

Ideenpapier

Sinzig – Bad Bodendorf



Wettbewerbsbeitrag zum
IDEENWETTBEWERB FÜR HEILBÄDER UND KURORTE
in Rheinland-Pfalz

Steuerungsgruppe Zukunft Bad Bodendorf
Dipl. Ing. Maike Gausmann-Vollrath, Kirchplatz 5, 53489 Sinzig, Telefon 026422400177
Bad Bodendorf, März 2009

1 Einleitung.....	1
1.1 Tagebucheintrag eines Kurgastes	1
1.2 Vorgehensweise	1
2 Leitbild.....	2
2.1 Bad Bodendorfs Stärken und Ableitung der Zielgruppe.....	2
2.2 Leitbild und Handlungsfelder	3
3 Projekte und Einzelmaßnahmen.....	3
3.1 HF Naturnahes Aktiv- und Erholungsangebot	3
3.2 HF Städtebauliche Atmosphäre.....	4
3.3 HF Infrastruktur.....	5
4 Umsetzungsstrategie und Ausblick.....	7

1 EINLEITUNG

Als Einstieg in dieses Ideenpapier wird zunächst ein beispielhafter Tagesablauf eines Gastes aus dem Jahr 2015 geschildert. Im Anschluss daran werden die verschiedenen Stationen auf dem Weg zur Erstellung des Konzeptes aufgeführt.

1.1 Tagebucheintrag eines Kurgastes

Bad Bodendorf, den 14. September 2015

Ich sitze in Bad Bodendorf vor meinem Wohnmobil beim Frühstück und genieße das Vogelgezwitscher. Ein herrlicher Tag. Bin extra früh aufgestanden, um in der Morgenluft noch ein paar Bahnen im warmen Thermalwasser zu schwimmen. Am Beckenrand bin ich mit Einheimischen ins Gespräch gekommen. Nachdem sie mich gut gelaunt begrüßt hatten, habe ich die Chance genutzt ein paar Insidertipps über den Ort zu erhalten. Die offene Art der Menschen bestätigt meinen ersten Eindruck von gestern. Das erste, was ich sah als ich nach Bad Bodendorf hineinfuhr, war eine kunstvolle Stele, die wie eine einladende Geste wirkte. Auch bei der Ankunft am sogenannten Kur-Wohnmobilpark wurden meine Erwartungen übertroffen. Ich habe einen idyllischen Platz in der Nähe eines plätschernden Bachlaufs belegt. Von hier aus sind es nur wenige Meter bis zum Informationszentrum. Eine Ansammlung von kugelförmigen Gebilden aus den unterschiedlichsten Materialien, in denen man sogar übernachten kann. Die Informationen, die mir für meine Wanderung noch fehlten, hatte ich schnell beisammen und so noch ein wenig Zeit, mir den Ort anzuschauen. Die liebevoll gestalteten Straßen luden zum Schlendern ein und kunstvolle Stelen am Wegesrand wiesen mir den Weg in den historischen Ortskern. Nach einem Glas Wein in einer gemütlichen Weinstube spazierte ich zurück zu meinem Wohnmobil, wobei ich auch schon die Markierung meines Wanderwegs für den nächsten Tag entdeckte. Zurück im Park ließ ich den Abend in traumhafter Ruhe ausklingen. Jetzt, nach zehn Bahnen im Bad und einem ausgiebigem Frühstück geht's frisch gestärkt auf Wanderschaft, damit ich heute Abend meine müden Knochen in der Naturerlebnissauna regenerieren kann.

P.S.: Nächstes Mal sollte ich mein Patenkind mitbringen, mit ihm in dieser Kugel schlafen und durch den Naturerlebnisparkours im Kurpark laufen.

1.2 Vorgehensweise

Mit der Anmeldung Bad Bodendorfs zum Ideenwettbewerb für Heilbäder und Kurorte wurde gleichzeitig das ETI mit der moderierten Entwicklung des Beitrags beauftragt. Zusätzlich engagierte die Stadt eine externe Moderatorin, um eine Fortführung des initiierten Prozesses mit den Beteiligten auch nach der Wettbewerbsphase zu garantieren. Als Einstieg in die Thematik stellte Prof. Quack (ETI) die Ergebnisse der Vergleichenden Qualitätsbewertung (VQB) von Heilbädern speziell für Bad Bodendorf vor. Zu diesem Vortrag erfolgte eine öffentliche Einladung an alle Bürger, um eine hohe Akzeptanz und Mitwirkungsbereitschaft bei der späteren Umsetzung zu gewährleisten. Das Kernstück der Ideenfindung stellt die Durchführung eines ganztägigen Ideenworkshops, moderiert durch das ETI dar. Es waren Teilnehmer aus den Bereichen Politik, Beherbergungsbetriebe, Tourismus, Verwaltung, Betreiber privater Freizeiteinrichtungen, Kunst und interessierte Bürger anwesend. Die Teilnehmerzahl war aus organisatorischen Gründen auf ca. 20 beschränkt. Davon waren 16 Teilnehmer von der Stadt und der Moderatorin persönlich geladen, vier Plätze wurden für interessierte Bürger freigehalten, die sich nach Aufruf in einem Zeitungsartikel melden konnten. In dem Workshop wurden die Stärken des Kurortes ermittelt und in Ideen für die Zukunft umgewandelt. Die Teilnehmer des Workshops bilden in Zukunft eine Steuerungsgruppe für die weitere Entwicklung von Bad Bodendorf. Sie traf sich bereits zur

weiteren Ausarbeitung der Ideen und Vorbereitung des Ideenpapiers unter Leitung der externen Moderatorin.

2 LEITBILD

Im folgenden Kapitel werden zunächst die Stärken Bad Bodendorfs herausgestellt. Aus diesen Potenzialen wird die Zielgruppe und das Leitbild für die Zukunft Bad Bodendorfs entwickelt. Eine Unterteilung in drei Handlungsfelder, dient der Konkretisierung dieses Leitbildes.

2.1 Bad Bodendorfs Stärken und Ableitung der Zielgruppe

Bad Bodendorf bietet eine Vielzahl an Entwicklungspotenzialen. Diese sind teilweise heute schon als Alleinstellungsmerkmale des Ortes zu bezeichnen, teilweise befinden sie sich aber noch in einem Dornröschenschlaf, aus dem sie erweckt werden müssen. Unabhängig davon sind diese Potenziale als Stärken Bad Bodendorfs zu sehen. Sie wurden analysiert, in sechs Themenblöcke zusammengefasst und ihre Auswirkung auf spezielle Zielgruppen abgeleitet.

Die **geografische Lage** stellt einen großen Vorteil Bad Bodendorfs gegenüber anderen Kurorten bei der Ansprache seiner Gäste dar. Die unmittelbare Nähe zum Rhein und die Lage als Eingangstor zum Ahrtal garantieren ein breites Angebot für aktive Gäste, die Interesse an der Landschaft und Umgebung haben. Hinzu kommt die **rheinische Lebensart** der Bad Bodendorfer Bevölkerung. Verschiedene Dorffeste und eine aktive Künstlergruppe stehen für eine engagierte Bevölkerung, denen Geselligkeit wichtig ist. Diese regionale Authentizität spricht Gäste an, die sich in einer natürlichen Umgebung wohl fühlen.

Bad Bodendorf verfügt über ein **exzellentes Heilwasser mit Tradition**. Das nostalgische Thermalbad mit dem Charme längst vergessen geglaubter Zeiten und eine museale CO₂-Verflüssigungsanlage in Verbindung mit einem der hochwertigsten Heilwasser in Rheinland-Pfalz sind ein Juwel für Gäste, die Entspannung und Erholung in natürlicher Umgebung suchen und Wert auf ihre Gesundheit legen. Zu dem Heilwasser kommen weitere natürliche Ressourcen, die aus dem Kurort ein **Naturerlebnis** der herausragenden Art machen. Das FFH Gebiet Ahrauen, die Streuobstwiesen, die vulkanische Geologie der Umgebung und die Orchideenwiesen mit ca. 15 verschiedenen Orchideenarten sind außergewöhnliche Erlebnisse für Naturfreunde. Der Schwanenteich mit angrenzendem Tiergehege bietet zusätzlich einen Einblick in die heimische Fauna.

Die **Vielfalt der Wanderwege**, die Bad Bodendorf durchlaufen oder an den Ort angrenzen, wurde bereits von der VQB für Bad Bodendorf positiv hervorgehoben. Sie bildet ein Potenzial, welches den aktiven Erholungsurlauber anspricht. Der Kurort ist sowohl Start- und Zielort des Rotweinwanderwegs als auch Ausgangspunkt des neuen Prädikatwanderwegs Ahrsteig. Durch den Ort führen zudem der Rheinburgenweg und der Krönungsweg, der Rheinsteig verläuft in unmittelbarer Nähe und der Westerwaldsteig beginnt auf der gegenüberliegenden Rheinseite in Bad Hönningen. Örtliche Rundwege, die Lage innerhalb des größten Nordic Fitness Park Europas und ein dichtes Geocachingnetz im gesamten Ahrtal ergänzen das klassische Wanderwegangebot. Der **Wohnmobilhafen** sorgt mit 10.000 Übernachtungen im Jahr 2008 für einen Großteil der Übernachtungsgäste. Er richtet sich an eine Klientel, die gerne inmitten der Natur lebt und ihre Mobilität genießt.

Betrachtet man die Zielgruppen, die durch die einzelnen Stärken Bad Bodendorfs angesprochen werden, fallen eindeutige Gemeinsamkeiten auf. Der Bad Bodendorfer Gast ist ein **aktiver Naturfreund, der Landschaft und Menschen kennen lernen möchte und Wert auf seine Gesundheit legt**. Da die heutige „komplexe und technisierte Welt das Bedürfnis erzeugt, Natur

intensiv zu erleben“ [Tourismusstrategie 2015], entspricht diese Zielgruppe nicht nur den Stärken Bad Bodendorfs, sie ist auch auf die Bedürfnisse des Marktes ausgerichtet und stellt daher die Grundlage für das zukünftige Leitbild dar.

2.2 Leitbild und Handlungsfelder

Die in Kapitel 2.1 beschriebene Zielgruppe in Kombination mit dem analysierten Potenzial im Bereich der Wanderwege führt zu folgendem Leitbild für Bad Bodendorf:

Bad Bodendorf – das Wanderer Bad an Ahr und Rhein

Gestützt wird dieses Ergebnis durch die Tourismusstrategie 2015 für Rheinland-Pfalz. Der „Rheinland-Pfalz-Gast ist interessiert an der Natur und möchte sich aktiv und naturnah fit halten.“ Daher bildet die Thematik „Wandern“ eine von vier touristischen Säulen auf Landesebene. Diese soll in Zukunft durch Bad Bodendorf aktiv gestärkt werden. Da durch dieses Leitbild auch eine nachhaltige Verbesserung der körperlichen und seelischen Gesundheit der Gäste angestrebt wird, wird mit der „Gesundheit“ auch eine zweite Säule der Tourismusstrategie gefestigt. Ergänzend wird das Thema „Weinkulturlandschaften“ schon durch die geografische Lage und den Beginn des Rotweinwanderweges berücksichtigt. Die touristische Säule „Radwandern“ spielt im Ahrtal und somit auch in Bad Bodendorf eine wichtige Rolle, soll in diesem, speziell auf den Ort abgestimmten Ideenpapier, jedoch nicht weiter vertieft werden. Die Kultur wird, ebenso wie auf Landesebene, in Bad Bodendorf als „begleitendes Element in allen Themen“ [Tourismusstrategie 2015] vertreten sein.

Zur weiteren Konkretisierung wird dieses Leitbild in drei Handlungsfelder (HF) unterteilt, die die einzelnen Maßnahmen zur Umsetzung strukturieren und dabei garantieren, dass die für Bad Bodendorf wichtigsten Themen ausgestaltet werden. Die Grundlage eines erfolgreichen Kur- und Fremdenverkehrsortes ist das Freizeitangebot. Entsprechend der zuvor analysierten Zielgruppe beinhaltet das erste Handlungsfeld somit Maßnahmen für ein **naturnahes Aktiv- und Erholungsangebot**. Dieses Angebot muss in eine ansprechende Umgebung mit hoher Aufenthaltsqualität eingebettet sein, um den Gästen auch außerhalb Ihrer Aktivitäten einen angenehmen und erholsamen Aufenthalt zu ermöglichen. Da dieser Aspekt bei der VQB für Bad Bodendorf besonders kritisiert wurde, ist die **städtebauliche Atmosphäre** ein außerordentlich wichtiges Handlungsfeld für die Zukunft Bad Bodendorfs. Zu einem erholsamen Urlaub gehört auch, dass man sich nicht unnötig mit organisatorischen Dingen beschäftigen muss. Eine funktionierende **Infrastruktur** wird vorausgesetzt. Um diesen Anspruch zu erfüllen, stellt sie ein eigenes Handlungsfeld dar.

3 PROJEKTE UND EINZELMAßNAHMEN

Für die zuvor analysierten Handlungsfelder werden Projekte und Einzelmaßnahmen vorgestellt, die den dargestellten theoretischen Ansatz in die Praxis umsetzen werden.

3.1 HF Naturnahes Aktiv- und Erholungsangebot

Das zukünftige Freizeitangebot in Bad Bodendorf orientiert sich an dem Oberbegriff Naturerlebnis. Dabei konzentriert sich das Aktivangebot auf das Thema Wandern im weitesten Sinne. Es werden Etappenwanderungen mit Hol- und Bringservice und Themenwanderungen mit Führung (z.B. zum Thema Rückzugsraum Natur) angeboten. Dabei sprechen ein „**Menue in Etappen**“, bei dem die einzelnen Gänge in unterschiedlichen Gasthäusern erwandert werden, und „**Kultur in Etappen**“, die verschiedene Museen der Region (bspw. das Arp-Museum mit dem Brücken-

museum in Remagen) verbindet, auch kulturell und kulinarisch interessierte Wanderer an. Spezielle Bad Bodendorfer **Wanderabzeichen** fördern den Ehrgeiz und beinhalten verschiedene Kategorien, die teilweise nur nach mehreren Tagen Aufenthalt zu erwandern sind. Hier wird eine Kooperation mit dem benachbarten Bad Hönningen angestrebt. Die Angebotspalette kann mit dem Westerwald- und dem Rheinsteig erweitert und die Aufenthaltsdauer insgesamt erhöht werden. Um die Basis der Zielgruppe „Wanderer“ zu vergrößern, wird der **Rotweinwanderweg barrierefrei** ausgebaut und jüngere Gäste durch den Ausbau des vorhandenen **Geocaching** Angebotes angesprochen. Hierfür sollen GPS Geräte angeschafft und an die Gäste ausgeliehen werden, auf denen Routen vorprogrammiert sind, um die technische Hemmschwelle zu minimieren. Diese elektronische Schatzsuche bietet auch die Möglichkeit, Informationen über die Historie des Ortes oder die Besonderheiten der Natur spielerisch in die zu lösenden Rätsel einzubauen. Die Errichtung einer **Finnenbahn** kommt dem Bedürfnis nach körperlicher Anstrengung in einem überschaubaren Zeitraum entgegen, um sich im weiteren Tagesverlauf erholen zu können.

Mit Einzelmaßnahmen wie dem Errichten eines **Barfußpfades**, einer **Naturerlebnissauna** und dem Anlegen von **Duftwiesen** wird dem wachsenden Bedürfnis nach Erholung und Entschleunigung entsprochen. Die Installation eines **Sinnesparcours**, in dem Tierspuren ertastet, Vogelstimmen gehört und Blumen und Kräuter gerochen werden können kombiniert diesen Wunsch mit einer Sensibilisierung auf Naturerlebnisse. Zusätzliche **naturnahe Edutainment Einrichtungen** wie Lehrpfade zur Fauna und Flora der Ahrauen, den Orchideenwiesen oder der Entstehung des Heilwassers informieren den tiefgehend interessierten Gast über die vorhandenen Naturschätze. Angebote zu dem Bad Bodendorfer Heilwasser und eine Besichtigung der historischen CO₂-Verflüssigungsanlage stellen eine wertvolle Ergänzung des Bad Breisiger „Wasserparks“ dar. Hier könnten gemeinsame Führungen angeboten werden, die auch einen Besuch des Bad Bodendorfer Thermalbades beinhalten. Mit Hilfe eines nachhaltigen Energiekonzepts wird das besondere nostalgische Flair dieses **Bades** künftig **ganzjährig** zu genießen sein. Für Gäste, die die Natürlichkeit Bad Bodendorfs zu schätzen wissen, die mondäne Atmosphäre eines Royal Spas jedoch erlebt haben und auf dessen gesundheitstouristisches Angebote nicht verzichten möchten, werden Tagespauschalen und ein Hol- und Bringservice nach Bad Neuenahr angeboten.

3.2 HF Städtebauliche Atmosphäre

Dreh- und Angelpunkt Bad Bodendorfs wird zukünftig die „**Drehscheibe**“, ein zentrales Begegnungszentrum mit einem angrenzenden Kur-Wohnmobilpark sein, welche durch seine außergewöhnliche, auf die Bad Bodendorfer Zielgruppe abgestimmte Architektur besticht. Hierbei handelt es sich um eine modulare, energieeffiziente Konstruktion aus natürlichen Baustoffen, die durch regenerative Energiequellen versorgt wird. Die äußere Form orientiert sich an natürlichen Elementen. So könnten Kugeln bspw. als Weintrauben oder Kohlensäurebläschen des Heilwassers gestaltet werden. Diese Drehscheibe für Bad Bodendorf und seine Umgebung beinhaltet neben einer Touristinformation für den Kurort, ein Begrüßungszentrum für den Ahrsteigtouristen und Gast des „WanderWunderlandes“ Rheinland-Pfalz. Zudem können einige der oben erwähnten Edutaimenteinrichtungen und ein Treffpunkt für Gäste und Einheimische, der zum Feiern, für Informationsveranstaltungen oder andere Anlässe genutzt werden kann, integriert werden. Der Eingangsbereich des Thermalbades und eine Zapfstelle für das Bad Bodendorfer Heilwasser werden ebenfalls in die Gestaltung aufgenommen. Das **Thermalbad** wird unter Beibehaltung des nostalgischen Erscheinungsbildes **modernisiert** und in das nachhaltige Energiekonzept einbezogen.

Ergänzend zu dieser „Drehscheibe“ entsteht der erste **Kur-Wohnmobilpark** in Rheinland-Pfalz. Die derzeitigen Wohnmobilstellflächen werden in den Kurpark integriert und beides wird als Einheit komplett neugestaltet. Hierbei wird sowohl Wert auf optisch integrierte Einzelstellplätze als auch auf einen zentralen, öffentlichen Erholungstreffpunkt gelegt. Für Wohnmobilsten werden Versorgungs- und Serviceeinrichtungen wie Dusche/WC, Schuh- und Trockenraum, Waschsalon und ein Frühstücks- und Kontaktraum geschaffen, die auch von anderen Gästen genutzt werden können. Der Kurpark bietet naturnahe Entspannung mit Wassergeräuschen, Wasserbetten und anderen Maßnahmen des HF Naturnahes Aktiv- und Erholungsangebot. Als Übergang zur Architektur des Begrüßungszentrums werden weitere Kugeln als alternative Übernachtungsformen errichtet.

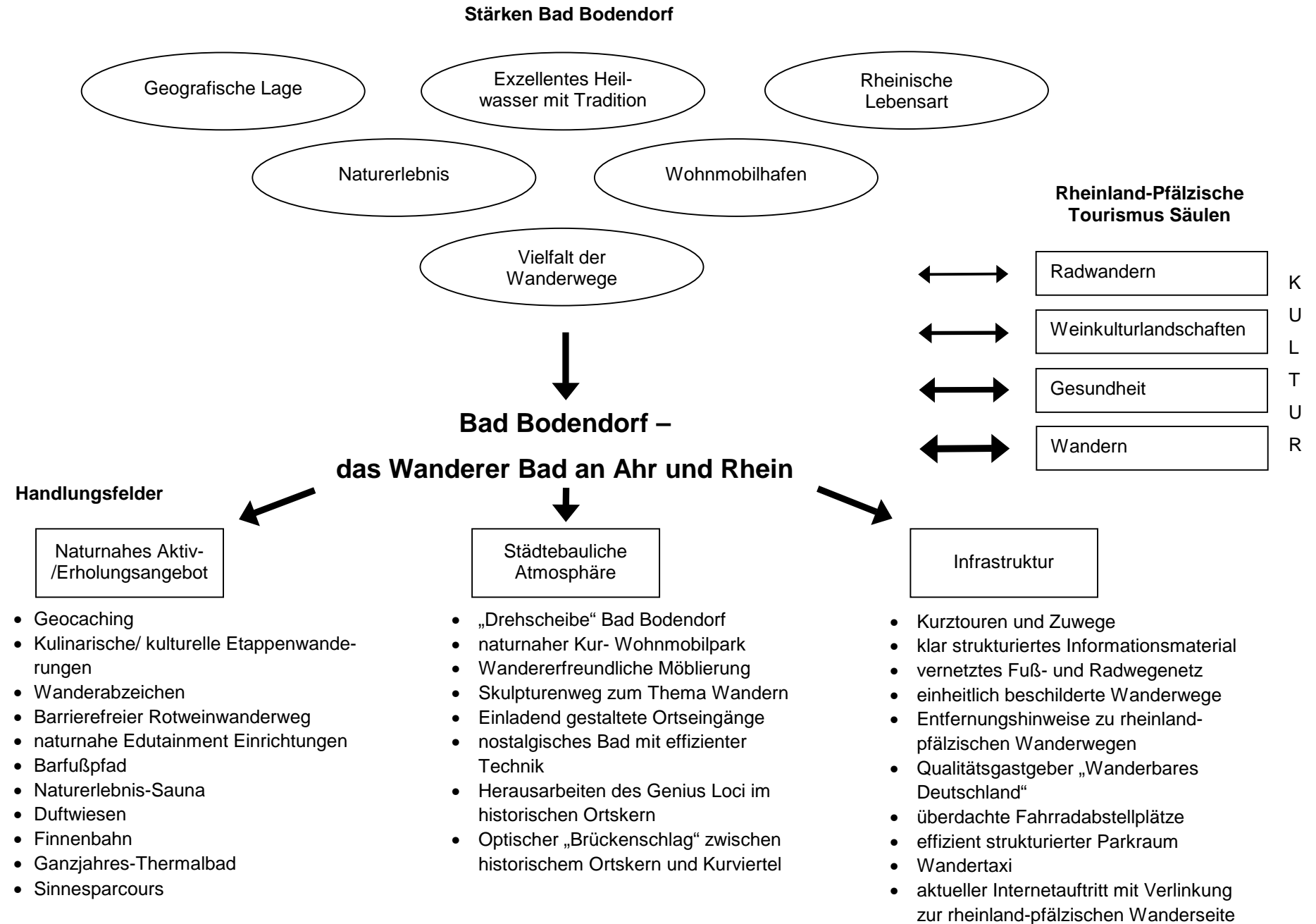
Ausgehend von diesem architektonisch innovativen Zentrum wird die städtebauliche Atmosphäre des Ortes zielgruppenorientiert aufgewertet. Sowohl der Bereich des Kurviertels, als auch der historische Ortskern werden mit einer authentischen und **wandererfreundlichen Möblierung** mit Bank-/Tischgruppen, passenden Laternen und Blumenschmuck im öffentlichen und privaten Raum ausgestattet. Zusätzlich wird der **Genius Loci im historischen Ortskern** durch eine Betonung des Fachwerks, eine Pflasterung der Straße und nostalgische Straßenschilder hervorgehoben. Ein durch einheimische Künstler gestalteter **Skulpturenweg** zum Thema „Wandern“ im Kurviertel und mit typischen Bad Bodendorfer Motiven im historischen Ortskern gibt der Gestaltung des öffentlichen Raumes eine individuelle Note. Um zu ermöglichen, dass der Gast Bad Bodendorf als Gesamtensemble wahrnimmt, ist ein **optischer „Brückenschlag“** über die B266 zwischen Kurviertel und historischem Ortskern notwendig. Dies wird durch die Schaffung eines Alleecharakters entlang der Hauptverbindungsstraße über die Bundesstraße hinweg mit Hilfe von Bäumen und Themenstelen erreicht. Ergänzend werden Symbolspiegel beiderseitig der Bundesstraße errichtet, die die jeweilig andere Ortsseite darstellen. Der erste Eindruck eines Gastes ist von entscheidender Bedeutung für eine positive Grundeinstellung zu seinem Aufenthalt. Daher werden die **Ortseingänge Bad Bodendorfs neu gestaltet**. Eine beidseitige Bepflanzung der B266 mit Charakterbäumen an den Ortseingängen bildet hierfür die Basis. Kunstvolle Begrüßungstelen oder ein symbolisches „Tor zum Ahrtal“ sorgen für eine individuelle Ausgestaltung, die auch auf den Empfangsbereich des Bahnhofs und die Wander- und Radwege ausgedehnt werden.

3.3 HF Infrastruktur

Da Bad Bodendorf zwar über eine Vielzahl an Wanderwegen verfügt, diese bisher aber nur unzureichend erschlossen sind, werden zunächst grundlegende infrastrukturelle Maßnahmen ergriffen. Entsprechend der Rheinland-Pfälzischen Tourismusstrategie 2015 werden ergänzend zu den bestehenden Wanderwegen **Kurztouren und Zuwege** erstellt, die die Region erschließen. Diese Wege werden einheitlich „nach Qualitätskriterien ausgesucht, dokumentiert, **beschildert** und markiert. **Klar strukturiertes Informationsmaterial** ermöglicht dem Wanderer einen einfachen ... Überblick“ [Tourismusstrategie 2015]. Während ihres Aufenthaltes werden die Gäste von „**Qualitätsgastgebern Wanderbares Deutschland**“ bewirtet.

Darüber hinaus wird die Mobilität der Gäste durch die Einrichtung eines **Wandertaxis**, der Schaffung von zusätzlichem **Parkraum** und der Installation **überdachter Fahrradabstellplätze** gesteigert. Innerhalb des Kurortes wird dem Gast eine nichtmotorisierte Fortbewegung durch ein flächendeckendes **Fuß- und Radwegenetz** erleichtert. **Entfernungshinweise** zu rheinland-pfälzischen Wanderwegen geben Anregungen für weitere Wanderurlaube. Auch der neu zu gestaltende **Internetauftritt** Bad Bodendorfs beinhaltet neben den ortseigenen Informationen Verlinkungen zu rheinland-pfälzischen und nationalen Wanderseiten.

Abb. 1: Leitbild Bad Bodendorf



4 UMSETZUNGSSTRATEGIE UND AUSBLICK

Dieses Ideenpapier ist der erste Schritt auf einem Weitwanderweg mit dem Ziel „Wanderer Bad – Bad Bodendorf“. Wenn der Wanderer sein Ziel erreichen möchte, spielen verschiedene Faktoren eine Rolle. Da wäre zum einen die Orientierung. Man läuft von einer Wegmarkierung zur nächsten, um so das Ziel nicht aus dem Auge zu verlieren. Diese Wegführung übernimmt in Bad Bodendorf eine externe Moderatorin gemeinsam mit der, im Zuge der Erstellung dieses Ideenpapiers gegründeten Steuerungsgruppe. Eine realistische Streckeneinteilung garantiert, dass man unterwegs nicht „schlapp macht“. Um dies zu gewährleisten, wurden unterschiedlich umfangreiche Maßnahmen vorgeschlagen, die von verschiedenen Akteuren in verschiedenen Zeitfenstern realisiert werden können. Die Aktivitäten können so den jeweilig zur Verfügung stehenden Ressourcen angepasst werden. Entscheidend für eine erfolgreiche Wanderung ist auch die Motivation. Diese wird in Bad Bodendorf durch regelmäßige Sitzungen der Steuerungsgruppe und sporadische Workshops mit der Bevölkerung hochgehalten. Die Steuerungsgruppe wird zu den jeweiligen Fragestellungen die relevanten Personen zusammenbringen und ggf. weitere Experten engagieren. Eine Auslobung attraktiver Preise im Zuge von Schaufensterwettbewerben für den Einzelhandel zum Thema Wandern, Fassadenwettbewerben oder Innovationswettbewerben zur Weiterentwicklung des Kurortes erhöhen die Mitwirkungsbereitschaft breiter Bevölkerungsschichten. Letztlich ausschlaggebend für die Ankunft am Ziel ist der Proviant. Ein ausgeglichener Haushalt der Stadt Sinzig in Verbindung mit der Planung marktnaher Maßnahmen, für die private Investoren gefunden werden können, sorgen dafür, dass Bad Bodendorf während der Realisierung kostenintensiver Projekte nicht die Luft aus geht. Die große Bereitschaft von Einzelpersonen und Vereinen zur ehrenamtlichen Unterstützung, die bereits jetzt zu erkennen ist, versorgt den Prozess zusätzlich mit der nötigen Energie, auch kleinere Maßnahmen umzusetzen. Damit ist für die notwendigen Utensilien für die Wanderung „Bad Bodendorf 2015“ gesorgt und einer Ankunft am Zielort steht nichts im Wege. Diese Zielerreichung bedeutet für Bad Bodendorf, dass der Kurort

- ein unentbehrlicher Bestandteil des WanderWunderlandes Rheinland-Pfalz,
- ein Refugium für aktive Menschen in intakter Natur,
- der Kur-Wohnmobilpark Nr.1 in Rheinland-Pfalz

ist und somit die Drehscheibe für den wandernden, aktiven Naturfreund, der Landschaft und Menschen kennen lernen möchte und Wert auf seine Gesundheit legt, darstellt. Da ein Wanderer jedoch selten lange ruht und immer auf der Suche nach neuen Pfaden ist, wird auch Bad Bodendorf ständig Ausschau nach neuen Entwicklungspotenzialen halten.

Die Weg weisenden Teilnehmer an dieser Wanderung und somit Mitglieder der Steuerungsgruppe sind: Albrecht, Alexander (Pächter des Thermalbades); Becker, Gottfried (interessierter Bürger); Bell, Christa (Mitglied Ortsbeirat); Braun-Buchwald, Birgit (Kunstkreis Bad Bodendorf); Büchel, Johannes (Stadtmarketing Sinzig); Erhardt, Josef (interessierter Bürger); Federau, Gabi (Tourist-Service Sinzig); Gausmann-Vollrath, Maïke (externe Moderatorin); Göppner, Klaus (interessierter Bürger); Henneke, Hubertus (Mitglied Ortsbeirat); Knorr, Bernhard (Heimat- und Bürgerverein Bad Bodendorf); Koschek, Melanie (Inhaberin Beherbergungsbetrieb); Kroeger, Wolfgang (Bürgermeister); Küpper, Michael (Mitglied Ortsbeirat); Monschau, Harald (Vorsitzender des Vereins „Kur und Touristik“); Mies, Marianne (Mitglied Ortsbeirat); Pfendtner, Felix (Mitglied Ortsbeirat); Schlagwein, Markus (Ortsvorsteher); Schmickler, Norbert (interessierter Bürger); Weiß, Hans-Joachim (Kurbad GmbH).