



Mitgliederversammlung Spessart-Mainland

18. März 2024

Lohr a.Main

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 insgesamt**
(2019, inkl. außerbayerische Mitglieder)
- **jeder 5. Gast aus dem Ausland**
- **10,4 Milliarden Euro Umsatz**
- **Beschäftigungseffekt:**
ca. 166.300 Arbeitsplätze

2

Eckdaten FrankenTourismus | Übernachtungszahlen der Jahre 2019 – 2023



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:	23.289.839 Übernachtungen
Bayern 2023:	100.256.339 Übernachtungen / + 8,7 %
Deutschland 2023:	487.109.543 Übernachtungen / + 8,1 %

Anmerkung: Die Zahlen 2019 bis 2023 sind **inklusive** der Mitgliedsorte aus den Bereichen Baden-Württemberg, Hessen, Thüringen
Die Zahlen 2023 sind **ohne** die Mitgliedsorte aus den Bereichen Baden-Württemberg, Hessen, Thüringen

www.frankentourismus.de | 3

3

Eckdaten FrankenTourismus | Übernachtungszahlen 2023 – 16 Gebiete



Tourismusgebiete „Franken“	Übernachtungen (1)	Veränderung	Aufenthaltsdauer
Naturpark Altmühltal	1.441.950	7,6 %	2,0
Fichtelgebirge	1.515.871	5,9 %	2,4
Fränkische Schweiz	1.046.860	8,4 %	2,5
Fränkisches Seenland	1.322.611	9,9 %	3,2
Fränkisches Weinland	2.589.353	11,7 %	1,9
Frankenwald	819.222	9,3 %	3,1
Haßberge	314.275	8,7 %	2,8
Liebliches Taubertal	Keine Daten		
Nürnberger Land	415.758	10,3 %	1,9
Obermain.Jura	674.798	7,6 %	3,1
Coburg.Rennsteig*	447.874	13,6 %	2,9
Rhön	2.789.139	8,3 %	4,6
Romantisches Franken	1.792.954	11,5 %	2,1
Spessart-Mainland**	1.404.377	8,8 %	2,0
Städteregion Nürnberg	4.592.231	12,7 %	1,9
Steigerwald	2.122.566	9,6 %	2,3
	23.289.839	10,0 %	2,3

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ /
ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
* ohne Mitglieder in Thüringen
** ohne Mitglieder in Hessen

08. Februar 2024
Quelle:
Statistische
Landesämter
(BY, BW, HES, THÜ)

Hinweis: Angaben ohne Gewähr

www.frankentourismus.de | 4

4

Wirtschaftsfaktor Tourismus in Franken 2019 (Neuaufgabe 2024)

Bruttoumsatz: Übernachtungsgäste + Tagesbesucher



Bruttoumsatz durch den Tourismus: 10,4 Mrd. Euro
 - Übernachtungstourismus 3,9 Mrd. Euro
 - Tagestourismus 6,5 Mrd. Euro

Verteilung des Umsatzes:
 - Gastgewerbe 4,8 Mrd. Euro
 - Einzelhandel 3,6 Mrd. Euro
 - Dienstleistungen 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



Bruttoumsatz: Übernachtungsgäste + Tagesbesucher

Wirtschaftsfaktor Tourismus im Spessart-Mainland 2019

Umsatz: 0,83 Mrd. Euro

Tagestourismus: 0,48 Mrd. Euro

Übernachtungstourismus: 0,35 Mrd. Euro

Gastgewerbe: 0,41 Mrd. Euro (49,8 %)

Einzelhandel: 0,26 Mrd. Euro (31,0 %)

Dienstleistungen: 0,16 Mrd. Euro (19,2 %)

Bezieher Primäreinkommen: 13.190 Personen

Umsatzausfall 2020 durch Corona: ca. 213 Mio. Euro

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

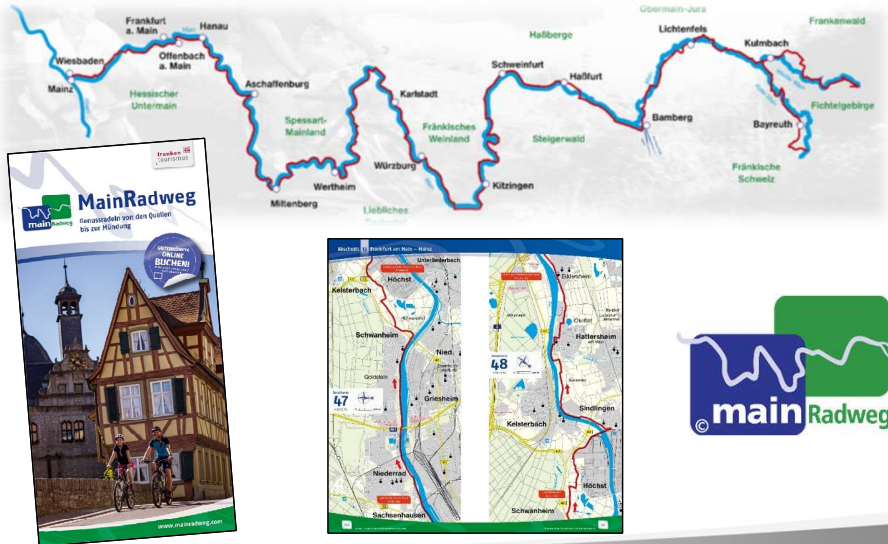
Franken Tourismus – Produktlinienmarketing



Tourbegleiter MainRadweg

Gemeinsame Finanzierung

	km	%
FIG, FRS	66	11,0
FRW	41	6,8
OMJ	48	8,0
HAS	45	7,5
STE	32	5,3
FWL	145	24,2
LTT	14	2,4
SML	134	22,3
Hessen	75	12,5
Gesamt	600	100,0



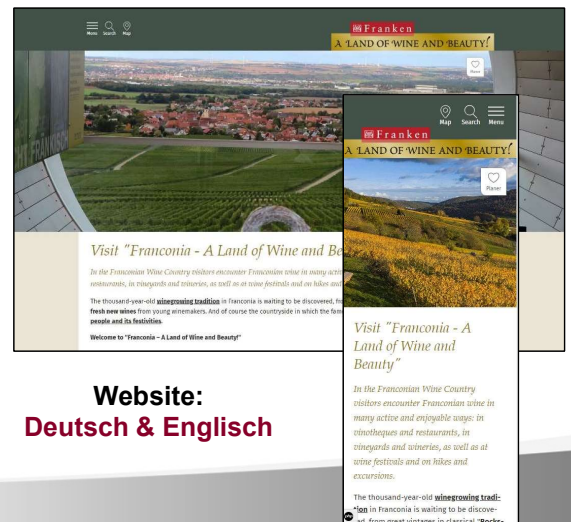
www.frankentourismus.de | 7

7

Franken Tourismus – Produktlinienmarketing



Franken
WEIN.SCHÖNER.LAND!
Reisen zum Wein



- Häufigste Aufrufe: Unterkünfte, Weinfeste, Terroir f, Winzer
- Spitzen an Wochenenden und Feiertagen
- Online-Blätterkatalog

Website:
Deutsch & Englisch

www.frankentourismus.de | 8

8

Franken Tourismus – Produktlinienmarketing



Innen-Marketing

- Kontakt zu den Anbietern (Newsletter)
- Stärkung der „Sichtbarkeit“ der Kampagne
- Verstärkung „SocialMedia“ (Tweets, Facebook, Insta, Blog, etc.)
- Zertifizierungen / Beratung (Platzierung auf Website „F-WSL“)
- etc.

93 Anmeldungen
(Start Saison 2023)

2024: ca. 120 Empfänger

www.frankentourismus.de | 9



Premiumbroschüre & Werbemittel



Blätterkatalog zur Broschüre 2023 „Reisen zum Frankenwein“
Jederzeit verfügbar und schnell zum Durchblättern. Der Online-Blätterkatalog zur Broschüre. Übrigens kann die Webadresse auch kopiert und der „Katalog“ so bequem weitergegeben werden...
[zur Web-Broschüre](#)



Web-Banner & Logo
Für eine erfolgreiche Kommunikation und Verstärkung der Marke „Franken - Wein Schöner Land!“ stehen für Sie als Partner der Kampagne kostenloses das **Logo** sowie **Web-Banner** zur Verfügung. Alle Details entnehmen Sie bitte der Website.
[zur Website](#)



Clips aktivwechsel
aus den 16 Videos, neun Videos und ein Frankischer Clip
neuen Blickwinkel in unter dem Titel **aktivwechsel** ein...
nachhaltige... zu entdecken
Sie doch mal rent



Weintourismus Symposium
Das **Weintourismus Symposium** soll ein neues Format erhalten. Hierzu möchten wir die Branchentrends einfangen und die Themen noch mehr auf die Wünsche unserer Akteure und Partner abstimmen. Geplant ist auch die Entwicklung von **Handlungsempfehlungen**

Marketing / Marktforschung



Messen „f.r.e.e. - München“ und „Reisen - Hamburg“
FrankenTourismus



Messe "ITB 2023", Berlin
Die weltgrößte Tourismusmesse ITB (7. bis 9.

Franken Tourismus – Pressearbeit



Jahrestagung des VDRJ in Aschaffenburg 26. - 29.9.2024



Vereinigung Deutscher Reisejournalisten



www.frankentourismus.de | 10

- Klimawandel
 - > Veränderung der Kulturlandschaft (Weinbau, Flussauen, Wälder etc.)
 - > Aufheizen der Städte
 - > Trockenheit / Überschwemmungen
- Energiekrise / Inflation
 - > Sparen beim Urlaub / Restaurantbesuche
- Arbeitskräftemangel
 - > Neue Arbeitszeitmodelle
 - > Anwerbung von Arbeitskräften
 - > Best Practice: „Frankens Junge Touristiker“
- Erhöhung der Tourismusakzeptanz bei der einheimischen Bevölkerung
- Zukunfts- und wettbewerbsfähige Finanzierung der öffentlichen Tourismusarbeit



- Gebietskulissen
 - > Keine Zersplitterung der touristischen Einheiten / Dopplung Marketingarbeit
 - > Erhalt und Ausbau touristischer Angebotsstrukturen
- Entwicklung neuer Bewertungsfaktoren
 - > z.B. Gemeinwohl-Kennzahlen
- Digitalisierung
 - > Ausbau Netzabdeckung (insbesondere ländlicher Raum)
- Mobilität (ÖPNV)
 - > Lebensraumentwicklung
 - > Sharing / On demand / „Tür-zu-Tür-Verbindungen“ (letzte Meile...)
- Bürokratieabbau



Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Ernährung Landwirtschaft Wald Ländlicher Raum **Tourismus** Förderung Bildung Das Ministerium Suche

Startseite > Tourismus

Bayern bietet eine faszinierende Vielfalt Von den Alpen im Süden bis zu den sanften Hügeln und Seen in Franken, von der lebendigen Kultur in Oberbayern bis zu den charmanten Städten in Schwaben – jede Region birgt eine einzigartige Schönheit und Geschichte.

Im Urlaub können Sie die alpine Pracht des Altaussees genießen, die Herzlichkeit der Oberpfälzer spüren, die Kulinarik der Oberfranken auskosten und die Kulturvielfalt Niederbayerns entdecken. Bayern ist nicht nur ein unvergleichlich schönes Land, Bayern gibt den Menschen ein Gefühl von Heimat und Verbundenheit.

Bayerns Tourismus in Zahlen

Bayern ist Reiseland Nummer 1 in Deutschland und zählt zu den bedeutendsten Destinationen Europas. Im Jahr 2019 besuchten mehr als 40 Millionen Gäste den Freistaat und brachten dabei allein in den Urlaubskonten mit zehntausenden mehr Betten über 101 Millionen Übernachtungen. Damit ist es erstmals gelungen, die 100 Millionen-Marke bei den Übernachtungen zu knacken.

Insgesamt gaben im Jahr 2019 die Gäste in Bayern 47,5 Milliarden Euro für touristische Güter und Dienstleistungen aus. Der Tourismus in Bayern erwirtschaftete damit eine gesamte Bruttowertschöpfung (Wert aller produzierten

TOURISMUS IN BAYERN	
44.526	Einwohner
453.000	Reiseübernachtungen
20,7 Mrd. €	Umsatz (geschätzter Bruttowertschöpfung 2019)
	CAMPING 7,7 Mio. Übernachtungen



Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Ernährung Landwirtschaft Wald Ländlicher Raum **Tourismus** Förderung Bildung Das Ministerium Suche

Startseite > Tourismus > Die Gewinner des Tourismuspreises "TouBy" 2024

Die Gewinner des Tourismuspreises "TouBy" 2024

Der neu initiierte Preis der bayerischen Tourismusbranche "TouBy" rückt all diejenigen Menschen in den Mittelpunkt, die sich in besonderer Weise um den Tourismus in Bayern verdient gemacht haben. Ihnen soll Wertschätzung und Anerkennung für ihre Arbeit und ihr Engagement entgegengebracht werden. Tourismusministerin Michaela Kaniber hat nun im Rahmen eines Staatsempfangs den Preis in Berlin anlässlich der Internationalen Tourismusbörse erstmals verliehen.

Aktualisiert am: 04.03.2024 Teilen Drucken

Inhalte

- Kategorie "Lebenswerk": Dietmar Holzapfel, Wirt "Deutsche Eiche"
- Kategorie "Touristikerin, Touristiker des Jahres": Julia Staudinger, Hotel-Managerin "d'Kammer"
- Kategorie "Nachwuchspreis": Nico Cieslar, Amtsleiter Tourismusmanagement Stadt Forchheim
- Impressionen der Preisverleihung
- Die Jury
- Wer steht dahinter?

Nico Cieslar, Amtsleiter Tourismusmanagement Stadt Forchheim | Gert Krautbauer

Fotos unter Angabe Tourismus.bayern / Gert Krautbauer honorarfrei. Pressemitteilung zum Tourismuspreis TouBy 24

Tourismus in Zeiten des Klimawandels

Die Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus sind bereits spürbar und machen vielfältige Anpassungsstrategien nötig. Sie haben aber auch positive Auswirkungen wie:

- Urlauber könnten künftig den heißen Mittelmeerraum meiden und stattdessen im klimatisch deutlich gemäßigteren Bayern ihren Urlaub verbringen.
- Die durch den Klimawandel auftretenden gesundheitlichen Indikationen bieten großes Potenzial für Kurorte und Heilbäder. Zudem weisen die bayerischen Kurorte und Heilbäder eine gute Lage in überwiegend ländlichen Regionen auf und haben damit einen Vorteil gegenüber den heißeren Städten.
- Steigende Gästezahlen durch eine Verlängerung der Sommersaison nach vorne und nach hinten.
- Längere Öffnungsmöglichkeiten für die Außengastronomie.
- Neue Kundengruppen im Wintertourismus: weniger Interesse an alpinem Skifahren, mehr Interesse an Wandern, Wellness, Entspannung, Kulinarik und Kultur.

Tourismuspolitik

Bayerische Tourismuspolitik ist bereits auf Nachhaltigkeit ausgerichtet und unterstützt dabei, das touristische Angebot an den Klimawandel anzupassen. Im Rahmen des nachhaltigen Destinationsmanagements werden zusammen mit Einheimischen und Kommunen in Workshops Konzepte erarbeitet, wie sich Nachhaltigkeit im Tourismus im Dreiklang von Ökonomie, Ökologie und Sozialem in der eigenen Region verankern lässt. Dabei geht es unter anderem darum, ein breites, witterungsunabhängiges Angebot an Sommer- und Winterurlaub zu schaffen (z.B. Aktivitäten, Achtsamkeit, kulturelle Angebote). Das Ziel ist die Stärkung der Region als Ganzjahresdestination. Davon profitieren Gäste und Einheimische gleichermaßen:

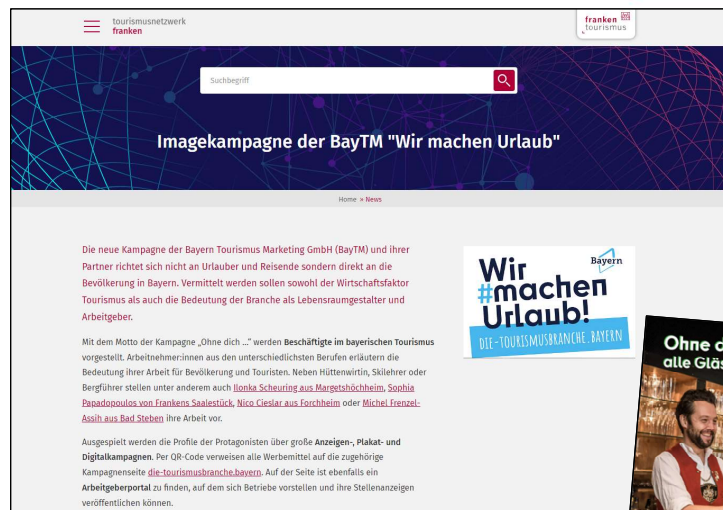
- Ausbau der Digitalisierung von Informationen, damit die Gäste flexibler auf Witterungsänderungen reagieren können.
- Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger für Extremwetterereignisse.
- Angepasstes Tourismusmarketing: Werben mit Abkühlung und frischer Luft statt mit Sonne und Schnee sowie eine Sensibilisierung für angepasstes Verhalten der Urlauber (z.B.: "Rücksichtsvoll durch den Winter")
- Förderung der E-Mobilität am Urlaubsort durch Ausbau der Ladeinfrastruktur

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



Tourismus-Akzeptanz / Imagekampagne

- richtet sich ausdrücklich an die Bereisten, die Einheimischen, die Menschen die in Bayern leben
- Die Kampagne soll zu mehr Tourismusakzeptanz beitragen
- Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor
- Tourismus bringt Wertschöpfung weit über die Tourismusbranche hinaus. Der Tourismus sichert Arbeitsplätze auch in Branchen, an die man nicht gleich denkt - schafft Infrastruktur!



BayTM – Bayern Tourismus Marketing GmbH

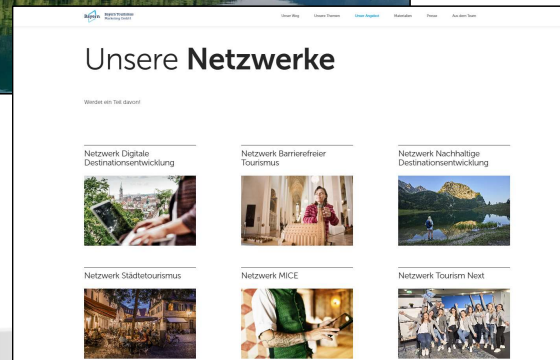
News – Marketingkonzeptionen 2024

Aufbau und Launch von sog. „Themenwelten“

- *Lüftmalerei & Street Art*
- *Musik & Tanz*
- *Wie Genuss unsere Landschaft prägt*

Ziel „Themenwelten“:

- Bündelung von Content (nur wenig Content-Neuproduktionen)
- Zuordnung an bestehende Cluster: Nachhaltigkeit, regionale Produkte, etc. (Verknüpfungen zu Kampagnen für mehr Reichweiten-Budget)



Die BayernCloud Tourismus in Zahlen

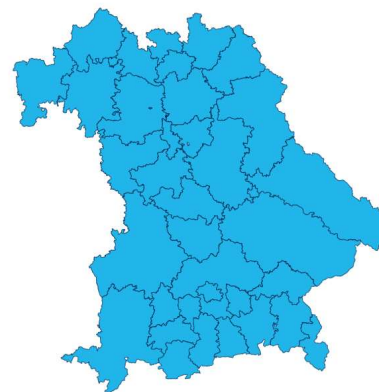
Informationen rund um die BayernCloud Tourismus.

Die BayernCloud Tourismus (BCT) bildet die Basis für ein transparentes, digitales Datenmanagement in der bayerischen Tourismusbranche.

Sie basiert auf einer offenen digitalen Infrastruktur [GitHub](#), welche Open Source ist und von jedermann genutzt und weiterentwickelt werden kann. Damit werden eine nachhaltige Weiterentwicklung, Wartung und langfristige Nutzung der Plattform sichergestellt.

Die BCT verarbeitet und speichert sowohl Open Data als auch Daten ohne Open-Content-Lizenz. Ziel der BCT ist es, sämtliche touristische relevante Daten für touristische Angebote und Dienstleistungen zusammenzubringen und sie gleichzeitig für alle Akteur*innen verfügbar zu machen. Damit schafft sie die Basis für innovative Anwendungen und Geschäftsmodelle.

Voraussetzung für den Erfolg der digitalen Transformation im Bayern Tourismus ist die Verfügbarkeit einer flächendeckenden Datenbasis. Wie der aktuelle Status dazu ist, kann auf der Bayernkarte für die offiziellen Tourismusregionen eingesehen werden.



Tourismusregionen in Bayern
nur Datensätze mit Geo-Koordinaten werden berücksichtigt

BCT – BayernCloud Tourismus

Sachstand BCT im Spessart-Mainland

Über die Schnittstelle des Dienstleisters „DestinationOne“ ist die Region SML an die BayernCloud Tourismus angebunden
 -> aktuell liegen aus dem gesamten Gebiet 473 Datensätze in der Cloud, 153 sind als Open Data lizenziert

Was ist zu tun, was muss Spessart-Mainland & Orte dazu leisten/vorbereiten

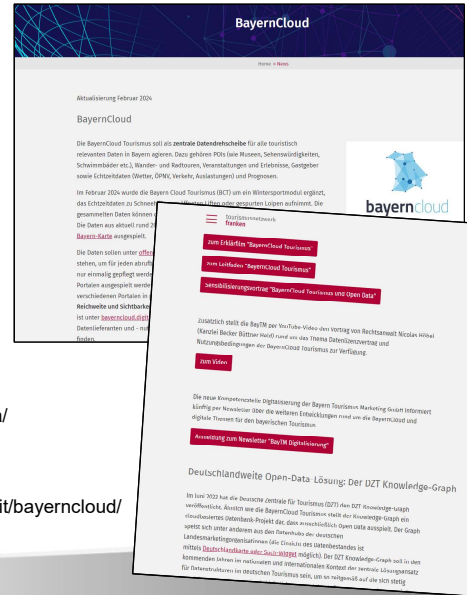
Daten einheitlich und „gut“ pflegen
 Datensatz/CMS jeweils dafür vorgesehene Felder ausfüllen (z.B. Öffnungszeiten nicht im Beschreibungstext pflegen etc.), möglichst alle Felder ausfüllen
 -> Das erhöht die Qualität und die Reichweite der Datensätze

Welche Infoveranstaltungen stehen künftig seitens der BayTM bzw. BCT an?

Gebiete können hier:
<https://tourismus.bayern/massnahme/sensibilisierungsvortrag-bayerncloud-tourismus-open-data/>
 kostenlos einen Infovortrag der BayTM zur BCT buchen

Weiterhin sind die wichtigsten Infos/Links hier zu finden:

<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/weiterbildung/wissenswertes-fuer-die-tourismusbearbeit/bayerncloud/>



BCT – BayernCloud Tourismus

Anwendungsbeispiele / Next-Steps

In Kooperation mit der Technischen Hochschule Deggendorf wird gerade ein Projekt zur Kommunikation der BCT in den bayerischen Destinationen ausgerollt, Infos dazu folgen in den nächsten Wochen

Inwertsetzung der Daten aus der BCT sind zum Beispiel **urbnups** (wir haben dazu informiert)
<https://urbnups.com/de/u/Deutschland/Bayern>

ADAC-Trips App
<https://www.adac.de/services/apps/trips/>

Bayern App
 aktuell seitens der BayTM in der Entwicklung

Verbesserung der Datenqualität (Stichwort „Datenpflege“) sowie Hinterlegung von Open Data lizenzierten Datensätzen

Kontakt und Infos über den Tourismusverband Franken: Herr Henrik Ruf



Eckdaten FrankenTourismus – Tätigkeitsfelder, Aufgaben



Kommunikation:

- Destinationsmarketing
(unabhängig von Verwaltungsgrenzen, länderübergreifend)
- Themenmarketing
(Städte/Kultur, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- Jahresthemen

Tätigkeitsfelder:

- Kommunikation
- Marketing / Digitalisierung
- Qualitätsoffensiven / Nachhaltigkeit
- Marktforschung
- Mitgliederservice
- Interessensvertretung
- Kooperationen
- Weiterbildung / Workshops
- Und vieles mehr!



Recap-Clip 2023: www.tourismusnetzwerk-franken.de/news/Jahres-Zusammenfassung-2023/

Recap 2023

zum Video:



Team FrankenTourismus



Angelika Schäffer

Geschäftsführung



Jörg Hentschel

Referent GF
Pressearbeit
Urlaubsmagazin
Auslandsmärkte (Übersee)
Sonderprojekte



Henrik Ruf

Online-Kommunikation
Websitepflege
Google-Ads
BayernCloud Tourismus



Alexander Hart

Stellvertretung GF
Anzeigen Print
Messen
Prospekte



Claudia Büttner

Pressearbeit
Verkaufsförderung
Auslandsmärkte (Europa)



Lukas Schmidt

Assistenz Marketing
Franken Roadshows
Messen, Prospekte



Birgit Heinermann
(32 Stunden)

Veranstaltungen
Websitepflege
Musikzauber Franken
Buchhaltung / Personal
Mitgliederverwaltung



Manuel Teich

Facebook
Instagram
Blogger
SocialMedia



Karolina Klemm

TourismusNetzwerk
Franken
Newsletter

www.frankentourismus.de | 23

23

Das FrankenTourismus Team sagt DANKE !!



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Tourismusverband Franken e.V.

Pretzfelder Straße 15
90425 Nürnberg

- Website:
www.frankentourismus.de
- Medienservice:
<https://medienservice.frankentourismus.de>
- Tourismusnetzwerk Franken:
www.tourismusnetzwerk-franken.de

www.frankentourismus.de | 24

24