



Urlaub im FRANKENWALD

Jahresbericht 2018

100
Genuss
ORTE
Bayern

WIR SIND GENUSSORT
www.100genussorte.bayern





FRANKENWALD
DRAUSSEN. BEI UNS.

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Der Tourismus in Deutschland im Jahr 2018	3
2.	FRANKENWALD TOURISMUS Service Center	8
3.	Aktivitäten und Aktionen 2018	10
3.1	Tourismusleitfaden 2015 – 2020	10
3.2	Urlaub im FRANKENWALD	10
3.3	Wandern im FRANKENWALD	12
3.4	Radfahren im FRANKENWALD	16
3.5	Wintersport im FRANKENWALD	18
3.6	NEU: Trailrunning im FRANKENWALD	19
3.7	Genussorte im FRANKENWALD	20
3.8	Nutzung des Werbematerials	22
3.9	Corporate Design FRANKENWALD	24
4.	Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen 2018	26
4.1	Messen, Infostände und Prospektauslagen	26
4.2	Print-Anzeigenschaltungen und Advertorials	29
4.3	Katalogeinträge und Werbebeteiligungen	31
4.4	Onlinekommunikation	32
4.5	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	39
4.6	Marketingkooperationen	46
5.	Verbands- und Gremienarbeit	48
6.	Zertifizierungen, Klassifizierungen, Auszeichnungen	51
7.	Ausblick	53
8.	Danksagung	53

1. Der Tourismus in Deutschland im Jahr 2018

Bereits das neunte Jahr in Folge schreibt der Tourismus in Deutschland auch im Jahr 2018 ein Rekordergebnis bei den Übernachtungen. Europaweit hat **DEUTSCHLAND** mit rund **478 Millionen Übernachtungen** (gewerbliche Betriebe ab 10 Betten) 2018 den bisherigen „Europameister“ Spanien auf Platz zwei verdrängt. Bei den deutschen Kurzurlaubern ist und bleibt ein Aufenthalt im eigenen Land weiterhin äußerst beliebt.

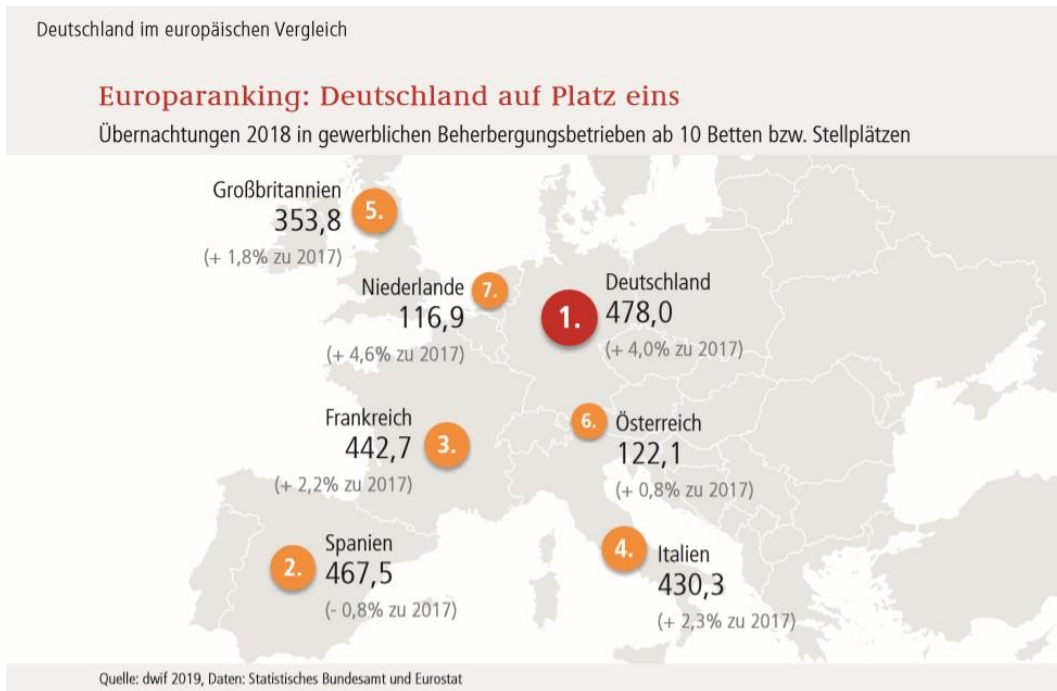


Abbildung 1: Deutschland im europäischen Vergleich (Quelle: DTV Zahlen – Daten – Fakten 2018)

Unter den TOP 10 Aktivitäten der Deutschen bei Urlaubsreisen findet man „Aufenthalt in der Natur“ mit den häufigsten Nennungen (57%), „Spazierengehen“ (36%) und auch „Wandern“ (27%) findet man noch vor „Wasseraktivitäten“ oder den „Besuch von Erlebniseinrichtungen“. Eine wichtige Aktivität im Urlaub ist zudem das „Genießen von typischen Speisen und Getränken“:



Abbildung 2: Reiseverhalten der Deutschen – TOP 10 Aktivitäten (Quelle: DTV Zahlen – Daten – Fakten 2018)

Mit über **98 Millionen** registriert man in **BAYERN** dabei mit großem Abstand den Löwenanteil der **Übernachtungen**, gefolgt von Baden-Württemberg mit knapp 55 Millionen und NRW, die mehr als 51 Millionen Übernachtungen verzeichnen konnten. Gut 5% mehr Gästeankünfte konnten in den bayerischen Unterküften gezählt werden, wobei sich sowohl der Inlands- als auch der Auslandsmarkt positiv entwickelt haben. Hierbei konnten vor allem die schwächer belegten Frühjahrs- und Herbstzeiten die größten Zuwachsraten verzeichnen.

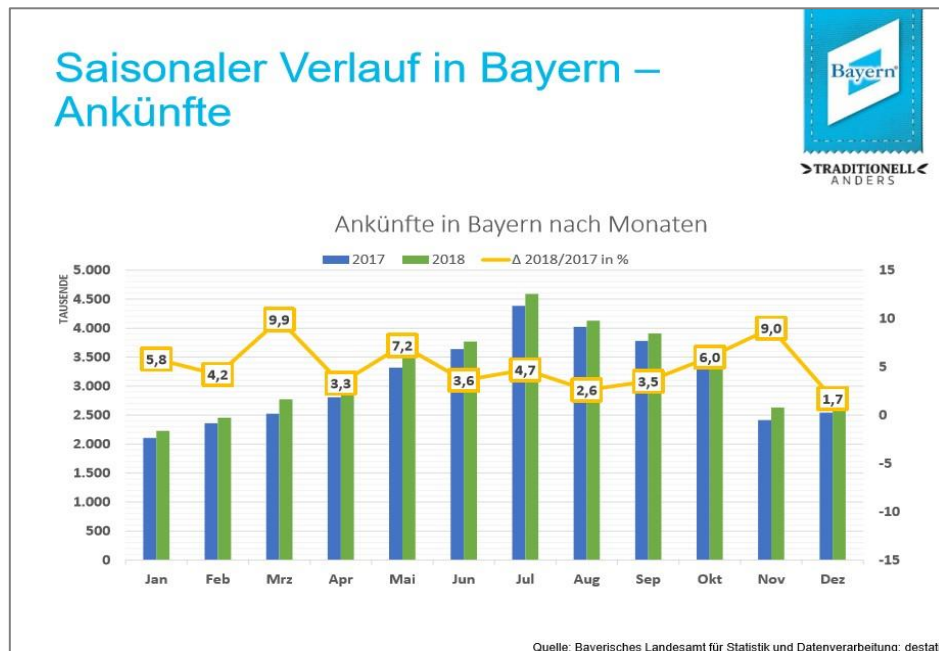


Abbildung 3: Saisonalen Verlauf der Gästeankünfte in Bayern (Quelle: Grafische Auswertungen zum Kalenderjahr 2018 - BayTM)

Der positive Tourismustrend in Deutschland und Bayern spiegelt sich auch in den fränkischen Zahlen wider: Für gesamt **FRANKEN** konnten 2018 erstmals **über 10 Millionen Gästeankünfte** registriert werden, die über **25 Millionen Übernachtungen** mit sich gebracht haben. Franken belegt daher hinter Oberbayern-München den zweiten Platz in der bayerischen Gebietsbilanz.

Hauptmarkt dabei ist weiterhin der **Inlandstourismus**, wo alleine rund 21,5 Millionen Übernachtungen generiert werden konnten. Aber auch im **Ausländerreiseverkehr** konnten bemerkenswerte Zuwächse erzielt werden. So waren hier gut 6,7% mehr Gästeankünfte zu verzeichnen. Hauptsächlich kommen diese aus den USA, Großbritannien oder Österreich. Den größten Zuwachs konnte man bei Urlaubern aus Japan und Polen registrieren.

Auch für den **Campingtourismus** in Franken waren die letzten Jahre überaus positiv. Nach steten Zuwächsen konnten im Jahr 2018 rund 13% mehr Übernachtungen im Bereich Camping- und Wohnmobiltourismus vermeldet werden. Die Situation in den **Fränkischen Heilbädern** hat sich stabilisiert, so dass auch hier ein leichtes Gäste- und Übernachtungsplus in der Gesamtbetrachtung steht. Weiterhin steigend sind die Zahlen der **fränkischen Städte**, die einen ungebrochenen Zulauf zu verzeichnen haben.



Im **FRANKENWALD** waren im Jahr 2018 wieder positive Gäste- und Übernachtungszahlen zu vermelden. Mit **256.425** registrierten **Gästeankünften** erreichte die Zahl **den höchsten Stand seit 15 Jahren**. Mit über 10.000 Gästeankünften mehr als im Vorjahr, die zum größten Teil aus dem Inland waren, konnte eine **Steigerung um 4,7%** verbucht werden.

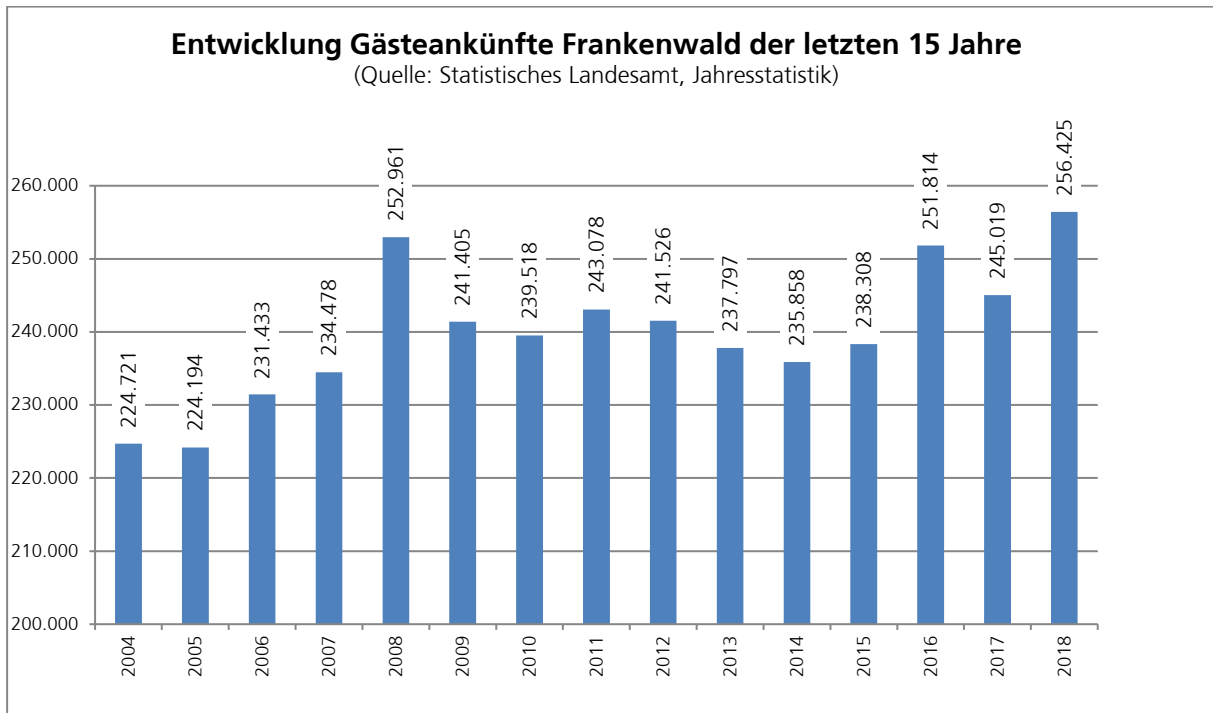


Abbildung 4: Entwicklung der Gästeankünfte (Betriebe ab 10 Betten inkl. Camping) in den letzten 15 Jahren

Schlüsselt man die Gästeankünfte im Jahresverlauf nach Monaten auf, zeigen sich die Wintermonate als eher schwächer belegt. Die Kernsaison im FRANKENWALD liegt in den Monaten Mai bis Oktober, wobei sich der Juli seit jeher als Hauptreisemonat präsentiert.

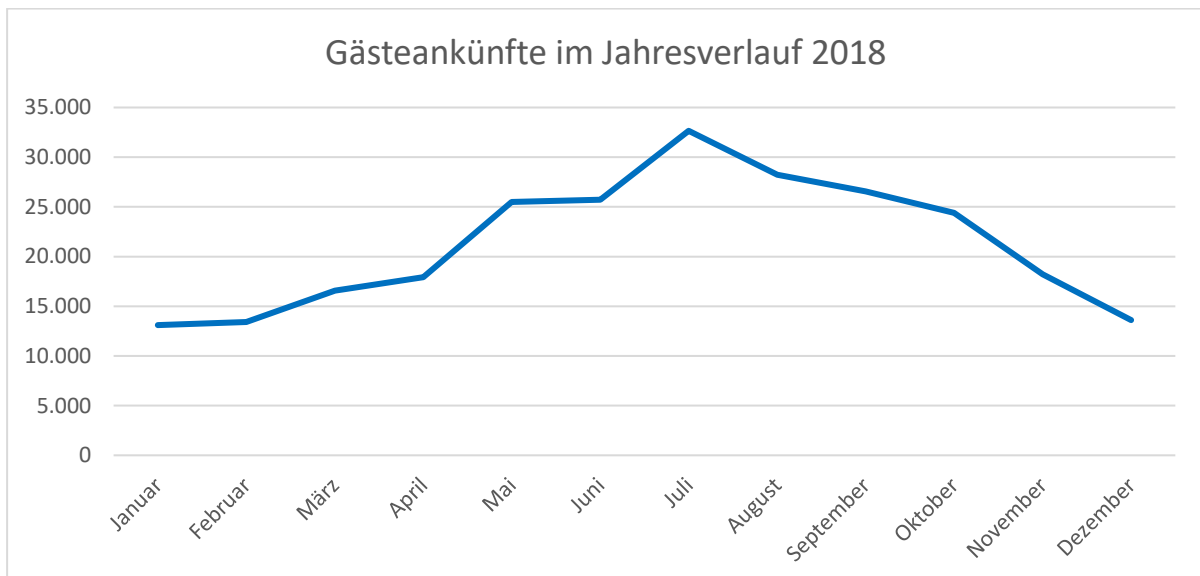


Abbildung 5: Gästeankünfte im Jahresverlauf (Betriebe ab 10 Betten inkl. Camping)

Bei den **Übernachtungen** wurde im FRANKENWALD die 800.000er Marke im Jahr 2018 deutlich überschritten, was in den letzten 5 Jahren so nicht mehr der Fall war. Mit **3,9% Zuwachs** können auch die Übernachtungsanbieter ein positives Resümee ziehen.

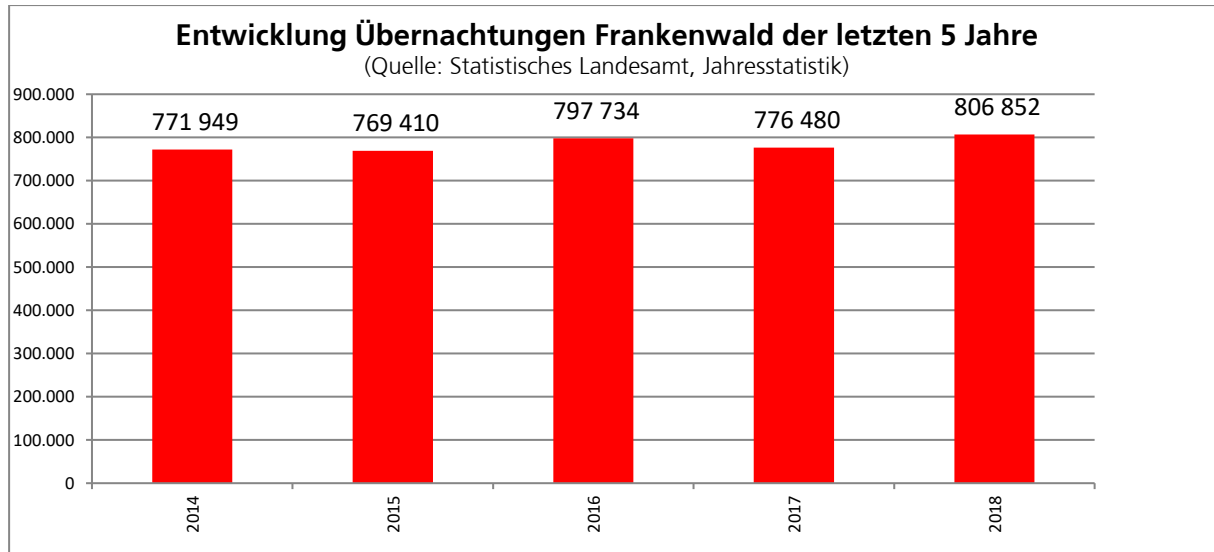


Abbildung 6: Entwicklung der Übernachtungen (Betriebe ab 10 Betten inkl. Camping) in den letzten 5 Jahren

Betrachtet man die Übernachtungen in den Orten der **Landkreise** und in den FRANKENWALD-**Kreisstädten**, zeigen sich sehr unterschiedliche Entwicklungen. Der Landkreis Hof kann in den letzten Jahren höhere Steigerungsraten als die Stadt vorweisen, was aber u. a. an den vorhandenen Hotelkapazitäten liegt. Im Landkreis Kronach zeigt sich eine Stabilisierung bei den Übernachtungen, wohingegen in der Stadt Kronach u. a. durch die umfangreichen Sanierungsarbeiten an der Festung erst nach deren Fertigstellung in 2019 positivere Entwicklungen zu erwarten sind. Der Landkreis Kulmbach schließlich wächst gut und in der Stadt wurde durch die Wiedereröffnung des größten Hotels in der Jahresmitte ein Teil der Vorjahresverluste wieder wett gemacht.

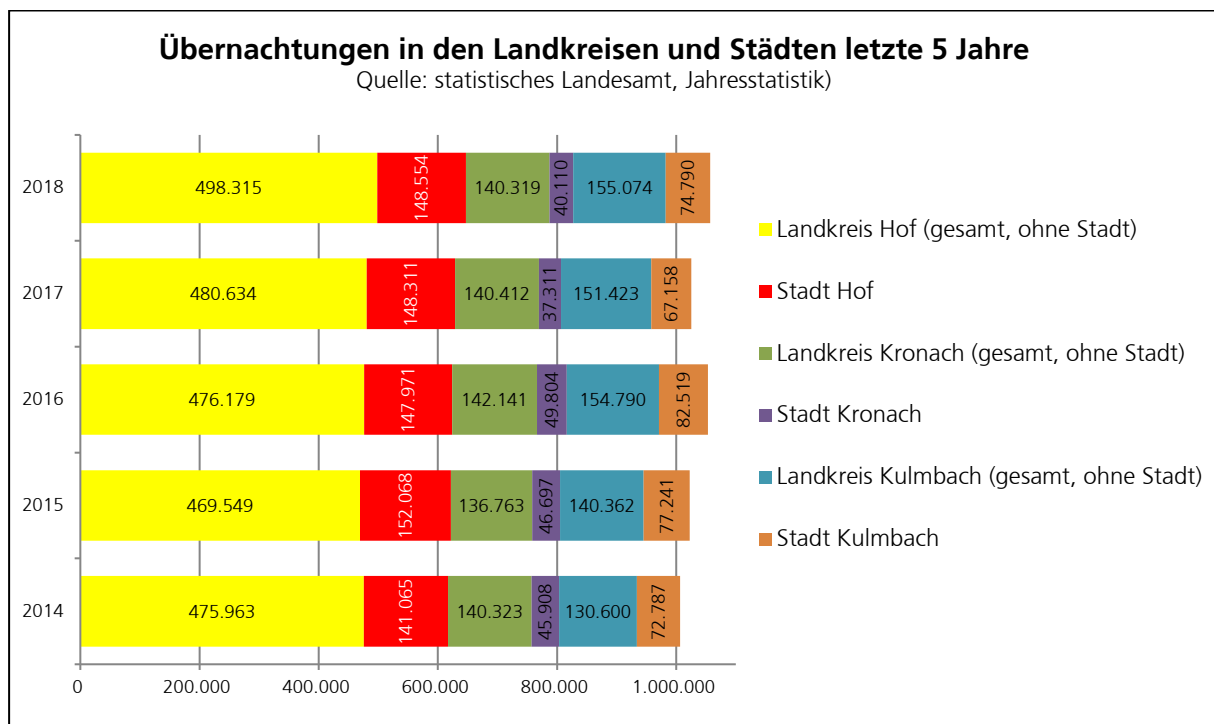


Abbildung 7: Entwicklung der Übernachtungen (Betriebe ab 10 Betten inkl. Camping) in den Landkreisen Hof, Kronach und Kulmbach sowie den Städten 2014 bis 2018

Bei der Betrachtung der Gäste- und Übernachtungszahlen ist jedoch auch die Entwicklung der touristischen Übernachtungsressourcen, d. h. die Anzahl der Übernachtungsbetriebe sowie die angebotenen **Bettenkapazitäten**, mit einzubeziehen. Bei den Privatvermietern im FRANKENWALD sind – laut den freiwilligen Angaben der Gemeinden und Städte bis 2013 - kontinuierlich sinkende Kapazitäten festzustellen. Die beim Statistischen Landesamt monatlich gemeldeten „angebotenen Betten“ der gewerblichen Betriebe im FRANKENWALD zeigen sowohl **saisonale Schwankungen** als auch deutlich **rückläufige Tendenzen** auf. Perspektivisch ist aber wieder eine Steigerung der Kapazitäten zu erwarten, da sowohl kleine als auch größere Investitionen getätigt wurden und einige Übernachtungsprojekte, insbesondere im Bereich des Landkreises Kronach, in nächster Zeit anstehen.

HINWEIS: Diese Zahlen basieren auf den Angaben des Statistischen Landesamtes und beziehen sich auf gewerbliche Betriebe ab 10 Betten. Nicht beinhaltet in diesen Zahlen sind die Übernachtungen in privaten Pensionen oder Ferienwohnungen mit weniger als 10 Betten, da für diese Betriebe keine Meldepflicht beim Statistischen Landesamt besteht.



2. FRANKENWALD TOURISMUS Service Center

Gemäß Satzung des Tourismusverbandes Franken ist FRANKENWALD TOURISMUS einer der 16 fränkischen Gebietsausschüsse, die das Bindeglied zwischen der örtlichen Ebene und dem gesamtfränkischen Verband bilden sollen.



Abbildung 8: Die fränkischen Tourismusgebiete (Quelle: Franken Tourismus)

Träger von FRANKENWALD TOURISMUS Service Center sind die beteiligten Landkreise Kronach, Hof und Kulmbach. Der Landkreis Kronach liegt komplett im Frankensteinwald, die Landkreise Hof und Kulmbach anteilig.

FRANKENWALD TOURISMUS Service Center bietet als touristische Dachorganisation für die Region grundsätzlich für alle Partner im FRANKENWALD eine Kooperation an. Voraussetzung dafür ist, dass der Betrieb/der Ort/die Einrichtung innerhalb (+/-) des touristischen Gebietes „FRANKENWALD“ liegt. In Ausnahmefällen werden Sonderregelungen besprochen. Auf der ersten Kooperationsebene sind die Orte und/oder Kooperationsgemeinschaften mehrerer Orte anzusehen. Steht die Ortsebene in Kooperation, können dort ansässige Betriebe und Institutionen verschiedene Beteiligungen eingehen. Dies wird durch das sogenannte **„Basispaket“ der Marketingkooperation** möglich, auf dessen Basis zusätzliche Aktionen hinzugefügt werden können, je nach thematischer Ausrichtung und den finanziellen Möglichkeiten der Partner. Für eine **Marketingkooperation mit FRANKENWALD TOURISMUS Service Center** haben sich für die Jahre **2018/2019** insgesamt **149 Partner** entschieden, darunter 6 regionale Tourismusgemeinschaften, 38 Orte und 105 Gastgeberbetriebe aus dem FRANKENWALD.

Einmal im Jahr lädt FRANKENWALD TOURISMUS zu einer **Jahreshauptversammlung** ein. Die letzte Veranstaltung fand am **8. November 2018** im Kurhaus in Bad Steben statt. Der erste Vorsitzende Landrat Klaus Löffler gab dabei einen Rückblick auf die umfangreichen Aktivitäten des vergangenen Jahres und Geschäftsführer Markus Franz ergänzte die Informationen um aktuelle Themen und Maßnahmen. Hermann Hohenberger, Geschäftsführer der NETZWERK Digitales Gründerzentrum GmbH, referierte in seinem Impulsvortrag über die Macht der digitalen

Wegweiser wie Google, Facebook & Co. Im Rahmen der Jahreshauptversammlung bedankte sich FRANKENWALD TOURISMUS auch bei ehrenamtlich tätigen Helfern, die sich seit vielen Jahren Verdienste um den Tourismus erworben haben. Im Jahr 2018 wurden **Jürgen Langheinrich** vom FWV Bobengrün und **Theo Krauß** aus Joditz mit der **Ehrennadel in Bronze** ausgezeichnet. Die Begründungen zu den Ehrungen liegen in der Geschäftsstelle vor.

Der Vorstand von FRANKENWALD TOURISMUS kommt mehrmals im Jahr zu **Vorstandssitzungen** zusammen. Im Jahr 2018 wurden insgesamt drei Sitzungen abgehalten:

7. Juni 2018 im Landratsamt Kulmbach

22. Oktober 2018 im Wagners Hotel Steinwiesen

8. November 2018 im Rathaus in Bad Steben

Themen der Sitzungen waren stets die aktuelle Berichterstattung zur laufenden Tourismus-Saison, die Vorstellung des Marketing- und Maßnahmenplanes, die Verabschiedung des Haushalts und Beratungen über die Organisationsstrukturen.

Der **Haushalt 2018** von FRANKENWALD TOURISMUS schließt bei den **Einnahmen** mit **779.357,03 EUR** ab. Die Einnahmen setzen sich überwiegend aus den Umlagen der drei Landkreise, Projektbeteiligungen bzw. Werbeeinträgen der Partner sowie dem Betriebskostenvorschuss zusammen. Seit einigen Jahren kann FRANKENWALD TOURISMUS auf **keine** zusätzlichen **Fördermittel** mehr zurückgreifen, was die Handlungsfähigkeit - insbesondere den Umfang der Marketingmaßnahmen - deutlich einschränkt. Die **Gesamtausgaben** belaufen sich auf **712.522,91 EUR**. Der daraus resultierende Differenzbetrag in Höhe von 66.834,12 EUR wurde als Liquiditätsreserve auf das Jahr 2019 übertragen.

Die Belastungen der Landkreise für FRANKENWALD TOURISMUS sind seit vielen Jahren unverändert geblieben. Durch den Wegfall der Fördermittel und der damit einhergehenden Einschränkung bei den Marketingaktivitäten wurden nach und nach Erhöhungen der Deckungsbeiträge der Landkreise beschlossen. Im Jahr 2018 stellten die drei Landkreise gemäß des festgelegten Schlüssels - 50% Landkreis Kronach, 40% Landkreis Hof und 10% Landkreis Kulmbach - folgende Mittel für die öffentliche Tourismusarbeit (DAWI Aufgaben) bereit:

Landkreis Kronach	= 255.000 EUR
Landkreis Hof	= 204.000 EUR
Landkreis Kulmbach	= 51.000 EUR

Die Sach- und Personalkosten des Haushalts 2018 wurden vom Kreisrechnungsprüfungsamt Hof, die Werbekosten von den Kassenprüfern Bürgermeister Rainer Detsch aus Stockheim und Bürgermeister Stefan Busch aus Selbitz, geprüft.

Für 2018 konnte erneut eine wirtschaftlich orientierte Betriebsführung bescheinigt und keine Beanstandungen in der Buchführung gefunden werden.



3. Aktivitäten und Aktionen 2018

3.1 Tourismusleitfaden 2015 - 2020

Der 2015 aktualisierte Tourismusleitfaden bildet für FRANKENWALD TOURISMUS die Basis für die tägliche Tourismusarbeit. Der zur Jahreshauptversammlung 2016 veröffentlichte Leitfaden beinhaltet neben der Aufarbeitung des Status Quo die Umschreibung des **Strategischen Leitbildes**, die **Kernwerte der Region** sowie einzelne **zentrale Maßnahmenplannungen** in fünf verschiedenen Handlungsfeldern. Es entstand ein strukturierter Rahmenplan, der für alle touristischen Partner der Region richtungsweisend sein soll. Nach der Vorstellung im Vorstand und der Präsentation in der Jahreshauptversammlung wurde der Tourismusleitfaden in gedruckter Form u. a. allen

Die Wertepyramide für den FRANKENWALD wurde gemeinsam mit den regionalen Touristikern entwickelt. Diese Werte sind zukünftig in der Angebotsentwicklung aufzugreifen und im Tourismusmarketing zu kommunizieren.



Touristikern, Bürgermeistern und den Kreistagsmitgliedern der drei Landkreise zur Verfügung gestellt. Gerne können in der Geschäftsstelle weitere Exemplare bestellt werden. Online findet sich ein PDF zum Download auf der Homepage <https://www.frankenwald-tourismus.de/de/service/frankenwald-intern/>

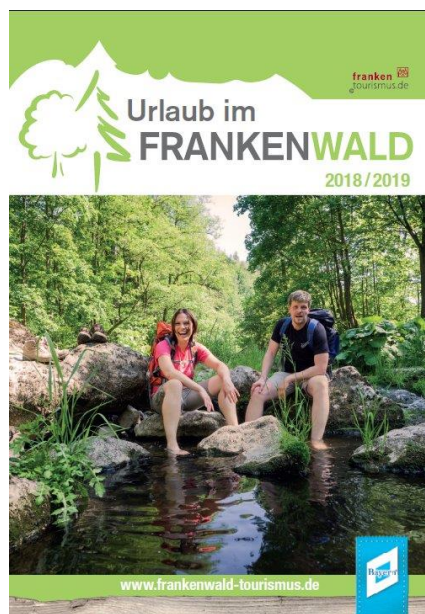
3.2 Urlaub im FRANKENWALD

Verschiedene Printprodukte und der Onlineauftritt unter www.frankenwald-tourismus.de bilden die Grundlage der Kommunikationsmaßnahmen für einen Urlaub in der Region Frankenwald.

Der im zweijährigen Turnus erscheinende „**Urlaubskatalog**“ (Auflage 2018/2019: 30.000 Stück) stellt die **Basisbroschüre der Tourismusregion FRANKENWALD** dar. Mit dem Einstieg über bildreiche Themenseiten werden die Partnerorte und die kooperierenden Gastgeber dargestellt.

Die einleitenden Schwerpunkt-Themen sind:

- **Natur-Park:** Wald. Wiesen. Wasser.
- **Qualitäts-Region:** Stille hören. Wald verstehen. Weite atmen.
- **Grenz-Land:** Geschichte erleben. Geschützte Natur genießen.
- **Wander-Drehkreuz:** Wege ohne Ende. Wanderspaß für Jedermann.
- **Rad-Dorado:** Auspowern. Runterfahren. Einfach mal „rollen lassen“.
- **Kultur-Arena:** Sehen und erleben. Staunen und genießen.
- **Hand-Werk:** Original und originell. Echt und unverfälscht.
- **Schlemmer-Region:** Biere, Bratwurst und Pralinen.
- **Abenteuer-Urlaub:** Spannung. Spiel. Spaß.
- **Ruhe-Pol:** Entspannen. Genießen. Verwöhnen lassen.



In den Jahren **2018/2019** nutzen **insgesamt 164 Partner** diese Präsentationsplattform. Neben den Partnerorten und -betrieben aus der Marketingkooperation präsentieren sich weitere 15 Anzeigenpartner.

Die Beiträge, die durch diese Marketingkooperationen generiert werden, bilden einen **wesentlichen Baustein in der Finanzierung der Werbemaßnahmen** von FRANKENWALD TOURISMUS. Eine Beteiligung wird jeder touristischen Einrichtung in der Frankenwaldregion angeboten. Der Urlaubskatalog ist nach wie vor ein wichtiges Basis-Informationsinstrument bei Prospektanfragen (ca. 5.000 Infopakete werden pro Jahr von der Geschäftsstelle verschickt), Messen sowie weiteren Verkaufsförderungsaktionen.

Als weiteres Basis-Werbemittel wurde 2018 wieder eine separate Broschüre „**Arrangements im FRANKENWALD**“ (Auflage: 7.500 Stück) aufgelegt. Hier können alle Marketingkooperationspartner von FRANKENWALD TOURISMUS eigene Pauschal- und Paketangebote präsentieren, um Geschmack auf einen Besuch in der Region bzw. in ihrem Haus zu machen. Die Angebote wurden thematisch strukturiert. So sind Reisen zu den **Themen Familie, Gesundheit & Wellness, Erlebnis Grünes Band, Kulinarisch, Kultur, Radfahren, Wandern** sowie **Specials** zu finden.

Sowohl die Einträge aus dem Urlaubskatalog als auch die Pauschalangebote sind neben der gedruckten Form auf der Homepage von FRANKENWALD TOURISMUS innerhalb der Basis-Marketingbeteiligung ohne Zusatzkosten dargestellt.



Für die Camping- und Wohnmobilurlauber informiert ein zusätzlicher Flyer „**Camping im FRANKENWALD**“ (Auflage 7.500 Stück) über die verschiedenen Einrichtungen. Dargestellt werden ausgewiesene Campingplätze, Stellplätze für Wohnmobile sowie öffentliche Zeltplätze.

Neben der Auflistung der Leistungen der einzelnen Plätze findet man Freizeitmöglichkeiten und besondere Ausstattungen am Platz direkt sowie Tipps für Freizeitmöglichkeiten in der näheren Umgebung. Preise, Öffnungszeiten und die Anfahrtsbeschreibung sind bei den kostenpflichtigen Einträgen ebenso zu finden. Eine Übersichtskarte zeigt die Lage der Anbieter innerhalb des Frankenwaldes. Dieser Flyer ist ebenfalls für zwei Jahre Laufzeit angelegt. Auch die in dieser Broschüre eingetragenen Einrichtungen findet man bei der Unterkunftssuche auf der Homepage.

Aktualisiert und überarbeitet wurde im Jahr 2018 das **Freizeitmagazin FRANKENWALD**. In Kooperation mit einem Verlag wurde erneut ein reichhaltig bebildertes und redaktionell aufbereitetes Magazin erstellt, das die Highlights der Region zu den verschiedenen Angebotsthemen vorstellt:

Das Freizeitmagazin soll dem Leser Geschmack machen und Anregungen für die Freizeitnutzung geben und stellt die verschiedenen Urlaubsthemen in der Region vor: * Wandern & Naturerleben * Radfahren & Mountainbiken * Kultur Erlebnisse * Genuss für alle Sinne * Abenteuer Frankenwald *

Das Magazin wird neben der Auslage in den touristischen Einrichtungen in den Geschäftsstellen der Frankenpost/Neuen Presse vertrieben und stellt zudem auch einen Freizeit-Ratgeber für Einheimische dar.



3.3 Wandern im FRANKENWALD

Nach der erfolgreichen Zertifizierung des Frankenwaldes als **erste „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ in Bayern** wurde das Wandern als touristisches Kernthema in den Tourismusleitfaden 2015 – 2020 aufgenommen.

Dank der guten Zusammenarbeit der „Partner fürs Wandern im Frankenwald“ – Frankenwaldverein, Naturpark Frankenwald und Frankenwald Tourismus – konnte durch das zweijährige Projekt und dessen erfolgreichen Abschluss im Herbst 2015 ein klarer Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Mittelgebirgswanderregionen erarbeitet werden, den es nun zu bewahren und auszubauen gilt.



Im Jahr 2018 bekam der FRANKENWALD auf der Messe TourNatur in Düsseldorf erneut **das Zertifikat** als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ **bestätigt**. Die hohen Anforderungen dieser Zertifizierung werden deutlich, wenn man sieht, dass seit den vier Erstzertifizierungen keine weitere Region in Deutschland dieses Siegel mehr bekommen hat.



Ein großer Dank gilt dabei der ehrenamtlichen Tätigkeit des **Frankenwaldvereins** und seiner Ortsgruppen, die die Wanderwegeinfrastruktur, die Markierungen und Wegweiser als essentielle Grundlage unserer Wanderregion vorbildlich betreuen und pflegen.

Die Kernprodukte der Wanderregion FRANKENWALD – insbesondere in der Außendarstellung - sind der **FrankenwaldSteig** und die **FrankenwaldSteigla**. Mit diesen Produkten und den Erlebnisthemen „Stille hören“, „Weite atmen“ und „Wald verstehen“ wird die Vielfalt der Naturparkregion gut dargestellt und wandernd erlebt. Für diejenigen, die die 242 km des FrankenwaldSteigs komplett erwandert haben gibt es als Belohnung ein FrankenwaldSteig-Bezwinger Shirt. Ebenso gibt es wahre „Steigla-Sammler“, die die kleinen Rundtouren in der Region schon alle abgewandert sind. Dies ist ein weiterer Beweis dafür, wie gelungen die Umsetzung des neuen Konzeptes auch in der Praxis ist.



Ein besonderes Serviceangebot ist durch die Beteiligung des Frankenwaldes an der Marketingkooperation „**Best of Wandern**“ (BoW) - einem Zusammenschluss von elf europäischen Wandergebieten in Deutschland, Österreich, Frankreich, Luxemburg und Belgien - möglich.



In allen BoW-Regionen gibt es ein Testcenter, in dem Gäste verschiedenste Ausrüstungsgegenstände – von Rucksäcken über Schuhe, Jacken und Trekking-Stöcken bis hin zu Navigationsgeräten, Ferngläsern, Stirnlampen, Kindertragen, Outdoor-Röcken oder Regenschirmen – kostenlos ausleihen und testen können. Das **Testcenter FRANKENWALD** wurde im Tourismushaus Oberes Rodachtal in Steinwiesen eingerichtet, da hier u. a. entsprechende räumliche Kapazitäten für die Präsentation der Ware vorhanden sind und der Ort relativ zentral im FRANKENWALD liegt.

Wichtig ist, dass hier kein Verkauf stattfindet. Diesen übernehmen die Sportfachgeschäfte in der Region. Ein separater Flyer informiert über das Angebot, das alle Beherbergungsbetriebe gerne ihren Gästen als besonderen Service anbieten können.



Neben dem Testcenter werden über die Kooperation überwiegend Marketing- und PR-Aktionen umgesetzt. Darüber hinaus gibt es eine spezielle Kooperation mit dem **Reiseveranstalter**

DERTOUR sowie enge Verbindungen zu zahlreichen Markenherstellern aus der Sportartikelindustrie. Alle Regionen präsentieren sich in einer gemeinsamen Broschüre und auf der „Best of Wandern“-Homepage (www.best-of-wandern.de). Aktivitäten in den Regionen werden über Facebook gepostet und geteilt. Darüber hinaus präsentiert sich „Best of Wandern“ auf einigen Zielgruppenmessen, um auf die besonderen Wanderregionen aufmerksam zu machen.

2018 unterstützte der FRANKENWALD zudem die „**Best of Wandern**“-Aktion „**Unterwegs zuhause**“. Klaus Müller vom Blog „schlenderer.de“ war für diese Aktion auf Schusters Rappen unterwegs, testete verschiedene Routen und berichtete täglich auf dem BoW-Blog sowie in eigenen sozialen Netzwerken von seinen Erlebnissen.

Zu den **großen Qualitätswegen** gibt es bei FRANKENWALD TOURISMUS seit einigen Jahren **buchbare Wanderarrangements** mit und ohne Gepäcktransfer. Die Zusammenarbeit zwischen den benachbarten Tourismus-Organisationen bei den gebietsübergreifenden Wegen (Frankenweg, Fränkischer Gebirgsweg oder Fränkisches Steinreich) wird intensiviert, um den Buchungsservice für den Gast noch weiter zu vereinfachen.

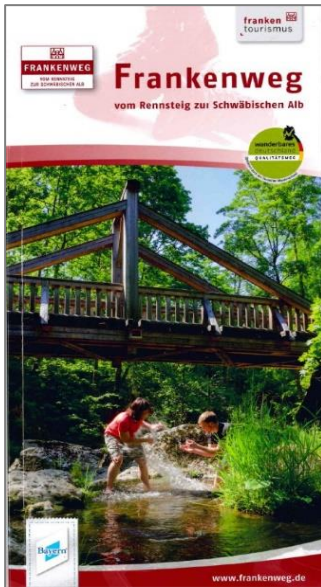


**FRÄNKISCHER GEBIRGSWEG –
WANDERN OHNE GEPÄCK, 4 TAGE**

Dadurch, dass FRANKENWALD TOURISMUS die Buchungsabwicklung (Zimmeranfrage und Buchung) kostenfrei für Veranstalter anbietet, konnten für 2018 auch Kooperationen mit namhaften **Wander-Reiseveranstaltern** wie „Wikinger Reisen“, „Via Soluna“ oder „Alpenland Touristik“ geschlossen werden, die deutschlandweit Pauschalreisen anbieten und vermarkten.



Bei der Vermarktung der regionsübergreifenden und als Qualitätsweg „Wanderbares Deutschland“ zertifizierten Routen „**Frankenweg**“ und „**Fränkischer Gebirgsweg**“ arbeiten alle beteiligten Tourismusgebiete koordiniert über den Tourismusverband Franken bzw. die **Franken Tourismus Marketing GmbH** eng zusammen.



So werden hierfür aus einer Hand die Tourenhefte, die Internetauftritte und Apps für mobile Endgeräte sowie Facebook-Aktivitäten und andere Kommunikationsmaßnahmen gesteuert. Bei jährlich stattfindenden Abstimmungstreffen werden die anstehenden Marketingmaßnahmen abgestimmt. Die Finanzierung dieser Maßnahmen erfolgt über einen Streckenanteilschlüssel anteilig durch die jeweiligen Tourismusgebiete. Bei allen Marketingaktivitäten des Tourismusverbandes Franken zum Thema Wandern sind diese Produkte stets dabei, gleiches gilt für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.



Zu einem festen Highlight im deutschen Wanderkalender hat sich der **Frankenwald Wandermarathon** entwickelt. Das seit 2012 von Frankenwald Tourismus veranstaltete Erlebnis-Wanderevent lockt jedes Jahr rund 500 - 600 Teilnehmer aus ganz Deutschland auf die anspruchsvolle, rund 42 Kilometer lange Strecke. Zahlreiche Erlebnisstationen machen den langen Marsch zu einem echten Wanderlebnis. Aufgrund der überaus positiven Resonanz bei den Teilnehmern wird die Veranstaltung nun mit jährlich wechselnden Austragungsorten und stets steigender Nachfrage durchgeführt.



Im Jahr **2018** war turnusgemäß der Landkreis Hof an der Reihe und mit **Helmbrechts** wurde zum zweiten Mal ein Ausrichter gefunden, der bei perfektem Wanderrwetter eine beeindruckende Wanderroute mit immer wieder neuen Blicken im Frankenwald ermöglichte. Mit in die neue Strecke eingebunden wurden die Nachbarorte **Schwarzenbach am Wald** und **Schauenstein**.

Dank der vielen ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer konnten über zwei Dutzend unterhaltens- und Verpflegungspunkte auf der Strecke angeboten werden.

Die Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort - insbesondere mit der Stadt Helmbrechts, den Frankenwaldverein-Ortsgruppen, den Gemeinden und Firmen/Institutionen - war sehr engagiert und kooperativ.

Der Frankenwald Wandermarathon ist zu einer **echten Erfolgsgeschichte** geworden, die bundesweite Strahlkraft hat und sowohl „in der Wanderszene“ als auch bei den Mitbewerbern breite Anerkennung und große Aufmerksamkeit erreicht hat. Die Umstellung auf einen direkten Onlineverkauf der Startplätze zeigte die **unheimliche Nachfrage**, denn an den drei Verkaufstagen waren die verfügbaren Tickets **in nur wenigen Sekunden (!) ausverkauft**.





2018 fanden zum zweiten Mal nach 2011 die **24 Stunden von Bayern** der **Bayern Tourismus Marketing GmbH** im FRANKENWALD statt, und zwar in und um Kulmbach. Dies ist einmalig in der 10-jährigen Geschichte des Wander-Kultevent und zeugt von der hohen Professionalität und Begeisterung bei der Organisation von überregionalen Wanderevents im Naturpark FRANKENWALD.

Wie sich im Laufe der Vorbereitungen für das Event herausstellte, sollte die Veranstaltung mit dem 10-jährigen Jubiläum ihren Abschied feiern. Zukünftig wird es keine 24 Stunden von Bayern mehr geben. Der FRANKENWALD konnte mit der perfekten und liebevollen Organisation, den vielen begeisterten Helfern und den über 50 Verpflegungs- und Erlebnisstationen einen überaus positiven und bleibenden Eindruck bei den 444 Teilnehmern hinterlassen.

Vor und während des Events waren auf Einladung der Bayern Tourismus Marketing GmbH zudem 12 Journalisten vor Ort, die im Nachgang deutschlandweit über die Veranstaltung und den FRANKENWALD berichteten.



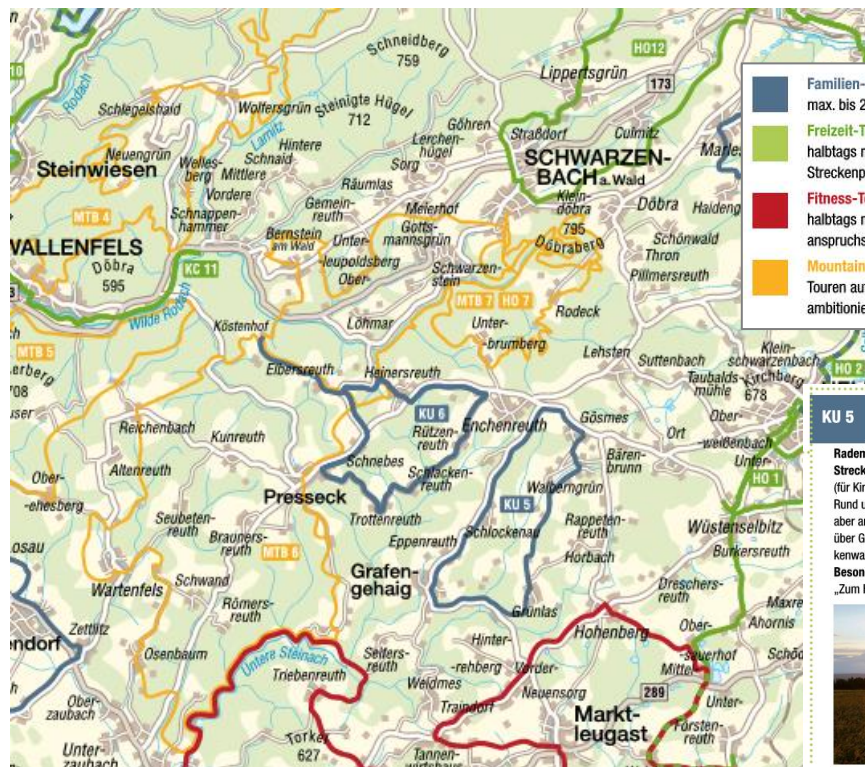
3.4 Radfahren im FRANKENWALD

Der Frankenwald ist nicht nur für Wanderer interessant, sondern ist auch ein facettenreiches Radlerparadies. Für die verschiedenen Zielgruppen - ob Mountainbiker, Rennradfahrer, Freizeitradler oder E-Biker - hat unsere Region Einiges zu bieten.

Das **Mountainbiking** findet seine Schwerpunkte **am Rennsteig, am Döbraberg** sowie **im Rodachtal und Steinachtal**. Das vor einigen Jahren ausgearbeitete MTB-Streckennetz umfasst insgesamt sieben ausgeschilderte Rundtouren mit Strecken zwischen 29 und 56 Kilometern. Am Mountainbike-Zentrum Döbraberg sind ein Übungsparcours sowie sogenannte „North Shore Trails“ zu finden. Auf Wunsch werden geführte Touren von ortskundigen Guides angeboten. Von verschiedenen Seiten



laufen derzeit weitere Aktivitäten und Planungen, um das Mountainbike-Angebot im Frankenwald noch zu erweitern. Unter anderem schuf der „**Outdoor Parc Frankenwald**“ der Stadt Helmbrechts im Bereich Wüstenselbitz weitere MTB-Angebote. Dort stehen auf einem Technikparcours Anfängern und Fortgeschrittenen Elemente wie Kamelbuckel, Hügelauf- und -abfahrten (mit Stufen), Steilkurven und ein Rockgarden für ein optimales Training zur Verfügung. Die Nutzung des Parcours ist kostenfrei.



■	Familien-Touren max. bis 20 km; leichtes Streckenprofil, wenig Steigungen
■	Freizeit-Touren halbtags max. 30 km, ganztags max. 50 km; abwechslungsreiches Streckenprofil, keine ständigen Steigungen
■	Fitness-Touren halbtags max. 40 km, ganztags max. 80 km; anspruchsvolleres Streckenprofil, einige Steigungen möglich
■	Mountainbike-Touren Touren auf überwiegend unbefestigten Wegen, z. T. mit Singletrails, ambitionierte Steigungen

KU 5 Ums Rehbachtal mit seinen Mühlen
Start & Ziel: Marktplatz 1, 95356 Grafengehaig
Länge der Tour: ca. 14 km

Radempfehlung: Tourenrad
Streckenkurzbeschreibung: Sportliche Familientour (für Kinder ab 12 Jahren). Naturlandschaft pur!
Rund ums romantische Rehbachtal mit seinen alten Mühlen führt die kurze aber anspruchsvolle Strecke von Grafengehaig auf verkehrsarmen Straßen über Gösmes (Landkreis Hof) und Grünlas durch kleine schiefergedeckte Frankenwaldöfcher wieder zum Ausgangspunkt zurück.

Besonderheiten & Sehenswürdigkeiten: mittelalterliche gotische Wehrkirche „Zum Heiligen Geist“ in Grafengehaig.

In einer **Übersichtskarte** zum Thema „**Radfahren im Frankenwald**“ finden sich insgesamt **30 Tourenvorschläge** in der gesamten Region, die nach den unterschiedlichen Anforderungen (Länge, Streckenprofil und Steigungen) in * Familien-Touren * Freizeit-Touren * Fitness Touren * aufgeteilt sind. Ebenso werden dort die sieben **MTB-Touren** im FRANKENWALD vorgestellt. Eine regionsübergreifende Karte zeigt zudem die wichtigsten, durch den FRANKENWALD führenden **Fernradwege** auf. Ebenso sind die in der Region befindlichen **Radverleih- und**

Servicestationen aufgeführt, die **E-Bike Stationen** und die **fahrradfreundlichen Unter-
kunftsbetriebe**, die sich nach den Kriterien des ADFC haben zertifizieren lassen.

Selbstverständlich sind alle Radtouren in digitaler Form unter www.frankenwald-tourismus.de abrufbar. Entweder als PDF zum Ausdrucken oder als **GPX-Daten zum Download**. Über einen QR-Code auf der Radkarte kann man sich die Routen ganz bequem und tagesaktuell auf das Smartphone ziehen.

Diverse **Radveranstaltungen**, sei es Radrennen vor allem für Nachwuchsfahrer im MTB Bereich finden auf dem abwechslungsreichen Frankenwald-Terrain statt. Die Rennsteigregion im Frankenwald veranstaltet jedes Frühjahr eine Mountainbike-Sternfahrt. Für Straßenradfahrer und Breitensportler gibt es Angebote wie zum Beispiel die Scherdel-Frankenwalddtour in Schwarzenbach am Wald oder die Euregio Radl-Tour in Hof.

An den Wochenenden und Feiertagen von Mai bis Oktober fährt der **Fahrrad- und Freizeitbus FRANKENWALD-Mobil**. Seit einigen Jahren sind hier neben den landkreisübergreifenden Linien im Frankenwald Buslinien im Fichtelgebirge hinzugekommen. So ist es möglich, Ausflüge innerhalb einer größeren Region mit einem Fahrschein abzubilden. Neu im Jahr 2018 ist der schon lang geplante Anschluss nach Thüringen, wo man nun im Ticketverbund mit der sogenannten „Thüringer Meer-Linie“ von Nordhalben über Bad Lobenstein und Saalburg bis nach Schleiz fahren kann.

Bei Gruppen ist eine Vorreservierung, insbesondere der Fahrradplätze, erforderlich. Diese Voranmeldungen werden über das Büro von FRANKENWALD TOURISMUS Service Center abgewickelt.



Unter der Federführung des Tourismusverbandes Franken ist FRANKENWALD TOURISMUS in der gebietsübergreifenden Arbeitsgemeinschaft **Main-Radweg** vertreten. Ähnlich wie bei den gebietsübergreifenden Wanderwegen trifft man sich hier regelmäßig, um die Werbe- und Marketingaktionen für das Produkt abzustimmen. So gibt es ein umfangreiches Tourbooklet, eine entsprechende Internetpräsenz und App sowie Auftritte in den sozialen Netzwerken. Die jährliche Finanzierung der Maßnahmen erfolgt innerhalb eines Drei-Jahres-Plans durch die beteiligten Tourismusgebiete je nach Streckenanteil des Radweges.

Im Jahr 2018 liefen bereits die Vorbereitungen zum **Jubiläum „25 Jahre Saaleradweg“**, das **2019** mit einer großen Jubiläumstour und verschiedenen Veranstaltungshighlights und Aktionen auf der Strecke gefeiert werden soll.



3.5 Wintersport im FRANKENWALD

In den Höhenlagen des Frankenwaldes findet man während der Wintermonate in der Regel gute Wintersportmöglichkeiten. Angefangen von leicht befahrbaren **Pisten** über gespurte **Loipen**, **Rodelstrecken** oder **Winterwanderwegen**. Des Weiteren finden sich Aktivitäten wie Schlittschuhlaufen, Eisstockschießen etc. in der Region.



Unser **Übersichtsflyer** „Wintersport im FRANKENWALD“ informiert tabellarisch über das gesamte Angebot in der Region. FRANKENWALD TOURISMUS unterhält zudem den Service eines **Online-Schneeberichtes**. Über eine spezielle Software erhalten die Wintersportanbieter, Gemeinden und Vereine einen eigenen Zugang und können dort **direkt** die aktuellen Schneehöhen oder Pisten- und Loipenzustände einpflegen. Dieser Schneebericht erscheint auf der Homepage www.frankenwald-tourismus.de. Basierend auf den gemeldeten Einträgen wird von FRANKENWALD TOURISMUS eine separate Rufnummer (09261 601518) als „**Schneetelefon**“ vorgehalten. Hierüber können sich interessierte Gäste den aktuellen Schneelagenbericht rund um die Uhr telefonisch abrufen. Ebenso werden die regionalen Medien regelmäßig mit diesen Wintersport-Informationen versorgt.

2018 wurden aufgrund der Anforderungen des neuen Schneebericht-Systems alle **Skiwanderwege digital erfasst** und ebenso wie die Rad- und Wanderwege in das Tourenportal eingepflegt. Somit haben interessierte Wintersportler neben dem Loipenverlauf die Möglichkeit, das Höhenprofil der Strecke, eine Streckenbeschreibung sowie – wenn vorhanden –Fotos von unterwegs einzusehen. Digital wurden auch die Einstiegspunkte in die Loipen festgelegt, damit auch Ortsunkunde via Navigationssystem zum Loipenstartpunkt finden.



Im **Best of Wandern-Testcenter** im Tourismushaus Steinwiesen können **kostenlos Schneeschuhe oder NEU Snowline Spikes ausgeliehen** werden. Ebenso gibt es dort **Trekkingstöcke**, die bei einer Schneeschuh- oder Winterwanderungen die eventuell nötige Armunterstützung bringen. Da nur eine begrenzte Anzahl von Leihmaterial vorhanden ist, empfiehlt sich eine telefonische Vorreservierung, wenn eine entsprechende Tour geplant wird.

HINWEIS: Die Telefonansagen des Schneetelefon werden Montag - Freitag tagesaktuell auf Basis der eingetragenen Meldungen der Wintersportanbieter vorgenommen und können somit nur so aktuell sein, wie uns die Schneehöhen bzw. Pisten- und Loipenzustände gemeldet werden. Gleiches gilt für die Informationen im Online-Schneebericht. Um möglichen Veränderungen über das Wochenende gerecht zu werden, wird bei der Telefonansage stets auf die Daten im Internet hingewiesen.

3.6 Trailrunning im FRANKENWALD



Nachdem im Jahr 2017 erfolgreich die erste **Laufserie** der **Trails4Germany** in Kulmbach durchgeführt werden konnte, erhielt der FRANKENWALD auch für 2018 den Zuschlag für das Finale der nun auf insgesamt sechs Läufe aufgestockten bundesweiten Laufserie. Aufgrund der hervorragenden Organisation und Durchführung setzte die veranstaltende Agentur PlanB Events GmbH dabei wieder auf die Ausrichterstadt Kulmbach und das Crazy Runners Team Frankenwald als Mitorganisatoren.

Die beiden Laufstrecken basieren auf den beiden Frankenwald-Steigla „Rehbergweg“ und „Ebersbacher Weg“ und fordern sowohl den ambitionierten Sportlern, als auch



den Freizeidläufern einiges ab. Schon der erste Kilometer vom Start am Kulmbacher Marktplatz führt kräftezehrend steil den Burgberg hinauf zum Kulmbacher Wahrzeichen – der Plassenburg.



Die Resonanz in den Medien war sehr positiv und somit konnte der FRANKENWALD einmal mehr als sympathische Outdoor-Aktivregion Aufmerksamkeit - sowohl regional als auch überregional - erreichen.

3.7 Neu: Genussorte im Frankenwald



Bereits seit vielen Jahren fördert FRANKENWALD TOURISMUS die kulinarischen Schätze des Frankenwaldes. Denn egal ob herzhaft oder süß: Im Frankenwald in der Genussregion Oberfranken mit der nachweislich größten Brauerei-, Bäckerei- und Metzgereidichte der Welt gibt es für jeden Geschmack das Richtige. So gehören Spezialitätenbiere, die fränkische Bratwurst, aber auch Backwaren wie „Seelenspitzen“ und „Schwatzela“ oder die Pralinen aus Lauenstein zu den kulinarischen Köstlichkeiten der Region.

Einige der regionaltypischen Leckerbissen und die dazugehörigen Gemeinden wurden im Mai 2018 sogar durch die Bayerische Staatsregierung ausgezeichnet. Beim **Wettbewerb „100 Genussorte in Bayern“** wurde das Prädikat „Genussort“ nur denjenigen Bewerbern im Freistaat verliehen, die sich um den Erhalt besonderer Genusswerte verdient machen, kulinarische Traditionen bewahren und die besondere Bedeutung von regionalen Spezialitäten vermitteln. Genau dies tun die Fränkische Rennsteigregion, Hof, Kleintettau, Kronach, Kulmbach und Wallenfels nun und zählen ab sofort zum Kreis der „100 Genussorte in Bayern“.

Diese sechs Partner treffen sich unter der Federführung von FRANKENWALD TOURISMUS regelmäßig, um sich auszutauschen und um gemeinsame (Werbe-) Aktionen zu planen sowie kollektiv durchzuführen. Im Jahr 2018 waren dies zum Beispiel:

- gemeinsame Fahrt zur **Preisverleihung** am 11. Mai nach Würzburg
- 10. - 12. August - Präsentation auf dem **Bayerischen Genussfestival** in München
- ein gemeinsames **Foto-Shooting** mit allen Genussprodukten
- 16. - 19. Oktober **Pressereise mit 20 Medienvertretern** durch **alle sechs Genussorte** mit gemeinsamem Klobkochkurs, g'stopfta Rumm machen, Besuch des Tropenhauses und natürlich zahlreichen kulinarischen Leckereien zum Probieren.



Über diese Pressereise und die klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit konnten regional und überregional zahlreiche Publikationen generiert werden. Das Thema ist auch weiterhin bei Presse- reisen fester Bestandteil der Recherchetouren der Journalisten. Ebenso sind die Genussorte primärer Partner zum Beispiel bei der Standbesetzung der Internationalen Grünen Woche.

Das Thema „Genussorte im Frankenwald“ tritt an die Stelle der bisherigen Aktivitäten der „**Frankenwaldküche – original regional**“. Diese Werbelinie wird aufgrund stetig nachlassendem Kooperationsinteresse bei den Gastronomiepartnern im Jahr 2018 **nicht mehr weiterverfolgt**. Die dafür existierende Broschüre „Regionale Küche im Frankenwald“ wurde im Jahr 2018 nicht mehr aufgelegt und soll im Jahr 2019 von einem neuen Werbemittel über die Genussorte und deren Produkte ersetzt werden.

Das Thema „Regional Essen und Trinken“ bleibt aber weiterhin ein Bestandteil der Kommunikation auf der **Homepage**. Unter der **Rubrik Gastronomie & Genuss** werden zum einen stets neue regionale Spezialitäten vorgestellt, zum anderen findet man dort Infos über die Wirtshauskultur, die Brauereien und die Genussorte. Auf der Interaktiven Karte werden auch zahlreiche Einkehrmöglichkeiten gelistet und dargestellt. Darüber hinaus findet man dort die **Genussbotschafter** oder die Sommeliers mit ihren Angeboten.



Genussorte im Frankenwald

7 von 100 Genussorten in Bayern finden sich im
Frankenwald

Sie sind hier: > [Bei uns](#), > [Gastronomie & Genuss](#) > [Genussorte im Frankenwald](#)

Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten hat zusammen mit der Bayerischen Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau zum 100-jährigen Jubiläum des Freistaats Bayern 100 besondere Genussorte in Bayern ausgezeichnet. Diese 100 Orte stehen für unverwechselbaren Genuss und haben einen Bezug zur lokalen Geschichte, zu Handwerk oder zur Landschaft oder besitzen eine lange



Bei diesem Thema darf natürlich die **Genusregion Oberfranken** nicht fehlen, die sowohl bei den Netzwerktreffen als auch bei den Presseaktivitäten im FRANKENWALD ein wichtiger Partner ist. Selbstverständlich gehören die Produkte aus den Genussorten in die oberfrankenweite Spezialitätendatenbank, um insbesondere die erlebbaren Produkte gut sichtbar darzustellen.

3.8 Nutzung des Werbematerials

Im Jahr 2018 hat FRANKENWALD TOURISMUS zu Beginn der Saison die verschiedenen Werbemittel aktiv **an seine Partner** in der Region verteilt. Wie im Vorjahr wurde eine Bedarfsabfrage bei den Partnern gestartet. Die Auslieferung erfolgte im Februar/März. Zum Teil zentral an verschiedene Tourismusstellen, bei denen dann die Broschüren in der gewünschten Menge abgeholt werden konnten. Nachbestellungen sind jederzeit möglich.

Nach und nach sind nun alle FRANKENWALD-Printprodukte auf das neue Erscheinungsbild (Corporate Design) umgestellt.

Frankenwald-Broschüren 2018 in der Übersicht

 <p>Urlaubskatalog 2018/2019 Orts- und Gastgeberverzeichnis</p>	 <p>Übersichtskarte Straßenübersichtskarte des Frankenwaldes</p>	 <p>Freizeitmagazin Freizeit-Tipps im Frankenwald</p>
 <p>Arrangements 2018 Pauschalangebote zu den unterschiedlichsten Themen</p>	 <p>Regionale Küche im Frankenwald Partnerbetriebe der Frankenwald Küche und Rezeptideen</p>	 <p>Wintersport Skilifte und Loipen mit Daten, Übersichtskarte sowie sonst. Wintersportmöglichkeiten</p>

 <p>Camping Camping-, Zelt- & Wohnmobil-Stellplätze mit Übersichtskarte</p>	 <p>Radfahren im Frankенwald mit 36 Tourenvorschlägen, Service- und Verleihstationen, fahrradfreundlichen Betrieben</p>	 <p>Wandern im Frankенwald Infos zur Qualitätsregion, den 31 FrankенwaldSteigla, zum FrankенwaldSteig, dem Wanderdrehkreuz und weiteren Fernwanderwegen</p>			
 <p>Übersichtskarte FrankенwaldSteig</p>	 <p>Übersichtskarte FrankенwaldSteigla</p>	 <p>Best of Wandern-Testcenter Infos zum Serviceangebot des Testcenters</p>			
 <p>Regions-Wanderkarten 6 verschiedene Regionswanderkarten: Bad Steben, Rennsteigregion, Selbstitztal-Döbraberg, Oberes Rodachtal, Kulmbacher Land, Kronacher Land</p>					

3.9 Corporate Design FRANKENWALD

Im Rahmen des **Projektes „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“** 2013 – 2015 beschäftigten sich die beteiligten Projektpartner Frankenwaldverein e. V. , Naturpark Frankenwald e. V. und FRANKENWALD TOURISMUS Service Center unter anderem mit der einheitlichen **Au-Bendarstellung des Themas „Wandern im FRANKENWALD“**. Da alle drei Institutionen unterschiedliche Designs und Logos hatten, einigte man sich bei dem Thema Wandern auf die Darstellung der Kernaussage und nicht auf die Platzierung einzelner Firmenlogos. In Verbindung mit der in allen drei Logos verwendeten Darstellung von Bäumen wurde die Bild- und Wortmarke mit der Themenbezeichnung entwickelt:



Die prägenden Elemente dabei sind der **grau-grüne FRANKENWALD Schriftzug** und die vorgeschalteten **grünen Bäume** (Laubbaum & Nadelbaum).

Diese Elemente wurden bei der Neugestaltung der **Markierungszeichen** für die Wander-Kernprodukte FrankenwaldSteig und FrankenwaldSteigla sofort aufgenommen, um hier einen Wiedererkennungswert zu schaffen.

ANWENDUNGSBEISPIEL
Markierungszeichen
120 x 90 mm
mit Bezeichnung für die
neuen Wanderwege



Bei den neuen **Wandertafeln** wurde zu der Bild- und Wortmarke ein weiteres prägendes Merkmal kreiert: der sogenannte Relief-Header, der die hügelige Landschaft des FRANKENWALDES widerspiegeln soll. Dieses Relief sollte dann in der weiteren Anwendung bei den Drucksachen als farbiges Element erkennbar sein:



Gleichzeitig wurde von 2014 – 2016 der **Tourismusleitfaden FRANKENWALD** neu erarbeitet. Das Wandern wurde als zentrales Thema in der Kommunikation identifiziert. Die logische Konsequenz war, die dafür erarbeitete **Bild- und Wortmarke in die gesamttouristische Außendarstellung** zu übernehmen. Der neu kreierte Slogan „FRANKENWALD – Draußen. Bei uns.“ wurde somit an das Design angepasst, in den nächsten Schritten folgte dann die Umsetzung für andere Themenbereiche.



Seit dem Jahr 2018 werden alle Printprodukte, Anzeigen etc. von FRANKENWALD TOURISMUS in diesem Erscheinungsbild umgesetzt. Das eigene „Unternehmenslogo“ (Abbildung links) wird zwar weiterhin verwendet, jedoch nicht mehr als prägendes Gestaltungselement in der Außendarstellung.

In der Vorstandssitzung im Oktober 2018 wurde daraufhin ein umfangreiches **Corporate Design Handbuch FRANKENWALD** vorgelegt und auch verabschiedet. Der Vorstand hat beschlossen, dass dieser „FRANKENWALD-Slogan“ und das Design nicht ausschließlich an das FRANKENWALD TOURISMUS Service Center gebunden sein soll. Es kann/darf/soll – unter Einhaltung der aufgestellten Richtlinien und in Abstimmung mit FRANKENWALD TOURISMUS – auch als übergeordnete Dachmarke für die Region verstanden und von Dritten genutzt werden.



Aufgabe in der nächsten Zeit wird es sein, für dieses Design weitere Partner – insbesondere aus dem touristischen Bereich - zu finden, um so mit einem **gemeinsamen und wiedererkennbaren Außenauftritt die Region FRANKENWALD zu stärken**.

4. Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen 2018

Einige der Marketingaktivitäten für den FRANKENWALD als Urlaubsdestination wurden bei den Angebotsthemen bereits angesprochen und dargestellt. Die Wege und Möglichkeiten, den FRANKENWALD und seine touristischen Angebote bekannt zu machen, sind sehr vielschichtig. Aufgrund der finanziellen Rahmenbedingungen können nicht alle in der erforderlichen Tiefe und Frequenz bedient werden. Neben der immer stärker an Bedeutung gewinnenden Online-Kommunikation müssen und werden weiterhin sogenannte „klassische“ Marketingaktivitäten unternommen.

4.1 Messen, Infostände und Prospektauslagen

FRANKENWALD TOURISMUS versucht, in unterschiedlichen Ausprägungen – jedoch mit deutlich geringerer Frequenz als noch vor einigen Jahren – die Auftritte bei Messen- und Promotion-Veranstaltungen werbewirksam zu nutzen. Insgesamt stehen die Messen – insbesondere vor dem Hintergrund geringer werdender Budgets – immer mehr auf dem Prüfstand. Im Zeitalter der modernen Medien hat diese Kommunikationsschiene vor allem für die Neukundengewinnung deutlich an Bedeutung verloren. Die Informationen über Urlaubsorte und -regionen sind bequem von zu Hause aus online abrufbar bzw. werden dorthin geschickt – man spart sich das mühsame Prospekte schleppen.

FRANKENWALD TOURISMUS beteiligte sich **2018** an folgenden Messen und Prospektauslagen:

Termine 2018	Ort	Messen & Veranstaltungen	Konzept
13.01.-14.01.	Stuttgart	Messe CMT, Sonderschau Fahrrad & Erlebnisreisen mit Wandern	FTsc, Themenpark Wandern
19.01.-28.01.	Berlin	Internationale Grüne Woche	Gemeinschaftsstand von Oberfranken Offensiv mit Fichtelgebirge, Fränkische Schweiz und Bayreuth
28.02.-04.03.	Nürnberg	Messe Freizeit	FTsc, eigener Stand, Anschließter: Wagners Hotel, TI Selbitztal-Döbraberg, Bayerische Staatsforsten
07.03.-11.03.	Berlin	ITB	byTM/TV Franken, Prospektauslage, Fachgespräche, Kontakte pflegen, Akquise neuer Partner
10.03.-11.03.	Fürth	Radmesse Fürth	Prospektauslage
23.04.-27.04.	Hessen/Rheinland-Pfalz	Frankenbus-Aktion Frankentourismus, Tour A	Prospektauslage
10.08.-12.08.	München	Bayerisches Genussfestival	Beteiligung Genussorte im Frankenwald
27.08.-31.08.	Baden-Württemberg	Frankenbus-Aktion Frankentourismus, Tour C	Prospektauslage
30.08./31.08.	Düsseldorf	Tour Natur (nur Zertifikatsübergabe!)	Überreichung Zertifikat Qualitätsregion

Abbildung 9: Übersicht besuchte Messen 2018

Die weltgrößte Tourismusmesse - die **ITB Berlin** - wurde vom Geschäftsführer Markus Franz als Anschließter beim Messeauftritt des Tourismusverbandes Franken in der Bayernhalle besucht. Hier stand weniger der Endkundenkontakt und die Ausgabe von Informationsmaterial im Vordergrund. Vielmehr standen an den drei Fachbesuchertagen über 20 Gesprächstermine mit Medienvertretern, potentiellen Kooperationspartnern oder Verlagen auf dem Plan. Zudem wurde das umfangreiche Vortragsprogramm genutzt, um wichtige Trends und Entwicklungen im Tourismus aufzunehmen. Darüber hinaus stand der fachliche Austausch mit den Tourismuskollegen sowie die Mitgliederversammlung des Bundesfachverbandes Deutsche Mittelgebirge e. V. auf dem Plan.

Auf der **Internationalen Grünen Woche** in **Berlin** kooperiert FRANKENWALD TOURISMUS mit den Kollegen vom Fichtelgebirge, der Fränkischen Schweiz sowie Oberfranken Offensiv und bietet

eine Präsentationsplattform für regionale Produkte und Direktvermarkter **als Teil der Genussregion Oberfranken.**

Oberfranken überzeugt zur Grünen Woche

Der oberfränkische Auftritt auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin ist ein voller Erfolg. Genuss, ein buntes Bühnenprogramm und gute Gespräche dominieren den Oberfrankentag.

BERLIN/HOF/WUNSIEDEL ■
Noch bis zum morgigen Sonntag, 28. Januar, präsentieren sich oberfränkische Touristiker und Produzenten zur Internationalen Grünen Woche in der Hauptstadt. Viele oberfränkische Politiker und Entscheider kamen vergangenen Samstag zum Oberfrankentag nach Berlin. Die



Sie zeigen den Messebesuchern in Berlin, was ihre Heimat zu bieten hat: (von links) Sandra Schneider, Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, Ferdinand Reb, Tourismuszentrale Fichtelgebirge, und Markus Franz, Frankenwald Tourismus Service Center.

zialitäten aus dem Frankenwald brachte der Gastronom und Gewürzsommelier Peter Hagen von der Gaststätte Goldene Krone in Selbitz mit. Die berühmte Hofer Rindfleischwurst konnten die Besucher von der Metzgerei Herpich aus Hof und der Landmetzgerei Strobel aus Dörnthal probieren. Die Initiative Agrotourismus Frankenwald lockte mit Wildsalami und Hausmacherwurst auf Bauernbrot. Gut beim Publikum kam der selbst gemachte Eierlikör vom Eierbaron aus Eichenbühl an. Als Botschafterin ihrer Heimatstadt Kronach war auch Tina Christin Rüger, die Bayerische Bierkönigin, zu dem Jahr 2018 abitur

Insgesamt **neun Partner** aus dem FRANKENWALD nutzten das für sie kostenlose Angebot, sich und ihre Produkte den vielen Messebesuchern vorzustellen:

- * Metzgerei Herpich aus Hof
- * Rüdiger Strobel von der Landmetzgerei Strobel aus Selbitz-Dörnthal
- * Melanie Hofmann von den Ferienhäusern Zur Schäferlei aus Mitwitz-Häusles
- * Klaus Schaumberg vom Agrotourismus Frankenwald
- * Peter Hagen vom Gasthof Goldene Krone aus Selbitz
- * Katja Reisberg für die Franken-Bräu aus Mitwitz
- * Katrin Kägebein vom Tropenhaus Klein Eden aus Kleintettau
- * Lutz Focke von purmuesli aus Kulmbach
- * Bgm. Roland Wolfrum für die Brauerei Schübel aus Stadtsteinach

Geschäftsführer Markus Franz nutzte die Gelegenheit dem Bayerischen Staatsminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Helmut Brunner, im Rahmen des Eröffnungsrundgangs einen genussvollen Gruß aus dem FRANKENWALD zu überreichen.

Am „**Oberfrankentag**“ (Samstag, 20. Januar 2018) wurden Vertreter aus Politik und Medienpartner aus ganz Oberfranken am Stand begrüßt und verköstigt. Die Präsentation der Vielfalt aus der Genussregion Oberfranken auf der Bühne in der Bayernhalle war ein gelungener Abschluss dieses Tages.



Die Messe **Freizeit in Nürnberg** nutzen FRANKENWALD TOURISMUS, die Ferienregion Selbitz-Döbraberg und das Wagners Hotel aus Steinwiesen für einen gemeinsamen Werbeauftritt. Ähnlich wie im Jahr zuvor waren auch die Bayerischen Staatsforsten mit einer Aktion am Stand. In einer kleinen Waldecke konnten die Messebesucher interessante Kurzfilme aus den bayerischen Wäldern im sogenannten „Waldkino“ sehen.



Im Rahmen der **CMT Stuttgart** nutzt der FRANKENWALD die Möglichkeit, sich in der **Sonderschau „Fahrrad- und Erlebnisreisen mit Wandern“** zu präsentieren. Das vorwiegend an Aktiv-Urlaub interessierte Messepublikum wurde hier mit personeller Unterstützung vom Naturpark Frankenwald beraten. Besonders die Rad- und Wanderkarten fanden begeisterten Absatz bei dem outdoor-affinen Publikum.



4.2 Print-Anzeigenschaltungen und Advertorials

FRANKENWALD TOURISMUS schaltete 2018 verschiedene **Anzeigenmotive**. Zum einen sogenannte Katalogfeld-Anzeigen in auflagenstarken Tages- und Wochenzeitungen, Illustrierten und Magazinen, um einen gewissen Grundumsatz an Prospektanfragen zum Thema „Urlaub im Frankenwald“ zu generieren.

Fachspezifisch und zielgruppenorientiert wurden zum anderen Themenanzeigen in bundesweit vertriebenen Magazinen platziert. Immer mehr Wert wird auf die redaktionelle Darstellung der Anzeigenschaltungen gelegt. So wurden mehrseitige, **kostenpflichtige „PR-Beiträge“ (Advertorials)** wie z. B. im Wandermagazin, im Outdoor Magazin oder in der Wanderlust beauftragt.

Wandern im FRANKENWALD
Bayerns erste und Frankens einzige „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“

FRANKENWALD Steig
Einer der jüngsten Top-Wanderwege Deutschlands führt einmal rund um den Frankenwald und sorgt für jede Menge Wandererlebnisse. Auf 242 Kilometern – verteilt auf 13 Abschnitten – durchqueren ambitionierte Steppwanderer die verschiedenen frankenwald-typischen Landschaftsformen und treffen neben ausgedehnten, naturnahen Baggerabschnitten auch auf die unterschiedlichsten kulturellen und kulinarischen Highlights der Region.

Schnupper-Angebot:
4-Tage „FrankenwaldSteig“ mit Ausgangspunkt Bad Steben. Leistungen: 3 O / F, 2 x Lunchpaket inkl. Brotkrone, 1 x Leporello-Wanderführer, 1 x Eintritt in die Thermo Bad Steben, Transfer und Kurtaxe ab 19€, - Euro p. P. im DZ.

Goodie-Angebot:
Bei Buchung eines Wanderarrangements bei FRANKENWALD TOURISMUS Service Center im Jahr 2016 unter dem Stichwort „Outdoor Magazin“ bekommt jeder ein Paar Frankenwald-Antiblasenocken geschenkt!

FRANKENWALD TOURISMUS Service Center
Adolf-Kolping-Str. 1, 96317 Kronach
Telefon 09261 601517
www.wandern-im-frankenwald.de

Radsport-Dorado FRANKENWALD

FRANKENWALD – FÜR GENUSSRADLER, MOUNTAINBIKER, RENNRADFahrER UND E-BIKER

- Mountainbike: 300 km ausgeschildertes Wegenetz mit sanften Hügeln und softigen Anstiegen
- E-Bike: Verleih- und Ladestationen laden ein, die Frankenwaldhörn mithilfe zu erklimmen.
- Rennradfahren: „Tour de France-Tauglichkeit“ testen beim Frankenwald-Radmarathon
- Familienradler: flacher Rundkurs um die ferdartig angelegte Kadelhalsperre
- Genussradler: lockere Radtouren mit Einkehr „natürlich regional“ bei unseren Frankenwald-Gastronomen
- Radibus: Von Mai bis Oktober kann man mit „Frankenwald mobil“ einen Teil seiner Tour mit ÖPNV zurücklegen.

Bestellen Sie kostenfrei die RadTipp-Broschüre bei:
FRANKENWALD TOURISMUS Service Center
Adolf-Kolping-Str. 1, 96317 Kronach
Tel. 09261 601517
www.frankenwald-tourismus.de

Urlaub im FRANKENWALD

„Schnupper-Angebote“ anfordern
Bayerns erste Qualitätsregion
Wanderbares Deutschland

www.frankenwald-tourismus.de



Wandern mit Tabasco, Cayenne, Pfefferoni & Co.

Einfach mal ein Lama reiten und auf den scheinbar Wanderwegen rund um den Döberberg die Natur des Frankenwalds genießen. Ob allein oder mit einem glücklichen Geliebten, nehmen Natur und viel mehr wahr, als man denkt. ab 25,- € pro Stunde www.naturpark-frankenwald.de

Fr. Familie Baker
alle
US Service Center



Naturpark Frankenwald
„Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“
Waldbiet des Jahres 2017

Die noch vielerorts ursprüngliche Mittelgebirgslandschaft im Norden Bayerns besticht nach der Zertifizierung durch den Deutschen Wanderverband mit seinen herausragenden Wanderqualitäten. Der FrankenwaldSteig und die vielen FrankenwaldSteiglabieten naturnahen Wandergenuss mit „Stille hören“, „Weite atmen“ und „Wald verstehen“. Entdeckungstouren entlang der ehemaligen innerdeutschen Grenze, dem häufigen „Grünen Band“, laden ebenso ein wie eine tietsche Wandertour auf den Döberberg oder die Gastronomen mit der leckeren Frankenwald-Küche.

Naturpark Frankenwald e.V., Göstenstraße 18
D-96317 Kronach, Tel. +49 (0)9261-678242, Fax: +49-67821
naturpark.frankenwald@frank.bayern.de
www.naturpark-frankenwald.de

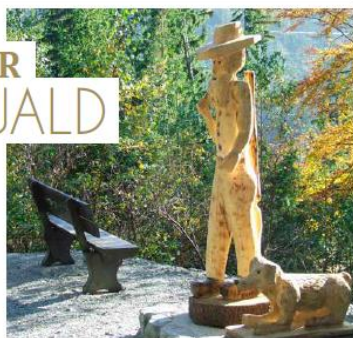
ANZEIGE

SAGENHAFTER FRANKENWALD

Nachts trieb einst der Hämman auf dem Döberberg bei Schwabenbach a. Wald im Frankenwald sein Unwesen. Er liebte es, Wanderer und Handwerker, die durch sein Reich kamen, mit unheimlich meckernden »Hähäh«-Rufen zu verschrecken. An die dünne Sagenwelt erinnert auch heute noch eine Figur des Skulpturenwegs. Er beginnt am Wanderparkplatz in der Schützenstraße in Schwabenbach, und schon den Einstieg weist ein Wanderer aus Holz. Insgesamt 28 Skulpturen stellen den fünf Kilometer langen Weg, für den man gut eineinhalb Stunden braucht. Geschneitzte Waldgeister lugen aus Baumstümpfen, andere Skulpturen erinnern an traditionelle Gewerke wie Holz-Düler, Bergmann und Weber oder stellen heimische Tiere vom Wildschwein über die Eule bis zum Eichhörnchen dar.

Die Kunstwerke können auch Familien mit Kinderwagen oder ältere Spaziergänger und Wanderer besaunen, denn der Weg ist trotz kleinerer Steigungen barrierearm, und überall laden Plätze und Brunnen zu Pausen ein. Den Hämman braucht man inzwischen übrigens nicht mehr zu fürchten – ein apterer Handwerker vertreibt ihn einst vom Döberberg.

Kontakt und weitere Informationen: Frankenwald Tourismus Service Center, Tel. 09261/60150, frankenwald-tourismus.de



» DIE LANGE RÜNDE «

Einmal rund um den ganzen Frankenwald führt der 242 Kilometer lange FrankenwaldSteig. Info: frankenwaldsteig.de

outdoor magazin 3

Unter anderem wurden Anzeigen in folgenden Print-Medien, Broschüren und Katalogen mit einer **Auflagenreichweite von rund 25 Millionen** platziert:

Medium	Ganz-jährig	Jan.	Feb.	Mrz.	Apr.	Mai	Jun.	Jul.	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
In Kooperation mit der Bayern Tourismus Marketing GmbH													
outdoor-Sonderheft „Mythos Bayern“					X								
In Kooperation mit dem Tourismusverband Franken													
Projekt-Beteiligung „Fränkischer Gebirgs-weg“	X												
Projekt-Beteiligung "Frankenweg"	X												
Projekt-Beteiligung „Mainradweg“	X												
Themenzeitung "Wohlfühlnd Franken"	X												
Themenzeitung "Wanderparadies Franken"	X												
Themenzeitung "Genießerland Franken"	X												
Themenzeitung "Radelparadies Franken"	X												
Themenzeitung "Erlebnisswelten"	X												
FTsc DIREKT													
Aktuelle Verbraucher-Post						X				X			
Apotheken-Umschau			X		X								
Bier- und Burgenstraße // Imagebroschüre	X												
Best of Wandern // Imagebroschüre 2018	X												
Deutschlands schönste Reiseziele			X										
DuMont Reisemagazin Thüringen 2018								X					
Ferienwandern – Magazin 2018	X												
Freizeitkompass	X												
Frankenwaldverein // Mitgliederzeitschrift		X			X			X			X		
Stadt Kronach // Image-Broschüre	X												
KOMPASS-Karten Verlag // Bildband Deutschland	X												
pr-gateway.de		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Reisen in die Naturparke	X												
RSV Schneckenlohe // Plakat und Flyer										X			
trekking-Magazin // Print-Anzeige						X							
TV Oberfranken // Sendung: „Kulinarisch unterwegs im Frankenwald“					X								
Verein hochfränkischer Karnevalisten e. V.		X											
Wanderlust // Print-Anzeigen					X		X						
Wanderbares Deutschland		X											
Wandermagazin				X									
Weltreise durch Deutschland		X											

Abbildung 10: Übersicht Anzeigenschaltungen 2018



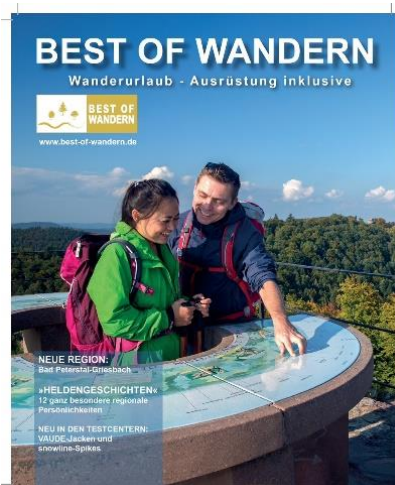
4.3 Katalogeinträge und Werbebeteiligungen

FRANKENWALD TOURISMUS beteiligte sich 2018 an verschiedenen Broschüren und Katalogen bzw. Marketingkooperationen, die in der Regel im gesamten Jahreszeitraum Gültigkeit und Verfügbarkeit hatten. Dies waren u. a.:

- **Katalog-/Broschüren-Einträge bei der Bayern Tourismus Marketing GmbH**
 - outdoor-Sonderheft „Mythos Bayern“
- **Basisbroschüren des Tourismusverbandes Franken**
 - FRANKEN – Das Urlaubsmagazin
 - Übersichtskarte FRANKEN
 - Motorradtouren in FRANKEN
 - Wohnmobiltouren in FRANKEN
- **Themenzeitungen des Tourismusverbandes Franken**
 - „Wanderparadies Franken“
 - „Radelparadies Franken“
 - „Erlebniswelten Franken“
 - „Genießerland Franken“
 - „Wohlfühliland Franken“
- **Marketingpakete für „Frankenweg“, „Fränkischer Gebirgsweg“ und „Mainradweg“**

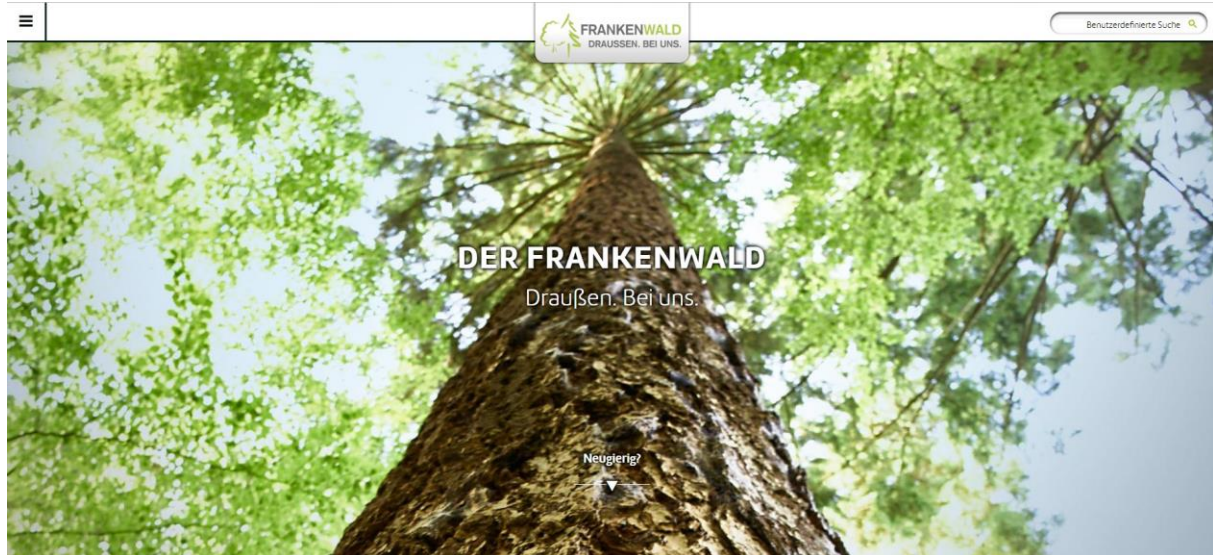


- Broschüre „Fahrtziel Natur 2018“ der **Deutschen Bahn**
- **Verband Deutscher Naturparke Image-Katalog** „Reisen in die Naturparke 2018“
- Magazin Ferienwandern des **Deutschen Wanderverbandes**
- Booklet „**Best of Wandern**“



4.4 Onlinekommunikation

Neben den werblichen Präsenzen in Printmedien wurde 2018 das Thema Onlinekommunikation ausgebaut. Bereits im Januar 2017 ging die überarbeitete und **neu gestaltete Homepage** www.frankenwald-tourismus.de online.



Gemeinsam mit einer Beratungsagentur und der umsetzenden Web-Agentur wurde ein mobiler, responsiver, d. h. auf das Nutzerverhalten mit Handy und Tablet abgestimmter, Internetauftritt geschaffen. Eingangs setzt die Onlinepräsenz stark auf **Inspiration und Emotion** und arbeitet auf der ersten Ebene mit großformatigen Bildmotiven und nur wenig Textelementen.

Natürlich werden weiterhin Detailinformationen zu allen Themen, zur Region, zu den Orten und Sehenswürdigkeiten im Frankenwald präsentiert. Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten werden über ein Datenbanksystem gepflegt und sind so über Schnittstellen Partnern für die Darstellung auf deren Homepage zugänglich.



Die **Menüstruktur** ist einfach und übersichtlich gehalten und gliedert sich in folgende Themen:

- „**Draußen.**“ – wo sich vieles zu den Themen Wandern, Radfahren, Wintersport und Naturerlebnis findet.
- Unter „**Bei uns.**“ sind Informationen zum Frankenwald an sich, zu Gastgebern, zur Gastronomie sowie den Orten und Regionen und das Thema Gesundheit zu finden.
- Bei „**Auf einen Blick**“ gibt es eine interaktive Karte, den Veranstaltungskalender, eine spezielle Tourensuche und auch konkrete Freizeit-Tipps.
- Unter „**Service**“ sind die Online-Buchung, die Prospektbestellung, Anfahrtsplanung und neben den Ansprechpartnern auch das Thema „Frankenwald intern“ zu finden.
- Im **Footerbereich** ist zusätzlich ein spezieller Bereich für die Medien mit Pressetexten und einem Bildarchiv angegliedert.

Die Datenanalyse über Google-Analytics zeigt, dass sich im Laufe des Jahres das Nutzerverhalten bzw. die **Nutzerfrequenz gegenüber den Vorjahren fast verdoppelt** hat. Seit dem Aufsetzen der neuen Homepage ist eine deutliche Steigerung zu erkennen. Im Vergleich von 2017 zu 2018 erkennt man über **30 % mehr Seitenaufrufe** und über **44 % mehr Nutzer** auf der Homepage. Dies liegt u. a. natürlich am stetig steigenden Online-Suchverhalten der Urlauber, aber auch an der verbesserten „Sichtbarkeit“ der Homepage im Google-Ranking bei den wichtigsten Keywords für den Frankenwald.

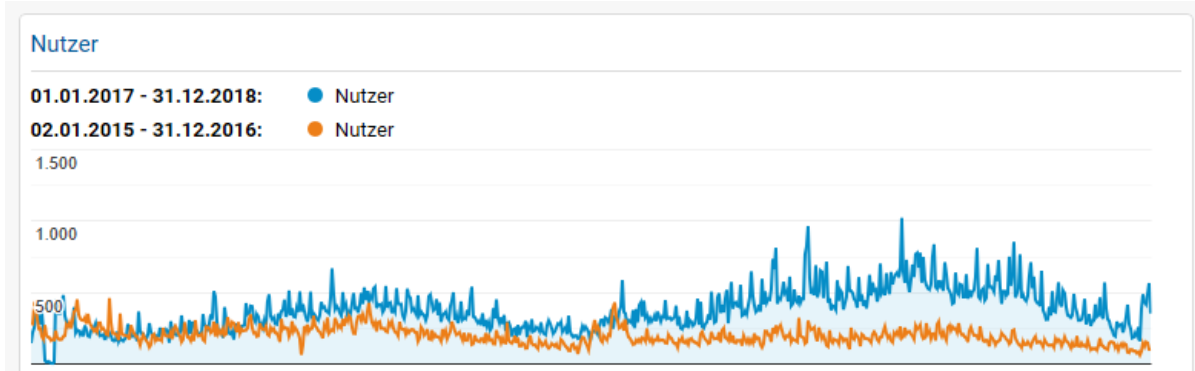


Abbildung 11: Vergleich Anzahl Nutzer www.frankenwald-tourismus.de der Jahre 2015/2016 und 2017/2018 (Quelle: Google Analytics)

Um die Besucherfrequenz der Homepage und die Auffindbarkeit des Frankenwaldes im Netz zu verbessern, wurden einige **Online-Marketing-Maßnahmen** beauftragt. Über das Jahr verteilt wurden zum Beispiel mit einem kleinen Tagesbudget Google Adwords-Anzeigen geschaltet und auf verschiedenen Themenportalen Regionseinträge gepflegt.

Gemeinsam mit **Einstein1** – dem Digitalen Gründerzentrum in Hof wurden regelmäßig Optimierungsmaßnahmen für die Homepage diskutiert und erarbeitet. Neben den aus Google Analytics abrufbaren Daten werden eigene spezifische Daten erfasst und ausgewertet, wie zum Beispiel das Nutzerverhalten bei den einzelnen Themen. Man erkennt auf der unten stehenden Grafik zum Beispiel, dass in der Rubrik „Draußen“ das **Thema Wandern ein sehr hohes Aufrufpotential** gegenüber den anderen drei Themen hat

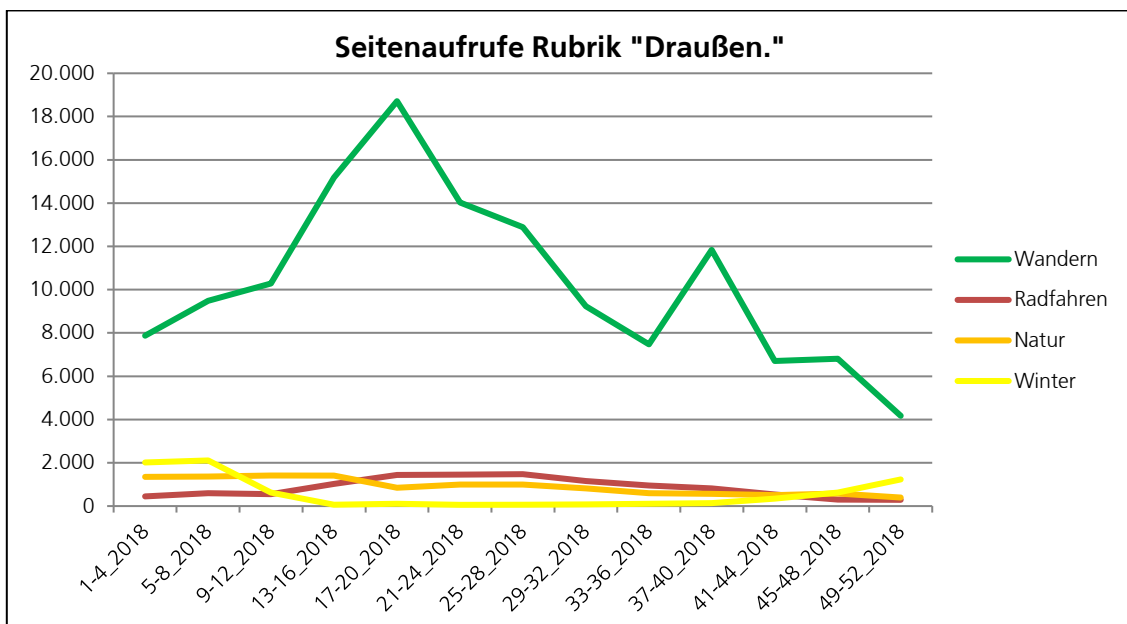


Abbildung 12: Vergleich der Seitenaufrufe der verschiedenen Themen in der Rubrik „Draußen“ unter www.frankenwald-tourismus.de im Jahr 2018 (Datenquelle: Google Analytics, eigene Darstellung)



verschiedenen Buchungs-Portalen

Seit Juni 2017 bietet FRANKENWALD TOURISMUS über eine **Kooperation mit der Bayern Reisen Service GmbH** seinen Gastgebern die Möglichkeit, mit **nur einem Pflege-Zugang auf über 40 verschiedenen Buchungs-Portalen** (zum Beispiel booking.com, hrs holiday solutions,...) online buchbar zu werden.

Für Partner von Frankenwald Tourismus ist dieser Service kostenlos und im Marketingpaket enthalten. Lediglich im Falle einer Buchung durch Gäste wird nach Abreise der Gäste eine Provision fällig. Wohneinheiten können vom Gastgeber jederzeit selbst als „belegt“ gemeldet werden und stehen dann für diesen Zeitraum für eine Onlinebuchung nicht im Netz zur Verfügung. Bei einer „Eigenbelegung“ fällt selbstverständlich keine Provision an.

Ein weiterer Vorteil ist, dass die eingepflegten Zimmerkontingente nicht nur bei den großen Portalen zu finden sind, sondern auch auf den Homepages von Frankenwald Tourismus, den einzelnen Orten oder beim Gastgeber direkt angezeigt werden können. Gerade für kleine und Kleinstbetriebe bietet die Bayern Reisen Service GmbH eine optimale Online-Marketing-Plattform und einen sehr intensiven Schulungs- und Betreuungsservice an. Aus diesem Grund nutzen immer mehr (fränkische) Tourismusdestinationen diese Kooperationsmöglichkeiten. Das Bayerische Staatsbad **Bad Steben** arbeitet auf der Basis eines **eigenen Kooperationsvertrages** mit dem gleichen System. So können die Bad Stebener Kooperationspartner problemlos aus diesem Pool auf die Vermarktungsebene der Region weitergereicht werden. Auch die **Ferienregion Selbitz-tal-Döbraberg** hat sich einen eigenen Mandanten des gleichen Systems gekauft.

Von den vielen Vermietern im FRANKENWALD nutzen bisher leider immer noch viel zu wenige die **kostenlose Möglichkeit**, ihre Zimmer online buchbar zu machen. Insbesondere für kleinere Vermieter ist diese Kooperation interessant, da neben der Buchbarkeit ein umfangreiches Service- und Betreuungspaket im Leistungsspektrum enthalten ist.

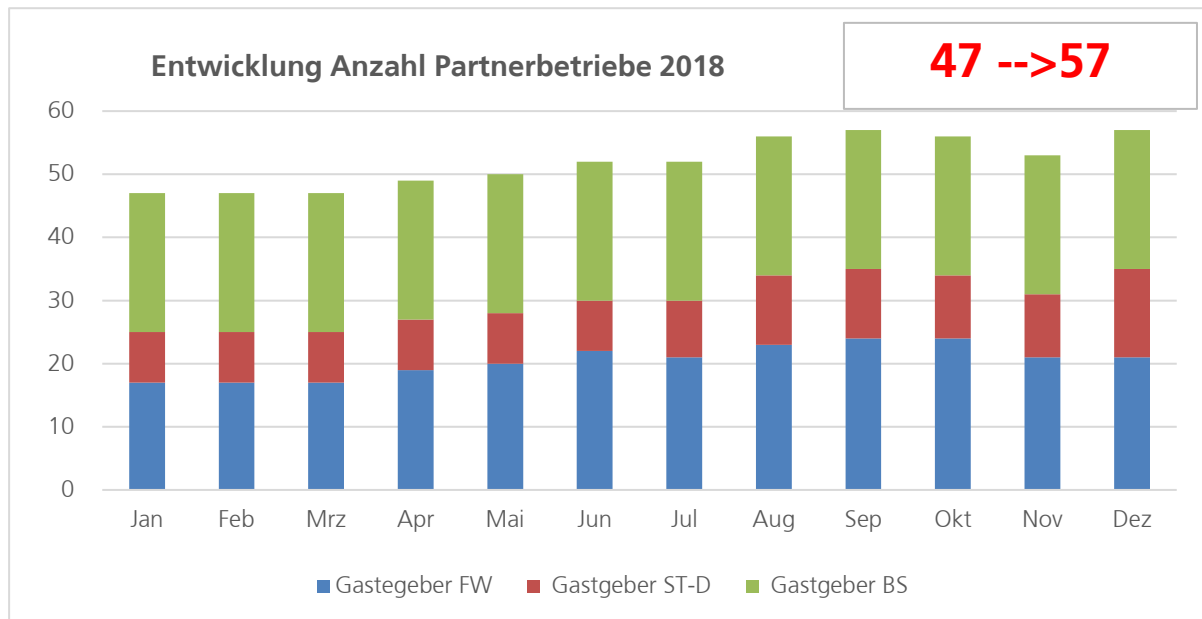
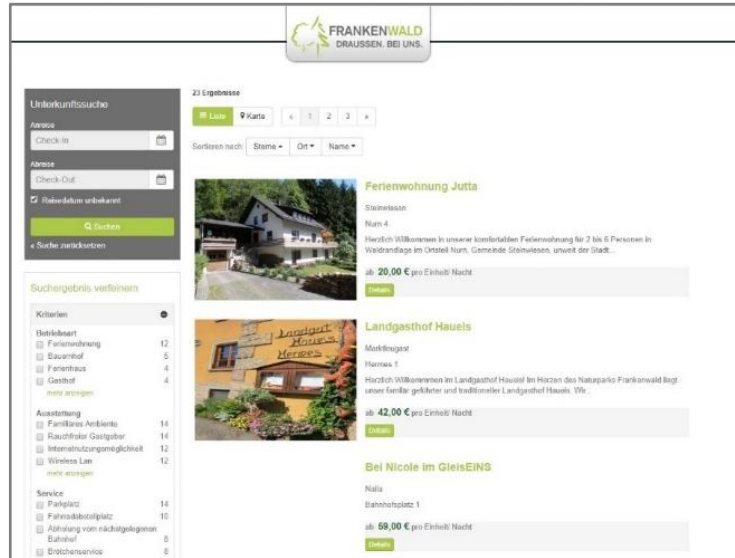


Abbildung 13: Entwicklung der online buchbaren Partner im Frankenwald im Jahr 2018 (Datenquelle: Bayern Reisen & Service, eigene Darstellung)

Grundsätzlich werden auf der Homepage von FRANKENWALD TOURISMUS alle **Gastgeber** oder Häuser in einem **Online-Gastgeberverzeichnis** gelistet. Hier spielt es keine Rolle, ob buchbar oder nicht, der Eintrag ist für alle Partnerbetriebe inklusive. Hier kann sich ein interessierter Gast ein umfassendes Bild vom Angebotsspektrum der vielen Übernachtungsangebote machen. Die Daten werden regelmäßig aktualisiert. Wenn zwischenzeitlich keine direkten Meldungen von den Betrieben eingegangen sind, werden einmal im Jahr ggf. anstehende Aktualisierungen abgefragt.



Zusätzlich wurden verschiedenste Online-Portale mit themenspezifischen Informationen bestückt, um eine breite Internetpräsenz aufzubauen. So werden insbesondere zielgruppenspezifische Internetseiten zur Kommunikation von Angeboten genutzt.

Die Internetseiten der Bayern Tourismus Marketing GmbH (**www.bayern.by**) und des Tourismusverbandes Franken e. V. (**www.frankentourismus.de**) werden bei einigen Inhalten über direkte Schnittstellen gepflegt; dort findet man aktuelle Themen, Angebote, Tourenvorschläge, Vermieter und Veranstaltungen.

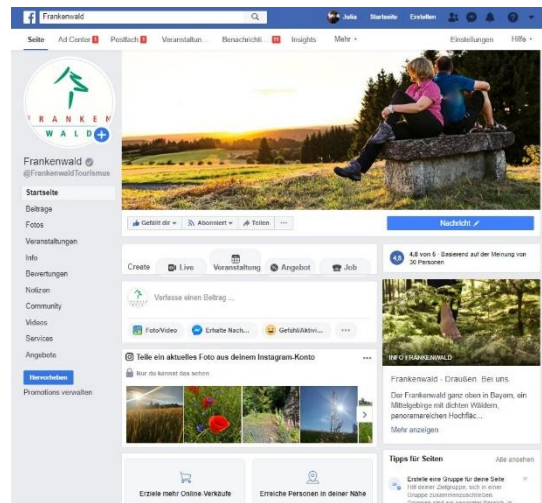


Neben dem Betrieb und der Pflege einer Homepage ist deren Ranking bei der Google-Suche und die Steigerung der Sichtbarkeit für die Zielgruppe eine ständige Aufgabe, die finanzielle und personelle Ressourcen bindet.

Ähnlich bzw. immer zeitaufwändiger ist die Präsenz in den **sozialen Netzwerken** wie **Instagram** oder **Facebook** geworden. Ohne ständigen Dateninput und weitere Vernetzung verringert sich die Reichweite und Sichtbarkeit durch die neuen Algorithmen und Darstellungsbedingungen.



Auf **Facebook** findet man aktuell mehrere Seiten, die von FRANKENWALD TOURISMUS gepflegt werden.



Bei www.facebook.de/FrankenwaldTourismus werden allgemeine touristische Informationen sowie aktuelle Veranstaltungen gepostet sowie News und Meldungen aus der Region eingestellt. Wir teilen oder liken Beiträge und Posts unserer Partner, die ebenfalls Facebook-Seiten betreiben.

Seit dem Jahr 2018 arbeitet FRANKENWALD TOURISMUS auch mit einem **Redaktions- und Postplan**, in dem wichtige anstehende News aber auch alle umgesetzten Meldungen aufgenommen werden. **Über 1.000 Meldungen** wurden hier im Jahr 2018 auf den verschiedenen FRANKENWALD Seiten gepostet oder geteilt.

Im Jahr 2018 fiel auch die Entscheidung, künftig einen stärkeren **Fokus auf die Weiterentwicklung der Facebook-Seite FRANKENWALD zu setzen**. Die anderen Themen werden weiterhin gespeist und haben ebenso einen Weiterentwicklungsanspruch – dies jedoch mit einer anderen Intensität. So konnte ab dem Frühjahr 2018 auch die Fananzahl deutlich gesteigert werden und – wie in der Grafik ersichtlich – steht die „Hauptseite“ nun mit der größten Followerzahl an erster Stelle. Dies soll im Jahr 2019 weiter ausgebaut werden.

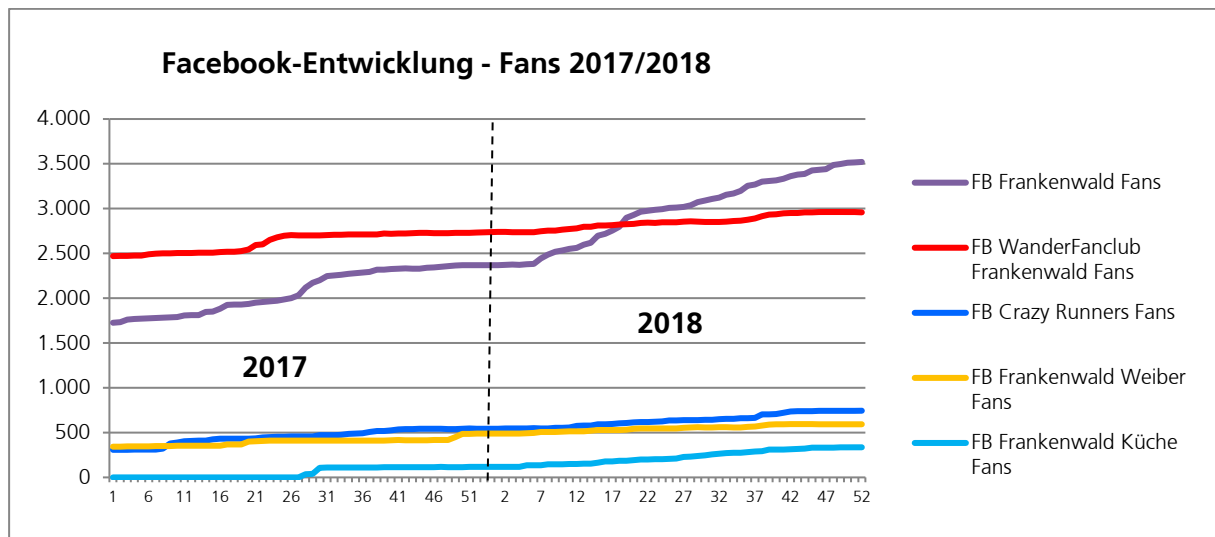


Abbildung 14: Entwicklung der Facebook-Fans der unterschiedlichen Seiten (eigene Darstellung)



Eine spezielle Zielgruppe zum Thema Wandern konnte über die Facebook-Seite www.facebook.de/WanderFanClubFrankenwald angesprochen werden. Spezielle Wandertipps, Posts und Links zu zahlreichen Wandertemen und auch Wanderevents werden hier kommuniziert. Ebenso sollen und dürfen die „Mitglieder“ des Wander FanClub FRANKENWALD hier ihre schönsten Wandererlebnisse mit anderen teilen. Aus der schon zur Institution beim Frankenwald Wandermarathon gewordenen Station der „Frankenwald Weiber“ wurde eine Facebook-Fanpage erstellt. Hier sind einige Fotos und Einsätze der lustigen Frauen unter www.facebook.com/FrankenwaldWeiber/ zu sehen.

Aus einer sportlichen Aktion bei einem Laufwettbewerb entstand eine Gruppe von Freizeit-Läufern, die für den Frankenwald auf ihre Strecken gehen.

www.facebook.com/CrazyRunnersFrankenwald/ ist die Plattform für die Läufe und Aktionen der nun schon an die 40 Aktiven zählenden Truppe. Ähnlich wie beim WanderFanClub ist es hier das Ziel, Läufer/-innen aus der Region sowie von außerhalb für den Frankenwald zu begeistern und als aktive - in diesem Fall laufende - Botschafter für die Region zu gewinnen. Diese Truppe hatte u. a. im Herbst 2017 das Event SALOMON Trails4Germany mit in die Region geholt und dabei ehrenamtlich die Vorbereitungen und Organisation übernommen. 2018 fand das Laufevent erneut in Kulmbach im FRANKENWALD statt.

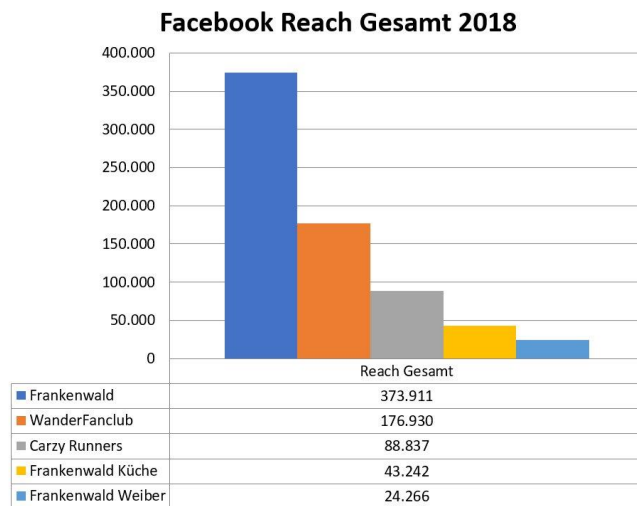


Um die kulinarischen Highlights, Angebote und die bei Facebook aktiven Gastronomie-Partner zu



kommunizieren, wurde eine Facebook-Seite zum Thema Gastronomie angelegt, die unter www.facebook.com/frankenwaldkueche zu finden ist. Diese Seite befindet sich vor allem in Hinblick auf die Reichweite noch im Aufbau. Wichtig bei Netzwerken ist es, den Content untereinander zu teilen. Hier sind auch die Gastronomiepartner gefragt, ihre Dienstleistungen und Angebote entsprechend

aktiv in den sozialen Medien zu platzieren, denn nur so können auch hier „leckere Inhalte“ gepostet werden.



Betrachtet man alle von uns betreuten Facebook-Seiten im Gesamtjahresverlauf, konnte über die Aktivitäten eine **Reichweite von über 700.000** erzielt werden. Die Nutzung der sozialen Netzwerke im Tourismus tritt immer stärker in den Fokus der Marketing-Bemühungen, denn über diese Kanäle können Nachrichten oder einfach nur Bilder oder Presseberichte sehr schnell und oft mit einem Schneeball-Effekt gestreut werden.

Da Facebook aber auch ein Geschäftsmodell für die Betreiber ist, kann alleine durch fleißige Posts und Kommentaraktivitäten die Reichweite nicht gesteigert werden.

Abbildung 15: Reichweiten der unterschiedlichen Facebook Seiten von FRANKENWALD TOURISMUS im Jahr 2018 (eigene Darstellung)

An dieser Stelle ist der moderate Einsatz **kostenpflichtiger Facebook-Kampagnen** ein Stück weit dienlich, um zielgruppenorientiert Botschaften mit einer größeren Reichweite zu kommunizieren. Mit einigen Vermieter-Partnern wurden auch Gewinnspiel-Kampagnen umgesetzt, die zum einen Aufmerksamkeit, zum anderen direkt neue Fans auch für die Partnerbetriebe generieren konnten.



Ein weiterer, immer mehr an Bedeutung gewinnender Social-Media-Kanal wird von FRANKENWALD TOURISMUS via **Instagram** bespielt. Das - einfach gesprochen - „Fotoportal“ hat aktuell ein enormes Nutzerwachstum und verzeichnet allein in Deutschland über 15 Millionen Nutzer.

Über das gezielte Setzen von sogenannten „Hashtags“ (#) werden Fotos unter diesem Thema zusammengefasst dargestellt. Dies kann im Rahmen von Events sein, z. B. #wandermarathon oder auch für die gesamte Region unter **#frankenwald** oder **#draußenbeiuns**. Genauso können die Themen #stillehören #weiteatmen #waldverstehen verwendet werden oder die Produkte #frankenwaldsteig und #frankenwaldsteigla.

Wichtig ist, die Fotos bei übergeordneten Themen wie der „Fotowall“ der Bayern Tourismus Marketing GmbH bei **#echteinladend** zu platzieren. Gleiches gilt auch über #visitbavaria #deinbayern #visitfrancia oder bei #qualitaetsregion #wanderbaresdeutschland etc.

Der Vorteil ist, dass diese Hashtags von jedem genutzt werden können. D. h. wer sein hochgeladenes Foto u. a. mit #frankenwald bezeichnet, zahlt auf die Reichweite der Region ein. Unsere Aktivitäten bei Instagram haben sich seit 2017 positiv entwickelt. Mit etwa **1.200 Abonnenten** unserer Seite #derfrankenwald und etwa **276 Beiträgen** haben wir unser angestrebtes Ziel für 2018 – mehr als 1.000 Abonnenten zu gewinnen - erreicht. Die **Reichweite** unserer Haupt-Hash-tags #frankenwald und #draußenbeiuns hat sich im Laufe des Jahres **2018 verdoppelt**.

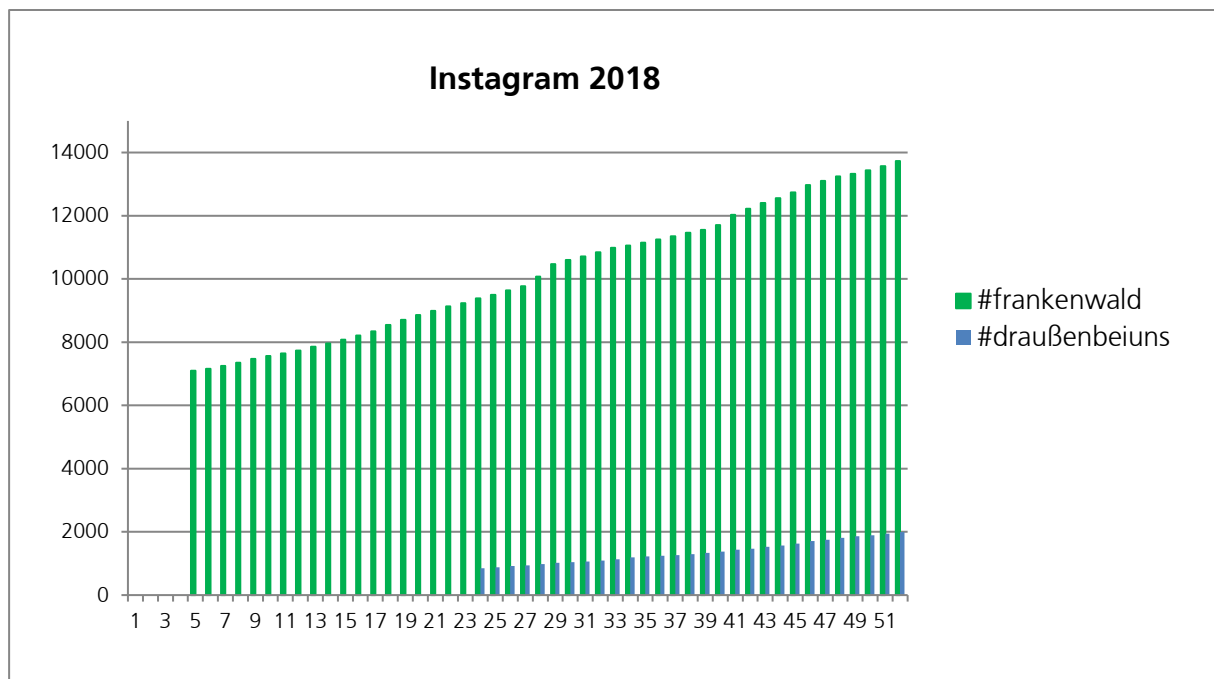
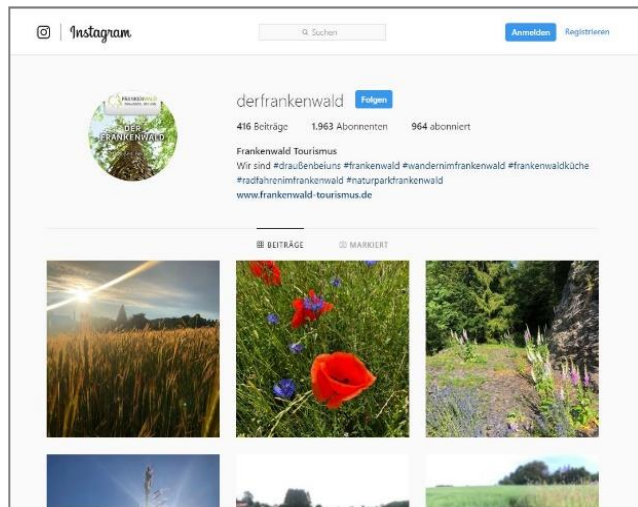


Abbildung 16: Entwicklung Instagram Hashtags #frankenwald und #draußenbeiuns im Jahr 2018 (eigene Darstellung)

4.5 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Eine weitere Basisaufgabe von FRANKENWALD TOURISMUS ist die intensive Pflege von Kontakten zu den Medien. Auch in diesem Bereich herrscht ein starker Wettbewerb der Tourismusregionen und -anbieter, die um die redaktionellen Veröffentlichungen in den einschlägigen Medien kämpfen. Umso mehr ist eine regelmäßige und professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erforderlich.



PRESSE-INFORMATION

Öko-Mode aus dem Frankenwald

Der einstige „Kleiderschrank der Welt“ im Norden Bayerns füllt sich wieder. Darin zu finden: Hippe Sports- und Streetwear des Helmbrechtser Öko-Mode-Labels „Bleed“.

Die waren das „Must-Have“ des diesjährigen Frankenwald-Wandermarathons: witzige T-Shirts mit dem augenzwinkernden Aufdruck: „Straight outta Franconian Forest“. Schöpfer dieser Hinguckerteile: Das Helmbrechtser Öko-Modelabel „Bleed“. Ein Unternehmen aus dem Frankenwald, also auch „outta Franconian Forest“. „Bleed“, der Name ist Programm. „Für unsere Produkte muss niemand bluten. Weder Mensch, Tier noch Natur. Keine Qual, kein Mord, kein Gift. Das ist das ungeschriebene und einzige

Die Verlage und Redakteure müssen - ohne jedoch aufdringlich zu wirken - immer wieder auf Frankenwald-Themen angesprochen werden. Aus Budgetgründen erfolgte im Jahr 2018 die vorwiegende **Pressearbeit in der Geschäftsstelle** von FRANKENWALD TOURISMUS. Bei einzelnen Themen und Aktionen griff man auf die Zuarbeit von **PR-Agenturen** zurück, die über ihre Kanäle einen anderen Verteilerkreis aus der Medienwelt ansprechen konnten. Ebenso wurden **Online-Newsportale** genutzt, um die Nachrichten aus dem FRANKENWALD in Umlauf zu bringen.

Anhand eines Jahres-Themenplanes wurden unterschiedliche Highlight-Themen an einen großen Journalistenkreis auf regionaler, überregionaler und deutschlandweiter Ebene versandt. Zum Beispiel:

Januar 2018: „FrankenwaldSteig – Deutschlands (zweit)schönster Wanderweg“

Januar 2018: „Held der Region: Peter Hagen vom Gasthof Goldene Krone in Selbitz“

Februar 2018: „Winterspeck ade! Unterwegs in Bayerns erster und zugleich Deutschlands größter, zertifizierter Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“

Februar 2018: „Frühjahrserwachen mit Frankenwälder Zicklein“

März 2018: „Kronach leuchtet®“

März 2018: „Wald-Wander-Erlebnistage Frankenwald“

April 2018: „Eine Floßfahrt, die ist lustig - eine Floßfahrt, die ist schön“

April 2018: „Stahl, Ruß, Dampf und jede Menge Faszination: Die Pfingst-Dampftage im Deutschen Dampflokomotiv-Museum“

April 2018: „Schweden? Nein, danke! Wie die Kronacher Frauen den Schweden das Fürchten lehrten und ihre Stadt verteidigten“

April 2018: „Crana Historica: Festival der Geschichte auf der Festung Rosenberg“

Mai 2018: „Jubiläumsveranstaltung der 24 h von Bayern in und um Kulmbach“

Mai 2018: „Gemeinsam unterwegs - Best of Wandern-Erlebnis-Wochenende“

Mai 2018: „Der Maler-Unternehmer: Seltene Handzeichnungen von Lucas Cranach d. Ä. in Kronach und seiner Werkstatt.“

Mai 2018: „Natur erleben – und dabei den Wald verstehen“

-
- Juni 2018: „Frankenwald als Kulturdestination“
- Juni 2018: „Frankenwälder Zicklein: Eine kulinarische Spezialität aus der Genussregion“
-
- Juli 2018: „Aus der Tradition wird ein Action-Erlebnis // Floßfahrt mit Andreas Buckreus auf der Wilden Rodach: Vier nasse Kilometer auf Baumstämmen.“
- Juli 2018: „Schmecke den Sommer: Im Frankenwald geht der Sommer auch durch den Magen“
-
- August 2018: „Zunderschwamm: Heilende Wirkstoffe aus dem Frankenwald“
- August 2018: „Jetzt wird's wieder sportlich: 7. Frankenwald Wandermarathon“
- August 2018: „17. Mittelalterliches Burgfest in Lichtenberg“
- August 2018: „Bahn frei! – Ende September ist das Deutsche Dampflokomotiv-Museum in Neuenmarkt/Wirsberg Treffpunkt altehrwürdiger Dampfbahn-Klassiker“
- August 2018: „Herbstliche Gaumenfreuden mit Erntedank“
-
- September 2018: „Wander-Rucksack ade: Im Frankenwald kann ohne Gepäck gewandert werden“
- September 2018: „Für jeden Tag der Woche einen: Der Frankenwald bietet FrankenwaldSteigla zwischen 5 und 18 Kilometern Länge für eine perfekte Urlaubswoche“
- September 2018: „Wandervergnügen ist im Frankenwald garantiert: Bereits zum zweiten Mal hat der Deutsche Wanderverband den Frankenwald mit dem Zertifikat „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet; damit gehört er zur „Königsklasse“ der deutschen Wanderregionen.“
- September 2019: „Öko-Mode aus dem Frankenwald: Der einstige „Kleiderschrank der Welt“ im Norden Bayerns füllt sich wieder. Darin zu finden: Hippe Sports- und Streetwear des Helmbrechtser Öko-Mode-Labels „Bleed“.
-
- Oktober 2019: „Kulinarische Botschafter des Frankenwaldes: Im Frankenwald hat die Leidenschaft für kulinarische Genüsse Tradition. In kaum einer anderen Region gibt es so zahlreiche Schmankerl-Originale. Deshalb wurden Kronach, Kulmbach, Hof, Wallenfels, Kleintettau und die Fränkische Rennsteigregion vom bayerischen Landwirtschaftsministerium in den Kreis der „100 besten Genusssorte in Bayern“ aufgenommen.“
- Oktober 2018: „Einmal um den Frankenwald: Die schönsten Stellen auf einen Blick. Frankenwald-Hochstraße“
- Oktober 2018: „Der Weg ist das Ziel: Mit den FrankenwaldSteigla bietet der Frankenwald Wanderern facettenreiche Wandertouren“
- Oktober 2018: „Ganz wild... auf Wild aus dem Frankenwald“
-
- November 2018: „Rote Karte für rote Nasen: In Bad Steben sorgen Fichtenöl aus heimischen Wäldern und ein warmer Sandstrand für Erholung ohne Jetlag“
- November 2018: „Kulmbacher Burgkeller-Stollen“
- November 2018: „Advent, Advent, ein Lichtlein brennt – Vorweihnachtsstimmung auf den schönsten Weihnachtsmärkten im Frankenwald“
- November 2018: „Wolkenwetter, na und? – Schlechtwetterangebote im Frankenwald“
-
- Dezember 2018: „Best of Wandern-Testcenter Frankenwald in Steinwiesen: Kommen Sie zu uns, Ihre Ausrüstung ist schon da!“

Dezember 2018: „Feuerwerk in Badehosen: die feucht-fröhliche Silvesterparty in der Therme Bad Steben“

Dezember 2018: „Glücksspiel mit Entspannungsgarantie – Spielbank und Therme in Bad Steben“

Dezember 2018: „Stark, stärker, am stärksten: Im Frankenwald werden nach uraltem Brauch die Kräfte für das neue Jahr mobilisiert“

Dezember 2018: „Wie’s Oma kochte und Opa mochte“

Die Aussendung der aufgeführten Pressemeldungen über eine bundesweite Verteilerliste führte zu zahlreichen PR-Veröffentlichungen - sowohl regional als auch überregional - und sorgte in jedem Fall für eine Verbesserung der Kontakte zur Reisepresse und regte zu Pressereisen an.

Über unseren Dachverband, den **Tourismusverband Franken in Nürnberg**, wird monatlich ein Pressedienst - der sogenannte „**Frankenreporter**“ – in Umlauf gegeben. Auch hier schlagen wir monatlich 4 - 5 Themenmeldungen zur Aussendung vor, von denen in der Regel 2 - 3 berücksichtigt werden.

frankenreporter
pressediens

Nr. 781 - 15. November 2018 - Seite 14

Ein Stück kulinarische Heimat

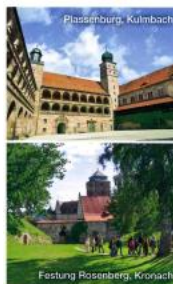
Frankenwald (FR/1.268 Zeichen). Kulmbach, Kleintettau, Wallenfels, Kronach und die fränkische Rennsteigregion liegen alle im Frankenwald. Gemeinsam haben sie außerdem, dass sie alle zu den Gewinnerorten des Wettbewerbs „100 Genussorte Bayern“ zählen. In Kulmbach etwa wird eine eigene Bratwurst-Variante aus sehr feinem Kalbsmett serviert. Gegessen wird sie bevorzugt im „Stölla“, einer mit Anis gewürzten Bratwurstsemmel. Dazu schmeckt Kulmbacher Bier, das in der Stadt eine große Rolle spielt – zum Beispiel bei der „Kulmbacher Bierwoche“ im Sommer. Zu den Gaumenfreuden in Kronach zählen „Blöchla“, „Seelenspitzen“ und die süßen „Schwatzela“ aus der ältesten Bäckerei der Stadt. Untrennbar mit Wallenfels verbunden sind die „gestopftn Rumm“. Diese haltbar gemachte Mischung aus Erdkohlrabi, Karotten, Wirsing, Kraut und Lauch hat sich vom einstigen Arme-Leute-Essen zu einem Stück kulinarischer Heimat gemauert. Nachkochen kann man die Spezialitäten aus dem Frankenwald dank Kochbuchautorin Kerstin Rentsch aus Kleintettau, die auch Koch- und Backkurse anbietet. Komplett werden die Genussorte mit der Fränkischen Rennsteigregion: Hier verführen weltberühmte Pralinen aus Lauenstein, schottisches Hochlandrind, Frankenwälder Tilapia und hochwertige Kräuterprodukte (www.frankenwald-tourismus.de).



Frankenwald, Genussprodukte vom Genussort Kronach
© Tourismus- und Veranstaltungsbetrieb der Stadt Kronach & Ida Pohlmann

Um die Resonanz auf die Aussendungen messen zu können, wurde ein **Mediendienst** beauftragt regelmäßig online und in Printmedien die Veröffentlichungen über den FRANKENWALD zu recherchieren. Eine Übersicht über die redaktionellen Beiträge in Tages- sowie Wochenzeitungen und Magazinen – die zwar stets nur einen Teil des Gesamten abbilden kann – ist in der Geschäftsstelle von FRANKENWALD TOURISMUS einzusehen.

Ebenso erhalten die in den PR-Veröffentlichungen beteiligten Partner und Einrichtungen jedes Jahr eine Zusammenstellung „ihrer“ redaktionellen Veröffentlichungen, die uns über den Clipping-Dienst Landau Media zugespielt werden.



Frankenwald

Kaum zwei Jahre lang existierte das neu ausgearbeitete Wegenetz im Frankenwald, eine „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“, im vergangenen Herbst. Inzwischen ist die Oberflächennutzungsplanung für die Dauerschleife südlich vom Volkswaldweg 2017 auch schon fast ein Jahr alt. Und zwar für den Frankenwald-Steig, der in Form einer großen Rundtour alle Facetten des Mittelgebirges aufgreift. Er geht durch viele Wälder, entlang ausgedehnter Wäldchen und über kühle Höhen, aber auch durch Kleinparks (Bad Steiner) und historische Altstädte. Das Grüne Band entlang der ehemaligen innerdeutschen Grenze wird ebenso passiert wie zwei der sehenswertesten Festungsanlagen Hessendorfs, die Plassenburg bei Kulmbach und die Festung Rosenberg oberhalb von Kronach. Rundwanderung mit 13 Tagesetappen, 242 km, 6.140 Hm. Zusätzlich findet man unter dem Namen **Frankenwald-Steig** über die gesamte Region verteilt 32 neue, empfehlenswerte Halbtages- und Tagesetappen. **Schwarzspanischer Weißbrot** erklärt die hochste Erhebung des Frankenwalds, den Dittelsberg (791 m), wo ein Aussichtsturm bei klarem Wetter mit beeindruckender Fernsicht lockt. 14,5 km und 375 Hm. **Entlang der Märter** folgt dem Fränkischen Weg mit seinen Klätschen, den „Märtern“ zwischen dem Kloster in Kronach und der Wallfahrtskirche in Gausberg, anschließend dem Kapellenweg über den aussichtsreichen Plassenberg. 14,9 km und 383 Hm. Infos zum Wandern im Frankenwald: www.frankenwald-tourismus.de/waldtrauenwanden

mein schönes Land 7

Stille, Weite und allerlei Gutes für Leib und Seele

Drehkreuz des Wanderns: In Bayerns erster Qualitätswanderregion **Frankenwald** treffen sich gleich fünf überregional bekannte Fernwanderwege, wie etwa der Frankenwaldsteig. Zudem sind in der Region 32 reizvolle Frankenwaldsteigs verteilte, die aus 300 Wanderwegen gewickelt wurden. Und kulminiert kommen Wanderer hier obenhin auf ihre Kosten.

MANCHMAL STRANDEN bei Fernfränkischer Gabe. Die walden eigentlich nach Rottenburg. Weil aber waldes Respekt im fernem Osten den gravierenden Unterschied zwischen einem von und einem von nicht überwindlich beachtet hatte, erst die langjährige nicht im mittelaltlichen Rottenburg (ab der Tauber), sondern in Rottenburg. Und Rottenburg (191 Einwohner) ist ein Ortsteil von Soltau im oberfränkischen Landkreis Hof, wo Peter Kagen den Gasthof „Goldene Krone“ führt, gleich beim Bahndamm. Da stehen sie denn, die Güter eines Mittelaltlers, sind rot und auch hübsch. Und dann geht es mit Komplikationen weiter, wenn nämlich Peter Kagen den östlichen Gästen zu erklären versucht, was seine Spezialkarte heißt. Zum Beispiel: „Ziegenbrodwäcker, Lammbraten, Schinken aus Farnenjagd oder fränkisches Mischfleisch nach Gießhüttenart.“ Auf solche Spezialitäten ist er stolz. Der gewerke Koch arbeitet auch als Metzger, macht die „Habselbrat“ Teraut, Nachschicht Schinken, aber

Regionale Genüsse



Zickeln & Co.
Fremd Hagen führt in Gausberg (Frankenwald) Zickeln & Co. an zum Schinken.



Festliche Phantasie
Im Frankenwald (Frankenwald) hat man immer wieder etwas Besonderes in der kleinen Wälder.

Entspannung ab dem ersten Schritt

Das Wandern gehört zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen in Deutschland. Die Bewegung an der frischen Luft, das Zurückkommen ins Grün und das gute Gefühl, aus eigener Kraft zurückzukommen, sind wohl die überzeugendsten Argumente für das Erlebnis auf Schönen Rappen. Eine besonders groß Auswahl an schönen Strecken bietet der Frankenwald. Das Mittelgebirge im Nordosten Frankens ist Bayerns erste „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ und bietet auf insgesamt 4.200 Kilometern markierter Wege für jeden Geschmack und Fitnessgrad die ideale Tour. Ein echtes Erlebnis ist der 242 Kilometer lange Frankenwaldsteig, der es 2017 bei der Wahl zum schönsten Wanderweg Deutschlands sogar auf das Siegerpfeppchen geschafft hat. Unentgeltlich in 13 Etappen, führt er einerseits rund um die Region und verbindet die unterschiedlichen Highlights miteinander: ursprüngliche Natur, idyllische Dörfer und kulinarische Spezialitäten. Und ganz nebenbei erfährt man auch noch, was es mit dem „Bienen Gold“ auf sich hat und wie eine der größten Festungsanlagen der Bundesrepublik zu ihrem Namen „Kronach“ kam. Egal, ob man sich für bestimmte Etappen entscheidet oder den gesamten Fernwanderweg erleben möchte, für Übernachtungsmöglichkeiten entlang der Frankenwaldsteigs stehen zahlreiche gemütliche und voll auf die Bedürfnisse milder Wanderer ausgerichtete Unterkünfte zur Verfügung.



Der Frankenwald gilt als das deutsche Wanderdrehkreuz, schließlich treffen hier gleich fünf überregional bekannte Fernwanderwege aufeinander.
Foto: epr/Naturpark Frankenwald & Maria Setale

100% der Dörfer sind 100%

Reiseblatt

REISEBLATT
NR. 104 (2018) 11
DEUTSCHE PRESSE-UND VERLAGS-ANSTALT
NR. 104 (2018) 11



MS EUROPA
Von traumhaften Inseln und Afrikas bunter Vielfalt

Frei, frech, stark und immer durstig

Ruhes Volk und wilden Flüssen. Ein Flößerei hat das Fränkische Reich seit Jahrhunderten lang versorgt, geprägt, geehrt. Und sie ist es bis heute, dass man immer noch genießen wird.

Von Jakob Stöbel & Zorra

MS EUROPA
Von traumhaften Inseln und Afrikas bunter Vielfalt

Die MS EUROPA ist ein einzigartiges Kreuzfahrtschiff, das Sie zu den schönsten Inseln und Küsten Afrikas führt. Das Schiff ist mit allen Annehmlichkeiten ausgestattet, die Sie für eine unvergessliche Reise benötigen. Von traumhaften Inseln und Afrikas bunter Vielfalt.

Genussreise durch den Frankenwald

Kronach – Im Rahmen einer durch Frankenwald Tourismus organisierten vier-tägigen Pressereise sind zur Zeit 14 Journalisten aus ganz Deutschland in der Region unterwegs, um die sechs Genussorte im Frankenwald zu erkunden. Wie Markus Franz, Geschäftsführer des Frankenwald Tourismus Service Centers in Kronach mitteilt, startete die Gruppe am Dienstag im Genussort Kronach. Die Journalisten wurden zu einer Genussführung im historischen Gewand durch die Lucas-Cranach-Stadt Kronach eingeladen. Die Gästeführer legten dabei ihr Augenmerk unter anderem auf das liebste Hobby der Kronacher, das „Schmäußen“. Der zweite Tag führte die Medienvertreter am Mittwoch in die Fränkische Rennsteigregion mit gleich zwei Genussorten: Kleintettau und Fränkische Rennsteigregion. Nach der Besichtigung des Tropenhauses Klein Eden führte das weitere Programm die Gruppe in die historische Fischbachmühle, in der Manja Hünlein (Leiterin der Tourist-Information), Oliver Plewa (Netzwerkmanger der Arnika-Stadt Teuschnitz) und Michael Bauer (Inhaber des Antikhotels Steinbacher Hof) tolle Einblicke in den Genussort Fränkische Rennsteigregion gewährten. Beim anschließenden „Dinner in the dark“ wurde im Restaurant Anno Domini in Tettau das Genuss-Menü der Rennsteigregion kredenzt. Danach stand eine Wanderung mit der Genussbotschafterin Kerstin Rentsch zu den schottischen Hochlandrindern auf dem Programm. Zurück in der heimischen Küche bereiteten alle zusammen einen schmackhaften Hochlandrinder-Braten zu und erhielten von der beliebten Genussbotschafterin einen Kloß-Kochkurs.

Auf spezielle Einladung und für eine bessere Recherche der Themen begleitet FRANKENWALD TOURISMUS regelmäßig **Journalistenreisen**. Im Jahr 2018 konnten die untenstehenden Presse-reisen und Recherche-Touren durchgeführt werden. Dem Anspruch der gestiegenen Online-Lese-affinität entsprechend wurden auch einige **Blogger** zu den **Medientouren** eingeladen. Aufgabe von FRANKENWALD TOURISMUS ist hier die Akquise, Recherche der Medien (zum Teil mit Unter-stützung von Agenturen), die komplette Ausarbeitung, Organisation und Aufbereitung des Pro-gramms und schließlich die Begleitung des gesamten Programms.

Ein Großteil der Kosten für Anreise, Übernachtung, ggf. Programmbausteine etc. wird durch FRANKENWALD TOURISMUS sichergestellt. Die gute Zusammenarbeit mit einigen Partnern in der Region reduziert insbesondere bei den Programmbausteinen die anfallenden Kosten. Daher gilt **ein großer Dank** in diesem Zusammenhang **den Kooperationspartnern**, die helfen, interes-sante Touren und Stationen mit uns gemeinsam zusammenzustellen. Ein herzliches Dankeschön auch an die eingebundenen Partner, die stets ein positives Bild des vorgestellten Angebotes sowie der gesamten Region vermittelt haben.



*** Kulinarischer Streifzug durch die 6 Genussorte
im Frankenwald ***

Einladung zur Gruppenpressereise

vom Dienstag, 16. Oktober bis zum Freitag, 19. Oktober 2018

Im Frankenwald in der „Genussregion Oberfranken“ weiß man gutes Essen und die traditionelle, bodenständige Küche zu schätzen. Gemessen an der Einwohnerzahl gibt es hier weltweit die meisten Bäckereien, Metzgereien und Brauereien. Nicht umsonst wurden einige der regionaltypischen Leckerbissen und die dazugehörigen Gemeinden als „Genussorte“ durch das Bayerische Staats-ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten ausgezeichnet. Dieses Prädikat erhielten 100 Orte im ganzen Freistaat, die sich um den Erhalt besonderer Genusswerte verdient machen, kulinarische Traditionen erhalten und die besondere Bedeutung von regionalen Genuss-Spezialitäten

Termin Presseaktion	Redakteur	Thema	Sendung/ Platzierung
07.06.2018	Mark Henrici (Redakteur)	Tourismusentwicklung im Landkreis Kronach	Neue Presse, Kronach
13.06. – 15.06.2018	Nikolaus Sieber (freier Journalist)	FrankenwaldSteig	Wanderlust
21.06.2018	Herr Köhler (Redakteur)	Qualitätsregion Wanderbares Deutschland	Frankenpost

21.06. – 23.06.2018	Oliver Huber (Blogger)	FrankenwaldSteigla zu den Kernthemen: „Stille hören“, „Weite atmen“ und „Wald verstehen“	frankenlandler.com
21.06. – 24.06.2018	Klaus Müller (Blogger)	Best of Wandern-Wanderak- tion 2018 unter Motto: „Un- terwegs zuhause“	schlenderer.de
16.06. + 17.06.2018	Nikolaus Sieber (freier Journalist) Dagmar Besand Fritz Hettler (Redakteur) Stefan Proetel (Redakteur) Sigrun Eiber (Redakteur) Siegfried Sammet (Redakteur) Carolin Brehm + Alex Krapp (Chefredakteur) Nicole Petzi (Redakteur) Lutz Bäucker (Redakteur B5) Claudia Herr (Bloggerin) Martin Prasch (Blogger) Anja Woertge (Bloggerin)	10-jähriges Jubiläum „24 h von Bayern“ in Kulm- bach im FRANKENWALD	Straubinger Tagblatt/ Landshuter Zeitung Redaktion infranken.de Bayerische Staatszeitung Mannheimer Morgen Nürnberger Zeitung Land & Berge Outdoor Magazin Radio Inn Salzach Welle BR Hörfunk Aktiv-durch-das-leben.de Powerwalkers.de Mountainista.de Indenbergen.de
20.06. + 21.06.2018	Jakob Strobel y Serra (Redakteur)	Flößerkultur im Frankenwald	Frankfurter Allgemeine Zei- tung
23.07.2018	Kerstin Getto (Food-Bloggerin)	Genussorte im Frankenwald	cookingaffair.de
21.09. – 23.09.2018	Fritz Hettler (Redakteur) Claudia Herr und Anita Becker (Bloggerinnen) Nikolaus Sieber (freier Journalist) Sonny Adam (Redakteurin) Jessy Fröde (Bloggerin)	7. Frankenwald Wandermara- thon in Helmbrechts + bleed clothing	Bayerische Staatszeitung Aktiv-durch-das-leben.de Wanderlust Frankenpost Bunter-wegs.de

26.09. – 29.09.2018	Stefan Kuhn (Outdoor-Blogger)	Fränkischer Gebirgsweg	happy-hiker.de
16.10. – 19.10.2018	Elke Backert (Redakteurin) Martina Brunotte (Bloggerin) Marion Buk-Kluger (Redakteur) Wolfgang Grüner (Blogger) Daniela Kerscher (Redakteurin) Christian Kolb (Redakteur) Fritz H. Köser (Blogger) Annette Nüssle (Redakteurin) Ingo Paszkowsky (Blogger) Gottfried Pattermann (Blogger) Petra Pettmann (Blogger) Marion Swoboda (Redakteurin) Peter von Stamm (Redakteur) Markus Wörner (Redakteur) Thilo Ziegenhagen (Blogger) Martina Zöllner (Redakteurin)	Die 6 Genussorte im Frankенwald – jüngst prämiert als bayerische Genussorte	Badische Neueste Nachrichten Genussmaenner.de Augsburg Journal fernweh.de, reisettravel.eu Klambt Media HuffPost Der Pressesprecher kulinariker.de gastrosofie.com Sindelfinger-/Böblinger Zeitung tipps-for-trips.de eat-history.de, pettmann.de Brigitte "Urlaubsflieger" von Radio B2 Hessischer Rundfunk LoftFM.de Mein TV Magazin
19.10. – 21.10.2018	Diana Peitel (Bloggerin) Sandra Wickert (Bloggerin)	Kulinarik, Bäumchen pflanzen & Laufevent Trails 4 Germany	Kurzreisenundmeer.de Tracksandthecity.de

4.6 Marketingkooperationen

Mit der **Bayern Tourismus Marketing GmbH** (byTM) haben wir einen national und international agierenden Markenpartner. Die Dachmarke "Bayern" ist im Deutschland-Tourismus die wichtigste touristische Marke und im internationalen Marketing ein Zugpferd für Deutschland und somit für unsere Region.

Nachdem die byTM die Beteiligungsmöglichkeiten bei auflagen- und reichweitenstarken Marketingmaßnahmen auf die sogenannten „**Sommer- und Winterkampagnen**“ umgestellt hat, wurden von FRANKENWALD TOURISMUS vorwiegend Aktionen im Rahmen der Sommerthemen belegt:

- **Outdoor-Magazin // Sonderheft „Mythos Bayern“**
- **Startseiten-Teaser und Newsletter-Beiträge**



Des Weiteren erfolgt der **Messeauftritt auf der ITB** federführend gebündelt über die byTM und die regionalen Tourismusverbände.

Der **Tourismusverband Franken** ist für FRANKENWALD TOURISMUS der unmittelbare Dachverband. Der Aufbau der Dachmarke "Franken" im Rahmen der Promotion für das komplette Urlaubsgebiet ist die übergeordnete Zielsetzung des TV Franken und der 16 fränkischen Urlaubsgebiete. Die besondere Bedeutung "Frankens" für den FRANKENWALD resultiert nicht zuletzt aus dem Umstand, dass "Franken" Namensbestandteil des Frankenwaldes ist und somit assoziative Verbindungen bestehen.

Die fränkischen Marketingaktivitäten setzt die Franken Tourismus Marketing GmbH (FTM) um und bietet jedes Jahr wiederkehrende Kooperationsmöglichkeiten an, wie die Beteiligung an den verschiedenen **Themenzeitungen**, die Aufnahme in das „**Franken Urlaubsmagazin**“, die Info-standaktionen "**Frankenbus**" oder den monatlichen "**Frankenreporter**" als Mediendienst des TV Franken mit Beiträgen (u. a. über den Frankenwald). Ergänzt werden diese Aktionen durch Spezialbausteine, bei denen der Frankenwald besonders vom Engagement des Tourismusverbandes Franken profitiert.

Innerhalb der **fränkischen Tourismusgebiete** bestehen ebenfalls Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Insbesondere mit den benachbarten Regionen **Fichtelgebirge** und **Fränkische Schweiz** stehen regelmäßig Treffen an. Es wird ein gemeinsamer **Infopavillon an der Frankenfarm** in Himmelkron unterhalten oder die **Internationale Grüne Woche in Berlin** bestückt. Darüber hinaus werden regionsübergreifende Angebote (Etappenwanderungen auf Frankenweg und/oder Fränkischem Gebirgsweg) gemeinsam vermarktet und gebucht.

Bei verschiedensten Gelegenheiten werden **Kooperationen auf Frankenwaldebene** durchgeführt. So sind gemeinsame Projekte mit dem **Frankenwaldverein e. V.** und dem **Naturpark Frankenwald e. V.** ebenso selbstverständlich wie die Einbindung von regionalen Zusammenschlüssen - bspw. der **Fränkischen Rennsteigregion / „Handwerk & Kultur erleben“**, des **Oberen Rodachtals** oder auch der Koop Süd, **Kronacher Land**. Dies gilt ebenso für **Stadt und Landkreis Kulmbach**, für das Staatsbad und die Therme **Bad Steben**, die **Ferienregion Selbitz-tal-Döbraberg** und andere Partner. Hier geht es oft um eine gemeinsame Weiterentwicklung, die Absprache von Aktionen und die Einbindung in Pressereisen sowie die Nutzung gemeinsamer Ressourcen.

Spezielle Kooperationsprojekte unter dem Dach von FRANKENWALD TOURISMUS:

Seit mehreren Jahren besteht bei der Erstellung des **Gastgeberverzeichnisses** eine Kooperation zwischen FRANKENWALD TOURISMUS und dem **Oberen Rodachtal** und auch dem **Kronacher Land**. Auch für die umzusetzende Neuauflage des **Urlaubskatalogs 2018/2019** haben sich die beiden Partner erneut entschieden, das eigene Gastgeberverzeichnis als Teilauszug aus dem

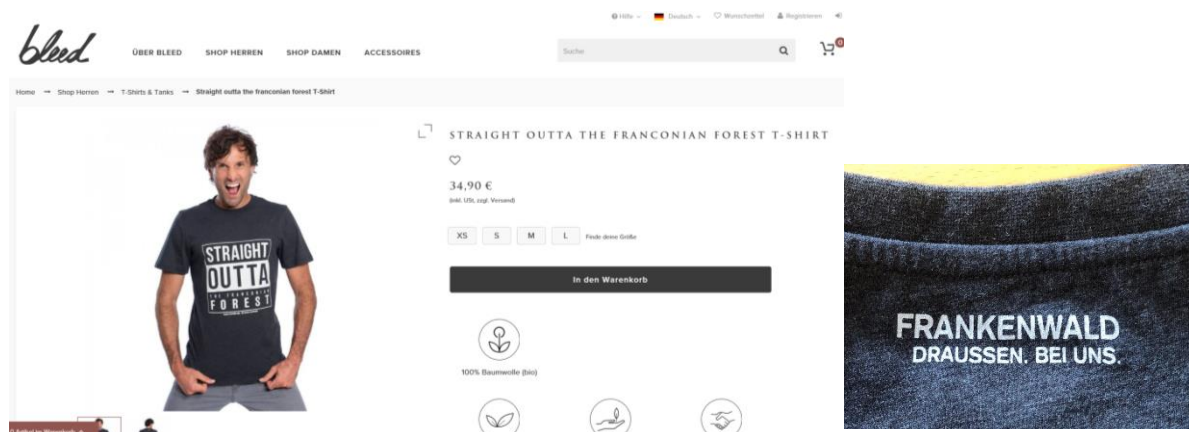
„Urlaub im FRANKENWALD“-Katalog umzusetzen. Mit diesen separat gestalteten Sonderdrucken konnten so, ohne großen Mehraufwand, eigene Gastgeberverzeichnisse für die Kooperationsgemeinschaften produziert werden.



Der bereits beim Themenbereich Wandern angesprochene **Frankenwald Wandermarathon** ist als ein starkes, auch innerregionales Kooperationsprojekt anzusehen. Durch das Auftreten von FRANKENWALD TOURISMUS als Veranstalter wird dem ausrichtenden Partner – **2018 zum zweiten Mal die Stadt Helmbrechts** – ein etabliertes Veranstaltungskonzept zur Verfügung gestellt und die organisatorische Abwicklung der Bewerbung, Ausschreibung, Anmeldung, Buchung, Abwicklung, Pressebetreuung, Nachbereitung etc. übernommen. Die hervorragende tatkräftige Unterstützung der Orte, Vereine und Helfer erfüllte das Event mit Leben und konnte über 600 Wanderer aus Deutschland, Schweden, der Schweiz und Belgien für die Region begeistern. Die Teilnehmerbefragung ergab auch 2018, dass über 90 % der Wanderer aufgrund der Erlebnisse beim Frankenwald Wandermarathon die Region weiterempfehlen würden.

Mit der erfolgreichen Bewerbung des Frankenwaldes als Veranstaltungsregion der **24 Stunden von Bayern** für das Jahr **2018** konnte erneut ein Großevent in die Region geholt werden und – ähnlich wie beim Wandermarathon – die Zusammenarbeit mit den lokalen Partnern – in diesem Fall mit der Stadt Kulmbach - gestärkt werden. Ebenso setzte man in Kulmbach die **Trails4Germany-Veranstaltung** fort, bei der wir erneut beweisen konnten, ein guter Eventgastgeber - auch für jüngeres Publikum - zu sein.

NEU ist das **Cross-Marketing** mit **bleed clothing** aus Helmbrechts. Die junge Mode- und Textilfirma hat anlässlich des FRANKENWALD Wandermarathons ein eigenes „Frankenwald-Shirt“ kreiert und den Regions-Slogan „Draußen. Bei uns.“ modern interpretiert. Das Shirt ist seit dem fester Bestandteil des Warensortiments und somit werden künftig auch einige Kunden von bleed clothing ab und zu Werbeträger für den FRANKENWALD sein.

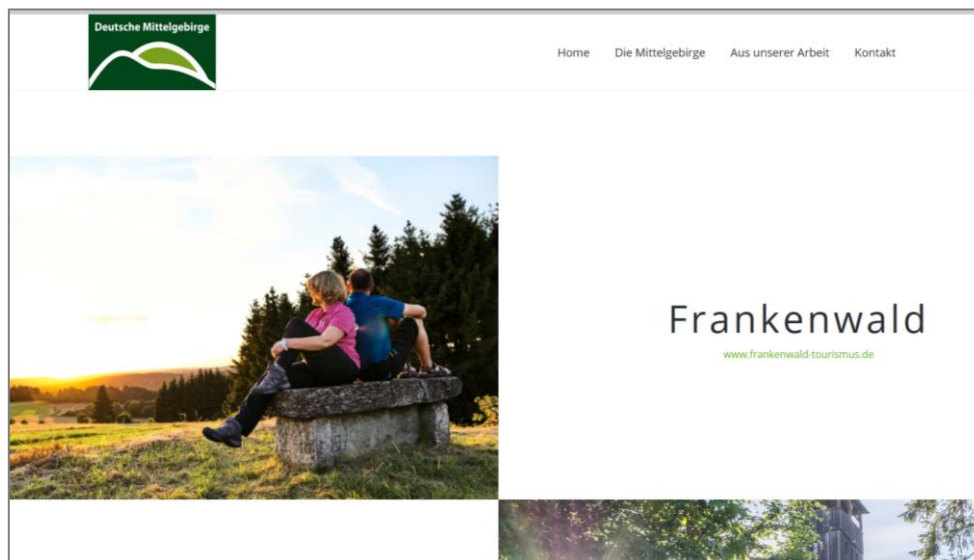


5. Verbands- und Gremienarbeit

FRANKENWALD TOURISMUS ist in verschiedensten weiteren Verbänden und Gremien durch den Geschäftsführer vertreten und vernetzt. Die Teilnahme an den jeweiligen Sitzungen, Tagungen und Besprechungen ist ein regelmäßiger Bestandteil der Arbeit des Geschäftsführers.

* Bundesfachverband Deutsche Mittelgebirge e. V.

Seit 2010 ist der Frankenwald Mitglied im Bundesfachverband **Deutsche Mittelgebirge e. V.**, einem Zusammenschluss der deutschen Mittelgebirgslandschaften mit dem Ziel, eine touristische Allianz gegen die Alpen und die See zu gründen. Zwischen den Mitgliedern herrscht ein reger Informations- und Meinungs austausch. Des Weiteren profitieren natürlich gerade kleine Regionen wie der Frankenwald von den großen Partnern wie dem Schwarzwald oder Westerwald. Im Frühjahr findet alljährlich die **Mitgliederversammlung** im Rahmen der ITB Berlin statt und im September hat man sich im Rahmen einer **Klausurtagung** im Fichtelgebirge getroffen und wertvolle Erfahrungen ausgetauscht. Bewährt haben sich auch die auf gemeinsame Kernthemen abgestimmten **Klosterklausuren**, die einmal im Jahr ein sehr konzentriertes Erarbeiten von Fragestellungen ermöglichen.



* Tourismusverband Franken e. V.

Als Mitglied im **Marketingausschuss des Tourismusverbandes Franken** nimmt der Geschäftsführer von FTsc an den regelmäßig stattfindenden Sitzungen teil, um die Interessen des Frankenwaldes in den fränkischen Kontext einzubinden. So werden jedes Jahr Schwerpunktthemen für die Kommunikationsmaßnahmen beschlossen. Ebenso treffen sich die Mitglieder der **Marketingkooperationen Frankenweg, Fränkischer Gebirgsweg** und **Mainradweg** einmal im Jahr, um über die spezifischen Maßnahmen für diese Angebotslinien zu beraten.

* Bier- und Burgenstraße e. V.

Die **Bier- und Burgenstraße** läuft mit der B 85 als zentrale Linie mitten durch den Frankenwald und hat ihr Zentrum in der Region. Umso mehr gehört die Mitgliedschaft und das touristische Engagement in dieser Institution zu den Aufgaben von FRANKENWALD TOURISMUS. Zum einen bekleidet der Geschäftsführer von FRANKENWALD TOURISMUS seit Jahren das Amt des Kassiers. Seit 2013 ist der Sitz der Geschäftsstelle der Bier- und Burgenstraße in den Räumen von FRANKENWALD TOURISMUS angesiedelt. Die Buchhaltung wird ebenso über uns abgewickelt. Die **Vorstandsschaft trifft sich 5 – 6 x im Jahr**, eine **Jahreshauptversammlung** findet einmal im Jahr statt.



* Frankenwaldverein e. V.

Auf regionaler Ebene wirkt der Geschäftsführer von FRANKENWALD TOURISMUS in der erweiterten Vorstandschaft des **Frankenwaldvereins e. V.** als **Mitglied des Hauptausschusses** bei den **Sitzungen** und Entscheidungen mit. Der Frankenwaldtag mit **Delegiertenversammlung** ist ebenso wie die **Vollversammlung** ein wichtiger Termin.



* Naturpark Frankenwald e. V. / Geopark Schieferland e. V.



Im Verein **Naturpark Frankenwald e. V.** sitzt der Geschäftsführer von FRANKENWALD TOURISMUS im **Gremium der Vorstandschaft**, um zentrale Projekte zu initiieren und mitzugestalten.

Gleiches gilt für den Geopark Schieferland e. V.

* Leader Aktionsgemeinschaft Landkreis Kronach e. V.



Im Landkreis Kronach ist FRANKENWALD TOURISMUS im Vorstand der **Leader Aktionsgemeinschaft** vertreten, um über die anstehenden Förderanträge mit zu entscheiden. Hierzu finden mehrmals im Jahr Vorstandssitzungen statt. Eine vergleichbare Funktion haben wir auch bei dem Entscheidungsgremium im Förderprogramm **Landaufschwung**.

* Genusregion Oberfranken e. V.

FRANKENWALD TOURISMUS ist Partnermitglied, hat einen Sitz im **Kuratorium** bei der **Genusregion Oberfranken** und entscheidet somit über zentrale Themen der Weiterentwicklung dieses gesamtoberränkischen Projektes. Mehrere **Kuratoriumssitzungen** sowie die zentrale **Mitgliederversammlung** werden besucht.



* Königswinterer Kreis

Verschiedene Wander- und Tourismusexperten aus ganz Deutschland – der sogenannte „**Königswinterer Kreis**“ - treffen sich regelmäßig zu Abstimmungs- und Konzepttreffen im Rahmen von Messen und Veranstaltungen, imitieren dabei Fachgespräche und Podiumsdiskussionen. Auch in dieses Gremium wurde der Geschäftsführer von FRANKENWALD TOURISMUS berufen und zur fachlichen Mitarbeit an bundesweit relevanten Fragestellungen aufgerufen.

* Best of Wandern



Die Marketingkooperation **Best of Wandern** tagt ebenfalls mindestens zweimal im Jahr. Ein Termin ist dabei stets von einer Partnerregion mit Exkursionen, Besichtigungen und Aktionen auszurichten. Der zweite Termin findet in der Regel bei den Kooperationspartnern aus der Sportartikelindustrie statt, um hier die Kooperationen zu vertiefen.

* Metropolregion Nürnberg

Bei der **Metropolregion Nürnberg** ist FRANKENWALD TOURISMUS Mitglied im „**Forum Tourismus**“ (neu: „Freizeit & Heimat“). Hier trifft man sich in der Regel zweimal im Jahr zum Austausch oder aus gegebenem Anlass zu speziellen Fragestellungen.

* Tourismusausschuss IHK Oberfranken Bayreuth

Die Geschäftsführer der oberfränkischen Tourismusgebiete sind u. a. auch im **Tourismusausschuss der IHK Oberfranken** vertreten. Zwei Ausschusssitzungen im Jahr und in der Regel eine Studienfahrt stehen neben weiteren Abstimmungstreffen auf dem Jahresprogramm. Interessante Fachvorträge und wichtige Best-Practice-Beispiele sind in den Sitzungen auf der Tagesordnung und behandeln die aktuellen Herausforderungen für die Tourismuswirtschaft.



*** Deutscher Wanderverband**

Um die Aktionen und Maßnahmen der bisher vier deutschen **Qualitätswanderregionen** abzustimmen und voranzutreiben, lädt der **Deutsche Wanderverband** zweimal im Jahr zu **Abstimmungstreffen** nach Kassel bzw. im Rahmen der Tour Natur in Düsseldorf ein.



*** Regionalverbund Thüringer Wald**

Unter anderem durch das Projekt „Erlebnis Grünes Band“, aber auch den Rennsteig und andere Projekte besteht ein enger Kontakt zu den Kollegen/-innen vom **Regionalverbund Thüringer Wald**. Beim Projekt „Skiwanderweg Rennsteig“ arbeitet die Kollegin von der TI der Rennsteigregion im Frankenwald direkt mit den Thüringern zusammen. FRANKENWALD TOURISMUS wird immer wieder zu Tagungen und Besprechungen nach Thüringen eingeladen und wirkt im **Markenbeirat Aktivregion Rennsteig** mit.



6. Zertifizierungen, Klassifizierungen, Auszeichnungen

Service Qualität Deutschland (Service Q)

FRANKENWALD TOURISMUS Service Center beteiligt sich am jährlich stattfindenden Qualifizierungsverfahren Service Q Deutschland. Bayerischer Partner dieses Siegels ist der **Bayerische Hotel- und Gaststättenverband**. Mit der Teilnahme an diesem Prozess wird die Service-Orientierung und stete Qualitätsverbesserung des Unternehmens alljährlich auf den Prüfstand gestellt und eine Weiterentwicklung in dieser Richtung vorangetrieben. So sind zum Beispiel jedes Jahr mindestens acht qualitätssteigernde Maßnahmen durchzuführen und zu dokumentieren. Die Maßnahmen werden von einer Prüfstelle in Augenschein genommen und bewertet. Als äußeres Zeichen der erfolgreichen Teilnahme hat FRANKENWALD TOURISMUS die Auszeichnung als serviceorientierter Betrieb erhalten und darf das **Service Q-Logo** in seinen Publikationen und in der Werbung verwenden.



Klassifizierung der Privatzimmer und Ferienwohnungen nach den Richtlinien des DTV

FRANKENWALD TOURISMUS Service Center ist vom **Deutschen Tourismusverband** beauftragt, die kontinuierlich stattfindenden Klassifizierungsverfahren für Privatquartiere und Ferienwohnungen in der Region Frankenwald zu organisieren und durchzuführen. Die Teilnahme an diesem Verfahren ist für die Betriebe freiwillig, wird jedoch von FRANKENWALD TOURISMUS sehr begrüßt. Die Zertifizierungen werden in einem bundesweit einheitlichen Prüfungsverfahren nach den Richtlinien des DTV durchgeführt. Alle Teilnehmer erhalten eine Urkunde über das Klassifizierungsergebnis und dürfen dann mit den erreichten „Sternen“ werben. Die Klassifizierungen haben grundsätzlich eine Gültigkeit von 3 Jahren und müssen dann - sofern gewünscht - erneut durchgeführt werden. Im Jahr 2018 standen zahlreiche DTV-Klassifizierungen bei Vermietern im Frankenwald an.



Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland

Eine weitere Zertifizierungsaufgabe hat das FRANKENWALD TOURISMUS Service Center vom **Deutschen Wanderverband** bekommen – die Überprüfung der vom Wanderverband aufgestellten Kriterien eines „Qualitätsgastgebers Wanderbares Deutschland“. Insbesondere in Hinblick auf die Qualifizierung des Frankenwaldes als Qualitätswanderregion wurde in den letzten Jahren eine Offensive für solche Gastbetriebe gestartet, so dass im Jahr 2018 **36 Betriebe** das begehrte Qualitätssiegel für Wandergastgeber tragen durften.



Rezertifizierung als Qualitätsregion Wanderbares Deutschland

Nach der Auszeichnung im Jahr 2015 stand 2018 die Rezertifizierung als Qualitätsregion an. Es galt die erarbeiteten Kriterien erneut zu prüfen, einen entsprechenden Belegbericht zu erstellen und der Vor-Ort-Überprüfung durch die Fachjury des Deutschen Wanderverbandes stand zu halten. Dank der erneut engagierten Zusammenarbeit von Naturpark, Frankenwaldverein und FRANKENWALD TOURISMUS konnte die Zertifizierung für drei weitere Jahre gesichert werden. Der Frankenwald bleibt somit im erlesenen Kreis der vier Qualitätsregionen in Deutschland, denn bisher hat es keine weitere Region geschafft, flächendeckend diese anspruchsvollen Kriterien zu erfüllen.

DIE Partner fürs Wandern im

FRANKENWALD



Der Frankenwald bleibt somit im erlesenen Kreis der vier Qualitätsregionen in Deutschland, denn bisher hat es keine weitere Region geschafft, flächendeckend diese anspruchsvollen Kriterien zu erfüllen.

TOP Wanderlust REGION 2018

Das Outdoormagazin „Wanderlust“ kürt jedes Jahr eine Region zu ihrer TOP Region und empfiehlt diese Ihren Lesern. Unter anderem durch die erneute Zertifizierung als Qualitätsregion, das Wanderevent 24 Stunden von Bayern und den Frankenwald Wandermarathon hat der FRANKENWALD im Jahr 2018 mehrmals bundesweit auf sich aufmerksam gemacht und somit die Scouts der Wanderlust auf die Fährte gebracht. Eine schöne Bestätigung der engagierten Arbeit im Bereich Wandern für den FRANKENWALD.



7. Ausblick

Die einleitend dargestellten Tourismuszahlen zeigen, dass der Trend im Tourismus im FRANKENWALD durchaus positiv ist. Die Langzeitbetrachtung der Gästeankünfte zeigt nach oben, was bestätigt, dass mehr Übernachtungsgäste in die Region kommen. Der Trend zu immer kürzer werdenden Aufenthalten kann nur eingeschränkt beeinflusst werden, da sich das Reiseverhalten eher zu mehreren und kürzeren Erholungstripps entwickelt. Die zwar nur subjektiv messbaren Zahlen der Tagesbesucher zeigt nach oben, allein schon dadurch, dass sich einige weitere Freizeitangebote entwickelt haben, die immer mehr Nah-Erholer und auch Besucher aus der Region anlocken.

Eine zentrale Aufgabe für die kommenden Jahre wird es sein, die Akteure im Tourismus immer mehr zu vernetzen und noch konzentrierter am Markt als Urlaubs- und Freizeitregion aufzutreten. Dies fängt an mit der regionsweiten Umsetzung des FRANKENWALD Corporate Design, damit in der Darstellung nach Außen ein klarer Wiedererkennungseffekt und eine Identifikation mit der „Marke“ FRANKENWALD entsteht. Orte, Regionen und Partner sollen das neue Erscheinungsbild adaptieren, um somit ihren Teil zur Steigerung der Bekanntheit des FRANKENWALDES beizutragen. **Ein weiterer wesentlicher Faktor** ist die Präsenz des FRANKENWALDES in der Welt von Google und den sozialen Netzwerken, denn dort wird heute schon überwiegend gesucht, gefunden, gebucht und bewertet. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren noch weiter verstärken. Wer hier nicht gut gerankt ist, wird in Zukunft nicht mehr gefunden werden. **Von großer Bedeutung** wird weiterhin die gezielte Kommunikation der Angebote sein, denn ein Angebot, von dem der Gast nichts weiß, wird nicht genutzt werden. Daher gilt es, in Zukunft einen gemeinsam abgestimmten Marketing-Mix zu schaffen, der in Produkt- und Angebotspolitik, bei der Kommunikation und dem Vertrieb „aus einem Guss“ kommt, um die vorhandenen Ressourcen effektiv zu bündeln.

8. Danksagung

Unser Dank für die gute Zusammenarbeit im abgelaufenen Jahr gilt den verschiedenen Bayerischen Staatsministerien, der Regierung von Oberfranken, der Bayern Tourismus Marketing GmbH, dem Tourismusverband Franken, den Landkreisen Hof, Kronach und Kulmbach mit ihren Kreisentwicklungen, den Kreistagen, den Städten, Gemeinden, Fremdenverkehrsvereinen, Hotels, Gastronomen und ihren jeweiligen Kreisstellen des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes, dem Verein Naturpark Frankenwald, dem Frankenwaldverein, dem Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, den Bayerischen Staatsforsten sowie allen anderen Einrichtungen und Personen, die FRANKENWALD TOURISMUS bei den Bemühungen um den Tourismus im Frankenwald unterstützt haben.

Wir freuen uns auf eine weiterhin engagierte und kooperative Zusammenarbeit.

Kronach, den 25. Juli 2019



Klaus Löffler, Landrat
1. Vorsitzender



Markus Franz
Geschäftsführer



FRANKENWALD
DRAUSSEN. BEI UNS.

FRANKENWALD

DRAUSSEN. BEI UNS.



F R A N K E N
W A L D

FRANKENWALD TOURISMUS Service Center

Adolf-Kolping-Straße 1
96317 Kronach
Tel. 09261 601517
Fax 09261 601515
mail@frankenwald-tourismus.de
www.frankenwald-tourismus.de