur aufzuwerten, sei ebenso wünschenswert, wie eine Radfahr-App zur Bewerbung der Touren. Es wurde vereinbart, dass die Experten der Bauverwaltungen, der Naturschutzbehörden und die Touristiker abgestimmte Vorschläge zum weiteren Vorgehen erarbeiten.

Neben den von der SWG eingebrachten Rundtouren werden aktuell in der Region viele parallele Projektideen zur Verbesserung der Radinfrastruktur diskutiert. Gemeinsam mit dem Rhein-Pfalz-Kreis, dem Landkreis Germersheim und der Stadt Speyer wurde die Region „Rheinebene“ als Pilot-Projekt der Ferienregion Pfalz für das Thema Radfahren definiert.

Die Zertifizierung der Rheinebene zur ADFC-Radreiseregion ist für die Pfalz-Touristik mit dem Ziel der nachhaltigen Qualitätsentwicklung im Radtourismus verbunden. Das Gütesiegel bietet zudem die Chance, dieses attraktive Rad-Angebot werbewirksam zu vermarkten. Die vom Land geforderte HBR-konforme Beschilderung ist ebenso gesichert. Das Pilot-Projekt soll mit Hilfe eines Förderprogramms umgesetzt werden.

Für die Pilotregion Rheinebene können von den 3 beteiligten Kommunen jeweils 1-2 Tourenvorschläge eingereicht werden. Die Routen müssen einem eindeutigen Thema folgen, das einen Erlebniswert hat und sich mit den Alleinstellungsmerkmalen der Region und den Anforderungen der Zielgruppen (Gäste und Einheimische) gerecht wird. Rundtouren sind zu bevorzugen. Welche Routen final als Premium-Routen ausgewählt werden, lässt sich aktuell noch nicht absehen. Auch inwieweit kommunale Rundtouren als Ergänzungen im Konzept berücksichtigt werden können und in welcher Form ist noch unklar.

Ebenfalls seit Herbst 2020 in der Diskussion ist die Konzeption und Umsetzung einer SchUM-Radroute, die die jüdischen Stätten in Mainz, Worms und Speyer verbinden soll. Hier warten wir noch auf die finale Zustimmung der Stadt Mainz, um eine Tour – die auch den Rhein-Rad-Weg einbezieht – für potentielle Interessenten anbieten zu können.

Angesichts der gestiegenen Komplexität durch die verschiedenen Projektideen, der unterschiedlichen Anforderungen und divergierenden Interessenslagen der Beteiligten ist in einem weiteren Schritt angedacht, dass sich alle Beteiligten in einem moderierten Workshop-

Prozess zu den verschiedenen Ansätzen austauschen und die Möglichkeiten der Zusammenarbeit ausloten.

Hier ist uns vor allem wichtig, Parallel-Entwicklungen zu vermeiden und die genannten Radtouren-Projekte abgestimmt voranzubringen. Die Kenntnis zum aktuellen Planungsstand der Radinfrastruktur-Projekte der Partner stellt dabei die Grundlage der zukünftigen Planungen. Gleichzeitig gilt es Risiken, Hürden aber vor allem Chancen und Möglichkeiten zu identifizieren. Die vorhandenen personellen und finanziellen Ressourcen zu bestimmen und Synergieeffekte ausfindig zu machen, ist dabei ebenso bedeutsam wie die Abstimmung der Arbeitsorganisation.

Zum Schluss Frau Kabs berichtet, dass der Stadtvorstand, um die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise etwas abzumildern, die Provisionen aus der Vermittlertätigkeit der Tourist-Information für Gastgeber (Unterkunftsbetriebe und touristische Leistungspartner) bis zum Jahresende 2021 erlassen wird.

6. Sitzung des Ausschusses für Tourismus und Stadtmarketing der Stadt Speyer am  
27.04.2021

6. Sitzung des Ausschusses für Tourismus und Stadtmarketing 27.04.2021 **Monika  
Kabs**

**Hinweis:** Diese Seite bitte nicht löschen! Enthält wichtige Seriendruck-Platzhalter für das  
Gesamtdokument!