

franken 1925
tourismus



FrankenTourismus auf Erfolgskurs
14. Juli 2014, Weissenstadt

www.frankentourismus.de

franken 1925
tourismus



FrankenTourismus auf Erfolgskurs
14. Juli 2014
Weissenstadt

Leitlinien & Ziele
Verbandsarbeit & Aufgabenprofil
Tourismusentwicklung in Franken
Wirtschaftsfaktor Tourismus
FrankenTourismus 2020

www.frankentourismus.de

Vielfältiges Reiseland **franken** 1925
tourismus



franken 1925
tourismus

www.frankentourismus.de

franken 1925
tourismus



Faszinierende Reiselandschaften

www.frankentourismus.de

franken 1925
tourismus



Vielfältigste Outdoor-Aktivitäten

www.frankentourismus.de

franken 1925
tourismus



Kulturreichtum ohne Ende

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Kulinarische Genussvielfalt

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Wohlfühl- und Gesundheitsoasen

www.frankentourismus.de

Landschaftsbezogene Werbung

franken tourismus

- **689 Mitglieder**
 - > seit 1987: + 30,5 %
 - > 526 Orte, 29 Landkreise
 - > 134 sonstige Mitglieder
 - > tangiert alle Regierungsbezirke
- **15 Tourismusgebiete** unabhängig von Verwaltungs-, Bezirks- oder Ländergrenzen
 - > z.B. „Main-Radweg“
- **ca. 28 Mio. Übernachtungen** (alle Bereiche)
- **jeder 5. Gast aus dem Ausland**
- **9,1 Milliarden Euro Umsatz; Beschäftigungseffekt: ca. 182.000 Arbeitsplätze** (mit Verwandten-/Bekanntebesucher)
- **Geschäftsstelle**
 - > 6 Mitarbeiter
 - > FTM GmbH (2 Mitarbeiter)

www.frankentourismus.de

franken tourismus

FrankenTourismus auf Erfolgskurs

14. Juli 2014

Weissenstadt

Leitlinien & Ziele

Verbandsarbeit & Aufgabenprofil

Tourismusentwicklung in Franken

Wirtschaftsfaktor Tourismus

FrankenTourismus 2020

www.frankentourismus.de

Leitlinien und Ziele

franken tourismus

- I. Der **Tourismus in Franken** ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor mit nicht exportierbaren Arbeitsplätzen
- II. Der **Tourismus in Franken** ist ein wichtiger Faktor bei der Ansiedlung von Unternehmen und der Generierung von Arbeitskräften
- III. Der **Tourismus in Franken** ist ein starker Image- und Bekanntheits-träger für die Region
- IV. Der **Tourismus in Franken** sichert die Wohn- und Lebensqualität, insbesondere in strukturschwachen Gebieten durch die Schaffung von Arbeitsplätzen

www.frankentourismus.de

Leitlinien und Ziele

franken tourismus

- V. Der **Tourismus in Franken** unterstützt den Erhalt der ländlichen Räume
- VI. Der **Tourismus in Franken** trägt zum Erhalt der Kultur- und Naturlandschaften bei
- VII. Der **Tourismus in Franken** leistet einen Beitrag für Freizeit-, Sport- und Kulturangebote
- VIII. Der **Tourismus in Franken** fördert regionale Identitäten (Brauchtum, Landschafts-, Stadt- und Ortsbilder)

www.frankentourismus.de

Leitlinien und Ziele franken tourismus

Steigerung der Wertschöpfung aus dem
Übernachtungs- und Tagestourismus

franken tourismus

www.frankentourismus.de

franken tourismus

FrankenTourismus auf Erfolgskurs

14. Juli 2014
Weissenstadt

Leitlinien & Ziele
Verbandsarbeit & Aufgabenprofil
Tourismusentwicklung in Franken
Wirtschaftsfaktor Tourismus
FrankenTourismus 2020

www.frankentourismus.de

Verbandsarbeit und Aufgabenprofil franken tourismus

- I. Kommunikation
- II. Qualitätsoffensiven
- III. Marktforschung
- IV. Mitgliederservice
- V. Interessensvertretung
- VI. Kooperation

www.frankentourismus.de

Kommunikation franken tourismus

- I. Destinationsmarketing
- II. Produktlinien
- III. Jahresthemen
- IV. Auslandsmarketing
- V. Marketing-Mix

www.frankentourismus.de

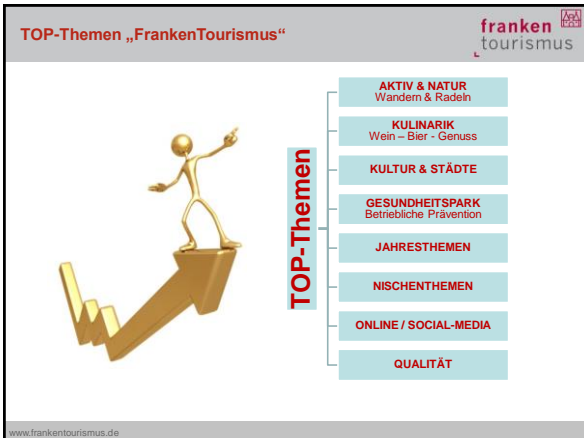
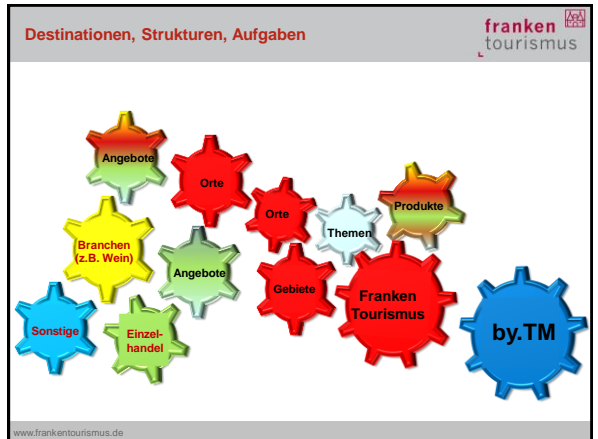
Erfolgreiche Strategie franken tourismus

- > Landschaftsbezogene Tourismusarbeit unabhängig von Verwaltungsgrenzen
- > Kernkompetenzen, Themen, Schwerpunkte
- > Qualität und Nachhaltigkeit

www.frankentourismus.de

Franken auf einen Blick franken tourismus

www.frankentourismus.de

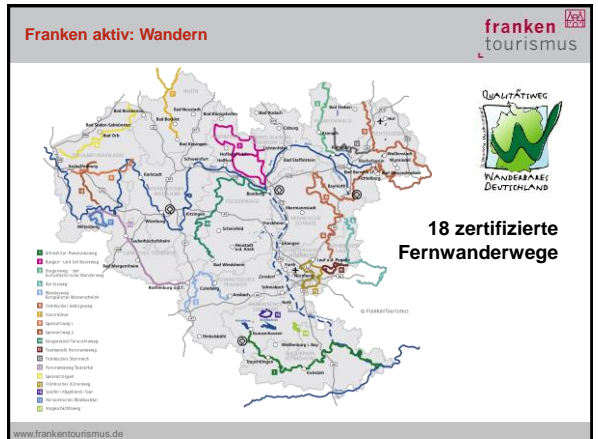


TOP-Thema: Franken aktiv - Wandern

Qualitätsoffensive seit 2003

- Zentrale Marketingmaßnahmen durch FrankenTourismus
- Umsetzung von Modellprojekten mit Projektleitung „FrankenTourismus“
 - > Frankenweg – vom Rennsteig zur Schwäbischen Alb
 - > Fränkischer Gebirgsweg
 - > KeltenErlebnisweg (Kooperation mit Thüringen)
- aktuell: 18 zertifizierte Fernwanderwege
- Initialwirkung für Engagement auf gebietlicher und örtlicher Ebene (Beschilderung, Angebote, Qualität, etc.)
- Etablierung als „Wanderdestination“ (Berücksichtigung in Programmen der Reiseindustrie, etc.)

www.frankentourismus.de



Franken aktiv: Wandern franken tourismus

www.frankentourismus.de

Franken aktiv: Beispiel „KeltenErlebnispfad“ franken tourismus

www.frankentourismus.de

Franken aktiv: Radfahren franken tourismus

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Franken aktiv - Radeln franken tourismus

Qualitätsoffensive seit 2002

- Zentrale Marketingmaßnahmen durch FrankenTourismus
- Umsetzung von Modellprojekten mit Projektleitung „FrankenTourismus“
 - > MainRadweg (5 ADFC-Sterne, länderübergreifend)
 - > RegnitzRadweg (4 ADFC-Sterne)
 - > Tauber-Altstuhl-Radweg
- aktuell: 7 zertifizierte Fernradwege
- Initialwirkung für Engagement auf gebietlicher und örtlicher Ebene (Beschilderung, Angebote, Qualität, etc.)
- Etablierung als „Raddestination“
 - > Berücksichtigung in Programmen der Reiseindustrie, etc.
 - > TOP-Platzierungen bei den jährlichen Radreiseanalysen

www.frankentourismus.de

Franken aktiv: Radfahren franken tourismus

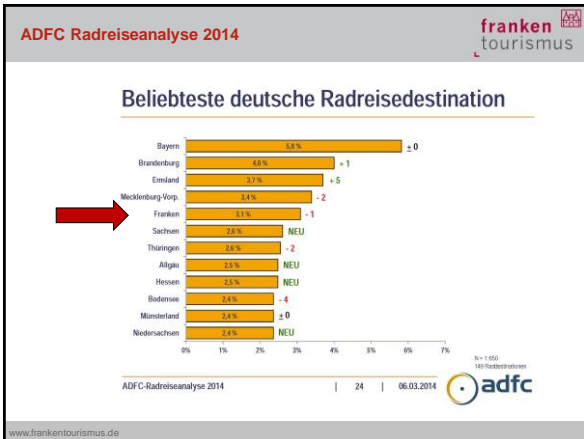
7 zertifizierte Fernradwege

- 1 MainRadweg ****
- 2 Vom Main zur Elbe ***
- 3 RegnitzRadweg ***
- 4 Liebliches Taubertal - Der Klassiker ****
- 5 Altmühlradweg ****
- 6 Rhönradweg ****
- 7 Radfernweg Da Romantische Straße ****

www.frankentourismus.de

Franken aktiv: Radfahren franken tourismus

www.frankentourismus.de

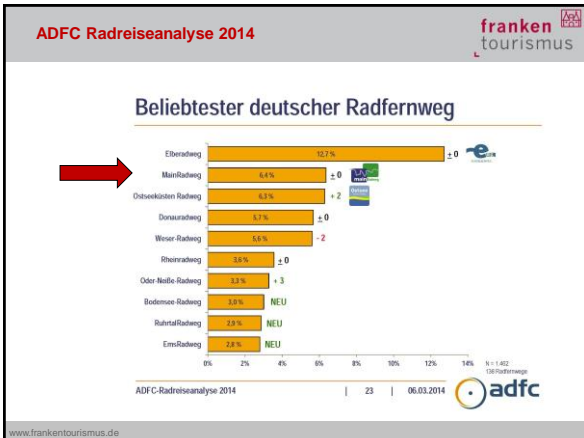


MainRadweg franken tourismus

ZERTIFIKAT
Die Radroute "MainRadweg" wird für die Jahre 2011 - 2014 vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e.V. als 5-Sterne-Flussweg zertifiziert.

Der MainRadweg
Genusslich mit dem Rad ins Herze von Nürnberg

www.mainradweg.de



- TOP-Thema: Franken kulinarisch erleben** franken tourismus
- Qualitätsoffensive seit 2003**
- Zielsetzung
Einbindung von regionalen Produkten in die Tourismusarbeit
 - Kulinarik als zentrales Thema mit Schwerpunkten
> Wein
> Bier
> Spezialitäten
 - Zentrales Marketing durch FrankenTourismus
 - Qualitätsstrategie
 - Einbindung von Kooperationspartnern zur Nutzung von Kompetenzen und Synergien
> Private Brauereien in Bayern e.V.
> Fränkischer Weinbauverband, LWG
 - Einbindung von Anbietern in die Projekte
 - Erfolgreiche Etablierung als Genussdestination
- www.frankentourismus.de

Franken kulinarisch erleben franken tourismus

Franken Genussland

Franken ist Heimat der Biere.

Franken ist Land der Genossen.

WIKONIA WEIN, SCHÖNER LAND

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Franken – Heimat der Biere. 

Qualitätsoffensive seit 2006

- Zielsetzung
Einbindung des Themas „Bier“ in die Tourismusarbeit
- Qualitätsstrategie
> Kriterien
- Einbindung von Kooperationspartnern zur Nutzung von Kompetenzen und Synergien
> Private Brauereien in Bayern e.V.
- Einbindung von Anbietern in die Projekte
> Brauereigasthöfe
> relevante Themen (Wanderwege, Museen, etc.)
- Zentrales Marketing durch FrankenTourismus
- Erfolgreiche Etablierung als Genussdestination



www.frankentourismus.de

Franken – Heimat der Biere. 



www.frankentourismus.de

Städte- und Kulturtourismus 



www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Städte- und Kulturtourismus 

- Zielsetzung
Etablierung als Kulturdestination
- Strategie
> Die Fränkischen Städte
> Kulturthemen
 - >> Die Hohenzollern
 - >> Industriekultur
 - >> Römer in Franken
 - >> Musikzauber Franken
 - >> Parks & Gärten
 - >> etc.
- > Jahresthemen (z.B. UNESCO)
- > Touristisches Rahmenprogramm zu Ausstellungen
- Auslandsmarketing
- Kooperationspartner
> Haus der Bayerischen Geschichte
> Bayerische Schlösserverwaltung
- Überproportionale Steigerungsraten im Städtetourismus



www.frankentourismus.de

4 Objekte auf der UNESCO-Liste 




Bamberger Altstadt-Ensemble


Limes

Würzburger Residenz


Markgräfliches Opernhaus Bayreuth

www.frankentourismus.de

Städte- und Kulturtourismus 



- **KultTourPfad Franken**
 - > Musikzauber Franken
 - > Reichsstädte in Franken
 - > Industriekultur
 - > Die Römer in Franken
 - > Der bayerische Limes
 - > Die Hohenzollern
 - > Parks & Gärten
- **Städtetourismus**



DIE FRÄNKISCHEN STÄDTE

www.frankentourismus.de

Kultur / Veranstaltungen / Highlights franken tourismus

www.frankentourismus.de

Die Fränkischen Städte franken tourismus

Kommunikationsinstrumente

www.frankentourismus.de

Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“ franken tourismus

www.frankentourismus.de

Gesundheitspark Franken: 17 Heilbäder und Kurorte franken tourismus

www.frankentourismus.de

Gesundheitspark Franken franken tourismus

GESUNDHEITS PARK FRANKEN

- > 14 Heilbäder
- > 1 Heilklimatischer Kurort
- > 4 Heilquellen-Kurbetriebe
- > 15 Luftkurorte
- > 87 Erholungsorte

Arbeitskreis „Fränkische Heilbäder und Kurorte“ (17 Mitglieder)

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: „Betriebliche Prävention“ franken tourismus

Qualitätsoffensive seit 2009

- > Zielsetzung
 - Erschließung neuer Zielgruppen für Kurorte und Heilbäder
- > Motivation von Unternehmen zur Investition in die Gesundheit der Belegschaft bzw. Nutzung der Kompetenz der Kurorte und Heilbäder für entsprechende Maßnahmen
- > Umsetzung von Modellprojekten mit 10 Projektpartnern
- > Schulungsmaßnahmen, Sensibilisierung für die Thematik
- > Erarbeitung eines Konzeptes (Angebote, etc.)
- > Direktmarketing
 - > Akquisition
 - > Infoveranstaltungen für Unternehmen
 - > Beratungen bei Unternehmen
 - > Networking

www.frankentourismus.de

Gesundheitspark Franken franken tourismus

Kommunikationsinstrumente

www.frankentourismus.de

Jahresthemen / Schwerpunkte franken tourismus

www.frankentourismus.de

Jahresthemen 2014 franken tourismus

- > 400 Jahre Schloss Johannisburg, Aschaffenburg
- > 1000 Jahre Kaiserkrönung Heinrich II, Bamberg
- > 40 Jahre Rothenburger Reichsstadtfesttage
- > Ausstellung „Porzellan für die Welt“ (Arbeitstitel)
- > Christoph Willibald Gluck (300. Geburtstag)
- > Barockjubiläum in Eichstätt
- > DZT-Themenjahr UNESCO

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Nischen franken tourismus

- > Alleinstellung
- > Definierte Themen (Auswahl: Angebotsanalyse)
 - > Motorradtouren in Franken
 - > Kanufahren
- > Strategie
 - > Kooperationen
 - > Qualität
- > Zentrales Marketing durch FrankenTourismus

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Nische „Motorradtouren“ franken tourismus

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Nische „Wasserwandern“ franken tourismus

www.frankentourismus.de

Auslandsmarketing

franken tourismus

Franken (1)	Übernachtungen (2) (3)	Veränderung
Inland	17.691.340	-1,9 %
Ausland	2.960.691	0,4 %
	20.652.031	-1,5 %

Demografischer Wandel - Herausforderung für den Tourismus

(1) mit Gebiet „Liebliches Taubertal“ (ohne Mitglieder in Hessen (Bad Orb, Bad Soden-Salmünster, etc.)
 (2) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter

www.frankentourismus.de

Online / SocialMedia

franken tourismus

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Online / SocialMedia

franken tourismus

- Ziele
 - > Nutzung relevanter Kommunikationsschienen (Stichwort: Zielgruppen)
 - > Kundenbindung
 - > Best Practice
- Instrumente
 - > Websites
 - > Apps
 - > eMagazin
 - > SocialMedia (Facebook, flickR, YouTube, etc.)
- Online-Kampagnen

www.frankentourismus.de

TOP-Thema: Online / SocialMedia

franken tourismus

www.frankentourismus.de

FrankenTourismus / Facebook

franken tourismus

29.054 Fans
 19.601 Fans
 9.094 Fans
 13.663 Fans
 12.068 Fans

WEIN.SCHÖNER.LAND
 Kelten
 Stand: 8. Juli 2014

www.frankentourismus.de


Messesaison „2014“

franken tourismus


14.01. – 19.01.2014 „Vakantiebeurs“, Utrecht
 11.01. – 19.01.2014 „CMT“, Stuttgart
 19.02. – 23.02.2014 „Reisen / Camping“, Essen
 19.02. – 23.02.2014 „f.re.e.“, München
 05.03. – 09.03.2014 „ITB“, Berlin
 14.03. – 15.03.2014 „iN VIVA“, Nürnberg
 04.04. – 06.04.2014 „Die 66“, München
 05.09. – 07.09.2014 „TourNatur“, Düsseldorf

* Alle Angaben ohne Gewähr

www.frankentourismus.de

Franken on Tour 

- 05.05. – 09.05.2014 Hessen / Rheinland-Pfalz (Frankfurt/M., Mainz, Wiesbaden, Darmstadt)
- 07.07. – 10.07.2014 Nordrhein-Westfalen
- 25.08. – 29.08.2014 Baden-Württemberg



www.frankentourismus.de

Franken aktiv: Radfahren 




www.frankentourismus.de

Prospekt-Palette / „Facelifting“ 




www.frankentourismus.de


TOP-Thema: Qualität 

- Zertifizierte Wanderwege und zertifizierte Radwege
- Hotelklassifizierung, Privatzimmerklassifizierung
- Zertifizierte Gastgeber und Anbieter
- Zertifizierte Tourist Information
- Weiterbildung (FTA)
- Service Qualität Deutschland in Bayern
- Bewertungsportale



www.frankentourismus.de

FTA-Programm 2014 * 



- Kurs **Bewertungsportale im Tourismus – Fluch oder Segen?**
- Kurs **Online-Kampagnen im Tourismus – Wie funktionieren sie?**
- Kurs **Auslandsmärkte erfolgreich bearbeiten**
- Kurs **Rhetorik, Mimik und Gestik – verbale und nonverbale Kommunikation**
- Kurs **Geodaten und georeferenzierte Karten im Tourismus effektiv einsetzen**
- Kurs **Rechtsfragen zum Themenkreis „Internet & SocialMedia“**

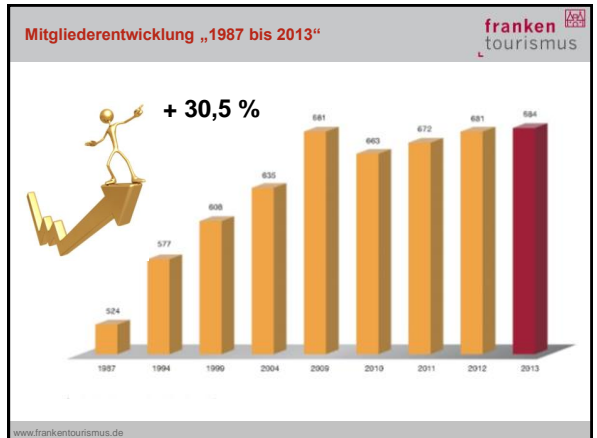
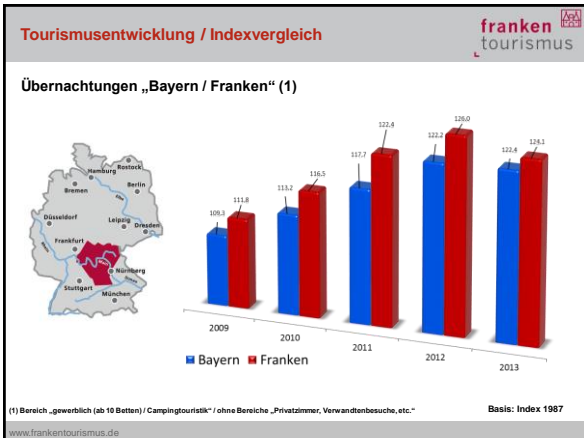
* Festlegung: FTA-Fachbeirat (22. Oktober 2013, Rothenburg o.d.T.)

www.frankentourismus.de

Bewertungsportale 



www.frankentourismus.de



franken tourismus

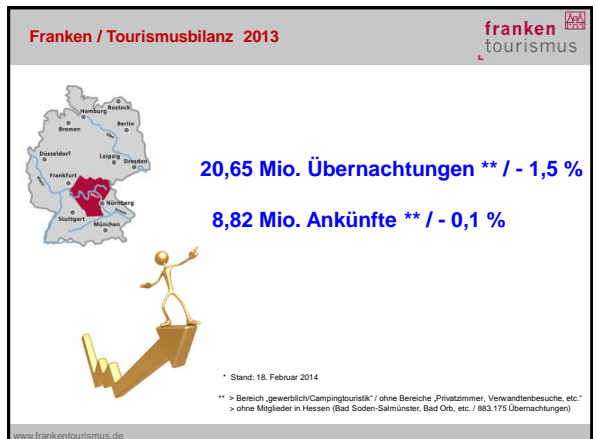
FrankenTourismus auf Erfolgskurs

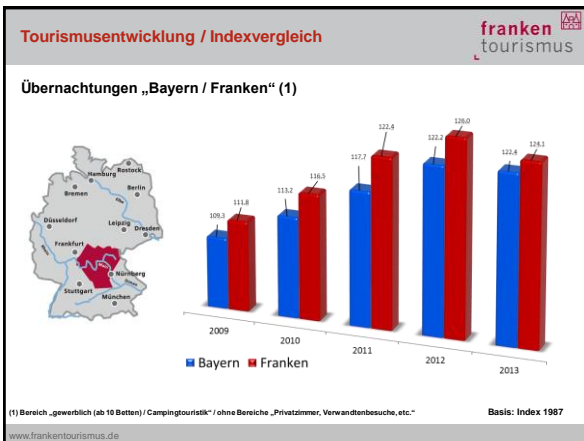
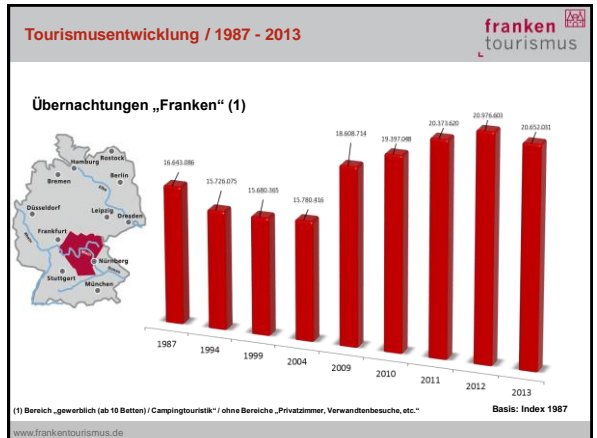
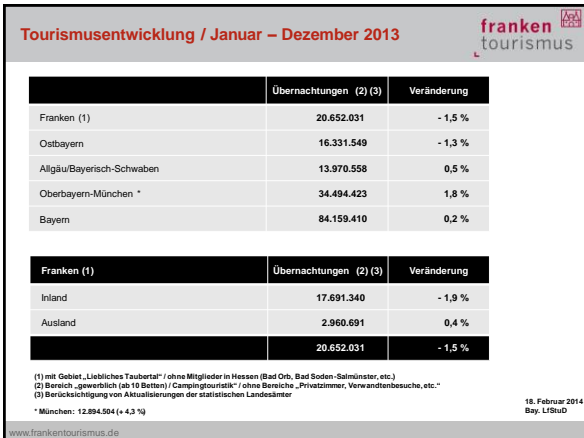
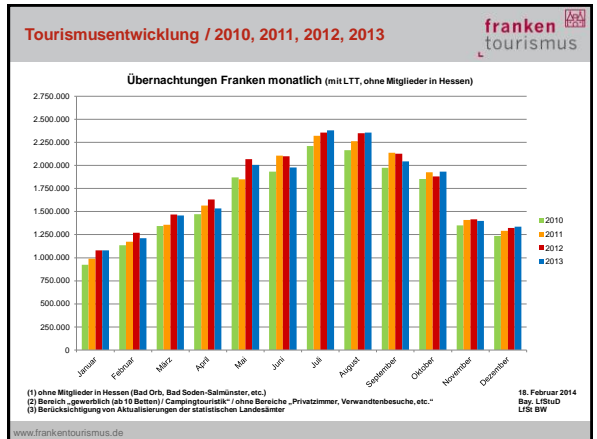
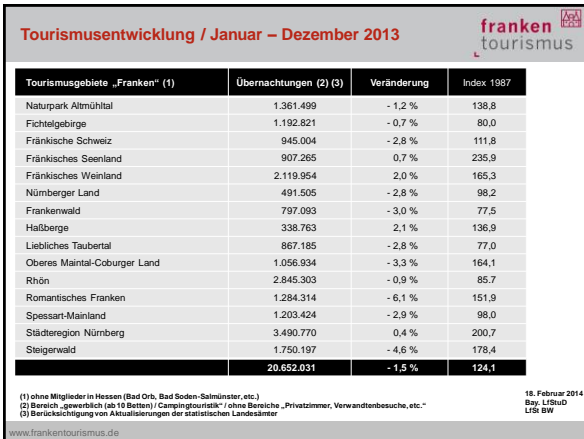
14. Juli 2014

Weissenstadt


Leitlinien & Ziele
Verbandsarbeit & Aufgabenprofil
Tourismusentwicklung in Franken
Wirtschaftsfaktor Tourismus
FrankenTourismus 2020

www.frankentourismus.de





Franken / Tourismusbilanz „Januar bis Mai 2014“



7,02 Mio. Übernachtungen ** / + 0,8%
3,00 Mio. Ankünfte ** / +1,2%

* Stand: 8. Juli 2014
 ** > Bereich „gewerblich/Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 > ohne Mitglieder in Hessen (Bad Soden-Salmünster, Bad Orb, etc.)
 > ohne Mitglieder in Baden-Württemberg (Landkreis Main-Tauber)

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar – Mai 2014

Tourismusgebiete „Franken“ (1)	Übernachtungen (2) (3)	Veränderung
Naturpark Altmühltal	445.277	1,6 %
Fichtelgebirge	414.183	-1,6 %
Fränkische Schweiz	310.600	-2,1 %
Fränkisches Seenland	240.026	-3,5 %
Fränkisches Weinland	712.093	1,7 %
Nürnberger Land	197.181	2,9 %
Frankenwald	281.791	-2,6 %
Haßberge	103.546	-9,1 %
Oberes Maintal-Coburger Land	394.093	-0,7 %
Rhön	1.086.288	2,0 %
Romantisches Franken	391.734	-3,0 %
Spessart-Mainland	420.681	1,5 %
Städteregion Nürnberg	1.407.393	5,5 %
Steigerwald	611.107	-2,2 %
Gesamt	7.015.993	0,8 %

(1) ohne Gebiet „Liebliches Taubertal“ / ohne Mitglieder in Hessen (Bad Orb, Bad Soden-Salmünster, etc.)
 (2) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter

7. Juli 2014
 Bay. LfStuB
 LfStB BW

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar – Mai 2014

	Übernachtungen (2) (3)	Veränderung
Franken (1)	7.015.993	0,8 %
Ostbayern	5.716.356	-3,6 %
Allgäu/Bayerisch-Schwaben	4.748.445	-2,0 %
Oberbayern-München *	12.136.546	-0,7 %
Bayern	29.478.833	-1,1 %

Franken (1)	Übernachtungen (2) (3)	Veränderung
Inland	5.971.991	-0,2 %
Ausland	1.044.002	6,9 %
Gesamt	7.015.993	0,8 %

(1) ohne Gebiet „Liebliches Taubertal“ / ohne Mitglieder in Hessen (Bad Orb, Bad Soden-Salmünster, etc.)
 (2) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter

* München: 4.911.686 (2,5 %)

7. Juli 2014
 Bay. LfStuB

www.frankentourismus.de



FrankenTourismus auf Erfolgskurs

14. Juli 2014
 Weissenstadt

Leitlinien & Ziele
 Verbandsarbeit & Aufgabenprofil
 Tourismusentwicklung in Franken
Wirtschaftsfaktor Tourismus
 FrankenTourismus 2020

www.frankentourismus.de

Wirtschaftsfaktor „Tourismus in Franken“



Wirtschaftsfaktor Tourismus in Franken

Inhalt:
 1. Situationsanalyse zum Wirtschaftsfaktor Tourismus 2
 2. Zielsetzung des Wirtschaftsfaktors 3
 3. Datenanalyse 4
 4. Zusammenfassung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in Franken 5

Auftraggeber:
 Wirtschaftsfaktor Franken e.V.
 Hauptgeschäftsbereich
 Hauptverwaltung
 Hauptverwaltung


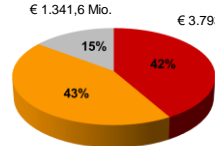
Projektleitung:
 Prof. Dr. Gerd Grottel
 Dr. Michael Zoller
 Dr. Ingrid Zoller
 Dr. Ingrid Zoller
 Dr. Ingrid Zoller

Bay. München, September 2011 (10. Auflage) München, Tel. 089-2310000
 München, im Juli 2012

www.frankentourismus.de

Wirtschaftsfaktor „Tourismus in Franken“ inkl. VFR

Bruttoumsatz: Übernachtungsgäste + Tagesbesucher (inkl. VFR)

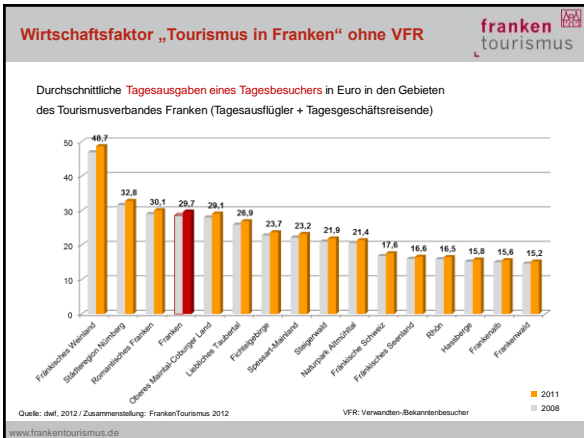
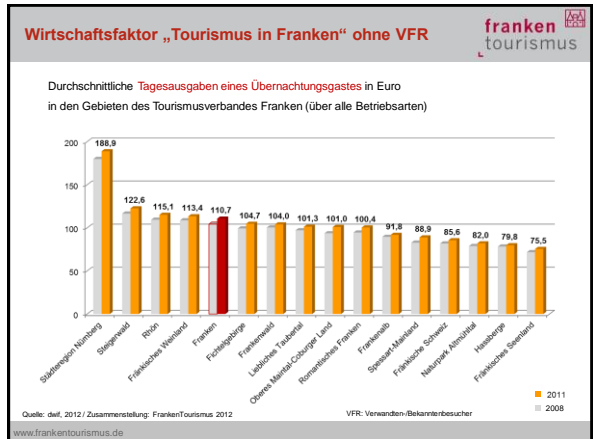
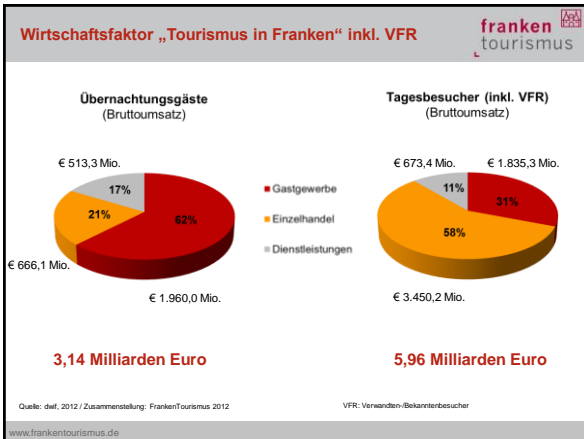



€ 1.341,6 Mio. (15%)
 € 3.793,5 Mio. (42%)
 € 3.965,8 Mio. (43%)

9,1 Milliarden Euro

Quelle: dwif, 2012 / Zusammenstellung: FrankenTourismus 2012
 VFR: Verwandten-Bekanntbesucher

www.frankentourismus.de



FrankenTourismus auf Erfolgskurs

14. Juli 2014
Weissenstadt

Leitlinien & Ziele
Verbandsarbeit & Aufgabenprofil
Tourismusentwicklung in Franken
Wirtschaftsfaktor Tourismus
FrankenTourismus 2020

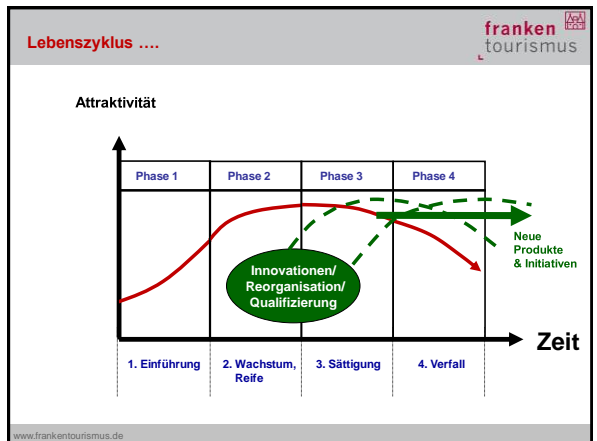
www.frankentourismus.de

Herausforderungen

- Demographischer Wandel
- Klimawandel
- Rahmenbedingungen
 - Gesetzgebung
 - Wirtschaft
 - „Unruhen“
 - Katastrophen
 - etc.

Wir müssen „fit“ sein!

www.frankentourismus.de



Leitlinien und Ziele franken tourismus

Steigerung der Wertschöpfung aus dem Übernachtungs- und Tagestourismus

franken tourismus

Regelmäßige Überprüfung & Anpassungen

www.frankentourismus.de

Verbandsarbeit und Aufgabenprofil franken tourismus

- I Kommunikation
- II Qualitätsoffensiven
- III Marktforschung
- IV Mitgliederservice
- V Interessensvertretung
- VI Kooperationen

Regelmäßige Überprüfung & Anpassungen

www.frankentourismus.de

Produktlinien franken tourismus

- > **Franken aktiv: Radfahren**
>> Fortführung
- > **Franken aktiv: Wandern**
>> Fortführung
- > **Franken „Kulinarik“**
>> Fortführung
- > **Franken „Natur / Erleben“**
>> Nischenthemen
(Kanu, Klettern, Motorradtouren)

www.frankentourismus.de

Produktlinien franken tourismus

- > **Franken Kultur / Städte**
>> Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“ (NRW, Schweiz, Österreich, Großbritannien)
>> ausgewählte Kulturthemen (Limes, etc.)
- > **Gesundheitspark Franken**
>> Basismaßnahmen (Website, Themenzeitung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, etc.)
- > **Franken „Familienland“**
>> Fortführung

www.frankentourismus.de

Besondere Schwerpunkte franken tourismus

- > **Qualität**
- > **Online**
- > **Auslandsmarketing**

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

Logos include: Limes-Straße, mainfranken, metropolregion nürnberg, Romantische Straße, WIR, adfc, BEZIRK OBERFRANKEN, BEZIRK UNTERFRANKEN, BEZIRK MITTELFRANKEN, Tourismusgebiete, Landesverbände, Hotelkooperationen (Mindel, Flair, etc.), Bierland Oberfranken, Regional-Management, Kooperations-Netzwerke, IHK, Ad hoc-Kooperationen, Behörden (Beratungsstellen), and others.

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Destinations, Strukturen, Aufgaben

Prof. Born: „Deutschland – Land der Experten“

„Servicequalität ohne Qual“ & „Jenseits vom Mittelmaß“
Kundenorientierung ohne „Wenn und Aber“ führt eine gesamte Destination an die Spitze

➔ Kundenorientierung als oberste Maxime!

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Destinations, Strukturen, Aufgaben

Facetten der Destinationsleistungen

- Beratung / Information vor Ort
- Unterkunft
- Essen / Trinken
- Ambiente / Infrastruktur
- Service / Freundlichkeit
- Verkehrsbindung / Transport
- Ortsbild / Flair Sehenswürdigkeiten
- Nachbetreuung
- Klima / Landschaft / Kultur

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Destinations, Strukturen, Aufgaben

Destinationsmanagement

- Wo wird meine Urlaubsehnsucht am besten gestillt?
- Wo kann ich mein Hobby am besten ausüben?
- Destination = Geographischer Raum, wo der Gast seinen Urlaub verbringt und die Erfüllung seiner Reise Wünsche erwartet. (z.B. „Talschaft“, „Raumschaft rund um xy-See“)

➔ Nicht der Raum, den der Anbieter als Destination ansieht, sondern der auf natürlichen Angebotsfaktoren basierender Raum (landschaftlich zusammenhängende Gebiete, etc.) ist die Grundlage für das touristische Marketing.

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Destinations, Strukturen, Aufgaben

Destination = Zusammenhängendes touristisches Zielgebiet

Landschaftsname	➔	Assoziationsbild	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Empfindungen potenzieller Gäste ➢ Empfindungen der Anbieter
Wahrnehmung	➔	Kernfähigkeiten / Kernangebote	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Dienstleistungsketten ➢ Leistungsbündel (Radtouren + Hotel)
Destinationsgröße	➔	Assoziatives Größenbild	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Hauptkernräume ➢ Ausflugsinteresse (max. 80-100 km)

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Destinations, Strukturen, Aufgaben

„Landkreise denken zu egoistisch“

LANDKREISE 19 Jahre lang hat Werner Bittling dem ländlichen Raum in Franken erforscht. Am Freitag hält der Professor für Geographie an der Universität Erlangen seine Abschlussvorlesung. Er stellt den Nüßlitzern ein schlechtes Zeugnis aus.

„Das ist ein sehr abschließendes Wort“, warnt Bittling, „aber fällt der Nüßlitzern in der Vorlesung vor dem Schluss geht es um den ländlichen Raum und dem Land nicht mehr.“

Der ländliche Raum durch Landkreisegrenzen geschnitten. Das erschwert es, gemeinsame Interessen zu finden.

Werner Bittling, Professor für Geographie

Prof. Werner Bittling hat in der Landkreise-Struktur der Bayerischen Staatsregierung.

Fränkischer Tag (9. Juli 2014)

www.frankentourismus.de

franken tourismus

Destinations, Strukturen, Aufgaben

Reiseerfahrung, Wissen, etc.

Sehenswürdigkeit **Stadt / Ort** **Region** **Land** **Kontinent**

Doku-Zentrum **Nürnberg** **Franken** **Deutschland** **Europa**

Entfernung von der Heimat (eigener Standort)

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

Bekanntheitsgrad

Quellmärkte

„Kritische Masse“

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

Reiseerfahrung, Wissen, etc. / Entfernung von der Heimat

www.frankentourismus.de

Tourismusgebiete in Franken (15) franken tourismus

www.frankentourismus.de

Franken – Vielfältiges Reiseland franken tourismus

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

Regionalmanagement im Tourismus – Eckpunkte und Potentiale

- Regionalmanagement hat hohe Kompetenz bei infrastrukturellen Maßnahmen mit touristischem Bezug
- **bestes Beispiel:**
„Gelbe Welle“ (Wasserwandern auf dem Main) mit einer klaren Aufgabenteilung
- Regionalmanagement soll branchenübergreifende Qualitätsoffensiven (z.B. Tourismus, Handel, Dienstleistung) unterstützen.

aber

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

Regionalmanagement im Tourismus – Eckpunkte und Potentiale

- Die Vermarktung des touristischen Angebots obliegt **ausschließlich** den Touristikern selbst. Es ist nicht Aufgabe des Regionalmanagements, als **zusätzliche** touristische Vermarktungsebene eigene Plattformen zu schaffen.
- Die Entwicklung des touristischen Angebots ist **zuvorderst** Sache der betrieblichen Leistungserbringer vor Ort. Sie werden dabei von den Tourismusverbänden unterstützt und beraten. Regionalmanagement darf die vorgenannten nicht von dieser Verantwortung ganz oder teilweise entlasten.

Dr. Otto Ziegler,
Leiter des Tourismusreferats im BStMWi,

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben franken tourismus

www.frankentourismus.de

Verbandsarbeit und Aufgabenprofil franken tourismus

- I Kommunikation
- II Qualitätsoffensiven
- III Marktforschung
- IV Mitgliederservice
- V Interessensvertretung
- VI Kooperationen

www.frankentourismus.de

FrankenTourismus: Optimismus für 2014 franken tourismus

Trends / erfolgreicher Start in die Saison

- Inlandtourismus erlebt eine Renaissance. Gefragt ist das Vertraute, die Sicherheit und authentisch Angebote
- Steigendes Qualitäts- und Preisbewusstsein
- Große Resonanz bei den ersten Tourismussmessern
- Steigende Anzahl der Anfragen in der Verbandsgeschäftsstelle

>> Chancen insbesondere für Franken!

- Produktlinien, die im Trend liegen
- Herausragende Veranstaltungen im Jahr 2014
- Positives Image und hohe Qualität

www.frankentourismus.de

Vielfältiges Reiseland franken tourismus

www.frankentourismus.de

Geschäftsbericht 2013 **franken**
tourismus

Geschäftsbericht **2013**
Tourismusverband
Franken e.V.

www.frankentourismus.de

franken
tourismus

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**

Olaf Seifert
Geschäftsführer
Tourismusverband Franken

www.frankentourismus.de