

Aufschwung im fränkischen Tourismus trotz Corona / Nachhaltige Urlaubsangebote im Fokus / Neue Wege im Online-Marketing

Nürnberg. Nachhaltigkeit und digitale Sichtbarkeit: Unter diesen Schlagworten stand das Jahrespressegespräch des Tourismusverbandes Franken. Thomas Bold, Landrat des Landkreises Bad Kissingen, stellte als Vorsitzender in der digitalen Pressekonferenz die aktuellen Schwerpunkte vor und blickte auf das vergangene Jahr zurück, das erneut von Corona geprägt war – doch im Gegensatz zu anderen bayerischen Regionen verzeichnet Franken hier bei den Gästeübernachtungen ein deutliches Plus.

Allerdings gestaltete sich der Start ins touristische Jahr 2021 durchaus schwierig: „Aufgrund des monatelangen Lockdowns und den damit verbundenen Schließungen waren touristische Angebote und Aktivitäten erst ab Mai 2021 möglich“, blickte Thomas Bold zurück. Auch nach dem Lockdown bremste Corona den Tourismus aus: mit Reisebeschränkungen, der Absage von Großveranstaltungen sowie mit Messen und Kongresse, die meist nur digital stattfinden konnten. „Das Ergebnis ist Planungsunsicherheit sowohl auf Seiten der Gäste als auch der Gastgeber“, stellte Bold fest. „Dazu kommt bei letzteren ein starker Fachkräftemangel, für den Corona wie ein Brandbeschleuniger gewirkt hat. Diese personelle Lücke zu füllen ist eine große Herausforderung.“ In diesem Zuge dankte Thomas Bold der fränkischen Gastronomie, der Hotellerie und den touristischen Anbietern, dass sie sich immer wieder auf neue Vorgaben eingestellt und diese in den laufenden Betrieb integriert haben.

In den Ferienlandschaften geht es vorsichtig aufwärts

Dem ließ Thomas Bold konkrete Zahlen folgen: Von Januar bis Dezember 2021 besuchten rund 5,4 Millionen Gäste Franken und damit 2,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Übernachtungen liegen bei rund 14,3 Millionen. Dies bedeutet ein Plus von 7,0 Prozent. Auch in den 16 fränkischen Ferienlandschaften, die 2020 Rückgänge von bis zu 50 Prozent bei den Übernachtungen verkraften mussten, geht es nun zum Teil wieder vorsichtig aufwärts. Die meisten Zuwächse haben bei den Ankünften der Frankenwald mit 10,3 Prozent und bei den Übernachtungen das Romantische Franken mit 17,2 Prozent. „Ein Marktsegment, das erneut stark unter Corona zu leiden hatte, war der Städtetourismus“, führte der Vorsitzende weiter aus. So schwanken bei den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“ die Übernachtungen zwischen Minus 0,3 Prozent in Nürnberg und Plus 56,6 Prozent in Kulmbach. Ebenfalls massiv betroffen waren die fränkischen Heilbäder und Kurorte. Die Bandbreite der Veränderungen bei den Übernachtungen reicht hier von Minus 15,3 Prozent in Weißenstadt bis zu Plus 36,6 Prozent in Bad Königshofen.

Deutlich über dem gesamt-bayerischen Schnitt

Bold zeigte sich zuversichtlich, dass der fränkische Tourismus mittelfristig wieder zu seiner alten Stärke zurückfinden wird. Dem geben die gesamt-bayerischen Zahlen recht: Franken zeigt sowohl bei den Übernachtungen als auch bei den Ankünften ein

klares Plus auf. Und nicht nur das: In beiden Bereichen liegt Franken deutlich über dem gesamtbayerischen Schnitt und belegt bei den Zuwachsraten im Vergleich mit den anderen drei bayerischen Regionen sogar den ersten Platz!

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Diese Entwicklung sei umso wichtiger, da der Tourismus in Franken einen wichtigen Wirtschaftsfaktor darstellt. Bold zitierte hierfür eine Studie des „Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr“ (Basis: Tourismusbilanz für 2019). Danach erwirtschaftet der fränkische Tourismus jährlich einen Bruttoumsatz von rund 10,4 Milliarden Euro. Das entspricht 166.300 Personen, die in Franken ihr Haupteinkommen aus dem Tourismus beziehen. Dieselbe Studie hat sich auch mit dem Umsatzausfall beschäftigt, den Corona im Übernachtungs- und Tagesausflugsbereich verursacht hat. Er beläuft sich für 2020 auf knapp 4 Milliarden Euro.

Frankens fünftes Welterbe

Bevor Thomas Bold auf die Jahreshöhepunkte 2022 einging, stellte er zwei besondere Wegmarken des vergangenen Jahres heraus. Im Sommer wurde Bad Kissingen als Teil der „Great Spa Towns of Europe“ zum UNESCO-Welterbe erhoben. Damit liegen nun fünf der insgesamt zehn bayerischen UNESCO-Welterbestätten in Franken: Neben Bad Kissingen sind dies die Bamberger Altstadt, das Markgräfliche Opernhaus in Bayreuth, die Würzburger Residenz und der Obergermanisch-Raetische Limes. Im Juni 2021 fiel zudem der Startschuss für das Projekt „Spielraum Franken“. Damit zeigt der Tourismusverband, dass Franken eine lange und lebendige Tradition als Spielzeugland besitzt und es sich hier hervorragend wertvolle Familienzeit erleben lässt. Neu ist, dass das Projekt konkrete Angebote nicht nur vorstellt, sondern diese über die entsprechende Website auch direkt online buchbar sind (www.spielraum-franken.de).

„Typisch Franken?“, Jahreshöhepunkte 2022

Als Höhepunkte für das laufende Jahr präsentierte Bold die Bayerische Landesausstellung „Typisch Franken?“, die vom 25. Mai bis 6. November 2022 in der Ansbacher Orangerie stattfindet. Sie geht den unterschiedlichen Einflüssen auf den Grund, die Franken geprägt haben. Einem künstlerischen Jubiläum widmet sich Bamberg. Die Stadt feiert „200 Jahre E.T.A. Hoffmann“ und damit einen herausragenden Komponisten, Zeichner und Schriftsteller der „Dunklen Romantik“, der von 1808 bis 1813 in Bamberg lebte. Weitere Glanzpunkte sind die 125. „Kinderzeche“ in Dinkelsbühl sowie die Eröffnung des „Christian Schad Museums“ in Aschaffenburg. Zu den fränkischen Kultur-Schwerpunkten gehört weiterhin das Jubiläum „550 Jahre Cranach der Ältere“. Cranach wurde 1472 im fränkischen Kronach geboren und zählt neben Albrecht Dürer zu den größten Malern der deutschen Renaissance. Als enger Freund und Porträtist von Martin Luther war er ein wichtiger Wegbegleiter der

Reformation. Im Jubiläumsjahr begegnet man ihm bei Ausstellungen und Führungen in Kronach, Coburg, Aschaffenburg und Nürnberg.

Die Konzentration auf Jahresschwerpunkte bezeichnete Bold als eine der vier Säulen, auf denen die bewährte Kommunikationsstrategie des Tourismusverbandes Franken beruht. „Wir setzen auf hohe Qualität sowie die starke Marke Franken, die nicht an Verwaltungsgrenzen haltmacht“, so Bold: „Die vierte Säule ist die Konzentration auf unsere Kernkompetenzen.“ Dazu zählen Kultur, Städte, Radfahren, Wandern und Kulinarik oder Gesundheits- und Wellnessangebote, aber auch Bereiche wie Bootwandern, Wohnmobil- oder Motorradurlaub.

Digitale Sichtbarkeit auf vielen Kanälen

Als äußerst wichtig bezeichnete Thomas Bold den Ausbau der digitalen Angebote, die der Tourismusverband bereits seit Jahren forciert. Er nannte dafür als Beispiel die starke Präsenz auf der Tourenplattform „komoot“. Dort stellen die fränkischen Urlaubsgebiete sowie die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“ Wander- und Radwegesammlungen vor, die „von den Nutzern hervorragend angenommen werden“. Sehr gute Erfahrungen habe der Tourismusverband außerdem in der Zusammenarbeit mit Bloggern sowie mit InstaMeets gemacht, von denen 2022 weitere geplant sind. Auch die Web-Auftritte des Verbandes wurden einer Frischekur unterzogen: Bereits abgeschlossen ist der Relaunch der Website zum MainRadweg, weitere Websites folgen. Aufbauend auf den digitalen Angeboten Frankens werden außerdem seit 2021 auf www.frankentourismus.de digitale Touren präsentiert: Sie verknüpfen die Reiseplanung mit virtuellen Angeboten der Verbandsmitglieder und machen somit Appetit auf das reale Erlebnis. Auch dieses Angebot wird weiter ausgebaut.

Im vergangenen Jahr fiel der Startschuss für eine Kooperation zwischen dem Tourismusverband Franken und SAT.1 Bayern. Im Mittelpunkt standen hier die Hausbesuche aus dem Urlaubsmagazin „Freu' Dich auf Franken“ und damit Reportagen über Menschen, die in besonderer Weise mit ihrer Heimat verbunden sind. SAT.1 Bayern präsentierte zehn dieser Persönlichkeiten in der Rubrik „Mein Bayern erleben“ in kurzen Filmbeiträgen. Dazu kamen im Herbst vier weitere Beiträge zum Thema Frankenwein. 2022 wird diese erfolgreiche Kooperation mit Filmbeiträgen über alle 16 Hausbesuche aus dem Urlaubsmagazin fortgeführt.

Sehr produktiv erweist sich der Tourismusverband Franken bei hochwertigem Video-Inhalt für Plattformen wie YouTube. Die bisher 83 veröffentlichten Videos auf dem YouTube-Kanal von FrankenTourismus wurden 2021 insgesamt über eine Millionen Mal aufgerufen und über 2.000 Mal positiv bewertet. Die nächsten Videoprojekte sind bereits in Planung: 2022 wird das Thema Nachhaltigkeit im Fokus stehen.

Nachhaltigkeit als roter Faden

Auf die Themen Nachhaltigkeit und Regionalität ging Bold gesondert ein: „Diese beiden Themen sind der rote Faden unserer Arbeit im Jahr 2022 und darüber hinaus!“ So steht im Frühjahr eine Kooperation mit der Reiseplattform „Secret Escapes“ auf der Agenda, bei der Angebote zum nachhaltigen Urlaub in Franken direkt gebucht werden können. Gestützt wird das Engagement des Tourismusverbandes Franken von den Ergebnissen eines Forschungsprojekts der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Demnach wird die Nachhaltigkeit für den Gast weiter an Bedeutung gewinnen. Landrat Bold sieht dies „auch als große Chance, bestehende Angebote auszubauen sowie das große Potenzial, das Franken hier bietet, zu nutzen“. Finanziert werden können diese Kampagnen unter anderem aus dem Förderprogramm „Tourismus in Bayern – fit für die Zukunft“ des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. Im Rahmen des Programms bietet der Tourismusverband Franken zudem Betriebscoachings zu Digitalisierung und Nachhaltigkeit, Besucherlenkung, Parkraum-Management und E-Ladesäulen an.

Durch Online-Buchbarkeit näher am Gast

Als ebenso wichtig bezeichnete Bold Investitionen in Wissen und Informationsvermittlung: „Mit unserem TourismusNetzwerk Franken bieten wir hierfür unseren Mitgliedern ein auf sie zugeschnittenes digitales Angebot. Dadurch werden Vernetzung und Wissenstransfer deutlich einfacher – zum Beispiel mit Hilfe von eLearning-Angeboten.“ Eine große Rolle spielen weiterhin Informationsveranstaltungen zur Online-Buchung von Unterkünften sowie von Erlebnisangeboten. Dies sei umso wichtiger, da zwei Trends durch die Pandemie stark an Bedeutung gewonnen haben: „Gäste wollen mehr denn je online und verstärkt kurzfristig buchen. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen diese Bedürfnisse unbedingt erfüllt werden“, so Bold mit Nachdruck. Er führte in diesem Zuge nach ein anderes Argument ins Feld: „Gebiete, die die Möglichkeit der Online-Buchung nutzen, haben gleichzeitig ein wirksames Instrument zur Lenkung von Besucherströmen an der Hand.“

Neues Urlaubsmagazin und Presse-Booklet

Die zunehmende Bedeutung der Digitalisierung schmälert nicht die Rolle der Printmedien des Tourismusverbandes Franken. 2021 haben die Prospektanfragen in der Geschäftsstelle des Verbands erneut die Marke von 20.000 überschritten. Stellvertretend für die Vielfalt aus Themenzeitungen, Broschüren und Serviceheften nannte Bold das 148 Seiten starke Urlaubsmagazin „Freu' Dich auf Franken“. Neu in der Ausgabe 2022 ist die Rubrik „Perfekte Tage“, die den Lesern konkrete Programmvorschlüsse für einen Tag in Franken an die Hand gibt. Neu aufgelegt wurde auch das Recherche-Booklet für Medienschaffende, das viele Inspirationen zu individuellen Recherche-Touren und Gruppen-Pressereisen enthält.

Reiselust trotz Corona hoch

Abschließend verwies Thomas Bold auf die aktuelle Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft „Urlaub und Reisen“, nach der die Pandemie das Reisen zwar eingeschränkt habe, doch die Reiselust an sich nicht signifikant schmälern konnte. „Deshalb blicken wir, auch wenn uns Corona sicher noch dieses Jahr begleiten wird, zuversichtlich in die Zukunft – als gut aufgestellter Verband, der mit seinen Partnern, Gebieten und Mitgliedern bestens vernetzt ist. Und als touristische Destination, in der unzählige Menschen ihre Leidenschaft und Energie dem Tourismus widmen.“

Weitere Informationen:

FrankenTourismus
Pretzfelder Straße 15, 90425 Nürnberg
Telefon 0911/941510, Fax 0911/9415110
info@frankentourismus.de, www.frankentourismus.de

Medienservice (Bilddatenbank, Meldungen, etc.):

<https://medienservice.frankentourismus.de/themen/bilder/>

Anmeldung zum Pressedienst „Der FrankenReporter“:

<https://medienservice.frankentourismus.de/registrierung/>



@FrankenTourismus

#VisitFranconia