



Nachhaltiges Reiseland Franken - Perspektivwechsel

14. November 2023
Hofheim i.UFr.

1

Eckdaten FrankenTourismus



- **730 Mitglieder**
> 600 Kommunen / Landkreise
> Mitgliedschaft beim TV Franken mit Zuordnung zum entsprechenden Gebiet
- **16 Tourismusgebiete**
unabhängig von Verwaltungs-, Bezirks- oder Ländergrenzen, sondern nach landschaftlichen Gesichtspunkten
- **ca. 25,3 Mio. Übernachtungen** (2019)
aktuell ca. 480.000 über 2019er Niveau (Jan-Sept. 2023)
- **jeder 5. Gast aus dem Ausland**
- **10,4 Milliarden Euro Umsatz**
- **Beschäftigungseffekt:**
ca. 166.300 Arbeitsplätze
- **Umsatzausfall durch Corona:**
rund 4 Milliarden Euro!

2

Bruttoumsatz: Übernachtungsgäste + Tagesbesucher



Wirtschaftsfaktor Tourismus in Franken 2019:

Umsatz:	10,4 Mrd. Euro
Übernachtungstourismus:	3,9 Mrd. Euro
Tagestourismus:	6,5 Mrd. Euro
Gastgewerbe:	4,8 Mrd. Euro
Einzelhandel:	3,6 Mrd. Euro
Dienstleistungsgewerbe:	2,0 Mrd. Euro
Bezieher Primäreinkommen:	166.300 Personen

**Umsatzausfall Franken 2020 durch Corona: rund 4 Milliarden Euro!
(76,2 Mio. Euro pro Woche)**

Quelle: dwif, 2019, 2021 / Zusammenstellung: FrankenTourismus 2019, 2021



Unsere Superlativen...:

- Mitgliederstärkster und größter (ca. 33.000 km² Fläche) Regionalverband in Bayern
- Größte Dichte an mittelalterlichen Städten in BRD
- Größte Brauereidichte in Europa (Weltrekorde – Aufseß)
- **Sehr enger** Austausch und Zusammenarbeit mit den verschiedenen Ebenen (Ort-Gebiet-Verband)
- Innovative Marketingarbeit (z.B. „Franken – Wein.Schöner.Land!“, „Spielraum Franken“, „Hausbesuche“, Bewegtbild)
- Grenzüberschreitende Zusammenarbeit (z.B. MainRadweg, Kelten-Erlebnisweg)
- Fokus auf Weiterbildung / Digitalisierung / Qualitätsverbesserung / Marketing / Vernetzung Bsp: TourismusNetzwerk Franken

Franken 2019:	25.359.212 Übernachtungen / + 0,7 %
Bayern 2019:	100.911.480 Übernachtungen / + 2,2 %
Deutschland 2019:	495.615.504 Übernachtungen / + 3,7 %
Franken 2020:	14.925.908 Übernachtungen / - 41,2 %
Bayern 2020:	59.962.427 Übernachtungen / - 40,6 %
Deutschland 2020:	302.313.250 Übernachtungen / - 39,0 %
Franken 2021:	15.908.523 Übernachtungen / + 6,6 %
Bayern 2021:	60.969.813 Übernachtungen / + 1,7 %
Deutschland 2021:	310.245.187 Übernachtungen / + 2,6 %
Franken 2022:	23.280.437 Übernachtungen / + 46,3 %
Bayern 2022:	92.267.961 Übernachtungen / + 51,3 %
Deutschland 2022:	450.706.887 Übernachtungen / + 45,3 %
Franken 2023: (Jan.-Sept.)	18.155.659 Übernachtungen / + 2,7 % (2023/2019)

- Klimawandel
 - > Veränderung der Kulturlandschaft (Weinbau, Hopfen, Flussauen, Wälder etc.)
 - > Aufheizen der Städte
 - > Trockenheit / Überschwemmungen (Wanderwege, etc.)
- Energiekrise / Inflation
 - > Sparen beim Urlaub / Restaurantbesuche / Familienausflüge...
- Arbeitskräftemangel
 - > Neue Arbeitszeitmodelle
 - > Anwerbung von Arbeitskräften
 - > Best Practice: „Frankens Junge Touristiker“
- Erhöhung der Tourismusakzeptanz bei der einheimischen Bevölkerung
Imagekampagne der BayTM und Wirtschaftsministerium
- Zukunfts- und wettbewerbsfähige Finanzierung der öffentlichen Tourismusarbeit
- Definition neuer Erfolgsfaktoren
(KPI's = Key Performance Indicators – Schlüsselkennzahlen) – Statistik –





Schwerpunkt für Bayern, Orientierung an der GWÖ - Gemeinwohlökonomie

- Fachvorträge (BayTM, Christian Nordhorn)
- Workshops (BayTM, Realizing Progress)

Zukunftsfähiger Tourismus für Franken:

- Bezuschussung der o.g. Workshops
- Fachvortrag bei z.B. Mitgliederversammlung 2022
- zwei Seminare über die Fränkische Tourismus Akademie zum Thema „Wie kommuniziere ich Nachhaltigkeit?“
- Infos im TourismusNetzwerk Franken (Wissenswertes)
- Train the trainer-Workshop am 15.11.23 (Innenkommunikation)



	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
Touristische Leistungsträger*innen und regionale Wirtschaft <small>Hotellerie, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter</small>	A1 Etablierung von Geschäftsbeziehungen und Partnerschaften im touristischen Leistungsträger*innen- und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen „Nutzer*innen“, die Vision und Werte teilen, Fairness in der Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Etablierung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und offene Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Verankerung der Mitarbeiter*innenrechte
Eigentümer*innen, Entscheider*innen und Finanzpartner*innen <small>Investoren, Eigentümer*innen, Eigentümer*innen, Eigentümer*innen, Eigentümer*innen</small>	B1 Ethisches Finanzverhalten – Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnützig, Solidarität und Verantwortlichkeit im finanziellen Wirtschaften für Tourismus als Wirtschaftskategorie	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung im Entscheidungsprozess und im Investitionsverhalten	B4 Alten und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgruppen und Investitionsverhalten
Mitarbeiter*innen <small>Hotellerie, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter</small>	C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeiter*innen und Menschennutzen	C2 Individualität, Flexibilität und Verantwortlichkeit in der Ausgestaltung von Verträgen, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Etablierung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeiter*innen	C4 Transparenz und Mitbestimmung als zentrale Bestandteile der Unternehmenskultur
Zielgruppen und Bevölkerung <small>Hotellerie, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter</small>	D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Lebensmitteln	D2 Ökologischer Baustein als gemeinsames Element für die Gestaltung von Gästen und Lebensmitteln	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Lebensmitteln in die Gestaltung des Lebensraums
Enkel und Nachbarn <small>Hotellerie, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter, Reiseveranstalter</small>	E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen und Nachbarn*innen, Generationengerechtigkeit und Gleichheit, ohne unüberlegte Generationen*innen, Möglichkeiten zu beschneiden	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handlungsfelder zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMS und dem gesellschaftlichen Umfeld – auch im Sinne zukünftiger Generationen

Quelle: Bayern Tourismus / Handbuch-Nachhaltigkeit

FrankenTourismus: Sensibilisierung aller Partner für nachhaltigen Tourismus

- A) Workshops „Nachhaltige Destinationsentwicklung“ (14 in Franken – führend in Bayern)
Durchführung von moderierten Workshops in den fränkischen Gebieten / Städten zur regions-/orts-spezifischen Umsetzung der BayTM-Matrix „Nachhaltige Destinationsentwicklung“
(Impulsgebung für die Erarbeitung einer individuellen Nachhaltigkeitsstrategie)
- B) Seminarangebot „Nachhaltige Kommunikation im Tourismus“ über die Fränkische Tourismus Akademie
- C) Informationen zu dem Thema in der Rubrik „Wissenswertes für die Tourismusarbeit“ im TNF
- D) Coaching von Betrieben und Erlebnisanbietern zu den Themen „Nachhaltigkeit“ und „Digitalisierung“
- E) E-Learning-Angebote im TourismusNetzwerk Franken (TNF), *in Verbindung mit:*
- F) Nachhaltigkeits-Reihe: Webinare und Lerneinheiten über Teejit





11

zum Video:



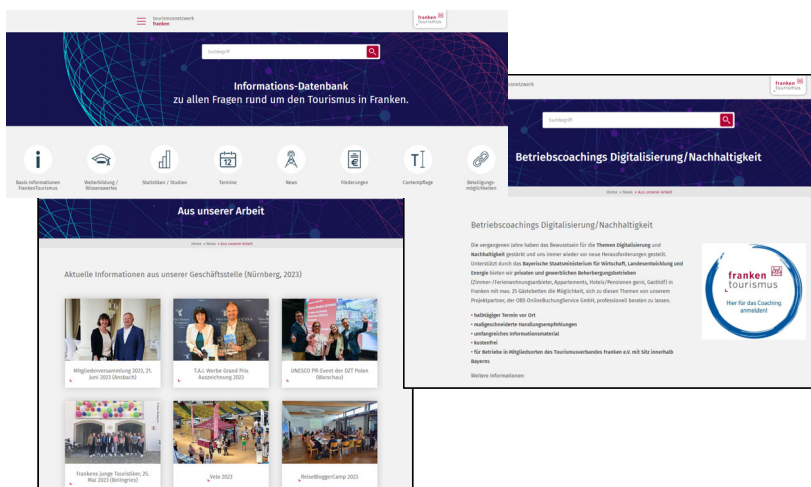
12

Förderprogramme „Digitalisierung / Nachhaltigkeit / Onlinebuchbarkeit“

- TVF: Beauftragung und Finanzierung der Maßnahmen zum Coaching von Kleinvermietern (unter 25 Betten) zu den Themenfeldern „Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ 2022 und 2023 insgesamt **110** Coachingtermine durchgeführt
- TVF: Beauftragung und Finanzierung der Maßnahmen zur „Sensibilisierung von Erlebnisanbietern zur Onlinebuchbarkeit“ in den fränkischen Urlaubsgebieten 2022 und 2023 insgesamt **16** Gruppencoachingtermine durchgeführt
- Förderprogramme sind zum 30. Juni 2023 ausgelaufen



TourismusNetzwerk Franken inkl. E-Learning-Module und Chat-Funktion



Alle wichtigen Informationen rund um den Tourismus in Franken:

- Förderprogramme
- Statistiken/Studien
- Termine
- Beteiligungen
- E-Learning
- Aus unserer Arbeit
- Weiterbildung Fränk. Tourismus Akademie
- Chat-Funktion
- Und vieles mehr!

Thema „Nachhaltigkeit“

- Zentral: Website mit Informationen, Inspirationen und Tipps für nachhaltigen Urlaub in Franken (ständige Weiterentwicklung von Themen und Inhalten)
- Anzeigenschaltungen
- Kooperationen mit Secret Escapes und SAT.1 Bayern
- Fachtagungen / Workshops (z.B. FTA-Workshops „Nachhaltige Kommunikation“)
- Workshop „Nachhaltige Destinationsentwicklung“ (bereits 14 in Franken!)
- 16 Videoclips in den fränkischen Gebieten (Nachhaltiges Reisen, regionale Produkte, ÖPNV)

zum Video:



Kampagne: „Perspektivwechsel Franken“

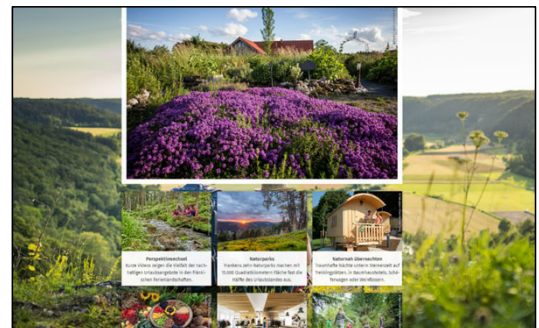
- 16 Clips Gebiete, 16 Insta-Reels Gebiete (Insta-Reels zeitgleich durch die GA-Accounts parallel zur PK Franken)
- 9 Themenclips (Familienerlebnisse, Gastgeber, Genussenerlebnisse, ÖPNV, Naturerlebnisse, Radeln, Wandern, Stadterlebnisse, Wohlfühlerlebnisse)
- 1 Gesamtfränkischer Clip
- Intensive Bewerbung auf allen Kanälen
- > bisher über 450.000 Mal angesehen!
- > **Preisträger beim „T.A.I. Werbe Grand Prix 2023“**
Signum Laudis Medaille in Silber (Publikumswertung)
- > **Platz 4 in der Kategorie „Freizeit & Touristik“**
beim „Deutschen Preis für Online-Kommunikation“
- > **Gewinn des Destination Award des Travel Industry Clubs**



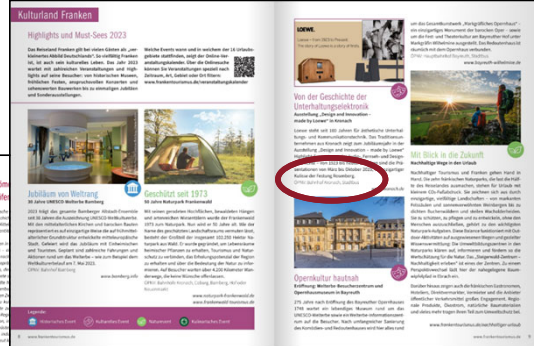
Website www.frankentourismus.de/nachhaltiger-urlaub/

Ergänzung von Inhalten, aktuell z.B. Abfrage bei den Gebieten zu der Rubrik „**Nachhaltiger Genuss**“

- Kulinarische Initiativen (z.B. Frische aus Main-Spessart, Gscheitgut, original regional etc.)
- Nachhaltige Beweidungsprojekte (z.B. Altmühltaler Lamm, Rhönschaf, Sechsamter-Rotvieh etc.)
- Nachhaltig aus Tradition (z.B. Karpfenteichwirtschaft, Innerstädtischer Erwerbsgartenbau, Dörrobstherstellung etc.)



Franken – Kulturelle Entdeckungsreise.



Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung Ausgabe „Deutschland wie bist Du schön“

- ca. 200.000 Exemplare
- ¼ Anzeigenseite
- Kosten: 3.606,24 Euro (netto)
- 56% Rabatt!!

- Fertige Anzeige nachhaltiges Kulturland Franken Perspektivwechsel

- ET: 28. Mai 2023



Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit



Süddeutsche Zeitung Freizeitmagazin Franken 2023

- 40.500 Exemplare als Teilaufgabe der Süddeutschen Zeitung (Franken, Niederbayern, Oberpfalz)
- Zielgruppen:
- Aktivurlauber
- erlebnis-, genuss- und kulturorientierte
- Genussreisende
- Thema: Aktiv (Rad/Wandern)
- ET: 13. Mai 2023

Ein Fest für Kultur, Kulinarik, Natur und neue Freundschaften
Die Höhepunkte 2023 in Franken

30 Jahre UNESCO-Welterbe Bamberg
30 Jahre ist es her, dass die gesamte Stadt Bamberg als eine der ersten Städte in Deutschland zum UNESCO-Welterbe ernannt wurde. Damit wurde Bamberg als 101. Weltkulturerbe in die Liste der UNESCO-Welterbestätten aufgenommen.

Nachhaltig die Natur genießen
Grüner Urlaub ist ein beliebtes Hobby. Auf dem 12. Mai haben die Aktivurlauber in der Region Franken einen besonderen Tag erlebt. In der Region Franken sind die Naturerlebnisse vielfältig. In der Region Franken sind die Naturerlebnisse vielfältig. In der Region Franken sind die Naturerlebnisse vielfältig.

franken TOURISTENFESTIVAL
Kuliner Tipps und Infos rund um Freizeit und Urlaub in Franken

50 Jahre Naturpark Frankenwald
Zum Jubiläum spielen mit den Wäldern, Wäldern, Wäldern, Waldarbeiter und Naturerlebnisse in der Region Frankenwald. Mit dem Naturpark Frankenwald wird die Naturerlebnisse in der Region Frankenwald.

Bayerisch-Tschechische Freundschaftswochen
Von Mitte August bis zum 1. September 2023 sind in der Region Frankenwald die Freundschaftswochen.

Welterbezentrums Bayreuth
Im Welterbezentrums Bayreuth sind die Naturerlebnisse vielfältig. In der Region Franken sind die Naturerlebnisse vielfältig.

Kirchentag
Am 13. Mai 2023 sind die Naturerlebnisse vielfältig. In der Region Franken sind die Naturerlebnisse vielfältig.

www.frankentourismus.de | 21

21

Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit



Reisemagazin „unterwegs“

- ca. 80.000 Exemplare
- Online: 5,4 Mio. registrierte Nutzer
- Verbreitung: DACH + BeNeLux
- 1 Seite Anzeige (Advertorial)
- Kosten: 1.998,00 Euro (netto)
- Advertorial nachhaltiges Kulturland Franken
- ET: Juni 2023

JUBELZEITEN IN FRANKEN
MIT ZAMBECHEN FESTIVAL, TREHMUSEUMSLEISER, KULINARISCHEN HOHEPUNKTS UND SENKEN ENIGMATAZIS KULTURELLEN SCHÄTZEN FEIERT DAS FRANKENLAND DAS JAHR 2023 UND DIE ZAMBECHEN NACHWACHSUNGSSCHREITER IN BESONDERER TABELLE FÜR DEN BESONDEREN GLANZ.

NACHHALTIGER URLAUB IN FRANKEN
In Franken kann der Urlaub nicht nur aktiv und gesund sein, sondern auch nachhaltig. In der Region Franken sind die Naturerlebnisse vielfältig. In der Region Franken sind die Naturerlebnisse vielfältig.

unterwegs...
REISELEBEN | REPORTAGEN | GADGETS | KULTUR | KULINARIK | LESEN | 04|23

Wir sind denn mal...
FREIZEIT-PARADISE AM BODENSEE
WILDE KÜSTE FRANKENREICH
SANTIAGO DE CHILE
BALI

KOMMT DER KUCKUCK RAUS, KICKERN DIE JAPANER

www.frankentourismus.de | 22

22

**Sonderheft
„So schmeckt Bayern“**

- 1/1 Seite Advertorial
- Digitale Verlängerung
- Ausgabe 1/2022
- Beilage in Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (17.4.2022)
- Verschiedene Auslagestellen (DACH-Raum)
- Auflage ca. 200.000



Bayern. Das Magazin

- Thema: Nachhaltiger Genuss in Franken
- Advertorial: 1/1 Seite
- Auflage ca. 60.000
- Reichweite ca. 480.000 Leser:innen
- Als Beileger am 14.06.2023:
 - Der Feinschmecker (Ausgabe 07/2023)
 - FOODIE (Ausgabe 02/2023)
- ET: Ende April 2023



TN-Deutschland

- Newsletter-Meldung
- ET: 25. April 2023

Marketing

Franken Tourismus mit neuer Jahreskampagne

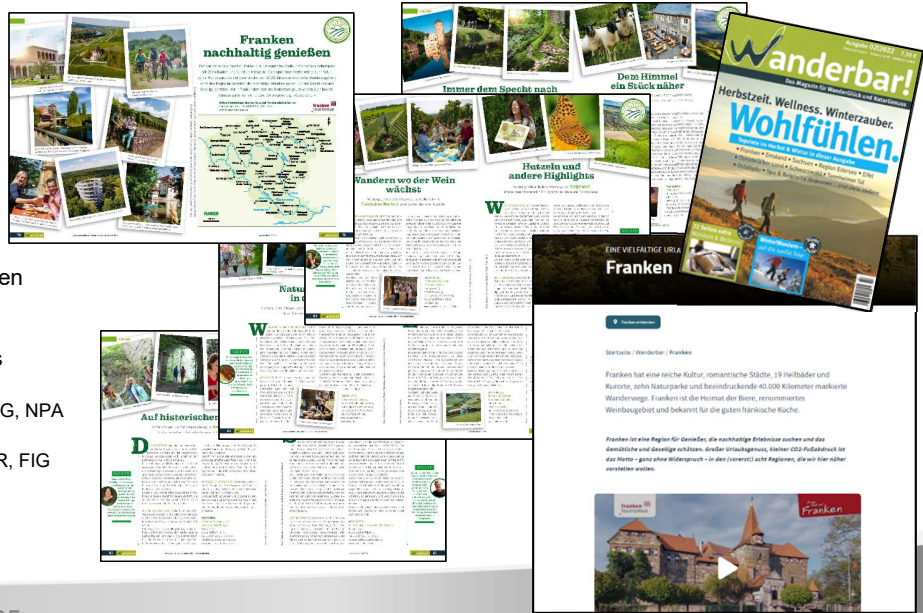
Franken Tourismus hat seine neue Jahreskampagne mit dem Titel „Perspektivwechsel – Nachhaltige Urlaubserlebnisse in Franken“ vorgestellt. Darüber sollen die nachhaltigen Urlaubsangebote der Region crossmedial, stimmungsvoll und authentisch in Szene gesetzt werden. Im Mittelpunkt stehen kurze und hochwertige Videos mit einheitlichem Auftritt, für die Franken Tourismus in allen 16 Ferienlandschaften der Region unterwegs war und die die ganze Bandbreite der Urlaubsmöglichkeiten abbilden sollen. Pro Gebiet wurde ein Clip produziert, der auf den Websites der DMO und der Regionen sowie in einen YouTube-Kanal eingebunden ist. Aus dem Rohmaterial sind zusätzlich 27 Insta-Reels, ein gesamtfränkisches sowie neun gebietsübergreifende Videos entstanden. Die Resonanz auf die insgesamt 26 Videos ist hoch: Sie wurden bereits über 230.000 Mal auf YouTube und Instagram angesehen.

Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit



Magazin „wanderbar“

- 2 Ausgaben (Frühjahr und Herbst 2022)
Auflage je: ca. 60.000 (Leserschaft ca. 255.000)
- <https://www.wanderbares-deutschland.de/wanderbar/franken>
- Alle 16 Gebiete
- Schwerpunkt: Nachhaltigkeit
- 2 Seiten Intro FrankenTourismus
GA im Frühjahr: SML, RHÖ, HAS, OMJ, FWL, STE, REG, NPA
GA im Herbst: LTT, FSL, ROM, FRS, NLT, FRW, COR, FIG



www.frankentourismus.de | 25

25

Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit



Magazin „MERIAN“

- FRANKEN-Ausgabe (9/2022)
ET: 25.08.2022
- Schwerpunkt: Nachhaltigkeit
- 2 Seiten FrankenTourismus
- Auflage: 60.000 Magazine



www.frankentourismus.de | 26

26

Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit



Die Neue Reiselust

- Ausgabe 2/2022 (Oktober)
- Schwerpunkt: Nachhaltigkeit
- 2 Seiten FrankenTourismus
- Auflage: ca. 40.000
- 1 Seite Anzeige „Image Franken“
- 1 Advertorial „Nachhaltiges Reiseland Franken“
- ET: 12. Oktober 2022



www.fränkentourismus.de | 27

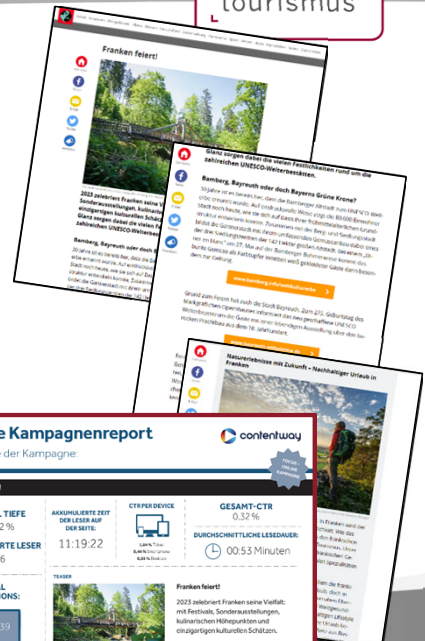
27

Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit



Magazin „Der Reiseguide“

- ca. 112.000 Druckauflage
- ca. 770.000 Leser
- Ausgabe 10. April 2023 mit der Tageszeitung „DIE WELT“
- 1 Seite Advertorial „Franken – Kulturhighlights & Orte“
- ET: 10. April 2023



www.fränkentourismus.de | 28

28

Auslandsmarkt „Österreich“

Crossmediale Medienkooperation „Embrace German Nature“

- 1/1-Advertorial im Magazin „Terra Mater“
- Laufzeit: Anfang Juni – Ende September 2022
- Onlineverlängerung auf terramatermagazin.com (Laufzeit 2 Monate)
- Integration: Newsletter, Facebook, Instagram
- Verbunden mit Fotowettbewerb, Gewinn bereitgestellt vom Creativ Hotel Luise, Erlangen
- Auflage: 33.881 Magazine
- Social Media Kampagne: 4 Mio. Social Impressions
- Facebook: 746.435 Social Impressions

Seltene Tierarten, die man in fränkischen Naturparks entdecken kann

Die fränkischen Naturparks beherbergen viele Arten Lebensraum, manche von ihnen kommen sogar nur mehr dort vor. So gibt es im Bunteck die Erdkröten-Dickfußlerkenschwänze rund 75 Jahre lang in Deutschland als ausgestorbene, bevor sie im Naturpark Chörlitz wiederentdeckt wurde.

Wie diese Arten wieder entdeckt wurden, erzählt Armin Dürsch in der Naturparkgeschichte, eine der Feuersalamander, die in den Hainbergen in besonders großer Population vorkommen, oder der Schwarzwald. Er ist ein seltener Bewohner ohne Wälder und Insekten-Gewässer, in denen er ausschließlich Nahrung findet.

Im Naturpark Bunteck leben seit 2015 Antennentierchen, um das von Ausrechen bedrohte Birkhuhn wieder zu etablieren. Die Ausbreitung von selteneren Tierarten ist möglich, wenn die Zahl der Tiere durch natürliche Reproduktion wächst.

Heimat für seltene Tiere

Die fränkischen Naturparks beherbergen viele Arten Lebensraum, manche von ihnen kommen sogar nur mehr dort vor. So gibt es im Bunteck die Erdkröten-Dickfußlerkenschwänze rund 75 Jahre lang in Deutschland als ausgestorbene, bevor sie im Naturpark Chörlitz wiederentdeckt wurde.

Wie diese Arten wieder entdeckt wurden, erzählt Armin Dürsch in der Naturparkgeschichte, eine der Feuersalamander, die in den Hainbergen in besonders großer Population vorkommen, oder der Schwarzwald. Er ist ein seltener Bewohner ohne Wälder und Insekten-Gewässer, in denen er ausschließlich Nahrung findet.

Im Naturpark Bunteck leben seit 2015 Antennentierchen, um das von Ausrechen bedrohte Birkhuhn wieder zu etablieren. Die Ausbreitung von selteneren Tierarten ist möglich, wenn die Zahl der Tiere durch natürliche Reproduktion wächst.

Entdecken auf die spezielle Art

Aus jeder Tradition lassen sich in Franken ein Beispiel von der Natur geben und in der Natur der Landschaft wieder. Eine der schönsten Arten sind die Fledermausarten, die in der Natur der Landschaft wiederentdeckt wurden. Die Fledermausarten sind in der Natur der Landschaft wiederentdeckt wurden. Die Fledermausarten sind in der Natur der Landschaft wiederentdeckt wurden.

Comback aller Nutzerrassen

In den Naturparks wird mittlerweile die Schäfer- und die Schaf- und die Ziegenhaltung wieder etabliert. Die Schäfer- und die Schaf- und die Ziegenhaltung wird etabliert. Die Schäfer- und die Schaf- und die Ziegenhaltung wird etabliert.

Auch Projekte wie das „Aische Dorf“

Ein solches Projekt wie das „Aische Dorf“ ist ein Projekt, das die Schäfer- und die Schaf- und die Ziegenhaltung wieder etabliert. Die Schäfer- und die Schaf- und die Ziegenhaltung wird etabliert.

3 Ausflugsideen in Franken

Am schönsten ist es, die Natur Franken und ihre kleinen Wunder zu Fuß entdecken. Nicht vergessen sollte man diese Orte:

- **Steigwald Zennaro** - Nachhaltigkeit erleben: Ein Tipp besonders für Familien mit Kindern, denn hier wird Wasserkraft über den Naturpark umgewandelt und Nachhaltigkeit erlebbar gemacht.
- **Berg Heilbrunn** - In der Nähe des Naturparks Zennaro und gleichzeitig der höchsten Quelle im Franken: Eine tolle Idee für den Familienurlaub.
- **Wald bei Langenbach** - Eine tolle Idee für den Familienurlaub, von Wein und der regionalen Kultur. Jeder dieser Orte verbindet sich mit einem regionalen Thema und bestreift mit einem Blick über viele Bereiche: Landwirtschaft, Kultur, auf die Ökologie der Ökonomie und der Wasserläufe.

Weniger Informationen
www.frankentourismus.de www.parktourismus.de

Auslandsmarkt „Schweiz“

Rheinalp Kampagne (DB/SBB)

- Laufzeit: Mai-Dezember 2022
- Reichweite Kampagnen-Landingpage „Franken“: über 10.000 Besuche, 475 ausgelöste Fahrplananfragen

Ankommen in der Natur - Nachhaltige Ferien in Franken

Nachhaltiger Tourismus liegt in der fränkischen Natur. Dafür stehen vor allem die sechs Naturparks, die mehr als die Hälfte des Freistaats Franken ausmachen - von den offenen Flächen der Rhön bis zu den Wäldern des Naturparks Altmühltal.

Die Natur ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Lebensqualität und ein wichtiger Faktor für die Attraktivität eines Reiseziels. Die Natur ist ein unverzichtbarer Bestandteil der Lebensqualität und ein wichtiger Faktor für die Attraktivität eines Reiseziels.

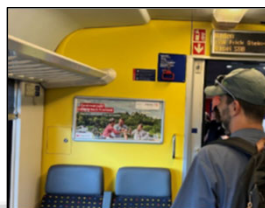
Kulturzeit in Franken

Sind Sie noch auf der Suche nach einem nachhaltigen und facettenreichen Reiseziel? Dann reisen Sie jetzt bequem mit dem Zug und nur einem Umstieg ins Frankenland. Entdecken Sie eines der 10 Naturparks von der Rhön bis zu den Wacholderhainen im Altmühltal. Lernen Sie Kultur in einer der 5 UNESCO-Weltkulturerbestätten kennen oder genießen Sie regionale Spezialitäten, wie Nürnberger Bratispa oder fränkisches Bier. All das und vieles mehr erleben Sie in Franken!

Natur & Kultur in Franken

Schweiz: Jahreshaupt in Aachhofburg
© SZT/Provision Consulting

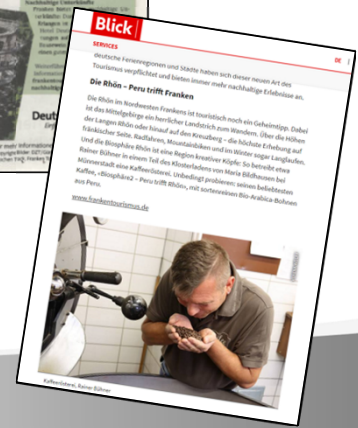
Partnerintegration Franken	
Darstellung	Landingpage DZT, Landingpage SBB, Integration ins Kampagnenvideo
OOH	Railposter im Zug
DOOH	Screens am Bahnhof
Medienkooperation	Print – Blick Extra Reisen, Online – blink.ch, bluewin.ch
Online-Werbemittel	Display Ads sbb.ch, Programmatic und GDN, Native Ads, Google SEA
Social Media	Facebook, Instagram, Pinterest
Email-Marketing	Kampagnenmailing SBB, B2C-Newsletter DZT



Auslandsmarkt „Schweiz“

Nachhaltigkeitskampagne „Feel Good“

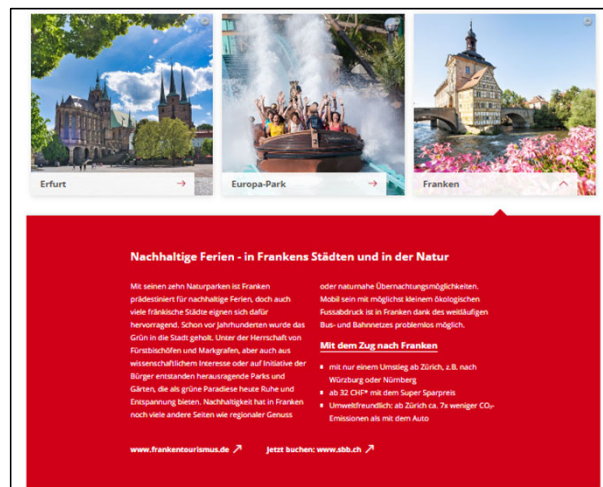
- Audiokampagne mit Fokus auf Spotify mit individuellem Spot (30 Sek.)
- Begleitende SocialMedia Kampagne auf Instagram
- Pressereise von Verena Wolff (27.-29. September 2022, Rhön)
- Laufzeit: Ende September – Ende November 2022
- Gesamtreichweite aller Aktivitäten: 4.657.927
 - Medienkooperation (Blick, SonntagsBlick, Bluewin): 1.065.175 Leser
 - Spotify: 1.085.237 Impressions
 - Social Media: 2.507.515 Impressions



Auslandsmarkt „Schweiz“

Bahnkampagne mit Rheinalp (DB/SBB)

- Thema: Nachhaltige Bahnreisen nach Deutschland
- Darstellung auf der Kampagnen-Landingpage www.germany.travel/bahn
- Ganzjährige Präsenz, Fokus der Kampagne: März/April 2023
- Inspirationskampagne im DZT-Layout



Auslandsmarkt „Niederlande“

Nachhaltigkeitskampagne „Feel Good“

- Salt Magazine: 1/1 Seite Contentplatzierung
- Platzierung auf der Website
- Add-on: Meldung im Pressenewsletter

Te voet door Franken

De langaafstandsroute, het **Pad van de Ciclerenzers**, beslaat ongeveer 5.000 kilometer en loopt door zes Europese landen. De eerste etappe is eind mei 2022 geopend in Ebrach in het **Steigenwald**. De plaats, waarvan de skyline wordt gedomineerd door een indrukwekkend oud barok klooster, geeft gasten een eerste indruk van de macht van de monikerorde. Vanaf 1127 lieten de broeders hun sporen na in het landschap van het Steigenwald. Het eerste deel van het culturele wandelged loopt van Bamberg naar Kitzingen met een lengte van ongeveer 130 kilometer.

Bamberg, stöt Aßenburg in Oberranken
© Westend11 Martin Moder

[Meer weten over de regio Franken?](#)

NATURE ESCAPE

Franken
Biken en Bieren

Routetips

- Wandelen
- Biken
- Bieren

WINE LAND

Franken is de regio waar de wijnbouw al sinds de Romeinse tijden een belangrijke rol speelt. De regio is bekend om zijn diverse wijnen, waaronder de beroemde Franken Riesling.

Frankenschau / Bayerischer Rundfunk

- Sendungsdatum: 9. April 2023

Radio Energy

- Deutschlandweite Kooperation
- Infomercials (60 Sekunden)
- Reichweite (Radio und Social Media): ca. 4 Mio
- Laufzeit: 10 Tage, täglich zwischen 6 und 18 Uhr
- Verlängerung auf Social Media Kanälen
- Ausstrahlung: 23.03.2023



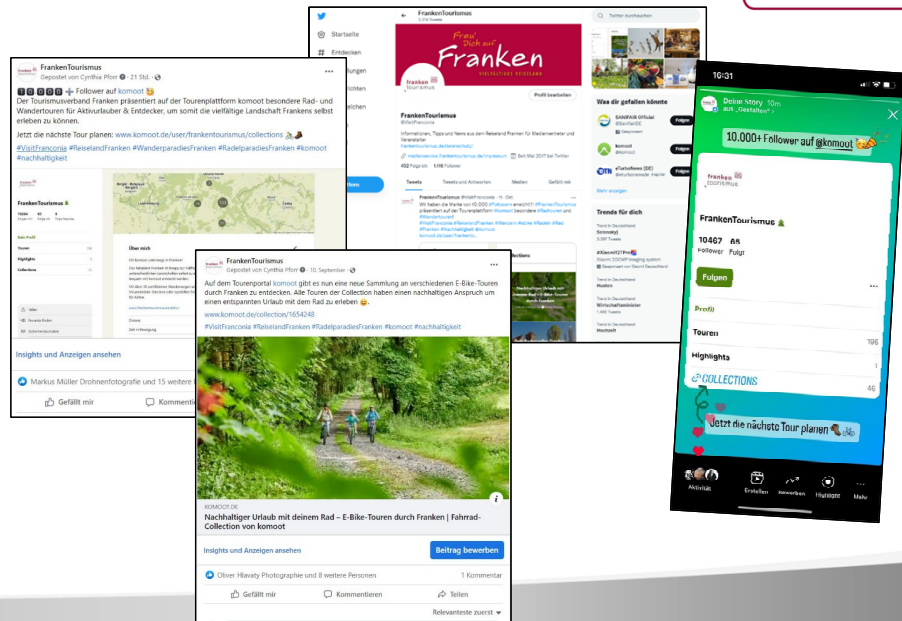
Franken Tourismus
Nachhaltiger Tourismus in Franken und ein Geheimtipp!

Im Urlaub etwas für die Gesundheit tun: Damit liegst du voll im Trend

Stellst du auf der Suche nach einem Urlaub, der dir auch zurück im Alltag noch lange Spinnen haben wir gute Nachrichten für dich! In Bayern gibt es so viel mehr, die vollwertigen Trends dieser Welt! Ob Yoga, Silent, Fasten, Pilger oder Ayurveda-Retreat – "Mein Urlaub ist immer eine gute Idee. Und voll im Trend liegt die damit auch: Wellness im Urlaub etwas für die Gesundheit zu tun. Ist das neue Wellness. Wieviel davon in deinen Ferien stecken soll, entscheidest du allein. Von **strengen Heilfasten bis zum entspannten Moorbad** kannst du in Bayern alles erleben, was im **Urlaub für Entspannung** sorgt. Erschaffe dir Erlebnisse, die dich bereichern. Menschliche Körperlichkeit. Und nutze die schönste Zeit des Jahres für das wichtigste in deinem Leben: Dich!

Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit

- Mehr als 10.000 Follower
- Meldungen auf:
 - Twitter
 - Newsletter
 - Instagram
 - Facebook
 - TNF



Marketing – Destinationsmarketing – Schwerpunkt Nachhaltigkeit



Messestand „Franken“

- Material-Recycling
- Heimische Stoffe/Materialien
- Stromeinsparung / LED
- Prospektrücksendungen
- Langfristiger Einsatz

Weitere Veröffentlichungen

- Radio-Interviews
- Radio-Spots auf Antenne Bayern
- TV-Beitrag auf TV Oberfranken
- Secret Escapes Kampagne: <https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/news/aus-unserer-arbeit/secret-escapes-2023/>
- Advertorial in Falstaff Travel
- Advertorial im Reisemagazin „Clever Reisen“
- Online Kampagne auf www.reisereporter.de
- Advertorial in einer Beilage des STERNS
- Anzeige in „Mein Magazin Reise – Sommer Specials“
- TV-Beitrag auf TV Mainfranken (Herr Angermüller) <https://www.tvmainfranken.de/mediathek/video/machs-nachhaltig-nachhaltiges-reisen-und-das-projekt-schatzkiste/>
- Advertorial „Agil – Das Reise- und Freizeitmagazin“



37



38

Das Franken Team – vielen Dank für die Aufmerksamkeit



Tourismusverband Franken
Pretzfelder Straße 15
90425 Nürnberg
info@frankentourismus.de
www.frankentourismus.de



www.frankentourismus.de | 39