



FrankenTourismus „Aktuell“
12. April 2018, Kleinwallstadt



- A) FrankenTourismus
 - > Marktforschung
 - > Statistik
 - > Kommunikationsstrategie
- B) Kommunikation „2018“
- C) Ausblick „2019“
- D) Mitgliederversammlung (1. Juni 2018, Bamberg)



- A) FrankenTourismus
 - > Marktforschung
 - > Statistik
 - > Kommunikationsstrategie
- B) Kommunikation „2018“
- C) Ausblick „2019“
- D) Mitgliederversammlung (1. Juni 2018, Bamberg)

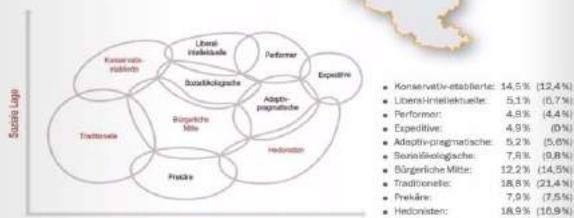


- **698 Mitglieder**
> seit 1987: + 33 %
- **16 Tourismusgebiete**
unabhängig von Verwaltungs-, Bezirks- oder Ländergrenzen
> z.B. „MainRadweg“
- **ca. 28 Mio. Übernachtungen**
(alle Bereiche)
- **jeder 5. Gast aus dem Ausland**
- **ca. 9,1 Milliarden Euro Umsatz**
- **Beschäftigungseffekt:**
ca. 150.000 Arbeitsplätze
(mit Verwandten-/Bekanntebesuchern)



Marktforschung

Milieuverteilung der Frankenreisenden 2014 - 2016



* Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren mit Urlaubswahrscheinlichkeit (2014 - 2016) (siehe Angaben in Übersichten)
Quelle: Reiseverhalten 2017 / by TNS

www.frankentourismus.de

Destinationen, Strukturen, Aufgaben



www.frankentourismus.de



Jahresstatistik 2017

www.frankentourismus.de

Tourismusbilanz „Franken 2016“ (*)

23.758.839 Übernachtungen / + 3,1 %



Mitglieder „Franken“ 21.491.138 Übernachtungen
Mitglieder „Baden-Württemberg“ 953.847 Übernachtungen
Mitglieder „Hessen“ 869.191 Übernachtungen
Mitglieder „Thüringen“ 444.663 Übernachtungen



Rheinland-Pfalz 21.888.757 Übernachtungen
Brandenburg 12.880.273 Übernachtungen
Saarland 3.020.012 Übernachtungen
Sachsen 18.750.390 Übernachtungen
Sachsen-Anhalt 7.791.717 Übernachtungen
Thüringen 9.738.533 Übernachtungen

* Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“;
keine Berücksichtigung von Campingergebnissen in Thüringen / nur Mitgliedorte in Thüringen und Hessen mit veröffentlichten Daten

www.frankentourismus.de

Tourismusbilanz „Franken 2017“ (*)

24.134.474 Übernachtungen / + 1,6 %



Mitglieder „Franken“ 21.822.865 Übernachtungen
Mitglieder „Baden-Württemberg“ 990.336 Übernachtungen
Mitglieder „Hessen“ 878.434 Übernachtungen
Mitglieder „Thüringen“ 442.839 Übernachtungen



Rheinland-Pfalz 22.225.625 Übernachtungen
Brandenburg 13.090.100 Übernachtungen
Saarland 3.088.723 Übernachtungen
Sachsen 19.513.123 Übernachtungen
Sachsen-Anhalt 8.135.118 Übernachtungen
Thüringen 9.927.254 Übernachtungen

* Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“;
keine Berücksichtigung von Campingergebnissen in Thüringen / nur Mitgliedorte in Thüringen und Hessen mit veröffentlichten Daten

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar – Dezember 2017

Tourismusgebiete „Franken“	Übernachtungen (t)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Naturpark Altmühltal	1.469.970	1,8 %	2,0
Fichtelgebirge	1.334.584	2,6 %	2,4
Fränkische Schweiz	1.022.414	0,0 %	2,3
Fränkisches Seenland	1.060.409	7,5 %	3,1
Fränkisches Weinland	2.423.172	3,6 %	1,8
Frankenwald	776.480	-2,7 %	3,2
Haßberge	332.194	-1,6 %	2,3
Liebliches Taubertal	990.336	3,8 %	3,1
Nürnberger Land	486.016	-3,8 %	2,0
Obermain-Jura	664.582	-0,9 %	3,3
Coburg/Rennsteig	901.859	-0,9 %	3,4
Rhön	2.870.810	-0,6 %	4,6
Romantisches Franken	1.468.264	3,2 %	1,8
Spessart-Mainland	2.220.707	1,8 %	2,6
Städteregion Nürnberg	4.162.336	1,7 %	1,8
Steigerwald	1.950.341	2,5 %	2,2
Gesamt	24.134.474	1,6 %	2,3

(t) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
* mit Mitgliedern in Hessen, Thüringen (ohne Camping)

www.frankentourismus.de

28. Februar 2018
Quelle: Statistische
Bundesagentur
Landsüdwest
(BY, BW, HES, THÜ)

Hinweis: Angaben ohne Gewähr

Tourismusentwicklung / Januar – Dezember 2017



Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“	Übernachtungen (1) (2)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Eichstätt	103.856	- 2,6 %	1,7
Bamberg	684.500	3,7 %	1,8
Bayreuth	381.487	- 2,9 %	2,2
Coburg	142.076	4,0 %	1,9
Kulmbach	67.158	- 18,6 %	1,9
Ansbach	105.187	- 0,8 %	2,6
Erlangen	509.281	- 3,2 %	2,0
Fürth	239.459	- 7,5 %	2,0
Nürnberg	3.326.525	3,3 %	1,8
Dinkelsbühl	168.681	12,3 %	2,1
Rothenburg o. d. Tauber	510.487	- 1,1 %	1,5
Aschaffenburg	188.770	9,3 %	1,9
Schweinfurt	228.764	1,5 %	1,8
Würzburg	929.709	1,5 %	1,6
7.585.920	1,6 %	1,8	

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (2) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter
 Hinweis: Angaben ohne Gewähr
 5. Februar 2018
 Bay. LfStAD

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar – Dezember 2017



Arbeitsgemeinschaft „Heilbäder und Kurorte“ (1)	Übernachtungen (2)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Bad Berneck i. Fichtelgebirge	17.851	- 1,6 %	2,2
Bischofsgrün	154.682	- 1,8 %	5,6
Bad Rodach	209.893	- 3,0 %	7,8
Bad Steben	336.061	3,4 %	7,5
Bad Staffelstein	481.795	- 0,7 %	3,8
Bad Alexandersbad	53.160	26,1 %	2,3
Weiltenstadt	142.497	55,6 %	3,8
Bad Windsheim	349.568	- 0,2 %	4,3
Treuchtlingen	51.119	- 3,1 %	2,5
Bad Bocklet	179.983	- 1,0 %	8,6
Bad Brückenau	273.151	2,8 %	4,3
Bad Kissingen	1.513.803	- 1,6 %	6,5
Bad Neustadt a.d. Saale	322.321	- 2,2 %	7,5
Bad Königshofen	88.598	1,4 %	4,0
Bad Coburg-Halburg *	59.482	- 18,2 %	10,8
Bad Mergentheim	596.025	- 0,5 %	4,3
Bad Orb	452.054	3,1 %	6,6
Bad Soden-Salmünster	355.946	- 2,6 %	7,7
5.637.989	0,5 %	5,4	

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (2) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter
 Hinweis: Angaben ohne Gewähr
 22. Februar 2018
 Stat. Landesämter (BW, BY, HES, THÜ)

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar – Dezember 2017

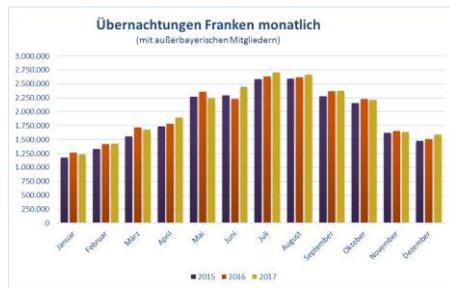


Herkunftsland	Franken (1)			Bayern		
	Übernachtungen (2) (3)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer	Übernachtungen	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Belgien	89.534	1,3 %	1,6	373.568	5,5 %	1,8
Dänemark	106.236	- 1,7 %	1,3	296.575	- 0,7 %	1,6
Frankreich	110.501	- 2,2 %	1,8	624.746	3,9 %	1,9
Großbritannien, Nordirland	182.895	10,5 %	1,9	1.093.847	6,5 %	2,0
Italien	198.809	4,4 %	1,8	1.209.923	4,5 %	1,9
Niederlande	449.908	- 2,4 %	1,4	1.527.433	1,1 %	1,8
Österreich	231.409	3,0 %	1,8	1.617.676	8,6 %	1,8
Polen	131.167	1,2 %	2,2	504.162	9,4 %	2,4
Russland	62.877	10,9 %	2,0	588.664	27,5 %	2,4
Schweden	67.494	1,9 %	1,4	229.347	2,2 %	1,6
Schweiz	177.684	- 2,4 %	1,8	1.579.075	2,4 %	2,2
China	134.635	3,6 %	1,8	850.362	16,4 %	1,7
Japan	70.326	- 1,2 %	1,5	321.315	7,2 %	1,8
Südkorea	51.074	4,9 %	1,4	238.386	13,0 %	1,6
Taiwan	36.840	21,5 %	1,3	148.775	22,4 %	1,5
USA	304.126	12,3 %	2,0	1.830.319	15,1 %	2,1
Sonstige	904.674			6.092.124		
Ausland zusammen	3.310.189	2,4 %	1,8	19.126.297	8,3 %	2,0

(1) ohne Mitglieder in Hessen, Baden-Württemberg (Liebliches Taubertal) und Thüringen
 (2) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter
 Hinweis: Angaben ohne Gewähr
 5. Februar 2018
 Bay. LfStAD

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / 2015 bis 2017



(2) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter
 Hinweis: Angaben ohne Gewähr
 28. Februar 2018
 Stat. Landesämter (BY, BW, HES, THÜ)

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar – Dezember 2017



	Übernachtungen (1) (3)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Franken (2)	24.134.474	1,6 %	2,3
Ostbayern	17.340.515	1,7 %	3,3
Allgäu/Bayerisch-Schwaben	16.249.169	2,9 %	2,9
Oberbayern-München *	39.436.680	6,0 %	2,3
Bayern **	94.368.996	3,7 %	2,5
Deutschland	459.453.733	2,7 %	2,6
Franken (2)	Übernachtungen (1) (3)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Inland	20.707.729	2,0 %	2,4
Ausland	3.426.745	2,6 %	1,8
24.134.474	1,6 %	2,3	

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (2) mit Mitglieder in Hessen, Baden-Württemberg und Thüringen
 (3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter
 Hinweis: Angaben ohne Gewähr
 5. März 2018
 Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistisches Landesamt
 * München: 15.663.728 (11,6 % / 2,0 Tage)
 ** ohne fränkische Mitglieder in BW, HES, THÜ

www.frankentourismus.de

Tourismusbilanz 2017 / Übernachtungen, Index



(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (2) ohne Mitglieder in Baden-Württemberg (Liebliches Taubertal), Hessen (Gebiet Spessart-Mainland), Thüringen (Gebiet Coburg/Reinsteig)
 Hinweis: Angaben ohne Gewähr
 Basis 1987
 9. Februar 2018 (Quelle: BLSAD / Angaben ohne Gewähr)

www.frankentourismus.de



Kommunikationsstrategie

- I. Destinationsmarketing / Marke FRANKEN
- II. Kernkompetenzen (Städtetourismus, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- III. Jahresthemen
- IV. Qualität



Kommunikationsstrategie

- I. Destinationsmarketing / Marke FRANKEN (unabhängig von Verwaltungsgrenzen, länderübergreifend)
- II. Kernkompetenzen (Städtetourismus, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- III. Jahresthemen
- IV. Qualität



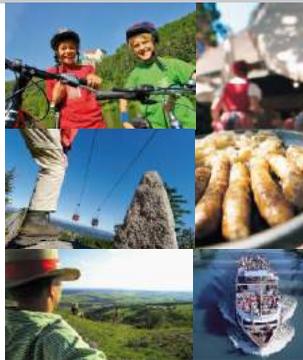


Kommunikationsstrategie

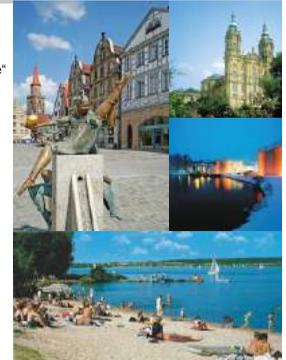
- I. Destinationsmarketing / Marke FRANKEN (unabhängig von Verwaltungsgrenzen, länderübergreifend)
- II. Kernkompetenzen (Städtetourismus, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- III. Jahresthemen
- IV. Qualität



- > Franken aktiv: Radfahren
- > Franken aktiv: Wandern
- > Franken „Kulinarik“
- > Franken „Natur / Erleben“
 - >> Nischenthemen (Kanu, Motorradtouren)



- > Franken Kultur / Städte
 - >> Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“ (Deutschland, Schweiz, Österreich, Großbritannien, Italien)
 - >> ausgewählte Kulturthemen (Limes, etc.)
- > Gesundheitspark Franken
- > Franken „Erlebniswelten“



Beliebteste Radrouten in Deutschland



Franken aktiv: Wandern



www.frankentourismus.de

Folie 27

Franken aktiv: WANDERN



www.frankentourismus.de

Franken aktiv: WANDERN



www.frankentourismus.de

NN-Wanderreporter



- Sommerreihe in den „Nürnberger Nachrichten“
- Zeitraum: 31. Juli bis 9. September 2017 (Sommerferien)
- 40 Tagesetappen (10 Redakteure à 4 Tage / „Staffellauf“)
- Auftakt- und Abschluss-Artikel (Print)
- Online „Live-Berichterstattung“ (Website, Facebook, etc.)
- Ausflugstipps in Franken



• Routing:

- Muhr am See – Gunzenhausen – Heidenheim – Treuchtlingen – Weißenburg i.Bay. – Pleinfeld – Georgensgmünd – Roth – Hilpoltstein – Allersberg – Postbauer-Heng – Bergau – Neumarkt i.d.Opf. – Unterörsbach/Sindlbach – Leinburg – Hersbruck – Schnaittach – Eckental – Gräfenberg – Obertrubach – Egloffstein – Pretzfeld – Forchheim – Adelsdorf – Pommersfelden – Höchstadt – Weisendorf – Herzogenaurach – Langenzenn – Burgarnbach – Cadolzburg – Roßtal – Stein – Schwabach – Rohr – Heilsbrunn – Windsbach – Abenberg – Spalt – Mittleschenbach – Muhr am See

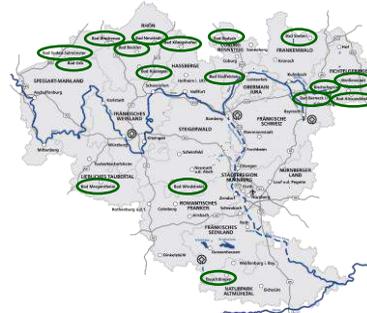
www.frankentourismus.de

Gesundheitspark Franken



www.frankentourismus.de

Gesundheitspark Franken



- 15 Heilbäder
- 1 Heilklimatische Kurort
- 4 Heilquellen-Kurbetriebe
- 14 Luftkurorte
- 88 Erholungsorte

Arbeitskreis „Fränkische Heilbäder und Kurorte“ (18 Mitglieder)

www.frankentourismus.de

Gesundheitspark Franken



Kommunikationsinstrumente



www.frankentourismus.de

Franken kulinarisch erleben



www.frankentourismus.de

Franken kulinarisch erleben



www.frankentourismus.de



Franken Heimat der Biere.
Auf den Spuren des flüssigen Goldes.

www.frankentourismus.de

Franken – Heimat der Biere.



www.frankentourismus.de



Reisen
zum Frankenwein

www.frankentourismus.de



Franken – Wein.Schöner.Land!

- > Premiumbroschüre
- > Internet (D, E)
- > SocialMedia
- > Broschüren „Englisch“
- > „Internet-Blätterkataloge“ (D,E)
- > Apps (iPhone, Smartphone / D, E)
- > Hausschilder, Urkunden
- > Verkaufsförderungsaktionen
- > Messen (Weinbranche, Tourismusbranche)
- > Anzeigen

www.frankentourismus.de

> TripAdvisor

franken WEIN.SCHÖNER.LAND!

www.franken-weinland.de

TripAdvisor (April 2015)

franken WEIN.SCHÖNER.LAND!

www.franken-weinland.de

Franken – Wein.Schöner.Land!
terroir f, die magischen Orte des Frankenweins

terroir f, Sommerhausen

terroir f, Eibelstadt

franken tourismus

www.frankentourismus.de

Franken – Wein.Schöner.Land!

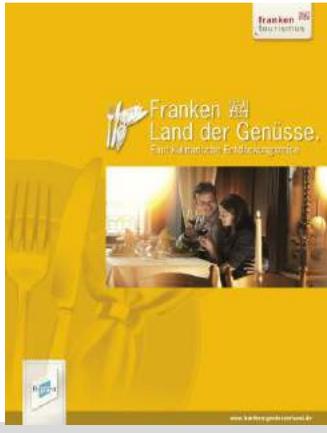
Markenbekanntheit

Markenbekanntheit deutscher Weinregionen

Rheinhessen Wein	55
Franken – Wein.Schöner.Land!	44
Moselland Touristik	43
Südtiroler Weinstraße	37
Zum Wohl die Platz	28
Keine davon	21

Basiss: n= 2.085 Befragte
 * Q20: Welche Marken von deutschen Weinregionen sind Ihnen denn vom Namen her bekannt? (Mehrfachnennungen möglich).
 ** Q21: Wie würden Sie sich, wenn es um Wein geht, selbst beschreiben?

www.frankentourismus.de



Land der Genüsse

Nischenthemen



FrankenTourismus



Kommunikationsstrategie

- I. Destinationsmarketing / Marke FRANKEN (unabhängig von Verwaltungsgrenzen, länderübergreifend)
- II. Kernkompetenzen (Städtetourismus, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- III. Jahresthemen
- IV. Qualität

Jahresthemen

- 2017 > Luther / Reformation
- > Landesausstellung „Reformation“ (Coburg)
- > Germany Travel Mart, Nürnberg
- > Eröffnung Museum Cadolzburg (Hohenzollern)
- > 25-Jahre Main-Donau-Kanal



2018

- > Landesgartenschau Würzburg
- > Wiedereröffnung „Markgräfliches Opernhaus“ (Bayreuth)
- > 200 Jahre Fürth
- > Bamberg: 25 Jahre UNESCO
- > Franken Kulinarik

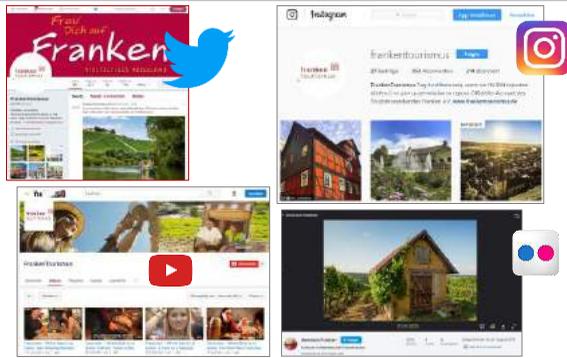


Jahresthema „Reformation und Revolution“



Jahresthema „Reformation und Revolution“

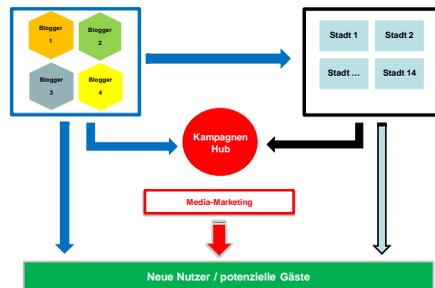




iOS und Android



Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“ / Konzeption



Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“

- 4 Bloggerreisen pro Stadt (56 Einzelreisen)
- Newsboard (Kampagnen-Website)
- Flankierende Online-Kampagne



Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“ / Newsboard

- Newsboard (Kampagnen-Website)
 - Zentrale Präsentation aller zur Kampagne generierten Inhalte aus dem Social-Media-Bereich (Facebook, Instagram, etc.)
 - > Inhalte der Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft (14)
 - > Inhalte der Blogger (4)
 - > Inhalte von Nutzern
- Filtermöglichkeiten
 - > Stadt,
 - > Thema
 - > Content-Format (Bild, Video, Text)
 - > Portale
 - > Stichworten



Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“ / NewsBoard



www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“ / Media

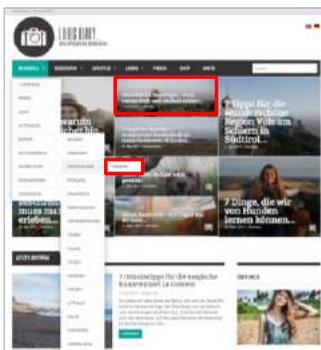
- > Google Display-Anzeige
- > Google Text-Anzeigen
- > Facebook-Anzeigen



www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“

Blog „Lilies Diary“
(Christine Neder)



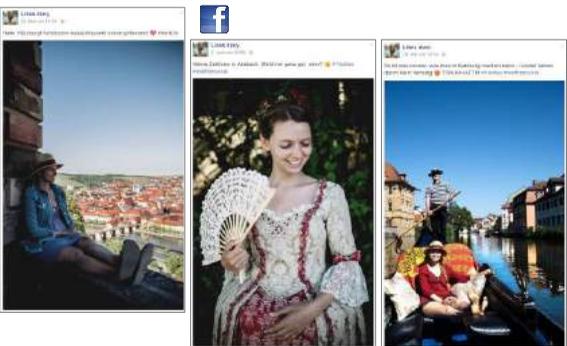
www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“



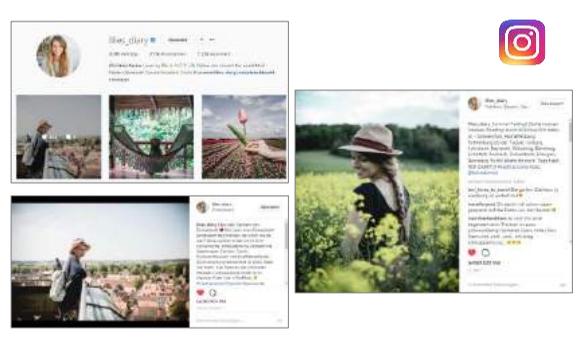
www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“



www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“



www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“

www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne „Die Fränkischen Städte“

www.frankentourismus.de

Influencer-Kampagne 2017 / Auswertung

Die FRÄNKISCHEN STÄDTE
 Ansbach - Aschaffenburg
 Bamberg - Bayreuth Coburg
 Dinkelsbühl - Eichstätt -
 Erlangen Fürth - Kulmbach -
 Nürnberg Rothenburg o. d.
 Tauber Schweinfurt -
 Würzburg

**Influencer-Kampagne 2017
 Belege**

Stand: 31. Dezember 2017

www.frankentourismus.de

Auslandsmarketing

Franken (2)	Übernachtungen (1) (3)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Inland	20.707.729	2,0 %	2,4
Ausland	3.426.745	2,6 %	1,8
	24.134.474	1,6 %	2,3

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (2) mit Mitglieder in Hessen, Baden-Württemberg und Thüringen
 (3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter

2. März 2018 / Angaben ohne Gewähr

www.frankentourismus.de

Auslands-Marketing

- Schweiz**
 > Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
- Österreich (Schwerpunkt)**
 > Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
- Großbritannien**
 > Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
- Italien**
 > Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
- Sonstige**
 > USA / Kanada
 > China / Südkorea
 > Skandinavien
 > Niederlande, Belgien

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar – Dezember 2017

Herkunftsland	Übernachtungen (1)	Veränderung
Belgien	89.534	1,3 %
Dänemark	106.236	-1,7 %
Frankreich	110.501	-2,2 %
Großbritannien, Nordirland	182.895	10,5 %
Italien	198.809	4,4 %
Niederlande	449.908	-2,4 %
Österreich	231.409	3,0 %
Polen	131.167	1,2 %
Russland	62.877	10,9 %
Schweden	67.494	1,9 %
Schweiz	177.684	-2,4 %
China	134.635	3,6 %
Japan	70.326	-1,2 %
Südkorea	51.074	4,9 %
Taiwan	36.840	21,5 %
USA	304.126	12,3 %
Sonstige	904.674	
Ausland zusammen	3.310.189	2,4 %

Definierte Märkte

- Erholungsgebiete
- Städte, Kultur
- Argo „Fränkische Städte“ (14)
- Punktuale Maßnahmen

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
 (*) ohne Mitglieder in Baden-Württemberg (Liebliches Taubertal), Hessen (Gebiet Spessart-Mainland), Thüringen (Gebiet Coburg-Rennsteg)

9. Februar 2018 / Quelle: BLS/D / Angaben ohne Gewähr

www.frankentourismus.de

Auslandsmarketing



www.frankentourismus.de

Marktbearbeitung „Österreich 2017“



- (1) 11.01.2017 Pressegespräch "DZT, byTM", Wien ✓
- (2) 12.01.-15.01.2017 Messe "Ferien", Wien ✓
- (3) 06.04.2017 Pressebrunch, Wien ✓
- (4) Mai 2017 Anzeige "TIP-Magazin" ✓
- (5) 21.06. / 22.06.2017 DZT-Roadshow (Wien, Linz) ✓
- (6) 28.09.2017 Workshop / Abendveranstaltung (Kooperation mit DZT, Wien) ✓



www.frankentourismus.de

Marktbearbeitung „Österreich 2017“



Pressebrunch, Wien (6. April 2017)



www.frankentourismus.de

Marktbearbeitung „Österreich 2017“



Anzeigenschaltung „Fachmagazin TIP“



www.frankentourismus.de

Marktbearbeitung „Österreich“ / 28. September 2017



www.frankentourismus.de

Marktbearbeitung „Österreich“ / 28. September 2017



www.frankentourismus.de



www.frankentourismus.de

Sonderaktion „Albrecht-Dürer-Airport / Eurowings“



www.frankentourismus.de



Kommunikationsstrategie

- I. Destinationsmarketing / Marke FRANKEN (unabhängig von Verwaltungsgrenzen, länderübergreifend)
- II. Kernkompetenzen (Städtetourismus, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- III. Jahresthemen
- IV. Qualität

www.frankentourismus.de



Fränkische Tourismus Akademie

Entwicklung „1999 bis 2017“

1.764 Teilnehmer

110 Kurse

www.frankentourismus.de

Anmeldungen (Stand: 11.04.2018)

- 6** FTA-Kurs 2018/01 Wandertourismus: Auffrischung-Schulung für Bestandserfasser "Qualitätsweg Wanderbares Deutschland" 16. April 2018, Burgbernheim, Waldgasthof Wildbad
- 16** FTA-Kurs 2018/02 Rechtsfragen zum Themenkreis "Online-Marketing" 29. Mai 2018, Nürnberg, Novotel Nürnberg Centre Ville **WL (3)**
- 15** FTA-Kurs 2018/03 Erfolgreiches Agieren am Counter 19. Juni 2018, Nürnberg, Novotel Nürnberg Centre Ville **WL (11)**
- 16** FTA-Kurs 2018/04 Praxisseminar "SocialMedia" 17. Juli 2018, Nürnberg, Novotel Nürnberg Centre Ville **WL (19)**
- 8** FTA-Kurs 2018/05 Rechtsfragen im Tourismus 19. Juli 2018

www.frankentourismus.de



www.frankentourismus.de

Kommunikationsstrategie



- I. Destinationsmarketing / Marke FRANKEN (unabhängig von Verwaltungsgrenzen, länderübergreifend)
- II. Kernkompetenzen (Städtetourismus, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- III. Jahresthemen
- IV. Qualität



www.frankentourismus.de

FrankenTourismus, 12. April 2018



- A) FrankenTourismus
 - > Marktforschung
 - > Statistik
 - > Kommunikationsstrategie
- B) Kommunikation „2018“
- C) Ausblick „2019“
- D) Mitgliederversammlung (1. Juni 2018, Bamberg)

www.frankentourismus.de

Kommunikationsstrategie 2018



- I. Destinationsmarketing / Marke FRANKEN (unabhängig von Verwaltungsgrenzen, länderübergreifend)
- II. Kernkompetenzen (Städtetourismus, Kulinarik, Wandern, Radeln, Wellness, etc.)
- III. Jahresthemen
- IV. Qualität



www.frankentourismus.de

FrankenMagazin 2018



www.frankentourismus.de

FrankenMagazin 2018



www.frankentourismus.de

FrankenMagazin 2018



www.frankentourismus.de

Kernkompetenzen 



www.frankentourismus.de

Themen 2018 

- Landesgartenschau 2018 in Würzburg
- Wiedereröffnung des Markgräflichen Opernhouses in Bayreuth
- 25 Jahre UNESCO-Welterbestätte Bamberg
- Deutscher Winterwandertag im Fichtelgebirge
- 200 Jahre Fürth
- Franken kulinarisch erleben



www.frankentourismus.de

Themenschwerpunkte 2018 

- Bayerische Landesgartenschau, Würzburg



www.frankentourismus.de

Bayerische Landesgartenschau Würzburg 2018 

- Parks & Gärten / Folder „Frankens Paradiese“



www.frankentourismus.de

Bayerische Landesgartenschau Würzburg 2018 

- Parks & Gärten / Folder „Frankens Paradiese“



www.frankentourismus.de

Themenschwerpunkte 2018 

- Wiedereröffnung Markgräfliches Opernhaus, Bayreuth



www.frankentourismus.de

Themenschwerpunkte 2018



➤ Jubiläum „25 Jahre UNESCO-Welterbe“, Bamberg

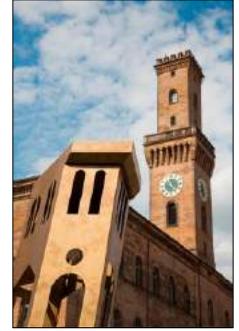


www.frankentourismus.de

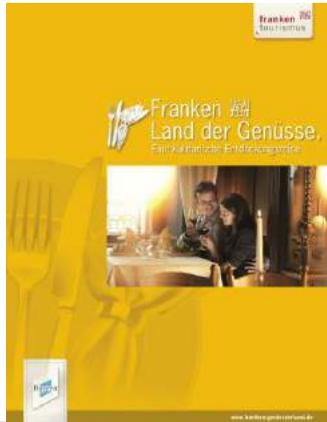
Themenschwerpunkte 2018



➤ Stadtjubiläum Fürth, „200 Jahre eigenständig“



www.frankentourismus.de



Land der Genüsse

www.frankentourismus.de

Land der Genüsse



www.frankentourismus.de

Land der Genüsse



www.frankentourismus.de

Videoclips „Kulinarik“



www.frankentourismus.de

Videoclips „Franken – Heimat der Biere“



www.frankentourismus.de

Videoclips „Franken – Wein.Schöner.Land!“



Veröffentlichung: 6. April 2018 / Stand: 12. April 2018
Facebook Videaufrufe: 21.007 / Facebook „gesehene Minuten“: 6.612 / Facebook Interaktionen: 671

www.frankentourismus.de

Videoclips „Kulinarik“



www.frankentourismus.de

Kommunikation / Marketingmix



Facebook: 180.302 Fans



Stand: 10. April 2018

www.frankentourismus.de

Anzeigen / Beteiligungen 2018



Beteiligungen by.TM GmbH

- "Mein Bayern" Magazin, 2 Seiten Advertorial, März/April 2018
- Weiss/Blau, 1 Seite Advertorial, April 2018
- Geo Saison (Familiurlaub in Bayern), 1 Seite Advertorial, Januar 2018
- outdoor Magazin (Mythos Bayern), Advertorial (mit online)
Heft: ITB 2018, am Kiosk: März/April und September 2018, Online: ab Mai/Juni 2018
- Junge Donau (CH), Paket M
(TV-Beitrag, Newsletter-Beitrag, Beitrag in 2 PM, 4 Seiten Beitrag im Fernweh Magazin, etc.)
- Baviera-Magazin (IT), 1 Seite Advertorial, März/April 2018
- Bavaria-Magazin (GB), 1 Seite Advertorial + online, März 2018
- Bayern-Broschüre international, 1 Seite Advertorial, Frühjahr 2018
- Bayern-Broschüre China, 1 Seite Advertorial, Frühjahr 2018

www.frankentourismus.de

Anzeigen / Beteiligungen 2018



www.frankentourismus.de

Werbemittel / Urlaubskataloge 2018



www.frankentourismus.de

Anzeigen / Beteiligungen 2018



Weltreise durch Deutschland 2018

- Schaltung „Couponfelder“
- Schaltung „Couponfeld U4“



www.frankentourismus.de

SZ-Beilage „Franken“

- Freizeitmagazin Franken (Mai 2018)

Anzeigen / Beteiligungen 2018



Weltreise durch Deutschland 2018

- Mediaplan (Gesamtauflage: 1.400.000)

Medienname	Umfang	Platzierung	Start	Ende	Werbekosten
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. März 2018	31. März 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. April 2018	30. April 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Mai 2018	31. Mai 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Juni 2018	30. Juni 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Juli 2018	31. Juli 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. August 2018	31. August 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. September 2018	30. September 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Oktober 2018	31. Oktober 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. November 2018	30. November 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Dezember 2018	31. Dezember 2018	1.200,00 €



Medienname	Umfang	Platzierung	Start	Ende	Werbekosten
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. März 2018	31. März 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. April 2018	30. April 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Mai 2018	31. Mai 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Juni 2018	30. Juni 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Juli 2018	31. Juli 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. August 2018	31. August 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. September 2018	30. September 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Oktober 2018	31. Oktober 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. November 2018	30. November 2018	1.200,00 €
Die Welt	1.400.000	1. Seite	1. Dezember 2018	31. Dezember 2018	1.200,00 €

www.frankentourismus.de

Anzeigen / Beteiligungen 2018



Weltreise durch Deutschland 2018

- Schaltung „Couponfelder“ (10)



www.frankentourismus.de

Anzeigen / Beteiligungen 2018



Weltreise durch Deutschland 2018

- Schaltung „Couponfelder“ (U4)



www.frankentourismus.de

Anzeigen / Beteiligungen 2018



Weltreise durch Deutschland 2018

- Redaktionelle Begleitung „Die Neue Reiselust“ (ET: 19 März 2018)



www.frankentourismus.de

Anzeigen / Beteiligungen 2018

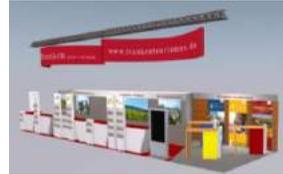
Weltreise durch Deutschland 2018

- Schaltung „Couponfelder“ (10)
- Schaltung „Couponfeld U4“
- Kostenlose Redaktion (1 Seite)
- Gesamtauflage: 1.400.000

- 6.612 Prospekte
- 3.048 Gesamtanfragen (Stand: 10. April 2018)



Messesaison 2018



- 13.01. – 21.01.2018 „CMT“, Stuttgart ✓
- 07.02. – 11.02.2018 „oohl, Freizeitwelten“, Hamburg ✓
- 21.02. – 25.02.2018 „f.re.e.“, München ✓
- 28.02. – 01.03.2018 „iN VIVA“, Nürnberg ✓
- 07.03. – 11.03.2018 „ITB“, Berlin ✓
- 20.04. – 22.04.2018 „Die 66“, München
- 09.06. – 10.06.2018 „Velo“, Frankfurt
- 31.08. – 02.09.2018 „TourNatur“, Düsseldorf
- 28.11. – 02.12.2018 „food & life“, München

* Alle Angaben ohne Gewähr

Franken-Touren 2018

- 23.04. – 27.04.2018 Hessen / Rheinland-Pfalz
- 02.07. – 06.07.2018 Nordrhein-Westfalen
- 27.08. – 31.08.2018 Baden-Württemberg



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 2018

Pressereisen 2018 (Stand: 4. Januar 2018)

- 5 Gruppen-Pressereisen „Deutschland“
Themen
➢ Kulinarik
➢ Kultur/UNESCO
➢ Erlebnis-Welten
➢ Parks & Gärten
➢ Tradition & Brauchtum
- Gruppen-Pressereise „USA“ (6. bis 13. April 2018)
➢ 9 Journalisten
➢ Routing: Frankfurt – Fränkisches Weinland – Würzburg – Bayreuth – Nürnberg
- Pressereisen „individuell“
➢ Diverse (siehe 2017)



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 2018



Auslands-Marketing

1. Schweiz
➢ Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
2. Österreich (Schwerpunkt)
➢ Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
3. Großbritannien
➢ Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
4. Italien
➢ Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“
5. Sonstige
➢ USA / Kanada
➢ China / Südkorea
➢ Skandinavien
➢ Niederlande, Belgien



Tourismusentwicklung / Januar – Dezember 2017

Herkunftsland	Übernachtungen (1)	Veränderung
Belgien	89.534	1,3 %
Dänemark	106.236	-1,7 %
Frankreich	110.501	-2,2 %
Großbritannien, Nordirland	182.895	10,5 %
Italien	198.809	4,4 %
Niederlande	449.908	-2,4 %
Österreich	231.409	3,0 %
Polen	131.167	1,2 %
Russland	62.877	10,9 %
Schweden	67.494	1,9 %
Schweiz	177.594	-2,4 %
China	134.635	3,6 %
Japan	70.326	-1,2 %
Südkorea	51.074	4,2 %
Taiwan	36.840	21,5 %
USA	304.126	12,3 %
Sonstige	904.674	
Ausland zusammen	3.310.189	2,4 %

Definierte Märkte

- Erholungsgebiete
- Städte, Kultur
- Arge „Fränkische Städte“ (14)
- Punktuelle Maßnahmen

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtbesuche, etc.“
 (*) ohne Mitglieder in Baden-Württemberg (Lübliches Taubertal), Hessen (Gebiet Spessart-Mainland), Thüringen (Gebiet Coburg-Regenstaedt) 9. Februar 2018 / Quelle: BLSiD / Angaben ohne Gewähr

Marktbearbeitung „Ausland“ (Sonstige)

USA, Kanada

- > Destination 2018 (DZT, 9. bis 12. April 2018 / Midwest)
- > Destination 2018 (DZT, 10. bis 13. September 2018 / West)
- > Pressereise USA (byTM, Franken / 6. bis 13. April 2018)



Schweden

- > Akquisitionstour / Abendveranstaltung (Kooperation mit DZT, 23. bis 26. April 2018)



Online / Video-Kampagne 2018 (Arbeitstitel)

Fortführung der Influencer-Kampagne 2017 inkl. Newsboard im Jahr 2018

Fokussierung auf Video-Content



Video-Kampagne 2018 / Perfect Days

- **YouTuber erstellen pro Stadt „Perfect Days“**
> ein Video je erlebbarer Baustein
- **Fokus der Bausteine: „da will ich hin“-Effekt + Hintergrundinfos**
> Gäste können Bausteine genau so nach-erleben
> Eintauchen in das tägliche Leben/ erleben wie ein „Local“
- **Baustein-Videos ca. 30 sec**
> evtl. je Stadt auch ein Gesamtvideo für Image/ Messe etc.
Idee:
> jedes Video endet mit einprägsamen Spruch (z.B. „da will ich hin“, „gut das ich hier war“, „muss man gesehen haben“)
> jedes Video teaset am Schluss die Aktion bzw. weiterführende Videos an
- **Je Stadt max. 5 Baustein-Videos „Fokus / USP“**
> z.B. 1xKulinarik, 1xAktiv-Erlebnis, 1xSehenswürdigkeiten)
- **Aus den Einzelvideos können sich Gäste auf der Website ihr „perfektes Wochenende“ bzw. ihren „perfekten Tag“ in den FRÄNKISCHEN STÄDTEN zusammenstellen**

Blogger-Auswahl

SommertageBlog
Romeo Felsenreich und Katharina Werni

Bewertung

- + bereits versch. Kooperationen im Tourismus
- + gut in der (deutschen) Szene vernetzt
- + Pärchen = doppelte Zielgruppenansprache (m/w)
- + Pärchen = mehr Interaktion in den Videos
- + professionelle Video-Produktionen
- YouTube-Reichweite



Start in die Saison 2018





Online-Buchung
Strategie und Lösung
für touristische Destinationen



Online-Kampagne 2018 / Landingpage (Beispiele)



Online-Kampagne 2018 / Landingpage (Beispiele)



Streckenanteile



	km	%
FIG, FRS	66	11,0
FRW	41	6,8
OMT	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



Finanzierung „2017, 2018, 2019“



Organisation	Gesamt *
Tourismusgebiete in Franken	106.500,00 €
Hessischer Untermain	15.003,00 €
Gesamt	121.503,00 €
FrankenTourismus (Sach-, Personalkosten, etc.) **	30.000,00 €

Wertheim, 11. Mai 2016

* Euro, netto / ** keine Berechnung

Marketing „MainRadweg 2017“



- **Tourenbroschüre“**
 - > Ausgabe 2018, Aktualisierung
- **SocialMedia (Facebook, etc.)**
- **www.mainradweg.com**
 - > Aktualisierungen
- **Kommunikation (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Anzeigen, etc.)**
- **Verkaufsförderung**
- **Qualitätsmanagement**



Tourenhefte



Website (Besuche, Seitenaufrufe)



Besuche 2017 Januar - März	Besuche 2018 Januar - März	Differenz absolut	Differenz %
33.879	30.833	-3.046	-8,99%
Seitenaufrufe 2017 Januar - März	Seitenaufrufe 2018 Januar - März	Differenz absolut	Differenz %
170.869	159.476	-11.393	-6,67%

Website / Besuche und Seitenaufrufe / 2016, 2017, Januar bis März 2018

Website / Besuche	2016	2017	
GESAMT	215.220	206.063	
2017 / Januar - März	2018 / Januar - März	Differenz	%
33.879	30.833	-3.046	-8,99
Websites / Aufrufe	2016	2017	
GESAMT	1.081.906	1.003.194	
2017 / Januar - März	2018 / Januar - März	Differenz	%
170.869	159.476	-11.393	-6,67

Erläuterung:
Negative Werte 2018 im Vergleich zum Vorjahr 2017 aufgrund des Rückgang der Verweiszugriffe (z.B. 41% von frankentourismus.de) und Rückgang der organischen Suchzugriffe bei vergleichbarem Suchvolumen

Facebook



31. März 2018

Facebook



Apps (iOS und Android)



Einstellung zum 31. Dezember 2017
(Kosten für Update, Responsive Webdesign)

Downloads	Gesamt		
	iOS	Android	Gesamt
F-Städte	1.270	2.451	3.721
F-Genießerland	3.965	3.535	7.500
F-WSL	16.752	5.262	22.014
F-HdB	4.811	14.466	19.271
Frankenweg			3.852
Fränkischer Gebirgsweg		2.406	11.485
Kelten-Erlebnisweg		1.416	2.636
MainRadweg	9.892	57.742	
Motorradtouren		14.738	
Parks&Gärten	2.161	2.161	
Reiseland Franken	3.090	5.055	8.145
tauber altmühl Radweg	2.985	3.091	6.076
e-Magazin	2.925	1.022	3.947
Gesamt	90.933	72.355	163.288



Messen & FrankenTouren „2017“



- 14.01. – 22.01.2017 „CMT“, Stuttgart ✓
- 08.02. – 12.02.2017 „Reisen“, Hamburg ✓
- 22.02. – 26.02.2017 „f.re.e.“, München ✓
- 08.03. – 12.03.2017 „ITB“, Berlin ✓
- 15.03. – 16.03.2017 „IN VIVA“, Nürnberg ✓
- 19.05. – 21.05.2017 „Die 66“, München ✓
- 10.06. – 11.06.2017 „Velo“, Frankfurt ✓
- 01.09. – 03.09.2017 „TourNatur“, Düsseldorf ✓
- 29.11. – 03.12.2017 „food & life“, München ✓
- 24.04. – 28.04.2017 Hessen, Rheinland-Pfalz ✓
- 03.07. – 07.07.2017 Nordrhein-Westfalen ✓
- 28.08. – 01.09.2017 Baden-Württemberg ✓

Sonstige Aktionen (Auswahl): ✓
„FrankenTag“ (Kitzingen), „Bratwurstgipfel“ (Pegnitz)

Beispiele



Beispiele



Beispiele



Pressearbeit



Pressearbeit



Distribution „Tourenheft“ (2017)



Auflage „2017“:	75.000 Exemplare
• Einzelversand (Anfragen):	4.937 Exemplare
• Messen (Endverbraucher):	8.170 Exemplare
• Tourismusstellen, Orte:	4.730 Exemplare
• Sonstige (Reiseindustrie, Unternehmen, Hotels, etc.):	1.705 Exemplare
• FrankenTourismus (Workshops, Presse, etc.):	355 Exemplare
• Versand „Partner“:	47.300 Exemplare
• Messen, Einzelversand „Januar 2018“:	ca. 7.500 Exemplare

Anzeigenschaltung



- Gesamtauflage: 1.400.000
- Schaltung „Couponfeld“
- Versand: 812 Exemplare (Stand: 10. April 2018)
- Kosten: Euro 1.352,00 (netto / Rabatt 35 %)

Messen & FrankenTouren „2018“



- 13.01. – 21.01.2018 „CMT“, Stuttgart ✓
- 07.02. – 11.02.2018 „Reisen“, Hamburg ✓
- 21.02. – 25.02.2018 „f.re.e.“, München ✓
- 28.02. – 01.03.2018 „IN VIVA“, Nürnberg ✓
- 07.03. – 11.03.2018 „ITB“, Berlin ✓
- 20.04. – 22.04.2018 „Die 66“, München
- 31.08. – 02.09.2018 „TourNatur“, Düsseldorf
- 28.11. – 02.12.2018 „Food & Life“, München



- 23.04. – 27.04.2018 Hessen / Rheinland-Pfalz
- 02.07. – 06.07.2018 Nordrhein-Westfalen
- 27.08. – 31.08.2018 Baden-Württemberg

Qualitätsmanagement 2018




Hinweis „Umleitungen“



Marketing 2018 / Ausblick 2019



MainRadweg 2018

- > Tourenbroschüre 2019
> Aktualisierung (evtl. erst 2019)
- > SocialMedia (Facebook, etc.)
- > www.mainradweg.com
> Online-Buchung ✓
> Aktualisierungen
- > Kommunikation (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Anzeigen, etc.)
- > Verkaufsförderung
- > Qualitätsmanagement 2018 ✓



Online-Buchung



Online-Buchung



Marketing 2018 / Ausblick 2019

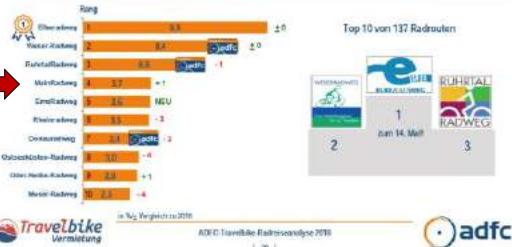


MainRadweg 2019

- > Tourenbroschüre 2019 ???
> Aktualisierung
- > Qualitätsmanagement 2019
- > SocialMedia (Facebook, etc.)
- > www.mainradweg.com
> Aktualisierungen
- > Kommunikation (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Anzeigen, etc.)
- > Finanzierung „2020, 2021, 2022“



Beliebteste Radrouten in Deutschland



Verzicht auf eine ADFC-Zertifizierung:

Einmündige Entscheidung des Arbeitskreises „MainRadweg“ am 23. Oktober 2014 (Würzburg)

Anzeigenschaltung

Betriebswirtschaftliche Entscheidung (Budget, Kosten)



**Statistik
Januar bis Februar 2018**

Tourismusentwicklung / Januar - Februar 2018

Tourismusgebiete „Franken“	Übernachtungen (1)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Naturpark Altmühltal	119.558	-5,6 %	1,9
Fichtelgebirge	176.840	2,7 %	2,5
Fränkische Schweiz	89.813	4,4 %	2,2
Fränkisches Seenland	65.413	12,1 %	2,4
Fränkisches Weinland	242.433	4,6 %	1,7
Frankenwald	97.822	4,4 %	3,7
Haßberge	27.887	-0,5 %	2,2
Liebliches Taubertal	Keine Daten		
Nürnberger Land	67.188	3,5 %	2,1
Obermain-Jura	73.683	3,3 %	3,5
Coburg/Rennsteig*	52.677	-1,5 %	3,2
Rhön	381.636	4,1 %	5,0
Romantisches Franken	134.326	7,0 %	1,9
Spessart-Mainland*	141.644	5,1 %	1,8
Städteregion Nürnberg	590.675	7,7 %	1,9
Steigerwald	229.538	12,3 %	2,3
Gesamt	2.491.133	5,3 %	2,3

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

6. April 2018
Quelle: Statistische Landesämter (BW, BY, HES, THÜ)

Tourismusentwicklung / Januar - Februar 2018

Arbeitsgemeinschaft „Die Fränkischen Städte“	Übernachtungen (1) (2)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Eichtätt	6.233	-5,6 %	1,8
Bamberg	65.541	11,1 %	1,7
Bayreuth	46.109	5,3 %	2,2
Coburg	14.902	-8,3 %	1,9
Kulmbach	6.387	-10,0 %	2,2
Ansbach	15.555	-0,3 %	2,8
Erlangen	73.577	1,2 %	2,1
Fürth	31.381	-1,2 %	2,3
Nürnberg	473.701	9,8 %	1,9
Dinkelsbühl	14.242	8,1 %	2,5
Rothenburg o. d. Tauber	32.942	1,5 %	1,4
Aschaffenburg	27.054	15,4 %	1,9
Schweinfurt	31.249	3,4 %	2,0
Würzburg	105.927	5,3 %	1,5
Gesamt	944.800	6,9 %	1,9

(1) Bereich, gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik* / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
(2) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter

Hinweis: Angaben ohne Gewähr

6. April 2018
Bay. LfStAD

Tourismusentwicklung / Januar - Februar 2018

Arbeitsgemeinschaft „Heilbäder und Kurorte“ (1)	Gästeankünfte (2)	Veränderung
Bad Berneck i. Fichtelgebirge	1.027	27,1 %
Bischofsgrün	4.415	-9,4 %
Bad Rodach	3.172	1,4 %
Bad Steben	6.045	8,4 %
Bad Staffelstein	14.870	-0,6 %
Bad Alexandersbad	3.441	-8,6 %
Weißstadt	5.614	29,0 %
Bad Windsheim	10.516	18,4 %
Treuchtlingen	1.154	28,7 %
Bad Bocklet	2.916	21,6 %
Bad Brückenau	8.199	1,2 %
Bad Kissingen	28.797	-3,7 %
Bad Neustadt a. d. Saale	5.259	-5,6 %
Bad Königshofen	1.690	-9,6 %
Bad Colberg-Heilburg*	Keine Daten	
Bad Mergentheim	Keine Daten	
Bad Orb	Keine Daten	
Bad Soden-Salmünster	Keine Daten	
Gesamt	97.115	2,4 %

(1) Bereich, gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik* / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
(2) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter
* ohne Camping

6. April 2018
Stat. Landesämter (BW, BY, HES, THÜ)

Tourismusentwicklung / Januar - Februar 2018



Arbeitsgemeinschaft „Hellbläuer und Kurorte“ (1)	Übernachtungen (2)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Bad Berneck / Fichtelgebirge	1.856	-15,3%	1,8
Bischofsgrün	25.929	-2,8%	5,9
Bad Rodsch	27.557	6,0%	8,7
Bad Steben	51.783	3,4%	8,6
Bad Staffelstein	58.022	0,1%	3,9
Bad Alexandersbad	7.551	-8,6%	2,2
Weißstadt	19.693	19,1%	3,5
Bad Windsheim	49.915	11,6%	4,7
Treuchtlingen	2.920	7,0%	2,5
Bad Bocklet	25.216	17,5%	8,6
Bad Brückenau	41.097	10,9%	5,0
Bad Kissinger	202.803	0,4%	7,0
Bad Neustadt a.d. Saale	49.496	3,1%	9,4
Bad Königshofen	7.387	-4,3%	4,4
Bad Colberg-Heilbad *	Keine Daten		
Bad Mergentheim	Keine Daten		
Bad Oid	Keine Daten		
Bad Soden-Salmünster	Keine Daten		
Gesamt	571.225	3,7%	5,9

8. April 2018
Stat. Landesämter
(BW, BY, HES, THÜ)

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
(2) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter
* ohne Camping

Hinweis: Angaben ohne Gewähr

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar - Februar 2018



	Übernachtungen (1) (3)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Franken (2)	2.491.133	5,3%	2,3
Ostbayern	2.214.518	6,8%	3,4
Allgäu/Bayerisch-Schwaben	2.249.191	7,3%	3,2
Oberbayern-München *	5.245.224	5,4%	2,3
Bayern **	12.161.520	6,0%	2,6
Deutschland	Keine Daten		
Franken (2)	Übernachtungen (1) (3)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Inland	2.054.542	4,6%	2,4
Ausland	436.591	8,7%	1,9
Gesamt	2.491.133	5,3%	2,3

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
(2) mit Mitglieder in Hessen, Baden-Württemberg und Thüringen
(3) Berücksichtigung von Aktualisierungen der statistischen Landesämter

8. April 2018
Quelle: Statistisches
Bundesamt, Statistische
Landesämter

* München: 15.663.728 (11,6% / 2,0 Tage) 2.102.813

** ohne fränkische Mitglieder in BW, HES, THÜ

Hinweis: Angaben ohne Gewähr

www.frankentourismus.de

Tourismusentwicklung / Januar - Februar 2018



Herkunftsland	Franken (1)			Bayern		
	Übernachtungen (2) (3)	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer	Übernachtungen	Veränderung	Ø Aufenthaltsdauer
Belgien	11.782	5,6%	1,5	49.060	0,4%	1,8
Dänemark	11.070	5,4%	1,3	42.420	0,4%	1,8
Frankreich	17.818	7,4%	2,0	82.034	0,1%	2,0
Großbritannien, Nordirland	23.172	9,9%	2,0	148.856	10,0%	2,2
Italien	31.207	5,4%	2,2	147.710	-1,7%	2,0
Niederlande	51.824	-2,1%	1,3	242.879	6,9%	1,7
Österreich	25.939	11,9%	1,9	200.988	5,6%	1,8
Polen	27.075	17,3%	2,1	94.231	9,1%	2,3
Russland	10.294	11,6%	2,1	112.391	4,7%	2,4
Schweden	6.316	13,1%	1,6	28.956	6,1%	1,8
Schweiz	16.714	6,4%	1,8	166.155	1,9%	2,3
China	18.831	7,3%	2,4	109.251	13,9%	1,9
Japan	9.578	6,0%	1,6	46.952	9,7%	1,8
Südkorea	7.209	24,2%	1,4	38.766	9,5%	1,7
Taiwan	4.007	-7,8%	1,6	17.893	-5,9%	2,0
USA	32.499	15,6%	2,4	162.548	5,5%	2,2
Sonstige	131.256			787.946		
Ausland zusammen	436.591	8,7%	1,9	2.479.036	6,9%	2,1

(1) ohne Mitglieder in Hessen, Baden Württemberg (Liebliches Taubertal) und Thüringen
(2) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“
(3) Berücksichtigung von Aktualisierungen des Bay. LfStM

8. April 2018
Bay. LfStM

www.frankentourismus.de

FrankenTourismus, 12. April 2018



- A) FrankenTourismus
 - > Marktforschung
 - > Statistik
 - > Kommunikationsstrategie
- B) Kommunikation „2018“
- C) Ausblick „2019“
- D) Mitgliederversammlung (1. Juni 2018, Bamberg)

www.frankentourismus.de

FrankenTourismus, 11. April 2018



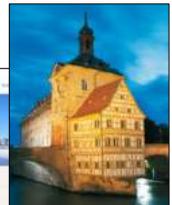
- A) FrankenTourismus „Allgemein“
 - > Aufgaben und Ziele
 - > Strukturen
 - > Statistik
 - > Kommunikationsstrategie
 - > Verbandsgeschäftsstelle
 - > FTM GmbH
- B) FrankenTourismus „Aktuell“
 - > Kommunikation „2018“
 - > Mitgliederversammlung (1. Juni 2018, Bamberg)
- C) FrankenTourismus „2019“
 - > Digitales Netzwerk „FrankenTourismus“
 - > Cross-Media-Kampagne „Spielzeugland Franken“
 - > Angebotsübergreifende Vernetzung („Plus-Angebote“)
 - > Intensivierung „Online-Maßnahmen“
- D) Finanzen
 - > Wettbewerbssituation (Inland, Ausland)
 - > Förderung „FrankenTourismus“
 - > Sonstige Förderprogramme
- E) BYTM GmbH
 - > Geschäftsführung
- F) Sonstiges

www.frankentourismus.de

Ausblick „Jahresthemen 2019“



- > Kleine Landesgartenschau in Wassertrüdingen
- > 250. Geburtstag von Alexander von Humboldt in Goldkronach
- > Jubiläum 100 Jahre Bamberger Verfassung



www.frankentourismus.de

Customer Journey (Potenziale)



www.frankentourismus.de

Intensivierung „Online-Maßnahmen“

Ziel
> spezifische Zielgruppenansprache bei ausgewählten Projekten

Maßnahmen (Auswahl)

- > Influencerkampagnen
- > Blogger
- > Videoclips
- > YouTube
- > KI, Chatbots
- > Instagram
- > VR
- > Messenger Dienste
- > Augmented Reality
- > Newsboard

Veränderungen von Rahmenbedingungen
> z.B. Reduzierung „Unternehmenssichtbarkeit“ bei Facebook



www.frankentourismus.de

FrankenTourismus, 12. April 2018



- A) FrankenTourismus
 - > Marktforschung
 - > Statistik
 - > Kommunikationsstrategie
- B) Kommunikation „2018“
- C) Ausblick „2019“
- D) **Mitgliederversammlung (1. Juni 2018, Bamberg)**

www.frankentourismus.de

Mitgliederversammlung 2018

Bamberg, Freitag, 1. Juni 2018

- > 10.00 Uhr: Fachtagung
- > 12.00 Uhr: Vorstand, Beirat, Verbandsausschuss
- > 14.00 Uhr: Mitgliederversammlung



www.frankentourismus.de

Mitgliederversammlung 2018

Franken - das ist die Vielfalt

Digitale Führung im Tourismus

FrankenTourismus

FrankenTourismus

www.frankentourismus.de

Mitgliederversammlung 2018

Fachtagung

Digitalisierung im Tourismus

Digitalisierung im Tourismus

www.frankentourismus.de



Angelika Schäffer

Geschäftsführerin
ab 1. Juni 2018



für die ZUSAMMENARBEIT
und die UNTERSTÜTZUNG!