



Aufschwung für fränkischen Tourismus / Crossmediale Kampagne „Perspektivwechsel“ / 50 Jahre Naturpark Frankenwald

Kronach. Mit viel Zuversicht schaut der Tourismusverband Franken in die Zukunft: Bei der Jahrespressekonferenz auf der Festung Rosenberg in Kronach im Frankenwald hatte der Verbandsvorsitzende und Landrat des Landkreises Bad Kissingen, Thomas Bold, gute Nachrichten im Gepäck: Im vergangenen Jahr hat sich der fränkische Tourismus deutlich von den schwierigen Coronajahren erholt. Darüber hinaus verbucht die neue crossmediale Kampagne „Perspektivwechsel“ zum Thema Nachhaltigkeit schon jetzt erste Erfolge. Anlässlich des 50-jährigen Bestehens des Naturparks Frankenwald stellte zudem Klaus Löffler, Landrat des Landkreises Kronach, die Bedeutung und die kommenden Highlights des Feriengebiets vor.

Gefeiert wird nicht nur dieses Jubiläum, es gab auch eine Premiere: Zum ersten Mal fand die Jahrespressekonferenz hybrid statt – das heißt, endlich waren wieder Gäste live vor Ort und nicht nur digital anwesend, wie das etwa noch letztes Jahr der Fall war. Damals war auch die Tourismusbranche noch fest im Griff der Pandemie und so freute es Thomas Bold sichtlich, die positiven Entwicklungen des Jahres 2022 vorzustellen: „Ab April stiegen die Zahlen im fränkischen Tourismus kontinuierlich. Die Sommermonate waren in vielen Orten und Gebieten sogar besser als 2019.“ Insgesamt seien die Rekordergebnisse des Vor-Pandemie-Jahres zwar noch nicht erreicht, doch gab sich Thomas Bold aufgrund der aktuellen Entwicklungen trotzdem optimistisch.

Aufschwung für die fränkischen Ferienlandschaften

Wie vielversprechend die Entwicklungen im Vergleich zum Vorjahr sind, belegte Bold dann auch mit handfesten Zahlen: Von Januar bis Dezember 2022 schoss die Zahl der Ankünfte in Franken um 65,8 Prozent nach oben. Auch die Übernachtungen nahmen mit 48,6 Prozent deutlich zu. Am höchsten war das Übernachtungs-Plus in der Städtereion Nürnberg mit 102,1 Prozent, gefolgt vom Romantischen Franken mit 55,6 Prozent und dem Fichtelgebirge mit 52,4 Prozent. Auch bei den Ankünften liegt die Städtereion Nürnberg mit einem Plus von 103,8 Prozent vorne, gefolgt vom Romantischen Franken mit 69,7 Prozent und dem Nürnberger Land mit 67,3 Prozent.

Schwarze Zahlen bei Städten, Heilbädern und Kurorten

Bemerkenswert sind die Zahlen außerdem im Städtetourismus. „Das beweist uns, dass die fränkischen Städte große Anziehungskraft haben und ihre Angebote überzeugen“, freute sich Bold. In Nürnberg gab es etwa 107,6 Prozent mehr Ankünfte als im Vorjahr und bei den Übernachtungen waren es 106,1 Prozent mehr. Übertroffen wird das Plus an Ankünften nur noch von Forchheim mit 113,4 Prozent. Große Zuwächse verzeichnen ebenso Erlangen mit einem Plus von 107,4 Prozent bei den Übernachtungen oder Rothenburg ob der Tauber mit einem Plus von 90,2 Prozent bei den Ankünften.



Für den „Gesundheitspark Franken“ hatte Bold ebenfalls gute Nachrichten zu verkünden: „Nach den Corona-Einbußen freut es mich sehr, dass auch die fränkischen Heilbäder und Kurorte wieder einen gesunden Kurs eingeschlagen haben.“ Insgesamt gab es hier bei den Übernachtungen ein Plus von 26,8 Prozent und bei den Ankünften von 56,9 Prozent. Die beste Bilanz zieht Weißenstadt mit einem Plus von 138,1 Prozent bei den Ankünften und 106,1 Prozent bei den Übernachtungen.

Nachhaltig ins Jahr 2023 und darüber hinaus

In eine vielversprechende Zukunft blickt der Tourismusverband Franken nicht nur mit den aktuellen Bilanzen, sondern auch mit seinem Schwerpunktthema für das Jahr 2023: Nachhaltigkeit. Unter anderem werden Coachings zu den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit für Klein- und Kleinstbetriebe angeboten. Darüber hinaus habe Franken laut Thomas Bold einen entscheidenden Vorteil: „Viele Angebote sind bereits nachhaltig.“ In Franken gibt es allein zehn Naturparke, deren Hauptaufgabe auch eine nachhaltige Regional- und Tourismusentwicklung ist. Dazu kommen die heimische Gastronomie und Genusswirtschaft: „Schauen Sie sich etwa unsere regionalen Produkte an, erschaffen von unseren Winzern, unseren Brauereien, unseren Direktvermarktern und Gastronomen. Das alles ist Nachhaltigkeit! Sie ist genussvoll, sie ermöglicht neue Blickwinkel – und sie macht Lust auf eine Reise nach Franken“, betonte Bold.

Crossmediale Kampagne „Perspektivwechsel“

Eine Botschaft, die der Tourismusverband auch mit der neuen Kampagne „Perspektivwechsel“ kommuniziert. Insgesamt 26 Videos zum Thema Nachhaltigkeit, die beispielsweise bei YouTube zum Einsatz kommen, sind hierfür entstanden. 16 der Clips drehen sich um die fränkischen Ferienlandschaften und ihre nachhaltigen Angebote, zusätzlich wurden neun gebietsübergreifende Themen-Videos und ein gesamtfränkischer Clip produziert. Schon jetzt hat die Kampagne großen Erfolg: Bis zum Tag der Pressekonferenz wurden die Clips 85.000 Mal gesehen. Thomas Bold betonte zudem den crossmedialen Charakter: Die Videos werden nämlich auch in Anzeigen, in der Pressearbeit oder auf Instagram mit eingebunden. Unter anderem sind so 16 Insta-Reels bereits entstanden, die alle am Tag der Pressekonferenz auf den jeweiligen Instagram-Profilen der fränkischen Ferienlandschaften veröffentlicht wurden. Diese Art der Zusammenarbeit mit den 16 Feriengebieten unterstrich Bold besonders: „Der enge Kontakt mit unseren Mitgliedern und Partnern bildet das Fundament unserer Arbeit: Er ist Teil unseres Selbstverständnisses, unserer DNA!“

50 Jahre Frankenwald

Diesem Selbstverständnis entsprechend überlies Bold dann Landrat Klaus Löffler stellvertretend für den Naturpark Frankenwald das Wort. Anlässlich des 50-jährigen Bestehens stellte Löffler den Naturpark und sein Jubiläumsprogramm vor: „Wandern, Trekking, Radfahren, viele familiengeführte Gastgeber oder ein bedarfsgerechter ÖPNV und vor allem Raum und Zeit für Erholung statt Massentourismus“ bilden laut



Löffler das nachhaltige und naturverträgliche Fundament des Frankenwaldes, auf das sich bereits einige erfolgreiche Projekte stützen – etwa die Zertifizierung der Region als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“, das Projekt „Geopark Schieferland“ sowie das Engagement von drei Naturpark-Rangern. Für das Jahr 2023 stehen laut Löffler außerdem zahlreiche Jubiläumsaktionen an, so zum Beispiel ein Natur-Erlebnis-Tag, der Frankenwald Wandermarathon, das Lichtevent „Kronach leuchtet“, die Aktion „24 Stunden Frankenwald erleben“ oder die „Rosenberg Festspiele“.

Jahreshöhepunkte 2023

Jubiläen gibt es 2023 nicht nur im Frankenwald. Mit zahlreichen Veranstaltungen feiert etwa Bamberg 30 Jahre UNESCO-Welterbe-Status und in Bayreuth jährt sich die Eröffnung des Markgräflichen Opernhauses zum 275. Mal. „Eines der schönsten Geburtstagsgeschenke wird das neue Welterbezentrum sein, das derzeit in den Räumlichkeiten der Redoute direkt neben dem Opernhaus entsteht“, freute sich Thomas Bold, der auch noch weitere Jahreshighlights vorstellte: Zum Beispiel kommen im Juni tausende Gläubige und Kirchenleute aus dem deutschsprachigen Raum nach Nürnberg zum „Deutschen Evangelischen Kirchentag“. Gefeiert wird außerdem bei den „Bayerisch-Tschechischen Freundschaftswochen“ in Selb im Fichtelgebirge von Mai bis August.

Druckfrisches Urlaubsmagazin und neue Kulturbroschüre

Über die vielen Höhepunkte in Franken informieren die Websites sowie Themenzeitungen, Broschüren und Servicehefte des Tourismusverbandes Franken. Besonders legte Thomas Bold den Anwesenden das neue Urlaubsmagazin „Freu' Dich auf Franken“ ans Herz, das einen umfassenden Überblick über die Angebote der Saison 2023 gibt. Mit der Reportagereihe „Hausbesuche – Menschen in Franken“ stellt es zudem 16 Persönlichkeiten vor, die für einzigartige Angebote der 16 fränkischen Feriengebiete stehen. Ganz neu ist dieses Jahr darüber hinaus die Broschüre „Franken – Kulturelle Entdeckungsreise“. Die darin vorgestellten Kulturtipps sind mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen – und laden so passend zum Jahresthema zu nachhaltigen Ausflügen ein.

Medien-Kooperationen

Neben den eigenen Printprodukten setze der Tourismusverband Franken laut Thomas Bold auch 2023 wieder auf Kooperationen mit zahlreichen Medien-Partnern. So werde zum Beispiel die Zusammenarbeit mit der Reiseplattform „Secret Escapes“ oder dem Fernsehsender „SAT.1 Bayern“ fortgesetzt. Im Radio auf „Antenne Bayern“ läuft auch bereits eine reichweitenstarke Radio-Spot-Kampagne.

Tourismusverband Franken im Internet

Gesondert sprach Thomas Bold zudem die Rolle der eigenen Websites und Social-Media-Kanäle auf Instagram, YouTube oder Facebook an, auf denen der Tourismusverband Franken äußerst aktiv ist. Enorm wichtig sei diese Arbeit nicht nur für den



Tourismus selbst, sondern auch für seine Akzeptanz bei der einheimischen Bevölkerung, mit der der Verband über die sozialen Medien in Kontakt treten könne. Gerade weil der Tourismus in Franken so ein starker Wirtschaftsfaktor sei, der in den Coronajahren hohe Umsatzausfälle hinnehmen musste, sei das von Bedeutung. Abschließend bedankte sich Thomas Bold bei den Mitgliedern und Partnern des Tourismusverbandes Franken für die gute Zusammenarbeit in jener schwierigen Zeit: „Die vergangenen Jahre waren fordernd und anstrengend. Aber: Mit Zusammenhalt und Kreativität lässt sich vieles meistern.“

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