

## **Bestes Übernachtungsergebnis in der Geschichte des Tourismusverbandes Franken / Neue Impulse in der Gästeansprache / Einheimische Bevölkerung profitiert von touristischer Weiterentwicklung**

Rothenburg ob der Tauber. Mit beeindruckenden Zahlen hat Thomas Bold, Landrat des Landkreises Bad Kissingen und Vorsitzender des Tourismusverbandes Franken, die Jahrespressekonferenz des Verbandes in Rothenburg ob der Tauber eröffnet: 2023 wurden in Franken rund 23,3 Mio. Übernachtungen verzeichnet. Das sind über 401.000 mehr als im letzten Vor-Corona-Jahr 2019, als der fränkische Tourismus sein eigenes Rekordergebnis zum siebten Mal in Folge getoppt hatte. Zusätzlich konnte auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,2 Tagen (2019) auf 2,3 Tage gesteigert werden. „Auf dieses Ergebnis und die geleistete Arbeit kann unsere fränkische Tourismusfamilie zu Recht stolz sein“, so der Vorsitzende. „Großen Anteil an diesem Erfolg haben unsere innovativen Kampagnen, die immer wieder für neue Impulse in der Gästeansprache sorgen und den Tourismus näher an den Menschen bringen. Und wenn sich der Tourismus entwickelt, profitiert davon in großem Maße auch die einheimische Bevölkerung.“

### **Deutliches Plus in allen touristischen Bereichen**

Die Zuwächse aus dem Jahr 2023 sprechen eine deutliche Sprache: Im Vergleich zu 2022 sind die Gästeankünfte in Franken um 12,1 Prozent auf insgesamt 10.037.108 gestiegen, bei den Übernachtungen beträgt das Plus 10,0 Prozent. „Eine Entwicklung, die sich in allen 16 fränkischen Ferienlandschaften, im Städtetourismus und in unseren Heilbädern und Kurorten widerspiegelt“, so Vorsitzender Thomas Bold. Besonders stechen hier die Region Coburg.Rennsteig mit einem Plus von 20,4 Prozent bei den Ankünften und 13,6 Prozent bei den Übernachtungen sowie Coburg mit einer Steigerung von 24,9 Prozent bei den Ankünften und 24,1 Prozent bei den Übernachtungen heraus. Bei den Heilbädern und Kurorten zieht Bad Kissingen die beste Bilanz mit 1.355.668 Übernachtungen (plus 13,1 Prozent) und 214.368 Gästeankünften (plus 16,3 Prozent).

### **Mehrwert für die heimische Bevölkerung**

Dieses Ergebnis sei laut Thomas Bold nur möglich, da der Tourismusverband Franken ebenso wie die gebietlichen und örtlichen Tourismusstellen sowie die Anbieter selbst massiv in die touristische Infrastruktur und die Steigerung der Qualität investiert haben – trotz pandemiebedingter Herausforderungen und dem Fachkräftemangel in der Hotel- und Gastronomiebranche. Das stärke den Tourismus als Wirtschaftsfaktor, aber auch die lokale Infrastruktur, wie Thomas Bold betonte: „Wenn eine neue Gastronomie aufmacht, wenn eine Therme gebaut wird, neue Wander- und Radwege ausgewiesen werden oder Museen neue Ausstellungen anbieten, profitiert davon auch die heimische Bevölkerung. Denn all das würde es ohne Tourismus so nicht geben!“

### **Sehr gute Buchungslage: Lust auf Urlaub in Franken**

Der Vorsitzende zeigte sich zuversichtlich, dass die positive Entwicklung des fränkischen Tourismus auch weiterhin anhält. Die aktuellen Ergebnisse der Marktforschung zeigen eine große Lust auf Urlaub im eigenen Land auch trotz der angespannten wirtschaftlichen Situation und der derzeitigen Krisen.

### **Durchschlagende „Perspektivwechsel“-Kampagne**

Dass diese Entwicklung so gut ist, führte Thomas Bold weiterhin auf den großen Erfolg der Arbeit des Tourismusverbandes Franken zurück. 2023 lag ihr Fokus auf der crossmedialen Jahres-Kampagne „Perspektivwechsel – Nachhaltige Urlaubserlebnisse in Franken“. Sie bündelt die Vielfalt der nachhaltigen Angebote im Urlaubsland und sensibilisiert den Gast für ihren Wert. Wichtigster Content der Kampagne sind eigens dafür produzierte Video-Clips, die zusätzlich für Social-Media-Kanäle adaptiert wurden. Die Themen der Clips wurden crossmedial in Print, Anzeigen, Radiospots und TV-Beiträgen beworben, als „Augmented Reality“ eingebunden oder als redaktionelle Bausteine zugeliefert. „Auf diese Weise haben wir Quellmärkte in Deutschland, Österreich, Schweden, der Schweiz und den Niederlanden bespielt – und über 9 Millionen Menschen erreicht“, fasste er zusammen.

Dies hat auch die Reisebranche selbst mit hohen Ehren goutiert: Die Kampagne wurde 2023 mit dem „Destination Award“ des Travel Industry Clubs sowie beim T.A.I. Werbe Grand Prix Österreich mit der silbernen „Signum Laudis“-Medaille in der Publikumswertung ausgezeichnet. Dies ist dem Tourismusverband Franken Grund und Ansporn, die Perspektivwechsel-Kampagne weiterzuführen und dem Thema Nachhaltigkeit damit größten Stellenwert einzuräumen.

### **Marktplatz für Wunscherlebnisse**

Dazu gehört laut dem Vorsitzenden auch, Besucherströme sinnvoll zu steuern. Ein Instrument dazu stellt die Online-Buchbarkeit von Erlebnisangeboten dar. Deshalb dient die Website des Tourismusverbandes Franken als Marktplatz für die fränkischen Ferienlandschaften und Städte, um sich und ihre Angebote darzustellen. Der Gast kann mit nur wenigen Klicks sein Wunscherlebnis buchen: vom Eselwandern in der Fränkischen Schweiz über Weinwellness im Fränkischen Weinland bis zum Krimi-Trail durch Nürnberg.

### **Höchste Auszeichnung für das Urlaubsmagazin „Freu' Dich auf Franken“**

Beim T.A.I. Werbe Grand Prix Österreich schickte der Tourismusverband Franken nicht nur die Nachhaltigkeits-Kampagne, sondern auch die 2023er-Ausgabe des Urlaubsmagazins „Freu' Dich auf Franken“ ins Rennen: Es wurde mit dem Kristall-Award als höchste Auszeichnung des Wettbewerbs belohnt. „Das Medienecho auf die Preise war sehr hoch“, resümierte Thomas Bold: „Auch auf diese Weise verankern wir das Reiseziel Franken im Bewusstsein unserer potenziellen Gäste.“

### **Authentische Winter-Städte**

2024 erweitert der Tourismusverband Franken den Content auf der Website [die-fraenkischen-staedte.de](http://die-fraenkischen-staedte.de), auf der sich die Städte mit Storys zu bestimmten Stichworten und kurzen Videos vorstellen. Während der vergangenen Wochen wurde dafür neues Videomaterial produziert: sowohl speziell zu den Weihnachtsmärkten als auch zu Themen, die sich über den gesamten Winter erstrecken. Auch hier schlägt FrankenTourismus einen neuen Weg ein und zeigt seine Städte nicht nur im Schnee bei strahlendem Sonnenschein, wie Thomas Bold erklärte: „In Zeiten des Klimawandels gibt es bei uns immer mehr Wintertage, die eher grün und grau sind.“

Bewusst bleiben wir bei diesen Videos authentisch und präsentieren viele Möglichkeiten unabhängig von Weihnachts- und Schneezauber.“ Das wiederum zahle direkt auf die Nachhaltigkeit ein: „Damit zeigen wir Alternativen zu Flugreisen ins Warme auf und entzerren gleichzeitig unsere eigenen Tourismusströme.“

### **Enge Abstimmung mit den Partnern vor Ort**

Entstanden sind die Nachhaltigkeits- und die neuen Städtevideos in Abstimmung mit den Partnern vor Ort. „Es ist fest in der DNA des Tourismusverbandes Franken verankert, eng mit seinen Mitgliedern zusammenzuarbeiten“, unterstrich Bold: „Das macht uns zu einem starken und sehr gut aufgestellten Verband.“ Das bestätigten auch Dr. Jürgen Ludwig, Landrat des Landkreises Ansbach und Vorsitzender des Tourismusverbandes Romantisches Franken, sowie Rothenburgs Oberbürgermeister Dr. Markus Naser.

### **Innovation als Markenzeichen**

Dr. Jürgen Ludwig stellte die touristischen Vorzüge des Romantischen Fränkens heraus – darunter die Kombination aus bekannten Städten wie Rothenburg ob der Tauber, Dinkelsbühl und Ansbach, aus Landschaft, Kultur und regionalen Produkten. Eine große Stellung haben im Romantischen Franken auch die Aktivangebote inne: Das belegen rund 1.500 Kilometer Radrouten und über 200 markierte Wanderwege. Er ging zudem auf die Innovationskraft der Ferienlandschaft ein: „Viele Hotels bei uns wurden in jüngster Zeit neu eröffnet oder renoviert, sodass höchste Qualität, moderne Standards und ein besonderes Ambiente zum Markenzeichen im Romantischen Franken geworden sind.“ Das Rothenburger Hotel Eisenhut, in dem die Pressekonferenz stattfand, sei dafür ein hervorragendes Beispiel.

### **Jahreshöhepunkte in einem weltoffenen Reiseland**

Dr. Markus Naser stellte bei dieser Gelegenheit auch einen der fränkischen Jahreshöhepunkte vor: 2024 jährt sich die Verleihung des Reichsstadtprivilegs an Rothenburg ob der Tauber zum 750. Mal, was mit Ausstellungen und Festen gefeiert wird. Er ging zudem darauf ein, dass „Rothenburg ob der Tauber nicht nur eines der ältesten, sondern auch eines der international beliebtesten Reiseziele in Franken und ganz Deutschland darstellt“. So wurde die Stadt bereits zum zweiten Mal in Folge bei ausländischen Gästen zur beliebtesten deutschen Stadt gewählt. Dass Franken ein weltoffenes Reiseland ist, zeige sich auch an Kampagnen wie „Schalom Franken“, mit der der Tourismusverband Franken das jüdische Erbe der Region in den Blickpunkt gerückt hat. „Das kann man in den aktuellen Zeiten nicht hoch genug schätzen“, so Dr. Markus Naser. Der Oberbürgermeister verwies hier auch auf die bedeutende jüdische Geschichte in Rothenburg ob der Tauber: darunter die am besten erhaltene mittelalterliche Judengasse in ganz Europa und die älteste Mikwe Bayerns.

Rothenburg ob der Tauber liegt außerdem an der „Burgenstraße“. Diese renommierte Ferienstraße, die in Franken auch die UNESCO-Welterbe-Städte Bamberg und Bayreuth ansteuert, feiert 2024 ihr 70-jähriges Bestehen. Bamberg zu besuchen, lohnt sich gleich doppelt: Die Stadt begehrt mit Konzerten, Festen und Sonderausstellungen den 1.000 Todestag von Kaiser Heinrich II. Er hatte maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklung der Stadt. Weitere Jahreshöhepunkte in Franken führen ins Bayerische

Staatsbad Bad Bocklet, wo vor 300 Jahren die Balthasar-Neumann-Quelle entdeckt wurde, und nach Bad Königshofen, das vor 50 Jahren mit dem Prädikat „Bad“ ausgezeichnet wurde. Ein halbes Jahrhundert ist es außerdem her, dass der Naturpark Haßberge und der Naturpark Frankenhöhe gegründet wurden.

### **Mit Bus und Bahn zur Kultur**

Kulturinteressierten empfahl Thomas Bold die neue Broschüre „Franken – Kulturelle Entdeckungsreise“, die aktuelle Kulturtipps aus den 16 fränkischen Ferienlandschaften vorstellt. Alle Tipps lassen sich mit dem ÖPNV erreichen. Hier ist es von großem Vorteil, dass der Verkehrsverbund Großraum Nürnberg, seit vielen Jahren ein wichtiger Partner des fränkischen Tourismus, Anfang 2024 sein Verbundgebiet deutlich erweitert hat. Neu dabei sind nun Teile der Ferienlandschaften Coburg.Rennsteig und Frankenstein sowie das gesamte Fichtelgebirge und damit auch Städte wie Coburg, Kronach, Kulmbach, Wunsiedel oder Hof.

### **Nachhaltig vernetzt**

Wie wichtig ein gutes Netzwerk und reger Austausch für den Tourismus ist, betonte Thomas Bold bei seinem Dank an die verschiedenen Partner des Tourismusverbandes Franken: von der Bayern Tourismus Marketing GmbH und der Deutschen Zentrale für Tourismus über die Tourismusabteilung im Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus bis zur Bayerischen Eisenbahngesellschaft, dem Verkehrsverbund Großraum Nürnberg, den Privaten Brauereien Bayern, dem Fränkischen Weinbauverband und der Bayerischen Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau. Dies gelte auch im Verband selbst. „Die Weiterbildung und Professionalisierung unserer Mitglieder ist uns ein großes Anliegen“, so Bold. Dies gelinge mit den Kursen der Fränkischen Tourismus Akademie und der Online-Plattform „TourismusNetzwerk Franken“. Letztere wird unter anderem genutzt, um die Verbandsmitglieder für wichtige Themen zu sensibilisieren: Das umfasse Fördermöglichkeiten ebenso wie Open Data oder Kurse zur Organisationsentwicklung nach den Prinzipien der Gemeinwohl-Ökonomie – für ein nachhaltig starkes Urlaubsland Franken.

### **Weitere Informationen:**

FrankenTourismus  
Pretzfelder Straße 15, 90425 Nürnberg  
Telefon 0911/941510, Fax 0911/9415110  
[info@frankentourismus.de](mailto:info@frankentourismus.de), [www.frankentourismus.de](http://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**