



Reinhard Löwisch
Tourismus in der Fränkische Schweiz
- 50 Jahre Tourismuszentrale -

Einleitung

Seit 50 Jahren gibt es die Tourismuszentrale, (TZ) davon 28 Jahre habe ich dort gearbeitet - so lange wie bisher kein anderer Mitarbeiter. Daher bin ich gerüstet, ein paar Zeilen darüber zu schreiben - immer aus dem Blickwinkel, dass die TZ ein Mittler, eine Art Speerspitze der touristischen Gemeinden bildet, um deren Angebote bundesweit (mit) zu vermarkten. Mit der Einführung des Internets ist es leichter geworden zu werben, weil jeder Zugang zum www hat. Der Nachteil dabei: eben weil jeder Zugang zum Web hat, ist die Konkurrenz weltweit und daher viel größer als im Printbereich, was den hohen technischen und finanziellen Aufwand verursacht. Der Unterschied von diesem Buch zu dem ersten mit dem Titel Tourismus in der Fränkischen Schweiz ist folgender: Bei ersterem handelt es sich um die Beschreibung des Tourismusmarktes, der sich je nach Angebot und Zeitgeist des öfteren wandelte. Dieses Buch handelt davon, mit welchen Maßnahmen die Tourismuszentrale auf den sich ständig veränderten Tourismusmarkt reagiert hat. Man könnte auch sagen, es handelt sich um den Spielplatz (Bd. 1), auf dem sich die Tourismuszentrale tummelt (Bd. 2). Die Ähnlichkeit der Umschläge ist gewollt, weil beide Bände zusammen gehören.

Das Bild der Titelseite zeigt die Eröffnung der Tourismuszentrale am 1. April 1974. Siehe Seite 15. Bild der Rückseite: Blick in die Geschäftsstelle 1974. Fotos: FT-Archiv, Hans Grün

Bei den Texten in blauer Schrift handelt es sich um Zeitungsberichte. Damit soll eine genauere Abgrenzung zum normalen Text gewährleistet werden. Dank gebührt den Lokalzeitungen für die Erlaubnis, die Zeitungsberichte für die Chronik zu verwenden. Es handelt sich um: die Nordbayerischen Nachrichten (NN), den Fränkischen Tag (FT), beide Forchheim und den Nordbayerischen Kurier (NK) in Bayreuth.

Impressum

Herausgeber: Reinhard Löwisch, Affalterthal 13, 91349 Egloffstein. Erschienen im Eigenverlag als kostenloses PDF, März 2024. Ich bitte darum, meine Rechte an dem Buch, samt Text und eigener Bilder trotzdem zu respektieren. Die Bilder können etwas unscharf wirken, das sie heruntergerechnet sind, um die Dateigröße zu minimieren.

Inhaltsverzeichnis

Vorgeschichte – Die Höhlen waren schuld ... 5 - Abb 1 Stadtplan
Gründung des Gebietsausschuss Fränkische Schweiz ... 7

Das Jahr - Seite - mit Abb-Verzeichnis

| | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| 1974... 14 Abb 2 Eröffnung | 1991... 86 |
| 1975... 17 | 1992... 93 |
| 1976... 19 Abb 3 Kirchweih­tanz | 1993... 96 |
| 1977... 27 | 1994... 99 |
| 1978... 31 | 1995... 103 Abb 10 1. Höhlentitel |
| 1979... 33 Abb 4 150 Jahre | 1996... 108 |
| 1980... 35 | 1997... 115 |
| 1981... 41 Abb 5 R. Eberhardt | 1998... 120 Abb 11 Neues Logo |
| 1982... 50 Abb 6 Höhlenstand ITB | 1999... 129 |
| 1983... 54 | 2000... 132 Abb 12 BTL-Schema |
| 1984... 57 Abb 7 Chr. Thömmes | 2001... 137 Abb 13 Kirsch­kö­nigin |
| 1985... 63 | 2002... 142 |
| 1986... 65 | 2003... 146 |
| 1987... 69 Abb 8 1. Katalog-Titel | 2004... 148 |
| 1988... 71 | 2005... 151 |
| 1989... 77 | 2006... 153 |
| 1990... 81 Abb 9 Neue Räume | 2007... 158 |

| | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| 2008... 161 | 2016... 197 |
| 2009... 167 | 2017... 202 |
| 2010... 173 | 2018... 207 |
| 2011... 177 Abb 14 Leitbild | 2019... 211 Abb 17 Neue Logos |
| 2012... 180 Abb 15 S. Schneider | 2020... 212 |
| 2013... 187 | 2021... 216 Abb 18 Helldörfer |
| 2014... 190 Abb 16 Prof. Bätzing | 2022... 222 |
| 2015... 193 | 2023... 225 |

| | |
|---|-----|
| Die Tourismuszentrale stellt sich vor: | 229 |
| Die Rolle des Tourismusverbandes Franken | 230 |
| Das Personal in der Tourismuszentrale | 234 |
| Online-Entwicklung der Tourismuszentrale | 237 |
| Franz-Xaver Bauer -Erinnerungen an die TZ | 240 |

Anlagen:

| | |
|--|-----|
| Die Kirschenkönigin | 248 |
| Die Fränkische Schweiz – Mitglied der Burgenstraße | 250 |
| Wandern ohne Gepäck | 252 |
| Ideen zur Weiterentwicklung des Fremdenverkehrs | 253 |
| Zweckvereinbarung des Gebietsausschusses von 1974 | 266 |
| 44 Gemeinden Mitglied im Tourismusverband Franken | 268 |
| Verwendete Quellen: | 268 |
| Bemerkungen: | 269 |

50 Jahre Tourismuszentrale Fränkische Schweiz

Vorgeschichte – Die Höhlen waren schuld

Der Tourismus in der Fränkischen Schweiz begann schon im Jahr 1602 mit der Veröffentlichung eines Stadtplanes über Bamberg. Damit dürfte die Fränkische Schweiz einer der ältesten Tourismusregionen Deutschlands sein.

Peter Zweidlers „Gründtlicher abriß der Statt Bamberg“, enthielt neben ausführlichen Straßenkartierungen und originalgetreuen Häuserabbildungen die Beschreibungen einiger „Merkwürdigkeiten“ der Umgebung; darunter Forchheim mit seinen uneinnehmbaren Festungsmauern und die Gaillenreuther Höhle¹. Ohne diese erste Erwähnung wären Wissenschaftler und Forscher vermutlich nie auf die Idee gekommen, hier danach zu suchen. Aus dem reinen Stadtplan wurde so ein erster Reiseführer für Gebildete. Und das 20 Jahre bevor die europäische Gesellschaft mit der „Grand-Tour“ eine Art Bildungsreise für reiche und adlige Studenten ins Leben rief². Der Magister Joannes Bonius, Professor der Rhetorischen Fakultät zu Bamberg hat als Verfasser des Textes mit diesen Zeilen die erste bekannte Schilderung einer Höhle im Muggendorfer Gebiet überhaupt geliefert und auf die immerwährende Veränderung ihres Innern durch Tropfsteinbildung hingewiesen. Der lateinische Text von Bonius lautet auf Deutsch in der Übersetzung von Staatsarchivrat Dr. Michel Hofmann³ so:

„Unter anderen Merkwürdigkeiten kann man unweit dieser Stadt (Bamberg) im Gebiet eines Zweiges der adeligen Familie von Egloffstein einen Ort sehen, der im Volksmund Galtreuth heißt. Hier wird eine breite und lange Höhle gezeigt, die nach Art einer Kammer aus einem mächtigen Felsen gehauen ist. Darin öffnet sich ein weiterer Abstieg in die Tiefe und wer dort den Grund aufgräbt, stößt zu seiner höchsten Verwunderung auf eine gewaltige Menge Knochen, Zähne und Schädel von Pferden. Von der Decke dieser Höhle sieht man Tropfen herabfallen, die am Boden sofort zu einem sehr harten Gestein zusammenwachsen, das mit Kiesel die allergrößte Ähnlichkeit hat.“

Diese Höhlenbeschreibung lockte in den folgenden Jahrhunderten nicht nur zahllose Wissenschaftler und deren Studenten in die Gegend. Mit der Beschreibung der dort gefundenen Tiere begann die deutsche Höhlenforschung. Doch es dauerte noch viele Jahre, ehe die Veröffentlichungen von Höhlenbegehungen und deren Funde eine immer größer werdende Zahl Interessierter anlockt und sich langsam ein erster Tourismusboom abzeichnete, als durch Reisebeschreibungen klar wurde, dass die Region nicht nur unter der Erde, sondern vor al-

lem oberhalb vieles „romantisches“ zu bieten hat. Seit 1802, vor allem durch Clemens Brentano und Achim von Arnim⁴ mit der Beschreibung des mittleren Rheintales, boomte dieser Trend und sorgte dafür, dass sich in der Folge vor allem die Schweiz und Italien auf der Reiseroute der klassischen Bildungsreise befand. Die Familien mit weniger Geld für derlei Ausflüge ihrer Sprösslinge, schickten sie in die „Fränkische“ Schweiz, die näher lag und viel preiswerter war als das Original. So erlebte die Region ihren ersten großen Urlauberansturm Anfang des 19. Jahrhunderts; mit ausgelöst durch eine „Verschweizerung“, die Umbenennung der Region in „Fränkische Schweiz“ 1807⁵, die Einrichtung von Molkekuren nach Schweizer Vorbild, zuerst in Streitberg (1836) und danach in weiteren Orten wie Gößweinstein und Muggendorf. Mit dem Bau der Eisenbahn von Forchheim nach Ebermannstadt, die 1891 fertig gestellt wurde, beginnt eine neue Ära im Tourismus: der Massentourismus. Plötzlich war es einfach möglich, von Nürnberg aus in die „Fränkische“ zu fahren, hier zu wandern und einzukehren und abends wieder nach Hause zu fahren. Mit der Gründung von Tourismusvereinen und Verschönerungsvereinen auf regionaler und

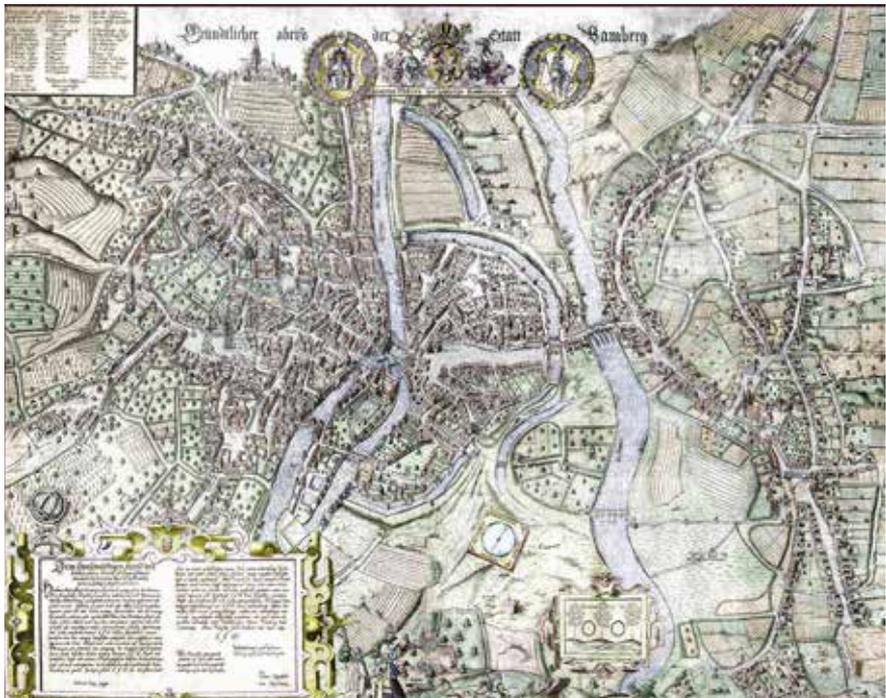


Abb 1: Der Stadtplan Bambergs von Peter Zweidler aus dem Jahre 1602. Repro: www.zweidlerplan.de

kommunaler Ebene versuchte man, das zaghafte Pflänzchen „Fremdenverkehr“, wie es damals noch hieß zu hegen und zu pflegen und auf eine breitere Basis zu stellen. Es war nicht leicht: zuerst kam der erste Weltkrieg, der vier Jahre Stagnation und Rückgang bedeutete, dann die Hyperinflation in den 20-er Jahren und dann kam der zerstörerische zweite Weltkrieg. Danach war erst einmal Ruhe und die Tourismus-Uhr wieder auf null gestellt. Alles musste von neuem beginnen und neu aufgebaut werden.

Gründung des Gebietsausschuss Fränkische Schweiz

1946, mit der Wiedergründung des Fränkischen Tourismusverbandes als „Landesfremdenverkehrsverband Nordbayern e. V.“ in Nürnberg (es gab ihn schon mal von 1904-1933 als Nordbayerischen Verkehrsverein), jetzt als „Tourismusverband Franken“, begann die touristische Neuerschließung Frankens, um den wichtigen Wirtschaftszweig wieder nach vorne zu bringen. Die entstandene Not durch die Auswirkungen des Zweiten Weltkrieges zwang zum Handeln; in vielen Hotels und Gasthöfen waren Flüchtlinge und Besatzungstruppen einquartiert, die schlechten Straßenverhältnisse verhinderten wirtschaftlichen Aufschwung. Bis zum Beitritt des Fränkische Schweiz-Verein zum fränkischen Verband lag die touristische Arbeit der Region ausschließlich bei einzelnen Gemeinden, bei einigen Gastronomen und den touristischen „Vereinen“, war also heillos zerstritten und unkoordiniert, da jeder nur sein Ziel vor Augen hatte.

In der Fränkischen Schweiz begann die Neuausrichtung 1951 mit dem Beitritt des Fränkische Schweiz- Verein (FSV) zum Landesfremdenverkehrsverband, was die Neubelebung des „Gebietsausschusses“ auf neuer Basis zur Folge hatte. Damit waren auch die touristischen „Grenzen“ der Fränkischen Schweiz (das Gebiet der FSV- Ortsgruppen) vorerst gesteckt. Die Aufgaben des Gebietsausschusses beschreibt der Landesfremdenverkehrsverband so⁶: „Deren Hauptzweck ist die Werbung für ihr Gebiet, die Wegmarkierungen - auch im Rahmen von Großmarkierungen, die Pflege der Sitten und Gebräuche in entsprechender örtlicher Zusammenarbeit“. Gleichzeitig mit der Bildung von Gebietsausschüssen ging der Fremdenverkehrsverband auf Mitgliedersuche und ließ über die Regierung von Oberfranken Empfehlungsschreiben an die Landratsämter verschicken, in denen darum geworben wird, dass alle Gemeinden dem Verband beitreten sollen mit der Begründung: „Fremdenwerbung stellt einen Kampf um Kunden dar, der alljährlich erneut ausgetragen werden muss“. 1962 trennten sich die Wege von FSV und Gebietsausschuss. Landrat Dr. Dittrich (Pegnitz) wurde neuer Vorstand des Gebietsausschusses, weil Rechtsrat Uhl aus Alters-

gründen von allen Posten (FSV-Chef und Vorsitz Gebietsausschuss) zurücktrat. Der Gebietsausschuss zog bis 1971 nach Pegnitz um und betrieb von dort aus den kommunalen Fremdenverkehr. In dieser Zeit gründete sich auf Anregung einiger Fremdenverkehrsgemeinden eine „Werbegemeinschaft Fränkische Schweiz“, dem Vorläufer der Tourismuszentrale.

Auszug des Protokolls der Arbeitstagung des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz am 13.11.1967 im Café Frankengold in Behringersmühle. Beschluss zur Gründung einer Werbegemeinschaft: *„Der Gedanke einer gemeinsamen Werbung ist nicht neu. Bereits seit dem Jahre 1962 wird versucht, sie durchzuführen. Leider sind die Bemühungen bisher ohne Erfolg geblieben. Bedingt durch die verstärkte Werbung anderer Erholungsgebiete erscheint es jedoch jetzt dringend erforderlich und unumgänglich, ebenfalls verstärkt für die „Fränkische Schweiz“ zu werben. Dabei ist vor allem an Inserate in Zeitungen gedacht. Allerdings hat es keinen Sinn, wenn die Fremdenverkehrsorte einzeln werben, da dann die Anzeige zu klein ist und zu wenig beachtet wird, Vielmehr sollte durch gemeinsame Werbung erreicht werden, dass die Inserate größer werden können und durch eine gute graphische Gestaltung ins Blickfeld der Leser kommen. In den letzten Jahren wurden durch die Schaffung der Ortsprospekte, der Gebiete Prospektes und nunmehr der Panoramakarte entsprechende Werbemittel zur Verfügung gestellt. Sie reichen jedoch nicht aus, weil eine wahllose Streuung erfahrungsgemäß wenig Erfolg bringt. Vielmehr sollte der Leser durch ein gemeinsames Inserat angesprochen und dafür interessiert werden, Prospektmaterial anzufordern“.*

Auf der Mitgliederversammlung im November 1971 wählte man den Forchheimer Landrat Otto Ammon zum ersten Vorsitzenden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz und damit zum Nachfolger des Pegnitzer Altlandrates und Senators Dittrich, den man zum Ehrenvorsitzenden ernannte. Begründet wurde dieser Schritt mit der Gebietsreform, infolge derer die Landkreise Ebermannstadt und Pegnitz aufgelöst wurden. Nach der Neuordnung der alten Landkreise gehörte fast der gesamte Landkreis Forchheim zur Fränkischen Schweiz. Am 11. März 1972 veranstaltete Ammon in Ebermannstadt ein „Hearing“, bei dem es vor allem darum ging, den Fremdenverkehr weiter zu forcieren. Für die Einrichtung einer Tourismuszentrale war auch Konrad Gorlicki vom Fremdenverkehrsverband Nordbayern. Er schrieb am 18. Sept. 1972 einen Brief an Landrat Otto Ammon. In dem heißt es: *Betreff: Einrichtung eines Fremdenverkehrsamtes.*

Die Einrichtung eines Fremdenverkehrsamtes für die Fränkische Schweiz wird nach meiner Meinung nur dann der zu stellenden Aufgabe wirklich gerecht werden, wenn es gelingt, die Zuständigkeit dieses Amtes für die ganze Fränkische Schweiz sicher-

*zustellen, weil andernfalls der gegenteilige Effekt zwangsläufig eintreten müsste. Die Arbeit des Verkehrsamtes auf dem Gebiet der inneren und äußeren Werbung darf nicht auf eine Landkreiswerbung hinauslaufen, es muss eine echte Gebietswerbung sein, die eine Zusammenarbeit über die Grenzen hinweg als unabdingbare Voraussetzung hat. Aus optischen Gründen wäre es meines Erachtens zweckdienlich, wenn die zentrale Funktion des Amtes auch durch einen zentralen Standort zum Ausdruck käme. Der aufzustellende Aufgabenkatalog hängt zweifellos auch ab von der finanziellen und personellen Ausstattung des neuen Amtes und von der Bereitschaft aller Beteiligten, Aufgaben an dieses Amt zu delegieren. Wie erbeten, habe ich nachstehend Aufgaben skizziert, wie sie sich insbesondere aus der Sicht der Verbandsge-
schäftsführung als wünschenswert erweisen:*

Das Hauptziel müsste es sein, darauf hinzuwirken, dass das Angebot der Fränkischen Schweiz den Erfordernissen des touristischen Marktes möglichst gut angepasst wird, weil sich daraus auch die notwendigen Voraussetzungen für die Werbung und für den Verkauf ergeben. Wichtigster Partner vor allen anderen ist die Gastronomie, deren Aufgeschlossenheit und Wille zur Mitarbeit durch intensive Beratung und Zusammenarbeit mit dem Gewerbe erreicht werden muss. In diesem Sinne ergeben sich vorweg folgende Aufgaben:

a) Schaffung einer zentralen Vermittlungsstelle, an die alle Gästeanfragen weitergegeben werden, wenn der einzelne Betrieb die Wünsche nicht erfüllen kann (zum Zwecke der sofortigen Weitergabe können den Betrieben adressierte Freiumschläge zur Verfügung gestellt werden). Ziel: Es darf kein Gast - für dessen Anwerbung umgerechnet beträchtliche Werbemittel aufgewendet wurden - der Fränkischen Schweiz deshalb verlorengehen, weil der Betrieb der individuellen Anfrage zeitlich, zimmermäßig oder wegen der Preiskategorie nicht entsprechen kann. Damit das funktionieren kann, sind dem Verkehrsamt vakante Beherbergungskapazitäten regelmäßig zu melden. Mögliches Endziel könnte sein, durch diese Funktion des Verkehrsamtes eine Voraussetzung für eine elektronische Zimmervermittlung zu schaffen. In Regie des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes läuft ab 1. Oktober 1972 in Baden-Württemberg bereits ein Probelauf einer solchen elektronischen Zimmervermittlung, der nach meiner Meinung freilich die Erkenntnis bringen dürfte, dass die für alle Beteiligten dabei entstehenden Kosten in keinem vernünftigen Verhältnis stehen zum erzielbaren Effekt.

b) Kostengerechte und marktgerechte Kalkulation der Gastronomie. Die bessere Auslastung der Betriebe in der Vor- und Nachsaison muss durch einen attraktiven Preissabschlag gewährleistet werden. Dazu ist eine einheitlich geltende Zeit der Haupt-

saison festzulegen, die sich genau an der Schulferienzeit der Länder orientiert. Es ist anhand der Belegungszahlen in den einzelnen Monaten festzustellen, in welchem Verhältnis in der Fränkischen Schweiz die Zahl der Gäste in der Hauptsaison zu der Zahl der Gäste in der Vor/Nachsaison steht, Nach diesem Verhältnis ist der Preis (nach dem System von Dr. Gugg) entsprechend zu differenzieren. Nach dem gleichen Prinzip ist auch die Einrechnung einer Reisebüro-Provision ins Auge zu fassen, um den großen Verkaufsapparat der Reisebüros in Anspruch nehmen zu können, auch wenn diese Möglichkeit zur Zeit noch äußerst gering erscheint. (Auf der bevorstehenden Jahrestagung des Deutschen Reisebüroverbandes in Hamburg im Oktober werden Ansätze für ein stärkeres Interesse der Reisevermittler an Inlandsmarkt sichtbar werden, weil die großen Reiseveranstalter durch zunehmende Fusionierung die Reisemittler in eine zu große Abhängigkeit bringen.

c) *Verlässliche statistische Angaben:*

Alle Förderungsmaßnahmen für das Gastgewerbe werden langsam witzlos, wenn die Gastronomie keine Zahlen darüber zur Verfügung stellt, ob und in welchem Maße die Förderungsmaßnahmen, die Aufwendung von ,Werbemitteln und die organisatorische Zusammenarbeit ergebnisvoll war oder nicht. Es müssen die Argumente der Gastronomie gegen eine vorschriftsmäßige Beachtung der Meldeordnung abgebaut werden (Finanzamt, Papierkrieg, Konkurrenz, Personalnot usw.). Stattdessen muss die Notwendigkeit der zutreffenden Zahlen für staatliche Zuschüsse zur Fremdenverkehrswerbung und für Einrichtungen des Fremdenverkehrs herausgestellt werden. Alle diese Maßnahmen sind ja zugleich im Interesse der Gastronomie.

d) *Spezialitätenwerbung:*

Es empfiehlt sich die Anwendung von werbenden Speise- und Getränkekarten und Papierservietten, auf denen eine Karte der Fränkischen Schweiz zu sehen ist und auf der die besonderen gastronomischen Spezialitäten in entsprechender Weise herausgestellt werden.

e) *Veranstaltungen:*

Auch die Fränkische Schweiz hat das Image aller deutschen Mittelgebirge: Ein Angebot für ältere Leute, es ist nichts „los“. Zu diesem Zweck sollten in Zusammenarbeit mit unternehmungsfreudigen Gastronomen und örtlichen Vereinen Veranstaltungen durchgeführt werden, die zeitlich aufeinander abgestimmt werden und für die ein Veranstaltungskalender herausgegeben wird.

f) *Beratung der Betriebe:*

In Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband sollten

die Betriebe bei Ausbau und Renovierung beraten werden. Insbesondere sollte auf eine Vermehrung der Komfortzimmer (Zimmer mit Toilette und Dusche/Bad) hingewirkt werden. Inwieweit das Verkehrsamt bei der Stellung von Anträgen zu den verschiedenen Förderungsmaßnahmen (Fremdenverkehrs-Kreditprogramm, Investitionszulagengesetz usw.) und zur gutachterlichen Stellungnahme hierzu eingeschaltet werden kann, wäre zu prüfen.

g) Werbung:

Die Verbundwerbung für die Fränkische Schweiz sollte weiter ausgebaut werden. Je mehr Initiative durch das Verkehrsamt sichtbar wird und je mehr dessen Arbeit von den Gemeinden als nützlich anerkannt wird, desto größer dürfte die Bereitschaft der Gemeinden sein, sich stärker als bisher finanziell für eine Verbundwerbung zu engagieren. Das Verkehrsamt hätte dann die Funktion der Exekutive für diese Gemeinschaftswerbung zu übernehmen, dies könnte auch für jene Werbemaßnahmen gelten, die der Fremdenverkehrsverband Nordbayern durchführt und bei denen er auf eine enge Zusammenarbeit mit den Mitgliedsgemeinden und der Gastronomie angewiesen ist (z. B. Frankenkollektivanzeigenwerbung, Herausgabe von Unterkunftsverzeichnissen und Verkaufskatalogen). Ich möchte es mir versagen im Einzelnen noch anzuführen, was durch ein solches Verkehrsamt außerdem noch als Aufgabe in Betracht kommt. Sicherlich gehören dazu auch Fragen der Verkehrsverbindungen, des Ortsbildes, der Erschließung der Landschaft und beispielsweise auch die Mitarbeit bei der Erstellung eines Angebots „Ferien auf dem Bauernhof“. Ich habe mich oben darauf beschränkt, die aus meiner Sicht besonders dringlichen Aufgaben zu skizzieren. Weil nach meiner über 40-jährigen Erfahrung alle Arbeit nur dann sinnvoll ist, wenn es gelingt, die Gastronomie als entscheidenden Partner für die gemeinsame Fremdenverkehrsarbeit zu gewinnen, habe ich mich über diesen Teil der Aufgabenstellung besonders verbreitet. Ich werde wenn gewünscht gerne zur Verfügung stehen, wenn es darum geht, der Gastronomie in Vorträgen oder in einer Art von Fortbildungskursen das geistige Rüstzeug für die kalkulatorischen Überlegungen nahezubringen, von denen oben die Schreibe ist. Mit freundlichen Grüßen Gorlicki, Verkehrsdirektor, Fremdenverkehrsverband Nordbayern e. V.

1973 forderte Ammon lautstark die Schaffung eines zentralen Verkehrsamtes für die Region, das auch als Geschäftsstelle des Gebietsausschusses fungieren sollte. Im gleichen Jahr, am 1. Juni, kam das Merian – Heft „Fränkische Schweiz“ auf dem Markt. Allein 5000 Exemplare (von insgesamt 220 000) wurden in der Fränkischen Schweiz verteilt, um die Kommunalpolitik auf das gemeinsame „Dach“ Fränkische Schweiz einzustimmen. Folgende touristische Einrichtungen in Oberfranken standen in Planung:

Fränkischer Tag, 15.3.1973 - Fünf Fremdenverkehrsentwicklungspläne für Oberfranken - Die Fränkische Schweiz soll ein Modellfall werden - Erst Bestandsaufnahme, dann gezielte Förderungsmaßnahmen — „Beton-Tristesse“ nicht gefragt

STREITBERG. Die „im Gegensatz zu den klassischen Fremdenverkehrsgebieten große Chance“ Oberfrankens in der Werbung um die Gunst der Urlauber soll durch fünf Pläne gewahrt werden. Mit diesen Plänen, die auf die oberfränkischen Erholungslandschaften abzustimmen seien, sollen Maßnahmen infrastruktureller und privatwirtschaftlicher Natur aufgezeigt werden, die nötig sind, um den Fremdenverkehr im nordostbayerischen Bezirk voranzubringen. Darüber hinaus will sich die Fränkische Schweiz, vertreten durch die Landräte Ammon (Forchheim) und Dr. Kohut (Bayreuth), beim bayerischen Wirtschaftsminister Jaumann um Anerkennung als Fremdenverkehrsmodellfall bemühen und auf diese Weise staatliche Mittel „lockermachen“. Das sind die wesentlichen Ergebnisse eines Gesprächs zwischen Regierungsvertretern, Fremdenverkehrsfachleuten und den Landratsämtern Forchheim, Bamberg und Bayreuth am Dienstag im Gasthof „Schwarzer Adler“. Abteilungsdirektor Johannes Ullmann, der Leiter der Abteilung für Wirtschaft und Verkehr bei der Regierung von Oberfranken, fasste das Gesprächsergebnis zusammen. Sinn, Ziel und Zweck der von Landrat Ammon initiierten Besprechung sei es gewesen, über die Grenzen von Kreisen und Gemeinden hinaus ein Konzept zur Förderung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz zu entwickeln. Die Wirtschaft Oberfrankens ruhe auf zwei Säulen: dem Gewerbe schlechthin (Industrie, Handwerk) und in zunehmendem Maße auf dem Fremdenverkehr. Mit den Fremdenverkehrsentwicklungsplänen, (den ersten in Bayern) sollen z. B. bauliche Fehlentwicklungen wie etwa an der deutschen Ostseeküste oder im Bayerischen Wald (wo Beton-Tristesse die Landschaft immer weiter zurückdrängt) verhindert werden. Diese Pläne seien zunächst Bestandsaufnahme bestehender Einrichtungen und sollen, darauf aufbauend, Einzelmaßnahmen nennen, die notwendig sind, um die Chancen der Fränkischen Schweiz auf Grund ihrer Gegebenheiten auszuschöpfen. Ullmann: „Der liebe Gott hat uns in Oberfranken fünf Fremdenverkehrsgebiete geschenkt.“ Und das sind sie: • Fichtelgebirge • Fränkische Schweiz • Frankenwald • Steigerwald: hier seien die Vorarbeiten zur Erstellung dieses Planes dank des Bamberger Landrats Otto Neukum schon sehr weit gediehen. • Oberes Maintal mit dem Raum um Coburg. Während im Fichtelgebirge bereits feststehe, wer diesen Plan erstellt, habe man diese Frage für die anderen Erholungsgebiete bewusst ausgeklammert. Landrat Otto Ammon hatte vor dem Gremium von den Bemühungen des Kreises Forchheim um ein Fremdenverkehrsamt für die Fränkische Schweiz berichtet, das, so Ammon und sein

Bayreuther Kollege Dr. Josef Kohut, gleichzeitig mit dem Fremdenverkehrsentwicklungsplan eingerichtet werden soll. Die Fremdenverkehrsausschüsse beider Kreise wollen sich in Kürze zusammensetzen und dieses Vorhaben diskutieren. Als möglichen Träger des Amtes nannte Abteilungsdirektor Ullmann eine „Gesellschaft bürgerlichen Rechts“, die von den Kreisen Forchheim, Bayreuth und Bamberg gemäß ihrem Anteil an den Fremdenverkehrsbetten in der Fränkischen Schweiz im Verhältnis 60:30:10 besetzt werden soll. Einen Vorsitz durch einen Regierungsvertreter lehnten Ammon und Dr. Kohut übereinstimmend ab. Auf keinen Fall, so Landrat Otto Ammon, soll der Fremdenverkehrsentwicklungsplan Maßnahmen in Richtung „Ravenna-Hotel“, das einfach eine Nummer zu groß sei, aufzeigen. Gefordert sei dagegen für die Fränkische Schweiz eine qualifizierte Gastronomie. Ammon: „Mir würde genügen, wenn unsere Wirte mehr Mut zur Investitionsbereitschaft zeigen und die Regierung mehr Zuschüsse geben würde!“ Diese Zuschüsse sagte Ullmann spontan zu.

Ein weiteres Anerbieten der Regierung: Der dort beschäftigte Diplom-Kaufmann Seebauer, der sich des Fremdenverkehrs besonders angenommen hat, will auf Wunsch zu Versammlungen kommen und dort Vorträge über staatliche Förderungen bei Neu-, Um- oder Erweiterungsbauten von gastronomischen Betrieben halten. „Gute Luft und schöne Gegend“ (Dr. Kohut) allein würden nicht genügen, um den Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz attraktiver zu machen. Dazu seien, so Ammon, „vertretbare Maßnahmen nötig, Veranstaltungsschwerpunkte müssen geschaffen, die Landschaft dabei aber nicht zerstört werden“. Bürgermeister Pöhlmann, Hausherr und Chef der Fremdenverkehrsgemeinde Wiesenttal, nannte als Hauptwunsch des Fremdenverkehrsgewerbes in der Fränkischen Schweiz die Verlängerung der Saison. Der Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz stehe „sehr gerne“ auf seinen „zwei Füßen“ Kurzzeit- und Langzeiterholung. Die zu schaffenden Maßnahmen seien so auszurichten, dass sie beiden „Füßen“ auf die Beine helfen.

Immer mehr verlangt werde der „Programmurlaub“ mit einer gewissen Freizeitgestaltung am Tage (auf sportlicher Ebene: Schwimmen, Wandern, Reiten usw.), Themen, die vorrangig Sache der Gemeinden sei und einer gewissen Freizeitgestaltung am Abend, derer sich die Gastronomie (Veranstaltungen, Tanztees und -abende usw.) annehmen müsste. Integriert in den Fremdenverkehrsplan müsse der „Urlaub auf dem Bauernhof“ werden.

Ullmann sprach sich grundsätzlich gegen den Bau von Zweitwohnungen in oberfränkischen Erholungslandschaften aus, was aber, so Ammon, in der Fränkischen Schweiz noch nicht zum Problem geworden sei. Bei der Erstellung der

Fremdenverkehrsentwicklungspläne, die regionale Planungsgrenzen überschreiten würden (diese Grenzen seien aber nicht als „chinesische Mauer“ zu betrachten), sei enger Kontakt zu den Regional- und Bezirksplanungsstellen zu halten. Unter Umständen sei sogar die Integrierung dieser Fachplanung in die Regionalplanung möglich.

„Nur Ebermannstadt kommt als Sitz für das Fremdenverkehrsamt in Frage“, dies ist die Meinung der Ebermannstadter Stadträte. Trotzdem befürchtet man, seitdem sich auch Gößweinstein um den Amtssitz bewirbt, „abgeschoben“ zu werden. Dritter Bürgermeister Weidinger meinte dazu, dass es direkt eine moralische Verpflichtung sei, Ebermannstadt den Amtssitz zu übergeben, da der Landkreis Bayreuth bereits Sitz des Naturparks sei. Landrat Ammon hatte sich in einem Schreiben an Bürgermeister Theiler zwar positiv zu dem Wunsch der Ebermannstädter gestellt, doch zum Vorschlag „Sitz in Gößweinstein“ äußerte er sich ebenfalls nicht negativ, sondern lies alles offen.

Jetzt geht es los

1974 Ein Raunen ging durch die fränkische Tourismuslandschaft, als die deutsche Monatszeitschrift für die Tourismusbranche⁷ davon berichtete, dass es in Franken erstmals eine kommunale Fremdenverkehrsorganisation gibt, die sich ganzheitlich um ein touristische Gebiet kümmert: Zitat:

„Vor wenigen Wochen wurde im Bereich des Fremdenverkehrsverbandes Nordbayern eine neue touristische Einrichtung in Betrieb genommen, die in mehrerer Hinsicht Beachtung verdient: Erstmals gibt es im Bereich des fränkischen Verbandes für ein geschlossenes Feriengebiet eine zentrale Einrichtung dieser Art, die „Tourismus-Zentrale Fränkische Schweiz“. Die Besonderheit liegt vor allem darin, daß diese Tourismus-Zentrale voll von den beiden beteiligten Landkreisen Forchheim und Bayreuth finanziert wird und damit ein Beispiel dafür bietet, wie Landkreise über ihre Kreisgrenzen hinweg für ein geschlossenes Fremdenverkehrsgebiet zusammenarbeiten können. Dieses Beispiel verdient Anerkennung und Nachahmung in einer Zeit, in der viele, durch Gebietsreform groß und selbstbewusst gewordenen Landkreise glauben, sinnvolle Fremdenverkehrswerbung für ihr Kreisgebiet betreiben zu können, für zufällige politische Grenzen also ohne Rücksicht auf geschlossene Feriengebiete, für deren Bekanntwerden schließlich von den Fremdenverkehrsorganisationen seit vielen Jahrzehnten Mittel in die Werbung investiert worden sind. Voraussetzung für diese sinnvolle und der Sache des Tourismus optimal dienende Lösung ist wohl der Umstand, dass diese neue Tourismus-Zentrale für die ganze Fränkische Schweiz auf die Initiative zweier Landräte (Ammon/Forchheim und Dr. Kohut/Bayreuth) zurückgeht, die aufgrund ihrer langen touristischen Erfahrungen als „alte Hasen“ im

Fremdenverkehr bezeichnet werden können. Die Leitung der Tourismus-Zentrale Fränkische Schweiz liegt übrigens auch in erfahrenen Händen: Es ist Frau Christl Thömmes (...)“.

Zum 1. April 1974 lud der Gebietsausschussvorsitzende und Landrat von Forchheim, Otto Ammon, seinen Amtskollegen Dr. Josef Kohut Bayreuth so-



wie einige Bürgermeisterkollegen aus Heiligenstadt und Ebermannstadt zur offiziellen Eröffnung der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz ein, das im ehemaligen Landratsamtgebäude des Kreises Ebermannstadt die passenden Räume gefunden hatte.

Abb 2: Die Gründung der Tourismuszentrale Fränkische

sche Schweiz am 1.4.1974. Auf dem Bild zu sehen: Von links Landrat Dr. Josef Kohut aus Bayreuth, daneben Bgm. Georg Daum aus Heiligenstadt für den Lkr. Bamberg, Landrat Otto Ammon Forchheim, Christl Thömmes und Karl Theiler, Bgm. aus Ebermannstadt. Foto: FT-Archiv, Hans Grün

Mit Sekt zur Eröffnung und voller Euphorie, vor allen seitens des Forchheimer Landrates Ammon ging man ans Werk, den Tourismus der Region zu fördern. In den Räumen der heutigen Polizeidienststelle Ebermannstadt richtet man das Amt ein, mit viel Platz für ankommende Gäste zu ausführlichen Beratungsgesprächen. Im Laufe des April hat Thömmes mit dem Kreiskämmerer einen Haushalt⁸ besprochen, der dann mit Einnahmen und Ausgaben von 125 000 Mark vom Gebietsausschuss als übergeordnete Einrichtung genehmigt worden ist. Der Landkreis Forchheim übernahm 50 000 Mark, der Landkreis Bayreuth 25 000 Mark der Ausgaben. Neben einer Rücklage von 30 000 Mark für kommende Projekte gab man in diesem Jahr rund 65 000 Mark für die Fremdenverkehrswerbung aus. Christl Thömmes wurde deshalb zur Geschäftsführerin ernannt, weil ihr Ehemann Matthias Thömmes seinen Ruhestand als Haupt-Geschäftsführer des Deutschen Tourismusverbandes in Streitberg verbrachte. Mit seinem umfangreichen Fachwissen und den sehr guten Pressebeziehungen zur Deutschen Medienlandschaft war er eine sehr gefragte Persönlichkeit, von der

die Fränkische Schweiz noch Jahre nach seinem Tod profitierte. Eine weitere gewichtige Persönlichkeit hatte ihr „Hände im Spiel“ als es um die Eröffnung einer zentralen Tourismuseinrichtung ging: Dr. Rudolf Eberhard, der bis zu seinem Ausscheiden 1958 Landrat des Kreises Ebermannstadt war und anschließend Karriere in München machte. 1974 war er in Personalunion der Vorsitzende des fränkischen Tourismusverbandes und Vorsitzender der Deutschen Zentrale für Tourismus sowie Präsident beim Deutschen Tourismusverband bei dem Matthias Thömmes Hauptgeschäftsführer war.

Christl Thömmes erstellte ein Konzept in der sie die Schwerpunkte ihrer Arbeit benannte⁹: An erster Stelle will sie die notwendige Werbung nicht an Landkreisgrenzen festmachen wie bisher, sondern nach Themen und landschaftlichen Gegebenheiten ausrichten. Woher diese Idee kam, schrieb sie in ihrem Bericht „Entstehung und Tätigkeit“. Dort ist nachzulesen, dass sich Dr. Eberhardt bei einem Besuch in Ebermannstadt genau für diesen Gesichtspunkt stark machte und ihn damit zu einem der Hauptaktionsthemen der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz erhob. Wichtig war Thömmes auch der Aspekt, dass die Fränkische Schweiz „eine Romantikerlandschaft“ bleibt und sich unberührt vom Massentourismus zu einem Aktiv- und Gesundheitsurlaubsgebiet weiterentwickelt. Als mögliche Zielgruppen machte sie die Nutzer von Angeboten für „Urlaub auf dem Bauernhof“ oder Urlaub auf dem Land aus. „Gäste suchen unverfälschte ländliche Umwelt und herzliche Gastfreundschaft und preiswerte Angebote“. Stolz zeigte sich Thömmes von den vielen familiengeführten gastronomischen Betrieben, die vom Brotzeiteller bis zu frischen Forellen, hausgebrautem Bier und selbst gebranntem Schnaps zahlreiche bekannte heimische Gerichte anbieten. Um die Gäste in die Region zu locken sollen verschiedene Werbemöglichkeiten und eine gute touristische Infrastruktur aufgebaut werden. Weiter geführt wird die 1968 schon eingeführte „Erlebnis- oder Kurkarte“, mit der man bei 15 touristischen Angeboten Vergünstigungen bekommt und somit bares Geld sparen kann. Der „Hit“ derzeit sei das „fliegende Klassenzimmer“ schreibt Thömmes weiter; die Jugendherberge auf Burg Feuerstein bietet Rundflüge auf dem gleichnamigen Flugplatz an. Sehr gerne von den Gästen angenommen wurden bisher die zahlreichen Freibäder, die gut ausgeschilderten Wanderwege, aber auch Nischenurlauber wie Angler, die vor allem in der Wiesent schmackhafte Forellen aus dem Wasser ziehen. In Morschreuth können Urlauber Kurse in der Bauernmalerei belegen, sie können Klettern, Kanu fahren, Golf spielen oder Tiere im Wildpark Hundshaupten füttern – was vor allem bei Familien mit kleinen Kindern sehr beliebt ist.

Die Hauptaufgaben der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz umschrieb Thömmes demnach wie folgt: Ganz oben stehen für Sie die Pressefahrten „weil sie eine wahre Flutwelle von Anfragen auslösen“. Wichtig ist ihr die Teilnahme an den wichtigsten deutschen Reisemessen und die Kontaktpflege zu den verschiedensten Fremdenverkehrsorganisationen und zu Reiseveranstaltern. Auch die Werbung im europäischen Ausland hat Potential schreibt Sie: „Das Gästereservoir des Auslandes ist noch nicht ausgeschöpft. So konnte die Tourismuszentrale auf dem holländischen Reisemarkt guten Prospektabsatz erzielen.“¹⁰

Im Tätigkeitsbericht der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz für 1974 konnten schon erste Erfolge vermeldet werden, die offensichtlich zu „einer allgemeinen Aufwärtsentwicklung“¹¹ führten. Der „Bayern-Bus“ fährt jetzt (von Berlin kommend) bis ins Herz der Fränkischen Schweiz, nach Ebermannstadt und ist somit prädestiniert, zusätzliche Berliner Urlauber hierher zu locken. Der Freizeitpark in Schloss Thurn wurde um zahlreiche Attraktionen wie Indiarndorf und Westernstadt erweitert; auf dem Püttlachsee können jetzt Boote fahren und in Pegnitz hat man eine Eiskunstlaufbahn geschaffen. Die ITB (internationale Tourismusbörse Berlin im Februar) entwickelt sich zu einem Highlight touristischer Werbung. Die Trachtengruppe Hausen trat auf, Thömmes gab am Frankenstand einige Hörfunkinterviews, Gößweinstein erhielt für den neuen Ortsprospekt den dritten Preis der Goldenen Reisekutsche. Die Fränkische Schweiz bekam eine Multivisionsshow und war damit audiovisuell auf dem höchsten Stand. Das Hauptgewicht künftiger Arbeit sieht Thömmes resp. Landrat Ammon, der den Jahresbericht wie immer in der Jahreshauptversammlung vorlas, in der inneren Werbung; in der Verbesserung der Qualität im gastronomischen Bereich wie auch im persönlichen Bemühen um den Gast.

1975 Im Tätigkeitsbericht des Gebietsausschusses für 1975 wird der Präsident des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes und der Deutschen Zentrale für Tourismus bei einem Besuch in der Tourismuszentrale mit anerkennenden Worten in Bezug auf die Tourismuszentrale zitiert: „Dass die beiden Landkreise dafür erhebliche finanzielle Aufwendungen machen“, um den Fremdenverkehr gebietsübergreifend anzukurbeln, „soll lobend und dankend anerkannt werden“. Damit konnte trotz Krisenjahr (Ölkrise) und allgemeinem Abschwung, für die Region ein Zuwachs von rund 10 % bei den Übernachtungen gegenüber 1974 erreicht werden. Kontakt zu holländischen Reisebüros und der Bayernexpress sorgten für ausländische Gäste, viele hochkarätige Veranstaltungen wie Konzerte im Rahmen des Musik-Sommer Obermain und Planwagenfahrten des

5-Sterne-Hotels PPP in Pegnitz und vor allem die zahlreiche beheizten Freibäder sorgten für starken Zulauf auch bei den Tagesgästen. Geworben wurde auch auf einigen touristischen Messen wie der ITB (Internationale Tourismusbörse Berlin) und der Grünen Woche, wo die Fränkische Schweiz zusammen mit dem Fichtelgebirge am Bayernstand für Furore (Trachtentanz und Blaskapelle) sorgten. Im Frühjahr 1975 kam der neue Gebietsprospekt in einer Auflage von 200 000 Exemplaren auf dem Markt. Er wird auf Messen stark nachgefragt. Wegen der Druckkosten für das Prospekt lag der Haushaltsansatz 1975 mit 117 000 Mark um mehr als 40 000 Mark über dem üblichen 75 000 Mark wovon der Lkr. Forchheim 50 000 und der Lkr. Bayreuth 25 000 Mark übernimmt. In einer allgemeinen Bestandsaufnahme des touristischen Angebotes im Landkreis Forchheim wurden im Auftrag der Regierung von Oberfranken¹² von 1976 folgende Einrichtungen genannt: 4 Hallenbäder, 4 beheizte und 3 unbeheizte Freibäder, 6 Naturkundliche Pfade, 8 Reitsporteinrichtungen, 9 Tennissportanlagen, 2 Golfplätze 7 Minigolfplätze, 9 Kegelbahnorte, 28 Kinderspielplatzorte und 6 Gästekindergärten. In diesem Jahr schloss sich der Landkreis Bamberg mit der Gemeinde Heiligenstadt (mit Schloss Greifenstein) dem Gebietsausschuss an, der Landkreis Kulmbach kam 1986 mit den Gemeinden Kasendorf, Thurnau und Wonsees und den dort befindlichen Sehenswürdigkeiten hinzu. Dadurch vergrößerte sich das Gebiet der Fränkischen Schweiz und es erhöhte sich auch das Budget für den jährlichen Haushalt und die Nachfrage nach Prospekten.

Fränkischer Tag, 15.4.1975 – Neues Gebietsprospekt - Der neue Prospekt ist da: Schaufenster der Fränkischen Schweiz

„Das ist das Schaufenster der Fränkischen Schweiz!“ Solchermaßen beeindruckte der am Donnerstagabend in der „Pulvermühle“ vorgestellte neue Gebietsprospekt den Bayreuther Landrat Dr. Josef Kohut. Und in der Tat: Was der Gebietsausschuß nach neunmonatigen Wehen geboren hat, kann sich sehen lassen. 35 der schönsten Farbfotos aus der Fränkischen Schweiz (aufgenommen von Günter Brinke. Forchheim, Foto-Heinz, Ebermannstadt und FT-Fotograf Hans Grün), ein sowohl feuilletonistisch als auch informativ anspruchsvoll, befriedigender Text (der Name seines Autors Hans Max von Aufseß steht für „Unvergleichlichkeit“, um einem Prädikat des fränkischen Fremdenverkehrsverbands-Direktors Konrad Gorlicki zu folgen), die überarbeitete „Merian“-Karte, die keine Wünsche offen lässt, dazu eine interessante Gestaltung, für die Günter Brinke verantwortlich zeichnet, und ein sehr guter Druck (hergestellt wurde der Prospekt, dessen 200 000-er Auflage preiswerte 35 000 DM kostet, im Allgäu). Die Offiziellen, die sich zur Prospektvorstellung eingefunden hatten, waren ein-

hellig begeistert. Gorlicki lobte das zweite „Kind“ des Gebietsausschusses, dessen grenzübergreifende Zusammenarbeit über die Tourismuszentrale ein bundesweit positives Echo gefunden habe. Der visuelle Eindruck sei hervorragend. („Der Mensch ist eben ein Augentier“), die Motivauswahl „goldrichtig“, wenn er auch das Foto eines Hallenbades vermisste.

Gebietsausschussvorsitzender Otto Ammon lobte seinerseits die gute Zusammenarbeit der Kreise Forchheim und Bayreuth in Fremdenverkehrsfragen. Auf ein diesbezügliches Engagement des Kreises Bamberg warte er noch immer. Seit der Berliner ITB, bei der die Prospektrückseite als Poster verteilt worden ist, gefällt das Riesenbild des Wiesentales: Sein vielfältiges Grün, die Verbindung von Tal, schroffem Fels, einer Burg als ferner Dominante, das ist die Fränkische Schweiz. In einem baute Ammon gleich vor: Nicht jeder Ort der Fränkischen Schweiz konnte bildmäßig in den Prospekt aufgenommen werden, es gehe nicht um die Darstellung von Gebietskörperschaften, sondern einer Landschaft. Dass der Gebietsausschuss, der eine Neideck-Ansicht als Blickfang gewählt hat, ebenfalls die Freizeitangebote der Fränkischen Schweiz, die für Hans Max von Aufseß ein „zauberhaftes Reiseland“ ist, in attraktiver Form im Prospekt verarbeitet hat, ist ein weiterer Pluspunkt. Eine Unmenge an ehrenamtlicher Arbeit steckt in dem ausgeklappt 70 mal 40 Zentimeter großen Werbemittel. Bleibt zu hoffen, dass es seine Aufgabe, die Fränkische Schweiz den Erholungssuchenden noch mehr als bisher schmackhaft zu machen, erfolgreich absolviert. -wk (Wolfgang Kreiner)

1976 Auf der ITB war die Fränkische Schweiz am gemeinsamen Frankenstand beteiligt. Es wurden wieder wichtige Kontaktgespräche mit Journalisten, Rundfunk- und Fernsehanstalten - speziell dem SFB und Reisebüros geführt. Die „Pretzfelder Kerschentzupfer“ gestalteten dabei eine gelungene „Fränkische Kirchweih“. Vor prominenten Zuschauern, u. a. war Präsident Dr. Eberhard vertreten, tanzten, sangen und spielten sie mit viel Applaus einen echten „Betzen“ (Schafbock) aus, der vom Berliner Zoo ausgeliehen wurde. Das Berliner Publikum interessierte sich stark für die Prospekte der Fränkischen Schweiz und dem Brauchtum rund um die Kirchweih.

Die Tourismuszentrale verschickte im Nachgang der Presseberichte und mit großem Kostenaufwand große Mengen von Prospekten aus der gesamten Fränkischen Schweiz. Auch der Publikumsverkehr in der Saison lief beachtlich, die Straßenhinweisschilder an den Kreuzungen in Ebermannstadt haben sich gut



Abb 3: ITB Berlin 1976, Kirchweih mit den Pretzfelder Kerschtnzupfern und Theo Haas mit dem vom Berliner Zoo ausgeliehenen Schafbock (Betzen). Foto: Schneider

bewährt. Die Seniorenreisen aus dem Patenschaftsverhältnis des Landkreises Forchheim

und dem Bezirk Wilmersdorf mit der Betreuung durch die Tourismuszentrale sind inzwischen zu einer festen Einrichtung geworden und stellen einen guten Multiplikator für den Gesamt-Tourismus der Fränkischen Schweiz dar. Das Außenmarketing funktioniert, das Hauptgewicht aller Arbeit muss nunmehr auf der inneren Werbung liegen: Verbesserung der Qualität nicht der Quantität auf dem gastronomischen Sektor, persönliches Bemühen um den Gast, Erhaltung und nicht Präparierung einer ursprünglichen Landschaft – so Landrat Ammon in seinem Jahresbericht anlässlich der Mitgliederversammlung.

Fränkischer Tag, 10.4.1976 - Anstieg der Übernachtungszahlen hält an - Von der Gastronomie wird mehr Qualität verlangt - Landkreis Bamberg erneut zur Kasse gebeten - Ernste Bedenken gegen die Naturpark-Ausweitung EGLOFFSTEIN (wk). Der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz wird sich in nächster Zeit vor allem auf die „innere Werbung“ konzentrieren. Dies ist das wichtigste Resümee der Mitgliederversammlung am Freitag im Gasthof „Zur Post“ in Egloffstein, in der von respektablen Zuwächsen in den Übernachtungszahlen und Erfolgen in der überregionalen Werbung zu hören war. Das Hauptaugenmerk soll künftig auf der Verbesserung der Qualität, nicht der Quantität, auf dem gastronomischen Sektor (der Hotel- und Gaststättenverband Forchheim hat bekanntlich den Wettbewerb „Gute Gaststätte“ abgelehnt) liegen. Wert werde weiterhin dem persönlichen Bemühen um den Gast, sowie der Erhaltung, nicht Präparierung, einer ursprünglichen Landschaft gelten. Der Weitblick der Landkrise Bayreuth und Forchheim, so Gebietsausschussvorsitzender Landrat Otto Ammon, zum 1. April 1974 die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in Ebermannstadt ins Leben zu rufen, habe sich positiv auf die Belebung des Fremdenverkehrs in der gesamten Fränkischen Schweiz ausgewirkt. Damit aber

nicht genug: In einem einstimmigen Beschluss wird der Landkreis Bamberg, der mit dem Raum Heiligenstadt an der Fränkischen Schweiz und ihrer Werbung seit der Kreisreform 1972 partizipiert, erneut aufgefordert, jährlich 10 000 DM in den „Topf“ des Gebietsausschusses zu zahlen. Weiter wird vom Bamberger Landkreis ein einmaliger Zuschuss zu den Kosten des neuen Gebietsprospektes für die Fränkische Schweiz verlangt. Bislang wird die Tourismuszentrale von den Landkreisen Forchheim (jährlich 50 000 DM) und Bayreuth (jährlich 25 000 DM) finanziert. Die Rechnungsergebnisse 1974 (122 495,03 DM) und 1975 (118 746,47 DM) sowie der Haushaltsansatz 1976 (76 650 DM) präsentieren sich den Gebietsausschussmitgliedern ausgeglichen. Neben den Personalausgaben (1976: 31 900 DM) schlagen in erster Linie die Kosten für Inserate (15 000 DM im laufenden Etatjahr, die vor allem der Finanzierung von „Merian“-Anzeigen dienen) und für den neuen Prospekt (1975: 53 000 DM) zu Buche. Rücklagen können zurzeit nicht gebildet werden. An sie werde aber bereits im nächsten Haushalt gedacht, da in zwei, drei Jahren an eine Neuauflage, bzw. Neuherausgabe des Gebietsprospektes gegangen werden müsse. In seinem Tätigkeitsbericht hatte Otto Ammon herausgestellt, dass die Tourismuszentrale mittlerweile als Musterbeispiel für eine Gebietswerbung über Landkreisgrenzen hinaus, anerkannt sei. Trotz des Krisenjahres 1974 habe die Fränkische Schweiz eine allgemeine Aufwärtsentwicklung im Fremdenverkehr zu verzeichnen. Damals habe die Steigerung 6,5 Prozent, 1975 gar zehn Prozent betragen. Gute Nachfrage bestehe auch nach dem Urlaub auf dem Lande. Immer besser setze sich auch der Hobbyurlaub im Zusammenhang mit Kursen der Volkstumspflegestätte Morschreuth durch. Ammon sprach von neuen Abschlüssen mit Reiseunternehmen im nordwestdeutschen Raum; in Berlin und vor allem in den Niederlanden. Die Frequentierung des „Bayern-Expresses“ zwischen Berlin und Ebermannstadt bezeichnete Ammon als gut.

Als besondere Angebote wurden vor allem wieder das „fliegende Klassenzimmer auf dem Feuerstein“ (Ammon zitierte hier eine FT-Überschrift), Weihnachtsreisen, die Planwagenfahrt eines Pegnitzer Hotels und „Das Fränkische Wochenende“ in Ebermannstadt genutzt. Weitere Freizeitangebote hätten sich mit dem großen beheizten Schwimmbad in Betzenstein, der Eiskunstlaufbahn in Pegnitz und mit dem Einsetzen von Ruderbooten auf dem Püttlachsee bei Pottenstein ergeben. Das modernisierte und beheizte Freibad in Egloffstein soll, dass beständige Bürgermeister Hans Daut, am 15. Mai eröffnet werden. Der Gebietsausschussvorsitzende nannte weiter die Erfolge mit dem „Erlebnisspass“, dem neuen Gebietsprospekt, dessen 200 000-er Auflage bereits zu einem Drittel vergriffen sei, und die Multivisionsshow, deren Einsatz aus technischen Gründen

jedoch recht kostspielig sei. Weiter zählte Ammon eine Reihe überregionaler Aktivitäten der Tourismus-Zentrale-Leiterin Christl Thömmes und Veröffentlichungen in zahllosen Publikationsorganen, Rundfunk und Fernsehen auf. Hauptthema natürlich: Die Fränkische Schweiz. Die Besuche des Trientiner Bergsteigerchores Paganella 1974 (der im Mai 1976 wiederkommen wird), von Spiel-, Gesangs- und Tanzgruppen aus Finnland, Dänemark, Schweden und Frankreich wertete Ammon als Erfüllung einer der vornehmsten Aufgaben des Fremdenverkehrs, der Freundschaft und der Verständigung zwischen den Völkern zu dienen. Einig waren sich die Mitglieder des Gebietsausschusses darin, beschlussmäßig „ernste Bedenken“ gegen die vom Münchner Streibl-Ministerium beabsichtigte raumplanerische Ausdehnung des Naturparkes Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst bis Kulmbach, Lichtenfels und in den Oberpfälzer Raum hinein zu erheben. Gegen die Vergrößerung seien konkrete Interessen des Fremdenverkehrs der Fränkischen Schweiz ins Feld zu führen. Ein noch größeres Gebiet, geringer werdende Zuschüsse — dies würde eine Minimalisierung der Zuschussdichte im Naturparkbereich zur Folge haben. Forchheims Oberstadtdirektor Otto Werner wehrte sich, namens des Fränkische-Schweiz-Vereins gegen die übergroße Ausdehnung. Naturpark Vereinsvorsitzender Bürgermeister Hans Körber, der auch zu den führenden Mitgliedern des Gebietsausschusses zählt sagte, dass angesichts der bereits bestehenden Naturparkausdehnung über acht Landkreise schon jetzt die Überschaubarkeit in Bezug auf Differenziertheit recht schwierig sei. Insofern verteidigte Körber aber den Standpunkt des Streibl-Ministeriums, als er ihm prinzipiell überregionale Weitsichtigkeit in der raumplanerisch großzügigen Ausdehnung des Naturparks zugestand. Das vor knapp zwei Jahren eingeleitete Raumordnungsverfahren „Naturpark“ werde heuer wahrscheinlich zum Abschluss kommen.

So sah der Chef des Deutsche Tourismusverbandes die Entwicklung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz:

Fränkischer Tag, 24.9.1976 - Fremdenverkehrspräsident Eberhard: So weitermachen - „Fränkische“ hat zufriedene Gäste — Erkenntnisse der Marktforschung auswerten — Was fehlt?

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Über den Tourismus in der Fränkischen Schweiz wohl für sich genommen als auch aus der Sicht des deutschen Fremdenverkehrs referierte vor Mitgliedern des Fremdenverkehrsverbandes Rudolf Eberhard, Präsident des Deutschen, Bayerischen und Fränkischen Fremdenverkehrsverbandes und Leiter der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). Der Vortrag fand statt im Rahmen des Referateprogramms, das die Marktgemeinde Gößwein-

stein anlässlich Ihres 900-jährigen Bestehens zusammengestellt hat; ihm vorausgegangen war am Vormittag eine Sitzung des Finanz- und Werbeausschusses des Fremdenverkehrsverbandes, bei der die Anzeigenwerbung der diversen Gebiete zur Diskussion stand. Hatte Gößweinsteins Bürgermeister Heinrich Endrös zu Beginn auch bedauert, dass viel zu wenig Bürgermeister aus Fremdenverkehrsgemeinden den Weg zu diesem Vortrag gefunden hatten, so fand seine Klage darüber, dass Gößweinstein und das Gebiet der Fränkischen Schweiz nicht in das Zonenrandförderungsprogramm fallen. Bei immerhin fünfzig Zuhörern, angefangen vom Geschäftsführer des Fremdenverkehrsverbandes Franken, Konrad Gorlicki bis hin zur Abgeordneten Gudila von Pölnitz, dem Gebietsausschussvorsitzenden der Fränkischen Schweiz, Otto Ammon und der Geschäftsführerin der Tourismuszentrale, Christl Thömmes hatte er offene Ohren. Rudolf Eberhard hielt zunächst Rückblick über „eines der wenigen Gebiete in dieser ausgeprägten Form“, und bezog auf sein persönliches Verhältnis zur Fränkischen Schweiz wie auch auf die Entwicklung ehemaliger Werbemaßnahmen. Über die rein persönlichen Erlebnisse hinaus, die Eberhards Worten nach ihn erst für seine weiteren Aufgaben im Bereich des Fremdenverkehrs prädestiniert haben, bezeichnete der Präsident im historischen Rückblick besonders die Heimat- und Wandervereine als Grundlage dafür, dass der Tourismus hier die heutige Form im Sinne eines modernen Fremdenverkehrs bekommen habe. Während das Gebiet nach 1945 erst wieder mühsam für den Fremdenverkehr habe errichtet werden müssen, nämlich durch die innere Aufbereitung der Gastronomie und den Bau von Wegen und Straßen, könne die jetzt bestehende Tourismuszentrale heute „aus dem vollen schöpfen, weil sie zwei potente Landräte hat“. Eberhard beleuchtete im Folgenden die Arbeit der fünf Jahre lang bestehenden Werbegemeinschaft Fränkische Schweiz (1968 bis 1973), die dann durch die Landkreisgrenze überschreitende Einrichtung der Tourismuszentrale abgelöst wurde.

Innerhalb dieser Zeit exakt war es ein sechswöchiger Zeitraum des Jahres 1970 war durch eine Fragebogenaktion gewissermaßen eine Marktforschung des Fremdenverkehrs der Fränkischen Schweiz in der Hauptreisezeit durchgeführt worden. Das Ergebnis dieser Aktion war für Eberhard auch noch heute interessant und einigermaßen verbindlich. Damals hatte sich nämlich ergeben, dass nur vier Prozent der Gäste aufgrund einer Anzeige gekommen waren, 21 Prozent sich durch einen Prospekt zum Urlaub in der Fränkischen Schweiz veranlasst sahen und 16 Prozent mit einem Reisebüro gekommen waren. Fast die Hälfte aller Besucher war mit dem eigenen Pkw gekommen, nur ein Fünftel reiste mit der Bahn an, ein Drittel mit dem Bus. Zufrieden geäußert hatten sich

98 Prozent der Gäste mit dem Ort, ihrem Haus und ihrem Zimmer, mit Essen und Betreuung. Dieses erfreuliche Resultat, so der Verbandspräsident heute, solle jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass trotzdem „manche Dinge“ noch nicht ganz den Vorstellungen der Gäste entsprachen; genannt wurden fehlende Unterhaltungsmöglichkeiten, wozu auch das Fehlen von Tanzlokalen zählte, ferner der Mangel an Veranstaltungsprogrammen, Leseräumen, Kinderspielplätzen und Sportmöglichkeiten. Diese inzwischen sechs Jahre alte Befragungsaktion als „Marktforschung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz sollte nach Worten Eberhards genau analysiert werden, um daraus die Folgerungen für zukünftige Werbemaßnahmen zu ziehen. Die Fränkische Schweiz sei nämlich während der Hauptreisezeit fast immer restlos ausgebucht, und es komme genau deshalb darauf an. Werbemittel schwergewichtsmäßig für eine Belegung der Vor- und Nachsaison (wie das übrigens In Zusammenarbeit mit der Erlanger-Kongresswerbung schon längst passiert) einzusetzen. Da die genannte Befragungsaktion eine Preisdifferenzierung als besten Anreiz gezeigt habe, solle man die Vermieter dazu veranlassen, vom augenblicklichen Pensions- und Übernachtungspreis ausgehend die Preise in der Form zu differenzieren, dass sie in der Hauptreisezeit etwas angehoben und in der Vor- und Nachsaison in der gleichen Weise, gesenkt werden. Da die Hälfte der Gäste auf Grund persönlicher Empfehlung in die Fränkische Schweiz gekommen sei, solle man auf diese „billige Werbung“ mehr Augenmerk legen, unter Umständen dadurch, dass Urlaubern in der Fränkischen Schweiz, die neue Gäste vermitteln, ein gewisser Bonus eingeräumt wird.

Trotz des Umstandes, dass 1970 nur vier Prozent der befragten Besucher aufgrund von Anzeigen in die Fränkische Schweiz gekommen waren, könne auf die Anzeigenwerbung insgesamt nicht verzichtet werden. Zu überlegen wäre allerdings, so Eberhard, ob nicht Jahr für Jahr neue Schwerpunkte der Werbung, sei es im Hamburger, Ruhr- oder Frankfurter Raum gebildet werden sollten. Dass allerdings der Tourismus in der Fränkischen Schweiz von 1968 bis heute einen ganz enormen Aufschwung erfahren hat, verschwieg auch der Verbandspräsident nicht. So hat sich nämlich die Zahl der Übernachtungen bis heute von 353 000 (1968) auf 612 500 nahezu verdoppelt. Für dieses Fremdenverkehrsjahr 1976 wird mit einer Übernachtungszahl von 650 000 bis 670 000 gerechnet: Nur durch ständige Bemühungen habe es gelingen können, einer rückläufigen Entwicklung zu begegnen, wobei sich der bisherige Einsatz der Mittel auf jeden Fall gelohnt habe. Aus diesem Grunde, so der Verbandspräsident, solle der eingeschlagene Weg weiter verfolgt und die Werbung insgesamt betrachtet noch verbreitert werden. Eberhard beleuchtete im Folgenden den

deutschen Fremdenverkehr grundsätzlich, der mit 227 Millionen Gästeübernachtungen und einer Beschäftigtenzahl von 1,5 Millionen in der Spitzengruppe der Tourismusländer liege. Im Rahmen dieses „überörtlichen“ Teils seines Referates drückte der Verbandspräsident seine „Betrübnis“ darüber aus, dass es nur einem Teil des Volkes gestattet sei, frei von polizeilichen und monetären Beschränkungen jederzeit frei zu verreisen. Dabei sei es verwunderlich, dass die Freiheit im Reiseverkehr nicht den gleichen moralischen Stellenwert unter den Völkern besitze wie der Freihandel oder die Meistbegünstigungsklausel im Warenverkehr. Eberhard bezeichnete weiter eine verbesserte Koordinierung der Fremdenverkehrs Politik innerhalb der Bundesregierung und eine vermehrte Koordinierung im Verhältnis Bund-Länder-Gemeinden als erforderlich. Nach ausführlicher Diskussion, bei der der Gößweinsteiner Gemeinderat Amadeus Deinzer unter anderem die Forderung formulierte, in der Fränkischen Schweiz nach Schwierigkeitsgraden gestaltete Wanderwege anzulegen, in der Wiesentals Bürgermeister Paul Pöhlmann das Problem von Hotel-Hallenbädern („warum besteht eine solche Investitionsmüdigkeit) ansprach, wurde Eberhard für seinen Gößweinsteiner Vortrag ausgezeichnet. Der Leiter der Touristik-Werbung für den Landkreis Main-Spessart und gleichzeitige Geschäftsführer des Fränkischen Weinbaus, Ernst T. Foß, überreichte einen fränkischen Brotzeitbeutel.

Und so sah der erste Vorsitzende des Gebietsausschusses den Tourismus in der Fränkischen Schweiz:

Fränkischer Tag vom 11.12.1976 - Ammon beschloss Vortragsreihe 1976 zur 900-Jahr-Feier - Was ein Landrat unter guter Gastronomie versteht - Tourismuszentrale soll mehr nach „innen“ werben — Schweinebraten kulinarischer Spitzenreiter

GÖSSWEINSTEIN. „Einladende Gastlichkeit und gediegene Versorgung“, unter diese Prämissen stellt Landrat Otto Ammon eine gute Gastronomie, die in der Fränkischen Schweiz nicht in der Quantitäts-, sondern in der Qualitätsverbesserung ihr Heil suchen soll. Ammon, als Gebietsausschussvorsitzender und ehemaliger Gastwirt in doppelter Hinsicht sachverständig, war der letzte Redner des Jahres in der Vortragsreihe zur 900-Jahr-Feier von Gößweinstein. Er sprach gestern Abend im „Stern“ und sparte nicht mit Kritik, auch nicht an der Tourismuszentrale „Fränkische Schweiz“, die sich mehr als bisher der „Werbung nach innen“ kümmern, ergo den Gastwirten der Erholungslandschaft mehr auf Finger und Tischdecken, in die Keller und Küchen schauen soll. Ammon, der sich nicht als „Schönredner“ und „Lobhudler“ missverstanden sehen möchte, sieht den Fremdenverkehr als Dienst am Menschen, der in der Fränkischen

Schweiz erheblich konjunkturrempfindlich sei. Die Gastlichkeit „unserer Fränkischen Schweiz und seiner Bewohner“ würden wesentlich von der persönlichen und individuellen Behandlung und Betreuung des Gastes abhängen. Unter den Gesichtspunkten Natur, Landschaft und Kultur sei diese Region ein gastfreundliches Land — dazu gehöre auch das Bewahren der überkommenen schätzenswerten Bausubstanz. So müsse die Gaststätte sauber, ansprechend und stilgerecht sein, das Reklameschild dürfe keinesfalls primitiv, einfallslos oder kitschig sein — nicht der Name auf dem Schild sei wichtig, sondern die Anpassung der Werbung an die Umgebung. Scheußliche und verunstaltende Außenwerbung bringe keine Mark mehr an Umsatz. Also forderte Ammon die Wirte auf, Wert auf das Bodenständige zu legen, Altes zu bewahren und Kunststoff innen und außen zu meiden. Auch sollen bei Neubauten keine „Bahnhofswartesäle“ entstehen, sondern gemütliche Unterteilungen geschaffen werden. Eine Selbstverständlichkeit sei der hygienisch einwandfreie Zustand von Theke, Speisekammer, Küche, Bier- und Weinkeller. Gefordert seien gepflegte Tischkultur, saubere Tischwäsche; Blumen und Kerzen würden Behaglichkeit schaffen. Gute Ansätze dieser Richtung gelte es, zum Allgemeingut zu machen. Die sanitären Anlagen müssten die Visitenkarten jedes Gasthauses sein — Gemeinschaftshandtücher seien verboten, Wasserspülung eine Selbstverständlichkeit. Zur Mindestausstattung von Fremdenzimmern zählt Ammon neben fließendem Wasser (kalt und warm) Bad- oder Duschbenutzung, eine ordentliche Nachttischlampe und einen Stecker für elektrische Rasierapparate in der Nähe des Waschbeckens. Der Landrat wandte sich gegen musikalische Dauerberieselung im Gastzimmer, eine Musikbox im Gastraum trage keinesfalls zur Schaffung behaglicher Atmosphäre bei. Ammon: „Noch lange ist jener Wirt nicht der beste, der eine ellenlange Speisekarte mit zig Gerichten vorlegt. Die kulinarische Qualität einer Gaststätte ist mit weniger Gerichten, dafür aber umso frischeren erwünscht.“ Der Landrat packte die Wirte bei ihrem Selbstbewusstsein. Sie hätten es in der Fränkischen Schweiz nicht nötig, sich mit fremden kulinarischen Federn zu schmücken. Ihre Speisekarten könnten ausreichend sein, um jeden Urlaubstag mit dem Vergnügen einer neuen Mahlzeit zu würzen.

Favorit Nr. 1 sei der Schweinebraten mit Klößen und Sauerkraut — unverständlich fand der Gastronomie-Kritiker es, dass im Lande des echten Sauerkrautes allzu oft Gemüse aus der Konserve offeriert werde. „Richtige“ Bratwürste und Stadtwurst, Presssack und rustikale Brotzeiten gehörten in jedes Lokal: „Wo bleibt in der Spargelzeit der Schinken im Brotteig? Frage auch, ob wir im Gebiet der Forelle mit unseren Preisen richtig liegen?“ und die gleiche Frage stelle sich auch bei den Kosten für ein leckeres Gebäck der Gegend. Ei-

nes der Lieblingsthemen des Landrates ist der Wein: Nicht die Unterscheidung zwischen Rot- und Weißwein auf den Karten sei richtig, sondern die genaue Klassifizierung nach Qualität, Herkunft und Rebe. Ähnliches gelte für das Bier, wo es ihm ein Rätsel sei, warum es vielfach nur aus der Flasche und nicht vom Fass ausgeschenkt werde. Eine genüssliche Esswelle, die nichts mit der früheren Fresswelle zu tun habe, scheine das Land zu überfluten. Darum gelte es, von den „Abfütterungsstätten“ weg zu gepflegtem Essen zu finden: „Man isst nicht, um einfach satt zu werden, auch wenn Kantinen, Imbissstuben und Würstchenbuden das Gegenteil zu beweisen scheinen!“ Jeder zweite sei in der BRD mit dem Wirt unzufrieden, gab Ammon die Feststellung einer großen Tageszeitung wieder. Gründe dafür seien zu langes Warten, schlechte Qualität der Speisen, Unfreundlichkeit und falsch ausgeführte Bestellungen. In der Fränkischen Schweiz könne dagegen allgemeines Bemühen um ständige Verbesserungen konstatiert werden, allerdings nicht überall. Der Landrat attestierte den rund 500 Gaststätten der Region, dass sie wegen Personalmangels, kurzer Saison und der Konkurrenz von Pfarrheimen, Sportheimen und anderen Gemeinschaftshäusern sich oft überfordert oder gar benachteiligt fühlen würden. Deshalb müsse den Wirten ein Anreiz wie durch einen Wettbewerb „Die gute Gaststätte“ gegeben werden. Die guten Wirte hätten nichts zu befürchten, auf die schlechten könne man verzichten. Insgesamt sollten die Wirte zu einer flexibleren und qualitätsbewussten Auffassung gelangen. Wenn sie schon investieren, dann nur zur Qualitätsverbesserung — dazu gehöre auch ein entsprechendes Angebot an den Gast bei schlechtem Wetter, eine Lesestube etwa oder ein Unterhaltungsraum. Ohnehin schaffe die öffentliche Hand jene Möglichkeiten, die den Urlaub lebenswert machen (Sportstätten, beheizte Freibäder, Tennis, Golf, Wanderwege, kulturelle Veranstaltungen u. ä.). Folglich solle die Gastronomie nicht vergessen, dass diese oft erheblichen Mittel und der Einsatz mancher Fremdenverkehrsgemeinden letztlich dem Betriebszweig der Gastronomie dient und nützt.

1977 Auch in diesem Jahr konnte eine Steigerung der Übernachtungen von fast 5 % erreicht werden, teilte Landrat Ammon in seinem Jahresbericht mit. Zurückzuführen ist das Plus auf verstärkte Anstrengungen mit den Reisebüros in Deutschland und Holland. Beispiel Waischenfeld. Dort pflegt man seit vielen Jahren den Kontakt zu Strier-Reisen, die jedes Jahr mit einigen vollbesetzten Reisebussen viele Gäste in das kleine Städtchen bringen. Im Herbst 1977 unternahmen die Waischenfelder deswegen ein Werbetour nach Berlin, besuchten das Reisebüro und veranstalteten einen Heimatabend. Zusammen mit der örtlichen Blasmusik und den Waischenfelder Burgmadla – die auch im SFB ausge-

strahlt wurde – sorgte sie für so für starkes Aufsehen und eine große Nachfrage nach Prospekten. Die Anzeigenwerbung beschränkte sich weitgehend auf das Frankenkollektiv und die Merianverpflichtung. In der Hauptsaison wurde die Tourismuszentrale von ungezählten Gästen stark frequentiert. Die Meldungen für den Linienverkehr Berlin - Fränkische Schweiz - Bayern-Express - wurden wieder über die Tourismuszentrale abgewickelt. Im Zeichen des Musiksommers Obermain fanden verschiedene Konzerte mit namhaften Ensembles in der Basilika in Gößweinstein und Egloffstein statt. Auch in dieser Richtung müssen sich die Verantwortlichen etwas Neues einfallen lassen. Es genügt nicht, mit einigen Plakaten zu werben. Hier ist das Gespräch von „Mann zu Mann“ nötig. Wenn wir schon tausende von DM aufwenden, müssen Gößweinstein und Egloffstein mehr Einsatzfreude zeigen, damit wir volle Häuser haben. Für 1978 ist neben dem immer noch beliebten Image-Prospekt ein Informations-Prospekt in Arbeit. Er beinhaltet eine kurze Darstellung der Fremdenverkehrsorte der Fränkischen Schweiz und wird so den teuren Versand der vielen Ortsprospekte und deren Ausgabe bei Ausstellungen ersetzen.

In Berlin fand auch eine besondere Werbeaktion „Fränkische Schweiz“ statt, die von den „Klumpertaler Musikanten“ gestaltet wurde. Sie erhielten auch einen Auftritt in einer Live-Sendung des Senders Freies Berlin. Das Gleiche galt für Hamburg, wo das Kühlwein-Trio aus Hollfeld eine besondere Attraktion darstellte. Der 25-minütige Werbefilm „Impressionen aus der Fränkischen Schweiz“ - wurde mit mehreren Kopien fertiggestellt. Zum Kennenlernen der Fränkischen Schweiz bei Vorführungen an Gästeabenden dient er auch der inneren Werbung, einer der wichtigsten Faktoren der Arbeit - persönliches Bemühen um den Gast im Gegensatz zum Massentourismus. Heiligenstadt wird Teil der Fränkischen Schweiz:

Fränkischer Tag, 26.2.1977 - Kreis Bamberg ist nun der „Dritte im Bunde“
- Künftig mehr Gewicht auf die innere Werbung - Veranstaltungskalender als „Winterarbeit“

WAISCHENFELD (wk). Die wiederholten Vorstöße des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, den Landkreis Bamberg mit einer angemessenen (Kosten-) Beteiligung für die in Ebermannstadt ansässige Tourismuszentrale zu bewegen sind erfolgreich gewesen: Rückwirkend zum 1. Januar 1977 habe der Bamberger Kreistag, so Gebietsausschussvorsitzender Otto Ammon, Landrat des Kreises Forchheim, der Zweckvereinbarung „zur Förderung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz“ zugestimmt und ist nun „Dritter im Bunde“. Jetzt geben der Landkreis Forchheim 50 000 DM, der Landkreis Bayreuth 25 000

DM und der Landkreis Bamberg 10 000 DM (1976 waren es nur 3 000 DM gewesen) pro Jahr für den Unterhalt dieses von Christl Thömmes geleiteten Gebietsfremdenverkehrsbüros aus. Waischenfelds Bürgermeister Hans Schweißinger begrüßte die Mitglieder des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz am Donnerstagnachmittag im Restaurant „Zur Gretl“ und nannte seine Stadt eine aufstrebende Fremdenverkehrsgemeinde, die alles eingerechnet 1976 genau 81 260 Übernachtungen von 11 900 Gästen registriert habe; zehn Jahre vorher seien es ganze 17 000 Übernachtungen gewesen. Einen Anstieg der Übernachtungszahlen im Gesamtbereich konstatierte Otto Ammon wiederum für 1976, wenn auch nicht den Rekordzuwachs von 1974 auf 1975 von zehn Prozent, doch noch immer respektable fünf Prozent. Wiesental mit einem Minus von 15 Prozent habe eine bessere Quote verhindert. Der Schwerpunkt in der Arbeit des Gebietsausschusses, die mittlerweile fast ausschließlich in der Tourismuszentrale geleistet wird, habe 1976 wieder auf der äußeren Werbung gelegen. „Grüne Woche“ und Internationale Tourismusbörse in Berlin hätten wichtige Kontakte zu Medien und Reiseveranstaltern gebracht.

Dieser Slogan finde sich bereits auf Obstlastkraftwagen aus der Fränkischen Schweiz. Weiter habe die 900-Jahr-Feier der Marktgemeinde Gößweinstein positive Auswirkungen auf die Fränkische Schweiz gehabt, besonders im Bereich des organisierten Fremdenverkehrs durch die Festrede von Kuratoriumsmitglied Dr. Rudolf Eberhard, des Präsidenten des Deutsche Fremden Verkehrsverbandes und der Deutschen Zentrale für Tourismus. Der Tourismuszentrale empfahl Ammon für die Zukunft, das Hauptgewicht ihrer Arbeit der inneren Werbung zu widmen. Er wiederholte sein altes Motto, das nicht die Quantität, sondern die Qualität in der Gastronomie ausgebaut werden müsse. Die Wirte sollten sich — sowohl vom Charakter ihrer Häuser als auch vom Inhalt ihrer Speise- und Getränkearten — auf die Bodenständigkeit besinnen. Ammon: „Nur wenn die Gastronomie mitarbeitet, kann die Werbung erfolgreich sein.“ Beachtliche Publikationen in einer ganzen Reihe von Zeitungen und Zeitschriften hätten zu einer Unmenge von Anfragen in der Fränkischen Schweiz geführt, zahlreiche Journalisten seien durch die Landschaft geschleust worden und die Verbindungen zu Reiseveranstaltern hätten sich vertieft.

Vor allem niederländische Unternehmer würden die Fränkische Schweiz verstärkt in ihre Angebote einbeziehen und sich vor allem für Ferienwohnungen interessieren. Ferienwohnungen, so Ammon, sollten vermehrt angeboten werden, nicht jedoch Zweitwohnungen. Bewährt hätten sich — als „Multiplikatoren“ — die Seniorenfahrten aus dem Berliner Bezirk Wilmersdorf, zu dem der Land-

kreis Forchheim eine Patenschaft unterhält und die Zusammenarbeit mit der Volkstumspflegestätte Morschreuth, deren Bauernmalkurse in der Fränkischen Schweiz mittlerweile von Gewerbetreibenden kopiert würden. Nach wie vor beliebt sei der Erlebnispass, ebenfalls der Gebietsprospekt, dessen Bestand um die Hälfte dezimiert sei. Ammon kündigte für 1977 eine Reihe von Veranstaltungen an, darunter auch den Musiksommer Obermain für Gößweinsteinstein — das Egloffsteiner Konzert sei „gefährdet“. Die nächste große Aktion sei die Beteiligung an der ITB 1977. Von den Mitgliedern wurde das Rechnungsergebnis für 1976, das einen Fehlbetrag von 5420 DM erbracht habe, ebenso akzeptiert wie der dank des Bamberger 10 000 DM-Beitrages auf 85 000 DM Volumen angewachsene Haushaltsansatz 1977. Bayreuths Landrat Dr. Josef Kohut erinnerte an das Kreisreformjahr 1972, in dem die Kreise Bayreuth und Forchheim eine wenig straff organisierte Werbung für die Fränkische Schweiz vorgefunden hätten. Dank der Zweckvereinbarung zum Unterhalt der Tourismuszentrale habe die Fränkische Schweiz „endlich“ die notwendige finanzielle Grundlage gefunden. Im Fremdenverkehr und im Naturparkverein seien neue Wege beschritten worden, welche die ersten Bewährungsproben überstanden hätten.

In der Diskussion forderte Gößweinsteinstein's Bürgermeister Heinrich Endrös ein besseres und übersichtlicheres System im Fahrplanaushang der von Post und Bahn im Verbund betriebenen Linienbusses, eine Idee, deren Verwirklichung — so Ammon und Pottensteins Bürgermeister Hans Körber — vorerst bundeseinheitliche Richtlinien entgegenstünden. Die andere Endrös-Anregung, einen zentralen Veranstaltungskalender für die Fränkische Schweiz herauszugeben, wurde der Tourismuszentrale als „Winterarbeit“ aufgelastet. Robert Messing-schlager empfahl, die Zielrichtung „Nordwest“ in der Werbung einzuschlagen, da Berlin — wie auch Endrös einwarf — durch Reisebüros gut „bedeckt“ und das dortige Gästereservoir dort beinahe ausgeschöpft sei. Ebermannstadt's Bürgermeister Karl Theiler bezweifelte die Effektivität der Inseratenwerbung in Zeitungen und Zeitschriften Nord- und Westdeutschlands, eine Feststellung, die Hans Körber gleichzeitig bejahte und verneinte.

Zwar seien, dieses Ergebnis habe eine Umfrage in Pottenstein gehabt, nur zwei Prozent aller Gäste durch Inserate in die Stadt gelockt worden (58 Prozent aber durch persönliche Empfehlungen), doch der Zuwachs komme zu gut einem Drittel aus diesem Kontingent. Dr. Kohut stellte den Bayerischen Wald als Vorbild hin, der unter einer gemeinsamen Kopfleiste mit Gemeinden und Gastronomiebetrieben für sein Gebiet werbe. Werbeaktionen sollen künftig nicht mehr „verkleckert“ werden, waren sich die Mitglieder des Gebietsausschusses ei-

nig. Ergebnis der Diskussion: Die Tourismuszentrale soll einen entsprechenden „Schlachtplan“ ausarbeiten. Vor allem die Gastronomie, der letztlich Jede Werbeaktion zugutekomme, sollte hier mehr Einsatz zeigen.

1978 Ähnliche Aktivitäten fanden auch 1978 statt. Auf der ITB in Berlin sorgten die „Klumpertaler“ für starkes Interesse am Stand und beim SFB, auf der erstmals besuchten Messe in Hamburg am Frankenstand, sorgte das „Kühlwein-Trio“ aus Hollfeld für musikalische Abwechslung. Außerdem wurde der erste Werbefilm „Impressionen aus der Fränkischen Schweiz“, („Im Schlupfwinkel deutschen Gemütes“ in Zusammenarbeit mit Hans Max von Aufseß für rund 12 000 Mark) wurde in Berlin erstmals gezeigt¹³. Auch in den Niederlanden, in Utrecht, besuchte die Tourismuszentrale erstmals eine internationale Reisemesse, der auf der ITB 1978 erstmals der Öffentlichkeit gezeigt wurde. Im Rahmen des Musiksommer Obermain kam die Fränkische Schweiz und ihre Feriengäste wieder in den Genuss hervorragender Konzerte. Der Gebietsprospekt „Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ wurde in einer Auflage von 200 000 Stück neu aufgelegt, nachdem die Erstauflage in gleicher Höhe nach drei Jahren vergriffen war. Trotzdem plagten Sorgen die Tourismuszentrale:

Fränkischer Tag, 14.10.1978 - Hauptproblem der Tourismuszentrale ist ihre Personalknappheit - Kommen drei Geschäftsstellen unter einen Hut? - Innere Werbung soll intensiviert werden — Beträchtlicher Zuwachs der Übernachtungszahlen

FRÄNKISCHE SCHWEIZ (wk). Das Hauptproblem der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz (Sitz in Ebermannstadt) ist ihre Personalknappheit. Dies wurde in der Sitzung des Kreisausschusses für Umwelt, Naherholung und Fremdenverkehr am Donnerstag im Forchheimer Landratsamt zum wiederholten Male betont. Ein konstruktiver Vorschlag zur Beseitigung dieser Misere kam von Kreisrat Heinrich Endrös aus Gößweinstein: Tourismuszentrale, Naturpark- und Fränkische-Schweiz-Verein sollten ihre Geschäftsstellen in Ebermannstadt zusammenfassen, die jeweiligen Geschäftsführer könnten sich gegenseitig — vor allem beim Publikumsverkehr — unterstützen. Dies würde weitere Einstellungen durch den Gebietsausschuss für die Tourismuszentrale ersparen. In Sachen „Sitz des Fränkische-Schweiz-Museums“ will der Kreis Forchheim nun ein deutliches „partnerschaftliches Zeichen“ an den Kreis Bayreuth geben. Im Tauschverfahren sozusagen könnte „für“ das Museum in Tüchersfeld die Naturparkvereinsgeschäftsstelle nach Ebermannstadt verlegt werden. Allgemein anerkannt wurden die Erfolge von Christl Thömmes, der Leiterin der Touris-

muszentrale, in der sog. „äußeren“ Werbung. Die Fränkische Schweiz habe seit der Einrichtung dieser Tourismuszentrale vor vier Jahren an Bekanntheit gewonnen. Dagegen, dies forderten neben dem Landrat die Kreisräte Gregor Schmitt, Bärnfels und Heinrich Endrös, sollten die Bemühungen in der „inneren“ Werbung verstärkt werden — hier wurde allerdings die Personalknappheit in dem zentralen Fremdenverkehrsamt der Fränkischen Schweiz anerkannt. Christl Thömmes versicherte, sie kümmere sich auch um detaillierte Beratung von Vermietern und Wirten. Endrös wollte dies auf die Zusammenarbeit der Tourismuszentrale mit den örtlichen Verkehrsämtern nach Saisonschluss erweitert wissen. Vor allem sollte ein Weg zur einvernehmlichen Preisgestaltung für die Übernachtungen gefunden werden. Der Erlebnisspass, so Endrös, sei „für den Anfang“ recht brauchbar gewesen. Jetzt aber solle an seine Verbesserung und Ergänzung gedacht werden. Mit Fassung trugen die Kreisräte die Ankündigung einer „Sonderumlage“ des Gebietsausschusses, die zur Finanzierung des Nachdrucks des Gebietsprospektes und des Neudrucks eines Streuprosppekts (mit der Beteiligung von 21 Fremdenverkehrsgemeinden) notwendig sei.

Dem Ausschuss lag ein achtseitiger Bericht über die Tätigkeit der 1974 gegründeten und seit 1976 von den Kreisen Forchheim, Bayreuth und Bamberg getragenen Tourismuszentrale vor. Wiederholt bereits wurde diese Einrichtung als Musterbeispiel der Zusammenarbeit dreier Gebietskörperschaften über ihre Grenzen hinweg für ein geschlossenes Fremdenverkehrsgebiet gewertet. Ziel sei nach wie vor die Förderung des individuellen Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz, touristischer Rummel sei nicht gefragt. So hätten die Bemühungen um die Tourismusförderung nicht der Verbesserung der Quantität, sondern der Qualität zu dienen. Das A und O der Gastronomie aber müsse die persönliche Betreuung des Gastes sein. Betont werden müsse die Bodenständigkeit von gastronomischen Betrieben, ihrer Speisen- und Getränkearten. Besonderes Augenmerk sei auf den „Aktivurlaub“ zu richten. An erster Stelle ihrer Tätigkeit steht für Christl Thömmes der gute Kontakt zu den Medien. Zahlreiche Veröffentlichungen in vielen Publikationsorganen hätten seit Bestehen der Tourismuszentrale unzählige Anfragen ausgelöst. „Enorm hoch“ sei der Versand von Orts- und Gebietsprospekten über die Fränkische Schweiz durch die Tourismuszentrale. Beispiel: Der 1975 in einer Auflage von 200 000 Exemplaren gedruckte Gebietsprospekt sei praktisch vergriffen. 1979 will sich die Tourismuszentrale an folgenden Ausstellungen in Gemeinschaftsarbeit mit dem Fremdenverkehrsverband Franken beteiligen: Reisemarkt Utrecht/Niederlande im Januar, Reisemarkt Hamburg im Februar, Internationale Tourismusbörse im März in Berlin und im April „Camping und Reise“ Essen. In ihrem Resümee

stellt Christl Thömmes fest, dass sich die Einrichtung der Tourismuszentrale bewährt habe. Folgende Steigerungen seien in den Übernachtungszahlen erreicht worden: 1974 um sechseinhalb, 1975 um zehn und in den folgenden Jahren um je fünf Prozent. 1977 habe die Fränkische Schweiz 760 000 Übernachtungen erreicht. Diese Zahlen stützen sich auf Erhebungen des Statistischen Landesamtes, sind also nicht vollständig, da die Tourismuszentrale Grund zur Annahme nicht unbeträchtlicher „Dunkelziffern“ in dieser Statistik hat.

1979 stand ganz im Zeichen eines Jubiläums: Vor 150 Jahren, mit dem Josef-Heller-Buch von 1829 „Muggendorf und seine Umgebungen oder die Fränkische Schweiz“ begann nach offizieller Lesart der Tourismus in der Fränkische Schweiz, weil der Autor erstmals den Namen Fränkische Schweiz als Titel seines Buches wählte. Man wusste zu der Zeit noch nicht, dass die Fränkische Schweiz schon seit 1602¹⁴ Fremdenverkehr betreibt und auch schon seit 1807 den Namen „Fränkische Schweiz“ trägt. Doch das tat der Veranstaltungsreihe keinen Abbruch.

Es gelang, den FSV mit seinen Ortsgruppen ins Boot zu holen, alle Fremdenverkehrsvereine der Region und diverse Großfirmen (wie die Sparkasse) zu Spenden oder Veranstaltungen zu animieren. Es entstanden zahlreiche hochkarätige Vorstellungen, die aus heutiger Sicht nicht nur für den Einheimischen Nutzen brachten, sondern sicherlich auch den vielen Gästen, die kulturelle Angebote zu schätzen wissen. Auftakt der Veranstaltungen war eine große Pressereise durch Franken, die im Bamberger „Schlenkerla“ begann. Für die Fränkische Schweiz übernahm der Heimatschriftsteller Erich Arneth das Kommando. Anhand Victor von Scheffels „Exodus cantorum“ oder der Domchorknaben Sängerkabarett zeigt er den Journalisten die Schönheiten der Region. Rund 25 000 Mark hat der Gebietsausschuss alleine für das ganzjährige Jubiläumsfest ausgegeben; für Sonderbroschüren, für Presse- und Marketingarbeit. Im Jahresbericht für 1979 steht rückblickend:

„Das „Josef-Heller-Buch“ wurde zum Festsommer 1979 als Faksimile neu aufgelegt. Ein Festemblem wurde geschaffen, das als Auto- und Briefaufkleber seine Verwendung fand; außerdem wurde unter Verwendung dieses Emblems eine reizvolle Prospekttasche hergestellt. Ein besonderer Erfolg war die Veranstaltung mit Wirtschaftsminister Jaumann und dem Bayerischen Rundfunk „Jetzt reden die Gäst“ in Ebermannstadt. Außerdem gab es eine Erinnerungsmedaille „150 Jahre“ mit dem Konterfei eines Ammoniten in Gold und Silber zu kaufen. In

diesem Jahr gab es auch politische Bestrebungen, den Landkreis Forchheim in Landkreis „Forchheim-Fränkische Schweiz“ umzubenennen¹⁵. Der Gößweinsteiner Zahnarzt Dr. Amandus Deinzer war einer der lautstarken Befürworter¹⁶. Er schob damit wieder eine Diskussion an, die schon 1972 im Zuge der Gebietsreform intensiv geführt worden war. Deinzer sah in der Umbenennung vor allem einen touristischen Vorteil für den Landkreis Forchheim und seinen Gemeinden. Vergleichbar heute mit dem Landkreis Sächsische Schweiz, der ursprünglich Landkreis Pirna hieß und seit 1990 eine Patenschaft mit dem Landkreis Forchheim pflegt¹⁷.

Was die Urlauber über die Fränkische Schweiz denken, konnte Wirtschaftsminister Jaumann bei einer Art „Jetzt red i“- Veranstaltung (ohne TV) in Ebermannstadt erfahren. Rund 200 Gäste kamen zur Veranstaltung: Es gab viel Lob und auch einiges an Kritik, vor allem beim Nahverkehr. „Was nützt mir der Intercity bis Bamberg, wenn ich dann bis Egloffstein einen halben Tag noch brauche“. Erfreut waren die Gäste (hier meist Berliner) über die niedrigen Preise und die gute Qualität der Speisen. Jaumann nutzt die Gelegenheit den Gastromomen ins Stammbuch zu schreiben, dass sie den Gästen vermitteln sollen, sie nicht auszunutzen, sondern ein faires Preis-Leistungsverhältnis zu bieten¹⁸. Wie der Nordbay. Kurier vom 26.3.1980 berichtete, hat im Jubiläumsjahr in manchen Gegenden wie Pottenstein, einen Zuwachs von 22 % Gästen auf 160 000 Übernachtungen gebracht. Bezogen auf die gesamte Fränkische Schweiz nahmen die Ankünfte im Jubiläumsjahr um rund 11 % zu. Bei den Übernachtungen gab es ein Plus von 2,7 %.



Abb 4: Die beiden Sonderprospekte zum Jahresthema 150 Jahre Fränkische Schweiz. Repro Löwisch

Gudila Freifrau von Pölnitz erklärte anlässlich ihres 65. Geburtstages, dass sie das gesamte Anwesen, inklusive Schloss und Wildpark dem Landkreise Forchheim nach ihrem Tode schenken will¹⁹. Außerdem

kündigten der Gebietsausschuss sowie die Stadt Pottenstein an, in Tüchersfeld ein Regionalmuseum entstehen zu lassen und es kam die Nachricht, dass der

Verein „Dampfbahn Fränkische Schweiz“ nach zähen Verhandlungen den notariellen Kaufvertrag über den Erwerb der 16 Kilometer langen, 1976 von der Bundesbahn still gelegten Gleisstrecke Ebermannstadt — Behringersmühle im schönen Wiesental unterschrieben hat.

1980 zeichnete sich vor allem durch eines aus: eine fünfwöchige Regenzeit, beginnend im Juni. Trotzdem habe sich die Befürchtungen auf einen schlechten Tourismussommer nicht bewahrheitet; ja die Übernachtungszahlen nahmen sogar zu. Neu in diesem Jahr kam eine „Gästezeitung“ auf den Markt die in 5 monatlichen Ausgaben das Jahr über und einer Jahresausgabe, den Gästen Informationen über aktuelle Veranstaltungen bot und darüber hinaus alle touristischen Gemeinden der Region vorstellte. Zudem kam mit Nr. 21 in dieser Reihe der „HB-Bildatlas Fränkische Schweiz“ auf den Markt, von dem sich auch die Region einen Zuwachs an Bekanntheitsgrad erhoffte. Und am 9. August startete der Verein „Dampfbahn Fränkische Schweiz“ seine erste öffentliche Fahrt mit einem Museumszug nach Behringersmühle. Eine Erfolgsgeschichte beginnt, die bis heute anhält.

In den 80-er Jahren „blühte“ vor allem die ausgezeichnete Medienarbeit von Christl Thömmes, die sehr viele Berichte in überregionalen Zeitungen zur Folge hatte, was in den jeweiligen Jahresberichten seinen hochhoffiziellen Niederschlag fand. Zum Beispiel bei der Herausgabe des 1. HB-Bildatlas über die Fränkische Schweiz im Jahre 1980. Hoffnungsvolles Resümee des Gebietsausschussvorsitzenden Otto Ammon im Jahresbericht: *„So langsam, meine ich, entwickelt sich auch so etwas wie eine gute Zusammenarbeit zwischen der Tourismuszentrale und den Verkehrsämtern“*. Eine Fülle von Prospekten kommt auf den Markt. Dazu Erlebnispass, Zug- und Bus-Fahrplan und ebenfalls neu: ein Imageprospekt „Im Land der Burgen Höhlen und Mühlen“. Ein 184 Seiten umfassendes Gemeindeprospekt mit dem Titel. „Blickpunkt – Urlaub in der Fränkischen Schweiz“, in dem jede Gemeinde der Region, werbefinanziert vorgestellt worden ist (heute heißt die Broschüre „Sehenswert“). Dadurch konnten Portokosten eingespart werden, da nun der Versand der einzelnen Gemeindeprospekte entfallen ist. Weiter gab es die Angebote „Wandern ohne Gepäck“ und erstmals ein Werbeplakat mit dem Ortsmotiv von Tüchersfeld und dem späteren Museum. Eine öffentliche Diskussion entspann sich um die Frage, ob man den Landkreis Forchheim umbenennen soll in „Forchheim-Fränkische Schweiz“. Dazu schreibt die Lokalpresse:

Fränkischer Tag, 10.1.1980 – Nicht nur Schall und Rauch – Kommentar

Namen sind doch nicht nur Schall und Rauch. Seit der Dezember-Entscheidung des Forchheimer Kreistages, den Kreisnamen mit dem Anhängsel „Fränkische Schweiz“ aufzupeppen, hallen die Steilwände der Landschaft an Wiesent und Trubach, Püttlach und Leinleiter vom Donner lautstark vorgetragener Meinungen „pro“ und „contra“ wider. Zugeschüttete Gräben werden wieder aufgerissen, der Stellungskrieg zwischen Taufpaten und Namensgegnern hat schon verkrustete Fronten — zuweilen fehlen im Hickhack auch possenhafte Züge nicht. Bayreuths Landrat Dr. Klaus-Günter Dietel, aus geographischen Gründen muss er gleich mit zwei bedeutenden Fremdenverkehrsgebieten (Fichtelgebirge und Fränkische Schweiz) leben, hat den Streit nun auf die Schreibtische von Innenminister Gerold Tandler und Regierungspräsident Wolfgang Winkler getragen. Sein Bestreben ist die Revidierung dieses kommunalpolitischen Alleinvertretungsanspruches des Forchheimer Kreistages für die gesamte Fränkische Schweiz, der „mit großem Bedauern“ zur Kenntnis genommen worden sei.

Dietel drehte das Zeitrad ins Jahr 1972 zurück und erinnert an die damals erfolgte Ablehnung des Doppelnamens, dem berechtigte Interessen Dritter entgegenstehen würden, weil eben wesentliche Teile des Kreises Forchheim (im Westen und im Süden) nicht zur Fränkischen Schweiz zu zählen seien. Im Nachhinein hält Dietel die damalige Entscheidung in der Kreisreform, die Fränkische Schweiz nicht nur einem Landkreis zuzuordnen, für richtig. Die seitherige Entwicklung sei für den Landschaftsraum Fränkische Schweiz von einer guten und erfolgreichen Zusammenarbeit über die Kreisgrenzen getragen gewesen. In der einseitigen Inanspruchnahme des Landkreisnamens sieht er ein Vorgehen, das „teils auf wirklichkeitsfernem Wunschenken, teils auf vordergründigen fremdenverkehrswirtschaftlichen Erwägungen“ zu beruhen scheine. Damit werde dem einheitlichen Landschafts-, Kultur- und Lebensraum kein guter Dienst erwiesen. Die notwendige geographische, historische und kulturelle Einheit der Fränkischen Schweiz lasse es nicht zu, dass ein Landkreis sich durch die beantragte Änderung seines Namens als alleiniger Sachwalter geriere. Der Kreis Bayreuth wolle aber gern auch in Zukunft seinen Beitrag im Rahmen einer gesamtheitlichen Verantwortung aller in der Fränkischen Schweiz gelegenen Gebietskörperschaften erbringen. Dazu nimmt Dietel eine Flächenaufrechnung vor, die allerdings nicht ohne Kommentar wiedergegeben werden darf. Bayreuths Kreisoberhaupt schreibt, dass etwa 53 (!) Prozent der Fläche auf den Kreis Bayreuth, 42 Prozent auf den Kreis Forchheim und fünf Prozent auf den Kreis Bamberg entfielen. Diese Zahlen stehen aber im krassen Widerspruch zur Zweckvereinbarung über die Betreibung der in Ebermannstadt ansässigen Tou-

rismuszentrale. Grob gesagt, einigten sich die Landräte mit ihren Kreistagen auf einen Verteilungsschlüssel von 6:3:1 zwischen Forchheim, Bayreuth und Bamberg. Nach der Dietel'schen Rechnung wäre der Kreis Bayreuth dann aber kräftig im Zahlungsrückstand. Überhaupt ist die Frage der „Grenzziehung der Fränkischen Schweiz so alt wie der Landschaftsname: jetzt über 150 Jahre. Joseph Heller rechnete 1829 sogar Orte aus dem jetzigen Kreis Erlangen-Höchstadt (wie Marloffstein und Atzelsberg) zur Fränkischen Schweiz. Das Kleinziegenfelder Tal gehört topographisch unbedingt zu dieser Landschaft, kommunalpolitisch aber weder zu Bamberg, Bayreuth oder Forchheim. Die Gemeinden links der Regnitz im Kreis Forchheim liegen zweifelsfrei außerhalb der Fränkischen Schweiz, stellen aber nur die Minderheit in diesem Landkreis.

Wo will man mit der Fränkischen Schweiz anfangen und wo aufhören? Der Fränkische-Schweiz-Verein würdigte jetzt eine Untersuchung über die Grenzen an. Man sollte von ihr nicht zu viel erwarten, denn im tieferen Sinne ist „Fränkische Schweiz“ vordergründig keine geographische Ortsbestimmung, sondern eine Zustandsbeschreibung, geboren aus einem romantischen Umweltverständnis. Die gutgemeinten Argumente der 28 Taufpaten im Forchheimer Kreistag in allen Ehren: Gebracht hat der Doppelname erst einmal nur Unfrieden im Lande. Aber auch von Bayreuther Seite (deren Kränkung zu verstehen ist, egal, ob sie nun 30 oder 53 Prozent Anteil hat) sollte man die Werbewirksamkeit der Bezeichnung Forchheim-Fränkische Schweiz nicht überbewerten. Wer an den Wolfgangsee fährt, fragt mit Sicherheit nicht danach, ob er im Salzburger Land oder in Oberösterreich liegt. Die Antwort: Die Grenze geht mitten durch den See. Und der Urlauber, der in Amsterdam seinen Caravan packt oder in Hamburg den Zug besteigt, will nicht im Kreis Bayreuth oder im Kreis Forchheim, sondern in der Fränkischen Schweiz Erholung finden. Auf alle Fälle besitzt die Landschaft viel wichtigere Probleme als eine Namensgebung. Die in den letzten Wochen in die Namensfrage investierte intellektuelle Kapazität hätte man besser dem Landschaftsmuseum oder dem Püttlachspeicher oder dem Schöpfen neuer Touristikinitiativen widmen sollen. Wolfgang Kreiner

Gedankenaustausch unter Kollegen: Das Treffen der Leiter der gemeindlichen Touristinformationsleiter mit der Tourismuszentrale in Rabeneck:

Fränkischer Tag, 14.2.1980 - Neue Initiativen in der Fremdenverkehrswerbung - Gästezeitung soll ihre Premiere noch heuer erleben — Öffentlichen Busverkehr verbessern

FRÄNKISCHE SCHWEIZ (nn). Um Erfahrungen auszutauschen, mehr noch, am Vorschlage zur Verbesserung der Gästebetreuung für das gesamte

Gebiet der Fränkischen Schweiz auszuarbeiten, trafen sich fast alle örtlichen Verkehrsamtsleiter in der Waldpension Rabeneck. Waischenfelds Verkehrsamtsleiter Rudolf Kellermann begrüßte dazu auch die Leiterin der Tourismuszentrale Ebermannstadt, Christl Thömmes. Adolf Wunder, Verkehrsamtsleiter der Marktgemeinde Wiesental, der das Treffen mit vorbereitet hatte, legte zunächst dar, dass die Betreuung der Urlauber nicht auf den engen Raum des Urlaubsortes beschränkt bleiben dürfe, sondern die ganze Fränkische Schweiz einschließen müsse. Die Erfahrung habe gezeigt, dass der Gast während seines Aufenthaltes auch andere Orte und ihre Besonderheiten kennenlernen möchte. So sei es einmal notwendig, ihn darüber zu informieren, was andere Orte in der Zeit seines Urlaubes ihm anzubieten haben. Dies könne am besten dadurch geschehen, dass eine das gesamte Gebiet der Fränkischen Schweiz umfassende Gästezeitung angeboten werde, in der monatlich während der Hauptsaison die einzelnen Orte Ihre in dieser Zeit geplanten Veranstaltungen oder sonstige für den Gast interessanten Einrichtungen mitteilen.

Da ein nicht geringer Teil der Gäste ohne eigenes Fahrzeug ankommt, sei es außerdem erforderlich geworden, öffentliche Omnibusverbindungen zu schaffen, die es ermöglichen, dass der Gast von seinem Urlaubsort aus wenigstens für einen Halbtagesaufenthalt andere Urlaubsorte der Fränkischen Schweiz aufsuchen könne; mit den gegebenen Verkehrsverbindungen könne er nicht viel anfangen. Wunder verwies in diesem Zusammenhang auf die sogenannte Jaumann-Studie, bei der gerade diese Angelegenheit eine besondere Rolle spielen sollte. Als dritten Punkt stelle Wunder den von der Tourismuszentrale herausgegebenen Erlebnispass zur Diskussion. Hier waren sich alle Anwesenden darin einig, dass er in seiner derzeitigen Gestaltung überholt sei; da im Angebot immer wieder Änderungen auftreten, könne sich eine Neuausgabe nur auf ein Jahr beschränken. Nicht wenige der Reiseamtsleiter erklärten, nicht mehr bereit zu sein, künftig den bisherigen Pass weiterhin auszugeben. Die Leiterin der Tourismuszentrale verwies auf die finanziellen Kosten einer Neuausgabe, nachdem das zurückliegende Jubiläumjahr der Fränkischen Schweiz bereits ein Defizit erbracht habe. Die Angelegenheit werde jedoch dem Gebietsausschuss vorgebracht. Hinsichtlich der Neugestaltung ging es in der Aussprache vor allem um eine Vereinfachung; außerdem sollten mit dem Anbieter von Vergünstigungen zuverlässige Vereinbarungen getroffen werden; jede kommerzielle Werbung müsse grundsätzlich entfallen. Abgelehnt wurde eine solche Werbung in der geplanten Gästezeitung. Ihre Gestaltung soll so aussehen, dass auf der Titelseite die Fränkische Schweiz als Ganzes in Erscheinung tritt, auf der letzten Seite können Städte wie Bamberg, Bayreuth oder Nürnberg zu einem Besuch einladen.

Die übrigen Seiten verbleiben den einzelnen Fremdenverkehrsorten der Fränkischen Schweiz, die so monatlich ihre für diese Zeit geplanten Veranstaltungen oder ihre sonstigen den Gast interessierenden Einrichtungen wie Schwimmbad oder Besuch von Höhlen oder Burgen anbieten können. Finanziell soll die Zeitung — auch hier war man sich einig — von den Fremdenverkehrsorten, die sich beteiligen, selbst getragen werden. Da die Zeitung bereits mit Beginn der diesjährigen Hauptsaison erscheinen soll, wollen die Verkehrsamtsleiter bereits bei einem neuen Treffen am 25. Februar 1980 in Ebermannstadt über ihre Beteiligung endgültig Auskunft geben:

Hinsichtlich der gewünschten Verkehrsverbindungen innerhalb der Fränkischen Schweiz will Wunder selbst einen Vorentwurf ausarbeiten. Man war sich darüber klar, dass eine Verwirklichung finanziell nur im Rahmen des Jaumann-Planes geschehen könne. Positiv wurde der von manchen Orten bereits praktizierte Vorschlag aufgenommen, dem Gast in gedruckter Form die jeweils gebotenen Wandervorschläge kostenlos anzubieten; das Ausreichen einer Wandernadel wäre ein besonderer Anreiz. Zur Sprache kam auch die Werbung in Zeitschriften und der Werbeerfolg von Büchern über die Fränkische Schweiz. Dass die Kontrolle über die Abgabe der Kurtaxe ein Problem darstellt, war ebenfalls zu hören, wie auch die Kritik, dass die Gaststätten ihre Ruhezeiten nicht besser koordinieren.

Fränkischer Tag, 29.3.1980 - Gebietsausschuss muss in diesem Jahr knausern - Tourismuszentrale nach wie vor ein Musterbeispiel grenzübergreifender Zusammenarbeit

FRÄNKISCHE SCHWEIZ (wk). Die Fränkische Schweiz zehrt noch an den Nachwirkungen der 150-Jahr-Feier, und das in doppelter Hinsicht. Sie brachte der Landschaft beträchtliche Publizität in vielen Tageszeitungen, Zeitschriften, Magazinen, in Funk und Fernsehen ein. was ihr wohl eine gewisse Langzeitwirkung einbringen wird. Immer wieder wurde ja von verantwortlicher Seite betont, dass der Erfolg eines solchen Jubiläums nicht mit Heller und Pfennig ausrechenbar ist — nach „außen“ hat jedenfalls alles wunschgemäß geklappt. Die Kehrseite der Medaille ist eine Beschränkung der Ausgaben von 1979 genau 143 700 DM auf 100 000 DM in diesem Jahr. 1980 bringt dem Gebietsausschuß einen drastischen Sparhaushalt — er wurde während der Mitgliederversammlung am Donnerstagnachmittag in Pflaums Posthotel in Pegnitz verabschiedet. Trotz des vom Bayreuther Landrat Dr. Klaus-Günter Dietel im Zuge der Forchheimer Landkreisnamensdiskussion vorgerechneten 55-prozentigen Anteils des Kreises Bayreuth an der fränkischen Schweiz bleibt es beim bis-

herigen Verteilungsschlüssel 6:3:1 zwischen den Kreisen Forchheim, Bayreuth und Bamberg. Diese 100 000 DM verteilen sich in absoluten Zahlen wie folgt: Forchheim 58 825 DM, Bayreuth 29 410 DM, Bamberg 11 765 DM. 1980 muss der Etat, der mittlerweile von Merian-Verpflichtungen, die dem Gebietsausschuss jahrelang ein finanzieller Klotz am Bein waren, entlastet ist, einen Ist-Fehlbetrag von rund 12 000 DM aus dem Jahr 1979 verkraften. Wenn die Personalkosten von 43 000 DM (die Halbtageskraft in der Tourismuszentrale wird nicht vom Gebietsausschuss, sondern vom Kreis Forchheim allein bezahlt) und der allgemeine Verwaltungsaufwand abgerechnet werden, dann bleibt nur ein relativ geringer Spielraum für Werbemaßnahmen.

Im Etatansatz sind zudem die Post- und Fernmeldegebühren mit 15 000 DM (1979 waren es nur 7400 DM) angesetzt — ebenfalls ein überraschend dicker Brocken. In seinem Rechenschaftsbericht blickte der Vorsitzende des Gebietsausschusses, Forchheims Landrat Otto Ammon, auf die Schaffung der Tourismuszentrale im April 1974 zurück. Nach wie vor gelte diese offizielle Fremdenverkehrseinrichtung als Musterbeispiel der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit dreier Landkreise. Grundsatz im Wirken aller Arbeit des Gebietsausschusses bleibe, keinen Massentourismus aufzuziehen; der Verzicht auf graue Hotel-Betonpaläste falle in diesem traditionell kleinräumigen Urlaubsgebiet nicht schwer. Ammon ging auf die wachsende Bedeutung des „Urlaubs auf dem Bauernhof“ und des Aktivurlaubs ein. Hier sei es wichtig, auf alle touristischen Nebenleistungen wie Vorträge, Filmvorführungen, Heimatabende, Rundfahrten, Theateraufführungen usw. besonderes Gewicht zu legen.

Gute infrastrukturelle Einrichtungen und reizvolle Hobbymöglichkeiten würden Jedes Erholungsangebot verbessern. Das bedeute das Vorhandensein von Sportanlagen und beheizten Schwimmbädern, guten Wanderwegen, Kinderspielplätzen, Kegelbahnen, Leseräumen oder von besonderen Hobbyangeboten wie Reiten, Fliegen, Golf, Tennis, Bauernmöbelmalerei usw. An erster Stelle der Arbeit der Tourismuszentrale stehe der gute Kontakt zu den Medien. Bei den Messebesuchen habe sich die seit 1974 regelmäßig beschickte Internationale Tourismusbörse in Berlin als Schwerpunkt herauskristallisiert. Für die Arbeit des Gebietsausschusses spreche eindeutig die Steigerung der Übernachtungszahlen von 337194 im Jahre 1973 auf 836 930 im Jahre 1979. 1978 lag die Fränkische Schweiz mit einem Plus von 8,5 Prozent sogar an der Spitze Frankens. Ammon erinnerte an die Veranstaltungen der 150-Jahr-Feier und zählte die 1980 aus finanziellen Gründen eingeschränkten Inserierungsmaßnahmen dieses Jahres auf. Schwerpunkte der Insertion sind Frankfurt, Nord- und Westdeutschland

sowie natürlich Berlin. 1980 werde eine ganze Reihe weiterer größerer Publikationen über die Fränkische Schweiz erscheinen, kündigte Ammon an. Intensiv werde der Anfang 1979 in einer Neuauflage von 200 000 Exemplaren gedruckte Gebietsprospekt verlangt. Im „stillen Kämmerlein“ wird am Gebietsausschuss noch in diesem Frühjahr ein neues Werbe- und Absatzkonzept entwickelt. Drei Punkte stellte Ammon hier heraus:

1. die Darstellung der Landschaft als ideales Urlaubs- und Reiseland sei durch eine qualitative Verbesserung von Werbung, Information und Öffentlichkeitsarbeit zu verbessern;
2. bei der Ansprache potentieller Zielgruppen müsse noch differenzierter vorgegangen werden;
3. die Quantität der Werbung müsse den starken Wettbewerbsaktivitäten der in- und ausländischen Konkurrenz entsprechen. Wesentlich dabei sei der Erhalt des günstigen Preis- Leistungsverhältnisses in der Fränkischen Schweiz, deren Fremdenverkehr dann optimistisch In die Zukunft bücken könne, Hilfsmittel sei nach wie vor die Schaffung saisonverlängernder Maßnahmen. Zur Kenntnis nahm die Mitgliederversammlung die — auf Betrieben der örtlichen Verkehrsämter nach einer Initiative von Adolf Wunder, Muggendorf, erfolgte — Herausgabe der „Gästezeitung“, die von Mai bis September fünfmal in einer Auflage von je 6000 Exemplaren herausgegeben werden wird. Die Titelseite wird vom Gebietsausschuß mit dem aus dem Prospekt bekannten Wiesental-Motiv gestaltet.

„Renoviert“ wird auch der Erlebnispass, der nach seiner Überarbeitung zum 1. Mai den ersten Gästen in die Hand gedrückt werden soll. Neue Angebote werden einige Kegelbahnen und Skilifte sein, dafür verschwindet der Begrüßungsschnaps. Zu den Änderungen zählt u.a. auch, dass Burg Rabenstein ans dem Besichtigungsprogramm gestrichen und durch die Waischenfelder Burg ersetzt wird. In der Diskussion beklagte Ernst Schlösser vom FSV den schlechten Zustand der überörtlichen Wanderwegemarkierungen und Bürgermeister Paul Pöhlmann, Wiesental, forderte den Landrat auf, sich nachdrücklich für die Schaffung der zwei Bus-Ringlinien einzusetzen.

1981 Das Wandern hat bei allen Urlaubern den ersten Platz eingenommen. An zweiter Stelle stehen die „Gespräche mit anderen“. Dieses Umfrageergebnis hat der Studienkreis für Tourismus jetzt veröffentlicht. Kurze und lange Spaziergänge sowie Wanderungen sind die Lieblingsbeschäftigung aller Urlauber,

vor allem jener, die in Privatzimmern oder auf dem Bauernhof Quartier beziehen. Mit siebzig bis achtzig Prozent liegt der Fußmarsch an der Spitze der Urlaubsaktivitäten aller Reisenden. Keine andere Beschäftigung erreicht solche Werte, auch nicht Schwimmen und Baden (fünfzig bis sechzig Prozent), schon gar nicht das Fernsehen und der Sport (zwanzig bis dreißig Prozent). Mit 81,5 Prozent erreichen kurze Spaziergänge bei Privatzimmer-Urlaubern die absolute Rekordmarke unter den Nennungen. Dieses große Interesse am Wandern wird auch bei den Geschäftsstellen der Wandervereine immer deutlicher. Mit einer Vielzahl täglicher Anfragen erkundigen sich Interessenten nach Möglichkeiten für Tageswanderungen und Wanderferien. Dieser Bericht in der Lokalzeitung²⁰ dürfte der Auslöser gewesen sein, dem Thema Wandern besondere Aufmerksamkeit zu widmen. Ein Ergebnis davon war „Wandern ohne Gepäck“. Der Start einer ersten Tour war schon 1980. In 7 Tagen umrundete man einmal die komplette Fränkische Schweiz. Nach und nach kamen zwei weitere Touren dazu: die 5- und die 6-Tagtestour mit jeweils anderen Routen.

Nordbay. Nachrichten, 7.3.1981 - Verärgerung ausgeräumt - Es herrscht wieder Einigkeit im Gebietsausschuss „Fränkische Schweiz“ - In der Waischenfelder Besprechung Fortführung der „Tourismuszentrale“ beschlossen — Jahresetat 117 000 DM — Mittelfristige Pläne werden besprochen

EBERMANNSTADT (tv) - Die seit vielen Monaten schwelende Verärgerung zwischen den Kreisen Forchheim, Bayreuth und Bamberg hinsichtlich der Effektivität der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in Ebermannstadt wurden jetzt in einer Vorstandssitzung beim Pulvermüller Kaspar Bezold in Waischenfeld ausgeräumt.

Gebietsausschussvorsitzender Otto Ammon und seine beiden Stellvertreter Bürgermeister Körber aus Pottenstein und Daum aus Heiligenstadt nahmen die Kritik an der Zentrale nicht nur zur Kenntnis, sondern erörterten auch die Möglichkeiten, die Klagen abzustellen und Verbesserungen in der Arbeit einzuleiten. Der Ausschussvorsitzende Ammon klopfte sich an die eigene Brust und erkannte Fehlerquellen bei sich und seiner Art, Geschäftsführerin Christl Thömmes allzu sehr „am losen Zügel“ geführt zu haben. Er will dafür Sorge tragen, dass am Oberen Tor wieder intensiver gearbeitet und effektiver agiert wird. Wie Ammon berichtete, war in dem Anfang Februar mit Thömmes und den Mitgliedern aus Bayreuth und Bamberg geführten Gesprächen bereits für die Internationale-Tourismus-Börse TTB in Berlin eine verbesserte Zusammenarbeit zustande gebracht worden. Die Weiterführung der Tourismuszentrale in Ebermannstadt ist jetzt beschlossene Sache, sie wird von allen Beteiligten auch als „sinnvoll“ anerkannt Details wurden gleich in der Beratung des mit 117

000 DM in Ausgaben und Einnahmen ausgeglichenen Etats für 1981 offenbar: der Landkreis Forchheim zahlt dazu 68 000 DM, der Kreis Bayreuth 34 000 DM und der Kreis Bamberg 13 000 DM. Diese Summe soll im Werbeetat zukünftig aufgestockt werden, personell will man kürzer treten und lediglich für notwendige Arbeiten vom Arbeitsamt eine ABM-Kraft beantragen. In einer Mitgliederversammlung des Gebietsausschusses am 26. März in Heiligenstadt im „Haus des Bürgers“ sollen die Grundzüge eines Konzepts erarbeitet werden, das dann mit Vorstand und Geschäftsführung als eine „mittelfristige Planung“ zu klaren Wegzielen führen soll.

Fränkischer Tag, 27.3.1981 - Mit neuen Aktivitäten in die Gästewerbung

Ammon rief in Heiligenstadt zu einer Intensivierung des musikalischen Angebots — nicht nur über den Musiksommer Obermain, sondern vor allem in der fränkischen Volksmusik — auf. Im Frankenwald ist die buchungstechnische Zukunft dank eines mit 800 000 DM für fünf Jahre vom bayerischen Wirtschaftsministerium geförderten Computerprojekts schon Gegenwart. Zwar ist sich der Gebietsausschussvorsitzende nicht sicher, ob er die Fremdenverkehrsorte der Fränkischen Schweiz gleich für Computerbuchungen erwärmen könnte; er gibt aber zu bedenken, dass langfristig die moderne Datenverarbeitung aus dem Fremdenverkehr der Fränkischen Schweiz nicht ausgesperrt werden könne. Ammon forderte die Gastronomie zu eigenen Initiativen auf. Dabei verwies er auf Beispiele anderer Fremdenverkehrsgebiete, wo mit einer sinnvollen Kombination aus Schlemmermahlzeiten, Kneippanwendungen und Saunabesuchen zweiwöchige Abmagerungskuren leichtgemacht werden. Mehr Aufmerksamkeit empfiehlt Weinkenner Ammon den Wirten für ihre Weinkarten: Er empfahl die Volkacher Bocksbeutel-Seminare, die auch Wirten die rechten Grundlagenkenntnisse vermitteln. Er freute sich, dass er nun schon öfters „Kinderteller“ auf den Speisekarten in der Fränkischen Schweiz findet. Die Fränkische Schweiz ist auch bei Regen ein attraktives Urlaubsgebiet, schloss Ammon seinen Bericht: „Sonne ist gut, Klima ist besser“ — eine Einsicht, die sich langsam durchzusetzen beginne. Irrig nannte er die Auffassung, die Fränkische Schweiz könnte ein höheres Gästeaufkommen nicht verkraften. Selbst in Spitzenzeiten sei die Kapazität der Beherbergungsbetriebe groß genug, dass jeder Gast ein Bett und ein Dach über dem Kopf finden kann. ^{21 - Auszug}

Fränkischer Tag, 14.5.1981 - Im Informationsangebot jetzt Spitze - Gebiets-

ausschuss stellte Gästezeitung und Fahrplan vor

FRÄNKISCHE SCHWEIZ (wk). Alte Bekannte mit neuem Inhalt stellte der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz am Mittwoch in der Tourismuszentrale

Ebermannstadt vor: Gästezeitung und Fränkische-Schweiz-Fahrplan sollen den Urlaubern wertvolle Hilfen für ihren Aufenthalt im „Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ geben. In ihrem zweiten Jahrgang ist die Gästezeitung etwas fülliger geworden —sowohl vom Inhalt her als auch vom Umfang. Neuer Blickfang wird in allen fünf Ausgaben (nur die jeweiligen Farbköpfe werden monatlich ausgetauscht) der Tüchersfelder Judenhof sein, neu ist auch die Gestaltung der Rückseite mit der Merian-Karte, die ja auch im Repräsentativprospekt darüber Auskunft gibt, wo's langgeht. Rund 20 Fremdenverkehrsgemeinden (neu aufgenommen sind Pretzfeld, Weilersbach, Forchheim und Unterleinleiter) stellen ihre Sehenswürdigkeiten vor und nennen die Termine des jeweiligen Monats. Weil erfahrungsgemäß die meisten Fränkische-Schweiz-Urlauber wenigstens einen Ausflug in eine der umliegenden Städte unternehmen, werden nun auch die Veranstaltungskalender der Städte Bamberg, Bayreuth, Erlangen und Nürnberg in der Gästezeitung abgedruckt. Die Erfahrungen mit den Gästezeitungen des vergangenen Jahres waren rundum positiv, berichteten Gebietsausschussvorsitzender Otto Ammon und Tourismuszentrale-Leiterin Christl Thömmes.

Von Mai bis September werden fünf Ausgaben der Gästezeitung mit wechselnden Auflagen (zwischen 4 000 und 7 000 Exemplaren) von den Verkehrsämtern und einer Reihe gastronomischer Betriebe unters Urlaubervolk gebracht. Leicht verändert wurde der Sommer-Fahrplan „Mit Bus und Bahn durch die Fränkische Schweiz“. Er weist jetzt auch auf die Aktionen „Fahrrad am Bahnhof“ in Forchheim und Ebermannstadt, die Schalteröffnungszeiten dieser Bahnhöfe und die Bus-Zugverbindungen nach Berlin hin. Auflage: 6 000. Der Gebietsausschuß Fränkische Schweiz hat in den letzten zehn Jahren nicht nur Rückstände in der Information „seiner“ Urlauber aufgeholt, sondern sich sogar einen gewissen Vorsprung erarbeitet. Mit der Gästezeitung, dem Busfahrplan, dem Erlebnispass, dem bewährten Repräsentativprospekt und dem im April 1981 vorgestellten Informationsprospekt mit allen Fremdenverkehrsgemeinden bietet die Fränkische Schweiz ein praktisch lückenloses Auskunftspaket für den Urlaubsgast. Damit stellt die Fränkische Schweiz an der Spitze der 13 fränkischen Fremden Verkehrsgebiete: Kein anderes ist in der Landkreisgrenzen übergreifenden Zusammenarbeit so weit wie gerade das Land, das von Geschichte und Natur am meisten zerklüftet unter den drei fränkischen Regierungsbezirken ist. Bei einer Geschäftsführertagung der Fremdenverkehrsgebiete Frankens in Bamberg wurden Christl Thömmes jedenfalls Gästezeitung und Informationsprospekte nur so aus der Hand gerissen. Über mangelnde Arbeit hat sich die Tourismuszentrale jedenfalls nicht zu beklagen: Berge von Gästeanfragen liegen vor, offenbar mehr als im Vorjahr. Otto Ammon gab bekannt, dass begründete



Aussichten bestehen, eine Halbtags-ABM-Kraft zugewiesen zu erhalten. Damit wäre die personelle Unterbesetzung der Tourismuszentrale erst einmal beendet.

Abb 5: Rudolf Eberhardt bei der Verleihung des FSV-Ehrenschildes 1986. Foto: FSV-Archiv, Konrad Meier

Dr. h.c. Rudolf Eberhardt: Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz. - Wirtschaftsfaktor und belebendes Element. (Manuskript von 1981):

Wenn eine Heimatzeitung Geburtstag feiert, ist das für alle, die in dieser Heimat verwurzelt sind, Grund genug für eine Rückbesinnung, eine Standortbestimmung, einen Zukunftsausblick. Da geht es dem ehemaligen Ebermannstädter Landrat, späteren bayerischen Finanzminister und heutigen Präsidenten sowohl des deutschen wie des fränkischen Fremdenverkehrsverbandes nicht anders als all jenen, die ebenfalls beruflich, wirtschaftlich und gefühlsmäßig eng mit einer der dienstältesten deutschen Fremdenverkehrslandschaften verbunden sind. „Die deutscheste aller Landschaften“ hat sie Ludwig Tieck genannt. Als „Schlupfwinkel des deutschen Gemüts“ bezeichnete sie in einem Essay Hans Max von Aufseß, um dann trotz und mit aller Liebe zu seiner Heimat, in der seine Familie seit dem 11. Jahrhundert ihren Sitz hat, kritisch fortzufahren: „Die vergilbten Liebeserklärungen der Dichter und Maler passen heute nur mit Einschränkungen auf die mit Felssprengungen begradigten Ein- und Ausfallstraßen der Kraftfahrzeugströme, die großfenstrigen Guckkästen der Hotelpensionen, aufgemalten Mühlenräder und wohlmarkierten Sammelpunkte touristischen genießens und konsumierens.“ Und dennoch ist die Fränkische Schweiz nach wie vor ein Reiseland für Individualisten, das sich Jahr für Jahr einem großen Kreis von Liebhabern neu erschließt.

Begonnen hat das allen, als man im 18. Jahrhundert das „Alte Gebürg“ durchforschte und die Höhlen entdeckte, denen das mehr als 175 Millionen Jahre alte fränkische Juragebirge heute noch einen Teil seines Rufs verdankt. Im Jahr 1774 veröffentlichte der Uttenreuther Pfarrer Johann Friedrich Esper sein Buch über die geheimnisvolle Welt der unterirdischen Labyrinth um Muggendorf und legte damit den Grundstein für eine Reiselust, die die Deutschen seit der Romantik immer wieder in das Herzstück des Frankenlandes führt. Ob dem Bamberger Privatgelehrten Joseph Heller tatsächlich die Ehre gebührt, mit

seiner 1829 erschienenen Beschreibung der Umgebung von Muggendorf den Namen „Fränkische Schweiz“ kreiert zu haben, oder ob andere schon vor ihm das „Muggendorf er Gebirge“ als „schweizerisch“ empfanden, sei dahingestellt. Jedenfalls haben die Bewohner dieses Landschaftsdreiecks zwischen Bamberg, Forchheim und Bayreuth vor zwei Jahren mit berechtigtem Stolz ihr 150-jähriges Jubiläum gefeiert.

Tatsache ist, dass die Rousseau'sche Naturbegeisterung am Ausgang des 18. Jahrhunderts und der Gefühlsüberschwang der Romantik im 19. Jahrhundert eine Wanderbewegung in Gang setzten, die Dichter, Maler und Naturliebhaber die fränkische Jura-Landschaft in hohen, manchmal allzu überschwänglichen Tönen preisen ließen. Langsam kamen die Gäste; Hotellerie und Gastronomie, damals noch auf sehr bescheidenem Niveau, begannen aufmerksam zu werden. Die Molkekur in Streitberg und Muggendorf erlebte ihre volle Blüte. Wer sich heute hier die Namen der Inhaber von gastgewerblichen Betrieben anschaut, findet die gleichen Namen schon in den ältesten Führern durch die Fränkische Schweiz. Diese Landschaft wurde und wird noch von Familienbetrieben geprägt.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde die touristische Aufgabe - darunter verstand man damals vornehmlich die Erschließung der Landschaft - vom Fränkische-Schweiz-Verein wahrgenommen, den der Pottensteiner Amtsarzt Dr. Depisch 1901 in der Schüttersmühle gründete. Die Wandervogel-Idee beherrschte das Vereinsleben zunächst ebenso wie die Förderung nach Verbesserung der Verkehrswege, bis im Laufe der Zeit naturschützerische Aspekte hinzukamen. Die Gesamtheit der Fränkischen Schweiz - Landschaft und Mensch - wurde in den 20-er Jahren unter Führung des Streitbergers Hans Hertlein und der Nürnberger Idealistengruppe um August Sieghardt herausgestellt, wobei Sieghardts Bücher, obwohl an unmittelbarer Aktualität verloren, auch heute noch Gültigkeit haben dürften. Nach dem zweiten Weltkrieg wurde der Verein 1947 in Muggendorf neu gegründet, um das Gebiet so rasch wie möglich für den Fremdenverkehr zu rüsten. Johann Bezold, Heinrich Uhl und Franz Josef Kaiser waren die Männer, die dem Verein wieder Leben gaben, und auch der Autor dieser Zeilen konnte als Landrat von Ebermannstadt und späterer bayerischer Finanzminister über viele Jahre hinweg die Geschehnisse in der Fränkischen Schweiz entscheidend mitbestimmen. Heute ist der Fränkische-Schweiz-Verein unter der Führung seines Vorsitzenden Fritz Preis mit über 4000 Mitgliedern ein Hort der Volkstumpfle, der es sich zum Ziel gesetzt hat, fränkisches Brauchtum zu erhalten und weiten Kreisen zugänglich zu machen. Damit gehört dieser Verein zu den

Grundpfeilern des Fremdenverkehrs. Dass Fremdenverkehr aber nicht nur aus ehrenamtlicher Heimatpflege besteht, sondern professionell und marktgerecht betrieben werden muss, hatte der Fremdenverkehrsverband Franken schon früh erkannt und entsprechend die Weichen gestellt. Die Arbeit „vor Ort“, die fremdenverkehrsmäßige Aufbereitung des Gebiets und die landschaftsbezogene Werbung waren schon in den 30er Jahren auf Gebietsausschüsse übertragen worden, zu denen von Anfang an auch die Fränkische Schweiz gehörte, wenngleich dieser Gebietsausschuss ursprünglich mit dem Fränkische-Schweiz-Verein identisch war und sich erst 1962 unter dem Vorsitz des damaligen Pegnitzter Landrats Dr. Dittrich aus dem Verein herauslöste und selbständig wurde.

Als Dr. Dittrich 1971 aus Altersgründen den Vorsitz niederlegte, übernahm ihn sein Forchheimer Kollege Otto Ammon, der mit Überzeugung die Einrichtung einer zentralen Fremdenverkehrsstelle für das „Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ vorantrieb. 1974 wurde in den Räumen des ehemaligen Ebermannstädter Landratsamtes die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz eröffnet, heute noch ein Musterbeispiel dafür, dass zwei Landkreise (Forchheim und Bayreuth) zu denen 1976 ein dritter stieß (Bamberg), auch über politische Grenzen hinweg im Rahmen einer Zweckvereinbarung erfolgreiche Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Fremdenverkehrs leisten können. Rechtsträger dieser Einrichtung ist der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz im Fremdenverkehrsverband Franken; die Geschäftsführung liegt seit vielen Jahren in den bewährten Händen einer Fremdenverkehrsfachfrau: Christl Thömmes. Mit Eröffnung der Zentralstelle konnte eine andere Organisation ihre Tätigkeit einstellen, die unter der Leitung des rührigen Gößweinsteiner Bürgermeisters Heinrich Endrös von 1968 bis 1974 eine beachtliche Gemeinschaftswerbung auf die Beine stellte: die „Werbegemeinschaft Fränkische Schweiz“. Die Verantwortlichen überzeugten schon in dieser Phase die Fremdenverkehrsgemeinden und damaligen Landkreise, dass nur mit einem gemeinsamen Auftreten die Fränkische Schweiz im Konzert der deutschen Reisegebiete mitsprechen konnte. Beachtliche finanzielle Beteiligungen aller Partner schufen dafür die notwendige Basis. In der Erkenntnis, dass Tourismus in dieser strukturschwachen Gegend einen hohen wirtschaftlichen Stellenwert einnimmt, war es nur mit Einrichtung der Tourismuszentrale möglich, den Urlaubs- und Naherholungsverkehr weiter zu intensivieren. Dabei blieb es ein Grundsatz aller für den Fremdenverkehr Verantwortlichen, dass kein touristischer Rummel aufgezogen werden dürfe, sondern dass die Fränkische Schweiz ein Reiseland für Individualisten bleiben müsse, die hier bodenständige Gastronomie und Gastfreundlichkeit vorfinden, jedoch mit allem Komfort, den der Tourist der 70-er, 80-er und der kommenden Jahre verlangt. Auch ist man

sich darin einig, dass nicht mehr Quantität die Devise lautet, sondern mehr Qualität - sowohl von der Angebots-, als auch von der Nachfrageseite her. Der Quantität, d.h. der Zersiedelung und Übervölkerung der Landschaft sind schon allein dadurch Grenzen gesetzt, dass die Fränkische Schweiz einschließlich Veldensteiner Forst durch eine Naturpark-Verordnung geschützt ist. Eine intakte Natur ist das beste Kapital auch des Fremdenverkehrs, das es zu erhalten, nicht zu zerstören gilt. Hier ergänzen sich sinn- und augenfällig die Interessen des Naturparks und des Fremdenverkehrs. Die Fränkische Schweiz hat sich so gut wie möglich den Erfordernissen des touristischen Marktes angepasst. Zielgruppengerechte Werbung und Verkaufsförderung stehen gleichberechtigt neben der Aufbereitung des Erscheinungsbildes. Dem allgemeinen Trend folgend werden verstärkt Angebote für Aktiv- und Gesundheitsurlaub auf den Markt gebracht. Daneben traten Familienferien, Urlaub auf dem Bauernhof und Ferienwohnungen immer mehr in den Vordergrund.

Die Aufgaben der Fremdenverkehrsstellen haben sich gewandelt. Lag vor zwei Jahrzehnten das Hauptaugenmerk noch auf der Produktion von schön bebilderten Landschafts-Prospekten, so muss dem potentiellen Urlauber heute auf Heller und Pfennig gesagt werden, welche Leistungen zu welchem Preis und in welcher Jahreszeit erhältlich sind. „Verkaufsfähig“ ist ein Angebot nur dann, wenn es konkret beschrieben und damit transparent gemacht worden ist, sagen die Tourismusfachleute dazu. So gibt es denn heute gerade in der Fränkischen Schweiz außer der Möglichkeit, nur zu Wandern und sonst nichts zu tun, eine ganze Reihe von Arrangements, welche die Vielfalt der Palette aufzeigen: „Fliegen auf Probe“ in der Fränkischen Fliegerschule auf Burg Feuerstein; „Bauernmalerei“ und „Hinterglasmalerei“ in Morschreuth; „Höhlenabenteuer“ in Muggendorf; „Höhlenseminar“ in Pottenstein, „Zinngießen“ in Hollfeld; „Golf spielen“ in Kannndorf; Schwimmen, Reiten, Tennis spielen, Kanu fahren, Angeln, und vieles andere mehr. Die örtlichen Verkehrsämter, die Tourismus zentrale und der Fremdenverkehrsverband Franken stehen in stetem engem Kontakt miteinander, um Erfahrungen auszutauschen, neue Angebote zu schaffen und diese sowohl in der Werbung als auch auf touristischen Messen und Ausstellungen an den Man, respektive die Frau, zu bringen. Vorträge, Dia- und Filmvorführungen, Heimatabende, Theateraufführungen, Rundfahrten und Wanderungen runden das Programm ab. Informationen erhält der Gast aus zahlreichen Ortsprospekten und Gebietskarten, aus einer Gästezeitung und einem Bildatlas, aus einem Erlebnispass und einem kombinierten Bahn- und Busfahrplan sowie aus vielen anderen Schriften mehr. Die Fremdenverkehrsstellen der Fränkischen Schweiz pflegen nicht erst seit dem Jubiläumsjahr 1979 guten Kontakt zu den

Medien. Zahlreiche Publikationen in führenden deutschen Tageszeitungen und in fast allen Illustrierten stoßen auf eine hervorragende Resonanz interessierter Urlauber. Rundfunk und Fernsehen tun das ihre, um die Fränkische Schweiz auch visuell bekannt zu machen. Die interessantesten Einzugsbereiche sind dabei Nordrhein-Westfalen, Norddeutschland, Berlin, der Frankfurter und nach der Fertigstellung der Autobahn Nürnberg-Heilbronn auch der Stuttgarter Raum. Die Niederländer stehen unter den Auslandsgästen an erster Stelle. Zusammenarbeit wird groß geschrieben in der Fränkischen Schweiz. Auf Einladung der Tourismuszentrale treffen sich in mehr oder minder regelmäßigen Abständen die Leiter der örtlichen Verkehrsämter. Enger Kontakt besteht auch zu verwandten Organisationen wie z.B. dem Fränkische-Schweiz-Verein, dem Hotel- und Gaststättenverband, dem Verein Urlaub auf dem Bauernhof und zu benachbarten Gebietsausschüssen.

Der Entschluss, eine von mehreren Landkreisen getragene Tourismuszentrale einzurichten, hat sich im Nachhinein als richtig erwiesen. Er ist Modellfall für andere und Verpflichtung für die Zukunft zugleich. Die Zahlen beweisen es. Im Jahr 1980 verbuchte die Fränkische Schweiz fast 900 000 Übernachtungen und nahm unter den fränkischen Ferienlandschaften nach dem Fichtelgebirge und dem Spessart den dritten Platz ein. Hätte sie nicht nur eine Saison (Sommer), sondern auch noch günstige Wintersportmöglichkeiten, woran allerdings wegen der geringen Höhe nicht zu denken ist, so rangierte sie garantiert noch weiter oben auf der Rangskala. Rund 13 % aller Übernachtungen in Fremdenverkehrsarten in ganz Franken (ohne kreisfreie Städte und Heilbäder) entfallen allein auf die Fränkische Schweiz. Die Zahlen haben sich seit 1961 verdoppelt; bei durchschnittlichen Ausgaben pro Tag und Urlauber von 59 DM bringt der Urlauberverkehr den Gemeinden der Fränkischen Schweiz heute rund 53 Millionen DM Umsatz ein. Wie ein Wirtschaftsinstitut kürzlich nachgewiesen hat, kommt dazu noch einmal ein gleich hoher Umsatz aus dem Naherholungs- und Tagesausflugsverkehr. Damit ist der Fremdenverkehr zu einer wichtigen, wenn nicht sogar zur tragenden Säule des Wirtschaftslebens geworden. Es wird in den kommenden Jahren nicht mehr ganz so steil aufwärts gehen wie Ende der 60er und Anfang der 70er Jahre. Aber Fremdenverkehr wird eine Wachstumsbranche bleiben, in der sich auch im Zeichen immer knapper werdender Mittel Investitionen noch lohnen, sowohl von privater wie von öffentlicher Seite. Bei allem Wirtschaftsdenken dürfen wir aber nicht vergessen, dass im Mittelpunkt unserer Bemühungen der Mensch steht, der Urlauber und Naherholungssuchende, der Gast sein will und nicht nur Kunde. Die Fränkische Schweiz wird - wie ganz Franken - auch in Zukunft ihre Preiswürdigkeit, ihre Fami-

lienfreundlichkeit und ihre Gastlichkeit behalten, damit der Reisende genau die Atmosphäre vorfindet, in der er sich wohlfühlt und die ihn zum Wiederkommen veranlasst. Dann kann immer noch gelten, was schon Karl Brückner 1922 in seinem Führer durch die Fränkische Schweiz sagte: „So ist denn die Fränkische Schweiz ein echtes Dorado für wanderlustige, naturfrohe Menschen und für solche, die, sei es mit oder ohne Familie, im Frieden waldstiller Täler und auf sonnigen Höhen Stärkung und Erholung suchen von den Mühen und Sorgen des Alltagslebens. Nur wenige werden sie ohne frischen Lebensmut und Schaffensgeist, ohne an Körper und Gemüt erquickt und neu gestärkt zu sein, verlassen.“

1982 stellt die Tourismuszentrale im Jahresbericht fest: „Der Gast wird wählerischer. Einfach Privatzimmer sind nicht mehr gefragt, dafür Ferienwohnungen und Urlaub auf dem Bauernhof“. Höhlenabenteuer sind in diesem Jahr gefragt, auch wieder „Fliegen auf Probe“ und Bauernmalerei in Morschreuth. Bei den Anzeigen beschränkte man sich auf die Gebietswerbung mit dem Tourismusverband Franken, der jedes Jahr in 10 ausgewählten überregionalen Zeitungen jeweils eine Seite anmietet und mit anzeigen aus den fränkischen Gebieten auffüllt. Das dadurch eingesparte Geld aus der eigenen kleinen Werbung steckte man in den Besuch von Messen in Utrecht, München, Hamburg, Berlin, Essen und Stuttgart – dort hat man sich jeweils am Frankenstand eingemietet, was billiger war, als ein eigener Stand. Und noch eine Zielgruppe wird immer präsender: die Campingurlauber.

Nordbay. Kurier, 11.3.1982 - Der Campingurlaub wird immer beliebter - Kostenersparnis ist ausschlaggebend - 300 000 Stellplätze im Bundesgebiet - Arbeitstagung in Pottenstein

POTTENSTEIN. Mit einem Anteil von 8,8 Prozent am gesamten Urlaubsreiseverkehr nimmt das Campingwesen in Deutschland eine wichtige Stellung im Tourismus ein. Auf den deutschen Campingplätzen ist 1978 ein Gesamtumsatz von 586 Millionen Mark erzielt worden. Bayern liegt mit 71,6 Millionen Mark an vierter Stelle im Bundesgebiet. Mit solchen statistischen Zahlen verdeutlichte der Geschäftsführer des Fremdenverkehrsverbands Bayern, Günter Stopperich, bei der zweitägigen Arbeitstagung des Verbandes der bayerischen Campingplatzhalter am Dienstag und Mittwoch im Forellenhof Pottenstein die Bedeutung des Campingtourismus für den Fremdenverkehr in der Bundesrepublik. „Die Camper sind uns genauso willkommen, wie die Gäste der Hotels oder Privatpensionen“, bestätigte auch der zweite Bürgermeister der Stadt Pot-

tenstein, Dieter Bauernschmitt den rund 50 anwesenden Besitzern. Pächtern und Verwaltern bayerischer Campingplätze. Im Stadtgebiet gebe es zwei solche Plätze, deren Ausweitungsmöglichkeiten jedoch sehr begrenzt seien. Gute Erfahrungen habe die Stadt auch mit Jugendgruppen in Zeltlagern gemacht.

Ablehnend steht der Verband dem vom ADAC geförderten Camping auf dem Bauernhof gegenüber. Der Vorsitzende der Campingplatzhalter, Rainer Daiss aus Waging äußerte seine Befürchtungen über eine sich daraus ergebende Zersiedelung der Landschaft. Beim Camping auf dem Bauernhof brauche die Campingplatzverordnung nicht eingehalten werden, während die Betreiber der Plätze die gestellten hohen Anforderungen im Sanitärbereich erfüllen müssen. Wegen dieser hohen Auflagen komme inzwischen ein Stellplatz auf mindestens 10000 Mark Baukosten. Für Privatleute sei die Anlegung neuer Campingplätze deshalb kaum mehr erschwinglich. Georg Langer aus Fichtelberg klagte über die zunehmende Zahl der Wohnmobile, deren Besitzer nicht die Campingplätze anfahren, sondern auf öffentlichen Parkplätzen nächtigen. Es sei gesetzlich zulässig, eine Nacht mit dem Wohnmobil dort zu verbringen, erklärte dazu der Geschäftsführer des bayerischen Fremdenverkehrsverbandes, Günter Stopperich. Die Polizei könne nur dann einschreiten, wenn Parkplätze zu Campingplätzen umfunktioniert werden.

Im gesamten Bundesgebiet seien 1979 1351 Campingplätze mit rund 300 000 Stellplätzen registriert worden. Die Gesamtfläche der 224 bayerischen Campingplätze betrage 5500 Hektar, die Nutzfläche liege bei zirka 3000 Hektar. Im vergangenen Jahr seien die bayerischen Campingplätze von 748 000 Personen benutzt worden. Von den 3,2 Millionen Übernachtungen hatten nach Auskunft Stopperichs die ausländischen Gäste einen Anteil von 600 000. Die Verweildauer betrage in Bayern im Durchschnitt 4,3, im gesamten Bundesgebiet 4,7 Tage. Mit den durchschnittlichen Stellgebühren von zwölf Mark pro Tag für zwei Erwachsene und ein Kind, die für das Jahr 1980 errechnet wurden, habe man in Bayern einen guten Mittelwert erreicht. Der Geschäftsführer des Fremdenverkehrsverbandes räumte dem Campingtourismus für die Zukunft gute Chancen ein, da der Urlauber in Bayern im Durchschnitt pro Tag 59 Mark, der Campingplatzgast aber nur 27 Mark ausbebe. Diese Differenz liege an den entsprechend höheren Preisen für Hotelzimmer. Ir

Die Fördertöpfe für die heimische Gastronomie sind weiterhin gut gefüllt, berichtete Landrat Dr. Dietel, der die Zusage von seinem Parteikollegen Gerstner während einer Parteiveranstaltung bekommen hat.

Fränkischer Tag, 10.5.1982 - Das neue Schlagwort heißt Qualitätsverbesserung - Wirtschaftsministerium bietet den Gastronomen zwei alternative Fördermöglichkeiten

FRÄNKISCHE SCHWEIZ (wk). Mit Prognosen sollte man stets vorsichtig sein, zumal dann, wenn es sich um einen so wenig vorausberechenbaren Wirtschaftszweig wie den Fremdenverkehr handelt. Ministerialrat Franz Gerstner aus dem bayerischen Wirtschaftsministerium ließ sich in einer fremdenverkehrspolitischen Veranstaltung der CSU Bayreuth im Pottensteiner „Wagner-Bräu“ auch nicht dazu verleiten, der Fränkischen Schweiz eine rundum rosige Zukunft zu prophezeien. Einerseits sind die großen Zuwachsraten im Fremdenverkehr Vergangenheit und die Zweit- und Dritturlaube werden zugunsten des Haupturlaubs zurückgehen (was gerade der Vor- und Nachsaison in der Fränkischen Schweiz Probleme bereiten dürfte); andererseits kann die Region rund um die Wiesent ihren Vorteil eines guten Preis - Leistungsverhältnisses ins Feld führen. Insgesamt ist kein Grund zur Panik gegeben; Voraussetzung ist aber vor allem der Mut zur Qualitätsverbesserung — und den machte Gerstner den Fremdenverkehrsfachleuten des südlichen Kreises Bayreuth nachdrücklich. Säegeräusche, die aus dem Gastzimmer in die gut besuchte Bürgerstube drangen, wurden von der Versammlung denn auch nicht als störend empfunden, sondern als Symptom gastronomischer Investitionsbereitschaft. Staatssekretär Simon Nüssel forderte in seiner Begrüßung vehement den Weiterbau der Maintalautobahn zur besseren Verkehrserschließung Ostoberfrankens und nannte hervorragende landwirtschaftliche Qualität eine der Voraussetzungen für bodenständigen Fremdenverkehr — inklusive der Erhaltung des 466 Jahre alten Reinheitsgebotes für das Bier. Landrat Dr. Klaus-Günter Dietel tröstete die Gastronomen aus dem südlichen Kreis Bayreuth, der aus der Gebietskulisse der Gemeinschaftsaufgabe Zonenrand herausgenommen worden ist, mit der Feststellung, ihre „Fördertöpfe“ blieben von dieser Restriktion praktisch unbeeinflusst.

Nach der Faustregel, dass jeder Urlaubsgast täglich 60 DM (Gerstner reduzierte diesen Betrag für die „Fränkische“ allerdings auf 50 DM) ausgibt, werden im Kreis Bayreuth jährlich rund 70 Millionen Mark umgesetzt. Mit der besseren Kapazitätsauslastung und der Verlängerung der Verweildauer nannte Dietel die beiden bekannten Hauptaufgaben der Fremdenverkehrsverantwortlichen in der Fränkischen Schweiz. Gerstner knüpfte in seinem prägnanten, aussagestarken Kurzreferat an die Veranstaltung im August 1979 mit Wirtschaftsminister Anton Jaumann an, als die Urlauber unter dem Motto „Jetzt reden die Gäst“ zu Wort gekommen waren. Die damaligen Feststellungen über das gute, preiswerte

und reichhaltige Essen, die Gastfreundschaft der Bevölkerung, überhaupt das hervorragende Verhältnis von Angebot und Preis gelten heute noch. So nimmt Gerstner nicht wunder, dass die Fränkische Schweiz nach den offiziellen Übernachtungszahlen zwischen 1973 und 1980 um 53 Prozent zugenommen hat, ein Zuwachs, der um ein Drittel mehr als in Bayern und das Doppelte von Franken beträgt. Allerdings: Auch in der Fränkischen Schweiz wird nicht mehr mit solchen Steigerungen zu rechnen sein. Kommunen, Verkehrsämter und Fremdenverkehrsgewerbe könnten stolz auf ihre Leistung sein. Gerstner lobte ausdrücklich die „sehr ambitionierte Präsentation“ der Fränkischen Schweiz auf den Fachmessen, „die sich wohltuend vom Gaudiangebot anderer unterscheidet“. 15 Millionen Mark hat das Wirtschaftsministerium in den letzten zehn Jahren in den Fremdenverkehr der Fränkischen Schweiz gesteckt, weitere 30 Millionen in den kommunalen Bereich. Keinen Zweifel ließ der Redner aber daran, dass diese Mittel künftig langsamer fließen werden. Dennoch: Im Jauermann-Ministerium werden jährlich rund 1000 Förderanträge aus der Gastronomie bearbeitet — in letzter Zeit erst wieder einige aus der Fränkischen Schweiz. Entweder werden bis 15 Prozent zur Investitionssumme gegeben oder ein zinsgünstiges Darlehen bis zu 40 Prozent der Investitionssumme (Laufzeit 15 Jahre, 100 Prozent Auszahlung, sechs Prozent Zins). Förderanträge sind noch vor rechtsverbindlichen Vertragsabschlüssen mit Bauunternehmen an die Regierung von Oberfranken zu stellen.

Die vielen Reisen ins In- und Ausland (nur zehn Prozent der Bundesdeutschen — vor allem aus dem ländlichen Bereich — sind noch urlaubsunerfahren) haben den Gast erfahrener, kritischer, anspruchsvoller gemacht. Gerstner rief die Gastronomen auf, sich auf diese qualitätsbewusste Spezies Urlauber einzustellen, ohne auf bodenständige Eigenarbeiten zu verzichten, kurzum, die Gastronomie solle besser auf Gästewünsche eingehen. Nur so könne sich der herkömmliche Bewirtungsbetrieb gegenüber den Polen „Systemgastronomie“ (Selbstbedienung, Schnellabfertigung wie in den Städten) und hochspezialisierter Spitzengastronomie behaupten. Die Wirte müssten erkennen, dass sie einen echten Dienstleistungsbetrieb führen und nicht nur Vermittler von Tisch und Bett sind. Wirtschaftsministerium und Hotel- und Gaststättenverband bieten entsprechende Fortbildungsmaßnahmen an, such in fortschrittlicher Mitarbeiterpolitik. In der Diskussion ging es vor allem ums liebe Geld. Wie wird wann und wo gefördert? Unvermeidbar ist bei solchen Diskussionen das Infragestellen von Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe, zweier gemeindlicher Einnahmequellen, die in den klassischen Fremdenverkehrsorten wie Pottenstein jahrzehntelange Tradition haben, in aufstrebenden Touristikgemeinden aber auf zum Teil erbitt-

terten Widerstand stoßen. Zum Beispiel in Betzenstein. Dort soll mit Hilfe der Fremdenverkehrsabgabe die städtische Werbung vorangetrieben werden. Hier aber besteht der Sonderfall der bekannten „Schermshöhe“, eines weit außerhalb der Stadt liegenden Beherbergungsbetriebes, der, so sein Inhaber, rein gar nichts von städtischer Werbung hat, dafür aber neben jährlichen 20 000 DM für die Gewerbesteuer nun 10 000 DM Ausgaben für die noch nicht beschlossene Fremdenverkehrsabgabe berappen soll — das entspricht 50 Prozent des erwarteten Gesamtvolumens. Mit Hallenbad, Kegelbahn und jährlichen 10 000 DM für Werbung fühlt sich der Betrieb autark — als einzige Antwort konnte er mit nach Hause nehmen, dass sein Fall in der Abgabesatzung besonders berücksichtigt werden müsste. Im Übrigen galt eine Aussage von Pottensteins Bürgermeister Hans Körber. Letztlich ist das heimische Gewerbe Hauptnutznießer aller kommunalen Fremdenverkehrsanstrengungen. Und dafür könne es auch zur Kasse gebeten werden.

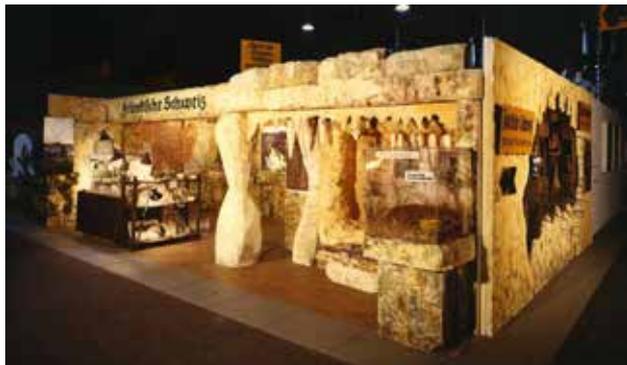


Abb 6: Der neue Höhlenstand, 1983 auf der ITB erstmals gezeigt – mit dem schlafenden Bären, der so echt wirkte, dass Besucher deshalb nach dem Tierwohl fragten. Auf einem Podest an der Standecke vorne in einem Aquarium liegt ein Bärenfell, das mittels eines Föns so

aufgeblasen wurde, dass es wie das Atmen eines (Höhlen-)Bären aussah. ein geplanter Gag der für viel aufsehen und damit Werbung sorgte.

Foto: Tourismuszentrale.

1983 wurde der neue „Höhlenstand“ erstmals der Öffentlichkeit auf der CMT in Stuttgart und der ITB in Berlin präsentiert und die Fränkische Schweiz beteiligte sich am ersten Online-Angebot der Post an „BTX“ (Bildschirmtext), dass zum 1.1. 1984 online ging und über den Fernseher empfangbar war; der heutige Teletext oder Videotext. Petra Rossbach drehte für den „Ratgeber Reise“ eine 20-Minuten-Sendung über die Region, die zu einem „enormen Prospektversand führte“, weil mehr als 8000 Anfragen in der Tourismuszentrale eingingen, so Ammon in seinem Jahresbericht. Im Juni fuhr zum ersten Mal ein Dampfzug auf der Museumsbahnstrecke. Zufriedene Gesichter:

Nordbay. Kurier, 19./20.3. 1983 - Rummel um „letzten Höhlenbären - Auch in Berlin ein Gag - Christl Thömmes mit Werbeerfolg zufrieden
FRANKISCHE SCHWEIZ. Amtsarzt sollte Stoffbären befreien“, hieß es in einer Schlagzeile der Berliner Zeitung, die so manchen Leser schmunzeln ließ. Anlass zu dieser heiteren Glosse gab der zur Internationalen Tourismusbörse mitgebrachte „letzte Höhlenbär der Fränkischen Schweiz“. Vielen Berlinern ging es ähnlich wie dem Publikum der Ende Januar in Stuttgart durchgeführten Caravan-, Motor- und Touristikmesse: Auch sie hielten das friedlich in einem Glaskasten schlummernde ausgestopfte Tierchen für lebendig.

Selbst ein Amtstierarzt ging den cleveren Werbemanagern der Fränkischen Schweiz auf den Leim. Am vorletzten Tag der Tourismus-Fachmesse stattete er dem Werbestand einen Besuch ab und hielt der Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, Christl Thömmes, einen Vortrag über nicht sachgemäße Tierhaltung. Dieses lustige Missverständnis wiederum rief Journalisten auf den Plan. Der Höhlenbär ging durch die Medien und brachte für die Fränkische Schweiz eine willkommene zusätzliche Werbung. Christl Thömmes bekam vom Sender Freies Berlin die Gelegenheit, im Abschlussbericht über die Internationale Tourismusbörse speziell den Höhlenbären vorzustellen. Der Gag, neben den Tropfsteinattrappen im höhlenartig gestalteten neuen Werbestand der Fränkischen Schweiz auch einen „typischen Urbewohner“ der mächtigen Höhlen zu zeigen, hat sich in Berlin als Publikumsrenner erwiesen.

Die Leiterin der Tourismuszentrale ist mit dem bei der Internationalen Tourismusbörse erzielten Werbeerfolg für das „Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ hoch zufrieden, insbesondere, was das Interesse der Fachbesucher angeht. Mit zahlreichen führenden Reiseveranstaltern und Journalisten hat sie konkrete Absprachen für künftige Werbemaßnahmen treffen können. Große Bedeutung misst Christl Thömmes den in Berlin neu geknüpften Kontakten mit Japan bei. Die japanischen Reiseveranstalter wollen neben den bisherigen Standartzielen München, Heidelberg und dem Rheinland die Städte Nürnberg, Bayreuth und Bamberg in ihr Programm aufnehmen. Als Feriengebiet inmitten dieses Städtedreiecks hat die Fränkische Schweiz gute Aussichten auf den Besuch japanischer Urlauber. Schon für die nächsten Wochen haben sich Journalisten bei Christl Thömmes angesagt, um die hierfür notwendige Werbekampagne zu starten. Heute Samstag, so berichtete Thömmes, werde die Fränkische Schweiz um 18 Uhr in der Sendung „Urlaub nach Maß“ im Zweiten Deutschen Fernsehen vorgestellt. Weiter ausgebaut worden seien in Berlin ferner die Kontakte mit Reisebüros aus Berlin, Norddeutschland und Holland sowie

mit Journalisten von Reisemagazinen. Die große Resonanz führt die Leiterin der Tourismuszentrale wesentlich mit auf den neuen Messestand zurück. Ihrer Meinung nach hat sich die eigenständige Werbung von Fränkischer Schweiz und Fichtelgebirge bewährt. In den zurückliegenden Jahren hatten die beiden Urlaubsgebiete gemeinsam um die Gunst der Urlauber geworben. Heuer trat jeder Gebietsausschuß erstmals mit einem eigenen Stand auf der Internationalen Tourismusbörse an. Ir (Irene Raum)

Fränkischer Tag, 3.3.1983 - Fremdenverkehrswirtschaft im „Wechselbad“ - Übernachtungen in Franken geringfügig rückläufig - Talfahrt der Kurorte NÜRNBERG. Während der nächsten zwei bis drei Jahre sei mit einem Rückgang der fränkischen Gesamtübernachtungen zwischen drei und fünf Prozent zu rechnen. Das werde überwiegend durch die Entwicklung in den Heilbädern und Kurorten bestimmt, die schon 1982 infolge des Kostendämpfungs-Ergänzungsgesetzes über starke Einbrüche zu klagen hatten. Beim reinen Erholungsreiseverkehr dürfte es dagegen - wenn überhaupt - nur leichte Minuszahlen geben. Für den Städtetourismus bestünden allenfalls dort Chancen, aus der Stagnation herauszukommen, wo nennenswerter, Auftrieb gebender Ausländerreiseverkehr vorliegt. Angesichts des auf Sparflamme gesetzten Urlauberhaltens sollte sich die Fremdenverkehrswirtschaft weiterhin auf rückläufige Umsätze einstellen. Möglicherweise werde ihr finanzielles Ergebnis sogar noch ungünstiger ausfallen als die reine Übernachtungsentwicklung. Diesen Blick in eine von konjunkturellen Unsicherheiten verdüsterte, überschaubare Zukunft wagte Verbandsdirektor Weber, Geschäftsführer des Fremdenverkehrsverbandes Franken e. V., vor Journalisten in Nürnberg. Ein Gesamtbild lasse sich zur Zeit nur annäherungsweise aus vielen Einzelbeobachtungen der örtlichen und gebietlichen Fremdenverkehrsstellen mosaikartig zusammenfügen. Es zeige für Franken folgende Konturen: 1. Geringe Zuwachsraten zwischen ein bis zwei Prozent in den ausgesprochenen Ferienorten. 2. Stagnation in den Städten. 3. Drastischer Rückgang in den Heilbädern. Der Fremdenverkehrswirtschaft blieben 1982 „Wechselbäder“ offensichtlich nicht erspart: Dem wohl von der Fußballweltmeisterschaft negativ beeinflussten mäßigen Sommer folgte ein hervorragender Herbst mit Unterbringungsschwierigkeiten in einigen Gebieten, so z. B. im Fränkischen Weinland. Diese Pluspunkte gingen dann im frühen Winter mangels ausreichender Schneelage wieder verloren.

Bis einschließlich Oktober 1982 bescheinigt die amtliche Statistik Gesamtfranken ein Minus von 367 776 Übernachtungen (3,3 Prozent) gegenüber dem Vorjahr. Aufgeschlüsselt nach Regierungsbezirken: Oberfranken minus 4,3 Prozent, Unterfranken minus 5,4 Prozent und Mittelfranken plus 2,2 Prozent.

Schlussfolgerung: Motor der leichten Talfahrt waren allein die Heilbäder (fünf in Unterfranken), während die Städte und Ferienorte insgesamt noch etwas zulegen konnten. Mittelfranken profitierte diesmal von seinem besonders stark ausgeprägten Städtetourismus mit den Komponenten Geschäfts- und Bildungsreisen, Messen und Ausstellungen, Tagungen und Seminare. Heruntergerechnet auf die Fränkische Schweiz bedeutet das 93 258 Ankünfte mit 391 727 Übernachtungen im gewerblichen Bereich (mehr als 9 Betten)²².

1984 wurde gefeiert: 10 Jahre Tourismuszentrale und eine erste Bilanz gezogen. Landrat Otto Ammon nannte als Hauptgrund für die Einrichtung der Tourismuszentrale *„die Erkenntnis, dass Tourismus in dieser strukturschwachen Gegend einen hohen wirtschaftlichen Stellenwert einnimmt²³ und damit zur Verbesserung des Lebensstandards beiträgt“*. Der Entschluss, eine von drei Kreisen getragene Tourismuszentrale einzurichten, hat sich im Rückblick als richtig erwiesen. Er ist Modellfall für andere und Verpflichtung für die Zukunft zugleich. Erst eine zentral organisierte Koordination in der Werbung für das gesamte Gebiet konnte die Übernachtungszahlen kontinuierlich steigern; so zum Beispiel von 537 000 im Jahre 1973 bis heute auf ca. 1 Million. Es verbraucht der durchschnittliche Übernachtungsgast pro Tag rund 60 Mark, was rund 55 Millionen Mark Umsatz (im Jahr) bedeutet. Trotz der Flut von Gästen meinte Ammon, dass *„kein Rummel aufgezogen werden soll, die Fränkische soll ein Reiseland für Individualreisende bleiben“*. Qualität soll vor Quantität stehen aber, *„mit allem Komfort, den der Tourist jetzt und in den kommenden Jahren verlangt, damit er sagen kann: im nächsten Jahr möchte ich wiederkommen“*. Das BTX-Programm der Telekom (Bildschirmtextseiten) wurde 1984 fertiggestellt und zum Ende des Jahres eingespeichert. Seit einigen Wochen sind also Informationen über die Fränkische Schweiz per Bildschirm zu empfangen. Die ersten Anfragen trafen bereits ein. Es werden aber noch einige Jahre vergehen werden bis der Bildschirmtext (BTX) zu einem Instrument wird, dessen sich die Massen bedienen, meinte Ammon. Aber der Einstieg war eine dringende Notwendigkeit und wurde nicht verpasst. Der ausgezeichnete Kontakt zu den Medien in der Arbeit der Tourismuszentrale erfuhr 1984 einen gewissen Höhepunkt durch die Ausstrahlung eines Films über die Fränkische Schweiz im ARD-Ratgeber-Reise. Dieser Film von Frau Petra Rossbach erbrachte ca. 8.000 Anfragen und trug sicherlich dazu bei, die negative Situation des Fremdenverkehrsjahres 1984 positiv zu überwinden. Diverse weitere Sendungen über die Fränkische Schweiz - u. a. drei Stunden Life aus Gößweinstein mit BR 3 - und zahlreiche redaktionelle Publikationen rückten die Fränkische Schweiz in das Blickfeld des Interesses.



Abb 7: Christl Thömmes mit ihrem Pudel Jackie, der in der Tourismuszentrale beim Schreibtisch seinen Platz hatte. Foto: FT_Archiv, Hans Grün

Christl Thömmes: Rückblick auf 10 Jahre Tourismuszentrale (1984)²⁴

Die Tourismuszentrale feiert ihren zehnjährigen Geburtstag. Grund genug für eine kurze Rückbesinnung, eine Standortbestimmung, einen Zukunftsausblick. Die Fränkische Schweiz ist eine deutsche Fremdenverkehrslandschaft mit Tradition. „Die deutsche aller Landschaften“ hat sie Ludwig Tieck genannt. Als „Schlupfwinkel des deutschen Gemüts“ bezeichnete sie in einem Essay Hans Max von Aufsess. In der Tat ist die Fränkische Schweiz ein attraktives Freizeitgebiet, dass sich für Lang- und Kurzurlaub gleichermaßen anbietet. Außerdem ist der Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Neben Obstanbau und Landwirtschaft einer der drei wichtigsten des Gebietes. Eine dringende Notwendigkeit hier den Tourismus zu fördern. Blenden wir zurück zum Jahr 1974. Zunächst zitiere ich einen kurzen Artikel der in der Fachzeitschrift „Der Fremdenverkehr“ im Juli 1974 erschien: „Tourismuszentrale Fränkische Schweiz - Vor wenigen Wochen wurde im Bereich des Fremdenverkehrsverbandes Nordbayern eine neue touristische Einrichtung in Betrieb genommen, die in mehrerer Hinsicht Beachtung verdient: Erstmals gibt es im Bereich des fränkischen Verbandes für ein geschlossenes Feriengebiet eine zentrale Einrichtung dieser Art, die Tourismus-Zentrale Fränkische Schweiz. *„Die Besonderheit liegt vor allem darin, daß diese Tourismus-Zentrale voll von den beiden beteiligten Landkreisen Forchheim und Bayreuth finanziert wird und damit ein Beispiel dafür bietet, wie Landkreise über ihre Kreisgrenzen hinweg für ein geschlossenes Fremdenverkehrsgebiet zusammenarbeiten können“.* Seit dem Jahr 1976 ist auch der Landkreis Bamberg in einer prozentualen Aufschlüsselung der Kosten Mitglied dieser Zweckvereinbarung. Die Neufassung dieser Zweckvereinbarung sieht die Aufteilung 60, 30, 10 vor.

Die drei Landkreise Forchheim, Bayreuth, Bamberg bieten auch heute noch ein Musterbeispiel dafür, wie Landkreise über ihre Grenzen hinweg für ein

geschlossenes Feriengebiet zusammenarbeiten können. Fremdenverkehr sollte eben nicht entlang politischer Grenzen betrieben werden, sondern sich nach den landschaftlichen Gegebenheiten geschlossener Feriengebiete richten. In der Erkenntnis, dass Tourismus in dieser strukturschwachen Gegend einen hohen wirtschaftlichen Stellenwert einnimmt, war es mit Einrichtung der Tourismuszentrale möglich, den Urlaubs- und Naherholungsverkehr weiter zu intensivieren. Dabei blieb es ein Grundsatz aller für den Fremdenverkehr Verantwortlichen, dass kein touristischer Rummel aufgezogen werden dürfe, sondern dass die Fränkische Schweiz ein Reiseland für Individualisten bleiben müsse, die hier bodenständige Gastronomie und Gastfreundlichkeit vorfinden, jedoch mit allem Komfort, den der Tourist der 70er, 80er und der kommenden Jahre verlangt. Die Devise muss lauten: Qualität vor Quantität - sowohl von der Angebots-, als auch von der Nachfrageseite her. Der Quantität, d. h. der Zersiedelung und Übervölkerung der Landschaft, sind schon allein dadurch Grenzen gesetzt, dass die Fränkische Schweiz einschließlich Veldensteiner Forst durch eine Naturpark-Verordnung geschützt ist. Eine intakte Natur ist das beste Kapital des Fremdenverkehrs, das es zu erhalten und nicht zu zerstören gilt. Hier ergänzen sich sinn- und augenfällig die Interessen des Naturparks und des Fremdenverkehrs.

Die Fränkische Schweiz hat sich so gut wie möglich den Erfordernissen des touristischen Marktes angepasst. Zielgruppengerechte Werbung und Verkaufsförderung stehen gleichberechtigt neben der Aufbereitung des Erscheinungsbildes. Dem allgemeinen Trend folgend werden verstärkt Angebote für Aktiv- und Gesundheitsurlaub auf den Markt gebracht. Daneben treten Familienferien, Urlaub auf dem Bauernhof und Ferienwohnungen immer mehr in den Vordergrund. Die Aufgaben der Fremdenverkehrsstellen haben sich gewandelt. Lag vor zwei Jahrzehnten das Hauptaugenmerk noch auf der Produktion von schön bebilderten Landschafts-Prospekten, so muss dem potentiellen Urlauber heute auf Heller und Pfennig gesagt werden, welche Leistungen zu welchem Preis und in welcher Jahreszeit erhältlich sind. *„Verkaufsfähig ist ein Angebot nur dann, wenn es konkret beschrieben und damit transparent gemacht worden ist,“* sagen die Tourismusfachleute dazu. So gibt es denn heute gerade in der Fränkischen Schweiz außer der Möglichkeit, nur zu wandern und auszuruhen, eine ganze Reihe von Arrangements, welche die Vielfalt der Palette aufzeigen: „Fliegen auf Probe“ in der Fränkischen Fliegerschule auf dem Feuerstein; „Bauernmalerei“ und „Hinterglasmalerei“ in Morschreuth; „Höhlenabenteuer“ in Muggendorf; „Zinngießen“ in Hollfeld; „Golfspielen“ in Kanndorf; Schwimmen, Reiten, Tennis, Kanu fahren, Angeln, und vieles andere mehr.

Die örtlichen Verkehrsämter, die Tourismuszentrale und der Fremdenverkehrsverband Franken stehen in stetem engem Kontakt miteinander, um Erfahrungen auszutauschen, neue Angebote zu schaffen und diese sowohl in der Werbung als auch auf touristischen Messen und Ausstellungen an den Mann zu bringen. Auch dem neuen Werbemedium BTX (Bildschirmtext) wird Rechnung getragen. Vorträge, Dia- und Filmvorführungen, Heimatabende, Theateraufführungen, Rundfahrten und Wanderungen runden das Programm ab. Informationen erhält der Gast aus zahlreichen Ortsprospekten und Gebietskarten, aus einer Gästezeitung und einem Bildatlas, aus einem Erlebnispass und einem kombinierten Bahn- und Busfahrplan sowie aus vielen anderen Schriften mehr. Die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz pflegt hervorragenden Kontakt zu den Medien. Zahlreiche Publikationen in führenden deutschen Tageszeitungen und in fast allen Illustrierten stoßen auf beste Resonanz interessierter Urlauber. Rundfunk und Fernsehen tun wahrlich das ihre, um die Fränkische Schweiz auch visuell bekannt zu machen. Die interessantesten Einzugsbereiche sind dabei Nordrhein-Westfalen, Norddeutschland, Berlin, der Frankfurter und nach der Fertigstellung der Autobahn Nürnberg-Heilbronn auch der Stuttgarter Raum. Die Niederländer stehen unter den Auslandsgästen an erster Stelle.

Noch einmal betone ich: „Zusammenarbeit wird groß geschrieben in der Fränkischen Schweiz“. Auf Einladung der Tourismuszentrale treffen sich in mehr oder minder regelmäßigen Abständen die Leiter der örtlichen Verkehrsämter. Enger Kontakt besteht zu verwandten Organisationen wie z.B. dem Fränkische-Schweiz-Verein, dem Hotel- und Gaststättenverband, dem Verein Urlaub auf dem Bauernhof und zu benachbarten Gebietsausschüssen. Der Entschluss, eine von drei Kreisen getragene Tourismuszentrale einzurichten, hat sich im Nachhinein als richtig erwiesen. Er ist Modellfall für andere und Verpflichtung für die Zukunft zugleich. Die Zahlen beweisen es. Erst eine zentral organisierte Koordination in der Werbung für das gesamte Gebiet konnte die Übernachtungen kontinuierlich steigern; so zum Beispiel von 537.000 im Jahre 1973 bis heute auf ca. 1 Million, wobei Steigerungsquoten zwischen fünf und zehn Prozent innerhalb der Jahre zu verzeichnen waren.

Selbst in den letzten Jahren, die bereits weltweit, aber auch in der Bundesrepublik, von starken wirtschaftlichen Rezessionen bestimmt wurden, konnte die Fränkische Schweiz die einmal erreichten Übernachtungszahlen halten und sogar noch um etwa zwei bis drei Prozent steigern. Im vergangenen Jahr lag die Fränkische Schweiz in ihrer Steigerungsquote mit an der Spitze der bayerischen Feriengebiete. Aber auch über die reinen Übernachtungsziffern hinaus gibt es

noch ein beeindruckendes Zahlenbeispiel für die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz. So bringt der Urlaubsreiseverkehr den Gemeinden bei durchschnittlichen Ausgaben pro Tag und Urlauber von ca. DM 60,- rund DM 55 Millionen Umsatz pro Jahr ein, wie ein Wirtschaftsinstitut vor einiger Zeit nachgewiesen hat. Dazu kommt noch einmal ein gleich hoher Jahresumsatz aus dem Naherholungs- und Tagesausflugsverkehr.

Trotz dieser Erfolgsbilanzen muss der Wirtschaftsbereich Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz für zukünftige Jahre nüchtern betrachtet werden: große Expansionen sind - wie auch bundesweit - in Zukunft sicher nicht zu erwarten. Obwohl lt. Analyse die Aussichten günstiger sind als im Jahr zuvor. Hierfür gibt es mehrere Anhaltspunkte. Zum einem hat sich die Stimmung in der Bevölkerung deutlich verbessert, zum anderen gewinnt der Konjunkturaufschwung allmählich an Fahrt. Sicherlich wird der Fremdenverkehr eine Wachstumsbranche: bleiben, in die es sich lohnt, Mittel zu investieren, sowohl von privater wie von öffentlicher Seite. Bei allem Wirtschaftsdenken wollen wir aber nicht vergessen, dass im Mittelpunkt unserer Bemühungen der Mensch steht, der Urlauber und Naherholungssuchende, der Gast sein will und nicht nur Kunde. Die Fränkische Schweiz will auch in Zukunft ihre Preiswürdigkeit, ihre Familienfreundlichkeit und ihre Gastlichkeit behalten, damit der Reisende genau die Atmosphäre vorfindet, in der er sich wohlfühlt und die ihn am Ende des Urlaubs sagen lässt: „Im nächsten Jahr möchte ich wiederkommen.“

Nordbay. Nachrichten, 17.11.1984 – Enorme Resonanz auf Sendung

Gebietsausschuß Fränkische Schweiz erwarten 1985 beachtliche Ausgaben - ARD-Ratgeber Reise“ brachte Tourismuszentrale rund 8000 Prospekt-Anfragen EBERMANNSTADT - Dem Gebietsausschuß Fränkische Schweiz stehen im nächsten Jahr große Ausgaben bevor. Er muß den notwendigen Nachdruck von Gebiets-, Orts- und Wanderprospekten finanzieren und einen Fehlbetrag von 20 000 Mark aus dem Haushalt 1984 auffangen. So stand die Vorstands- und Beiratssitzung des Werbegremiums im Hollfelder Cafe Bettina vorwiegend unter finanztaktischen Prämissen.

In der Saison 1984 sei die Fränkische Schweiz „mit einem blauen Auge davongekommen“, so Christl Thömmes, die Leiterin der Tourismuszentrale. Schließlich will der Gebietsausschuß in seiner künftigen Werbung die Fränkische Schweiz als eine Landschaft herausstellen, die von großen Umweltschäden (Stichwort: saurer Regen) im Wesentlichen verschont geblieben ist. Auch die 1984 von den Mitgliedskreisen Forchheim, Bayreuth und Bamberg erhobene Sonderumlage von 25 000 Mark, begründet vor allem mit den Kosten für den sogenannten

Höhlenstand, der auf den Fachmessen einige Furore gemacht hat, brachte den damit auf 253 000 Mark angewachsenen Etat nicht aus den roten Zahlen. Der Hauptgrund dafür ist erfreulich. Die im ARD-Ratgeber Reise ausgestrahlte Sendung über die Fränkische Schweiz brachte eine enorme Resonanz: Rund 8000 Prospektsendungen mußten von der Tourismuszentrale an nachfragende Fernsehzuschauer verschickt werden.

Porto- und Werbemittelausgaben für diese Aktion summieren sich auf rund 16 000 Mark; der Gebietsausschuß ist der Überzeugung, daß sich dieses Geld mittel- und langfristig sehr gut verzinsen wird. Als Beispiel wurde das 1972 erschienene Merianheft über die Fränkische Schweiz genannt, das, obwohl längst vergriffen, noch immer Gäste in die Landschaft locke.

In ihrem Saisonrückblick zeigte sich Christl Thömmes nicht unzufrieden. Nach einem mittelmäßigen Start habe sich das Jahr trotz des schlechten Wetters und möglicher Urlaubszurückhaltung durch den Metall- und Druckerstreik noch recht gut entwickelt. Die Trends der letzten Jahre hätten sich fortgesetzt: einfache Privatzimmer sind out, Wandern ist in, die Kurzreise kommt und der Naherholung ist vermehrtes Augenmerk zu schenken. Leichte Rückgänge seien, das zeigte die Diskussion, beim „Urlaub auf dem Bauernhof“ zu konstatieren. Einmal mehr forderte Vorsitzender Otto Ammon, Forchheim, die Gastronomie zu vermehrten Qualitätsanstrengungen auf („in allen Preisklassen“, ergänzte Andreas Pflaum, Pegnitz). Gregor Schmitt, Bärnfels, riet zu vorsichtiger Preisgestaltung, denn das „günstige Preisniveau“ (Hans Körber, Pottenstein) ist nach wie vor das größte Kapital der Fränkischen Schweiz.

Der Gast spart im und nicht am Urlaub, stellte Christi Thömmes fest; Kaspar Bezold, Waischenfeld, ortet Rückgänge bei der Vollpension zugunsten von Übernachtung/Frühstück und Teilpension. Sehr gut lassen sich weiterhin Ferienwohnungen an den Gast bringen — die Vermieter sollten untersuchen, ob sie außerhalb der Hauptsaison nicht längerfristige Vermietungen (nach dem Muster „Rentnerurlaub auf Mallorca“) anbieten können. 1985 wird die Fränkische Schweiz wieder auf den Messen in Stuttgart (Januar), Hamburg (Februar) und der ITB Berlin (März) vertreten sein; pro Einsatz sind rund 25 000 Mark veranschlagt. Der Gebietsausschuß kam überein, den Orteprospekt in einer 50 000er-Auflage nachdrucken zu lassen, die fürs nächste Jahr reicht. 1985 will der Gebietsausschuß eine neue Gestaltung dieses Werbemittels entwickeln. Für drei Jahre reichen soll die 200 000er-Neuaufgabe des Gebietsprospektes, wobei geprüft wird, ob anstelle der Meriankarte die alte Panoramakarte aus dem vorherigen Prospekt aufgenommen wird.

Schließlich legt der Gebietsausschuß seinen Prospekt „Wandern ohne Gepäck“ neu in erweiterter Form auf. Neu: die schon vor zwei Jahren entwickelten Alternativrouten im Nordwesten und Südosten der Fränkischen Schweiz werden das bisherige Angebot durch die klassischen Fremdenverkehrsorte ergänzen. Muggendorfs Verkehrsamtsleiter Adolf Wunder informierte über neue Bestrebungen der Deutschen Bundesbahn, ihre extrem defizitären Buslinien durch die Fränkische Schweiz drastisch zu reduzieren. Ob das schon 1985 zum Tragen kommt, steht allerdings dahin, denn die Bahn wird im nächsten Jahr Gästekarten für Urlauber anbieten, die damit für 20 (eine Woche) resp. 34 Mark (14 Tage) auf allen Routen — auch nach Bamberg und Bayreuth — fahren dürfen.

1985 - kam mit dem Fränkische Schweiz- Museum in Tüchersfeld am 25. Juli eine weitere Attraktion auch für Gäste auf den Markt, in welche die Tourismuszentrale, die lokale Politik sowie der FSV große Erwartungen und Hoffnungen setzte. Wieder wurde von Otto Ammon festgestellt, dass sich das Gästeverhalten geändert hat. „Lag vor Jahren das Hauptaugenmerk auf der Produktion von schön bebilderten Landschaftsprospekten so will der Urlauber von heute auf Heller und Pfennig wissen, welche Leistungen er zu welchem Preis bekommt. Verkaufsfähig ist ein Programm nur dann, wenn es konkret beschrieben und transparent gemacht ist“. Daher verstärkte die Tourismuszentrale vor allem die Werbung für Pauschalangebote wie Zinngießen in Hollfeld, Golfspielen in Kannndorf, Fliegen auf Probe oder Höhlenabenteuer in Muggendorf. Mittlerweile gibt es das Pauschalangebot „Wandern ohne Gepäck“, das die Tourismuszentrale komplett organisiert und bei der das Gepäck vom Gastgeber zum nächsten Etappenort transportiert wird. Nach und nach kamen drei unterschiedlichen Routen für 5, 6 oder 7 Tage auf den Markt, was der Tourismuszentrale 18 000 Mark Kosten²⁵ verursachte. Außerdem hat man den Höhlenstand ausgemustert und durch einen ersetzt, der als Kulisse die Landschaft der Region und den Obstanbau zeigt. Der Umbau wurde notwendig, weil der bisherige Höhlenstand aus feuerschutztechnischen Gründen bei Messen verboten wurde. Ärger gab es wieder einmal zwischen Anglern und Bootsfahrern:

Fränkischer Tag, 23.10.1985 - Wiesent-Nebenflüsse für die Kanufahrer sperren - Angler und Paddler wollen in einigen Wochen „abgekühlt“ weiter miteinander diskutieren

MUGGENDORF (gk). Das Nebeneinander von Fischern und Kanufahrern an und auf der Wiesent war im Gasthof „Zur Sonne“ Gegenstand einer Aussprache, zu welcher der Bayerische Kanuverband e. V. eingeladen hatte. Im Verlauf der gut

zweieinhalbstündigen Aussprache prallten vor allem im ersten Teil die Meinungen der unterschiedlichen Interessengruppen hart aufeinander. Neben Funktionären des Bayerischen Kanuverbandes - waren vor allem die Fischer zahlreich vertreten, mehr als ursprünglich eingeladen worden waren. Regierungsdirektor Emil Hofmann aus Forchheim war da, Vertreter des Bundes Naturschutz, der Fischereiverbandsvorsitzende Dippold und die beiden Bürgermeister der Anliegergemeinden, Paul Pöhlmann, Muggendorf und Hans Backer, Gößweinstein, diskutierten. Ein heftiger Streit für die Belange der Fischer war vor allem Fischereiobererrat Dr. Klupp des Bezirks Oberfranken. Nicht gekommen waren jedoch der ebenfalls eingeladene Regierungspräsident von Oberfranken, Wolfgang Winkler, und Landrat Otto Ammon aus Forchheim. Der Vizepräsident des Deutschen Kanuverbandes, Heinz Kohring aus Bamberg, eröffnete und leitete die Zusammenkunft, der Vizepräsident des Bayerischen Kanuverbands, Karl Ramsteiner, gleichzeitig zuständig für den Umweltschutz, ging gleich auf das Problem los und hatte eine Anzahl Aspekte dabei, in denen mit dem Hinweis auf Paddelbootfahren um Gäste geworben wird. Wegen der stark gewachsenen Zahl der Paddler verstehe er die Verbitterung der Fischer. Der Kanuverband habe mit den Fischern ein Abkommen, dass nach 18 Uhr nicht mehr auf der Wiesent gefahren wird. Dies, so die Fischer, werde jedoch nicht eingehalten.

Weitere Gespräche zum Verhältnis Angler und Bootfahrer sind geplant. Ein kurzer Rückblick auf das Jahr 85 und ein Ausblick auf die Saison 86: Das Gästeaufkommen der Fränkischen Schweiz erhöhte sich im Jahr 1985 trotz der Schlechtwetterperiode im Durchschnitt um einige Prozent. Die Übernachtungszahlen dagegen stagnierten. Daraus resultiert, daß sich die Kurzreise immer stärker durchsetze, sich aber auch die Aufenthaltsdauer des Langzeiturlaubs verkürzte. Also sparte der Gast nach wie vor nicht am Urlaub sondern im Urlaub. Die Frage nach Qualität im angemessenen Preisleistungsverhältnis stand im Vordergrund. Gute Gastronomie, Ferienwohnungen, Privatzimmer der gehobenen Klasse wurden gebucht. Einfache Privatzimmer standen total außer Kurs. Das daraus zu ziehende Fazit für die Bemühungen des Gebietsausschusses muss also nach wie vor heißen: Qualitätsbewußtsein und Kostengünstigkeit müssen weiterhin Devise bleiben. Angebot und Leistung müssen übereinstimmen! Nach den Erfahrungen der ersten Monate des Jahres 86 kann die Fränkische Schweiz mit einem gewissen Optimismus der Saison entgegensehen. Die Anfragen vermehrten sich im Vergleich zum Vorjahr erheblich, aber gleichermaßen auch die Buchungen besonders für Gruppenreisen und Wanderangebote.

1986 – In diesem Jahr trat der Landkreis Kulmbach dem Gebietsausschuss als 4. Landkreis bei: mit 3 Gemeinden und deren Sehenswürdigkeiten: Thurnau als Töpferstadt, Wonsees mit dem Felsengarten Sanspareil und Kasendorf mit Drachenflug auf dem Aussichtsberg Göräuer Anger.

Im Jahr 1986²⁶ konnte sich die Fränkische Schweiz im Wettkampf um die Gunst des Urlaubers behaupten. Das Gästeaufkommen der Fränkischen Schweiz erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um einige Prozent, ein leichter Anstieg war auch bei den Übernachtungszahlen zu verzeichnen. Bereits seit Beginn des Jahres setzten Anfragen und Buchungen - in besonderem Maße auch für Gruppenreisen - auffällig verstärkt ein. Frühjahr, Herbst und August waren gut ausgebucht; selbst das sich in den letzten Jahren immer ausgeprägter bemerkbar machende „Juliloch“ erfuhr 1986 besseren Ausgleich. Mit Sicherheit intensivierte sich auch im vergangenen Jahr der Trend zur Kurzreise. Die Frage nach Qualität im angemessenen PreisLeistungsverhältnis stand wieder im Vordergrund. Gefragt waren gute Gastronomie, Ferienwohnungen, Privatzimmer der gehobenen Klasse. Starke Rückläufigkeit erlitten die Billigangebote von einfachen Privatzimmern und einfachem Urlaub auf dem Bauernhof. Werbe- und Verkaufsmaßnahmen betonten die familien- und kinderfreundlichen Angebote sowie den Aktiv-Urlaub.

Die vielseitigen Hobby-Pauschalen der Fränkischen Schweiz wurden für einen „Urlaub ohne Langeweile“ gerne gebucht; z.B. - Fliegen auf Probe - Höhlenabenteuer - Bauernmöbel- und Hinterglasmalerei - Töpfern - Golfspielen - Kurse im Fliegenfischen usw. An erster Stelle standen die Wanderangebote. Sehr gut gefragt war „Wandern ohne Gepäck“ mit den drei Touren, sowie die geführten Wanderungen des Fränkischen Schweiz Vereins. Die bunte Vielfalt der Aktiv-Angebote, die Familien- und Kinderfreundlichkeit prägten auch die Gestaltung des neuen Urlaubskataloges „Fränkische Schweiz“, der in der letzten Vorstands- und Beiratssitzung im Januar der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Die Fränkische Schweiz wird in Wort und Bild anschaulich dargestellt; Image-Präsentation verbindet sich mit der Profilierung besonderer Merkmale, eine präzise Verbraucher-Information schließt sich an. Die Marketingstrategien sind gewahrt durch den Slogan „Auf nach Bayern“ und die Frankenbänderole. Der Grafiker Ernst Riescher gestaltete den Katalog. Er hat damit sicher ein schlagkräftiges Werbemittel für die Fränkische Schweiz geschaffen. Der Katalog wurde in einer Auflage von 60 000 Stück für zwei Jahre gedruckt. Auf den Touristikmessen zu Beginn des Jahres war er ein begehrtes Objekt beim Pu-

blikum. Die Gästeinformation 1987 wird im äußeren Erscheinungsbild dem Katalog angepasst. Das begonnene Konzept wird in Fortschreibung in Zukunft auf alle weiteren Werbemittel übertragen werden. Ein Poster ist bereits in Vorbereitung. Weiter im Einsatz waren 1986 Wanderprospekt, Informationskarte, Erlebnispass und Gästefahrplan. 1986 erschien im HB-Verlag ein informativer Kunstführer „Bamberg und die Fränkische Schweiz“. Ein Merian-Heft „Bamberg und die Fränkische Schweiz“ ist in Vorbereitung und wird im Juli 1987 herausgebracht. Zahlreiche redaktionelle Publikationen in namhaften Zeitungen und Illustrierten sowie Beiträge diverser Rundfunk- und Fernsehanstalten trugen dazu bei, den Bekanntheitsgrad der Fränkischen Schweiz zu steigern. Auch für 1987 werden wieder diverse Pressefahrten mit bekannten Reisejournalisten vorbereitet. Mit ihrem neuen Messestand verbunden mit Präsentation von Aktivitäten nahm die Fränkische Schweiz 1986 und 1987 an der CMT Stuttgart, Reisen Hamburg und ITB Berlin mit Erfolg teil.

Zur Aktivierung des holländischen Reisemarktes diente die Teilnahme an der Vakantie Utrecht gemeinsam mit den Gebieten Frankenwald, Steigerwald, Rhön, Altmühltal und Fichtelgebirge. Werbung für den Naherholungsbereich wurde durch eine Ausstellung in der Sparkasse in Erlangen betrieben. Einsatz auf einigen kleineren Messen im Bundesgebiet wurde durch Zusammenschluss einiger Gemeinden praktiziert. So konnte das gewonnene Terrain auf den überregionalen Messen verteidigt, andererseits ein Vorstoß in neue Märkte unternommen werden. Innerhalb des Bereiches Fränkische Schweiz hat sich längst die Erkenntnis durchgesetzt, dass nur im großen Zusammenhang des Gebietes dauerhafte Werbung erzielt werden können. So ist auch eine ständige Kommunikation zwischen Gebietsausschuss und den einzelnen Fremdenverkehrsgemeinden selbstverständlich. Zur Kommunikation gehört das Essen. Hier gab es in diesem Jahr einige Highlights:

Fränkischer Tag, 22.1.1986 - Tipp für Gourmets

Viele (Um)Wege führen in die Fränkische Schweiz. Geheimnisvoll düster durch die Höhlen, lichtdurchflutet bei Hochflächen-Wanderungen, aktiv über Segelfliegen, Bauernmalen oder Golfspielen, sportlich im Kajak, romantisch durch Burgen und Ruinen, Barock durch Basilika und schöne Landkirchen. Oder durch den Magen. Unter dem Titel „Mit Rucksack und Smoking durch die Fränkische Schweiz“ hat sich das Gourmet Journal „vif“ in seinem Januarheft der Gaumenfreuden in dieser Region angenommen. Der siebenseitige Beitrag mit vielen - doch, siehe Tüchersfeld, nicht aktuellen - Farbfotos von Sehenswürdigkeiten von Natur, Kultur und Küche setzt sich ausgesprochen freundlich mit der Fränkischen Schweiz auseinander. Kein Wunder: Autor ist Karl Colinen,

Zeit-Gößweinsteiner aus Liebhaberei, welterfahren als Swissair-Pressechef. Dialektprobleme (Blaue Zipfele, Krautwicklerl) seien dem Beitrag nachgesehen. Dreh- und Angelpunkt dieser Reportage ist die fünftägige „Gourmet-Wanderung“ über 56 Kilometer, die gemeinsam von Pflaums Posthotel Pegnitz, dem Muggendorfer Hotel Feiler und dem Gasthof Drei Linden in Bärnfels veranstaltet wird. Cohnen nennt die Spezialitäten dieser Häuser. Den michelinbesterten Hermann Pflaum preist er als „Meister der Nouvelle Cuisine“, bei Horst Feiler lobt er Waldpilze und mit Holundersaft veredelten Champagner, bei Gregor Schmitt, der ländlichen Erholungspause zwischen zwei Gourmetadressen, stellt er die „Fränkische Hochzeitssuppe“ mit drei Einlagen vor. Rezepte des Gasthauses „Zur Behringersmühle“ (z.B. für „Schaufele“) und eine Stippvisite im Gößweinstein „Stern“ ergänzen die Reportage. Cohnen verhehlt sein Bedauern nicht, dass Lutz Vogl sein Rezept für Forelle in Blätterteig zur geheimen Kommandosache erklärt. Der feinschmeckerischen Leserschaft von „vif“ macht Cohnen auch Durst mit dem kurzen Hinweis auf die Weltrekordzahl von rund hundert Brauereien im weiteren Einzugsbereich der Fränkischen Schweiz. Bleibt zu ergänzen, dass das PPP im Septemberheft von „vif“ 17 Punkte (20 sind möglich) erhielt und damit oberfränkisches Spitzenrestaurant wurde, dicht gefolgt von Feiler mit 16. Bei 15 Punkten beginnt „vif“ die Hitliste der bundesdeutschen Gastronomie. Diese kulinarische Wanderreportage von Karl Cohnen sollte den Wirten der Fränkischen Schweiz, auch jenen, die hier nicht erwähnt worden sind, zum Ansporn gereichen: Nicht jede Küche muss höchsten Feinschmeckeransprüchen gerecht werden, aber jede sollte auf ihrem Niveau zu Bestleistungen beflügelt werden. Schließlich wächst in Deutschland eine neue Gourmet-Generation heran, deren Ansprüche weiter gespannt sind denn je: Wk

Fränkischer Tag, 11.12.1986 - Betrachtungen über ein schmackhaftes Thema - Feiler kochte einen Stern nach Muggendorf - Auszeichnung in konsequenter Aufarbeitung verdient - Werbung für die Fränkische Schweiz
MUGGENDORF. Am 27. November 1986 stand in der Forchheimer Ausgabe des FT zu lesen, dass der Muggendorfer Hotelier Horst Feiler im „Streben nach den Sternen“ mit seiner ganzen Mannschaft weiterbildungshalber zu zwei elsässischen Gourmettempeln gereist war (Haeberlin in Gasthäusern mit drei, Gaertnerin Ammerschwihl mit zwei Sternen). Just am Tage dieser Veröffentlichung erfuhr Feiler, dass seinem Haus der begehrte Michelin-Stern verliehen worden ist! Am Dienstagnachmittag wurde diese höhere gastronomische Weihe ganz familiär gefeiert. In der gesamten Bundesrepublik Deutschland gibt es 119 Stern-Restaurants, in Oberfranken sind es jetzt vier: Neben Feiler weiterhin Pflaums Posthotel Pegnitz sowie Häuser in Coburg und Weißenstadt.

Fränkischer Tag, 11.7.1986 – Muggendorfer Parkhotel ab heute Asylantenlager - Nachricht mit „tiefer Niedergeschlagenheit“ aufgenommen - Bürgermeister: „Luftkurort wird kaputtgemacht“ - Die ersten 40 Asylbewerber kommen aus Ghana, Polen, der CSSR und dem Iran - Gemeinde will auf spektakuläre Protestaktionen verzichten, aber Rechtsmittel einlegen.

MUGGENDORF (wk). Das Parkhotel, bis vor einigen Jahren eine Muggendorfer Renommieradresse, wird Asylantenlager! Bereits am heutigen Freitag werden die ersten 40 (von insgesamt 104 möglichen) Asylbewerber aus dem Ausländersammellager in Zirndorf in den ältesten Luftkurort der Fränkischen Schweiz einziehen. In Muggendorf wurde die Nachricht mit „tiefer Niedergeschlagenheit“ (Bürgermeister Paul Pöhlmann) aufgenommen, man befürchtet nicht wiedergutzumachende Rückschläge für den florierenden Fremdenverkehr. Von öffentlichen Protesten, weil erfahrungsgemäß nutzlos, will die Gemeinde absehen. Allerdings kündigte der Bürgermeister das Ausschöpfen aller Rechtsmittel an. Viel Hoffnung hat Pöhlmann jedoch nicht, das Asylantenlager im Parkhotel doch abwenden zu können.

Die oberfränkische Regierung hat das Parkhotel für fünf Jahre zur Unterbringung von Asylbewerbern angemietet. Es ist in Muggendorf kein Geheimnis, dass die Besitzerin des stattlichen Anwesens am westlichen Rand des Ortszentrums ihr Einkommen nicht mehr aus der Gastronomie erzielen konnte. Bei den ersten Asylbewerbern handelt es sich nach zuverlässigen FT- Informationen um elf Ghanaesen, 13 Polen und Tschechen sowie um fünf iranische Familien mit insgesamt sechs Kindern im Alter von einem bis fünf Jahren. Der Freistaat Bayern sucht über seine Bezirksregierungen ständig nach neuen Unterkünften für die Asylbewerber. Im Herbst 1978 erlitt die Fremdenverkehrsgemeinde Heiligenstadt ein ähnliches Schicksal, als der Gasthof Fay im Ortszentrum Asylantenunterkunft wurde. Nach anfangs stürmischen Protesten und Demonstrationen hat sich die Marktgemeinde Heiligenstadt arrangiert, ja, sogar selbst den Gasthof gekauft: Die Mieteinnahmen werden inzwischen als respektabler Zuschuss für den Gemeindegeldbeutel empfunden, besondere Probleme mit den Asylbewerbern hat es nicht gegeben. Selbst der Fremdenverkehr nimmt in diesem Ort unübersehbare Aufschwung. Muggendorf ist mit der Anmietung des Parkhotels der einzige Ort im Landkreis Forchheim mit einer Asylantenunterkunft. Einige Jahre waren Asylbewerber in Weißenohe - auch da gab es keine Schwierigkeiten - untergebracht gewesen. Die Bundesrepublik Deutschland ist zu einem der wichtigsten Einwanderungsländer geworden. Allein in Oberfranken sind derzeit Asylbewerber aus 26 Nationen untergebracht.

1987 - kam der erste Urlaubskatalog der Tourismuszentrale auf den Markt. Er enthielt auf 114 Seiten vor allem Unterkünfte in den verschiedenen Kategorien und einen Imageteil, der auf 20 Seiten die Schönheiten der Region präsentierte. 60 000 Mal wurde er gedruckt, zwei Jahre soll er ausreichen, ehe ein Nachdruck ins Auge gefasst wird. Der Naherholungsverkehr musste in der vergangenen Saison auf Grund der Schlechtwetterlage allerdings gewisse Einbußen hinnehmen. Freizeiteinrichtungen ohne „Dach über dem Kopf“ erlitten Einbußen. Doch verfügt die Fränkische Schweiz- und das ist eine besondere Stärke und ein Vorzug - über zahlreiche interessante Sehenswürdigkeiten wie Burgen, Höhlen, Museen - vorrangig das Fränkische Schweiz-Museum. Diese Einrichtungen wurden bestens frequentiert.

Ein absoluter Renner im Ausgleich zur Schlechtwettersaison wurde dann der ausgezeichnet gebuchte Herbst. An einigen Wochenenden war in der ganzen Fränkischen Schweiz kaum noch ein Bett zu bekommen. Gruppenreisen, die generell im Gebiet wieder eine Steigerung verzeichnen konnten, waren bis weit in den November hinein gut vertreten. Hervorragend liefen die Wanderprogramme, „Wandern ohne Gepäck“ und die geführten Wanderungen des Fränkischen-Schweiz-Vereins. Hier sollte auch einmal die wirtschaftliche Seite Beachtung finden. Immerhin bedeuten ca. 8 000 Übernachtungen allein für „Wandern ohne Gepäck“ ein Umsatzvolumen von ca. 600 000 DM bei Annahme der durchschnittlichen Tagesausgabe des bayrischen Urlaubers von DM 75 nach Aufstellung einer Ausgabenstruktur des Deutschen Wissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr, Universität München. 1987 wurde das touristische Angebot der Fränkischen Schweiz durch Sitz- und Liegekuren in der Teufelhöhle für atemwegserkrankte Gäste erweitert. Außerdem kam ein bedeutendes werbeträchtiges Jubiläumsjahr dazu: 300. Geburtstag von Balthasar Neumann, nach dessen Plänen auch die Basilika in Gößweinstein erbaut worden ist.

Das Messegeschäft florierte im vergangenen Jahr in Utrecht, Stuttgart, Hamburg und Berlin. Verkehrsämter (heute nennt man sie weltmännisch Touristinfos) der Fränkischen Schweiz waren in guter Zusammenarbeit mit der Tourismuszentrale auf weiteren Messen und Werbeaktionen vertreten, wie dem Bayern-Bus, Mannheimer Maimarkt, Touristika Frankfurt. Der holländische Reisemarkt konnte durch die Teilnahme an der Vacantie Utrecht intensiviert werden. Die Zahl der Individual-Urlauber aus Holland stieg wesentlich. Bestehende Verbindungen mit holländischen Reisebüros wurden gefestigt und erweitert, neue Verträge - speziell für Ferienwohnungen - wurden geschlossen.

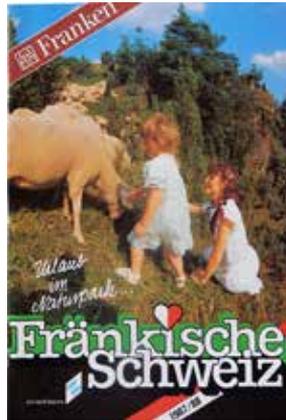


Abb 8: Wandern ohne Gepäck. Die Broschüre, mittlerweile ergänzt um die 5- und 6- Tagestour enthielt die komplette Webeschreibung aller drei Touren. Rechts daneben, die Titelseite des ersten Urlaubskataloges für 1987/88. Repro: Löwisch

Und: Neben dem Campingurlauber kommen jetzt auch verstärkt Gäste in die preiswerten Jugendherbergen der Region:

Fränkischer Tag, 12.8.1987 - Jugendherbergen mit 15 166 Gästen - Die Häuser der Fränkischen Schweiz erfreuen sich eines regen Zuspruchs FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Der Landesverband Bayern des deutschen Jugendherbergswerks ist mit den Ergebnissen des Jahres 1986 sehr zufrieden. In seinem Jahresbericht legte der Verband Statistiken vor, in denen auch die drei Herbergen der Fränkischen Schweiz erfasst wurden. Nach der Schließung der städtischen Unterkunft in Forchheim sind Streitberg, Gößweinsteinsten und Pottenstein die Anlaufpunkte für die reisenden Jugendlichen: 15 166 waren es im vergangenen Jahr.

Dabei liegt Pottenstein mit 22 988 Übernachtungen und 5 901 Gästen in der Spitzengruppe der oberfränkischen Herbergen. Ihre 150 Betten, zusammen mit der Bamberger „Wolfsschlucht“ die größte des Bezirks, waren im Schnitt 153 mal belegt. Streitberg verzeichnete eine deutliche Steigerung seiner Übernachtungszahlen. Mit 17 160 verzeichnete es 480 Nächtigungen mehr als 1985. Damit liegt das Haus weit über dem landesdurchschnittlichen Zuwachs von 0,2 Prozent. Jedes der 142 Betten wurde somit 121 mal frequentiert. Die Gesamtzahl der Gäste betrug 4576. Die Jugendherberge in Gößweinsteinsten musste hingegen einen leichten Rückgang an Übernachtungen hinnehmen. Ihre Zahl reduzierte sich von 16 937 auf 16 732. Immerhin kamen 1986 genau 4689 Logisgäste in das 129-Bettenhaus. Für Reparaturen und Renovierungsmaßnahmen wurden in den drei Häusern knapp 28 000 Mark ausgegeben.

1988 Der Erfolg des 1987 erstmalig erschienenen Urlaubskataloges ist unbestritten, die starke Nachfrage - die einen Nachdruck erforderlich machte - hat es bewiesen. So wurde für die Vorbereitung und Verbesserung des Kataloges 89/90 die verkaufstechnische und gestalterische Grundkonzeption beibehalten. Sie entspricht den Anforderungen an ein modernes, touristisches Marketing. Änderungen der Motive wurden notwendig, um dem Verbraucher optisch zu signalisieren, dass er einen neuen Katalog vor sich hat. Als Ergänzung zum Urlaubskatalog ist ein Streuprosppekt in Vorbereitung. Dadurch kann der Vertrieb des großen Kataloges gezielter und sparsamer vorgenommen werden. Er steht auch den Verkehrsämtern als Informationsmittel über die gesamte Fränkische Schweiz zur Verfügung. Das Plakat über die Fränkische Schweiz - Motiv „Neideck in Wolken“ ist fertiggestellt. Im Fachbereich erfuhr es bereits Lob und Anerkennung. Die Gästeinformation Fränkische Schweiz wird als Jahresprogramm und monatlich von April/Mai bis September/Okttober wieder aufgelegt.

Noch ein besonderes Ereignis des vergangenen Jahres soll Erwähnung finden: „Der 88. Deutsche Wandertag in Bamberg“. Über 180 Vorstände der deutschen Gebirgs- und Wandervereine beteiligten sich an einer großen - vom Fränkischen Schweiz-Verein organisierten - Rundfahrt durch die Fränkische Schweiz. Für alle Teilnehmer des Wandertages standen in Bamberg zwei Info-Stände der Tourismuszentrale zur Verfügung; im Eta-Hoffmann-Theater (offizielle Anlaufstelle des Deutschen Wandertages) und im Kaufhaus Hertie, hier wurde zuvor auch eine Schaufenster-Werbung „Wandern in der Fränkischen Schweiz“ (WOG) gestartet. Zusätzliche Werbung für WOG - in Zusammenhang mit dem Deutschen Wandertag - wurde weiterhin durch Inserate und einen Sonderdruck der Zeitschrift „Wandermagazin“, sowie einen Beitrag im Werbeprospekt zum Wandertag geleistet. Selbstverständlich waren im Juli und August zahlreiche Quartiere in der Fränkischen Schweiz durch Teilnehmer am 88. Deutschen Wandertag ausgebucht.

Der Konkurrenzkampf - Inlandsurlaub gegen Auslandsurlaub wird immer härter, konstatierte Ammon in seinem Jahresbericht. Mit den Billig-Angeboten zu fernen Sonnenzielen könne die Fränkische nicht konkurrieren. Aber die Kurzreise, den Aktiv- und Hobbyurlaub, den Gesundheitsurlaub, den Wanderurlaub im Gebiet zu aktivieren, „muss unser Ziel sein“. Letztlich werden aufgrund der weiter fortschreitenden Arbeitszeitverkürzungen die Erwerbstätigen noch mehr Freizeit zur Verfügung haben. Die „Jung-Senioren“ werden zunehmend an Bedeutung gewinnen. Das Bildungsniveau bei den Erwerbstätigen wird auf lange

Sicht höher. Das Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung wird steigen. Mit Erhöhung des Etats wurde es möglich, ab 1. Juli die dringend notwendige dritte feste Arbeitskraft - in Person des Herrn Bauer, früher Verkehrsamt Gößweinstein - einzustellen. Nur eine kontinuierlich betriebene Messearbeit kann Erfolge zeitigen; so war die Fränkische Schweiz wieder vertreten auf der „Vacantie“ in Utrecht, mit großem Stand auf der „CMT“ Stuttgart, „Reisen“ Hamburg und der „ITB“ Berlin. Der „RDA-Workshop“ in Köln wurde nicht vernachlässigt. Die Verkehrsämter der Fränkischen Schweiz beschickten in guter Zusammenarbeit mit der Tourismuszentrale „Freizeit“ Nürnberg, den Mannheimer „Maimarkt“, „Bayern-Bus“ und „Touristica“ Frankfurt. Auf dem holländischen Reisemarkt waren auch im vergangenen Jahr sichtliche Zuwachsquoten zu verzeichnen. Besuche holländischer Reisejournalisten, des holländischen Rundfunks, holländischer Reisebüros und Reisebüro-Agenten lassen weitere erwarten.

Christl Thömmes 1988 vor dem Kreistag in Forchheim: „Tourismus - ein festes Standbein!“ Das ist der Titel für den Beitrag „Tourismus“ im Buch „Der Landkreis Forchheim - Lebensraum der Zukunft.“ In der Tat ist der Tourismus im Landkreis Forchheim und im gesamten Bereich der Fränkischen Schweiz längst ein „sehr festes Standbein“ geworden. Der Tourismus nimmt in diesem Gebiet einen hohen wirtschaftlichen Stellenwert ein. Einige Zahlen sollen diesen Tatbestand verdeutlichen. Bei der Annahme einer durchschnittlichen Tagesausgabe des bayerischen Urlaubers von DM 75 lt. Ausgabenstruktur des Deutschen Wissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München beträgt der Gesamtumsatz im Gebiet DM 75 Millionen - ausgehend von nur einer Million Übernachtungen (die tatsächlichen Zahlen liegen höher, da lt. Erfassungsgesetz des Statistischen Landesamtes nur die Betriebe mit mehr als 8 Betten berücksichtigt werden). Dazu kommen noch die Einnahmen des Tagesausflugsverkehrs, so dass die stattliche Summe von ca. DM 120 Millionen als Umsatzvolumen zu Buche steht. Außerdem bedeuten ca. 8.000 Buchungen für „Wandern ohne Gepäck“, die über die Tourismuszentrale in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Fremdenverkehrsämtern, der Orte getätigt werden, ein Umsatzvolumen von ca. 600 000 DM bei der vorher genannten Annahme einer Tagesausgabe von 75 DM.

Immerhin kannte die Fränkische Schweiz auch in den letzten Jahren, in denen der Konkurrenzkampf Inlandsurlaub gegen Auslandsurlaub immer härter wurde, die einmal erreichten Übernachtungszahlen halten und noch um einige Prozent steigern. Zum Abschluss des Jahres 1988 konnte man im Gebiet sogar Stimmen hören, die da sagten: „So gut wie in diesem Jahr war's noch nie!“ Sicherlich waren in den einzelnen Orten und gastronomischen Betrieben

unterschiedliche Ergebnisse zu verzeichnen. Doch das Endergebnis des Jahres 88 darf als absolut gut und zufriedenstellend bezeichnet werden. Das von der Fränkischen Schweiz bewusst forcierte Bemühen, Marktlücken zu schließen, durch Profilierung des Kultur-, Familien- und Gesundheitsurlaubs hat Früchte getragen. Die Anbindung an die Veranstaltungen des Balthasar Neumann-Jahres brachte z. B. im letzten Jahr zahlreiche kulturbeflissenen Gästen in die Fränkische Schweiz. Wir erhoffen für 1989 einen ähnlichen Erfolg durch den Ablauf des Schönborn-Jahres. Eine Broschüre „Kulturhistorische Wanderungen in der Fränkischen Schweiz“ - herausgegeben von den Verkehrsämtern der Fränkischen Schweiz - wird von den Gästen gerne genutzt. Der Urlaubskatalog der Fränkischen Schweiz stellt die kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten bewusst in den Vordergrund, als äußerst positiver Faktor in Schlechtwetterperioden; letztlich auch im Konkurrenzkampf zu anderen Gebieten.

Familien- und kinderfreundlich ist die Angebotspalette ohnehin:

a) Durch qualitativ gute und preisgünstige gastronomische Betriebe, gut ausgestattete Ferienwohnungen und Privatzimmer, sowie gut geführten Urlaub auf dem Bauernhof. Für Quartiere minderer Qualität besteht Null-Chance.

b) Durch die reichhaltigen und abwechslungsreichen Programme der Hobby- und Aktivurlaubsmöglichkeiten wie Malen, Töpfern, Fischen, Klettern, Fliegen, Reiten usw.

c) Schwerpunkte im Urlaubsangebot der Fränkischen Schweiz setzen nach wie vor die diversen Wanderangebote, sei es „Wandern ohne Gepäck“ oder die geführten Wanderungen des Fränkischen Schweiz-Vereins. Das Interesse für diese Wandermöglichkeiten nimmt in hohem Maße zu. Die Buchungen für „Wandern ohne Gepäck“ reichen bis weit in den November hinein. Die Landschaft der Fränkischen Schweiz ist immer noch als Wanderlandschaft prädestiniert. Der Gast möchte auf seinen Wanderungen eine vielfältige, spannende, im Detail anregende und ursprüngliche Landschaft erleben; das bietet ihm die Landschaft der Fränkischen Schweiz in reichem Maße. Denn „Gott sei Dank“ konnte die Fränkische Schweiz bisher weitgehend davor behütet werden, dass sich der Tourismus in dieser Region als „Landschaftsfresser“ auswirkte. Riesige Hotelkästen und ähnliche Anlagen konnten vermieden werden. Das soll nicht heißen, dass gut in die Landschaft eingefügte Freizeitanlagen eine Belebung des Tourismus fördern können. Sie sollten jedoch in ihrer Nutzung nicht die Gefahr des Massentourismus heraufbeschwören.

d) Einen spezifischen Stellenwert im Angebot des Gesundheitsurlaubs in der Fränkischen Schweiz nehmen die Kuren für Erkrankungen der Atemwege in der Teufelshöhle ein. Inanspruchnahme dieser Kuren und das Interesse dafür

wächst zunehmend. Die Medien zeigten große Beachtung. Noch einmal sei erwähnt, dass der Konkurrenzkampf - Inlandsurlaub gegen Auslandsurlaub - immer härter wird. Mit den Billig-Angeboten zu fernen Sonnenzielen für den Langzeiturlaub können wir nicht konkurrieren. Aber die Kurzreise, den Aktiv- und Hobbyurlaub, den Gesundheitsurlaub, den Wanderurlaub im Gebiet zu aktivieren muss unser Ziel sein.

Letztlich werden aufgrund der weiter fortschreitenden Arbeitszeitverkürzungen die Erwerbstätigen noch mehr Freizeit zur Verfügung haben. Die „Jung-Senioren“ werden zunehmend an Bedeutung gewinnen. Das Bildungsniveau bei den Erwerbstätigen wird auf lange Sicht höher. Das Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung wird steigen. Das sind Fakten, denen wir in Angebotsgestaltung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, Vertrieb und Verkaufsförderung einiges entgegensetzen müssen und können. An dieser Stelle möchte ich noch einmal auf die grundsätzliche Einrichtung einer zentralen Fremdenverkehrsstelle für „das Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ hinweisen. Diese wurde im April 1974 für das gesamte Gebiet der Fränkischen Schweiz geschaffen. Die beiden Landkreise Forchheim und Bayreuth schlossen sich in einer Zweckvereinbarung zur Förderung des Fremdenverkehrs - der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz - zusammen.

Der Rechtsträger ist der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz im Fremdenverkehrsverband Franken e.V. Im Jahr 1976 schloss sich der Landkreis Bamberg und im Jahr 1986 auch der Landkreis Kulmbach an. Der Landkreis Kulmbach trat mit den Gemeinden Kasendorf, Thurnau und Wonsees dem Gebiet bei. Die drei Gemeinden bieten folgende touristische Attraktionen: Thurnau als traditionsreiche Töpferstadt, Wonsees mit dem Felsengarten und Lustschloss der Wilhelmine von Bayreuth Sanspareil und Kasendorf mit Drachenflug auf dem Görauer Anger.

Dieser neue Bereich wurde bereits 1986 voll in die Werbung des Gebietsausschusses integriert durch Aufnahme in Urlaubskatalog, Gästeinformation, Medienarbeit und Messearbeit. Diese 4 Landkreise bieten auch heute noch ein Musterbeispiel dafür, wie Landkreise über ihre politischen Grenzen hinweg für ein geschlossenes Feriengebiet zusammenarbeiten können. Der Entschluss, eine von den Landkreisen des Gebietes getragene Tourismuszentrale einzurichten, hat sich im Nachhinein als richtig erwiesen. Erst eine zentral organisierte Koordination in der Werbung für das gesamte Gebiet konnte die Übernachtungen kontinuierlich steigern; so von 537.000 im Jahre 1973 bis heute auf über 1 Million. Dabei bleibt es aber ein Grundsatz aller für den Fremdenverkehr Verant-

wortlichen, dass kein Massentourismus aufgezogen werden dürfe, sondern dass die Fränkische Schweiz ein Reiseland für Individualisten bleiben müsse, die hier bodenständige Gastronomie und Gastfreundlichkeit vorfinden, jedoch mit allem Komfort, den der Tourist heute verlangt. Die Devise muss lauten: Qualität vor Quantität! Die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz hat sich im Verlauf ihrer Arbeit so gut wie möglich den Erfordernissen des touristischen Marktes angepasst. Zielgruppengerechte Werbung und Verkaufsförderung stehen gleichberichtigt neben der Aufbereitung des Erscheinungsbildes. Die Aufgaben der Fremdenverkehrsstellen haben sich gewandelt. Lag vor Jahren das Hauptaugenmerk noch auf der Produktion von schön bebilderten Landschaftsprospekten, so muss dem potentiellen Urlauber heute auf Heller und Pfennig gesagt werden, welche Leistungen zu welchem Preis und in welcher Jahreszeit erhältlich sind. Verkaufsfähig ist ein Angebot nur dann, wenn es konkret beschrieben und damit transparent gemacht worden ist. Der 1987 erstmals erschienene Urlaubskatalog „Fränkische Schweiz“ hat sich in der Praxis als ein sehr begehrtes Werbemittel erwiesen und dazu beigetragen Bekanntheitsgrad und Ansehen der Fränkischen Schweiz zu steigern.

In diesem Urlaubskatalog wird die Fränkische Schweiz durch Image-Präsentation und Profilierung besonderer Merkmale anschaulich dargestellt. Eine präzise Verbraucherinformation schließt sich an. Bilder und Text sollen eine suggestive Wirkung ausstrahlen, so dass beim Verbraucher Wünsche auf „Urlaub in der Fränkischen Schweiz“ geweckt werden. Für die Vorbereitung und Verbesserung des Kataloges 89/90 wurde die verkaufstechnische und gestalterische Grundkonzeption beibehalten. Sie entspricht den Anforderungen an ein modernes, touristisches Marketing. Änderungen der Motive wurden notwendig, um dem Verbraucher optisch zu signalisieren, dass er einen neuen Katalog vor sich hat. Als Ergänzung zum Urlaubskatalog wurde ein Streuprospekt geschaffen. Dadurch kann der Vertrieb des großen Kataloges gezielter und sparsamer vorgenommen werden. Er steht auch den Verkehrsämtern als Informationsmittel über die gesamte Fränkische Schweiz zur Verfügung. Weiterhin wurde ein Plakat über die Fränkische Schweiz - Motiv „Neideck in Wolken“ fertiggestellt. Die Gästeinformation Fränkische Schweiz - im äußeren Erscheinungsbild dem Katalog ebenfalls angepasst - wird als Jahresprogramm und monatlich von April/Mai bis September/Oktober aufgelegt. Alle neuen Werbemittel wahren die Identität der Fränkischen Schweiz durch die immer wiederkehrende Wortmarke. So wie sich auch die „Corporate Identity“ innerhalb des Gebietes in der Erstellung der Werbemittel für die einzelnen Orte durch Wahrung dieser Prägung immer mehr durchsetzt, siehe Prospekte von Muggendorf, Waischen-

feld, Egloffstein-Obertrubach als Trubachtal. Die Integration der Fränkischen Schweiz in den Gesamtverband Franken muss konsequent durch Frankenrot und Frankenmarkenzeichen - Emblem und Schriftzug - gewährleistet sein.

Zum Abschluss zitiere ich einige Sätze aus einer Grundlagenuntersuchung zu „Urlaub in Deutschland“ durch den Studienkreis für Tourismus im Auftrag des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes; denn was über die Profilierung Deutschlands als Urlaubsland gesagt wird, gilt gleichermaßen für eine Urlaubsentscheidung in die „Fränkische Schweiz“.

„Als Urlaubsland hat Deutschland gegenüber dem Ausland einige wesentliche Vorteile: Die für einen Urlaub wichtigen Aspekte wie gute Luft und saubere Umwelt, schöne Landschaft und hoher Erholungswert treffen nach Ansicht aller Urlauber auf Deutschland viel stärker zu als auf die meisten ausländischen Reiseziele. Aus diesen Erkenntnissen lassen sich verschiedene Thesen ableiten, die als Ansatzpunkte für eine Profilierungskampagne dienen können.“

- a) Deutschland ist das Urlaubsland Nummer 1, weil man sich in Deutschland am besten erholen und etwas für seine Gesundheit tun kann.
- b) Urlaub in Deutschland bedeutet Urlaub ohne Reisestress. Der Urlaub beginnt schon an der Haustür.
- c) Zu einem richtigen Urlaub gehören Komfort und guter Service. Wo finden Sie das besser als in Deutschland?
- d) In Deutschland kennt man die Wünsche und Vorstellungen der Urlauber. Deshalb können Sie hier am besten Urlaub machen.
- e) Urlaub in Deutschland bedeutet Erholung in einem gesunden Klima und einer sauberen Umwelt.
- f) Urlaub in Deutschland ist ein Urlaub für Eltern und Kinder.
- g) In Deutschland können Sie richtigen Urlaub machen. Dazu gehört mehr als nur blauer Himmel.
- h) Auch im Urlaub müssen die Preise stimmen: In Deutschland wissen Sie, was Sie für Ihr Geld bekommen.
- i) Bei einem Wanderurlaub in Deutschland können Sie die Natur erleben, die Landschaft genießen und etwas für Ihre Gesundheit tun.
- j) Aktivurlaub in Deutschland ist Erholung durch Bewegung, Sport und Spiel.
- k) Ihren Hobbies und Interessen können Sie am besten bei einem Urlaub in Deutschland nachgehen.

Ersetzen wir den Begriff „Deutschland“ durch den Begriff „Fränkische Schweiz“, können wir mit Befriedigung feststellen, dass im Bereich der Fränkischen Schweiz die Weichen für die weitere Entwicklung des Tourismus richtig gestellt sind.

1989 ist man in Obersees auf Thermalwasser gestoßen. Nun will man das Vorkommen mit einem Thermalbad der Öffentlichkeit zugänglich machen. An den Autobahnen A9, A73 und A 3 bei Höchstadt hat die Tourismuszentrale für rund 12 000 Mark Autobahnschilder mit Hinweis auf die Fränkische Schweiz aufstellen lassen. Mit der Öffnung der Grenze zur ehemaligen DDR erhoffen sich die Touristiker neue Märkte, weshalb die Tourismuszentrale an einer zweitägigen Messe in Hof und an der Bayern-Bus-Rundreise durch die DDR teilgenommen hat.

Das gravierendste Geschehen des Jahres 1989 war die Öffnung der Grenzen zwischen DDR und BRD am 9. November. Deutsche Bürger aus Ost und West fanden wieder zusammen. Dieses Ereignis wird für den Tourismus in beiden Teilen Deutschlands sicherlich im Laufe der Zeit von beachtlicher Bedeutung sein. Auch die Fränkische Schweiz muss sich auf die neuen Gegebenheiten vorbereiten und die Weichen stellen. Immerhin war unser Landschaftsgebiet vor dem zweiten Weltkrieg ein klassisches Erholungsgebiet für Gäste aus Thüringen und Sachsen. In der Tourismuszentrale gingen seit der Öffnung der Grenze aber in ganz besonderem Maße mit Beginn dieses Jahres zahlreiche Anfragen aus der DDR ein. Man bemüht sich, möglichst individuell auf die verschiedensten Wünsche einzugehen. Mit Sicherheit werden in Zukunft Werbestrategien diverser Art für den Bereich der DDR entwickelt. Geplant ist zunächst die Teilnahme an zwei Maßnahmen: eine zweitägige Messe für DDR-Besucher in Hof vom 15.-18.3.1990 und Teilnahme am Bayern-Bus mit Rundreise durch die DDR vom 23.5.-1.6.1990. Ansonsten verlief das Jahr „business as usual“. Die Reisemessen wurden besucht, der Urlaubskatalog in seiner 2. Auflage neu aufgelegt und Grafiker Riescher stellte ein neues Streuprosppekt vor, dass in massenhafter Auflage für Werbung sorgen soll.

Fränkischer Tag, 27.10.1989 - Urlaub in der „Fränkischen“ kein Massentourismus - „Damit würden wir nichts Gutes tun!“ Christl Thömmes informierte über die Situation des Fremdenverkehrs

FORCHHEIM-LAND (We). Trotz ständig steigender Urlaubszahlen und wachsender Umsätze ist die Fränkische Schweiz nicht auf dem Weg zum Massentourismus. Diese These vertrat die Leiterin der Tourismuszentrale Ebermannstadt, Christl Thömmes, in ihrem Bericht über die Situation des Fremdenverkehrs vor dem Bauausschuss des Landkreises. Gottlob sei dies so, meinte Thömmes und fügte hinzu: „Mit dem Massentourismus würden wir uns und der Fränkischen Schweiz nichts Gutes tun!“ Der Tourismus sei mittlerweile zu einem

sehr festen wirtschaftlichen Standbein des Landkreises geworden. Bei mehr als einer Million Gäste jährlich müsse man von einem Umsatz von mindestens 75 Millionen Mark pro Jahr ausgehen. Hinzu kämen noch Einnahmen durch den Tagesausflugsverkehr, der das Umsatzvolumen auf - vorsichtig geschätzt - 110 bis 120 Millionen Mark anwachsen lässt. Obwohl die Konkurrenz durch Urlaube im Ausland immer stärker werde, konnte die Fränkische Schweiz ihre Urlauberzahlen halten oder sogar steigern. Nach einem guten Jahr 1988 erwartet Christl Thömmes für heuer eine Steigerung um rund drei bis vier Prozent. Damit habe das Bemühen Früchte getragen, Marktlücken zu schließen. Statt auf den „Jahres-Urlauber“ zu schießen, habe man sich mit Sport-, Gesundheits-, Familien- und Kultururlauben viele „Kurzurlauber“ erobert. Als weniger bedrohlich als erwartet habe sich die Konkurrenz durch das Fränkische Seenland erwiesen, weil der Besucher dieser Region andere Erwartungen hat, als Gäste der „Fränkischen“. Positiv ausgewirkt habe sich die Betonung der Familienurlaube und das Angebot des Wanderns ohne Gepäck.

Die Einrichtung der Tourismuszentrale sei, so Thömmes, aus heutiger Sicht als Erfolg zu werten. Nach der Gründung 1974 stiegen die Urlauberzahlen von 537 000 auf über eine Million. Trotzdem sei man in der Fränkischen Schweiz vom Massentourismus weit entfernt, der Fremdenverkehr werde sich hier nicht zum Landschaftsfresser entwickeln. Die zentrale Forderung von heute heiße: Qualität vor Quantität. Karl-Friedrich Motschieder wollte im Anschluss an den Situationsbericht wissen, welche Details der Infrastruktur in der Fränkischen Schweiz noch fehlen. „So viel brauchen wir da nicht mehr und das Vorhandene wird gut genutzt“, berichtete Christl Thömmes, schob dann aber doch noch einen Wunsch nach: „Eine Tennishalle wäre vielleicht ganz gut.“ Weitere Themen in der Diskussion waren neben den Felsfreilegungen (altbekannter Konflikt mit Umweltschützern), der weitere Ausbau des Radwegnetzes, der zunehmende Trend zu Ferienwohnungen und Möglichkeiten der Saisonverlängerung.

Fränkischer Tag, 11.11.1989 - Fränkische Schweiz: Attraktivität durch Aktivität

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Die rund 75 Mark, die der Gast heute täglich ausgibt, sind die wirtschaftliche Grundlage dieser Region geworden. Seit den frühen 70-er Jahren hatte der Tourismus riesige Steigerungsraten erlebt. Wie eine Umfrage des FT bei den wichtigsten Fremdenverkehrsorten ergab, war auch das Jahr 1989 von einem leichten Aufwärtstrend gekennzeichnet.

Kleines Paradies - „Kennst du das kleine Paradies, vom Himmel ist's gefallen: Es liegt im schönen Frankenland, wird hochgelobt von allen“, nicht nur Sän-

ger intonieren das neue „Fränkische-Schweiz-Lied“ in F-Dur. Keine Molltöne sind auch von der 1974 gegründeten Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in Ebermannstadt zu hören, die von den vier Landkreisen Forchheim, Bamberg, Bayreuth und Kulmbach getragen wird. Hochgelobt werde die Freizeitregion vor allem von Urlaubern aus Norddeutschland, - insbesondere Hamburg -, aus Nordrhein-Westfalen, Sauerland und Baden-Württemberg. Bei einem Budget von 400 000 Mark verstand es die Leiterin Christl Thömmes und ihr Team durch geschicktes Marketing den Fremdenverkehr ständig zu stärken. Schließlich konnten innerhalb von 15 Jahren die Gästezahlen bei Übernachtungen nahezu verdoppelt werden. Insbesondere gelang es, vom Image des „Berliner-Rentner-Gebirges“ wegzukommen. Heute seien es vor allem junge Ehepaare, die Altersgruppe zwischen 40 und 50 Jahren und Ausflügler aus dem Nürnberger Ballungsraum, die die spezifischen Eigenschaften der Mittelgebirgslandschaft schätzen, so Christl Thömmes.

Tourismuswerbung in der Fränkischen Schweiz heißt heutzutage längst nicht mehr unkoordinierte, semiprofessionelle Prospektverteilung. Gestärkt wird die „Corporate identity“, wie es im PR-Agenturen-Deutsch heißt. Dahinter verbirgt sich eine gemeinsame Werbung der Gemeinden mit einheitlichen Logos und Slogans, die der Fränkischen Schweiz einen „Prägestempel“ verleihen soll. So werben jetzt die Gemeinden Obertrubach und Egloffstein gemeinsam unter einheitlichen Emblemen für das „Trubachtal“.

Fremdenverkehr rund ums Wiesenttal bedeutet längst nicht mehr ausschließlich Wandern; nach Willen der Tourismuszentrale soll vor allem der Aktivurlaub gefördert werden. Dem Gast werden Kanuwanderungen, Golf (derzeit in Kann Dorf und Thurnau), Tennis, Bierseminare, Malkurse und Reiterferien geboten. Die Fränkische Schweiz ist längst mehr als nur das Land der Bergen, Höhlen und Mühlen. Hauptansatzpunkte für die Nutzung zukunftssträchtiger neuer Trends im Fremdenverkehr ist nach Meinung des Wirtschaftsgeographen Prof. Dr. Jörg Maier von der Universität Bayreuth dessen Segmentierung. Dies bedeutet die Förderung des Sport-, Gesundheits-, Familien-, Bildungs- und Kulturtourismus. Die Stadt Pottenstein spielt bei dieser Entwicklung eine Vorreiterrolle. Die neuen Gesundheitstherapien in der Teufelshöhle und der beabsichtigte Bau eines Golfplatzes sind Strukturmaßnahmen zur Stärkung spezialisierter Tourismusformen. Experten zufrieden - „Wir sind schon froh, wenn wir heuer eine einstellige Zuwachsrate haben“, resümiert Theo Dippold zum nahezu abgeschlossenen Tourismusjahr 1989. Knapp 150 000 Übernachtungen verzeichnete die Stadt Pottenstein und ist damit der bedeutendste Fremdenverkehrsort der Fränkischen Schweiz. Dippold, der Jahrzehnte in der Gastronomie

tätig war und seit 15 Jahren das Informationsbüro leitet, stellt vor allem eine längere Aufenthaltsdauer der Gäste fest, die nicht mehr hauptsächlich aus Berlin, sondern aus Schleswig-Holstein, Hessen, Hamburg und Bremen kämen. Ebenfalls einen leicht ansteigenden Trend konnte Gößweinstein verzeichnen. Verkehrsleiter Stefan Fürst zählte 130 000 Übernachtungen (ohne Wallfahrer). Der Tourismus, der das wirtschaftliche Standbein der zweitgrößten Fremdenverkehrsgemeinde ist, werde weiterhin ausgebaut.

Durch spezielle Angebote wie Erweiterung der Basilika-Konzerte oder Waldführungen will man die Attraktivität steigern. Einen starken Aufwärtstrend verzeichnete die Gemeinde Wiesental mit 100 000 bis 110 000 Übernachtungen in diesem Jahr. Adolf Wunder vom Fremdenverkehrsamt vermutet, dass sich Umweltprobleme wie die Adriaverschmutzung positiv auf die Nachfrage in der Fränkischen Schweiz auswirken könnten. Mit einem Etat von 80 000 Mark im Jahr versuche man vor allem die Förderung des Aktivurlaubs mit Golfen, Reiten, Höhlenabenteuer und geführten Wanderungen. Heuer habe man, so Wunder, das beste Fremdenverkehrsjahr seit 1978 gehabt. Dennoch weist der Fremdenverkehrsexperte auf Defizite hin. Ein infrastrukturelles Defizit sieht er im mangelnden Ausbau eines Radwegenetzes und in der Organisation der Buslinien. Wunder betonte, dass immerhin noch 15 Prozent aller Gäste in der Gemeinde Wiesental über ein eigenes Fahrzeug verfügten. Die vom Fremdenverkehrsamt ausgegebenen Wochenkarten für 25 Mark, die beliebig oft auf allen Buslinien der Fränkischen Schweiz benutzt werden können, fänden immer mehr Interesse.

Von einem sich „stabilisierenden Jahr“ spricht Christian Meier, Bürgermeister von Egloffstein. Knapp 50 000 Übernachtungen habe man bis November verzeichnet. Meier lobte vor allem die gemeinsame Marketingstrategie mit Obertrubach. Dabei sieht er einen erhöhten Qualitätsanspruch. Der Gast erwarte heute selbstverständlich ein Zimmer mit Dusche oder Bad. Meier will in Zukunft vor allem den Individualtourismus gefördert sehen. Relativ konstant waren die Hauptattraktionen der Fränkischen Schweiz. Mit 300 000 Besucher habe es bei der Teufelshöhle, der publikumstärksten Attraktion, eine leichte Steigerung gegeben. Eine ähnliche Tendenz verzeichnete auch Paul Pöhlmann, Bürgermeister der Gemeinde Wiesental, mit 70.000 Besucher in der Binghöhle. Rund 50 000 Interessierte besuchten heuer das Fränkische-Schweiz-Museum in Tüchersfeld - so Museumschef Rainer Hofmann. Sanfter Tourismus - „Der Tourismus verbraucht Landschaft, er gefährdet und zerstört unwiederbringlich Lebensräume von Pflanzen, Tieren und Menschen“ befürchteten DGB, SPD,

Grüne, DAV-Jugend und andere Organisationen in dem Bierenwanger Aufruf von 1985. Diese Forderung nach einem „sanften Tourismus“ trifft bei den Verantwortlichen in der Fränkischen Schweiz auf offene Ohren. Eine intakte, deutsche Mittelgebirgslandschaft ohne einen monokulturellen Tourismus wünscht sich Christl Thömmes von der Tourismuszentrale. „Wir setzen ganz bewusst nicht auf Massentourismus.“ Sie hofft auf keine weitere Zunahme bei den Naherholern. Die kleinräumige Fränkische Schweiz soll weiterhin infrastrukturell ausgebaut, aber nicht flächenfressend sein, denn dann, so Christl Thömmes, würde der „Marktwert sinken“.

1990 Am 28.4. meldete der Fränkische Tag: „Der Ansturm von drüben lässt auf sich warten“. Eine Umfrage unter den Verkehrsämtern hat ergeben, dass es zwar sehr viele Anfragen gibt, allein die Tourismuszentrale bearbeitet täglich bis zu 250 Stück, konkrete Besuche halten sich jedoch in Grenzen. Und dass, obwohl es wie in Obertrubach Zimmer schon für 13,50 Mark inkl. Frühstück gibt. „Ideal für Gäste aus der DDR“ wie die damalige Verkehrsamtsleiterin Irene Karl meldet. Weil der Landkreis Forchheim eine Patenschaft mit dem Landkreis Pirna, der später in Landkreis Sächsische Schweiz umbenannt pflegt, beteiligte sich die Tourismuszentrale an Werbemaßnahmen. Außerdem ist erstmals die Reisemesse in Leipzig mit einem Stand beschickt worden. Am Jahresende konnte zudem festgestellt werden, dass der Gästeanteil der ehemaligen DDR-Bürger, nur zwischen drei und zehn Prozent betrug. Ein Jahr später lag der Anteil der Gäste aus den neuen Bundesländern schon bei 15 bis 20 Prozent.

Bis zu Beginn des Herbstes gingen Unmengen von Anfragen aus der ehemaligen DDR ein - täglich ca. 200. Die Beantwortung dieser Anfragen kostete nicht nur Zeit und Arbeit, sie bedeutete auch eine erhebliche Erhöhung der Portokosten und des Katalogverbrauches. Informationsgespräche und Erfahrungsaustausch auf dem touristischen Fachbereich mit Berufskollegen aus der ehemaligen DDR fanden und finden laufend statt. In besonderem Maße wurden diese Kontakte zu der Sächsischen Schweiz ausgeübt. Im April dieses Jahres konnte bereits eine Ausstellung über die Fränkische Schweiz in Pirna bei Dresden durchgeführt werden. Der Verlauf der Saison brachte nicht den erwarteten - und auch etwas befürchteten - Andrang von Campern aus der ehemaligen DDR. Im Gegenteil - auch die Gäste aus dem ostdeutschen Bereich zeigten sich qualitätsbewusst bei allerdings kürzerer Aufenthaltsdauer. Bevorzugt wurden Ferienwohnungen und Privatquartiere. Laut Umfrage bei den verschiedenen Verkehrsämtern betrug der Gästeanteil aus den neuen Bundesländern zwischen 3 bis ca. 10 %. Die

Fränkische Schweiz war wieder wie im Vorjahr auf allen wichtigen Reisesessen vertreten. Im Einsatz der Werbemittel steht der Urlaubskatalog Fränkische Schweiz im Vordergrund. Er wurde für die Jahre 1991 - 92 neu aufgelegt und verbessert. Die verkaufstechnische und gestalterische Grundkonzeption wurde beibehalten. Sie entspricht den Anforderungen an ein modernes touristisches Marketing. Änderungen der Motive wurden notwendig, um dem Verbraucher optisch zu signalisieren, dass er einen neuen Katalog vor sich hat. Der Streuprosppekt mit Reliefkarte wurde im Verlauf des Jahres unverändert nachgedruckt. Neu aufgelegt wurde auch der Wanderprosppekt für „Wandern ohne Gepäck“. Ein Campingprosppekt wurde zu Beginn des Jahres zusätzlich erstellt; der Bedarf ergab sich, um die speziellen Anfragen aus dem ostdeutschen Raum zu befriedigen. Nach wie vor wahren alle Werbemittel - auch Plakat und Gästeinformation - die Identität der Fränkischen Schweiz durch die immer wiederkehrende Wortmarke. Als positiv möchte ich hervorheben und dafür danken, dass sich die „Corporate Identity“ auch innerhalb des Gebietes in der Erstellung der Werbemittel für die einzelnen Orte durch Wahrung dieser Prägung immer mehr durchsetzt.

Fränkischer Tag, 14.6.1990 - Rekord für fränkische Jugendherbergen - Jahresbericht 1989: Übernachtungszahlen wieder gesteigert - Mehr DDR-Gäste FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Erstmals seit drei Jahren konnte 1989 die Übernachtungszahl in den bayerischen Jugendherbergen (JH) wieder gesteigert werden. Die 101 JH in Bayern hatten bei 12108 Betten eine Gesamtübernachtungszahl von 1552 808 - 3,14 Prozent mehr als 1988. Diese Zahlen wurden im Jahresbericht des Deutschen Jugendherbergswerkes zusammengefasst mit dem Fazit: 1989 war durchaus erfolgreich.

Schulklassen stellten bei den Belegungen wieder einmal den Löwenanteil (50,7 Prozent). Allerdings zeichnet sich hier weiterhin eine leicht rückläufige Tendenz ab. Die größte Zuwachsrate gab es dagegen bei den Familien. 24 Prozent mehr nutzten im vergangenen Jahr die Möglichkeit, ihren Urlaub in der JH zu verbringen. Die Öffnung der Grenze zur DDR stellte auch die Jugendherbergen vor eine veränderte Situation. Vor allem JH im grenznahen Bereich erlangten förmlich über Nacht eine neue Bedeutung. Auch die Jugendherberge in Pottenstein spürte diese Veränderungen. Zwar meint Herbergsmutter Margot Bruschke, es sei im letzten Jahr „nicht so dick gewesen“ mit DDR-Gästen, doch seit Anfang ,90 merke man auch in Pottenstein einen Anstieg. Vor allem Familien, die wandern wollen, oder junge Leute, die die Felsen der Fränkischen zum Klettern nutzen ziehe es in die Fränkische. Im Mai, während der Ferienzeit,

sei jeden Tag mindestens eine DDR-Familie angekommen. Momentan sei es wieder etwas ruhiger.

Umzug: Unstrittig war die Verlegung der Landespolizeistation Ebermannstadt in die Räume der Tourismuszentrale und des Fränkischen Schweiz-Vereins. Deshalb musste die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in den 1. Stock des Anbaues, der bisher als Kreisbücherei genutzt wurde, umziehen. Genau darunter, im EG bekam der FSV zwei Zimmer für Büro und Lager. Auf gleicher Ebene dahinter liegt auch das Prospektelager der Tourismuszentrale, welches über einen eigenen Eingang verfügt.



Abb 9: Landrat Otto Ammon (links) mit Bürgermeistern und Amtsvertretern in den neuen Räumen der Tourismuszentrale, in denen sie noch immer beheimatet ist. Mit auf dem Bild: Franz-Xaver Bauer (2.v.re.) der Nachfolger von Christl Thömmes (3.v.re.) im Amt des Geschäftsführers.

Dazwischen der Vertreter des Tourismusverband Franken, Eike Schmitt. Foto: FT-Archiv, Hans Grün

Auf oberfränkischer Ebene bemüht sich auch die Industrie- und Handelskammer um die Förderung ihrer touristischen Mitglieder.

Fränkischer Tag, 13.11.1990 - Zweiter oberfränkischer Fremdenverkehrstag der IHK

Im Regionalen liegt die gastronomische Stärke - Statistischer Zuwachssprung durch die neue politische Situation - Kultur als Gästemagnet KULMBACH. Fahren Sie - wie ihre Urgroßeltern und Großeltern - zur Sommerfrische nach Oberfranken oder düsen sie gleich durch in den Süden, die Thüringer und Sachsen? Diese durch Grenzöffnung und Wiedervereinigung aktuelle Frage war unterschwellig ein Hauptthema des zweiten oberfränkischen Fremdenverkehrstages der Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth am Montag in Kulmbach, obwohl sie gar nicht auf der Tagesordnung stand. Dennoch war das Leitmotiv weitsichtig gewählt: „Gastronomie und Beherbergung in Oberfranken“ sind nun einmal die Grundlage für jegliche Gäs-

tebewirtung, egal, ob sie aus dem Osten, Norden, Süden oder Westen anreisen. Ein Konsens, der so überraschend nicht ist, zumindest wurde gefunden: Das vielfältige Oberfranken kann nur dann im Tourismuswettbewerb bestehen, wenn die Gastronomie sich bei allen betriebswirtschaftlichen Erfordernissen auf ihre regionalen Stärken stützt.

In den ersten sieben Monaten 1990 ist die Zahl der Gästeankünfte in Oberfranken gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um über 20 Prozent gestiegen (Bayern: sieben). Am meisten legte die Stadt Hof mit 61 Prozent zu, gefolgt von den Landkreisen Coburg und Hof. Auch die Zahl der Übernachtungen ist überdurchschnittlich um über zehn Prozent angewachsen: Stadt Hof plus 69 Prozent, Landkreis Hof plus 40 Prozent und Kronach plus 23 Prozent stehen an der Spitze. Dieser Wachstumsschub ist der neuen politischen Situation zu danken; die Zahlen beinhalten auch den stark gestiegenen Geschäftsreiseverkehr. Diese Daten nannte Hauptgeschäftsführer Dr. Helmuth Jungbauer von der IHK zur Tagungsöffnung; er vertrat Kammerpräsident Christian Heinrich Sandler, der zur gleichen Stunde in München für einen möglichst weichen Übergang der Zonenrandförderung focht.

Mit Otto Pschorn, dem Bezirksvorsitzenden des Hotel- und Gaststättenverbandes, lenkte ein Praktiker den Blick aufs Tagesthema. Der regionale Stil trage wesentlich zum Erfolg der oberfränkischen Gastronomie bei. Nachholbedarf allerdings gestand Pschorn ein, nicht zuletzt aufgrund von Erfahrungen der letzten Bewertung „Bayerische Küche“. Da war in der Sitzung Kopfschütteln aufgekommen über spanische, englische oder Tiroler Möbel in fränkischen Gastzimmern, über Neubauten der Marke „Überall“ und pseudobarocke Restaurantsausstattungen. Seine Forderung an Bauherren und Architekten für Gastronomiebetriebe: Sie sollten nicht kurzlebigen Modetrends folgen und einsehen, dass es in Oberfranken keinen einheitlichen Stil wie etwa im Schwarzwald gibt. Die theoretische Diskussionsgrundlage brachte der Bayreuther Diplom-Geograph Dr. Peter Jurczek mit seiner kritischen Betrachtung des oberfränkischen Kulturpotentials und dem, was der Fremdenverkehr daraus macht. So sieht er eine Diskrepanz zwischen dem Wunsch jedes sechsten deutschen Urlaubs nach „Bildungserlebnissen“ (diese Gruppe ist jünger, besser gebildet und einkommensstärker als der Durchschnitt) und dem soziodemographischen Querschnitt durch Oberfrankens Besucher, der dieses Niveau nicht erreicht. Im Bezirk könnte man auch von einer Umfrage der Deutschen Zentrale für Tourismus bei ausländischen Besuchern lernen, die wegen der Landschaft(en) nach Deutschland kommen, denen aber Burgen, Schlösser und Stadtensembles am deutlich-

ten im Gedächtnis haften bleiben. Umfragen in den vier kreisfreien Städten Oberfrankens bestätigten das Bild, das im Übrigen auch der Einheimische hat. Bamberg und Coburg bestechen durch ihre Stadtbilder, in Bayreuth bleiben immerhin Einzelobjekte in Erinnerung und in Hof - der Untreusee.

Mehr Professionalität - U. a. stellte Jurczek innige Zusammenhänge zwischen Fremdenverkehr und Denkmalpflege her, forderte er mehr Professionalität in der Führung der meisten der oberfränkischen Museen (es sind über 100) und des Fremdenverkehrs, Verbesserungen in der sanitären Qualität mancher Beherbergungsbetriebe, die gestalterische Maßnahmen im Außenbereich nicht nur auf Blumenschmuck beschränken sollten. Jurczek lobte die gezielten Werbeinitiativen des Fremdenverkehrsverbandes Franken und bedauerte, dass die von Ostoberfranken geplante Programmübersicht: „Kultur interregional“ noch in der Schublade liegt. Zwischenruf eines Regierungsmitarbeiters: „Wir haben neue Nachbarn!“ Und kaum noch Zeit für solche Kürleistungen, darf ergänzt werden. Fremdenverkehr, so der Wissenschaftler, solle sich nicht zu sehr spezialisieren, sondern als Querschnittsaufgabe weiterentwickelt werden. In einem Punkt blieb ihm der Nachmittag eine Antwort schuldig: Er appellierte an die Denkmalpflege, gastronomische Neunutzungen von Baudenkmalen nicht durch zu kleinliche Auflagen zu verhindern. Eine Antwort hätte der als Referent vorgesehene Bezirksheimatpfleger Albrecht Graf Egloffstein geben können: Der aber musste am Freitag krankheitshalber absagen.

Zwei weitere Referate - Architekt Konrad Fischer, Hochstadt, über wiederbelebte Bausubstanz für die Gastronomie und Christian Kreipe vom Landratsamt Wunsiedel über Bauen im ländlichen Raum - rundeten das Hauptthema des Fremdenverkehrstages ab. Die Diskussionen aber waren im Wesentlichen durch die Fragen nach dem „Wie?“ in der Fremdenverkehrspolitik bestimmt. Jungbauer beispielsweise fehlt für Oberfranken der große Durchbruch, gar eine „Massenhysterie“ wie bei den großen Ausstellungen, z. B. van Gogh in Essen, Faberge in München. Nach Schönborn (1987), Neumann (1988) und Deutschem Orden (1990) könnten jetzt die Markgrafen, voran Wilhelmine von Bayreuth, „mit aller Brutalität“ vermarktet werden. Ein wenig wiegelte da Olaf Seifert schon ab, der Geschäftsführer des Fremdenverkehrsverbandes Franken, der mehr auf Kontinuität setzt. An Ideen jedenfalls mangelt es den Oberfranken nicht. Genannt wurden in Kulmbach u.a. die Wiederbelebung der Deutschen Theaterstraße von Weimar nach Bayreuth, die Verlängerung der Burgenstraße nach Prag, überhaupt Kontakte zum böhmischen Bäderdreieck, der Plan einer Deutschen Porzellanstraße nicht nur für Oberfranken und Oberpfalz, sondern

auch für Thüringen, Sachsen und Böhmen. 1993 jedenfalls wird es in Kronach eine große Cranach-Ausstellung geben, die Kronachs Landrat Dr. Schnappauf ankündigte. Ein rundes Jubiläum aber bietet der Maler auch nicht: Dann ist sein 440. Todestag. Immerhin bleibt der Staffelsteiner Adam Riese: Er wird 1992 500 Jahre alt. Der zweite oberfränkische Fremdenverkehrstag der IHK brachte viel Stoff zum Weiterdenken. Das Tagungsort selbst gab ein Beispiel: Mit seiner Dachneigung würde es prima nach Oberbayern passen. Wk

Die 1990-er Jahre waren das Jahrzehnt der Themenjahre:

Das bedeutet: Es wird ein bestimmtes Tourismus-Thema mit Veranstaltungen und eigenen Broschüren in der Werbung verknüpft und in der Pressearbeit besonders stark hervorgehoben.

1993 200 Jahre Entdeckung der Fränkischen Schweiz durch die Romantiker und 1. Kunstsommer Fränkische Schweiz mit der Galerie Tauber in Pegnitz - Kujau

1994 Minnesänger in Franken - Mit Wirnt von Grafenberg

1995 Höhlenjahr. 90 Jahre Binghamhöhle. Erstes Höhlenprospekt, in dem die drei Schauhöhlen ausführlich beschrieben wurden

1996 Landleben erleben (Gesamtfränkisches Thema)

1997 Schlüsselbergerjahr: Ritter, Burgen und Dörfer

1998 Bierjahr: Erstmals Brauerei-Prospekt

1999 Gut gerüstet ins Jahr 2000 - Fortbildungen für alle Leistungsträger

2000 Spielzeugland Franken. Aufhänger Spielzeugmuseum Gößweinstein

1991 wurde laut Geschäftsbericht der Nachdruck von Prospekten notwendig. Der Urlaubskatalog wurde mit 100 000 Exemplaren für zwei Jahre gedruckt und die Gästeinformation in Höhe von 7000 Stück. Am 1. Oktober ist Xaver Bauer als Nachfolger von Christl Thömmes von Landrat Ammon in sein Amt als Geschäftsführer der Tourismuszentrale eingeführt worden. Es gab erste Anhörungen auf Vorstandsebene um die geplante Errichtung eines Hotelkomplexes mit 380 Betten zuzüglich eines 19-Loch-Golplatzes auf dem Gelände der Burg Rabenstein. Außerdem war der riesig groß geplante Ferienpark bei Waischenfeld noch ein heißes Thema sowie die Stilllegung des Pottensteiner Felsenbades. Laut Geschäftsbericht verlief das Tourismusjahr folgendermaßen: Obwohl das Jahr 1990 für den Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz bereits ein hervorragendes Ergebnis brachte, so konnte in diesem Jahr, was nur schwer vorstellbar schien, eine nochmalige Steigerung erzielt werden. Ein Zuwachs von 7

% an Übernachtungen und Gästeankünften sprechen für ein ausgezeichnetes wirtschaftliches Ergebnis bei der Tourismusbranche in der Fränkischen Schweiz. Dabei können wir feststellen, dass in erster Linie die sehr gute Auslastung der Ferienwohnungen zu diesem Ergebnis beigetragen hat. Eindeutig steht die Qualität des Urlaubsquartiers bei der Auswahl der Angebote durch die Gäste im Vordergrund. Folglich konnten auch die Gasthöfe und Hotels, sowie Pensionen und Privatvermieter Zuwächse verzeichnen, die nicht nur den Standard der letzten Jahre hielten, sondern mit ihrem Zimmerangebot den Qualitätsansprüchen der Gäste gerecht werden konnten. Eine deutliche Steigerung hat sich im letzten Jahr besonders im Bereich des Tagungsgeschäftes gezeigt, was vor allem positive Auswirkungen in der Vor- und Nachsaison mit sich bringt.

Was im Vorjahr sicher noch als „Reise-Euphorie“ zu beurteilen war, veränderte sich im Jahr 1991 in den „Neuen Bundesländern“ zu einem Markt, wo es sich lohnt, mit einem gezielten Marketing ein neues Gästepotential zu erschließen. Durch die Beteiligung an der Touristikmesse in Leipzig im Dezember 1990, sowie durch den Anschluss an die Promotion-Aktion „Bayernbus“ wurden bereits in diesem Jahr gezielte Verkaufsförderungsmaßnahmen direkt vor Ort im östlichen Teil der Bundesrepublik unternommen. Hier wurde der Schwerpunkt vor allem auf die Städte Leipzig, Erfurt, Halle, Magdeburg, Cottbus, Dresden und Berlin gelegt. Das Gästeaufkommen von etwa 15 % - 20 %, vor allem aus den Ländern Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt bestätigen den Erfolg dieser Einsätze. Begleitend dazu wurden auch Anzeigen in Tageszeitungen für unser Feriengebiet Fränkische Schweiz in diesen Räumen geschaltet. Beiträge in Funk, Fernsehen und Zeitungen verstärken diese Aktivitäten. Die Absprachen hierzu erfolgten durchwegs bei der ITB in Berlin. Bei den Veranstaltungen im Rahmen der Partnerschaft zwischen dem Landkreis Pirna und dem Landkreis Forchheim wurde der Tourismuszentrale immer die Möglichkeit eröffnet, für die Fränkische Schweiz Werbeinsätze durchzuführen.

Als beliebtes Urlaubsquartier bei den Gästen aus den neuen Bundesländern wurden im Bereich Familienurlaub in erster Linie Ferienwohnungen gebucht. Aber auch das preiswerte Angebot „Urlaub auf dem Bauernhof“ war sehr gefragt. Die Beschickung der wichtigsten touristischen Messen ist eine der Hauptaufgaben im Tätigkeitsbereich der Tourismuszentrale. So war die Fränkische Schweiz bei den Messen „Vacantie“ in Utrecht, bei der „Touristik & Camping“ in Leipzig, sowie dem „Reisemarkt“ in Köln in der Frankenstraße mit integriert. Mit dem eigenen Stand stellten wir uns bei der „CMT“ in Stuttgart, bei „Reisen Hamburg“ und auf der „ITB“ in Berlin vor. Die Verkehrsämter der Fränkischen

Schweiz verstärkten die Messtätigkeit der Tourismuszentrale durch Einsätze mit dem kleinen Stand bei den Messen „Garten und Freizeit“ in Nürnberg und auf dem Mannheimer Maimarkt. Die gute Zusammenarbeit mit den verschiedenen Medien im Bereich Zeitungen, Illustrierte, sowie Rundfunk und Fernsehen, bildeten auch in diesem Jahr wieder einen besonderen Schwerpunkt in den Aktivitäten der Tourismuszentrale. Zahlreiche werbewirksame Sendungen in den verschiedenen TV-Sendern riefen ein großes Interesse beim Fernsehpublikum hervor. Ähnliche Erfolge waren auf Grund von qualitativ guten Veröffentlichungen in den Printmedien zu verzeichnen. Besonders erwähnenswert sind mehrere Berichterstattungen in der Schweiz, Niederlande, USA und auch in Japan.

Neben den drei Angeboten „Wandern ohne Gepäck“, in diesem Jahr buchten wieder ca. 1 500 Personen dieses Pauschalangebot, fanden auch die Wanderwochen des Fränkische- Schweiz- Vereins und seiner Ortsgruppen ebenfalls eine hervorragende Resonanz. Eine enorme Steigerung ist beim „Urlaub mit dem Fahrrad“ festzustellen. Die preisgünstigen Radwanderkarten, die von den Landkreisen herausgegeben werden, sowie das „Radlermagazin“ mit den 17 Rundtouren sind zweckmäßige Hilfen für eine der beliebtesten Urlaubsaktivität. Dieser Trend wird von den Landkreisen dadurch intensiv unterstützt, dass das Radnetz entsprechend gut ausgebaut und ergänzt wird. Ein erfreuliches Bild ergeben auch die stetig steigenden Zahlen bei den Fahrten der Dampfbahn Fränkische Schweiz.

Durch die maßgebliche Unterstützung durch den Landkreis Forchheim konnten in diesem Jahr erstmalig ein fester Wochenendlinienverkehr bis Behringersmühle während der Sommermonate eingeführt werden und dadurch eine Entlastung im Bereich des Naherholungstourismus auf der Straße erzielt werden. Hier wird ein wichtiger Beitrag zum „sanften Tourismus“ geleistet. Auch die sportlich aktiven Urlaubsangebote wurden mehr als zuvor angenommen. Eine besonders führende Position haben die Sportarten Golf und Kajakfahrten eingenommen. Aber auch der Angelsport erfreut sich immer größerer Beliebtheit, genauso wie die Segelfliegerei. Bei den Kletterfreunden wird allmählich die Grenze der Belastbarkeit in der Natur in manchen Bereichen der Fränkischen Schweiz erreicht. Einen deutlichen Aufwärtstrend zeichnet sich bei den gesundheitsorientierten Urlaubern ab. Immer mehr atemwegserkrankte und Allergiker besuchen die Teufelshöhle und versuchen mit Liegekuren ihr Leiden zu lindern. Die medizinischen Bäderabteilungen in der Fränkischen Schweiz finden bei den Gästen guten Zuspruch. Nach einem langwährenden Planungs- und Genehmigungsverfahren werden in diesen Tagen endlich die touristischen

Hinweisschilder an den Bundesautobahnen Berlin-Nürnberg vor den Abfahrten Trockau und Plech, sowie an der Strecke Bamberg-Nürnberg vor Buttenheim aufgestellt werden. Als wichtigstes Werbeinstrument fungiert nach wie vor der Urlaubskatalog für die Fränkische Schweiz. Die Neuauflage musste von 80 000 auf 100 000 Exemplare für zwei Jahre erhöht werden. Auch die Jahresausgabe der Gästeinformation steigerte sich von 5 000 auf 7 000 Exemplaren und dient zusammen mit den einzelnen Monatsausgaben als wichtige Hilfe für die Gestaltung eines abwechslungsreichen Urlaubaufenthaltes in der Fränkischen Schweiz. Zur Zeit laufen die Vorbereitungen für die Neuauflage eines weiteren Posters mit einem Wandermotiv, der Hauptbeschäftigung beim Urlaub in der Fränkischen Schweiz. Anfang des nächsten Jahres wird auch die zweite überarbeitete Auflage des Radwandermagazins auf den Markt kommen. Der bisherige Streuprosppekt in Form einer Panoramakarte wird im Laufe des Jahres 1992 auslaufen und nicht mehr nachgedruckt. Stattdessen wird eine verbesserte Karte auf den Markt kommen, die inhaltlich eine Mischung aus der Panoramakarte und der früheren sogenannten „Meriankarte“ darstellt. Soweit der Jahresbericht, der teilweise auch während des „kleinen Fremdenverkehrstages“ Beachtung fand.

Fränkischer Tag, 22.11.1991 - Gastronomen zahlen die EG-Zeche - Gebietsausschuss Fränkische Schweiz wies den Weg zum Tourismus 2000

SCHÜTTERSMÜHLE (sm). Um den Tourismus im Jahr 2000 und den Weg dorthin drehte sich eine Veranstaltung des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz im Gasthof „Schüttersmühle“ bei Pottenstein. Der Vorsitzende, Landrat Otto Ammon, begrüßte die anwesenden Gastronomen und Vertreter verschiedener Gemeinden und Fremdenverkehrsämter zu diesem „kleinen Fremdenverkehrstag“, bedauerte jedoch, dass nicht mehr Betroffene den Weg gefunden hatten.

Das Ziel des Gebietsausschusses sei die Optimierung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz, sowie eine bessere Verbindung zwischen Tourismuszentrale und Gastronomie. Dazu forderte er die anwesenden Gastwirte auf, ihre Erfahrungen des letzten Jahres auszutauschen und auch Kritik zu üben. Obwohl die Saison ,91 für den Fremdenverkehr ein Spitzenergebnis gebracht habe, so Ammon weiter, sei man gefordert, das Angebot noch attraktiver zu gestalten und rationaler zu arbeiten. Dies präzisierten die beiden Referenten, Dr. Paul Jurczek von der Universität Bayreuth und Regierungsdirektor Horst Seebauer von der Regierung von Oberfranken. Jurczek führte zehn Punkte aus, die die momentane Situation des oberfränkischen Tourismus eingrenzten und Vorschläge für die Zukunft beinhalteten. Zunächst beruhigte er, dass mit einer star-

ken Konkurrenz der neuen Bundesländer wohl noch lange nicht zu rechnen sei. Bis der gleiche Standard wie in der Fränkischen Schweiz erreicht werde, vergehe noch viel Zeit. Allerdings sei durch die Vereinigung die Arbeitsmarktsituation in der Gastronomie entlastet worden durch das Angebot an Personal aus Sachsen und Thüringen. Ausbildung und Infrastruktur seien wesentlich besser als noch vor zehn Jahren. Ebenso die personelle Situation, allerdings müsse hier noch mehr getan werden. Der Schwerpunkt müsse in Zukunft verstärkt auf den sanften Tourismus gelegt werden. Die fränkische Landschaft sei das größte Kapital der Gastronomen, deshalb müsse man alles für den Schutz der Natur sowie der Kultur tun. Auch Werbung sollte effektiver eingesetzt werden und vor allem die Zielgruppen (Kurzzeiturlauber, Naherholungssuchende, Wanderer, Geschäftsreisende usw.) ansprechen. Dazwischen forderte er auch wiederholt dazu auf, Ideen und Kritik einzubringen, nicht nur der Ideenkreis des Gebietsausschusses sei dafür dankbar.

Verwässerte Statistik. Seebauer bekräftigte die Aussagen seines Vorredners, erinnerte jedoch an die Tatsache, dass Hunderte von Fremdarbeitern in Oberfranken abgebaut oder anders belegt worden seien. Dadurch sei die Statistik ziemlich verwässert. Er appellierte an die Gastronomen, ihr Eigenkapital zu vermehren, Rücklagen zu bilden. Dies vor allem, um nicht mehr so stark von staatlichen Förderprogrammen abhängig zu sein. Denn die werden in Zukunft stark beschnitten. Zwar sei die Entscheidung der EG bezüglich der verschiedenen Förderungen noch nicht gefallen, doch könne er bereits sicher sagen, was es in Zukunft nicht mehr geben werde:

- Das Privatzimmerprogramm. Es „starb“ bereits in diesem Jahr, weil es zu wenig in Anspruch genommen worden war.
- Die Investitionszulage gibt es auch nicht mehr.
- Die Gemeinschaftsaufgabe fällt ebenfalls weg.
- Landesprogramme - bayerische regionale Förderprogramme haben auch keine Überlebenschance.

Neues Programm. Da durch die EG der Tourismus keine nationale Aufgabe mehr sein soll, sollen die einzelnen Regionen nicht mehr selbständig über diese Zuschüsse entscheiden. Seebauer hält dies nicht für richtig. Er meint, die regionale Förderung müsse nationale Aufgabe sein. Darum werde auch ein neues bayerisches Förderungsprogramm entwickelt, dass man so formuliert hat, dass es unter der Eingriffsschwelle der EG liegt. Da jedoch trotzdem alles erst in Brüssel genehmigt werden muss, wartet man nun darauf, ob dieses Programm akzeptiert wird. Der praktische Rat des Regierungsdirektors lautete nun: Die Gastwirte sollen so tun, als ob nichts wäre und weiter ihre Anträge stellen.

Dies hofft man dann noch „durchdrücken“ zu können. Unter dem Schlagwort 5B führte Seebauer aus, dass die Landwirtschaft offenbar am Ende sei. Darum fördere die EG auch Ersatzarbeitsplätze. Und deswegen dürfe 5B auch nichts fördern, was die landwirtschaftliche Produktion steigern. Aus dieser Situation heraus würden sich viele Bauern auf den Fremdenverkehr besinnen und Gästezimmer anbieten. Hier warnte der Referent: „Tourismus ist kein Allheilmittel für die Landwirtschaft“. Sein Vorschlag sah so aus, dass die Landwirte ihre Produktion umstellen sollen und Butter, Brot, Eier und Fleisch an die Gastwirte liefern sollten. So wäre beiden geholfen. In der anschließenden Diskussion meldeten sich vor allem Bürgermeister und Vertreter von Verbänden - wie Karl Theiler vom Fränkische-Schweiz-Verein - zu Wort. Im Großen und Ganzen stimmten sie mit dem Redner überein. Nur Adolf Wunder (Fremdenverkehrsamt Wiesental/Streitberg) zeigte sich in einigen Punkten sehr überrascht. Zum einen beschwerte er sich, dass ein Problem zu wenig aufgegriffen worden war: Das wertvolle Gut Landwirtschaft. Er setzte den Rednern entgegen, dass man dieses Kapital bis zum Jahr 2000 nicht erhalten könne, also alle Prognosen auf wackligen Beinen stehen. Durch extensive Förderung der Landwirtschaft und intensive Förderung der Forstwirtschaft werde das Bild der „Fränkischen“ völlig verändert. Durch Flächenstilllegungen werden blühende Wiesen beseitigt (bereits nach einem Jahr ohne Mahd sterben die blühenden Untergräser ab), durch Aufforstungen bekommen Hänge und Täler ein anderes Gesicht. Auch von der Verkehrsaussage der Referenten zeigte er sich überrascht. Der Ausflugsverkehr habe sich erhöht, hieß es. Wunder wohnt an der B 470 und berichtete, dass sich durch die Konkurrenz des fränkischen Seenlandes die Zahl der Ausflügler am Wochenende nicht erhöht habe. Dafür sei verstärkt Berufs- und Schwerlastverkehr aus den neuen Bundesländern zu verzeichnen. Immer wieder wurde im Rahmen der Diskussion auf den Charakter der fränkischen Landschaft zurückgekehrt. Ein Gastwirt dazu: „Wir müssen aufpassen, sonst haben wir bald Wald, den wir gar nicht wollen!“

Rückblick des Gebietsausschussvorsitzenden während der Mitgliederversammlung:

Bay. Rundschau vom 20.12.1991 - Zuwachs im „Schlupfwinkel“ - Gebietsausschuss Fränkische Schweiz meldet mehr Übernachtungen
HEILIGENSTADT/THURNAU. Das Erholungsgebiet Fränkische Schweiz blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Obwohl bereits das Jahr 1990 für den Fremdenverkehr im „Schlupfwinkel des deutschen Gemüts“ ein hervorragendes Ergebnis gebracht hatte, konnte im zu Ende gehenden Reisejahr eine nochma-

lige Steigerung erzielt werden. So wurde ein Zuwachs von sieben Prozent an Übernachtungen und Gästeankünften verzeichnet. Das teilte der Vorsitzende des Gebiets-Werbeausschusses Fränkische Schweiz, der Forchheimer Landrat Otto Ammon, bei der Mitgliederversammlung im Hotel „Heiligenstädter Hof“ in Heiligenstadt mit. Bei der gut besuchten Versammlung des Gebietsausschusses, der von den Landkreisen Forchheim, Bayreuth, Bamberg und Kulmbach getragen wird, wurde die Sorge laut, dass durch ein „gigantisches Hotelkonzept mit 380 Betten bei Rabenstein im Landkreis Bayreuth die Landschaft der Fränkischen Schweiz der Großmannssucht und Geschäftemacherei geopfert wird“. Landrat Otto Ammon teilte dazu mit, dass Vorstand und Beirat in einer gesonderten Sitzung am 13. Januar im Rahmen des laufenden Raumordnungsverfahrens entsprechend Stellung nehmen werden.

Sein Bayreuther Amtskollege Dr. Klaus-Günther Dietel, stellvertretender Vorsitzender des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz im Fremdenverkehrsverband Franken, meinte, man müsse sich zuvor intensiv mit der Sachlage auseinandersetzen. Der Heiligenstädter Bürgermeister Helmut Krämer und Landrat Dr. Dietel äußerten übereinstimmend die Meinung, dass auch 1992 der Trend zum Inlandsurlaub anhalten werde, allein schon wegen der Jugoslawienkrise. Dr. Dietel sah auch in den neuen Bundesländern eine treue Kundenschar für die Fränkische Schweiz. Man könne durchaus mit dem romantischen Charme der engeren Heimat werben. Vorsitzender Ammon bezeichnete die noch herrliche und intakte Natur und Landschaft als Fundamente für ein attraktives Urlaubsgebiet. Einstimmig wurde der Haushaltsplan 1992 gebilligt. Er schließt in Einnahmen und Ausgaben mit 449 500 Mark, und damit mit 281 900 Mark weniger als im Vorjahr, ab. Die beteiligten Landkreise haben die gleiche Umlage wie 1991 zu zahlen, nämlich Forchheim 205440 Mark (48 Prozent), Bayreuth 149 800 Mark (35%), Bamberg 42 800 Mark (10%) und Kulmbach 29 960 Mark (7 %).

Große Brocken bei den Ausgaben sind 185 000 Mark für Personalkosten, 41 000 Mark Post- und Fernmeldegebühren, 27 000 Mark Inserate, 140 000 Mark besondere Werbung, 25 000 Mark Verkaufskatalog und 10 000 Mark Reise- und Zehrkosten. Dem Bericht des Vorsitzenden war zu entnehmen, dass die Qualität des Urlaubsquartiers bei den Gästen im Vordergrund stand. Gasthöfe, Hotels, Pensionen und Privatvermieter hätten dann beachtliche Zuwächse erzielt, wenn sie nicht nur den Standard der letzten Jahre hielten, sondern den steigenden Qualitätsansprüchen gerecht wurden. Mehr gefragt waren 1991 auch die sportlichen Angebote, wobei eine führende Position die Sportarten Golf und Kajakfahrten haben. Bei den Kletterfreunden sieht Ammon all-

mählich die Grenzen der Belastbarkeit der Natur erreicht. Im Jahresbericht über die Fremdenverkehrssituation in der Fränkischen Schweiz zeichnete sich ferner ein Trend zum gesundheitsbewussten Urlaub ab. An der Tagung nahmen u.a. stellvertretender Landrat Hans Zimmermann sowie Bürgermeister Rudi Hofmann und Kreisrat Rudi Eschenbacher aus Thurnau teil. Nicht anwesend war jedoch der Gestalter des Entwurfs der neuen Panoramakarte und des neuen Posters mit Wandermotiv. Wegen Glatteis war er nicht in Heiligenstadt eingetroffen und konnte daher auch nicht seine Pläne vorstellen.

1992 im Juli erfolgte zudem während einer Vorstandssitzung auch die Vorstellung des „Ideenkreispapiers“, (Siehe Anlagen weiter hinten) in dem Dr. Peter Jurczek, Geograph und Privatdozent an der Uni Bayreuth, Wolfgang Kreiner, Leitender Redakteur des Fränkischen Tag in Bamberg, Andreas Pflaum, Hotelier des PPP in Pegnitz und Hans Wolf, Diplom-Kaufmann aus Eggolsheim ihre Vorstellungen von neuen, wirksamen und kostengünstigen Werbemaßnahmen der Öffentlichkeit preisgaben. Schließlich wurde mit der Galerie Tauber in Pegnitz die Kunststraße ins Leben gerufen. Kurt Tauber Redaktionsleiter der Nordbayerischen Kurier in Pegnitz hat zusammen mit seiner Frau Elisabeth in Pegnitz-Neudorf, im Erdgeschoss ihres Privathauses eine Galerie eingerichtet. Neben lokalen Künstler wie Hans Bär, Heinz Volk oder Kurt Kahn gelang es ihnen, den Hitler-Tagebuchfälscher Konrad Kujau mit seinen Werken exklusiv in die Fränkische Schweiz zu locken. Mit der ersten „Kunststraße“ sind 16 Ausstellungen in einem sich über mehrere Landkreise erstreckenden Gebiet zwischen Thurnau im Norden, Pegnitz im Süden, Forchheim im Westen und Creußen im Osten eingebunden gewesen. Mit einem Ausstellungsprospekt und Plakaten wurde das Projekt von Seiten der Tourismuszentrale unterstützt. Rechtzeitig zu Beginn der Saison konnte auch der erste Videofilm über die Fränkische Schweiz fertiggestellt und von der Firma Ferstl (Video F) auf den Markt gebracht werden. Die Bilanz des touristischen Jahres 1992, so Ammon in seinem Jahresbericht, kann unter dem Strich als erfolgreich beurteilt werden. Wenn auch in den vergangenen Jahren Steigerungsraten von 5 - 10 % zu verzeichnen waren, so ist ein etwa gleiches Ergebnis an Gästeankünften und Übernachtungen im Vergleich zu 1991 äußerst zufriedenstellend. Dies erklärt sich dadurch, dass sich zum einen die Reiseeuphorie in den neuen Bundesländern aufgrund der wirtschaftlichen und arbeitsmarktbedingten Situation normalisiert hat. Etwa 15 % der Gäste kommen aus den neuen Bundesländern. Und hier hauptsächlich aus den Ländern Thüringen und Sachsen, zunehmend jedoch auch aus Brandenburg und Sachsen-Anhalt. Andererseits animierte ein verregneter Oktober sicherlich

nicht zu einem Herbsturlaub. Auch die Feiertage im Oktober lagen terminlich so ungünstig, dass ein verlängertes Wochenende nicht in Anspruch genommen werden konnte. Trotzdem gibt es in der Fränkischen Schweiz einige Gemeinden, die 5-10 prozentige Zuwachsraten aufweisen können. Andere Gemeinden dagegen müssen sich mit einem Defizit zufriedengeben. Die Ursachen hierfür können vielfältig sein, doch auffallend und festzustellen ist, dass in der Regel in den Gemeinden die besten Ergebnisse erzielt werden konnten, die auch in der Werbung erhebliche Anstrengungen unternommen haben, beispielsweise bei der Präsenz im Urlaubskatalog der Fränkischen Schweiz. Erfreulich ist auch die Tatsache, dass die Auslastung der Ferienwohnungen fast durchwegs bei nahezu 50 % liegt, obwohl das Angebot immer größer wird. Die Tourismuszentrale hatte erstmals im vergangenen Jahr auch größte Schwierigkeiten, die Buchungen für das Pauschalangebot „Wandern ohne Gepäck“ abzuwickeln. Buchungen konnten teilweise nicht erledigt werden, da in einigen Orten die benötigten Zimmer nicht zur Verfügung standen. Dieses Angebot wurde von 673 Personen gebucht und brachte ca. 5 000 Übernachtungen, was bei ca. 100 DM Ausgaben pro Tag einen Umsatz von etwa 1/2 Million DM ergibt. Diese Summe unterstreicht die Bedeutung dieses Angebotes. Bei einer Gesamtübernachtungszahl von ca. 1,3 Millionen Übernachtungen in der Fränkischen Schweiz ergibt dies ein Umsatzvolumen von ca. 110 Millionen DM. Hinzu kommen etwa 15 -20 Millionen Umsatz aus dem Ausflugsverkehr. Diese Zahlen unterstreichen die Gewichtung des Fremdenverkehrs als Wirtschaftsfaktor in der Fränkischen Schweiz. Nach wie vor liegt Wandern an der Spitze der Aktivitäten, die von den Gästen der Fränkischen Schweiz betrieben werden. Dieser Nachfrage wird man durch vielseitige Angebote von Wanderwochen in der Fränkischen Schweiz gerecht. Aber auch die übrigen Freizeitangebote finden immer mehr Zuspruch.

Um den Stellenwert der Urlaubsaktivitäten hervorzuheben, erfolgte die Herausgabe eines attraktiv gestalteten Erlebnispasses durch die Tourismuszentrale in Zusammenarbeit mit den Verkehrsämtern. Das Besondere dieses Passes ist, dass er in fast allen Gemeinden als Kurkarte verwendet wird. Neben den Einzelausgaben der Gästezeitung wurden verschiedene Zusammenstellungen erarbeitet. Diese sind in erster Linie die Erfassung von Hotels und Gasthöfen, die für Tagungen geeignet sind, eine Zusammenstellung von Möglichkeiten für Brauerei- und Betriebsbesichtigungen mit Einkaufsmöglichkeiten. Auch eine Auflistung sehenswerter Kirchen steht zur Verfügung, ebenso ein Krippenwegweiser für die Gäste, die über Weihnachten kommen. Ein Schwerpunkt in der Tätigkeit der Tourismuszentrale war - wie in den vergangenen Jahren - die Beschickung der wichtigsten Tourismusmessen in Deutschland und im benachbarten Ausland.

Erstmals beteiligte man sich 1992 an der CMT in Stuttgart im Gemeinschaftsstand des TV Franken, was sich als richtig herausstellte. Die hier eingesparten Kosten konnten in zusätzliche Maßnahmen, wie z.B. in Dresden und Leipzig, investiert werden. Erfolgreich kann auch die Präsentation der Osterbrunnen bei der Touristikmesse in Kopenhagen beurteilt werden. Nach wie vor haben die Touristikmessen in Utrecht, Hamburg, Berlin, Mannheim und Nürnberg ihren festen Platz im Messeplan der Tourismuszentrale.

Erstmals wurde 1992 die Messe in Essen unter Beteiligung in der Frankenstraße beschickt. Das starke Interesse dort bestätigte den Einsatz. Der von den Fremdenverkehrsgemeinden der Fränkischen Schweiz gemeinsam angeschaffte Systemmessestand wurde gegen einen neuen Stand ausgetauscht. Dieser wurde bei den Messen in Nürnberg, Mannheim und Leipzig eingesetzt und stellt ein Fachwerkhaus dar, integriert in eine Kulisse mit Motiven aus der Fränkischen Schweiz. Anlässlich einer regionalen Verbraucherausstellung in Pirna war die Fränkische Schweiz ebenfalls mit einem Messestand vertreten. Diese Aktivität erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Landkreis Forchheim im Rahmen der Partnerschaft Landkreis Forchheim - Landkreis Pirna. Erfolgreich kann auch die Aktion „Mit dem Frankenbus unterwegs“ beurteilt werden. Diese Aktion wurde in Zusammenarbeit mit den benachbarten Gebieten Steigerwald und Frankenalb durchgeführt. Der Frankenbus warb in den Städten Kaiserslautern, Koblenz, Saarbrücken, Aachen, Bonn und Neuss. Dieser Bereich konnte bisher mehr oder weniger werblich nicht abgedeckt werden.

Auch die „innere Werbung“ wurde im vergangenen Jahr verstärkt betrieben. So wurden über die Tagespresse und Lokalsender regelmäßig Freizeittipps veröffentlicht. Diese Anregungen wurden besonders von der einheimischen Bevölkerung gerne aufgenommen und ergänzten die Informationen durch die Gästezeitung. Neben der Messebeschickung ist auch die Zeitungswerbung ein verzichtbares Instrument bei den Werbeaktivitäten. So wurde das mit den Fremdenverkehrsgemeinden in den letzten Jahren erfolgreich durchgeführte „Reihenschaltungskonzept“ insoweit verbessert, dass fast alle Anzeigen das gleiche Erscheinungsbild habe und der Wiedererkennungseffekt erzielt werden kann. Im vergangenen Jahr wurden über 12 000 telefonische und schriftliche Prospektanfragen durch die Tourismuszentrale beantwortet. Das wichtigste Verkaufsinstrument, der Urlaubskatalog Fränkische Schweiz, konnte rechtzeitig im Herbst mit der Ausgabe für 1993 auf den Markt gebracht werden. Um marktgerechter zu sein, wurde die bisher für zwei Jahre geltende Ausgabe auf eine jährliche Auflage umgestellt. Bedingt durch die große Resonanz bei den Interessenten

musste der Anbieter teil um acht Seiten erweitert werden. Neu auf dem Markt ist auch ein Poster, das eine junge Familie beim Wandern in Tüchersfeld zeigt. Erheblich waren auch die Vorbereitungsarbeiten für das Jubiläumsjahr 1993 „Entdeckung der Fränkischen Schweiz durch die Romantiker vor 200 Jahren“. Hierfür wurde das notwendige Werbematerial in Form eines Posters, eines eigenen Info-Prospekts und eines Wanderführers entwickelt. Ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm - Höhepunkt wird eine Ludwig-Richter-Ausstellung sein - wurde unter Federführung des Kulturamtes des Landkreises Forchheim und verschiedenen Fremdenverkehrsgemeinden sowie den Landkreisen des Gebietsausschusses ausgearbeitet.

1993 wurde das Romantikerjahr veranstaltet. Es geriet ob ihrer Anzahl und Klasse an Veranstaltungen nicht nur zum erfolgreichsten Kulturspektakel der Region. Es entpuppte sich hinterher auch als erfolgreichstes Tourismusjahr schlechthin. Eine Ludwig-Richter-Ausstellung im Pfalzmuseum in Forchheim mit rund 15 000 Besuchern war einer der Höhepunkte; zahllose Liederabende, Vorträge und Konzerte in nahezu allen Tourismusgemeinden ergänzten das Programm, welches durch Enthüllungen von Gedenksteinen und wissenschaftlichen Publikationen „Nachhaltigkeit“ erfuhren. Es gab einen speziellen Wanderweg „auf den Spuren vorn Wackenroder und Tieck“, alle beschriebenen Originalschauplätze wurden präsentiert und in Prospekten, in Zeitungen und lokalen Vereinsblättern vorgestellt. Das Romantikerjubiläum war aufgrund der in der Tourismuszentrale gesammelten Zeitungsberichte das erfolgreichste PR-Jahr in der fast 20-jährigen Geschichte des Gebietsausschusses. Fernseh- und Rundfunkanstalten berichteten ganzjährig, bundesweit und international, über dieses, von manchen Fachleuten stark unterschätzte Jubiläumsthema. 262 Berichterstattungen im In- und Ausland von der „schreibenden Zunft“ wurden gezählt und erreichten damit rein rechnerisch rund 26 Millionen Leser. Damit wurde eine flächendeckende Werbewirkung erreicht; bei nur minimalen Portokosten für die Aussendung der Ankündigungen. Was sich auch positiv in den Zahlen ausdrückt: Allein im gewerblichen Bereich gab es im Jahre 1993 rund 322 221 Ankünfte mit 1.206.574 ÜN. Zusammen mit den nichtgewerblichen Unterkünften, betragen die **Ankünfte rund 540 000 mit 1,78 Mio. Übernachtungen**, was einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von rund 4,7 Tagen bedeutet. Und noch ein wichtiger Schritt wurde getan: Die Burgenstraße führt endlich durch die Region.

Nordbay. Nachrichten, 27.11.1993 – Mitglied in Burgenstraße - Die Fränkische Schweiz und Forchheim sind jetzt Bestandteil der touristisch bedeutsamen „Burgenstraße“ geworden - Ein weiterer Baustein für die touristische Offensive - Mehr Kulturreisende in die Fränkische Schweiz — Neuer Radwanderführer wird erstellt — Hoffnung auf Zuwächse genährt

EBERMANNSTADT - Neben der „Romantischen Straße“ und der „Deutschen Märchenstraße“ ist die Burgenstraße die bedeutendste deutsche touristische Straße, die bei der Touristikwerbung entsprechend Berücksichtigung findet Im Rahmen der Mitgliederversammlung der „Burgenstraße“ in Kulmbach wurde beschlossen, die Strecke nach Bayreuth weiterzuführen. Ursprünglich war geplant, die Route von Nürnberg aus direkt nach Prag zu führen. Aufgrund der intensiven Bemühungen des Direktors des Fremdenverkehrsverbandes Franken, Olaf Seifert, und Franz-Xaver Bauer, Leiter der Tourismuszentrale, konnte der Beschluss der Mitgliederversammlung dahingehend beeinflusst werden, dass die Strecke nun auch durch die Fränkische Schweiz führt. Sie verläuft jetzt von Nürnberg ausgehend über Heroldsberg und Effeltrich nach Forchheim, über Ebermannstadt, Streitberg und Gößweinstein nach Tüchersfeld, weiter über Waischenfeld, Plankenfels nach Aufseß, Heiligenstadt und Bamberg. Von dort aus geht sie dann weiter über Coburg, Kronach, Kulmbach bis Bayreuth. Über 50 Burgen und Schlösser säumen bis jetzt die romantische Strecke, darüber hinaus wird im Burgenstraßenführer auf die verschiedenartigsten Zeugen der Vergangenheit (Klöster, historische Bauten, mittelalterliche Stadtbilder und dergleichen) hingewiesen. Die Verlängerung der Burgenstraße erfolgte im Übrigen mit finanzieller Unterstützung des bayerischen Wirtschaftsministeriums. Damit wird die notwendige Neugestaltung der Werbemittel und auch ein Radwanderführer erstellt. Mit Ausnahme von Waischenfeld, Plankenfels, Effeltrich und Aufseß trafen sich deshalb kürzlich alle Gemeindevertreter der neuen Strecke im Fränkische-Schweiz-Museum zu Tüchersfeld zu einer Informationsversammlung. In dessen Verlauf konnte Olaf Seifert vom Tourismusverband Franken die Bedeutung und den Stellenwert der Burgenstraße ausführlich erläutern.

Gerade die Stadt Forchheim, vertreten durch die Leiterin des städtischen Verkehrsamtes Brigitte Millack, und der Leiterin des Pfalzmuseums, Susanne Fischer, beurteilten die Integrierung Forchheims als bedeutende Möglichkeit, den Städtetourismus weiter nach vorne zu bringen. Bürgermeister Paul Pöhlmann vom Markt Wiesenttal und Bürgermeister Hans Backer aus Gößweinstein meinten, dass man eine derartige Gelegenheit nur einmal bekomme. Franz-Xaver Bauer sah darin einen weiteren Baustein im Kulturtourismus. Gemeinsam mit Bauer bedauerte Verkehrsamtsleiter Thomas Bernard aus Pottenstein, dass

sein Ort selbst nicht an der Streckenführung liegt, wo Pottenstein doch mit seiner Elisabethen-Burg, als einer der bedeutendsten Fremdenverkehrsorte in der Region gilt. Verkehrsdirektor Seifert berichtete, dass dieses Thema in der Arbeitsgemeinschaft Burgenstraße eingehend besprochen wurde. Letztlich entschied man sich deshalb für Tüchersfeld, weil Pottenstein schon wieder etwa fünf Kilometer näher an der Autobahn Nürnberg-Berlin liegt und somit die Befürchtung laut wurde, dass die Gäste der Burgenstraße sehr leicht in die Versuchung kommen, direkt von Pottenstein aus, über Bayreuth in Richtung Prag zu fahren und somit den gesamten Bereich der Fränkischen Schweiz, zwischen Waischenfeld und Bamberg auszulassen.

Dies trifft vor allem auch auf die Städte Bamberg, Coburg, Kronach und Kulmbach zu. Allerdings kann im redaktionellen Umfeld der verschiedenen Prospekte, der Zusammenhang Tüchersfeld-Pottenstein entsprechend deutlich zum Ausdruck gebracht werden. Verkehrsamtsleiter Wunder aus dem Markt Wiesental machte sich auch für Egloffstein stark. Auch hier musste Seifert einräumen, dass seine diesbezüglichen Vorschläge in der Arbeitsgemeinschaft nicht berücksichtigt werden konnten, da man von Nürnberg aus den direkten Weg nach Forchheim wählte und eine weitere kurvenreiche Strecke nicht einplanen wollte. Betrachtet man nämlich den gesamten Verlauf der Burgenstraße zwischen Mannheim und Nürnberg, so muss man feststellen, dass keine Region so ausführlich berücksichtigt wurde wie die Fränkische Schweiz, denn in den übrigen Teilen führt die Straße mehr oder weniger in gerader Linienführung durch die Regionen. Abschließend wurde vereinbart, dass alle beteiligten Gemeinden ihre Mitgliedschaft schriftlich und definitiv bis spätestens 13. Dezember an die Tourismuszentrale melden.

Und noch ein Ereignis hatte Premiere: Der Kunstsommer, der zusammen mit der Galerie Tauber in Pegnitz in vielen Orten Bilderschauen organisierte und damit ein zusätzliches kulturelles Angebot zum Romantikerjahr schuf.

Nordbay. Kurier vom 18.12.1993 - „Kunstsommer“: Eigene Initiativen gefordert

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Der Kultururlaub nimmt in der Außenwerbung der Tourismuszentrale einen erheblich größeren Stellenwert ein als in früheren Jahren. Nach einem erfolgreichen Romantikerjahr soll die 1993 ebenfalls aus der Taufe gehobene „Kunststraße“ in neuer, ausgeweiteter Form als „Kunstsommer“ weitergeführt werden. Mit verschiedenen Marketing-Instrumenten soll dies von der Tourismuszentrale gefördert werden. In erster Linie soll hierfür ein

eigener Prospekt auf den Markt kommen, in dem die Themen Malerei, bildende Kunst, Musik und Theater getrennt aufgelistet werden. Darüber hinaus erfolgt die Veröffentlichung in der Gästezeitung. Alle Veranstaltungen, die in diesem Prospekt aufgeführt sind, würden auch, soweit Plakate oder andere Werbemittel zur Publikation benutzt werden, durch ein Signet als Veranstaltung des Kunstsommers erkenntlich sein.

Gremium entscheidet. Der Kunstsommer Fränkische Schweiz tritt nicht als Veranstalter auf, sondern in erster Linie als die Einrichtung, die den Zuspruch der einzelnen Veranstaltungen fördert. Alle organisatorischen Aufgaben und Risiken obliegen dem Veranstalter, sei es Gemeinde, Künstler, Kulturverein oder sonstiger Ausrichter. Um rechtzeitig mit der Werbung für die Veranstaltungen des Kunstsommers beginnen zu können, sollen alle Veranstaltungen bis Ende Januar der Tourismuszentrale vorliegen. Letztlich entscheidet ein kleines Gremium über die Aufnahme in den Kunstsommer. Dieser Kreis besteht aus dem Hauptvorsitzenden des Fränkische Schweiz Vereins, Karl Theiler, dem Kulturausschußvorsitzenden des FSV, Walter Tausendpfund, dem Kulturreferenten des Landkreises Forchheim, Anton Eckert, dem Kulturreferenten der Stadt Forchheim, Dieter George sowie dem Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, Franz-Xaver Bauer.

1994 standen „Die Minnesänger in Franken“ im Interesse der regionalen Tourismuswirtschaft. Dabei konnte man sich mit dem aus Gräfenberg stammenden Minnesänger „Wirnt von Gravenberc“ in dieses Kulturthema, welches vom Fremdenverkehrsverband Franken für Gesamt-Franken aufbereitet wurde, mit einbinden. In den Monaten Mai bis Oktober wurden über die gesamte Fränkische Schweiz mehr als zwanzig Veranstaltungen organisiert, die alle einen ausgezeichneten Besuch verzeichnen konnten. Höhepunkte des Themenjahres waren das Bürgerfest der Stadt Gräfenberg mit der Veröffentlichung des Ritter-Wirnt-Epos durch eine Lokalzeitung, das Renaissance-Fest auf der Streitburg sowie der mittelalterliche Markt im Fränkische Schweiz -Museum in Tüchersfeld, mit jeweils mehreren tausend Besuchern. Die Tourismuszentrale hat für das „Minnesängerjahr“ einen Prospekt mit einer Auflage von 20 000 Exemplaren veröffentlicht, in dem alle Veranstaltungen präsent waren. Ein weiterer Sonderprospekt „Kunstsommer Fränkische Schweiz 1994“ informierte über mehr als 100 Veranstaltungen aus den Bereichen Konzerte, Theater, Ausstellungen. Auch dieser Prospekt wurde mit 20 000 Exemplaren durch die Tourismuszentrale finanziert. Seit Franz-Xaver Bauer Geschäftsführer ist, wurde das Messekonzept (seit

1991) stark erweitert. In den Städten Stuttgart und Utrecht wurde eine Kojе in der Frankenstraße belegt. In Essen, Rostock, Köln und Leipzig ist die Fränkische Schweiz durch den gemeinsamen Stand des Fremdenverkehrsverbandes Franken vertreten. Der Beitritt zum Bundesverband des „Ringes der Deutschen Autobusunternehmer“ (RDA) ermöglichte erstmalig die Anmietung eines eigenen Standes auf dem „RDA-Workshop“ in Köln, der größten Fachmesse für Busreiseveranstalter in Deutschland. Ein durch den Fremdenverkehrsverband Franken organisierter Workshop in Nürnberg für internationale Fachbesucher wurde ebenfalls beschickt. Über den Fremdenverkehrsverband Franken war die Fränkische Schweiz mit ihren Angeboten bei Auslandsaktivitäten in Wien, London und Antwerpen vertreten. Gemeinsam mit dem Partnerlandkreis des Landkreises Forchheim, dem Landkreis Pirna, wurde die „Dresdner Herbstmesse“ beschickt. Weiterhin erfolgte eine dreitägige Präsentation im Rahmen der Ausstellung „Oberfranken offensiv“ in der Bayerischen Staatskanzlei in München. Sehr effektiv verliefen auch Tagesaktionen in den Fußgängerzonen der Städte Plauen, Gera und Zwickau. Bedingt durch den Einsatz des Dienstautos der Tourismuszentrale konnten derartige Aktivitäten mit nur geringem finanziellen Aufwand durchgeführt werden. Verkehrsamtsleiterin Helga Rühnagel aus Heiligenstadt vertrat die Fränkische Schweiz gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und dem Fremdenverkehrsverband Franken in Kopenhagen.

Wie im Vorjahr, wurden durch die Tourismuszentrale auch diesmal nahezu 13 000 Anfragen bearbeitet. Dass der Urlaubskatalog „Fränkische Schweiz“ - er wurde in einer Auflagenhöhe von 50 000 Exemplaren hergestellt - ein unverzichtbares Werbeinstrument ist, zeigt das stetig ansteigende Interesse der Betriebe, die ihr Angebot im Katalog darstellen. So hat sich der Angebotsteil seit seiner Erstauflage im Jahre 1987 verdoppelt. Bei der diesjährigen Ausgabe erfolgte auch die notwendige Umstellung im Tabellenteil auf die in Franken einheitlich eingeführte „Touristische-Informations-Norm“ der Deutschen Zentrale für Tourismus. Sorgen bereitete den Menschen in der Fränkischen Schweiz eine neue Art des Tourismus: Tiefflug. Die Fränkische Schweiz wurde mit einem Tiefflugkorridor als Übungsregion von der Bundeswehr auserwählt. In 300-400 Metern Höhe rauschen die Düsenjets mit einem Höllenlärm vorbei. Es dauerte bis in den Sommer 1995, ehe der Korridor auf Druck der einheimischen Bevölkerung und Politiker wieder verlegt wurde. Ausgesprochen positiv dagegen fiel die Beurteilung für das erste Online-Zimmerfreimeldekonzept aus, dass die Stadt Pottenstein vor dem Rathaus installierte. Damit ist es Gästen möglich, sich aus den frei gemeldeten Quartieren (auf einer Karte werden die Vermieter

mit frei und belegt dargestellt), selber ein Quartier auszuwählen. Damit ist der Gast auf der Suche nach einem Quartier vor Ort nicht auf die Öffnungszeiten der Touristinfo angewiesen. Resümee eines erfolgreichen Tourismusjahres:

Nordbay. Nachrichten, 25.5.1994 - Zwei Prozent mehr Übernachtungen in Fränkischer Schweiz - Plus dank Romantik - Romantikerjahr lockte Gäste an

— Touristen werden kritischer

EBERMANNSTADT (gru) - Das mutmaßliche Plus von mindestens zwei Prozent bei Übernachtungen und Gästeankünften im Jahr 1993 hat die Fremdenverkehrs-Branche in der Fränkischen Schweiz wahrscheinlich nur dem Romantikerjahr zu verdanken.

Das Romantikerjahr zur 200-jährigen Entdeckung der Fränkischen Schweiz mit seinen vielfältigen Veranstaltungen und dem immensen Presseecho wird in der Tourismuszentrale in Ebermannstadt dafür verantwortlich gemacht, dass die Region im Gegensatz zu ihren Nachbarn und Konkurrenten -nicht weniger Gäste zählen musste als Vorjahr. Sicher ist diese Aussage freilich nicht, weil nicht jeder Gast befragt wird. Aber im Jahresbericht des Landkreises wird unter dem Stichwort „Fremdenverkehr“ auf eine andere Entwicklung hingewiesen: „In der Saison 1993 war ein besonders kritisches Verhalten der Gäste zu bemerken. Nie zuvor wurde Lob aber auch Kritik am Preis-Leistungsverhältnis so häufig und deutlich zum Ausdruck gebracht“. Aus der Tourismuszentrale ist zu hören, dass ein Wurstbrot für sieben Mark vielen Gästen nicht mehr gerechtfertigt erscheint. Ebenso unverständlich seien die jährlichen Preiserhöhungen der Übernachtungsbetriebe ohne gleichzeitige Verbesserung der Leistung. Bei Nachfragen heiße es dann oft:

„Die Nachbarn sind ja auch teurer geworden.“ Die durchschnittliche Verweildauer im Gasthof- und Hotelbetrieb liegt bei fünf Tagen, in Ferienwohnungen und Privatzimmern zwischen zehn und 14 Tagen. Der Trend zu Ferienwohnungen ist ungebrochen: Die Auslastung lag im letzten Jahr teilweise bei 50 Prozent, im übrigen Übernachtungsbereich etwa bei 40 Prozent. Drei Viertel aller Gäste, so der Jahresbericht des Landkreises, reisen aus den alten Bundesländern an, etwa 20 Prozent aus den neuen Ländern, fünf Prozent aus dem Ausland. Der Rückgang bei den niederländischen Gästen konnte mit Gästen aus Österreich, der Schweiz und Skandinavien wettgemacht werden. Das beliebte Programm „Wandern ohne Gepäck“ steht nach wie vor großen Problemen gegenüber: Die starke Nachfrage kann nicht immer befriedigt werden, da sich einige Zimmervermieter weigern, ihre Räume nur für eine oder zwei Übernachtungen anzubieten. Aus dem gleichen Grund ist in der Fränkischen Schweiz das Geschäft mit Busreisegruppen zurückgegangen, die weniger als vier Nächte bleiben

wollen. Letztere Entwicklung ist aber auch auf die Öffnung der Grenzen nach Osten zurückzuführen. Wer früher übers Wochenende nach Gößweinstein oder Waischenfeld gereist ist, fährt heute vielleicht weiter in die Sächsische Schweiz, nach Karlsbad in Böhmen, nach Thüringen oder in den Spreewald. Messen beschickt - Im vergangenen Jahr beteiligte sich die Tourismuszentrale an Reismessen in Hamburg, Berlin, Utrecht, Stuttgart, Essen, Rostock, Köln, Leipzig, Aachen, München, in Österreich und in Dänemark. Der Urlaubskatalog wird jetzt jährlich statt zweijährlich aufgelegt mit 50 000 statt wie bisher 45 000 Exemplaren. Der Videofilm über die Fränkische Schweiz wird erweitert. Von den 500 gefertigten Kopien waren Ende 1993 mehr als die Hälfte abgesetzt. Der Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz erreicht laut Jahresbericht ein Umsatzvolumen von rund 200 Millionen Mark.

Leserbrief - Was ein Wurstbrot kostet

Zum Artikel der Nordbay. Nachrichten „Plus dank Romantik“, vom 25. Mai. *Es war einmal ein Wurstbrot, das wurde im Wirtshaus gegessen und kostete dort 7 Mark. Da es ein ordentliches Brot war, zahlte es auch Steuern. Dadurch war es „Mehrwert“. Ohne diese 15 Prozent hätte man es auch für 6,08 Mark haben können. Da es nicht selber zum Tisch des Gastes laufen konnte, nahm es gegen Gebühr die Hilfe einer Bedienung in Anspruch. Bei einer unordentlichen Kellnerin wären noch 5,40 Mark von unserem Brot da. Da wir in einem Sozialstaat leben, wissen wir alle, dass für eine Mark Lohn nochmal eine Mark Lohnnebenkosten anfallen. Also schrumpft unser Brot zu einem armen Brötchen Marke 4,72 Mark und ist noch nicht gemacht. Unser Wurstbrot war nicht immer ein Wurstbrot und lebte im Wirtshaus. Der Wirt ist durch das Land gefahren und hat seine Bestandteile gekauft Wurst beim Metzger, Brot beim Bäcker, Butter in der Molkerei, Salat und Gurken vom Markt. Dies hat er dort nicht umsonst bekommen. Geld musste für die Ware eingesetzt werden. Dieser Wareneinsatz liegt bei 2,50 bis 3,00 Mark. Die Zutaten sollen es schön kühl haben. Deshalb kauft unser Wirt ein Kühlhaus. Wenn dies kaputt ist, holt er den Monteur. Damit unsere Hauptperson nicht so schmucklos nackt herumliegt in seinen Einzelteilen, setzte die Kaltmamsell (Küchenfee) das Wurstbrot, zur Feier des Verzehrs, in liebevoller Kleinarbeit zusammen. Sie legte es auf einen schönen Teller. Auf dem wird es in ein gemütliches, vom Licht erhelltes Gastzimmer getragen. Dann, auf einem Tisch, geziert mit einer Tischdecke und ein paar Blumen blickt es den Gast appetitlich an. Nach dem Zeremoniell wird Geschirr und Besteck zurückgetragen, gespült und in den Schrank zurückstellt. Die Gaststube, Küche, Parkplatz, Toilette und alles andere täglich gesäubert. Für diese ganze Arbeit und für Zu- und Abwasser, Müllentsorgung, Lohn- und Einkommensteuer, Gewerbesteuer, Kranken-, Renten- und Arbeitslosenversicherung,*

Haftpflicht-, Brand-, Sturm-, Glas-, Schwachstrom-, Kfz-, Betriebsunterbrechungsversicherung, Pacht, Bankgebühren, Schuldzinsen, Büro und sonstiger Verwaltungskosten sollen rund 2 Mark reichen. Obwohl da wohl noch etwas bleibt die Familie zu ernähren? Die Kinder auszubilden, damit sie den Betrieb weiterführen? Vorzusorgen, dass das Dach immer dicht ist und der Betrieb rechtzeitig modernisiert werden kann? Hoffentlich. Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband bedankt sich im Namen seiner Mitglieder bei allen Gästen für die freundliche Unterstützung und bei der Tourismuszentrale für die gute Zusammenarbeit. Georg Hötzelein, Berg-Gasthof, Regensburg



Abb 10: Das erste Höhlenprospekt der Fränkischen Schweiz kam 1995 auf den Markt. Es enthielt eine ausführliche Beschreibung der drei Schauhöhlen: Teufels-, Sophien- und Binghöhle sowie eine geologische Erläuterung der Höhlenbildung. Repro: Löwisch

1995 Die Fortführung der Jahresthemen wurde auch in diesem Jahr beibehalten. Anlass für das „Höhlenjahr“ war das 90-jährige Jubiläum der Entdeckung der Binghöhle. Ziel der Werbekampagne war zum einen, auf die schätzenswerte Einzigartigkeit dieser empfindlichen Karstlandschaft mit seinen 1 000 Höhlen, laut Höhlenkataster der Naturhistorischen Gesellschaft in Nürnberg hinzuweisen und die Höhlenbesucher auf die drei bekannten Schauhöhlen zu kanalisieren. Ein weiterer „Effekt“ war, dass den Urlaubern ein verbessertes, abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm geboten wurde. Das Höhlenthema wurde auch von den Medien mit großem Interesse aufgenommen und führte zu zahlreicher Berichterstattung. In diesem Zusammenhang ist es erstmals gelungen, die drei Schauhöhlen gemeinsam in einem Sonderprospekt zusammenzufassen. Die erste Auflage in Höhe von 20 000 Exemplaren war bereits nach sechs Monaten vergriffen, so dass im Herbst eine 2. Auflage (ohne Veranstaltungen) mit 50 000 Exemplaren nachgedruckt wurde. Zur Abrundung der „Sonderpro-

spekte - Reihe“ wurde im Mai 1995 der „Museumsführer“ zusammengestellt und in einer Auflage von 10 000 Exemplaren verteilt. Auch hier war es erstmals möglich geworden, 10 Museen der Fränkischen Schweiz kostengünstig in einer Faltbroschüre zusammenzufassen. Ein enormer Kraftakt war die Neukonzeption des Urlaubskataloges. Nachdem die bisherige Aufmachung nicht mehr den heutigen Ansprüchen gerecht werden konnte und zahlreiche Kritik erntete, beschloss die Vorstandschaft²⁷ mit Beirat des Gebietsausschusses, die Ausgabe schon für 1996 in einem neuen Erscheinungsbild auf den Markt zu bringen. Unter der grafischen Federführung der Firma Creative Network in Nürnberg gelang es der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, innerhalb nur sechs Monate einen völlig neuen Verkaufskatalog zu erstellen, in dem über 700 Zimmervermieter auf fast 200 Seiten ihre Häuser offerieren und einem breiten Publikum bekannt machen konnten.

Als weitere Maßnahme wurde dafür durch die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz rechtzeitig zum RDA-Workshop in Köln, der Fachmesse für Busunternehmen und Reiseveranstalter, der neue „Salesguide Fränkische Schweiz“ in einer Auflage von 2500 Ex. auf dem Markt gebracht. Dieses Verkaufshandbuch dient besonders der Organisation von Gruppenreisen. Das A4-große Heft hat einen kleinen Imageteil, in dem die Region bildlich dargestellt wird. Danach stellen sich die Häuser vor, die Busgruppen aufnehmen können. Den Abschluss bilden umfassende Informationen zum Beispiel mit den Öffnungszeiten und Preisen der Sehenswürdigkeiten, ergänzt um Straßenkarten und Veranstaltungshöhepunkten. Bisher wurden die Pauschalangebote von Busgruppenhäusern gesammelt, kopiert und in Klarsichtfolien gebündelt und als Heft an alle interessierten Reisemittlern abgegeben. Jetzt in der gedruckten Fassung wirkt das Heft wesentlich professioneller und ansprechender.



Abb 10: Das überarbeitete, neue Logo. Es zeigt die Ruine Neideck mit Baum, geschwungene Mittelgebirgslandschaft und unten links eine Höhle. Der Schriftzug „Schweiz“ war zuerst ebenfalls geschwungen und wurde später gerade gestellt. Foto: Creative Network, Nürnberg

1995 war für die Tourismuszentrale(TZ) auch ein Jahr der Erneuerung: Zum einen leistete sich das Gebiet ein neues Logo, ebenfalls entworfen von der Firma Creative Network in Nürnberg, dass eine Mittelgebirgslandschaft mit Burg

(Neideck) zeigt und darunter steht der Schriftzug Fränkische Schweiz, wobei das Wort „Schweiz“ mit Buchstaben zuerst in geschwungener Schrift dargestellt und später gerade gestellt worden ist. Das Logo wurde auf Disketten kopiert und kostenlos an alle touristischen Leistungsträger verteilt. Neu sind auch die Telefonnummern, die nun schon sechsstellig sind und damit darauf hinweisen, dass hier ISDN-Telefone benutzt werden, anstatt der Analog-Nummer 8601. Die Post hatte auch ein Zugeständnis für die Touristiker. Die TZ bekam eine sich leicht zu merkende Info-Nummer: 79 77 79. Darüber hinaus bekam jeder Angestellte erstmals eine eigene Durchwahlnummer und das Faxgerät auch. Die Digitalisierung der Telefone (ISDN) ist notwendig geworden, weil sie zur Bearbeitung der neuen „Mailbox Fränkische Schweiz“ notwendig war, die 1996 online ging. Damit erreichte man eine ganz neue, technikaffine Zielgruppe. Mailbox meint: Der Gast kann mit einer Telefonnummer von seinem Computer aus mit einem Modem einen anderen Computer ansteuern, wo Vermieter mit einer Anzeige präsent sind. Der Nutzer kann so über den eigenen Computer Bilder anschauen und Infos über das Quartier einholen. Einziger Nachteil: die Telefonnummer muss der Gast kennen, um sich einwählen zu können. Neu war auch eine junge Dame. Anja Goller, eine Tourismusstudentin die nicht nur frischen Wind in den ehemaligen Sitzungsraum des Landkreisamtes Ebermannstadt brachte, sondern auch gute Ideen zu ihrem Prüfungsfach „Familienurlaub“.

Fränkischer Tag, 9.2.1995 - Keine Euphorie mehr, aber auf hohem Niveau

- Der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz zog Tourismus-Bilanz ,94 - Ein Jahresumsatz von 200 Millionen Mark

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Landrat Otto Ammon war's zufrieden. Der von ihm in seiner Eigenschaft als Vorsitzender des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz vorgetragene Geschäftsbericht war durchweg mit positiven Erkenntnissen gespickt. Demzufolge gab es aus den Reihen der Mitglieder bei der Versammlung im Muggendorfer Gasthof „Goldner Stern“ kaum Kritisches; in der Aussprache waren lediglich einige Anregungen zu vernehmen.

Abgeklungen, so Ammon eingangs, sei die Reiseeuphorie nach der politischen Wende. Aber: Die Zahlen der Gästeankünfte und Übernachtungen haben sich auf einem hohen Niveau eingependelt. Besonders erfreulich sei, dass sich die Aufenthaltsdauer im Vergleich zu den Vorjahren nicht verkürzt hat. Die durchschnittliche Verweildauer in Gasthöfen und Hotels liegt bei etwa fünf Tagen, in Ferienwohnungen bei circa zehn bis zwölf Tagen. Die Auslastung letzterer bezeichnete Ammon als „sehr gut“; sie liegt bei rund 50 Prozent. Ein besonderes Positivum, wenn man bedenkt, dass die Zahl der Ferienwohnungen in den

letzten Jahren erheblich zugenommen hat. 40 Prozent - Die Bettenbelegung im Bereich der Gasthöfe und Hotels hat sich auf einen konstanten Wert von etwa 40 Prozent eingependelt. Dieses Ergebnis bekam von Ammon die Note „zufriedenstellend“, vor allem vor dem Hintergrund, dass das Hauptgeschäft sich auf die Monate April bis Oktober konzentriert und nach wie vor von einer Wintersaison nicht zu reden ist. In Sachen Motivforschung fand man heraus, dass bei der Wahl des Urlaubsquartiers nicht mehr unbedingt der Bekanntheitsgrad eines Ortes maßgebend ist, sondern die Qualität des Angebots. Der Vorsitzende attestierte in diesem Zusammenhang den Betrieben, dass viele von ihnen sich auf die Bedürfnisse des Marktes eingestellt hätten und entsprechend investiv handelten. Ein Vorteil, der sich besonders im Bereich der Reisegruppen positiv auswirke.

Aus dem Süden - Die Einzugsgebiete, aus denen die Gäste der Fränkischen Schweiz kommen, sind relativ unverändert. Rund 70 Prozent kommen aus den alten Bundesländern und hier vornehmlich aus dem süddeutschen Raum. Bei etwa 25 Prozent liegt der Anteil der Gäste aus den neuen Bundesländern; dort ist ein steigendes Interesse aus den nördlichen Bereichen zu erkennen. Bei den ausländischen Besuchern reduzierte sich das Aufkommen aus den Niederlanden. Das wurde jedoch durch Zuwächse aus der Schweiz und aus Österreich (vor allem Reisegruppen) wieder wettgemacht. Probleme gibt es (nach wie vor) bei der Unterbringung von Reisegruppen mit kurzen Aufenthaltsdauern. Die Klage wiederholt sich beinahe jährlich: „Es ist immer wieder äußerst schwierig, für Reisegesellschaften ein Quartier für zwei oder drei Übernachtungen in der Fränkischen Schweiz zu bekommen“, so Ammon. Dieses Problem trat aber auch bei kleineren Gruppen auf, die „Wandern ohne Gepäck“ buchen wollten. Hier gab es einige Absagen. Dass man den Kulturtourismus mit besonderen Themen (1993 das Romantikerjahr, 1994 die Minnesänger) ankurbelte, wurde von den Fremdenverkehrs-Experten als sehr positiv bewertet. So wurden im vergangenen Jahr über 20 Veranstaltungen zum Thema Minnesang in der Fränkischen Schweiz organisiert, die gut besucht wurden.

Im Rahmen des „Kunstsommers“ gab es mehr als 100 Veranstaltungen aus den Bereichen Konzert, Theater und Ausstellungen. Ein besonderes Lob ging in diesem Zusammenhang an die „Gangolf-Bühne“ aus Hollfeld. Ammon sicherte zu, dass der Kulturtourismus im Marketing-Konzept der Tourismuszentrale auch künftig besonders berücksichtigt werde. Viel unterwegs - Im Bereich der Werbung stand (vor allem vom finanziellen Aufwand her gesehen) der Besuch von Messen oben an. Mit eigenem Stand geht die Fränkische Schweiz nach Hamburg, Berlin und Frankfurt. Präsent war man auch in Stuttgart, Utrecht,

Essen, Rostock, Köln und Leipzig. Über den Fremdenverkehrsverband Franken erreichte man auch Wien, London und Antwerpen. Weitere Aktionen gab es in Dresden, Plauen, Gera, Zwickau und München. Helga Rühnagel aus Heiligenstadt vertrat die Fränkische Schweiz in Kopenhagen. Im Urlaubskatalog „Fränkische Schweiz“ (Auflage 50 000) hat sich der Angebotsteil seit der Erstauflage 1987 verdoppelt. Neu aufgelegt wurde der Streuprosppekt „Radlermagazin“. Eine „Gästezeitung“ informiert den Gast über Veranstaltungen und mögliche Beschäftigungen. Als besonders hilfreich wird der 1993 produzierte Videofilm über die „Fränkische“ angesehen. Die 800 hergestellten Kopien sind fast gänzlich abgesetzt. An einer Aktualisierung wird gearbeitet. Der Altersdurchschnitt der Urlauber in der Fränkischen Schweiz hat sich mittlerweile bei 50 Jahren eingependelt. Ammon führte das unter anderem darauf zurück, dass man ein Feriengebiet für Familienurlaub habe. Dazu gehöre vor allem das Angebot „Urlaub auf dem Bauernhof“. An der Spitze der Urlaubsaktivitäten steht immer noch Wandern. Fahrrad-Tourismus, Klettern, Kajak fahren, Fliegenfischen, aber auch Golf und Segelfliegen folgen in der Gunst der Besucher.

Dass mit einem Jahresumsatz von etwa 200 Millionen Mark in der Fränkischen Schweiz auch 1994 „ein zufriedenstellendes Ergebnis“ erzielt werden konnte, führte Ammon abschließend auf eine positive Zusammenarbeit aller Beteiligten zurück. Landratskollege Dr. Dietel aus Bayreuth sah das ähnlich. Er sprach von einem erfolgreichen Jahr. Die Wachstumskurve könne schließlich nicht immer nach oben gehen. Ziel müsse es sein, das mittlerweile erreichte, hohe Niveau zu halten, freilich unter Wahrung der Identität von Land und Menschen. Rücklagen - Das Thema Finanzen war schnell abgehandelt. Ammon informierte, dass zum Jahresende ,94 Rücklagen in Höhe von 120 100 Mark angesammelt waren. Der 95er Etat schließt im Ansatz mit knapp 770 000 DM auf der Einnahmen- und Ausgabenseite ab. Auf der Ausgabenseite schlagen die Personalkosten mit 210 000 Mark, der Verkaufskatalog mit 255 000 DM und die besondere Werbung (Messen etc.) mit 135 000 DM am stärksten zu Buche.

Der Direktor des Fremdenverkehrsverbands Franken, Olaf Seifert, wies in seinem Statement auf die aktuellen Tendenzen hin. Der Wettbewerb werde immer härter werden und es bedürfe immer größerer Anstrengungen, sich auf dem Markt durchzusetzen. Nur qualitativ hochwertige Leistungen seien auch durch entsprechende Preise kalkulierbar. Anders ausgedrückt: „Gäste um jeden Preis können wir uns nicht mehr leisten“, so Seifert.

1996 Im Januar gründete sich in Behringersmühle die Arbeitsgemeinschaft „Fränkische Schweiz- Hotels“, die es sich zur Aufgabe machte, auszuloten, ob die Mitgliedshotels selber vermarktet werden können. Initiator war der Pottensteiner Hotelier Theo Bruckmayer. Das Ergebnis war positiv. Deshalb schlossen sich im Juni gleichen Jahres 18 Gastronomen zum Verein „Fränkische Schweiz- Hotels“ zusammen; mit einem Bären im Logo und mit dem festen Willen, nur die Häuser mit ins Boot zu nehmen, die mindestens zwei Hotelsterne für ihr Haus vorweisen können. Erfolgreiches Jahresthema 1996: „Landleben erleben“. Zum Gelingen trug das sehr gutes Zusammenwirken mit den Verkehrsämtern und Organisationen der Interessengemeinschaften „Urlaub auf den Bauernhof“ sowie deren Kreativität bei, wurde im Jahresbericht ausdrücklich erwähnt. Pauschalangebote und auch die Tagesveranstaltungen erfreuten sich einer guten bis hervorragenden Resonanz und erregten auch immer wieder das Interesse aller Medienbereiche. Besonders hervorzuheben ist hier das Angebot „Ein Tag beim Bauern“, organisiert vom Verkehrsamt Wiesental, das von mehr als 500 Gästen besucht wurde. Neben einem Sonderprospekt mit mehr als 100 Veranstaltungen wurden ein Poster sowie die entsprechende Darstellung im Katalog als Marketinginstrumente eingesetzt. Vom Tourismusverband Franken wurde diese Aktivität als beispielhaft hervorgehoben und als fränkisches Gesamtthema für 1998 projiziert. Zum 1. Mai 1996 ging Otto Ammon (CSU) als Landrat in Pension und überließ das Feld einem Freien Wähler, Reinhardt Glauber aus Pinzberg, der als Architekt in der Berufsschule Forchheim das Bauwesen lehrte.

Fränkischer Tag, 1.2. 1996 - Keine rosigen Aussichten: Kleinere Stücke vom selben Kuchen - Gebietsausschuss Fränkische Schweiz bilanzierte das Tourismusgeschäft - Fünf Prozent Rückgang - Verdrängungswettbewerb fordert Kräftebündelung

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Eins steht fest, die fetten Jahre in der Fremdenverkehrswirtschaft der Fränkischen Schweiz sind vorbei. Die Kost, aus der sich die Umsatzzahlen zusammensetzen wird magerer, was auch durch Zahlen klar belegbar wird: Um etwa fünf Prozent ist das Gesamtergebnis in der „Fränkischen“ im vergangenen Jahr zurückgegangen. So jedenfalls ein Fazit von Landrat Otto Ammon in der Mitgliederversammlung des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz im Pottensteiner Bürgerhaus. Der Vorsitzende verwies in seinem Geschäftsbericht 1995 auch auf einige Ursachen: eine schleppende Konjunktur, günstige Auslandskurse und eine bis in den Juni andauernde Schlechtwetterperiode. Doch das allein macht es noch nicht aus. Die Mitbewerber aus den neuen Bundesländern sind durch ihre finanziellen Vorteile zu einer „überaus

starken Konkurrenz“ geworden. Anders ausgedrückt, die Stücke des deutschen Urlaubskuchens werden keinesfalls größer. Vereinzelte Zuwächse - Dennoch sprach Ammon aber immer noch von „einem zufriedenstellenden Ergebnis“, vor allem deshalb, weil einige Anbieter in der Fränkischen Schweiz Umsatzzuwächse verzeichnen konnten. „Gut bis sehr gut“ ist nach wie vor die Belegung der Ferienwohnungen. Die Auslastung liegt bei rund 50 Prozent, trotz steigender Angebote, was freilich eine Verringerung der einzelnen Betriebsergebnisse nach sich zieht. Auch hier werden die Kuchenstückchen immer kleiner. Dem traditionellen Juni-Juli-Loch sollte, so Ammon, durch attraktive und auf diese Jahreszeit abgestimmte Pauschalangebote entgegengewirkt werden. Nur so könne man den „Dumping-Preisen vieler Reiseveranstalter ins Ausland Paroli bieten“. Die Folge: seit 1995 gibt es einen Sonderprospekt „Pauschalangebote in der Fränkischen Schweiz“. Die Auslastung von Quartieren in kleineren Orten ist im Übrigen mittlerweile ebenso gut wie in den Hauptorten. Eine Konsequenz der Mobilität der Gäste und der Qualität der Quartiere. Unverändert kurz ist nach wie vor die Aufenthaltsdauer. Durchschnittlich fünf Tage in den Hotels und Gasthöfen, sieben Tage in den Pensionen und zehn bis zwölf in den Ferienwohnungen. Bezüglich der Herkunftsregion der Gäste ergibt sich folgendes Bild: 25 Prozent kommen aus den neuen Bundesländern, rund fünf Prozent aus dem Ausland. Dort vor allem Niederländer, Schweizer und (mit leicht steigender Tendenz) Österreicher und Franzosen. Familienurlaub ist am gefragtesten, einige Orte erzielen aber bis zu 65 Prozent ihrer Buchungen aus dem Busgeschäft. Bei den Individualgästen ist Wandern immer noch die beliebteste Aktivität. Radeln und Schwimmen folgen mit Abstand. Um mehr Neugierde zu wecken, wurde 1993 ein jährlich wechselndes Schwerpunktthema eingeführt. Dieses Marketingkonzept wurde 1995 mit dem „Höhlenjahr“ fortgesetzt und mit großem Interesse, so Ammon, aufgenommen. Der Kulturtourismus wurde durch den „Kunstsommer Fränkische Schweiz“ nachhaltig gefördert. Mehr als 100 Veranstaltungen aus den Bereichen Theater, Konzerte und Ausstellungen sind dafür ein Beleg. Besonders gut kam die Gangolfsbühne Hollfeld mit ihrem „Theatersommer“ an: Über 6000 Besucher konnte die Truppe um Jan Burdinski anlocken.

Wichtiges Werbemittel ist natürlich der Urlaubskatalog. „Ein enormer Kraftakt war die Neukonzeption“, so der Vorsitzende. Er kommt heuer mit einem neuen Erscheinungsbild auf den Markt; in ihm sind über 700 Zimmervermieter vertreten. Überarbeitet wurde auch das Fränkische-Schweiz-Video, es liegt jetzt in der zweiten Auflage vor. Die Resonanz auf diese Werbung (dazu gehören auch Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften) ist fassbar: 1995 musste die Tou-

rismuszentrale (TZ) in Ebermannstadt rund 13 000 Anfragen bearbeiten. Ein weiteres Standbein ist die Präsenz auf Touristikmessen. „Ein unerlässlicher Bestandteil im Marketingkonzept einer jeden Urlaubsregion“, führte Ammon aus. Und die Mitarbeiter der TZ hatten in diesem Bereich zu tun: Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig, Dresden, Utrecht, Stuttgart, Essen, Zürich, Frankfurt, Ludwigshafen und Nürnberg. Das Fazit des Vorsitzenden: „Insgesamt war die Arbeit geprägt von einer reibungslosen Zusammenarbeit aller Beteiligten „Es kann nur zum Nutzen der Urlaubsregion Fränkische Schweiz sein, wenn alle Institutionen gemeinsam an einem Strick ziehen, um so in der immer stärker werdenden Konkurrenz auf dem Tourismussektor bestehen zu können.“ Landratskollege Dr. Dietel (Bayreuth) stimmte dem zu. Es sei ein schwieriges Jahr gewesen, aber trotz der „Wachstumsdelle“ könne man noch zufrieden sein. Wichtig sei es für die Zukunft, der Region ein „emotionales Profil“ zu geben, um so auch „in die Herzen der Besucher zu gelangen“. Insgesamt sei für 1996 „ein gemäßigter Optimismus“ angesagt. Dass das alles Geld kostet, ist klar, und so wurde den Mitgliedern auch das Rechnungsergebnis ,95 und der Haushalt 1996 vorgelegt. Danach erwirtschaftete man einen Überschuss von 14 000 Mark, der in der Hauptsache durch einzelne Minderausgaben und mehr 5b-Mittel als erwartet zustande kam. Das finanzielle Plus fließt den Rücklagen zu, die dadurch auf rund 135 000 Mark ansteigen. Die werden freilich bald angeknabbert. Wie TZ-Chef Franz-Xaver Bauer informierte, werden allein 50 000 DM für die Vorbereitung des Jahresthemas 1997 und weitere Gelder für die Herausgabe einer neuen Panoramakarte fällig. Der 96-er Etat wurde aufgestockt. Gegenüber dem Vorjahr klettert er um 6,5 Prozent auf nunmehr (Gesamtansatz) 817 000 Mark. Hauptausgabeposten sind der Verkaufskatalog (240 000 DM) und die Personalkosten (222 000 DM). Das Zahlenwerk wurde von den Mitgliedern verabschiedet.

Noch ist das diesjährige Motto „Landleben erleben“ nicht einmal Urlaubsrealität, da laufen die Vorbereitungen für 1997 auf Hochtouren. Dann wird es „Ritter, Burgen und Dörfer“ geben, festgemacht am Tod des letzten Schlüsselbergers Konrad II. vor 650 Jahren. Toni Eckert vom Landratsamt Forchheim zieht hier die Fäden, und er legte der Runde sein Konzept vor. Danach soll das Mittelalter in der Fränkischen Schweiz beleuchtet, dargestellt und dokumentiert werden. Und zwar nicht nur auf der Ebene der Adeligen, sondern auch auf der Ebene sozial tiefer angesiedelten Schichten. Fünf Ziele formulierte Eckert: eine erhöhte Sensibilität in der heimischen Bevölkerung für die eigene Geschichte und die erhaltenen Denkmale wecken; Impulse für den Fremdenverkehr; die Vermittlung eines geschichtlich und soziologisch stimmigen Bildes; Geschichte

der Kleinstädte in der Fränkischen Schweiz; fundierte Publikationen. Um das zu realisieren, ist allerhand geplant. So Museumsausstellungen, Vorträge, Theater und Konzerte, ein Burgenführer für den interessierten Laien, eine intensive Öffentlichkeitsarbeit sowie eine ganze Anzahl von Veranstaltungen und Festen (Burgfest auf der Neideck, Ritterturnier, Ritteressen und derlei mehr). Dass man in der Fränkischen Schweiz (aus Sicht der Touristiker) auf dem richtigen Weg ist, bestätigte der Direktor des Fremdenverkehrsverbands Franken, Olaf Seifert. Er bescheinigte der Region eine „Vorbildfunktion“ (etwa durch die Jahresthemen), schrieb den Mitgliedern aber auch ins Stammbuch, dass die Luft in den kommenden Jahren immer dünner werde. Er prophezeite einen Verdrängungswettbewerb, dem man nur durch mehr Qualität und eine Bündelung der Kräfte entgegentreten könne. Müller.

Interessante touristische Statistik für den Landkreis Forchheim, welche die Bedeutung des Wirtschaftszweiges Tourismus deutlich zeigt:

Nordbay. Nachrichten, 15.6. 1996 - Nach der letzten Zählung vom 30. April 1993 gibt es fast 400 Betriebe des Hotel- und Gaststättengewerbes. Der Landkreis besitzt eine Menge Wirtschaftskraft. Die Liste reicht von Gasthöfen und Restaurants bis zu Hotels und Pensionen - Über 1900 Beschäftigte auf den Lohnlisten

FORCHHEIM (mar) — Das Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung bat dieser Tage Ergebnisse der Handels- und Gaststättenzählung bekanntzugeben. Danach gab es am Stichtag 30. April 1993, dem jüngsten Erhebungsstichtag, im Landkreis Forchheim insgesamt 392 Hotels, Gasthöfe, Restaurants, Imbisshallen oder Pensionen, um nur einige Beispiele zu nennen. Beschäftigt waren in diesem Wirtschaftsbereich am Erhebungsstichtag 1901 Männer und Frauen im Kreisgebiet.

Von den 392 „Arbeitsstätten“ des Gastgewerbes, die im Landkreis Forchheim gezählt wurden, handelte es sich in 129 Fällen um Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Hotels Garni, hat das Landesamt ermittelt. Dazu kommen elf „sonstige Beherbergungsbetriebe“ (beispielsweise mit Ferienhäusern und Ferienwohnungen) und 153 Restaurants, Cafés, Eisdielen und Imbisshallen. 94mal zählten die Statistiker Arbeits-Stätten des „sonstigen Gaststättengewerbes“ wie Schankwirtschaften, Bars und Vergnügungslokale oder Diskotheken und Tanzlokale. Unterteilt hat das Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung auch, wieviel Beschäftigte es am Erhebungsstichtag 30. April 1993 in welchem Wirtschaftszweig im Landkreis Forchheim gab. Danach standen 725 Namen auf Lohn-

und Gehaltslisten der Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Hotel Garni, 83 Beschäftigte wurden im „sonstigen Beherbergungsgewerbe“ gezählt, 700 Männer und Frauen arbeiteten in Restaurants, Cafés, Eisdielen und Imbisshallen, 377 Beschäftigte verdienten sich ihr Geld im „sonstigen Gaststättengewerbe“ (also beispielsweise in Schankwirtschaften und Diskotheken) und 16mal wurden Beschäftigte im Bereich „Kantinen und Caterer“ gezählt. Nach dem jetzt vorliegenden Zahlenmaterial gab es am Erhebungsstichtag im Landkreis Forchheim in den Arbeitsstätten, die in die Statistik aufgenommen wurden, 1878 Fremdenzimmer, 3499 Fremdenbetten und 66 „Wohneinheiten“ in Ferienhäusern sowie in Ferienwohnungen mit insgesamt 215 Schlafgelegenheiten.

Fünfte Erhebung - Die Handels- und Gaststättenzählung, so betont das Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung in seinem Bericht, wurde 1993 nach den Zählungen von 1960, 1968, 1979 und 1985 zum fünften Mal durchgeführt. Wichtig sei die Erhebung vor allem als „umfassende Bestandsaufnahme im Hinblick auf die Einführung des EG-Binnenmarktes“. Derartige Erhebungen seien zur spezifischen detaillierten Darstellung der Branchenstrukturen unerlässlich, doch wegen der großen Zahl der einzubeziehenden Unternehmen und Arbeitsstätten und des damit verbundenen hohen Kosten- und Arbeitsaufwandes seien solche Statistiken nur in längeren Abständen vorgesehen. Im Landkreis Forchheim betrug der Umsatz der Arbeitsstätten des Gastgewerbes im Jahr 1992 insgesamt 104 566 000 Mark, das entspricht einem Umsatz von 267 000 Mark je Arbeitsstätte und 55 006 Mark je Beschäftigten, so das Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung. Der Durchschnitt in Bayern lag bei einem Umsatz von 439 000 Mark je Arbeitsstätte und von 75 537 Mark je Beschäftigten. Als Umsatz gilt der Gesamtbetrag der abgerechneten Lieferungen und sonstigen Leistungen (beim Gastgewerbe einschließlich Bedienungsgeld, Getränke-, Sekt- und Vergnügungssteuer — nicht jedoch durchlaufende Posten wie Kurtaxe oder Fremdenverkehrsabgabe) einschließlich Eigenverbrauch, Verkäufen an Betriebsangehörige sowie gesondert in Rechnung gestellter Kosten für Fracht, Porto, Verpackung usw., ohne Rücksicht auf Steuerpflicht.

Der Tourismus-Guru der Region, Andreas Pflaum vom PPP, fordert eine stärkere Professionalisierung des Tourismusbereiches:

Nordbay. Kurier, 21./22.9.1996 - „Mehr Praxisbewusstsein, weniger Politik“ - Andreas Pflaum fordert die Entflechtung von Tourismusindustrie und politischen Interessen

PEGNITZ/NÜRNBERG. Das lokale Tourismuskonzept aus der Sicht der Spitzengastronomie - Zu diesem Thema sprach Andreas Pflaum vom Pegnit-

zer Pflaums Posthotel (PPP) bei einer von Ministerpräsident Edmund Stoiber initiierten Runde in Nürnberg, die ein neues Marketingkonzept für den bayerischen Tourismus erarbeiten sollte. „Ich saß dort als einziger Nichtpolitiker wie auf einem Feuerstuhl“, sagt Pflaum. Seine provokative These: „Der Tourismus braucht mehr Praxisbewußtsein und weniger Politik.“ Projektleiter Rolf Freitag hatte sieben Experten eingeladen: den Regierungsdirektor aus Würzburg Franz-Theo Reinhard, den Direktor des Tourismusverbandes Franken, Olaf Seifert, den Verkehrsdirektor der Stadt Nürnberg, Michael Weber, den Kurdirektor der Staatsbäder Bad Kissingen und Bocklet, Detlev Janetzek, und den Direktor des Germanischen Nationalmuseums, Dr. Michael Sonneberg. Gut und billig? - Das Posthotel und das Hotel Feiler — neben dem PPP das einzige „Nobelhotel“ in der Fränkischen Schweiz — bewegten sich auf einer anderen Ebene als die anderen Fremdenverkehrsbetriebe, gab Pflaum zu bedenken. Denn während die Spitzengastronomie nicht ständig nach dem Preis schielen müsse, stehe der normale Gastronom, der Inhaber eines Gasthofes, einer Gaststätte oder eines Cafés, vor dem Problem, Qualität zu einem erschwinglichen Preis anzubieten. Die Situation in der Fränkischen Schweiz habe sich durch die Wiedervereinigung erheblich verschärft:

Die schönsten Reiseziele lägen jetzt direkt vor den Füßen der Berliner. In dieser Situation zeuge es nicht von Einfallsreichtum und Weitblick, sagte der Gastronom, wenn eine Stadt wie Pottenstein eine Rodelbahn für die eigenen Kinder und ein Hallenbad für die eigenen Bewohner mit Millionenaufwand errichte, statt ein historisches Kleinod, das dem Verfall entgegen dämmernde Felsenbad, zu renovieren und entsprechend auszugestalten. Dieses Felsenbad sei international bekannt und würde im Falle seiner Wiederherstellung auf die Touristen aus aller Welt Anziehungskraft ausüben. „Dieses Beispiel zeigt die Richtigkeit meiner These auf: Politiker entscheiden auf dem Gebiet und treffen — wie im Fall Pottenstein — kleinkarierte Regelungen, bei denen der unbefangene Beobachter zu dem Schluss kommen muss, dass die Sicht durch Scheuklappen eingeschränkt war“, sagte Pflaum. Niemand fahre nach Pottenstein, um dort ein Hallenbad zu besuchen, das er auch daheim vorfinde. Da im Winter keine Gäste kämen, könnten deren Kinder die dortige Rodelbahn nicht benützen. Und Sommerrodelbahnen seien wohl auch in Berlin vorhanden. Dagegen würde das Felsenschwimmbad mit zusätzlichen kulturellen und gastronomischen Einrichtungen eine Attraktion darstellen, mit der Pottenstein der Ostsee Paroli bieten könne.

Kennzeichnend für die Situation und die Passivität der regionalen Politiker sei, so Pflaum, dass die umfangreiche Expertise der „Fünf Weisen der Fränkischen

Schweiz“, von Experten aus Wissenschaft, Medien und Gastronomie, einfach in einer Schublade verschwunden sei. „Niemand scheint etwas davon erfahren zu haben, dass die fünf Experten (im Ideenkreispapier (siehe Anlage weiter hinten) all das vorausgesagt haben, was mittlerweile eingetreten ist: erhebliche Rückgänge der Besucherzahlen, fallende Umsätze, Krisen einzelner Betriebe“, sagte der Hotelier. Auch die Vorschläge, die dort zur Verbesserung unterbreitet wurden, seien offenbar unter den Tisch gefallen. „Ihr Aufgreifen hätte wirklich harte Arbeit am Detail zur Folge gehabt, eine Sache die dem populistischen Politiker und über die Enge seiner Akten hinauskommende Bürokratismus weniger liegt“, sagte Pflaum. Der Einsatz von Fachleuten sei gefordert. Der Tourismus brauche mehr Praxisbewußtsein und weniger Politik. Unverfälschtes im Trend - „Während immer größere und futuristischere Erlebniswelten entwickelt und irgendwo auf günstigem Bauland gestellt werden, erkennen Trendforscher bereits die Entwicklung zurück zum Echten, Ursprünglichen, Unverfälschten“, berichtete der Gastronom. Gerade für die Fränkische Schweiz könne sich dieser Trend als Chance erweisen. Das Ziel der Tourismusanbieter müsse es sein, die Ferienregion so erlebbar zu machen, wie sie sei. „Unsere Welt, das ist die Landschaft, die Kultur, die Tradition, aber auch die Moderne“, sagte Pflaum. „Vor allem aber sind es die Menschen.“ Warum Erlebnisparks als Gettos bauen, wenn es in jeder Ferienregion weit mehr zu erleben gibt? Warum alles auf kleinen Raum konzentrieren, wenn der Weg zu den Attraktionen ein Erlebnis sein kann? Der Gast wolle viel erleben, ohne selbst viel dazutun zu müssen.

Vorhandenes erleben - „Verleitet man den ausländischen wie einheimischen Gast dazu, das Vorhandene richtig zu erleben und zu genießen, gewinnen auch die kleinen, aber unverfälschten Angebote an Wert“, sagt der Hotelier. Das Bratwurstessen, die Karpfenparty, das Schaufele in einer fränkischen Küche, der Besuch einer Probe des Gesangsvereins, die Mühlenwanderung, der Ausflug in die Bäckerei, Brauerei, Schnapsbrennerei — all das seien echte Alternativen zu Scheinwelten und Erlebnisparks. „Das meiste ist schon lange da. Nun geht es darum, die Elemente auf originelle Art miteinander zu verbinden.“

Der Kampf um Touristen könne in Deutschland nicht über den Preis gewonnen werden. So lange in der Gastronomie nicht die Bereitschaft vorhanden sei, nach höherer Qualität zu streben, so lange werde keine Verbesserung der Lage eintreten. Es sei die Aufgabe der Fremdenverkehrsämter, der Gastronomie und der Medien, das Bewusstsein dafür zu wecken, dass Qualität im Inland weniger kostet als im Ausland. Hauptprobleme der Tourismusindustrie sind laut Pflaum die mangelnde öffentliche und politische Akzeptanz als Wirtschafts- und Lebensbereich, dazu das oberflächliche Wissen über die Touristen und die über-

triebene Einschätzung der regionalpolitischen Bedeutung des Tourismus. Auch staatliche Förderung führe nicht automatisch zur Qualitätsverbesserung. Echte Qualitätsangebote würden so mehr bekämpft als gefördert. Schlechte Qualität habe oft die enge Verflechtung von Politik und Fremdenverkehr zur Ursache. Bei den Fremdenverkehrsverbänden, Kurverwaltungen, Verkehrsvereinen, und -ämtern seien die leitenden Positionen fast immer politisch besetzt. „Damit wird der Tourismus weniger unter den Gesichtspunkten des Marktes als unter politischen Gesichtspunkten bewertet und entwickelt“, sagt der Gastronom.

1997 stand im Zeichen des „Schlüsselbergerjahres“ und war ein ebenfalls sehr erfolgreiches, was die Besuche der Veranstaltungen anging. Anlass war der 650. Todestag von Konrad II. von Schlüsselberg, der als einer der bedeutendsten Herrscher der Region gilt, sich auch als Städtegründer (1315 Waischenfeld, 1322 Ebermannstadt) betätigte und in mehr als 63 Orten der Region Besitzungen hatte. Rund eine halbe Million Mark wird sich der Gebietsausschuss, zusammen mit den beiden Museen in Tüchersfeld und Forchheim, das Kulturprojekt „Ritter, Burgen und Dörfer“ kosten lassen. Damit werden rund 50 Veranstaltungen finanziert, die geeignet sind, das Mittelalter wieder wachzurufen. Auch hier war das Forchheimer Kulturamt als Projektleiter eingeteilt und Reinhard Löwisch übernahm wieder die im Romantikerjahr so erfolgreiche Pressearbeit. Rückblickend beschreibt der Projektleiter das Themenjahr wie folgt²⁸: Die gesteckten Ziele sind voll erreicht worden. In der hiesigen Bevölkerung konnte durch die zahlreichen Veranstaltungen eine erhöhte Sensibilisierung für die Geschichte der Fränkischen Schweiz erreicht werden. Dadurch sind auch neue Impulse für die Attraktivität des Fremdenverkehrs in der Region ausgegangen. Rund 80 000 Besucher in die Fränkische Schweiz zu den Sonderveranstaltungen gekommen. Nimmt man als statistisches Mittel, ca. DM 40 pro Person und Tag, ergibt sich daraus ein guter Umsatz und damit auch ein wirtschaftlicher Impuls für die beteiligten Betriebe. Nachwirkungen erhofft man sich von den Publikationen, die anlässlich des Schlüsselbergjahres erstellt wurden. Vom Burgenführer, in einer Auflage von 4000 Exemplaren gedruckt, konnten bisher rund 2200 Stück verkauft werden. Ähnlich gut läuft der Ausstellungskatalog, von dem 3000 Exemplare gedruckt wurden. Zum April 1998 soll zudem ein Kompendium auf den Markt kommen, in dem alle 20 wissenschaftlichen Vorträge des Jubiläumsjahres zusammengefasst werden. Auch die Jugend war in das Jubiläumsjahr eingebunden: so beim Schauspiel „Der Tod des letzten Schlüsselbergers“ und durch die Kollegstufe des Fränkische Schweiz - Gymnasiums, die Grabungen auf der Neideck durchführte und dabei

alte Keramiken fand. Von den rund 80 000 Besuchern besuchten rund 37 000 Gäste die Sonderausstellungen in den drei Museen. Im Fränkische Schweiz-Museum in Tüchersfeld waren es fast 29 000 auf der Waischenfelder Burg rund 5000 und im Forchheimer Pfalzmuseum rund 3000 Besucher. Hervorragend verlief das Schauspiel vom letzten Schlüsselberger auf der Ruine Neideck. Sechs Veranstaltungen waren ausverkauft, allein die Premiere musste wegen starken Regens ausfallen. Rund 3500 Besucher kamen zum Theaterstück. Auch die anderen populären Veranstaltungen liefen hervorragend. Zum Mittelaltermarkt nach Ebermannstadt kamen rund 4000 Besucher, das Waischenfelder Burgfest besuchten 5000 Gäste. Das Ritterturnier in Reizendorf war von rund 8000 Besuchern besucht, zum Ritterspektakel auf der Ruine Neideck kamen an die 12 000 Gäste. Erfreulich war das Jahr 1997 auch aus Sicht der Werbeanstrengungen der Tourismuszentrale: Mittlerweile werden durch die Tourismuszentrale jährlich 14 Sonderprospekte, zuzüglich „Urlaubskatalog“ herausgegeben. Der neue „Salesguide“ ist anlässlich des „RDA-Workshops“ von der Fachjury der RDA (größter Europäischer Verband der Busunternehmer und Reiseveranstalter) mit dem Ehrenpreis „12. Aktion Roter Bus ‘97“ ausgezeichnet wurde, und dies rückwirkend für die 1996 erschienene Erstauflage des Gruppenhandbuchs. Das war insgesamt die erste und bisher einzige Auszeichnung für ein Prospekt in der Geschichte der Tourismuszentrale.

Auch im Onlinesegment ist die Tourismuszentrale seit vielen Jahren erfolgreich unterwegs. Bei BTL (BayernTourismusLine) handelt es sich eine vom bayerischen Wirtschaftsministerium unter dem Dach „Bayern online“ geförderten Maßnahme. Ziel des Projektes ist eine dynamische Datenbank mit allen touristischen Informationen, aller bayerischen Tourismusorte- und Gemeinden. Auch hier ist die Fränkische Schweiz als eine von nur zwei fränkischen Regionen federführend beteiligt. Für die umfangreiche Pflege des Datenbestandes beschäftigt der Gebietsausschuss seit dem 8.9.1997 eine ABM-Kraft (Christa Pischel), die zweieinhalb Jahre mit der Eingabe und Pflege der BTL- Daten beschäftigt war, ehe die Software an die Info GmbH, Kirchehrenbach übergang. Jene wollte das Onlinebuchen auf eigene Faust weiterführen - auch mit eigenem Personal, obwohl es sehr zeitaufwändig ist. Ein Fragebogen zum Thema Ferienwohnungen beispielsweise umfasst 17 Seiten an Fragen, die ins System eingepflegt werden müssen. Zusätzlich zu BTL wurde im November 1997 die Homepage www.fraenkische-schweiz.com frei geschaltet. Neben der Stadt Würzburg ist die Fränkische Schweiz zu dem Zeitpunkt der einzige fränkische Anbieter von Internetseiten, was sich auch in rasant steigenden Zugriffszahlen bemerkbar macht. Damit verbunden bekam die Tourismuszentrale auch ihre erste eigene

Mailadresse fraenkische-schweiz@t-online.de. BTX wurde wieder eingestellt, weil sich das Internet mit den E-Mailanfragen rasant entwickelt hat und BTX bei den Anfragen innerhalb weniger Monate bei weitem überholte.

Nordbay. Kurier, 20.6.1997 - Tourismuszentrale im weltweiten Netz - Spätestens ab August soll die Fränkische Schweiz umfangreich im Internet dargestellt werden

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Bislang ist die neue Internet-Homepage der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in Ebermannstadt (www.fraenkische-schweiz.com) unter dem Motto „noch in Arbeit“ mit einem hübschen, kleinen Baustellenschild versehen. Doch bis August wollen die Verantwortlichen rund 50 bis 60 Seiten ins weltweite Netz stellen. Interessierte aus aller Welt können sich dann über die Region informieren. Die Mailbox der Tourismuszentrale soll voraussichtlich zum Jahresende eingestellt werden. Die Zugriffe waren sehr gering, mit fallender Tendenz.

Das Internet wird unterdessen für Fremdenverkehrsgemeinden immer interessanter, wie kürzlich auch bei einem Bürgermeistertreffen in Egloffstein anklang. Dort hatte der Bayerische Gemeindetag getagt und Gemeindeoberhäupter über das Thema „Bayern Online und Internet“ informiert. Bereits jetzt erlaubt die noch unfertige Web-Seite der Tourismuszentrale einen virtuellen Zugang zur Region.

Ein sogenannter Link, eine Art Wegweiser, führt den Computerbesitzer zu WebFO, einer von drei Forchheimer Studenten entwickelten Seite. Dort gibt es Informationen zu den Punkten Touristik (beispielsweise über Höhlen, Museen), Feste und Feiern (Veranstaltungskalender, Bierfeste), Sport (Klettern, Kanufahren), Unterkünfte und Sonstiges (Anthony Quinn auf Schloss Thum, Literatur, weitere Links). Die Tourismuszentrale hat jetzt die drei Studenten dafür gewonnen, auf ähnlicher Basis eine Fränkische-Schweiz-Homepage zu kreieren. Die jungen Männer - Lars Freund, Stefan Stammer und Alexander Much - haben einiges an Erfahrung und für ihre bisherige Arbeit sogar schon Preise bekommen. Sie kommen zu folgendem Ergebnis: Die Themen Bierkeller, Klettern und Veranstaltungen sind bei Surfern offensichtlich besonders beliebt, haben die meisten Zugriffe. Deshalb will die Tourismuszentrale diese Bereiche favorisieren und das Angebot entsprechend breit gestalten. Farbfotos werden die textlichen Infos auflockern. Mit dem Schritt ins Internet hofft die Tourismuszentrale auch, den Raum Nürnberg ansprechen zu können.

Wichtig ist für die Ebermannstädter in Zukunft die Zusammenarbeit mit der Bayern-Tourismus-Line, einer Initiative des Fränkischen Tourismusverbandes. Dort will man sich auf jeden Fall einklinken: Die Fa. BTL baut ein Informati-

onsnetz auf, dem sich alle fränkischen Tourismusregionen angliedern können. Fachleute gehen davon aus, dass diesem Projekt in drei bis vier Jahren große Bedeutung zukommen könnte. Ein Abruf von Informationen wäre über das Internet oder direkt über das BTL-Netz möglich (für Reisebüros oder Busunternehmen interessant). Längst keine Science-Fiction mehr sind Terminals an Bahnhöfen und Flugplätzen, mit denen jeder Fahrgast oder Passagier problemlos auf eine virtuelle Reise gehen könnte. Hfr

Eine Umfrage unter den touristischen Gemeinden über die touristische Resonanz diesen Jahres ergab folgende Ergebnisse:

Nordbay. Kurier, 2./3.8.1997 - Fränkische Schweiz steht noch hoch im Kurs - Hierzulande stimmt man nicht ins bayerische Krisengerede ein - Aber: Die Urlauber werden spürbar sparsamer

PEGNITZ. Krisenstimmung beim Bayerischen Tourismusverband: Immer weniger Leute verbringen ihre Ferien im Freistaat, und immer enger wird der Gürtel geschnallt, wenn der Gast Urlaub macht. Das bekommt auch die Gastronomie zu spüren, die sich dieses Jahr heftig beklagt hat. Der Nordbay. Kurier hat nachgefragt in der Fränkischen Schweiz und gibt für unseren Bereich tendenziell Entwarnung: Der Urlauber kommt weiterhin nach Franken, um Erholung zu tanken. Die Pensionen und Ferienhäuser sind annähernd ausgebucht, auch wenn der eine oder andere dafür am Abendessen oder beim Einkaufen spart. Damit steht Franken mit seiner positiven Tourismusentwicklung in der landesweiten bayerischen Statistik ganz oben.

Der erholungsuchende Urlauber kommt. Nach Pegnitz, nach Pottenstein, Waischenfeld, Gößweinstein und Betzenstein. Und er kommt nicht alleine. Meistens bringt er seine Familie mit, vorzugsweise mit kleinen Kindern, oder er ist schon etwas älter und Stammgast. Er wandert viel und gerne, besucht die Attraktionen des fränkischen Sommers und bleibt meist höchstens zwei Wochen. „Tendenziell ist die Fränkische Sei zweites oder drittes Urlaubsgebiet. Das bedeutet, dass die Leute an diesem Urlaub am ehesten sparen und auch kürzer bleiben“, berichtet Torsten Härtelt vom Fremdenverkehrsamt Gößweinstein. „Dieses Jahr blieben die Gästezahlen in etwa gleich, aber man merkt schon, dass sich die Leute überlegen, ob sie sich ein Filetsteak oder nur einen Schweinebraten leisten.“ Ferienwohnungen beliebt - Vor allem Ferienwohnungen werden bevorzugt gebucht, auch der Urlaub auf dem Bauernhof liegt voll im Trend. Die Gäste kommen nach wie vor querbeet aus Deutschland, verstärkt jedoch aus den neuen Bundesländern. „Aber ich denke, dass sich die Situation in den

nächsten Jahren verschlechtern wird, weil die Wirtschaftslage den Mittelstand immer mehr ausrotten wird, und das führt dann dazu, dass sich die Leute schon gut überlegen, wie oft und wo sie Urlaub machen werden“, so Torsten Härtelt. In Pottenstein verzeichnet man leicht steigende Besucherzahlen, aber auch mehr Kurzurlauber. Vor allem das neue Erlebnisbad zieht Familien in den kleinen Ort, trotzdem kommen vorwiegend Stammgäste.

Andreas Berner aus Pottenstein zu dieser Entwicklung: „Die meisten Gäste mieten sich in Pensionen ein statt in Hotels. Das ist billiger, und sie können auch selber kochen.“ Aus Berlin verzeichnet Berner deutlich weniger Gäste als früher, dafür findet ein Zuspruch aus Holland und den neuen Bundesländern statt. Aber was bieten sich dem Besucher für Attraktionen, wenn er aus der rauen Heimat ins fränkische Erholungsgebiet reist und vielleicht auch noch ein Weterntief erwischt? „Wir bieten dem Gast Expeditionen in die fränkischen Höhlen an, Burgen mit zahlreichen Ausstellungen können besucht werden, und gerade in diesem Jahr gibt es einen ausführlichen kulturellen Veranstaltungskalender“, weiß Waltraud Bullinger aus dem Pegnitzer Fremdenverkehrsamt zu berichten. „Dieses Jahr sind bei uns alle Ferienwohnungen ausgebucht, der August ist voll belegt. Vor allem der Urlaub auf dem Bauernhof ist sehr beliebt, dort wird der Gast in die Familie aufgenommen.“ Und wenn mal schlechtes Wetter ist, werden die Kinder zum Kuchle backen oder Heu holen mit eingespannt. „Auch viele Radfahrtsouristen sind in diesem Sommer bei uns unterwegs, der Tagestourismus aus Nürnberg nimmt zu.“

Betzenstein kann auch nicht klagen: Alle Ferienwohnungen sind komplett ausgebucht. Susanne Frey vom Verkehrsamt meint: „Die Leute geben doch weniger aus. und wenn man bei den Gastwirten nachfragt, gibt es Meinungen von zufrieden bis schlecht. Schuld sind die billigen Auslandsreisen, obwohl die Urlauber hier mit den Veranstaltungsprogrammen immer sehr zufrieden sind.“ Die privaten Vermieter sind in etwa gleich ausgelastet wie im Vorjahr. Auch hier: viele Gäste aus den neuen Bundesländern. Die Anfragen nach einem Pensionszimmer seien jedoch immer recht kurzfristig, und dass wegen des Wetters, so Frey. Auch Waischenfeld ist in diesem Jahr zufrieden mit den Urlaubszahlen. Es wirbt die Erholungssuchenden mit Wandern, Klettern, Kajakfahren und Paragliding, auch Golfen und Reiten sind möglich. Dazu Adolf Hofmann: „Die Leute sind sparsamer geworden, das stimmt schon. Aber unsere Gäste kommen trotzdem jedes Jahr wieder, diese Saison sind auch mehr junge Familien mit Kindern da, trotz des schlechten Wetters.“ Wie sich die unstete Witterung dieses Sommers auf die anderen Attraktionen in der Fränkischen Schweiz ausgewirkt hat, wollten wir vom Fränkischen Wunderland Plech wissen. „Wir sind

sehr abhängig vom Wetter. Deshalb mussten wir ein großes Loch für Juni und Juli verzeichnen, hoffen aber, dass sich die Tendenz im August noch mal für uns verändert“, hofft Iris Tesch, die Marketing-Beauftragte des Wunderlands. Um die Städter endlich mal aufs Land zu ziehen, ließ man sich dieses Jahr etwas Neues einfallen: den Drachenturm, eine 20 Meter hohe Rutschbahn, und den „Himalaya“, einen Kletterberg, der auf große Resonanz stieß. Außerdem ist ab August eine neue Westernshow geplant. „Was wir aber schon merken, ist die neue Sparsamkeit der Leute. Es wird weniger bei uns essen gegangen, eher bringt man sich was zum Grillen von zu Hause mit und verzehrt es dann hier. Wir versuchen auf diese Entwicklung zu reagieren, indem wir die Preise nicht wesentlich erhöhen und neue Attraktionen bieten.“ Auch hier verzeichnet man einen höheren Ansturm aus den neuen Bundesländern. Das Museum in Tüchersfeld hingegen versucht mit alten Burgen neuen Schwung in die Räume zu bringen. „Die Leute werden vorsichtiger mit dem Geld, das sie ausgeben sollen. Aber wir können trotzdem zufrieden sein: Durch das schlechte Wetter der letzten Wochen konnten wir richtig gute Besucherzahlen erzielen.“ Rainer Hofmann vom Museum in Tüchersfeld ist wahrscheinlich der Einzige, der so mit dem launischen Wetter Freundschaft schloss. „Empfindliches Pflänzchen“. Der Gast kommt also weiterhin und besucht die Fränkische Schweiz gerne. Auch wenn so manche Gastronomen ein paar Eisbecher weniger verkaufen werden, weil der entspannungsliebende Gast den Geldbeutel dieses Jahr tiefer in seiner Freizeithose begräbt. Oder wie Andreas Pflaum vom Posthotel Pegnitz es ausdrückte: „Der Tourismus ist ein empfindliches Pflänzchen. Wenn das Klima nicht stimmt, geht selbst das robusteste ein.“ Und da hilft nur Service, Service und nochmals Service. Pflaum wurde 1997 von der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung zum Hotelier des Jahres gewählt. Seine Meinung hat in der Region und darüber hinaus Gewicht.

1998 - Das erfolgreiche Romantikerjahr war den Vorständen des Gebietsausschusses, der sich im Übrigen zusammensetzt aus den Landräten der vier beteiligten Landkreise, aus Kreisräten (anteilmäßig) und touristischen Leistungsträgern sowie dem Leiter der Tourismuszentrale als Geschäftsführer, noch immer im Kopf, weshalb sie den eingeschlagenen Themenjahr-Weg weiterhin fortführten. Auf Vorschlag des Landkreises Bayreuth wurde das „Bierland Fränkische Schweiz“ ins Leben gerufen, das man als Ergänzung zum gesamtfränkischen Landleben-erleben-Jahr ansah. „Es gibt keine Region die eine vergleichbare Brauereidichte aufweist“, heißt es im Konzept für das Bierlandjahr. Um die ebenfalls sehr häufig anzutreffenden Brennereien, die es aufgrund des großen

Obstanbaugebietes vor allem im Landkreis Forchheim gibt nicht außen vorzulassen, entschloss man sich, diese ebenfalls mit in die Marketingüberlegungen einfließen zu lassen. Daraus entstand im Nachhinein die äußerst beliebte Broschüre „Brauereien und Brennereien“, die ursprünglich einfach nur „Bier und Schnaps“ heißen sollte. Das war aber einigen Politiker zu flach und zu direkt, schließlich soll es nicht danach ausschauen, die Landkreise unterstützen übermäßigen Alkoholkonsum.

Trotzdem wurde daraus eines der wichtigsten Prospekte. Erstmals wurden alle Brauereien (rund 70) erfasst und um eine Anzeige gebeten. Bei den Schnapsbrennern dauerte es etwas länger, da es keine Gesamtliste von Brennereien gab. Es mussten eigene Nachforschungen betrieben werden. Ergänzt wurde die Broschüre nach und nach durch weitere „bierige“ Angebote wie Brauereiwanderungen, Anzeigen von Brauereimuseen und Bierkellern. Zwischen 25 und 30 000 Ex. dieser Broschüren werden seither alljährlich „an den Mann gebracht“, 2018 nun in der 20. Auflage. Das Thema Bier und Schnaps war ab diesem Zeitpunkt auch auf Messen aktuell. Das bedeutet, dass beispielsweise die Brennerei Haas mit einer kleinen kupfernen Mini-Schaubrennerei am Stand war, um die Herstellung von „geistigen Getränken“ zu erklären und die eine oder andere Schnapsprobe zu gewähren.

Zuerst war der Seniorchef Georg „Schorsch“ Haas dabei, später dann sein Sohn Johannes. Letzterer ist bis auf den heutigen Tag vor allem auf der Grünen Woche in Berlin am Stand der Fränkischen Schweiz zu finden. Von den Bierbrauereien war die Aufseßer Brauerei Rothenbach am Häufigsten mit auf Messen oder anderen verkaufsfördernden Aktion, um kostenlose Kostproben ihres Bieres zu verteilen. Weiterhin gehörte zu den Marketingüberlegungen das Thema Essen, woraus angedacht war, dass die Gastronomen und touristischen Gemeinden entsprechende Pauschalpakete schnüren könnten und die Bewerbung des neuen Themas auf Messen und in der Pressearbeit. Damit wurde die Grundlage geschaffen für die heutige Situation, in der der „Genuss“ (Bratwurstkönig, Bier- und Brauereienkönigin, Kirschenkönigin, Restaurantführer, Bierwochen, Scharfe Wochen, G'scheit gut-Aktion) immer mehr in den Vordergrund rückt. Hoffnungen setzte man auch auf das neue Radl-Konzept, wofür der Landkreis Forchheim eigens eine AB-Kraft (Frau Pfnür) eingestellt hatte, um die vorhandenen Radwege zu überprüfen und neue zu schaffen. Herausgekommen ist dazu das „Radl-Magazin“ als neues Themenprospekt. Ein neues Thema war auch die Ferienwohnungsklassifizierung, weshalb alle Büromitarbeiter der Tourismuszentrale an entsprechenden Schulungen teilnahmen. Das Thema Zentrale Zimmerreservierung (ZZR) als Teil des BTL-Angebotes beschäftigte die Vor-

standschaft wie anschließend auch die Bevölkerung in zahlreichen öffentlichen Veranstaltungen. Als Grund für dieses Thema galt die Tatsache, dass die Fränkische Schweiz bis dato über Reisebüros nicht buchbar war und deshalb ein weites professionelles Verkaufsegment nicht bearbeitet wird. 35 000 Mark²⁹ Investitionskosten standen im Raum, zuzüglich Fachpersonal (Reiseverkehrskaufleute), das noch eingestellt werden muss.

Außerdem wurde die Einrichtung einer Infosäule diskutiert, die über das BTL-Modul angesteuert wird und dem Gast Auskünfte geben soll, über freie Zimmerkapazitäten, Öffnungszeiten und dergleichen. Hierfür wären rund 48 000 Mark notwendig geworden, abzüglich 15 000 Mark aus Zuschussmitteln. Gedacht war ursprünglich an einen Standplatz der Rastanlage in Pegnitz. Nachdem dies nicht möglich war, kam der Vorplatz der Tourismuszentrale in Betracht. Damit hätte man einen 24-Stunden-Auskunftsservice bieten können. Das erschien der Vorstandschaft im Verhältnis jedoch zu teuer, weshalb die Säule abgelehnt wurde. Von der Therme Obernsees die in diesem Jahr eröffnet wurde, erhoffen sich die Verantwortlichen einen touristischen Schub. Im ersten halben Jahr kamen schon 100 000 Besucher³⁰. Neu in diesem Jahr waren auch sogenannte „Oldtimer-Bustouren“. Dazu mietet die Tourismuszentrale einen Oldtimerbus (Nachbau aus den 20er Jahren in knallrot), der mit Prospekten beladen eine Woche lang durch die Fußgängerzonen großer Städte fuhr um dort auf die Fränkische Schweiz aufmerksam zu machen. Der Bus war das Zugpferd und Lockmittel, Verlosungen und kleine Giveaways brachten Geschenke. Bis 2004 wurden zehn solcher Touren in Deutschland durchgeführt und mehr als 50 Großstädte besucht. Aus Kostengründen, zu den Busmietkosten kamen auch die Personalkosten des jungen Buseigentümers dazu, der als Chauffeur fungierte wurde diese Aktion wieder eingestellt. Neben den genannten Zielgruppen, werden auch die Radler immer mehr - und fordern bessere Wege.

Fränkischer Tag, 18.3.1998 - Meilenstein auf dem Weg zu Radwander-Routen - Radwegenetz Fränkische Schweiz vorgestellt - „Herzstück“ Fränkische Schweiz Radweg - Zubringer aus allen Himmelsrichtungen
EBERMANNSTADT. „Einen Meilenstein auf dem langen Weg zu einem einheitlichen Radwegenetz“ nannte Franz-Xaver Bauer, Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz das Radwege-Konzept Fränkische Schweiz, das gestern von Landrat Reinhardt Glauber und Sabine Pfnür vom Landratsamt Forchheim vorgestellt wurde. Wie der FT bereits in seiner Ausgabe vom 27. Februar berichtete, wurden zwischen den bestehenden Fernradwegen (Maintal-Radweg im Norden, Pegnitz-Radweg im Osten, Regnitz Radweg im Westen und Fünf-

Flüsse Radweg im Süden) Verbindungstrassen hergestellt. Zusätzlich bieten die Landkreise attraktive Rundwanderwege an. „Herzstück“ dabei ist der „Fränkische Schweiz Radweg“ von Forchheim über Kirchehrenbach, am Walberla vorbei, nach Muggendorf und weiter nach Bayreuth. Eine Art Zubringer-Funktion zu dieser Trasse quer durch die Fränkische Schweiz haben der „Reichswald - Fränkische Schweiz Radweg“, der aus Richtung Nürnberg in Wiesenthau auf den Fränkische Schweiz Radweg trifft oder die Verbindungen in Richtung Norden nach Lichtenfels (Maintal-Leinleiertal Radweg und Ziegenfelder-Tal Radweg) sowie die Anbindungen in Richtung Pegnitz, Obertrubach und Lauf.

Hauptziel ist es, die Fränkische Schweiz für Radler, die sich abstrampeln wollen, zu erschließen. Gedacht ist dabei zunächst an Familien. Ihnen stehen in den sechs Landkreisen zwischen Pegnitz und Bamberg, Nürnberg und Kulmbach fast 55 Radwanderwege zur Verfügung. Hinzu kommen die Rundwanderwege der einzelnen Landkreise wie die „Brauerei-Tour“, die „Karpfen-Tour“ oder die „Kren Tour“ im Kreis Forchheim. Diese Routen sollen bayernweit einheitlich beschildert werden. Während die neuen Schilder am Radweg Fränkische Schweiz bereits zu 98 Prozent aufgestellt sind, sollen an den Rad-Rundwanderwegen erst in den nächsten Monaten die gelben Schildchen mit dem schwarzen Fahrrad durch die neuen, weißen Tafeln mit grünem Aufdruck ersetzt werden. Das dazugehörige Kartenmaterial soll ab Mai bei der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz kostenlos zu haben sein. Dieses „Radwandermagazin Fränkische Schweiz“, das über Anzeigen finanziert wird, zeigt allerdings nur die Fernradwege und die Querverbindungen wie den Fränkische Schweiz Radweg von Forchheim nach Bayreuth im Maßstab 1:175 000. Wesentlich genauer ist dagegen die im Maßstab 1:50 000 aufgelegte Radwanderkarte Fränkische Schweiz/Veldensteiner Forst, die ab Ende März oder Anfang April ausschließlich über den Buchhandel zu haben sein wird.

Herausgegeben wird dieses Kartenwerk, das sowohl die Fern- als auch die Rundwanderwege der einzelnen Landkreise enthält, vom Landesvermessungsamt in München. Den Hauptvorteil des Fränkische Schweiz Radwegenetzes sah Franz-Xaver Bauer in der Vernetzung mit anderen Landkreisen. Damit sei ein wesentlicher Schritt in Richtung sanfter Tourismus getan worden. Dies bekräftigten auch die Mitglieder vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad Club (ADFC). Frank Wessel vom ADFC Oberfranken und Erwin Leuthe von der Kreisgruppe Forchheim verwiesen darauf, dass Radwandern auch ein wirtschaftlicher Faktor sei. Sie zeigten sich zuversichtlich, dass die Gastronomie sich bald auf die Anforderungen der Radler einstellen werde. Anreize böten Aktionen wie die Plakette

für besonders radlerfreundliche Gasthöfe, die bereits jetzt vergeben werde. In Verbindung mit dieser Plakette hält der ADFC für alle Pedaltreter: das Heft „Bett und Bike“ parat, das Übernachtungstipps für Fahrrad-Touristen gibt. Xaver Bauer will versuchen, über den Gebietsausschuss Fränkische Schweiz analog zum „Wandern ohne Gepäck“ ein „Radeln ohne Gepäck“ anzubieten und Erwin Leuthe schlug im Hinblick auf die Mountain-Biker vor, für sie eigene anspruchsvolle Routen auszuweisen. Dadurch kämen sie nicht länger den Wanderern ins Gehege und das von Karl Theiler geforderte Zusatzschild „Nehmt Rücksicht auf Wanderer“ würde überflüssig. Josef Hofbauer

Das war einer der vielen Versuche, auf politischer Ebene eine zentrale Zimmerreservierung an den Start zu bringen. Wie wir heute wissen, hat es aber noch bis April 2015 gedauert, ehe das auch geklappt hat.

Fränkischer Tag, 23.10.1998 - PC macht's möglich: Zentrale Zimmerreservierung bundesweit - Gemeinden und Fremdenverkehrsbetriebe sollen sich an bayerischem Programm beteiligen - Per „START“ an 17 000 Reisebüros - 40 000 Mark Kosten

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Die Einführung einer zentralen Zimmerreservierung stand im Mittelpunkt einer öffentlichen Informationsveranstaltung, zu der die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in den Gasthof „Drei Linden“ geladen hatte. Mit dabei waren die Landräte Reinhardt Glauber (Forchheim) und Dr. Klaus-Günter Dietel (Bayreuth) sowie zahlreiche Bürgermeister und Zimmervermieter. Ausgangspunkt der Diskussion ist die Tatsache, dass die Fränkische Schweiz (mit Ausnahme einiger Fränkische Schweiz-Hotels) nicht über Reisebüros in Deutschland buchbar ist. Das ist, nach Auffassung von Olaf Seifert, Chef des Tourismusverbands Franken und Geschäftsführer von Bayer-Tourismus-Line (BTL), ein großer Wettbewerbsnachteil gegenüber anderen Regionen, den es auszugleichen gilt. Er setzte sich deshalb nachdrücklich dafür ein, dass sich möglichst viele Gemeinden und Fremdenverkehrsbetriebe am bayerischen Reservierungsprogramm (Bayres) beteiligen, welches Bestandteil des BTL-Online-Programms ist und vom bayerischen Staat gefördert wird. Das heißt: Die Betriebe und Gemeinden melden ihre touristischen Daten an die Reservierungszentrale auf Regionsebene, diese aktualisiert damit ihre Daten bei BTL, von wo aus diese Informationen über das Buchungsprogramm START den 17 000 deutschen Reisebüros zur Verfügung gestellt und auch übers Internet vom Individualtouristen abgerufen werden können.

Bessere Auslastung - Damit können die Bettenvermieter bundesweit das Publikum ansprechen, das kurzentschlossen ein Zimmer buchen will. Dadurch

kann eine bessere Zimmerauslastung erreicht werden. Neben diesem modernen Buchungssystem soll es auch weiterhin die klassische Zimmeranfrage über Prospekte, Messen, Anzeigen und dergleichen geben. Voraussetzung für die Teilnahme am Reservierungssystem ist zum einen die zur Verfügungstellung eines Bettenkontingentes, über das jedoch weiterhin die Verfügungsgewalt beim Vermieter liegt. Dazu kommen jährliche Fixkosten, die je nach Bettenanzahl zwischen 50 und 400 Mark liegen. Weitere Kosten entstehen für den Fremdenverkehrsbetrieb nur bei Abschluss eines Beherbergungsvertrages. Diese betragen dann zehn Prozent Reisebüroprovision, plus fünf Prozent Systemgebühr, plus rund fünf Mark „START“-Gebühr pro Buchung. Seifert berichtete weiter, dass momentan 135 Orte mit 405 Angeboten bayernweit am Reservierungssystem angeschlossen sind. 450 Buchungen könnten innerhalb von vier Monaten damit getätigt werden. Ab März 1999 soll die Buchungsmöglichkeit auch im Internet (www.btl.de) realisiert sein. Seifert warb weiterhin dafür, dass sich die Gemeinden auch am BTL-Informationssystem beteiligen sollten. Bisher wird diese umfangreiche touristische Datenpflege von der Tourismuszentrale geleistet, die eigens dazu eine AB-Kraft eingestellt hat. Der Arbeitsvertrag läuft jedoch im September 1999 aus. Spätestens zu diesem Zeitpunkt soll die Datenpflege auf die einzelnen Gemeinden übergehen. Auch hier entstehen Kosten. Zum einen wird ein modern ausgestatteter Computer benötigt, dazu kommt die BTL-Software (800 Mark), eine monatliche Nutzungsgebühr (zwischen 19 und 400 Mark - je nach Aufwand) und die Kosten der Datenübertragung nach Untergriesbach bei München (Telefongebühren). Ziel ist es, dass künftig alle bayerischen Fremdenverkehrsgebiete mit umfangreichen touristischen Daten (Infrastruktur, Veranstaltungen, Unterkünfte und dergleichen) zentral verwaltet werden können. Auch hier besteht wie beim Reservierungssystem eine „Bringschuld“ der Daten aller Beteiligten.

Einzelne Orte billiger - Komplette mit dem Betreuungsvertrag (Installation, Schulung und Organisationsberatung kostet das Paket rund 40 000 DM, wobei hier zum Teil zwei Arbeitsplatzlizenzen beinhaltet sind. Weitere Lizenzen (z. B. für die einzelnen Orte) könnten zum Aufpreis von je 20 Prozent des Listenpreises pro Modul erworben werden, was bedeutet, dass nur die zentrale Zimmervermittlung den vollen Preis, die Orte aber nur einen Bruchteil der Summe zu entrichten haben. Die endgültige Summe richtet sich danach, welche Module jeweils angeschafft werden. Die Aktualisierung der Daten muss täglich per Telefon, mündlich oder schriftlich erfolgen. Sollte ein Vermieter wieder Teile seines zur Verfügung gestellten Kontingentes benötigen, kann er das kostenlos und jederzeit tun. Er sollte das aber der Zentrale umgehend mitteilen. Er hat also

weiterhin die Hoheit über seine Bettenkapazitäten. Die im Ort gesammelten Daten werden dann über die Schnittstelle ständig auf den zentralen Reservierungscomputer der Fränkische Schweiz übertragen und dort aktualisiert. Von da gehen die Daten weiter, nach Untergriesbach zu BTL. Neben der Pflege bestehender Daten gehört auch die Gewinnung neuer Kunden zu den Aufgaben.



Abb 12: BTL, sprich BayernTourismusLine, eine Initiative des Bayerischen Staates zeigt auf diesem Schema die vier Säulen des neuen Onlineangebotes. Repro: Löwisch

Zusätzlich zu den Softwarekosten kämen noch die Kosten für die Hardware hinzu. Man schätzt, dass die Anschaffung eines Computers mit rund 5000 Mark und für den Server mit rund 7000 DM zu Buche schlagen.

Wie die Vorgehensweise zur Einführung einer Reservierungszentrale erfolgen sollte, erklärte Franz-Xaver Bauer, Leiter der Tourismuszentrale. Denkbar wären zwei Möglichkeiten. In der Tourismuszentrale könnte die technische Ausstattung der Anlage untergebracht und ein Reiseverkehrskaufmann eingestellt werden, der die Pflege der Daten (Reservierungssystem und Informationssystem) sowie die Akquisition neuer Zimmervermieter-Kunden übernimmt.

Eine andere Möglichkeit wäre die Vergabe der Pflege des Reservierungs- und Informationssystems an die beiden Teleservice-Zentren in Waischenfeld und Forchheim. Die Abrechnung würde hier über eine Provision erfolgen. Petra Groß vom Teleservice Waischenfeld und Rosina Maul vom Telezentrum Forchheim bekundeten noch während der Veranstaltung starkes Interesse an der Übernahme dieses neuen Vertriebsweges. Es wurde auch eine Zusammenarbeit beider Unternehmen in diesem Bereich nicht ausgeschlossen. Schließlich entschied Landrat Reinhardt Glauber als Vorsitzender des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, dass nach eingehender Prüfung aller Möglichkeiten schon in der nächsten Sitzung der Vorstandschaft ein Entschluss gefasst werden soll. Franz-Xaver Bauer wurde von ihm beauftragt, in der Zwischenzeit weitere In-

formationsveranstaltungen zu diesem Thema, zum Beispiel in Vermieterversammlungen, mit dem Ziel zu veranstalten, eine möglichst breite Basis für das Vorhaben zu schaffen.

Zur allgemeinen touristischen Situation in der Region berichtet die Bayreuther Lokalzeitung:

Nordbay. Kurier, am 30.11.1998 - Zum Tourismus in der Fränkischen Schweiz - Von Werner Seelbinder

Als lohnendes Ausflugsziel vor mehr als 200 Jahren durch den Bubenreuther Pfarrer Friedrich Esper entdeckt und in euphorischen Briefen der Romantiker Wilhelm Heinrich Wackenroder und Ludwig Tieck beschrieben, hat sich die Fränkische Schweiz als das „Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ zu einem festen Begriff im deutschen Mosaik von Mittelgebirgs-Urlandsregionen entwickelt. Um die Jahrhundertwende wurde dieser Wirtschaftsfaktor Fremdenverkehr erkannt. Der Zuspruch verlangte natürlich auch sofort eine Verbesserung des Angebotes für die „Fremden“. Das Felsenbad in Pottenstein, romantische Wanderrouten in den felsreichen Talhängen oder entlang der Bachläufe, schön angelegte Aussichtsplätze auf Felsvorsprüngen und natürlich viele Gasthäuser und Herbergen entstanden in diesen Zeiten.

Neue Arbeitsplätze - Diese Entwicklung brachte, durch den Zweiten Weltkrieg unterbrochen, naturgemäß auch in den größeren Orten eine Verbesserung der Lebensqualität sowie neue Arbeitsplätze und Einkommensmöglichkeiten. Und um im einsetzenden und stärker werdenden Konkurrenzkampf der deutschen Feriengebiete bestehen zu können, gründeten die größeren Fremdenverkehrsorte der Fränkischen Schweiz bereits in den 60-er Jahren die „Werbegemeinschaft Fränkische Schweiz“, die Vorläuferin des Gebietsausschusses, mit seiner Geschäftsstelle, der Tourismuszentrale. „Die verantwortlichen Politiker“, so Geschäftsführer Franz-Xaver Bauer, „erkannten bereits vor mehr als 25 Jahren, dass man im Tourismus keine politischen, sondern nur regionale Grenzen berücksichtigen muss.“ Auch in der Fränkischen Schweiz ist die Entwicklung nicht stehengeblieben. Waren vor etwa 30 Jahren die Urlauber mehr oder weniger nur in den Hauptorten wie Pottenstein oder Waischenfeld anzutreffen, so gibt es heute fast keinen Ortsteil, wo nicht Gästebetten bereitstehen. Etwa 14 000 Betten in den verschiedensten Kategorien bieten mehr als 3 000 Bürgern einen festen Arbeitsplatz oder sorgen für ein zusätzliches Einkommen in einem ansonsten strukturschwachen Gebiet. Urlaubsgäste und Naherholer sorgen für einen Jahresumsatz von über 250 Millionen Mark in den verschiedensten Berei-

chen. Wie stellt sich nun die derzeitige Entwicklung im Tourismus der Fränkischen Schweiz dar? Dazu Geschäftsführer Franz-Xaver Bauer: „Nach der Wende konnte im Jahr 1990 die erste Spitze in der Tourismusbilanz erreicht werden: Es wurden rund 400 000 Gästeankünften in der gesamten Fränkischen Schweiz mit etwa 1,5 Millionen Übernachtungen gezählt, was mit den vielen tausend Tagesgästen ein Gesamtumsatzvolumen von etwa einer Viertelmilliarde Mark ausmacht.“ Für den Bereich des Landkreises Bayreuth in der Fränkischen Schweiz bedeutet dies bei etwa 100 000 Gästeankünften und rund 450 000 Übernachtungen immerhin noch einen Umsatz von etwa 80 Millionen Mark. Zur Zeit liegt nach Bauers Angaben die Stadt Pottenstein mit den Ortsteilen in der Fränkischen Schweiz mit etwa 150 000 Übernachtungen an der Spitze in diesem Urlaubsgebiet. Wie in den übrigen bayerischen Urlaubsgebieten, so berichtet Bauer weiter, ist auch in der Fränkischen Schweiz seit 1990 ein Rückgang an Gästen mit rund acht Prozent zu verzeichnen, jedoch liege das Ergebnis von 1996 immer noch rund sieben Prozent über den Zahlen von 1988. Was ist in der Fränkischen Schweiz geplant, besonders im Teil des Landkreises Bayreuth, um wieder in die Zuwachszahlen zu kommen? Dazu Franz-Xaver Bauer: „Im Bayreuther Bereich entstanden in den letzten Jahren bedeutende, den Tourismus fördernde Projekte. Hervorzuheben sind vor allem das Fränkische-Schweiz-Museum, besonders für die Zielgruppen der Bildungs- und Kulturreisenden.“ Der Golfplatz oder auch die vor wenigen Wochen bei Pottenstein eröffnete Sommerrodelbahn seien ausgezeichnete Einrichtungen für sportliche Langzeiturlauber oder auch für Kurzreisende und Tagesausflügler. Zudem könne das „Juramar-Bad“ in Pottenstein als Einrichtung für die Saisonverlängerung, aber auch für Schlechtwetterperioden angesehen werden. Die dort eingerichteten medizinischen Bäder und die Liegekuren in der Teufelshöhle dienen dem Gesundheitstourismus. „Gerade bei den Familien finden das Fränkische Wunderland und das Wildgehege im Veldensteiner Forst großes Interesse“, ergänzt Bauer. Sicherlich eine besondere Attraktion und eine enorme touristische Aufwertung werde das im kommenden Jahr zu eröffnende Thermal- und Erlebnisbad in Obernsees sein, ebenso wie das geplante Naturbad im ehemaligen, weit über die Grenzen der Fränkischen Schweiz hinaus bekannten Felsenbad in Pottenstein. Für die touristischen Leistungsträger in der Fränkischen Schweiz sei die Hotelfachschule in Pegnitz eine ideale Aus- und Fortbildungsstätte, und sie sei bundesweit anerkannt und könne auch dadurch als positiver Werbeträger beurteilt werden. Daneben nannte Franz-Xaver Bauer noch die Arbeitsgemeinschaft „Fränkische-Schweiz-Hotels“, die mit ihrer Initiative die Marketinganstrengungen der öffentlichen Tourismusorganisationen unterstütze und stärken. Ohne Werbung läuft nach wie vor nichts im Tourismus. Wie sieht es hier mit den Ak-

tivitäten des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz aus? Geschäftsführer Bauer verweist darauf, dass neben den wichtigsten Messeplätzen für den deutschen Markt in Berlin, Hamburg, Leipzig und Stuttgart durch die Tourismuszentrale weiter rund 20 verkaufsfördernde Messen und Workshops in Deutschland und im benachbarten Ausland besichtigt werden. Auch die Fremdenverkehrsgemeinden der Fränkischen Schweiz ergänzen mit zusätzlichen Messebeteiligungen diese Aktivitäten. Insgesamt werden nach Bauers Angaben für Messen etwa 130 000 Mark investiert. Weitere 50 000 Mark werden für andere Werbemaßnahmen in Zeitungen, Rundfunk oder Fernsehen eingesetzt. Teilweise werden Leistungsträger wie die „Fränkische-Schweiz-Hotels“ oder die Arbeitsgemeinschaft „Urlaub auf dem Bauernhof“ mit in die Messepräsentationen eingebunden. Gibt es für die Fränkische Schweiz eventuell neue Zielgruppen bei den Gästen? Hier verweist Geschäftsführer Bauer zunächst auf das vielseitige Sportangebot, durch das sich in den letzten Jahren das Durchschnittsalter der Gäste in der Fränkischen Schweiz deutlich verjüngt habe. Auch der Familienurlaub trage zu dieser Entwicklung bei. Durch das verstärkte Angebot im Kulturbereich wurde ein Trend zum Kulturtourismus forciert. Der durch die Tourismuszentrale ins Leben gerufene „Kunstsommer Fränkische Schweiz“ bestehe aus den Bereichen Theater, Konzerte und Kunstaussstellungen. Nicht zuletzt durch diese Initiative habe sich der „Theatersommer Fränkische Schweiz“, getragen von der Hollfelder Gangolfbühne, zu einer festen Größe entwickelt.

1999 - Dieses Jahr stand ganz im Zeichen eines Ereignisses, das nur bedingt mit Tourismus zu tun hatte. Die Umstellung der Uhr auf das Jahr 2000. Das ganze Jahr über wurde diskutiert, ob die Computerchips die Jahreszeitumstellung mitmachen, oder ob großen Chaos ausbricht, da mittlerweile in fast allen Geräten kleine Computer sitzen und keiner voraussagen konnte, wie die ab dem 1. Januar 2000 reagieren. Als „Y2K-Bug“ (von englisch Year 2 Kilo = Jahr 2000) wurde das Problem bezeichnet; ein Computerproblem, das im Wesentlichen durch die Behandlung von Jahreszahlen als zweistellige Angabe innerhalb von Computersystemen entstanden ist: So wird in alten Systemen das Jahr 1999 mit „99“ dargestellt, das Jahr 2000 jedoch mit „00“. Katastrophenszenarien apokalyptischen Ausmaßes sagte man voraus; vom Versagen der Schutzmaßnahmen für Atomwaffen bis hin zu Börsencrash und Weltwirtschaftskrise. Empfehlungen wurden ausgesprochen sich mit Vorräten für den Winter einzudecken. Geschehen ist: nichts – außer, dass massenhaft alte Computer gegen neue ausgetauscht wurden. In der Fränkischen Schweiz herrschte 1999 trotz alledem Aufbruchstimmung. Am Ende des Jahrzehnts galt es sich „fit zu machen für

das neue Jahrtausend“. Genau unter dieses Motto wurden auch alle Aktivitäten gestellt; es wurde ein Jahr der Fortbildungen für die Touristiker in den Touristinfos, für Gastronomen und Vermieter und sonstige touristische Leistungsträger ausgerufen. Die Tourismuszentrale veranstaltete 15 Fortbildungskurse, die von „Gastlichkeit als Dienstleistung“ bis hin zu „Rechtsfragen im Tourismus“ und „Service und Finanzierung der Tourismusarbeit“ reichten. Hauptkurs war die zweitägige Fortbildung für Verkehrsamtsmitarbeiter, in der einerseits die Grundlagen modernen Marketings, wie auch der Umgang mit dem Gast im Mittelpunkt standen und „Fehler“ die bisher gemacht wurden, ausgebügelt worden sind. Ulla Dorendorf-Gietl von der Fa. Tourbay aus Brannenburg hielt das Seminar äußerst engagiert und professionell und eroberte damit die Herzen der Teilnehmer.

Dem Seminar vorausgegangen war eine „Mystery Woman“ – Tour der Referentin, die im Vorfeld alle Touristinfos unerkannt aufgesucht und deren Verhalten im Umgang mit dem Gast provoziert und analysiert hat. Dazu gab es eine Telefonschulung, so dass sich ab dem Sommer 2000 alle Touristinfos telefonisch mit dem Spruch meldeten: „Grüß Gott, hier ist das Tourismusbüro..., mein Name ist Was kann ich für Sie tun?“ Natürlich wurde auch gearbeitet. Neu in diesem Jahr war ein Radprospekt, welches auf den Erfahrungen des neuen Radwegekonzeptes aufbaute. Zudem wurde erstmals auch „Radeln ohne Gepäck“ angeboten, analog zu Wandern ohne Gepäck, wo der Gast nur mit Handgepäck beladen, von einer Übernachtungsstation zur anderen wandert oder radelt und der jeweilige Wirt das Gepäck zum nächsten Zielort transportiert. Neu hinzugekommen ist der Burgenstraßenradweg: mit eigener Beschilderung und eigenem Werbeprospekt. Die zentrale Zimmervermittlung zieht weitere Kreise. Jetzt nachdem die Grunddaten eingegeben sind, ein kostenloser Service der Tourismuszentrale an die Gemeinden, soll der laufende Betrieb von der Info GmbH aus Kirchheurnbach geleistet werden und letztendlich die Arbeit mit Provisionszahlungen den Unterhalt amortisieren. Ein wichtiges Ereignis hatten große Auswirkungen: Die Auszeichnung von Bieberbachs Osterbrunnen „zum größten Osterbrunnen der Welt“, im Guinness-Buch der Rekorde festgehalten, löste einen Osterbrunnen-Run aus, der bis heute anhält. Jeder will den größten Brunnen der Welt wenigstens einmal gesehen haben. Außerdem wurde in Mistelgau nordbayernweit die erste „Entwicklungsgesellschaft Rund um die Neubürg“, installiert. Sie soll sich um die wirtschaftliche Entwicklung, also auch den Fremdenverkehr im südlichen Landkreis Bayreuth kümmern.

Fränkischer Tag, 4.5.1999 - „Nicht Euch, sondern Dir zuliebe strengen wir uns an“ - Tourismus ist mit 390 Millionen Mark Umsatz der größte Arbeitgeber der Fränkischen Schweiz - 2570 Vollzeitarbeitsplätze
FRANKISCHE SCHWEIZ. Der größte Arbeitgeber in der Fränkischen Schweiz ist der Tourismus! Dies war das Fazit, das die Teilnehmer am letzten Seminartag der Aktion „Gut gerüstet ins Jahr 2000“ mit nach Hause nahmen. Bei einem Gesamtumsatz von 390 Millionen Mark und einem Steueraufkommen für die Kommunen von 8,6 Millionen Mark stehen nicht weniger als 2570 Vollzeit-Arbeitsplätze im Zusammenhang mit dem Tourismus in der Region. 15 Teilnehmer - Bürgermeister, Mitarbeiter der Touristinformation oder Gastwirte - waren der Einladung der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz zur achten Veranstaltung dieser Seminarreihe ins Gasthaus Pulvermühle bei Waischenfeld gefolgt. Insgesamt war das Kursprogramm mit rund 170 Teilnehmern ein großer Erfolg. Mit Referent Michael Weber hatten die Veranstalter auch zu diesem Seminar einen „hochkarätigen“ Fachmann verpflichtet. Der Städtische Verkehrsdirektor leitet die Kongress- und Tourismus-Zentrale (CTZ) Nürnberg. Die aufschlussreichen Zahlen, die Weber präsentierte, stammen aus Untersuchungen des Deutschen wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (DWIF) an der Universität München. Immer mehr spiele auch im Tourismus das knapper werdende Geld aus öffentlicher Hand eine große Rolle, stellte Michael Weber fest. Zudem werde trotz leerer Kassen immer mehr Leistung verlangt. Zur Lösung der anstehenden Probleme empfahl der Verkehrsdirektor zwei Grundsätze: partnerschaftliche Zusammenarbeit und Mitfinanzierung durch die Nutznießer des Fremdenverkehrs. Dabei sei nicht die in der Diskussion stehende Privatisierung des Fremdenverkehrs, sondern die Kommerzialisierung gefragt. Wer aber profitiert nun vom Fremdenverkehr? Auch hierzu lieferte Weber interessante Zahlen: Nicht nur die Hotels und Gaststätten, sondern in überraschend großem Maß auch Dienstleistungsbetriebe und der Einzelhandel seien direkt oder indirekt „am großen Kuchen“ beteiligt. „Der Tourismus spielt sich nicht nur in den Gaststätten ab, sondern auch außerhalb“. Der Gast wolle ins Kino oder ins Theater gehen und einkaufen. Generell gelte, dass die Einkaufsfreude im Urlaub höher sei, als im Alltag.

Den Untersuchungen zufolge profitieren im Übernachtungsgeschäft naturgemäß die Hotels und Gaststätten am meisten (75 Prozent). Einzelhandel (14 Prozent) und Dienstleistungen (elf Prozent) machen dabei gerade ein Viertel aus. Ganz anders bei den Tagesgästen. Hier liegt der Anteil des Einzelhandels mit 35 Prozent mehr als doppelt so hoch, die Dienstleistungen bleiben bei elf Prozent und die Gaststätten erreichen nur 41 Prozent. Insgesamt gerechnet ver-

teilt sich der Tourismus-Kuchen zu 55 Prozent an die Hotels- und Gaststätten, zu 26 Prozent an den Einzelhandel und zu 19 Prozent an die Dienstleistungsbetriebe. Etwa 2,5 bis drei Prozent des gesamten Tourismus fließen in Form von Gewerbe- und anteiliger Einkommensteuer an die Kommunen zurück. Natürlich seien auch die weiteren Vorteile des Fremdenverkehrs nicht außer Acht zu lassen. Das Image des Ortes werde besser, die Bewohner „weltoffener“, und die Lebensqualität in den betreffenden Orten steigere sich. „Alles, was für den Tourismus getan wird, kommt auch der Bevölkerung zu Gute“, verwies Michael Weber beispielsweise auf Hallenbäder, Ruhebänke oder Veranstaltungen. Die Ausführungen zeigen auf, dass auch die Gemeinden vom Tourismus „profitieren“. Neben den Hotels und Gaststätten seien aber Dienstleister, Handwerker, Einzelhandel oder andere Gewerbe große Nutznießer. Es sei deshalb falsch, so der Nürnberger Verkehrsdirektor, wenn ein Händler oder Handwerker dem Bürgermeister „einen Gefallen tun“ wolle und behaupte „euch zuliebe mache er dieses oder jenes mit“. „Dir zuliebe strengen wir uns an“, laute die richtige Antwort darauf. Partnerschaftliche Zusammenarbeit und Mitfinanzierung durch Nutznießer seien die Lösungsansätze der künftigen Fremdenverkehrsarbeit, stellte Weber fest und gab gleichzeitig auch Hinweise, wie sich die Nutznießer des Tourismus beteiligen könnten. Trotz zu erwartender Anfangsschwierigkeiten, sollte man den Mut zu Neuem haben. Hotels könnte man beispielsweise mit einem Fixum und einer Provision nach Übernachtungszahlen, Gaststätten anhand der Arbeitsplätze, den Einzelhandel anhand des Umsatzes und andere Gewerbe mit Fixbeiträgen an der Finanzierung des Fremdenverkehrs beteiligen. Selbstverständlich könne es dabei auch Probleme wie schlechte Zahlungsmoral, hohen Verwaltungsaufwand oder ähnliches geben. Paradoxerweise werde in den Zeiten, in denen das Geld weniger werde, mehr verlangt. Aber mehr zu machen mit weniger Geld ergebe „schlampige Arbeit“. Gerade die dürfe im Tourismus nicht sein, appellierte der Verkehrsdirektor an die Beteiligten. „Unsere einzige Chance gegen den ausländischen Tourismus sind Kundenfreundlichkeit und Dienstleistungen!“ KE

2000 - Die nächsten 10 Jahre des neuen Jahrtausends verliefen pragmatisch und waren von dem Bestreben geprägt, auf die Wünsche der Gäste einzugehen. Die zentrale Zimmervermittlung, ein Thema das seit vielen Jahren durch die Region geistert, wurde an die Info GmbH in Kirchehrenbach weitergegeben, weil die Gemeinden nicht bereit waren, sich an den Kosten zu beteiligen. Fortan versuchte jene, anfangs sogar mit einem ständig erreichbaren „Call-Center“ die 35 teilnehmenden Vermieter mit Gästen zu versorgen. Das Thema scheiterte

letztendlich deswegen, weil nur die wenigsten Vermieter bereit waren, Provision für die Zimmervermittlung zu bezahlen und sie deshalb nicht daran teilnahmen. Vielleicht war es auch zu früh. Ein weiterer Versuch eine zentrale Zimmervermittlung unter der Regie eines großen regionalen Reisebüros einzuführen, fand auch keinen fruchtbaren Boden. In diesem Jahr (2000) absolvierte Wanderführer Lorenz Polster von Waischenfeld aus, die erste geführte Brauereitour nach Aufseß, mit Rückfahrt im Bus nach Waischenfeld und Einkehr in 5 Brauereien. Zusammen mit Aufseß gibt es bisher zwei „Bierwege“ (Waischenfeld-Aufseß und der Weg rund um Aufseß) aber es gab noch keine geführten Touren. Beim Mountainbiking, dem sportlichen Radfahren gibt es zahlreiche gute Ansätze wie zum Beispiel die Mountainbikerouten um Hollfeld, Heiligenstadt, Obertrubach, Wiesental und „Rund um die Neubürg“, die durch vernetzende Verbindungswege ein großes Zukunftspotential darstellen. In diesem Zusammenhang darf auch das immer dichter werdendes Netz an Radwegen (zuletzt die Fertigstellung des Radweges bei Pottenstein und in naher Zukunft der Radwegeausbau bei Tüchersfeld und zwischen Waischenfeld und Nankendorf) erwähnt werden.

Klettern hat in der Fränkischen Schweiz eine lange Tradition. Seit 1822 ist es mit einer Beschreibung anlässlich des Walberla-Festes dokumentiert. Insider schätzen, dass alljährlich mindestens 100.000 meist junge Kletterer, teilweise mit kleinen Campingbussen ausgerüstet, hier unterwegs sind, um einige der 11.000 Routen zu klettern. Dazu kommen noch die Kletterparks und Boulderhallen mit eigener Klientel. Auch hier rechnen Insider mit rund 100.000 Leuten die pro Jahr an den Events teilnehmen. Insgesamt ist der Markt für Kletterer mit mindestens 200.000 Besuchern im Jahr schon sehr bedeutend. Der Verein Naturpark Fränkische Schweiz – Veldensteiner Forst, 2018 umbenannt in „Naturpark Fränkische Schweiz- Frankenjura“, hat mit seinen nun fast flächendeckend vorliegenden Kletterkonzepten, die Kanalisierung und Sensibilisierung dieser Gäste für den Umweltgedanken größtenteils schon umgesetzt. Mit den Hochseilgärten in Betzenstein, Hollfeld und Pottenstein wurden zusätzliche attraktive Angebote geschaffen. Weitere auf die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste eingehende Einrichtungen (Kletterkindergarten, preiswerte Unterkünfte wie Zeltplätze bei den wichtigsten Kletterzentren, wie beispielsweise der Campingplatz Bärenschlucht bei Pottenstein) könnten noch mehr Argumente liefern, bei uns zu klettern. Kurz- und mittelfristig spielen die „Qualitätsgastgeber“ als klassifizierte Betriebe weiterhin eine Rolle. Ob dadurch jedoch der Umsatz gesteigert werden kann, diese Frage ist noch nicht endgültig geklärt.

Hauptzielgruppen sind bis jetzt überwiegend junge, finanziell sparsam haushaltende Familien und Senioren – hier vor allem Wanderer als Übernachtungsgast. Der Freizeitforscher Horst Opaschowski sieht für die Zukunft neue „Urlaubertypen“ voraus, die vor allem eines suchen: Individualität. Weg vom Massentourismus und hin zur persönlichen und auf ihn abgestimmten Betreuung. Zitat Opaschowski: *„Der Massentourismus kann nur überleben, wenn er die Notwendigkeit zum Massenhaften durch die Möglichkeit zur Individualisierung vergessen macht. Dazu muss die individualistische Formel „Jedem das Seine“ neu definiert werden. Reiseveranstalter werden ganz unterschiedliche Eigenprofile entwickeln müssen, mit denen sich Urlauber identifizieren und gleichzeitig von anderen abgrenzen können. Das „Einheitsprodukt Urlaubsreise“ wird es in Zukunft nicht mehr geben.* Der standardisierte Urlaub von der Stange wird sich dem Trend zur Individualisierung anpassen müssen. Dem individualisierten Wunschurlaub nach dem Baukastenprinzip, bei dem sich persönliche Reisewünsche zu einem Individualurlaub zusammenfügen lassen, gehört die Zukunft“. Auch beim Inlandsurlaub will man etwas erleben und auch sich selbst erleben: Alltagsmonotonie und Langeweile haben hier keinen Platz. Nur auf diese Weise kann man sich gegen den Trend „ab ins Ausland“ behaupten. Die künftigen Marketingstrategien des inländischen Fremdenverkehrs müssen Erlebnisphilosophien gleichen: Der Reisemarkt muss zum Erlebnismarkt, die Gastronomie zur Gastrosophie werden. An der Schwelle zum neuen Jahrtausend ist Erlebnistourismus angesagt. Auf „Events“ kann der Tourismus nicht mehr verzichten.

Was war im Jahr 2000 noch los? Im Juni war großes bundesweites Nachtwächtertreffen in Gößweinstein, welches der dortige Nachtwächter Manfred Heckel, zusammen mit seinem Gräfenberger Kollegen Kurt Konrad Knippschild betreute er 71 der mittlerweile 125 organisierten Nachtwächter und Türmer aus fünf Ländern Europas, die sich außer in Gößweinstein auch in Forchheim und in Pottenstein sehen ließen. In Treppendorf bei Hollfeld entstand auf dem Gelände vom Hotel Bettina der erste Hochseilgarten. Rund ums Walberla gründete sich ein Förderverein, „Rund ums Walberla-Ehrenbürg“, der sich die Verbesserung des Tourismusangebotes zum Ziel setzte. Erstmals wurde ein Burgenstraßenradweg durch die Fränkische Schweiz eingerichtet, der auf bestehenden Wegen verläuft und daher auf eine eigene Beschilderung verzichtet. In Pegnitz sind die ersten 21 Absolventen der „Berufsfachschule für Hotelmanagement“ feierlich verabschiedet worden. Sie waren die ersten, die an der vor drei Jahren gegründeten Schule, sie ist der seit 1990 bestehenden Hotelfachschule angegliedert, ihre schulische Ausbildung absolvierten. In diesem Jahr waren es 30 Jahre, seit das Berliner Reiseunternehmen „Bayern Express“ die Fränkischer Schweiz

regelmäßig mit und nach Fahrplan mit eigenen Bussen anfährt. Aus diesem Anlass wurde ein nagelneuer Neoplan-Bus auf den Namen „Ebermannstadt“ getauft. 2001 wurde die Fernbuslinie, die bisher in Ebermannstadt endete, bis nach Forchheim verlängert. In Buttenheim wurde das Levi-Strauß-Museum (Erfinder der Jeans) feierlich eröffnet. Rund 3000 Bürger wollten das neue Museum am Eröffnungstag besuchen. Ebenfalls neu ist das Spielzeugmuseum in Gößweinstein. Es wurde am 1. Mai 2000 eröffnet und verzeichnete bis zum September bereits 4000 Besucher. Das neue gartengeschichtliche Museum in Eckersdorf verbuchte im Jahr 2000 bereits 13 000 Besucher vom Eröffnungstag dem 25. Juli bis Ende September. Heiligenstadt war die erste Gemeinde, die in der Region Mountainbikestrecken ausschilderte. Vier Touren mit über 150 Kilometern Länge führen seit dem Herbst 2000 in großen Kreisen rund um Heiligenstadt. Die Firma Aktiv Reisen, die drei Jahre lang das Gößweinsteiner Fremdenverkehrsamt ersetzte, hat zum Ende des Jahres gekündigt und zieht nach Muggendorf um, wo das Eventunternehmen verstärkt in den sportlichen Bereich (Fahrrad fahren, Boot fahren) und den Firmenbereich einsteigen will. Am ersten Sonntag im September wurde zudem das erste Mal der „Fränkische Schweiz- Marathon“ auf der gesperrten Bundesstraße 470 zwischen Forchheim und Behringersmühle veranstaltet. Das Sportamt des Landkreises Forchheim ist der Veranstalter. Ziel ist es, das Thema Laufen im Landkreis zu forcieren und die Sportvereine einzubinden. Im September 2000 erhielt die Gemeinde Aufseß die



Bestätigung durch den Eintrag ins Guinnessbuch der Rekorde (Ausgabe 2001), dass es nirgends auf der Welt eine so große Brauereidichte gibt wie in Aufseß: Vier Brauereien für 1500 Einwohner. Last but not least wurde im Juli die erste Kirschenkönigin während des Pretzfelder Kirschenfestes gewählt. Doris Fahner I. aus Igensdorf ist die glückliche Gewinnerin des Wettbewerbes. Mit ihr soll das Produkt Kirsche einen noch größeren Bekanntheitsgrad erfahren.

Abb 13: Die erste Kirschenkönigin Doris I. (Fahner aus Igensdorf) wurde während des Pretzfelder Kirschenfestes im Juli 2000 von Landrat Reinhardt Glauber „gekrönt“. Foto: Löwisch

Nordbay. Kurier, 9.12.2000 - Die Suche nach den Marktpotenzialen - Etat und mehr beraten: Gebietsausschuss Fränkische Schweiz stellte touristische Weichen

FRÄNKISCHE SCHWEIZ/THURNAU). Die touristischen Weichen für nächstes Jahr stellte der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz in seiner jüngsten Vorstands- und Beiratssitzung in Thurnau. Neben den Haushaltsvorberatungen und den damit verbundenen Marketingmaßnahmen standen zwei Vorträge im Mittelpunkt der zweistündigen Sitzung. Zum Thema „Gesundheitsregion Fränkische Schweiz“ referierten Professor Erich Lang und Dr. Peter Kupfer vom Carl-Korth-Institut in Erlangen. Ihren Ausführungen zufolge bestünde in der Fränkischen Schweiz ein großes Potenzial zur Steigerung der Übernachtungszahlen, wenn die Region auf den immer stärker werdenden Trend der Bevölkerung nach „Gesundheitsurlaub“ eingehen und entsprechende Angebote unterbreiten würde. Voraussetzung für eine erfolgreiche Arbeit auf diesem Gebiet wäre eine Bestandsaufnahme der schon vorhandenen Einrichtungen. Forchheims Landrat Reinhardt Glauber dankte den Referenten für ihre Anregungen und versprach, sich bei den zuständigen 5 b Stellen nach Fördermöglichkeiten zu erkundigen. Für den Gebietsausschuss Fränkische Schweiz alleine wäre die Finanzierung des Projektes - pro Jahr rund 250 000 Mark - allerdings nicht möglich.

Sein Bayreuther Kollege Landrat Dr. Klaus-Günter Diemel als stellvertretender Vorsitzender des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz war der Auffassung, dass im Tourismus mit „griffigen Argumenten“ gearbeitet werden müsse. Da die medizinische Vorsorge künftig wahrscheinlich immer mehr auf die Bürger abgewälzt werde, gebe es hier sicherlich einen Markt. In Hinblick aber auf schon bestehende und bekannte „Gesundheitsregionen“ sehe er für die Fränkische Schweiz wenig Chancen, sich zu behaupten.

Für die Fränkische Schweiz als „Mountainbike-Zentrum“ warb Dirk Vollmer vom Allgemeinen Deutschen Fahrradclub (ADFC). Hier hätte die Fränkische Schweiz ebenfalls große Chancen, Marktpotenzial zu gewinnen. Der Referent, der im Auftrag der Gemeinde Heiligenstadt derzeit ein Mountainbike-Konzept erstellt, sprach sich dafür aus, das geplante Radwegenetz in Heiligenstadt um weitere Angebote auf andere Gemeinden zu erweitern.

Es gebe allerdings eine Gruppe von Leuten, die das Mountainbiking grundsätzlich ablehne. Denen müsse man sagen, dass mit speziellen Radstrecken eine Kanalisierung der Sportart auf bestimmte Strecken möglich wäre und der derzeit herrschende „Wildwuchs“ ein Ende hätte. Bürgermeister Helmut Krämer aus Heiligenstadt stimmte zu und zeigte ein Prospekt, in dem schon etliche

Biker-Routen in der Fränkischen Schweiz eingezeichnet sind, von denen seine Gemeinde beispielsweise bisher nichts wusste und die zum Teil durch ökologisch sensible Gebiete führen. Franz-Xaver Bauer, Geschäftsführer der Tourismuszentrale, erinnerte daran, dass das von Landrat Glauber initiierte und schon zum großen Teil umgesetzte Radwegenetz für diese Zwecke weiter ausgebaut werden könnte. Schließlich beschloss die Versammlung einstimmig, dass die Tourismuszentrale bei diesem Thema als „Moderator“ fungieren und auf die Gemeinden der Fränkischen Schweiz, zwecks Teilnahme am Mountainbike-Wegenetz, zugehen solle. Einen Sachstandsbericht zur Entwicklung der Zentralen Zimmerreservierung (ZZR) gab Geschäftsführer Willibald Keiner. Demnach entwickeln sich die Buchungsanfragen kontinuierlich nach oben. Seit Anfang April hat die ZZR mit 112 festen Buchungen rund 70 000 Mark Umsatz erzielt. Derzeit werden Pauschalangebote und ein Internetauftritt unter [http:// www. onlinezimmer.de](http://www.onlinezimmer.de) erstellt. Für nächstes Jahr plant die Tourismuszentrale wieder zahlreiche Marketingmaßnahmen. So kommt die „Erlebnis-Card“ als Nachfolger des Erlebnispasses im Januar auf dem Markt, außerdem neue Poster. Bei den zukünftigen Messen und verkaufsfördernden Veranstaltungen werde künftig verstärkt mit benachbarten Feriengebieten zusammengearbeitet.

Steigende Kosten - Intensiv beraten wurde auch der Haushaltsentwurf des Gebietsausschusses für das nächste Jahr. Bedingt durch die ständig steigenden Kosten sei eine Erhöhung der Umlageanteile der Landkreise unumgänglich, meinte Bauer, wenn das Marketingniveau erhalten bleiben solle. Die Vorstandsmitglieder stimmten dem Haushaltsentwurf der Tourismuszentrale, der nun noch von der Mitgliederversammlung abegesenet werden muss, zu. Er wird rund 779 000 Mark betragen. Die Umlagen der Landkreise steigen um fünf Prozent. Der Haushalt 2000 betrug 783 000 Mark. Damit ist der Haushalt 2001 trotz Umlagerhöhung niedriger als im Vorjahr.

2001 - In diesem Jahr zeigt sich, dass das Internet endgültig die „Oberhand“ gewonnen hat. In seinem Jahresbericht sagte Landrat Glauber, dass mehr als 16 000 Wünsche nach Prospekten in der Tourismuszentrale und damit ein Rekord bei den Anfragen entstanden sei. Zurückzuführen sei das auf 3 600 E-Mailanfragen, ausgelöst durch rund 179 000 Besucher auf der Internetplattform. Ein weiteres Rekordergebnis: Nach eigener Erhebung wurden im gesamten Jahr 380 000 Broschüren der Tourismuszentrale verschickt und verteilt, dazu kommen etwa 100 000 Broschüren von den zahlreichen touristischen Einrichtungen. Die Zimmervermittlung durch die Firma Info wurde in diesem Jahr eingestellt, weil das Unternehmen seinen Betrieb aufgab. Noch vorher, im Mai 2001 stellt die

Firma erstmals eine digitale Radkarte vor, auf der 32 Touren, darunter die 13 Landkreis-Forchheim-Touren enthalten sind. Unter Verwendung von digitalen Karten lassen sich beliebige 2 D- und 3 D-Darstellungen am Bildschirm erzeugen und ausdrucken. Im Juni folgte von der Tourismuszentrale eine Radkarte im Ringbuchformat, die 58 Fern- und Rundtouren enthält und pro Tour eine ausführliche Kartendarstellung beinhaltet. An Pfingsten eröffnete das durch einen Förderverein wieder belebte Felsenbad in Pottenstein, das als neue Attraktion eine Bühne im Beckenbereich bekommt. Andreas Pflaum vom PPP in Pegnitz bekam zwei Marketing-Oscars verliehen. Einmal für seine Pressearbeit und einmal für den Internetauftritt des Posthotels. Erstmals gab es im Landkreis Bayreuth eine „regionale Speisekarte“, die von der Entwicklungsgesellschaft „Rund um die Neubürg“ und den Fränkische-Schweiz-Hotels getragen wird. Ziel ist es, die Nahrungsmittel aus der Region zu bevorzugen, um umweltschädliche lange Transportwege zu vermeiden. Ebenfalls brandneu: In Forchheim wurde vor der dortigen Touristinfo auf dem Marktplatz eine Info-Säule aufgestellt, auf der man 250 Seiten Informationen über die Stadt, Gastronomie, Sehenswürdigkeiten und zur Kultur abrufen kann. In Hollfeld wurde das neue Kulturzentrum St. Gangolf mit Minister Zehetmeier eröffnet. Hier hat künftig der Theatersommer sein Domizil. Im Juni veröffentlichten die Verkehrsämter ein neues Wanderheft, als Nachfolger des kleinen 25-Wandertouren-Hefes im A5-Format. Hier wurden 60 Rundwege zwischen fünf und 15 Kilometern Länge ausführlich und kartengestützt beschrieben, die man auch mit Kindern gut ablaufen kann. Ziemlich unbemerkt und still eröffnete in Streitberg, im Haus der ehemaligen Volksbank ein „Ammoniten-Museum“ des Erlanger Geologen Wilhelm Wiedenbein, der hier seine Lebenssammlung von über 500 Objekten einem breiten Publikum zeigen will.

Im Juli hat die Neubürg ihr „Wanderparadies“ mit einer Gesamtlänge von 172 Kilometern der Öffentlichkeit präsentiert. Die Wege sind in elf Themenbereiche unterteilt. In Hohenmirsberg hat man einen Steinbruch zur „Fossilienfundstelle“ umfunktioniert und wirbt mit einer „Erfolgsgarantie“ um Urlaubsgäste. Im Oktober feierte Obertrubach einen runden Geburtstag: 40 Jahre Feriendorf des Familienerholungswerkes der Erzdiözese Bamberg. 1961 gründete sich der Förderverein, ein Jahr später begannen die Baumaßnahmen für die ersten fünf Bungalows. In der Hochzeit gab es 33 Häuser mit 180 Betten. Das Angebot richtet sich vor allem an kinderreiche Familien mit schmalem Geldbeutel. Was anfangs als „vier Anlaufstellen mit Geschichte und Flair“, entpuppte sich bald als ein Highlight der Region. Als Erinnerung an die Wegbegehung des Aufseßer Brauereienweges (13 Kilometern, vier Brauereien) bekommt der Wanderer eine

Urkunde, die ihn als „Fränkischen Edelbiertrinker“ auszeichnet. Thematisch passend wurde erstmals ein ewiger Kirchweihführer aufgelegt, der nicht nach genauen Terminen aufgebaut ist, sondern nach allgemeinen Vorgaben, wie z.B. „Affalterthal, letztes Wochenende im Oktober“. Ende des Jahres wurde die Burg Rabenstein an zwei Nürnberger Investoren verkauft.

Nordbay. Nachrichten 1./2. Mai 2001 - Sorge um die Einheit: In der Fränkischen Schweiz herrscht Angst vor der Zukunft - Jeder will stark und schön sein - Auf touristischem Gebiet könnte Zusammenarbeit besser sein — Landrat regt „runden Tisch“ an. Von Hugo Molter

EBERMANNSTADT - Zwischen Spessart und Karwendel boomt der Tourismus. Seit Jahren steigen in Bayern die Übernachtungszahlen. Auch Franken kann im Fremdenverkehr stets kräftig absahnen. Doch im bekanntesten Urlaubsgebiet Nordbayerns, in der Fränkischen Schweiz, herrscht Angst vor der Zukunft. Die Region werde als touristische Einheit „auseinanderfallen“, wenn der politische Zusammenhalt der Landkreise verloren gehe, prophezeien nicht wenige Fremdenverkehrsämter in diesem oberfränkischen Raum. Als sicheres Anzeichen für das beschworene Unheil wird die Tatsache angeführt, dass die Behörden und Kommunalparlamente vor allem in den Kreisstädten Forchheim und Bayreuth angeblich „gegeneinander arbeiten“. Auch der Forchheimer Landrat Reinhardt Glauber (Freie Wähler), Vorsitzender des Gebietsausschusses, ist trotz eines abermaligen dreiprozentigen Zuwachses in der Übernachtungsbilanz unzufrieden mit dem touristischen Entwicklungsstand seiner Region. Als der Gebietsverein vor kurzem in Bärnfels (Kreis Forchheim) tagte, gestand Glauber unumwunden ein, dass er die jetzige Werbestrategie für veraltet und untauglich halte. Schon lange sei es angebracht, einen runden Tisch einzuberufen und „ein Leitbild für den Tourismus in der Fränkischen Schweiz“ zu schaffen.

Nur so verbessere man die wirtschaftlichen Zukunftsaussichten in dem vom Fremdenverkehr so abhängigen Gebiet. In Urlaubsorten wie Pottenstein und Muggendorf hört man solche Ankündigungen natürlich gerne. Aber dennoch herrscht Zweifel, ob ein „Leitbild“ überhaupt zu Stande kommt. Vor allem der Pottensteiner Thomas Bernhard, ein in der Region geschätzter Fremdenverkehrsämterleiter, meinte in Bärnfels, der „Konkurrenzkampf der Gemeinden“ behindere jeglichen Fortschritt. „Jeder hier bei uns will der Schönste und Stärkste sein“, so Bernhard. Dass aber nur die Fränkische Schweiz als Ganzes bei den deutschen Urlaubern den besten Ruf hat, werde allzu gern übersehen. „Wunderschöne Städte“ - Kein Urlaubsort vom Walberla bis Sanspareil ist wie der andere. Auch die Angebote und Leistungen sind von Dorf zu Dorf, auf den Bergen

wie in den Tälern verschieden. Bernhard: „Unsere Heimat und wir alle hätten schon eine ganze Menge mehr Anteile am nationalen Fremdenverkehrskuchen, wenn sich die Gemeinden endlich auf jeweils das konzentrieren würden, worauf sie sich besonders gut verstehen.“ Regionale Kooperation wird auch in den Überlegungen des Gastronomen Georg Hötzelein groß geschrieben. Für den Chef des Hotel- und Gaststättenverbandes im Kreis Forchheim steht fest, dass die Fränkische Schweiz nur dann ein dauerhaftes Geschäft macht, wenn sie auf dem Reisemarkt mit starken Partnern auftreten kann. Der Dialog mit Nürnberg, Bamberg und Bayreuth - den Städten, welche viele Kulturtouristen anlocken — müsse vordringlich, verstärkt werden. Natürlich kommen Hötzelein und seine Berufskollegen nicht mit leeren Händen zu einem solchen Kooperationsgespräch: „In den Prospekten und Werbematerialien, die wir jährlich verschicken und die in vielen Häusern ausliegen, steht immer, dass die Fränkische Schweiz, von wunderschönen Städten umgeben ist, deren Besuch sich lohnt.“ Gut möglich, dass die Einigkeit von Stadt und Land dem Fremdenverkehr im Herzen Frankens eine dauerhafte Blüte bringt. Glaubers runder Tisch hat aber vorderhand noch andere Probleme zu lösen. Eines davon: Wehe dem Touristen, der ohne privates Fahrzeug in die Fränkische Schweiz gekommen ist. „Der öffentliche Personennahverkehr ist eine Katastrophe“, stöhnt der Muggendorfer Fremdenverkehrsamtsleiter Adolf Wunder. Die Politik habe auf diesem Gebiet versagt, konstatiert Wunder. Er sei dabei gewesen Anfang der 80-er Jahre in Ebermannstadt, als dieses Thema auf einem großen Verkehrs-Hearing behandelt wurde. Und der damalige bayerische Wirtschaftsminister Anton Jaumann (CSU) den Teilnehmern versichert habe, die Fränkische Schweiz müsse man als „Modellfall“ zur Erprobung eines ÖPNV-Konzeptes für ländliche Regionen im Freistaat betrachten.

Doch daraus ist nichts geworden. Stattdessen gehen heute die Landkreise Forchheim, Bayreuth, Bamberg und Kulmbach, unter denen die Fränkische Schweiz bei der Gebietsreform 1972 aufgeteilt wurde, beim ÖPNV eigene Wege. Am weitesten fortgeschritten sind noch die Forchheimer. Ihr Anruf - Sammeltaxi (AST) fährt bis in den hintersten Weiler. Im Landkreis Bayreuth taucht die bei Nachtbumblern beliebte Droschke jedoch nie auf. So muss jeder Gast aus dem Kreis Forchheim, der sich abends noch in Pottenstein aufhält, sehen, wie er wieder heimkommt in sein Urlaubsquartier.

Auch ein ÖPNV-Konzept, aber vor allem eine Touristattraktion ersten Ranges: Mountainbiken auf 128 Kilometern entstand in der Gemeinde Heiligenstadt. Ein Vorzeigobjekt und ein Alleinstellungsmerkmal dazu.

Fränkischer Tag, 30. Oktober 2001 - Fränkische Schweiz bietet nun ein Mountainbike-Netz - Attraktion für Radler - Drei neue Routen verlocken Sportler und Familien zu Ausflügen

HEILIGENSTADT (mad) - Die Fränkische Schweiz wird um eine Touristen-Attraktion reicher: Oberfrankens Regierungspräsident Hans Angerer eröffnete ein Mountainbike-Netz für diese Region. Dirk Vollmer vom Allgemeinen Deutschen Fahrradclub (ADFC) sowie Helmut Krämer, radsportbegeisterter Bürgermeister von Heiligenstadt, haben mit viel Engagement und gemeinsam mit anderen ein Konzept auf die Beine gestellt, das bayernweit wohl seinesgleichen sucht. Unter der Federführung des Forums „Zukunft Oberfranken“ brachten sie nicht nur Kommunen und die Touristeninformation Fränkische Schweiz, sondern auch Vertreter aus Forst-, Jagd- und Landwirtschaft sowie den Naturschutz an einen Tisch.

Rundkurse - Entstanden ist ein Netz, das drei Routen mit einer Gesamtlänge von 128 Kilometern umfasst. Alle Routen sind als Rundkurse konzipiert, so dass die Radsportbegeisterten an beliebigen Orten entlang der einzelnen Strecken mit der Tour beginnen können. Das Angebot richtet sich „an sportlich ambitionierte Mountainbiker, bei denen nicht nur der konditionelle Aspekt im Vordergrund steht, sondern auch ein ausgeprägtes Verständnis für Flora und Fauna“, so Angerer. Die Routen weisen verschiedene Schwierigkeitsgrade auf und sind damit sowohl für geübte Sportler als auch für Familien oder weniger geübte Radler-Gruppen geeignet. Zudem bieten sich stets Möglichkeiten zu Abkürzungen, damit Anfänger nicht die Freude am Fahren verlieren. Die Touren „Geisberg“, „Altenberg“ und „Matzenstein“ führen den Ausflügler zu Naturschönheiten und Sehenswürdigkeiten zwischen Heiligenstadt, Litzendorf, Geisfeld, Buttenheim, Eggolsheim und Unterleinleiter. Zusammen mit den bereits bestehenden Angeboten in der Region, etwa dem Rundwanderweg „Natur und Kultur rund um Heiligenstadt“ und den Fernradwegen „Main-tal-Leinleiter“, „Burgenstraße“ und „Fürstbischöfliche Tour“, ist somit rund um die Marktgemeinde ein dichtes Wegenetz für Radsportler entstanden. Bürgermeister Krämer erhofft sich davon — neben mehr Tagestouristen — auch mehr Übernachtungsgäste.

2002 - Das Internet boomt weiter. Nachdem in 2001 schon 3600 E-Mailanfragen eingingen, waren es 2002 schon 5300 Anfragen und fast 300 000 Besucher mit 4,1 Mio. Dateiaufrufen auf der Homepage. Mittlerweile wird die Homepage mit dem Programm Microsoft Frontpage selbst in der Tourismus-

zentrale (von Reinhard Löwisch) gepflegt. Um den ÖPNV weiter anzukurbeln, erstellte die Tourismuszentrale, in Zusammenarbeit mit den ÖPNV-Beauftragten der vier Landkreise, erstmals einen umfangreichen Busfahrplan, der nur solche Linien enthält, die auch während der bay. Schulferien verkehrten. Erstmals erschien in diesem Jahr auch ein „Gastronomieführer“, der es dem Gast erleichtern soll, das für ihn passende kulinarische Angebot zu finden. Damit verfügt die Tourismuszentrale neben dem Unterkunftsverzeichnis mittlerweile über 18 zielgruppenspezifische Themenprospekte. In Zusammenarbeit mit dem Polizeipräsidium in Bayreuth wurde ein Konzept entwickelt, mit dem man Motorradfahrer um Unfallschwerpunkte herumführen will. Dazu sollen eigene Streckenvorschläge erarbeitet werden, die dann über das Internet verbreitet werden. Die Tourismuszentrale ging da in Vorleistung, indem sie auf eigene Kosten eine eigene Motorradhomepage (www.fs-biker.de, analog zu fs-marathon.de) erstellte und mit der Haupthomepage verknüpfte. Im Jahr 2002 wurde auch die Vorstandsspitze des Gebietsausschusses neu gewählt, die analog zu den Kommunalwahlen gewählt wird und die i.d.R. aus Bürgermeistern und Kreisräten der vier Landkreise besteht, die vom jeweiligen Kreistag entsendet werden. Zum zweiten Mal, nach 2000, wurde der Osterbrunnen in Bieberbach vom Guinnessbuch der Rekorde „zum größten Osterbrunnen der Welt“ gekürt.

Im Mittelpunkt des touristischen Interesses standen die zahlreichen Workshops, Diskussionen und Vorträge, die im Zuge der Leitbildentwicklung „Zukunftswerkstatt 2015“ durchgeführt wurden. Einig war man sich, dass man Zuwächse nur durch Qualität erreichen kann, z.B. durch die Klassifizierung von Fewos, Hotels und Gasthöfen. Für Furore sorgte die Burgenstraße, zu der die Fränkische Schweiz seit 1993 gehört. Mit der Umwandlung in einen selbständigen Verein wurde eine deutliche Erhöhung, eine Verzehnfachung der Beiträge beschlossen. Demnach müsste Pottenstein anstatt 350 Euro, 3760 Euro zahlen. Schließlich kam es 2003 zu einem Kompromiss: Die Tourismuszentrale wird als Region mit einer Stimme dem neuen Verband beitreten. Die anstehenden Kosten werden aber von den zehn Gemeinden bezahlt, die bisher schon Mitglied waren. Forchheim, Ebermannstadt, Egloffstein, Wiesenttal, Gößweinstein, Pottenstein, Waischenfeld, Aufseß, Heiligenstadt, Memmelsdorf. Die Burg Rabenstein ist eigenständiges Mitglied der Burgenstraße und davon nicht betroffen.

Fränkischer Tag, 7.2.2002 - In der Zukunftswerkstatt „viele Perlen putzen“ - Tourismus der Fränkischen Schweiz will sich neu positionieren - 80 Interessenten gaben das Startsignal
EBERMANNSTADT. „In Deutschland gibt es mehr Betten als Gäste“. Wer

möglichst viele Gäste in seine Betten bringen will, muss erfolgreich auf dem Touristikmarkt operieren. Das will der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz und deshalb hat er eine „Zukunftswerkstatt 2015“ initiiert. Am Dienstag war die Auftaktveranstaltung in Ebermannstadt. Von Michael Wuttke

Der „Hochzeitssaal“ im Schwanenbräu Ebermannstadt bot ein stilvolles Ambiente gerade mit Blick auf den öfters angesprochenen gastronomischen Aspekt in der Tourismuswerbung. Anwesend waren rund 80 Bürgermeister, Touristikfachleute, Mitarbeiter aus Verkehrsämtern, Museen und dem Uni-Bereich, der Gastronomie, der IHK und des Einzelhandels sowie Vertreter der Sparkassen, die für das Sponsoring dieser „Ideenwerkstatt“ gewonnen werden konnten. Es wurden Arbeitsgruppen gebildet, die als ersten Schritt eine Stärken-Schwächen-Bilanz für die Urlaubsregion aufstellten und diese im Plenum andiskutierten.

Landrat Reinhardt Glauber und Geschäftsführer Klaus Reppel vom beratenden Institut Reppel + Partner (Karlsruhe) stellten beim anschließenden Pressegespräch das große Interesse und Engagement der „hochmotivierten“ Teilnehmer heraus. Sie seien objektiv und selbstkritisch gewesen und hätten viele konstruktive Vorschläge eingebracht.

Gleich los ohne Gutachten - Glauber blendete in den März vorigen Jahres zurück, als er bei einer Mitgliederversammlung des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz (ihm gehören die Landkreise Forchheim, Bamberg, Bayreuth und Kulmbach an) die Idee der „Zukunftswerkstatt 2015“ vorstellte und später den Vorstand für die Durchführung gewinnen konnte. Bewusst sollte der Weg ohne ein vorbereitendes Gutachten beschränkt, sondern von den Tourismus-Akteuren erarbeitet werden. Mit dem Reppel-Institut für Tourismus und Kurortberatung habe man einen kompetenten Partner an der Seite, was er, Glauber, nach der Auftaktveranstaltung mit noch mehr Überzeugung sagen könne. „Ein Tourismuskonzept kann man nicht verordnen, es muss weitgehend im Konsens entwickelt werden und für Gäste wie Anbieter gleichermaßen nützlich sein“, so die Grundüberlegung von Klaus Reppel.

Beginnen müsse man mit einer „ehrlichen Inventur“ - wo kann man stark werden, wo Schwächen abtrainieren, wo kann man nichts machen. Zweiter Schritt sei eine Markt- und Wettbewerbsanalyse, dann müsse man sich Ziele setzen und diese „harmonisieren“ auf ihre Verträglichkeit von Ökonomie und Ökologie, auf den Verkauf im Markt und auf die Strategie hin. Der Maßnahmenkatalog sei auf drei Schwerpunkte abgestellt: weitere Qualitätsverbesserungen, Orientierung der Angebote am Markt und „Innenmarketing“. Damit meint er Kooperationen, Koordination und strategische Allianzen. Wichtig ist es, so

Klaus Reppel beim Pressegespräch, ideelle und finanzielle Verbündete zu finden. Das Hotel- und Gaststättengewerbe werde ein wichtiger Partner sein. In nicht allzu ferner Zeit werde die „Zukunftswerkstatt“ so weit sein, dass die „Stabübergabe“ in die Praxis erfolgen kann. Dies werde aber nicht, wie der Begriff suggeriert, erst das Jahr 2015 sein. Das Strategiekonzept will das Institut, das sich gegenwärtig als „Moderator“ sieht, aber später auch die Praxis begleiten kann, schon im Frühjahr 2003 vorlegen. Konkrete Defizite könne er für die Fränkische Schweiz, die er selbst als Urlauber bereist habe, nicht benennen. Diese gebe es generell in allen Mittelgebirgs-Destinationen, z.B. hinsichtlich der Infrastruktur im Gastgewerbe. „Die Gästewünsche haben sich schneller entwickelt als sich das Gastgewerbe anpassen konnte“ ist Reppels Erkenntnis, der schon für den Nordschwarzwald, das Fränkische Seenland und das Vogtland gearbeitet hat. Die „Fränkische“ sei „nicht schlechter als anderswo, aber wir wollen es besser machen!“ gab er seinen 80 Zuhörern die Zielvorgabe. Wichtig werden, das könne er heute schon sagen, die Themen Wasser, Kultur und Wellness, Nahziel werde sein, „das besser zu verkaufen was schon da ist“. Problem ist dabei, dass sich die Gästestrukturen immer mehr zerfasern. Im Vordergrund stehe nicht unbedingt der Zielort, sondern das Thema. Ein „Alleinstellungsmerkmal“, das die Fränkische Schweiz von anderen Regionen abhebt, gebe es nicht, prägend seien der Verbund Natur-Kultur-Gastlichkeit. Der Besucherstamm teile sich in zwei Drittel Tages- und ein Drittel Übernachtungstourismus. Hier müsse sich das Gewicht verlagern.

Klaus Reppel gibt sich optimistisch. Nicht weil er es von Berufs wegen sein muss, sondern weil sich beim ersten Treffen ein überreiches Angebot an Möglichkeiten offenbarte. „Ich war platt“ gesteht er ein. Und daraus folgt für ihn: „Es gibt viele Perlen aus dem Sand zu holen und zu putzen“. In zwei Monaten ist das nächste Treffen. Neben dem Gesprächsergebnis sollen Analysen ange stellt, erste Fragen beantwortet und erste Direktempfehlungen gegeben werden. Und noch eine Serviceverbesserung, die eigentlich „nur“ eine Standardisierung ist:

Nordbay. Kurier, 22.10.2002 - Quartiere werden klassifiziert - Versammlung der Verkehrsamtsleiter: Richtlinien des Tourismusverbandes relevant
FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Mit einer Qualitätsoffensive will die Tourismusregion ins neue Jahr starten, mit zahlreichen Verkaufsfaktiven und mit einer Neuauflage zahlreicher Sonderprospekte. Das wurde auf der Herbstversammlung der Verkehrsamtsleiter deutlich. Besonders die Klassifizierung von Ferienwohnungen und Hotels liegt dem Leiter der Tourismuszentrale, Franz-Xaver

Bauer, am Herzen. Bis jetzt basierte die Standardisierung der Ferienwohnungsquartiere auf Selbsteinschätzung der Vermieter. Künftig wird, so nach den Richtlinien des Deutschen Tourismusverbandes, ein Gremium über die Einhaltung der Vorschriften wachen. Ziel: Qualitätsverbesserung - Es besteht aus der Diplomgeographin Katrin Ruß von der Touristinformation Streitberg und Sigrid Ehrlicher, der Qualitätsbeauftragten vom Verein Urlaub auf dem Bauernhof. Beide werden ab 2003 alle 81 Häuser unter die Lupe nehmen, die bisher im Vier- und Fünf-Sterne-Bereich liegen. Die 194 Drei-Sterne-Fewo's der Region werden von den zuständigen Touristinformationen inspiziert. Ziel der Aktion ist eine qualitative Verbesserung des Quartierangebotes. Der negativen Übernachtungsentwicklung in diesem Jahr will die Tourismuszentrale mit zahlreichen Aktivitäten entgegenwirken. So wird die Region wieder auf sieben überregional bedeutsamen touristischen Messen präsent sein. Darüber hinaus wird man zwei verkaufsfördernde Aktionen mit einem Oldtimerbus in Fußgängerzonen großer Städte durchführen. Den Leitern der örtlichen Touristinfos empfahl Bauer, eine weitere Oldtimeraktion auf eigene Kosten zu bestreiten. Die Anzeigenwerbung soll ebenfalls verstärkt werden. Neben den rund 24 000 Euro, die der Gebietsausschuss jährlich ausgibt, werden sich die Fremdenverkehrsgemeinden mit weiteren 3 000 Euro an gemeinsamen Anzeigen beteiligen, so der einstimmige Beschluss.

Mit der Neuauflage zahlreicher Sonderprospekte wird dem gestiegenen Informationsbedürfnis der Gäste Rechnung getragen. Erstmals wird es in Zusammenarbeit mit dem Polizeipräsidium Oberfranken und diversen Motorradclubs einen Flyer für Motorradfahrer geben, in welchem den momentan herrschenden Problemen entgegengewirkt werden soll. Überarbeitet werden die Prospekte zum Thema Osterbrunnen, der Restaurantführer und der Imageprospekt „Entdecken - erleben“, in dem sich alle Gemeinden auf jeweils einer Seite darstellen. Weiterhin wird es die acht Ausgaben des Veranstaltungsprogramms und den „familienfreundlichen“ Prospekt geben. Ebenso den heuer erstmals für Touristen aufgelegten ÖPNV-Prospekt und wieder die „E-Card“, mit der Gäste Vergünstigungen in vielen Freizeiteinrichtungen in Anspruch nehmen können.

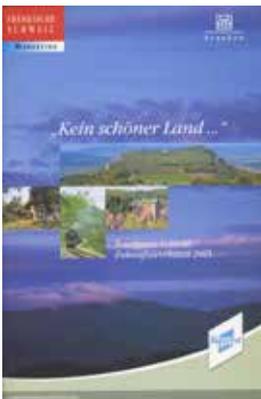


Abb 14: Titelseite des neuen Leitbildes „Kein schöner Land“, welches bis 2015 umgesetzt werden soll. Foto: Compress media, Bamberg

2003 – Im Mittelpunkt des touristischen Interesses stand in diesem Jahr die Einrichtung des „Frankenweges – Vom Rennsteig zur Fränkischen Alb“. Edgar Rother, der Hauptwegewart des Fränkische Schweiz – Vereins ließ sich vom Deutschen Wanderverband zertifizieren, so dass er persönlich die Einrichtung und den Verlauf des Weges, der auf 130 Kilometern Länge die Fränkische Schweiz tangiert, beeinflussen und lenken konnte. Der Weg folgt bestimmten Qualitätsnormen des Deutschen Wanderverbandes. Ein weiterer Schwerpunkt war die Kulinarik. Die Scharfen Wochen wurden zum vierten Mal durchgeführt, im BR kam die Sendung „Schlemmerreise durch die Fränkische Schweiz“, die Regionale Speisekarte rund um die Neubürg, mit gefülltem Kühlschrank für ankommende Gäste und der Tag der offenen Brennereien in der Gegend rund um das Walberla, den der dortige Tourismusverein veranstaltet. Neu sind auch die „Info-Außenorte“. An den Autobahnraststätten Fränkische Schweiz (Nord und Süd), Steigerwald und am Autohof in Thurnau sind Infosäulen in Form von Prospektständern eingerichtet worden, die ständig mit den aktuellen Prospekten versorgt werden. Darüber hinaus werden in den TI in Nürnberg, Erlangen, Fürth, Kulmbach, Bamberg, Lichtenfels und Bayreuth aktuelle Prospekte verteilt. Im Gegenzug verteilen wir die Prospekte der anderen Gebiete in unserem Büro. Das Leitbild wurde fertig und in Druck gegeben. Eine Umfrage unter Gästen, die in der Tourismuszentrale Prospekte angefordert hatte ergab 288 Rückläufe. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug dabei 7,6 Tage, das Durchschnittsalter lag bei 55 Jahren. Das Hauptaugenmerk der Gäste lag auf Wandern, Radeln, Landschaft und Bier. Außerdem wurden 200 Ferienwohnungen klassifiziert, was einem Anteil von rund 20 % aller Fewos entspricht. 2003 kam ein neuer Radprospekt auf den Markt, der nur die Logos von Bayern und Franken auf der Titelseite integriert. Damit wird den Vorgaben des Tourismusverbands Franken und der Bayerischen Tourismus GmbH Rechnung getragen. Als Ersatz für das bisherige Radmagazin gibt es eine Broschüre, die noch stärker als bisher auf das Informationsbedürfnis dieser Zielgruppe Rücksicht nimmt.

Nordbay, Kurier, 15./16. November 2003 - Vier vielversprechende Vorschläge - Fremdenverkehr: Ideen von Franz-Xaver Bauer, dem Leiter der Tourismuszentrale

GÖSSWEINSTEIN. Schon wegen seiner Funktion als Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz ist Marktgemeinderat Franz-Xaver Bauer (CSU) der Experte in Sachen Fremdenverkehr in der Region. Im Ausschuss für Fremdenverkehr machte er die konstruktivsten Vorschläge für eine zukunftssträchtige Tourismusarbeit im Wallfahrtsort. Erstes Beispiel: Osterbrunnenfahrten. Die

Reisebusunternehmer besichtigen mit ihren Reisegruppen meist nur den Osterbrunnen unterhalb des ehemaligen Messnerhauses und vielleicht noch kurz die Basilika. Dies war es dann in der Regel auch schon, denn der Bus, der vor der Basilika am Marktplatz hält, setzt seine Reise fort. Wie Bauer erkannte, ist dies aber auch ein Potenzial an künftigen Gästen, das vom Fremdenverkehrsamt -ähnlich dem Heiligenstädter Vorbild -genutzt werden könnte. Busfahrer wie Insassen könnten „in höflicher und freundlicher Form“ Tipps gegeben werden, die einen längeren Aufenthalt in Gößweinstein schmackhaft machen, so Bauer. Dies wären zum Beispiel Kirchenführungen, die Einladung zum Spaziergang auf dem neu geschaffenen Balthasar-Neumann-Rundwanderweg. Außerdem könnte man dann noch auf den Busparkplatz am Hofacker hinweisen und hätte so auch das Verkehrsproblem nebenbei mit gelöst. Jetzt schon müsse man diese Ratschläge den Reisebusunternehmen machen, die bereits vor Ostern nächsten Jahres Gößweinstein anfahren werden, schlug Bauer vor. Reisebusexperte Rainer Polster (FW) meinte, dass man schon heute feste Zeiten für die Basilikaführungen den Busunternehmen mitteilen sollte, die die Osterbrunnenfahrten planen. Bürgermeister Georg Lang (CSU) meinte dazu, dass man auch über einen Hinweis im Amtsblatt nach einer Person Ausschau halten könne, die für eine derartige Form der Tourismuswerbung geeignet erscheint.

Ferienjob für Schüler? - Konrad Schrüfer (FW) schlug vor, dass dies in den Osterferien auch Schüler machen könnten. Oder auch Praktikanten des Verkehrsamtes, die beantragt werden sollten. Bauers Vorschlag Nummer zwei: Vor-Ort-Werbung in Fußgängerzonen von Städten bis zu 100 000 Einwohner. Nach dem Vorbild der Tourismuszentrale, die mit einem Oldtimerbus in den Fußgängerzonen deutscher Städte Touristen wirbt, könnten dies auch Gemeinden in der Fränkischen Schweiz parallel dazu in kleineren Städten tun. Dies sei mit einem relativ geringen Werbeaufwand zwischen 2000 und 3000 Euro möglich, den sich zum Beispiel Gößweinstein mit Waischenfeld, Pottenstein und Obertrubach teilen könnten. Eine solche Aktion müsste vor den Ferien von Mai bis April durchgeführt werden. Nun soll bei anderen Kommunen angefragt werden, ob sie mitmachen wollen.

Beispiel Nummer drei: kostenlose Werbung für Gößweinstein in Amtsblättern bundesweit. Wie Bauer informierte, hat der Markt einmal im Jahr die Möglichkeit, in anderen Amtsblättern kostenlos zu werben. Hier sollten dann Gößweinsteiner Gasthäuser einen Knüllerpreis für eine Woche Urlaub anbieten, bei der beispielsweise die Hallenbadbenutzung schon im Preis enthalten ist. Bisher gab der Markt viel Geld für die Zeitungswerbung aus, besonders gering war

die Resonanz aus den neuen Bundesländern. Dazu schlug Bauer vor, zwei bis drei Jahre lang in den gleichen Zeitungen zu werben. Viertes Beispiel: bekannte Kabarettisten nach Gößweinstein holen. 1500 Euro kosten den Markt 30 Lichtbildervorträge pro Jahr, die im letzten Jahr laut Verkehrsamtsleiter Klaus Brendel „nur mäßig“ besucht waren. In Gößweinstein kamen durchschnittlich 15 Leute und in Behringersmühle 18. Wie Bauer meinte, sitzen die Menschen im Sommer abends lieber im Freien. Deshalb sollte man die Diavorträge reduzieren. Das dabei eingesparte Geld könnte als Grundstock für den Auftritt von bekannten Kabarettisten wie Wolfgang Buck, Klaus Schamberger oder Bernd Regenauer verwendet werden. Dies würde nach Meinung von Bauer auch viele Einheimische anlocken, und bei gutem Besuch könnte man damit sogar noch einen Überschuss erwirtschaften. Tw (Thomas Weichert)

2004 – Das Leitbild ist fertig und wurde in einer Auflage von 4 000 Exemplaren gedruckt und an alle touristische Leistungsträger der Region verteilt. Auch der Frankenweg wurde als erster bayerischer Premiumwanderweg im Herbst fertig gestellt und am 11. September der Öffentlichkeit übergeben. Da der Weg vom Frankenwald ausgehend über mehrere Gebiete bis ins Altmühltal führt, wurde die Touristinfo Bayreuth beauftragt, Wandern ohne Gepäck auf dieser Strecke mit einem Pauschalpreis einzurichten. Zusammen mit Edgar Rother wurde ein eigenes Prospekt zum Frankenweg herausgegeben, auf der detailreich der Abschnitt durch die Fränkische Schweiz ausführlich beschrieben wird. Außerdem liefen schon die Planungen für einen weiteren Premiumwanderweg an, weil sich einige Gemeinden beschwert hatten, dass sie nicht berücksichtigt worden sind. Wie üblich wurden wieder alle großen deutschen Tourismusmessen besucht und auch die Kollektivwerbung des Tourismusverbandes Franken erbrachte 1300 Prospektanfragen.

Das Heft „Mit Bus und Bahn verbunden“ wurde in der 4. Auflage aufgelegt, mit Druckkosten von rund 10 000 Euro. Und zum ersten Mal kam eine Gäszeitung „Willkommen in der Fränkischen Schweiz“ auf den Markt; finanziert über Anzeigen touristischer Einrichtungen. Der Bayerische Rundfunk dreht „Mit Gernstel unterwegs“ im Bereich der Teufelshöhle, die Schlemmerreise, später umbenannt in Landgasthäuser in Franken von Werner Teuffl und 3 Sommersendungen „Bilderbuch Deutschland“ zu den Stadtjubiläen. In Pegnitz und Forchheim sowie dem Tüchersfelder Museum kamen dazu. Mitte August eröffnete in Obernsees neben der Therme der neue Infopunkt mit Regionalläden, in dem Gäste wie in jedem anderen Tourismusbüro auch, Prospekte und

Auskünfte bekommen. Das Büro unterhält die Gemeinde Mistelgau. Sie wird dabei vom Tourismusverein Obernees und von der Entwicklungsgesellschaft Rund um die Neubürg unterstützt. Die Therme Obernees hatte in diesem Jahr rund 300.000 Besucher. Anlässlich der Stadterhebung Forchheims vor 1200 Jahren wurde eigens zum Jubiläum mit dem „Charlemagner“ ein Apfelspekt vom Obstfachberater des Landkreises Forchheim, Hans Schilling, „erfunden“, der vor allem darauf abzielt alte Obstsorten für die Herstellung zu verwenden. Die Landesausstellung „Edel und Frei, Franken im Mittelalter“ in Forchheim, ebenfalls anlässlich 1200 Jahre Stadt Forchheim, im Pfalzmuseum, veranstaltet, hatte rund 200.000 Besucher. Die Zahl wirkte sich auf die Übernachtungsstatistik der Stadt gewaltig aus: ein Plus von 13 %, gegenüber einem Minus von 0,4 % bezogen auf die gesamte Fränkische Schweiz.

Nordbay. Nachrichten, 17. Juli 2004 - Schroffe Felsen, imposante Höhlen - Die Fränkische Schweiz gibt sich vielerorts noch ohne folkloristischen Schmus. Von Horst M. Auer - In unserer Serie über fränkische Ferienregionen stellen wir nach dem Urlaubsgebiet „Oberes Maintal und Coburger Land“ die Fränkische Schweiz vor.

NÜRNBERG - Nicht weniger als 150 Mal hat sich für einen Landstrich die Bezeichnung „Schweiz“ eingebürgert. Allein in Deutschland schmücken sich mehrere Dutzend Regionen mit dem Beinamen, mit dem sich schneebedeckte Berge, Alm wiesen und schroffe Gipfel verbinden. Davon ist das Gebiet im Städtedreieck Bamberg, Bayreuth und Nürnberg mit seinen kaum über 500 Meter Höhe aufragenden Bergen meilenweit entfernt. Doch mit seinen bizarren Dolomitenfelsen, romantischen Tälern und verträumten Hochebenen erscheint der Vergleich mit dem Original nicht allzu abwegig. Und „Fränkische Schweiz“ klingt irgendwie besser als „Muggendorfer Gebürg“.

So hieß die Gegend, bevor die Romantiker Wackenroder und Tieck auf ihrer legendären Pfingsttour 1793 das Land der Wiesent, Püttlach und Trubach erkundeten. Ihre Reisebeschreibungen machten sie gewissermaßen zu Wegbereitern für den Fremdenverkehr in dieser Region, die vom Heimatschriftsteller Max von Aufsess einmal als „Schlupfwinkel des deutschen Gemütes“ charakterisiert worden ist. Das war gestern. Heute liegt eher Karl Immermanns 1837 angestellter Vergleich mit dem „Zauberschrank“ nahe: „Immer neue Fächer tun sich auf und zeigen bunte, glänzende Kleinodien, und das hat kein Ende“. Dabei sind die Möglichkeiten, sich die Fränkische Schweiz zu erschließen, vielfältig. Wer nicht auf's Klettern oder Segelfliegen setzt, kann es mit dem Fahrrad oder auf Schusters Rappen tun, im Kajak oder per Motorrad. Oder mit der Dampf-

bahn, die seit nunmehr 30 Jahren durch das Wiesenttal zockelt. Das „Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ hat es buchstäblich in sich. Die Teufelhöhle bei Pottenstein, die Binghöhle bei Streitberg und die Sophienhöhle im oberen Ahorntal - das sind weit über Franken hinaus bekannte Schauhöhlen. Zum Gesicht der Landschaft gehören auch die ausgedehnten Streuobstbestände. Ein Teil der Ernte wird in Brennereien zu edlen Bränden „vergeistigt“. Über 200 bäuerliche Brennrechte gibt es hier noch, manche Landwirte haben es zu wahren Meistern des Destillierens gebracht. Berühmt ist die Biervielfalt. Mehr als 70 Klein- und Kleinstbrauereien verteilen sich übers Land. Mit der größten Brauereidichte - vier Sudstätten bei 1400 Einwohnern - kann Aufseß protzen. Das ist Weltrekord.

Dazu hat kaum eine andere Region in Deutschland eine derartige Vielzahl von Burgen vorzuweisen: kleine Adelssitze, stattliche Wehranlagen, stille Ruinen und herrschaftliche Schlösser. Einige können besichtigt werden, beispielsweise die Schlösser Greifenstein und Unteraufseß sowie die Burgen in Pottenstein und Gößweinstein. Dort überragt die mächtige Basilika, die als ein Meisterwerk des Barockbaumeisters Balthasar Neumann gilt, den Wallfahrtsort. Unverkrampt und ohne folkloristischen Schmus wird vielerorts am Brauchtum festgehalten, einfach so, wie es immer war. Geschichte und Tradition zählen noch etwas in dem Landstrich, wo sich der rührige Fränkische-Schweiz-Verein um Authentizität bemüht. Absolut sehenswert ist in diesem Zusammenhang das Fränkische Schweiz-Museum in Tüchersfeld, von überregionaler Bedeutung das Levi-Strauss-Museum in Buttenheim. Zukunftspläne - Als im Süden Mittelfrankens das Fränkische Seenland Konturen annahm, erwuchs ein harter Konkurrent im Tauziehen um Naherholungssuchende und Tagesausflügler aus dem Ballungsraum Nürnberg. Mittlerweile besinnt man sich zwischen Forchheim und Pegnitz längst wieder auf die eigenen Stärken: Unter dem Titel „Zukunfts-Werkstatt 2015“ werden zurzeit Konzepte entwickelt, wie sich die vorhandenen Potenziale noch besser ausschöpfen lassen.

Dazu gehört an vorderster Stelle die Familienfreundlichkeit. Überwiegend sind die Anbieter von Ferienwohnungen und Urlaub auf dem Bauernhof, von Unterkünften in Gasthöfen, Hotels und gemütlichen Privatpensionen selbst Familienbetriebe. Das wissen die Stammgäste zu schätzen wie die kulinarischen Genüsse: Die Küche der Fränkischen Schweiz hat weit mehr zu bieten als „Zwetschgerbames“, Krenfleisch und Schäuferle.

2005 – Im Juli feierte der Markt Wiesental den 100. Geburtstag der Binghöhle mit zahlreichen Festen und Ausstellungen. Spektakulärer Höhepunkt: Auf einem Hochseil zwischen Burgruine und Binghöhle wurde das Streitberger Tal von einem Artisten überquert. Im August eröffnete die Entwicklungsgesellschaft Rund um die Neubürg 33 Nordic-Walking-Strecken mit einer Gesamtlänge von 215 Kilometern. Im Herbst hatte die Tourismuszentrale eine Woche lang, zusammen mit den Obstfachberatern der Landkreise Forchheim und Bayreuth einen Prospektstand auf der Bundesgartenschau in München. Die Tourismuszentrale brachte eine neue Broschüre auf den Markt, die sich „Spielend Radeln“ nannte. Darin werden auf einer leicht befahrbaren, asphaltierten Radstrecke (der ehemaligen Bahntrasse) zwischen Ebermannstadt und Heiligenstadt zahlreiche Spielplätze angefahren – ideal für Familien mit kleinen Kindern. Trotz aller Anstrengungen seitens der Tourismuszentrale „Spielen“ nicht alle Leistungsträger mit, wie nachfolgender Artikel zeigt.

Nordbay. Nachrichten, 5.5.2005 - Kaum Bereitschaft für neue Märkte - Zimmervermieter der Region nicht interessiert an Pauschal- und Auslandstourismus

FORCHHEIM (med) - Die Fränkische Schweiz bietet als Urlaubsregion noch ein riesiges Potenzial: Den Pauschal- und Auslandstourismus könne man ausbauen oder die herrliche Baumblüte besser nutzen. An Ideen mangelt es nicht, dafür mangelt es vielen Bettenanbietern aber an der Bereitschaft, neue Märkte zu erschließen. Franz-Xaver Bauer, Leiter der Tourismuszentrale, nahm in der Sitzung des Ausschusses für Kultur, Sport und Tourismus, in der er über das Leitbild „Kein schöner Land“ informierte, kein Blatt vor den Mund. Vieles habe sich in der Region zwar schon gut entwickelt: Infrastruktur, ausgebautes Radwegenetz, spezielle Rad- und Wandertouren etc. Gleichzeitig aber hätten viele Betriebe es versäumt, „nötige Investitionen rechtzeitig zu tätigen“.

Zwar verzeichneten die Übernachtungszahlen in der Fränkischen Schweiz eine beständige geringfügige Steigerung, doch „die Konkurrenz schläft nicht“. Aus diesem Grund müsse man stets an der Qualität des Angebotes feilen. Dazu gehörten mehr Qualität in den vorhandenen Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen und gute Freizeitmöglichkeiten. „Ernüchternd“ ist für Bauer, dass nur ein einziger Betrieb in der Region mit einem großen Reiseveranstalter wie Neckermann zusammenarbeite. Hier gebe es noch große Defizite. Man habe versucht, den Frankenweg als Pauschalreise zu installieren. Doch nur acht Betriebe hätten sich bei einer Informationsveranstaltung überhaupt dafür interes-

siert. Ähnlich gering sei das Interesse an Auslandstourismus. Im Hinblick auf die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 habe man versucht, Angebote zu liefern: „Aber dafür ist einfach keine Bereitschaft da“, stellte Bauer vor dem Ausschuss fest. Eine neue Idee sei nun, die herrliche Obstbaumblüte besser zu vermarkten, so dass auch im Frühjahr die Zimmer in der Region vermietet werden und nicht nur Tagestouristen Osterbrunnen besichtigen. Schließlich wies Bauer noch darauf hin, dass im Leitbild die geringe personelle Ausstattung der Tourismuszentrale kritisiert werde. Die drei Mitarbeiter würden an der Grenze der Belastbarkeit arbeiten, bestätigte Bauer. In der anschließenden Debatte forderte Landrat Reinhardt Glauber ebenso wie sein Vize Gregor Schmitt eine verstärkte Zusammenarbeit. Nicht jede einzelne Gemeinde, sondern alle gemeinsam sollten für die Region Fränkische Schweiz werben. Zur zuvor geäußerten Kritik, dass Wanderer, Kletterer, Kanufahrer, Mountainbike-Fahrer kein Geld in die Region brächten, sagte Schmitt nur: „Viele kommen später mit ihrer Familie wieder, weil es ihnen hier so gut gefallen hat.“ Das mag ein Stück weit auch an einer alten Tradition liegen: der Bierherstellung in der Region in 70 Brauereien.

Nordbay. Nachrichten, 7.7.2005 - Gerstensaft wird jetzt zum Erlebnis - Geballtes Angebot in der Fränkischen Schweiz — Gästeboom in Aufseß

AUFSESS (rr) - „Franken kulinarisch erleben“ lautet der Lockruf des Tourismusverbandes. Unterfranken wirbt dabei seit jeher mit dem Wein, Oberfranken entdeckt das Bier. In der Weltmeister-Gemeinde Aufseß wurde jetzt ein kreisübergreifendes „Brauerei-Erlebnis“ vorgestellt.

71 Brauereien gibt es in der Fränkischen Schweiz, vier allein in der 1500 Einwohner zählenden Gemeinde Aufseß. Das ist Weltrekord und das lässt sich vermarkten. Bürgermeister Ludwig Bäuerlein schwärmt von 19 Prozent Zuwachs bei den Gästezahlen im vergangenen Jahr und der Inhaber des gleichnamigen Brauereigasthofes, Ernst Rothenbach, kann die Tendenz nur bestätigen: „Inzwischen verkaufen wir 40 Prozent unserer Übernachtungen über ein Pauschalarrangement um die beiden Komponenten Bier und Thermalbad Obernsees. Der Gast will nicht lange ein Programm ausarbeiten, er will nur buchen.“

An diesem touristischen Aufschwung sei der Aufseßer Bier-Rekord erlebbar: „Wir haben Gäste aus Muggendorf, Norwegen und Alaska. Wenn ich das jeden Tag sehe, dann muss ich mich fragen, warum nicht auch andere Betriebe mit Bier werben.“ Sein Credo: „Früher war das Bier ein einfaches Getränk, heute ist es ein Marketinginstrument ersten Ranges.“ Das haben nach der Gemeinde Aufseß auch die Tourismuszentrale und die Regionale Entwicklungsgesellschaft „Rund um die Neubürg“ erkannt und jetzt die verschiedenen Angebote ge-

bündelt und erweitert. Zusammen mit 15 einheimischen Brauereien werden so vier Brauereienwege von Heiligenstadt ins Leinleitertal, rund um die Gemeinde Aufseß, rund um Waischenfeld und durch das Ahorntal angeboten, dazu ein eben erst markierter Bierquellen-Wanderweg im Norden von Pegnitz. Dazu gesellt sich eine geführte Brauereiwanderung zu nicht weniger als sechs Sudkesseln im Bereich der Stadt Waischenfeld, bei der auch ein Betrieb besichtigt werden kann. Schließlich können Einheimische wie Urlauber in Aufseß, Waischenfeld und im Ahorntal auch noch von Brauerei zu Brauerei radeln. Bei einem Zwicklbier, so naturbelassen wie die Fränkische Schweiz generell, blendeten die beiden Landräte Dr. Klaus-Günter Dietel und Reinhard Glauber zurück auf die umfangreiche Vorarbeit für den neuen Prospekt, der jetzt in einer Auflage von 20 000 Exemplaren samt Landkarte unter das Volk gestreut wird. Aufgeführt sind nicht nur die Routen von 13 bis 53 Kilometer Länge, vielmehr gibt es auch Hinweise auf Radverleih-Stationen und den Rücktransport der Gäste mit Bussen. Finanziert wurde das Projekt von der Tourismuszentrale, der Entwicklungsgesellschaft „Rund um die Neubürg“ und den beteiligten Brauereien. Vor den Bürgermeistern und Verkehrsamtsleitern nannte Glauber die heimische Biervielfalt als Chance: Wenn hier jeder Sud anders schmecke, so sei das fast vergleichbar mit dem Wein, wo jede Lage einen anderen Charakter aufweise. Von den hervorragenden Bränden ganz zu schweigen.

2006 – Nachdem die Kritik am Erscheinungsbild des Gastgeberverzeichnis immer lauter wurde, ließ die Tourismuszentrale das wichtigste Prospekt generalüberholen und zwar von der Firma Creative Network aus Nürnberg, die schon in den 90er Jahren den Umbau der Broschüre geleistet hat und das Logo neu erfand. Rund 8 000 Euro wurden in den „Relaunch“ investiert, der mehr Farbe und mehr Bilder beinhaltet. Die Feriensiedlung in Obertrubach stellt ihren Betrieb ein und verkauft die 33 Bungalows, weshalb dort auf einen Schlag 190 Betten aus der Statistik fallen. Im September wurde der zweite Premiumwanderweg, der Gebirgsweg offiziell eröffnet und damit die Gemeinden bedient, die beim Frankenweg außen vor geblieben sind. Es sind weitere Nordic-Walking Strecken eröffnet worden, so im Trubachtal, zwischen Ebermannstadt und dem Wiesenttal und Forchheim. Alle Strecken wurden in einer eigenen Themen-Broschüre zusammengefasst. Landrat Glauber berichtete: Die Bilanz in der Urlaubsregion Fränkische Schweiz für das Jahr 2006 darf mit einem positiven Ergebnis bewertet werden. 1,9 % Zuwachs bei den Gästeankünften und 0,7 % bei den Übernachtungen unterstreichen dieses Fazit, obwohl durch den Wegfall der Feriensiedlung in Obertrubach mit nahezu 190

Betten bei jährlich rund 15 000 Übernachtungen und durch Renovierungsarbeiten in einem großen Erholungsheim in Gößweinstein mit nahezu 50 Betten ein weiteres großes Objekt nicht für die Gäste zur Verfügung stand. Wenn sich die Fußballweltmeisterschaft nur in wenigen Hotels mit einer verstärkten Belegung auswirkte, so blieb der Großteil der Übernachtungsbetriebe davon unberührt. An dieser Stelle darf angemerkt werden, dass sich sowohl bei den Übernachtungen, als auch bei den Gästekünften mit Ausnahme des Jahres 2002, eine stets positive Entwicklung ergeben hat. In Bezug auf Qualitätsverbesserung wurden die einzelnen Maßnahmen fortgeführt. So sind zurzeit in der Fränkischen Schweiz 223 Ferienwohnungen und Privatzimmer klassifiziert, wobei davon zirka 90 Prozent mit drei Sternen (guter Komfort) und vier Sternen (gehobener Komfort) bewertet sind. Nach den Kriterien des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes sind 32 Hotels und Gasthöfe klassifiziert, es gibt 37 fahrradfreundliche Quartiere und 7 Häuser, die nach den Kriterien des Deutschen Wanderverbandes klassifiziert sind.

Im Zuge der Angebotsverbesserung wurden auch neue Broschüren zum Thema Wandern entwickelt. Die Streckenbeschreibung für den Frankenweg musste bereits einmal nachgedruckt werden. Auf dieser Route wird nun auch die Möglichkeit für „Wandern ohne Gepäck“ angeboten, so dass nunmehr vier, unterschiedlich lange Varianten offeriert werden. Gemeinsam mit den Touristinformationen der Region wurde ein aufwändiger Wanderführer mit 58 Rundtouren ausgearbeitet, der großen Zuspruch findet. In Zusammenarbeit mit dem Fränkische Schweiz- Verein (FSV) und den Touristinformationen Fichtelgebirge, Frankenwald und Frankenalb wurde der „Fränkische Gebirgsweg“ entwickelt, der im September offiziell eröffnet wird. In Arbeit ist auch die Ausweisung einer Wanderroute im Bereich der Fränkischen Schweiz, entlang der „Burgenstraße“. Neben diesen Maßnahmen, die sich aus der Zielsetzung der „Zukunftswerkstatt 2015“ ergeben, wurden weitere Marketingmaßnahmen umgesetzt. So werden kontinuierlich die Webseiten des Internetangebotes in der Geschäftsstelle gepflegt und aktualisiert. Im abgelaufenen Jahr besuchten rund 610 000 Gäste die Homepage www.fraenkische-schweiz.com; auf der www.fs-biker.de, dem Motorradfahrerangebot der Tourismuszentrale waren es fast 30.000 Besucher, was jeweils eine Steigerung von rund 10 % im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Eine über den Winter durchgeführte Internetbefragung ergab eine überaus positive Bewertung der Webpräsentation.

Durch die Geschäftsstelle wurden im Vorjahr wieder rund 12 000 Prospektanfragen bearbeitet. Dabei stehen die Anfragen aus dem bayerischen und dem

Sächsischem Raum an erster Stelle, gefolgt vom Großraum Frankfurt, dem Ruhrgebiet und Baden-Württemberg. Durch die Tourismuszentrale wurden in Kooperation mit den Tourismusorten der Region und dem Tourismusverband Franken Anzeigen in mehr als 20 Tageszeitungen und Zeitschriften zielgruppengerecht geschaltet. Durchschnittlich erfolgten daraufhin 200 Anfragen je Anzeige. Allein über die Auslage der Sonderprospekte an der A 9 konnten über 1 000 Interessenten für die Fränkische Schweiz erreicht werden. Mehr als die Hälfte dieser Anfragen baten um die Übersendung des Urlaubsberaters. Bei den Themenprospekten rangieren Wandern, Radfahren sowie Brauereien und der Restaurantführer auf den Spitzenplätzen. Aber auch kinderfreundliche Angebote fanden großes Interesse. Bereits im zweiten Jahr konnte gemeinsam mit der Abendzeitung Nürnberg die beliebte Serie „Landgasthäuser in der Fränkischen Schweiz“ umgesetzt werden. Neben dem Schwerpunktthema „Aktiv-Region“ wurde auch die Produktlinie „Kulinarisch“ verstärkt beworben. Im Rahmen einer medienwirksamen Auftaktveranstaltung wurden die „Scharfen Wochen“ mit einer Rekordbeteiligung von 70 Betrieben eröffnet.

Ein besonderes Ereignis waren die im November durch Staatsminister Dr. Werner Schnappauf eröffneten „Krentage“ im Bayerischen Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz in München. Auch die Nürnberger Abendzeitung würdigte die Scharfen Wochen als „kulinarisches Event“ des Jahres. Neben der seit Jahren produktiven Zusammenarbeit mit den regionalen Brauereien und Brennereien wurde auch die Zusammenarbeit mit den Obstverwertungen vertieft. Das zeigt sich insbesondere bei verkaufsfördernden Veranstaltungen und Messepräsentationen. Erfreulich ist die kontinuierlich steigende Anzahl der Wanderer auf den verschiedenen Brauereiwegen. Dass die Fränkische Schweiz nach einer Emnid-Studie das bekannteste Urlaubsgebiet Frankens ist, liegt sicher auch in einer erfolgreichen Medienarbeit begründet. Ausführliche Berichterstattungen zum Thema Wandern und Radfahren waren die Ergebnisse mehrerer Pressereisen. Livesendungen von Rundfunk und Fernsehsendern sowie Reportagen zu verschiedenen touristischen und kulturellen Themen konnten unter Mitwirkung und auf Initiative der Tourismuszentrale erwirkt werden. Dabei ist vor allem die einstündige Live-Übertragung der Abendschau aus dem Trubachtal zu nennen. Aber auch die ganztägige Berichterstattung des Bayerischen Rundfunks aus Pottenstein fand bei Radiohörern großes Interesse. Neben der Imageaufwertung darf der hohe wirtschaftliche Aspekt nicht unerwähnt bleiben, der durch den Fernsehfilm „Die Erntehelferin“ mit Drehorten in der gesamten Fränkischen Schweiz erzielt werden konnte. Gerade in der Vorbereitung war die Tourismuszentrale stark eingebunden und trug wesentlich dazu

bei, dass der Film nicht in einer anderen Region gedreht wurde. Für weitere Filme wie „Pater Braun“ oder die Musiksendung mit Gunter Emmerlich war die Fränkische Schweiz die Kulisse der Produktion. Hier wirkt sich unbestritten die vor einigen Jahren getroffene Vereinbarung mit dem „Film- und Fernseh-Fond“ Bayern positiv aus. Wertvolle Partner insbesondere für das Innenmarketing sind die regionalen Medienträger, zu denen ein enger Kontakt gepflegt wird.

Über das ganze Jahr verteilt war die Tourismuszentrale bei mehr als 20 Reisesessen und verkaufsfördernden Veranstaltungen vertreten. Dabei wurde, soweit wie möglich, die gemeinsame Darstellung in der so genannten Frankenstraße praktiziert und verschiedenen Partnern aus der Region die kostenlose Anschließermöglichkeit gewährt. In der Geschäftsstelle des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz werden alljährlich neben dem umfangreichen Urlaubskatalog weitere 18 Themenprospekte aufgelegt. Fast alle Vorarbeiten werden in der Tourismuszentrale erledigt. Die Gesamtauflage aller Broschüren beträgt mittlerweile 450.000 Exemplare. Weiterhin ist die Tourismuszentrale maßgeblich bei touristischen Arbeitskreisen der Europäischen Metropolregion Nürnberg sowie im Marketingverein Wirtschaftsregion Forchheim-Bamberg, insbesondere bei der Organisation diverser Veranstaltungen mit eingebunden. Das über die gesamte Region verteilte große Angebot von Nordic-Walking-Strecken wurde in einem neu erschienenen Sonderprospekt dargestellt. Ein altes Problem wird weiter gekocht und entwickelt sich zu einem Machtkampf zwischen Anglern und Bootsfahrern.

Fränkischer Tag, 13.5.2006 - Im Kanu durch das „Paradies“ - Konfliktlösung Kanuten, Fischer, Grundstückseigentümer und Naturschützer haben einen Kompromiss zur Nutzung der Wiesent gefunden. Von Josef Hofbauer.

FRÄNKISCHE SCHWEIZ - „Hier führt der Weg von einem Paradies ins andere“ zitierte Regierungspräsident Hans Angerer bei der Vorstellung des neuen Kanu Info-Systems an der Wiesent den oberfränkischen Dichter Jean Paul. „Die Wiesent ist der Weg durch dieses Paradies“ bekannte Angerer, der einräumte, dass es in diesem Paradies Zoff gegeben hatte. Dieser Streit sei nun „weitgehend beigelegt“.

Forchheims Landrat Reinhardt Glauber beleuchtete den Hintergrund der Zusammenkunft von Politikern, Verbandsvertretern und Bootsverleihern. In den letzten Jahren habe der Bootsbetrieb insbesondere mit Leihbooten stark zugenommen. Die Folge: Konflikte zwischen den Kanubetreibern, Fischern, Naturschützern und Grundstückseigentümern. Dem berechtigten Interesse am Gemeindegebrauch der Wiesent stehe der Schutz der Natur gegenüber - die Wiesent

ist Teil des europäischen Biotopverbundes „Natura 2000“ und muss als Lebensraum bedrohter Tier und Pflanzenarten wie Eisvogel, Bachmuschel, Mühlkoppe und Bachneunaugle geschützt werden. Andererseits räumte Glauber ein, sei der Kanusport ebenso wie das Fliegenfischen eine wichtige touristische Nische für Urlauber. Die Aufsichtsbehörden mussten handeln. Das Ergebnis: Das Landratsamt erteilte den Bootsverleihern eine wasserrechtliche Genehmigung. Darin sei die maximale Anzahl und Kennzeichnungspflicht der Boote festgeschrieben. So waren ab der Pulvermühle 50, ab Doos 200 und ab Behringersmühle maximal 240 Boote pro Tag zulässig. In dem nun geltenden Folgebescheid wurden diese Zahlen nach unten auf 43 Boote ab Waischenfeld, 171 ab Doos und 204 ab Behringersmühle korrigiert. Unter der Regie des Gebietsbetreuers wurden gemeinsam „optisch einwandfrei gelungene Infotafeln“ (Hans Angerer) entwickelt, Hinweisschilder aufgestellt und Faltblätter entworfen. So sind zwischen Waischenfeld und Ebermannstadt an den Einstiegsstellen sechs Infotafeln aufgestellt, welche die Kanuten über die Flussstrecke und die Verhaltensregeln aufklären. Die einvernehmlich festgelegten Ein- und Ausstiegsstellen sind befestigt und beschildert. Hier gibt es auch die Faltblätter zum Mitnehmen. Den (noch nicht ganz beigelegten) Konflikt verdeutlichte Albert Schütze, Ehrenpräsident des Bezirksfischereiverbandes Oberfranken. Es gehe darum, dass die Atmungsstellen der Wiesent, dort wo Sauerstoff ins das Gewässersystem eingebracht wird, geschützt bleiben. Hier sei das Ein- und Aussteigen tabu. Der Appell: „Die Lungen der Wiesent in Ruhe atmen lassen“. Das sei weitgehend gelungen, bekräftigte Regierungspräsident Hans Angerer, der zur Lösung des Konfliktes den gesunden Menschenverstand bemühte: „Wenn ich als normal intelligenter Mensch etwas möchte und ein anderer, ebenso intelligenter Mensch möchte das Gegenteil, werden beide Zugeständnisse machen müssen“ folgerte er.

Ein Kompromiss, mit dem wohl jeder leben könne, urteilten einmütig Landrat Glauber, Rudi Freiser, Vizepräsident des Bayerischen Kanuverbandes und Regierungspräsident Angerer. Ein besonderer Dank galt in diesem Zusammenhang Harald Fritsche vom Landratsamt Forchheim, der die Maßnahmen organisiert und erfolgreich vermittelt habe. „Die Diskussion wurde versachlicht und eine gute Basis für Verständigung der unterschiedlichen Interessensgruppen gelegt, auch wenn einzelne Grundstückseigentümer und Fischereiberechtigte dem Kanubetrieb weiterhin kritisch gegenüber stünden. „Ob und wie die Maßnahme funktioniert“, so Landrat Glauber, „hängt auch davon ab, inwieweit die Vereinbarungen eingehalten werden“. Kontrollen seien dabei unverzichtbar. Bürgermeister Helmut Taut, Markt Wiesenttal fand, dass der gefundene Kompromiss gefeiert werden soll und lud zum Bufett, das die Bootsbetreiber und der

Markt Wiesenttal gesponsert hatten, ein. Apropos Geld: Finanziert wurde die Maßnahme unter der Trägerschaft des Naturparks Fränkische Schweiz/Veldensteiner Forst. Die Regierung von Oberfranken hatte die Gesamtkosten von 15 000 Euro zu 80 Prozent bezuschusst. Die Restkosten teilten sich die Landkreise Bayreuth und Forchheim nach Anzahl der Kilometer.

2007 Die positive Entwicklung der letzten Jahre konnte auch im Jahr 2007 fortgesetzt werden. So war bei den Gästekünften eine Steigerung von 3,2 % und bei den Übernachtungen von 1,3 % zu verzeichnen. Umso erfreulicher ist dieser Trend, da die Fränkische Schweiz weder am zurzeit boomenden Städte-tourismus noch am Bädertourismus partizipieren kann. Auch die Freizeiteinrichtungen und Besichtigungsmöglichkeiten konnten ein zufrieden stellendes Ergebnis verzeichnen, obwohl gerade an den normalerweise besucherstarken Wochenenden die Witterung häufig zu wünschen übrigließ. Bemerkenswert ist, dass sich zunehmend der Geschäftstourismus für einige Betriebe immer deutlicher als wichtiges Standbein entwickelt hat. Zahlreiche Betriebe haben in jüngster Zeit verstärkt zielgruppenorientiert investiert und erhielten dafür auch das Vertrauen der Banken. Parallel entwickelte sich dazu ein gewisses Netzwerk zwischen den verschiedenen touristischen Anbietern, vorhandene Potentiale konnten dadurch besser ausgelastet werden.

Die Verbesserung der Qualitätsstandart steht gemäß dem Leitbild „Fränkische Schweiz 2015“ an primärer Stelle. Kontinuierlich wird die Klassifizierung der Unterkunftsangebote umgesetzt und weiter entwickelt. Derzeit sind insgesamt 30 Hotels und Gasthöfe sowie 246 Ferienwohnungen und Privatzimmer klassifiziert, der überwiegende Teil im 3 bis 4 Sternebereich. Zahlreiche Neuklassifizierungen von Ferienwohnungen wurden im vergangenen Jahr durch die Tourismuszentrale abgewickelt.

Erfreulich ist die Entwicklung bei den Zertifizierungen von fahrrad- und wanderfreundlichen Hotels. So gibt es derzeit 31 Betriebe, die den Bedingungen des ADFC als fahrradfreundlich gerecht werden, dagegen sind es aber erst 9 Unterkünfte, die den Vorgaben des Deutschen Wanderverbandes entsprechen. Diese Quartiere werden jedoch in den jeweiligen Sonderbroschüren und im Internet besonders für ihre Zielgruppe herausgestellt und beworben, da Wandern das Hauptinteresse unserer Gäste ausmacht. Aber auch zur Verbesserung der Infrastruktur beim Wandern wurden erhebliche Anstrengungen unternommen. So konnte im Herbst mit dem „Fränkischen Gebirgsweg“ ein zweiter Qualitätsweg ausgewiesen werden. Von der Gesamtstrecke über 415 km führen ca. 120

durch den nördlichen und östlichen Teil der Fränkischen Schweiz. Der „Frankenweg - Vom Rennsteig zur Schwäbischen Alb“ konnte wieder das Zertifikat als Qualitätsweg erhalten. Insbesondere die Wanderabteilung des Fränkische Schweiz-Vereins und dessen Ortsgruppen, unter der Federführung von Edgar Rother haben hier Vorbildliches geleistet. Die Streckenführung wurde gemeinsam mit der Tourismuszentrale und dem Fränkische Schweiz-Verein ausgearbeitet. Für das Marketing der Wege ist die Tourismuszentrale verantwortlich. Das Medieninteresse für diese beiden Wanderrouten war sehr groß. Erfreulich ist auch, dass durch eine Privatinitiative 10 Wanderrouten für Sehbehinderte ausgewiesen wurden. Die Akzeptanz des Wanderns wurde insbesondere bei den verschiedenen Brauereitouren und geführten Brauereiwanderungen in der nördlichen Fränkischen Schweiz deutlich. Mehr als 3.000 Wanderer waren im letzten Jahr auf diesen Strecken unterwegs. Auch das neue Angebot „Wandern ohne Gepäck auf dem Frankenweg durch die Fränkische Schweiz“ erfreut sich großer Beliebtheit.

Immerhin buchten 44 Personen diese Streckenwanderung über die Tourismuszentrale. Auf den 3 Rundtouren 5-, 6- und 7-Tagestour waren es insgesamt 184 Personen. Auch das Radfahren in der Region entwickelt sich immer besser. Der Radmarathon in Hollfeld, die Eröffnung der Radsaison in Heiligenstadt sind nur einige Beispiele für viel beachtete Veranstaltungen. Ebenfalls positiv wirkt sich der Radwegbau, allen voran im Raum Pottenstein und Pegnitz, auf die Region aus. Kajak fahren, Klettern, Golf sind weitere beliebte Freizeitsportarten der Gäste in der Fränkischen Schweiz. Ein sportliches und Freizeit-Highlight ist seit Jahren der autofreie Sonntag im Wiesental mit dem Fränkische Schweiz-Marathon. Neben den zahlreichen Konzerten und Theateraufführungen sowie hochwertigen Ausstellungen waren insbesondere die Veranstaltungen zum 800-jährigen Jubiläum der Heiligen Elisabeth in Pottenstein mit der großartigen Ausstellung sowie die vielen Anlässe zu „1000 Jahre Bistum Bamberg“ in den 14 Gemeinden der Fränkischen Schweiz die kulturellen Glanzlichter des Jahres. Mit dem Sonderprospekt für die breit gefächerte Museumslandschaft der Fränkischen Schweiz wurde für die dort stattgefundenen Aktivitäten geworben. Ein weiterer Schwerpunkt in den Marketingmaßnahmen der Tourismuszentrale ist der Bereich Kulinarik. Die Brauereien und Brennereien der Fränkischen Schweiz finden bei den Gästen einen hohen Zuspruch und sind von den Medien ein gern aufgegriffenes Thema. Die „Scharfen Wochen“, bei denen sich alljährlich im Oktober alles um den „Kren“ dreht, sind aus der Produktlinie „Kulinarisches Franken“ nicht mehr wegzudenken. Auch im Bayerischen Landwirtschaftsministerium konnten sich die Besucher von den feinen Speisen mit

Meerrettlich überzeugen. Auf den wichtigsten Messeplätzen Deutschlands war die Tourismuszentrale entweder mit eigenem Stand oder in der „Frankenstraße“ des Tourismusverbandes Franken vertreten. Insgesamt wurde die Fränkische Schweiz bei über 30 verkaufsfördernden Veranstaltungen, Messen und Workshops einem breiten Publikum präsentiert, bei der Hälfte mit eigenem Personal. Soweit wie möglich wurden auch Partner aus der Region, das waren Städte und Gemeinden, aber auch touristische Arbeitsgemeinschaften oder Hersteller regionaler Produkte mit eingebunden. An über 70 Arbeitstagen war die Geschäftsstelle auf Messeinsatz unterwegs. Die Internetpräsentationen wurden in der Tourismuszentrale selbst gestaltet und gepflegt. Eine Umfrage bei den Besuchern der Plattform stellte den Web-Seiten eine gute Bewertung aus. Immerhin konnten im vergangenen Jahr ca. 700 000 Besucher auf den Homepages „frankische-schweiz.com“ und „www.fs-biker.de“ gezählt werden. Sie riefen mehr als 9,3 Millionen Daten ab.

Trotz der hohen Zugriffszahlen ist die Nachfrage nach Informationsbroschüren ungebrochen. So waren im vergangenen Jahr durch die Geschäftsstelle ca.

12 000 Anfragen zu beantworten, was bei gewissenhafter Erledigung ein Aufwand von ca. 125 Arbeitstagen für 1 Person bedeutet. Ca. 45 % der Anfragen gehen per E-Mail ein. Anhand der Anzeigenschaltung in mehr als 20 Tageszeitungen gingen ca. 5.000 Anfragen in der Tourismuszentrale ein. Um eine zeitgemäße Darstellung des Angebotes zu gewährleisten, wurde der Urlaubskatalog (Auflage 30 000 Exemplare) neugestaltet.

Über die diesjährige Mitgliederversammlung des Gebietsausschusses berichtete:

Nordbay. Kurier, 24.5.2007 - Aufschwung im Tourismus - Gebietsausschuss Fränkische Schweiz zufrieden - Höheres Haushaltsvolumen

AUFSESS. In der Urlaubsregion Fränkische Schweiz tut sich was: die Übernachtungszahlen steigen, das Angebot wurde verbessert. Die Mitglieder des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz zeigten sich bei ihrer gestrigen Mitgliederversammlung in Aufseß zufrieden und planen für dieses Jahr weitere Marketingmaßnahmen. So fiel auch die Haushaltsplanung für das aktuelle Jahr etwas umfangreicher aus als 2006. 541 000 Euro - etwa 20 000 mehr als im vergangenen Jahr - wurden an Einnahmen und Ausgaben eingerechnet. Die zusätzlichen Einnahmen bezieht der Ausschuss aus Rücklagen, die im vergangenen Jahr eingeplant waren aber nicht verwendet wurden. Mit diesem Geld soll insbesondere die Neugestaltung des Urlaubskatalogs und der Nachdruck der Panoramakarten finanziert werden. Im vergangenen Jahr konnte ein Überschuss von fast 23 000 Euro verzeichnet werden - dieser wiederum wurde den Rücklagen zugeführt. Insgesamt waren für das Jahr 2006 Einnahmen in Höhe von 520 300 Euro ver-

anschlagt worden, die jedoch aufgrund der nicht entnommenen Rücklagen und geringerer Fördermittel durch die EU nicht erzielt werden konnten. Die Mindesteinnahmen von etwa 44 000 Euro wurden durch die geringeren Ausgaben - fast 67 000 Euro weniger als geplant - ausgeglichen. Neben der Entwicklung neuer Broschüren - etwa zu den Themen Wandern und Nordic Walking - war die Qualitätsverbesserung durch Klassifizierung von Ferienwohnungen und Privatzimmern ein Schwerpunkt der Arbeit im vergangenen Jahr. Die Bilanz im Tourismusbereich ist durchweg positiv: So gab es im vergangenen Jahr 1,9 Prozent Zuwachs bei den Gästeeinkünften und 0,7 Prozent bei den Übernachtungen. Besonders erfreut zeigte sich Angelika Leinberger, stellvertretende Geschäftsführerin des Tourismusverbands Franken, über die steigende Nachfrage nach Urlaub in Franken - auch im aktuellen Jahr sei eine sehr positive Entwicklung erkennbar.

Wie Franz-Xaver Bauer, Geschäftsführer der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, bekannt gab, sei im ersten Quartal ein Plus von 3,1 Prozent bei den Übernachtungen und von 5,7 Prozent bei den Ankunftsahlen gemeldet worden. „Das wird ein gutes Tourismusjahr“, war sich auch Angelika Leinberger sicher, die weitere Maßnahmen ankündigte. So etwa eine Kampagne für das Bierland Franken oder den Ausbau von Qualitätswander- und -radwegen. Wie Bauer erklärte, solle in diesem Jahr zudem ein letzter Versuch unternommen werden, die Golfvereine in der Fränkischen Schweiz zur Zusammenarbeit zu bewegen, um eine (gemeinsame) Informationsbroschüre zu erstellen. Ein weiterer Punkt, an dem dringend gearbeitet werden müsse, sei die Fahrradmitnahme im öffentlichen Nahverkehr, so Thomas Bernard, Leiter der Pottensteiner Touristinformation. Dies sei bisher nur bedingt möglich und müsse sehr viel professioneller werden. Av

2008 - Die touristische Bilanz für die Fränkische Schweiz weist auch, im Gegensatz zu anderen oberfränkischen Feriengebieten, zum dritten Mal in Folge im Jahr 2008 ein erfreuliches Ergebnis auf. So stieg im vergangenen Jahr die Zahl der Gästeankünfte um 3,7 %, die Übernachtungen um 2,6 %. Nach wie vor bewegt sich der Anteil an ausländischen Gästen bei 5 %. Der Altersdurchschnitt der Feriengäste liegt bei ca. 53 Jahren. Ca. 31 % der Urlaubsgäste kommen aus Bayern, gefolgt von Nordrhein-Westfalen mit 14 %, Baden-Württemberg mit 13 %, Niedersachsen mit 8,1 % und Sachsen mit 7,7 %. Der größte Teil der Gäste, mit nahezu 85 %, verbrachte einen Erholungsurlaub, davon wieder ca. 50 % Aktiv- und Erlebnisurlaub. Der Geschäftsreiseverkehr lag bei

etwa 10 %. Ca. 50 % der Gäste übernachteten in Hotels und Gasthöfen, 35 % in Ferienwohnungen und Privatzimmern, 10 % Urlaub auf dem Bauernhof und 5 % auf Campingplätzen. Erfreulich ist auch die Feststellung, dass fast 40 % der Gäste die Urlaubserwartung mit „sehr gut“ erfüllt bewerteten, 53 % mit „gut“, 6 % mit „befriedigend“ und nur 1 % unzufrieden waren.

Bei den Aktivitäten stand „Wandern“ mit großem Abstand in der Gunst der Urlauber an der Spitze. Ein Aufwärtstrend ist in den letzten Jahren bei den Freizeitinteressen auch für die Themen „Wasser“ und „Radeln“ festzustellen. Und auch Sehenswürdigkeiten wie Burgen, Schlösser, Museen, Höhlen und der Besuch der umliegenden Städte fanden großen Zuspruch. Einen hohen Stellenwert hat „gut Essen und Trinken“ sowie die „Brauereien und Brennereien“ in der Fränkischen Schweiz. All diese Feststellungen fanden in den Marketingmaßnahmen der Tourismuszentrale entsprechende Berücksichtigung. An oberster Stelle stand jedoch die Qualitätsverbesserung. In diesem Zusammenhang wurde vor allem das Informationssystem verbessert. So wurde die Internetdarstellung auf ein Content-Management umgestellt und mit interaktivem Web 2.0-Applikationen ausgestattet. Mittlerweile konnten auch zahlreiche Routen GPS-fähig erfasst werden und sind mittlerweile auf den Webseiten abrufbar. Der Besucher kann nun auch z.B. den gesamten Urlaubskatalog durchblättern, wie wenn er ihn zu Hause auf dem Sofa anschauen würde. Das zählbare Ergebnis mit mehr als 600 000 Besuchern und ca. 8 Millionen Datenabrufen bestätigt das erfolgreiche Medium. Die technische Umstellung erfolgte durch eine heimische Internet-Firma, aber die Pflege der Daten wird nach wie vor in der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz selbst erledigt. Kontinuierlich wurde die Klassifizierung der Ferienwohnungen fortgesetzt. Bedauerlich ist jedoch, dass sich nach wie vor viele Betriebe dieser Qualitätsprüfung nicht stellen, dient sie doch in erster Linie der Transparenz des Angebotes.

Auch wurden neue Info-Broschüren erstellt, so z.B. für den „Fränkischen Gebirgsweg“. Der „Kirchweihführer“ wurde neu aufgelegt und auch der Gastronomieführer wurde mit den Öffnungstagen der Gasthäuser ergänzt. Insgesamt wurden durch die Tourismuszentrale 20 Informationsbroschüren mit einer Gesamtauflage von mehr als 500 000 Exemplaren hergestellt. Die Herausgabe von themenbezogenen Prospekten hat sich bestens bewährt, weil dadurch die jeweiligen Zielgruppen immer besser angesprochen werden können. Nicht unerwähnt soll die neue aufwendige Broschüre „Franken – Heimat der Biere“, herausgegeben vom Tourismusverband Franken, sein. Hier konnten die vorhandenen Angebote aus der Fränkischen Schweiz werbewirksam untergebracht

werden. Begrüßenswert wäre jedoch, wenn von Seiten der zahlreichen Brauereien noch mehr verkaufbare Pauschalen angeboten würden, denn dieses Thema gewinnt immer mehr an Bedeutung in der Beliebtheitsskala der fränkischen Urlaubsgäste. Beispielhaft dafür stehen die tollen Zahlen sowohl bei der „Aufseßer Bierwanderung“ oder die „Bierwanderungen rund um Waischenfeld“ sowie der „5-Seidla-Steig“ im Raum Gräfenberg. Diese Maßnahme wurde dankenswerterweise auch großzügig vom VGN unterstützt. Aber auch der Zuspruch bei den Brennereien ist ungebrochen hoch. Dabei liegt die Wertschätzung eindeutig bei der Qualität und nicht im Preis. Der „Tag der offenen Brennereien und Brauereien rund ums Walberla“ war wieder eine beispielhaft herausragende Veranstaltung des dortigen Tourismusvereins. Unter Berücksichtigung dieser Erkenntnisse standen daher auch die Marketingmaßnahmen. So sind „Fränkische Schweiz – Kulinarisch“, „Kultur- und Aktivregion“ sowie „Familienurlaub“ die vorrangigen Produktlinien.

Da der bisherige Videofilm nicht mehr zeitgemäß war, konnte zu äußerst günstigen Konditionen eine neue DVD über die Fränkische Schweiz mit dem Titel „Fränkische Schweiz – Land und Leute“ hergestellt werden. Das Rohmaterial stammt aus den Aufnahmen von Werner Teuff's Produktionen für die „Schlemmerreisen-Serien“ über die Fränkische Schweiz. Neben den Brauereien und Brennereien sind die „Scharfen Wochen“ nicht mehr aus dem kulinarischen Jahreskreis wegzudenken und zählen zu den Highlights Frankens bei dieser Produktlinie des Tourismusverbandes Franken. Die Eröffnung mit dem Kabarettisten Klaus-Karl Kraus war ein voller Erfolg. Die langjährige Partnerschaft mit der Meerrettichverarbeitungsfirma Schamel aus Baiersdorf darf an dieser Stelle besonders hervorgehoben werden. Zahlreiche Messeauftritte sorgen für die Steigerung des Bekanntheitsgrades und gehören zu den wichtigsten Marketingmaßnahmen. Auf 11 Messeplätzen war die Tourismuszentrale mit einem eigenen Stand präsent, bei weiteren 18 Messen und ähnlichen verkaufsfördernden Veranstaltungen war die Region über Prospektauslage vertreten. Hinzu kamen noch zahlreiche Präsentationen im Einzugsgebiet der Metropolregion Nürnberg. Um den Bekanntheitsgrad möglichst noch zu steigern, wurde der Kontakt zu allen Medienbereichen intensiv gepflegt und vertieft. Unbestritten war dabei die hochwertige Fernsehsendung „Weihnacht in Europa“, aufgenommen in der Basilika Gößweinstein, die mit hohem Aufwand vom Bayerischen Rundfunk produziert und in mehreren dritten Programmen der ARD und Südtirol ausgestrahlt wurde. Nicht nur die Imagewerbung, auch der sofortige wirtschaftliche Aufwand sollte hier nicht unerwähnt bleiben. Gemeinsam mit den Tourismusgemeinden der Region und mit dem Kollektiv des Tourismusverbandes Franken

wurden im letzten Jahr in ca. 30 Tageszeitungen und Zeitschriften Anzeigen geschaltet, die große Rücklaufzahlen erfolgen ließen. Durch die Geschäftsstelle wurden fast 14.000 Anfragen nach Urlaubskatalogen und weiteren Sonderprospekten beantwortet, was im Vergleich zum Vorjahr eine Zunahme von etwa 2 000 Sendungen bedeutete. Auch beim „Frankenkollektiv“ liegt die Fränkische Schweiz wieder an 2. Stelle bei 20 fränkischen Mitbewerbern. 40 % der Anfragen gingen bei der Geschäftsstelle per E-Mail ein. Erstmals wurden in einer überregionalen Tageszeitung in Franken auch gezielt besondere Veranstaltungen in einem monatlichen Turnus beworben.

Nordbay. Nachrichten, 18.4.2008 - Mehr Angebote für älter werdende Gesellschaft - Senioren als Wirtschaftsfaktor im Tourismus: In der Fränkischen Schweiz haben das noch nicht alle erkannt. Von Maria Däumler

In Zukunft wird es immer mehr alte Menschen geben. Also werden Senioren auch als Wirtschaftsfaktor zunehmend wichtiger. „Die Chancen des demographischen Wandels muss man im Tourismus nutzen“, findet der CSU-Bundestagsabgeordnete Hartmut Koschyk. Er denkt dabei vor allem an seine Heimat Fränkische Schweiz.

FRÄNKISCHE SCHWEIZ - „Senioren werden als Zielgruppe für den Tourismusstandort Oberfranken immer bedeutender. Daher wird die heimische Tourismuswirtschaft verstärkt zielgruppengenaue Angebote entwickeln müssen“, gibt Hartmut Koschyk die Richtung vor. „Ältere Reisende legen großen Wert auf verlässliche Informationen, ausführliche Beratung, eine adäquate Betreuung und einen situationsgerechten Service am Urlaubsort“, schreibt er in einer Pressemitteilung. Langfristig gebe es hier sogar Wachstumspotenziale für mehr Gäste aus dem Ausland. Mit diesen Erkenntnissen ist der CSU-Politiker allerdings schon einen Schritt weiter als die Tourismusexperten vor Ort. Franz-Xaver Bauer, Leiter der Tourismuszentrale in Ebermannstadt, weiß zwar, dass die rund 450 000 Gäste, die die Fränkische Schweiz pro Jahr besuchen, im Durchschnitt 54 Jahre alt sind. „Spezielle Angebote für Senioren haben wir uns bisher noch nicht groß auf die Fahne geschrieben“, erklärt er. Viele der Freizeitmöglichkeiten, wie Wandern, Radfahren, Bier-Touren oder andere kulinarische Angebote, könnten doch auch Senioren nutzen.

Ein Extra-Programm für die ältere Generation sei jedoch nicht vorgesehen. Er, betont Bauer, sei da auch nicht der richtige Ansprechpartner. Die Tourismuszentrale sei kein Veranstalter. „Wir können nur das verkaufen, was angeboten wird.“ Der neue Markt, der sich hier künftig auftut, könnte durchaus gezielt genutzt werden, „denn die 50-plus-Generation besitzt rund 50 Prozent des

BRD-Volkvermögens und kann das Geld auch noch ausgeben“, wie in der Broschüre „Tourismus-Leitbild: Zukunftswerkstatt 2015“ zu lesen ist. Um nicht nur über den demographischen Wandel zu jammern, sondern um seine Chancen zu nutzen, haben die Koalitionsfraktionen nun einen Antrag eingebracht, in dem die Bundesregierung aufgefordert wird, ein Leitbild für den Tourismus im Hinblick auf die Senioren zu erstellen. Absoluter Service ist wichtig - Otilie Fiedler hat ihr Hotel in Obertrubach schon lange genau auf diese Zielgruppe ausgerichtet und ist damit hoch zufrieden. Aus ihrer 28-jährigen Erfahrung weiß sie genau, was ältere Menschen schätzen: „Senioren legen großen Wert auf absoluten Service. Das Zimmer muss seniorengerecht, also möglichst stufenlos, sein. Außerdem muss ärztliche Betreuung rund um die Uhr erreichbar sein, das gibt ihnen Ruhe und Sicherheit“, erzählt die Fachfrau. Der Rentner von heute sucht sich sein Urlaubsangebot im Internet aus, also müsse man sein Haus auch dort gut präsentieren, verrät sie weiter. Daneben legen ältere Herrschaften viel Wert auf gutes Essen, gut geheizte Räume, gute Betreuung und regional-typische Unterhaltung. Auch das Hallenbad werde gern genutzt. Freizeitmöglichkeiten wie der therapeutische Rundwanderweg in Obertrubach kommen hervorragend an, weil es dort genügend Bänke zum Ausruhen gibt. Die Fränkische Schweiz sei für ältere Menschen ideal, vor allem die Nähe zu schönen Städten wie Bamberg, Forchheim, Bayreuth und Nürnberg sei vielen wichtig, die Urlaub auch mit Kultur verbinden wollen. Allerdings sind diese Orte nur für Touristen mit Auto zu erreichen, denn mit dem öffentlichen Nahverkehr käme man nicht weit. Der weitere Ausbau des Bus- und Schienennetzes würde auch der Tourismusbranche gut tun, findet Otilie Fiedler. „Wenn das ganze Paket stimmt, dann wird man auch weiterempfohlen“, fasst sie ihre Erfahrung zusammen. „Senioren wollen nur das machen, was ihnen guttut“, und das müsse man eben beherzigen. Senioren brauchen offenkundig doch ein Extra-Programm.

Nordbay. Nachrichten, 21.8.2008 - Zwei touristische Perlen stärker vernetzen - Kooperation zwischen der Fränkischen Schweiz und der Sächsischen Schweiz soll verbessert werden - Die touristische Zusammenarbeit zwischen Fränkischer Schweiz und Sächsischer Schweiz soll verbessert werden. Konkretes gibt es zwar noch nicht, aber Kooperation sei immer gut, sagt Franz-Xaver Bauer, Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in Ebermannstadt. FRÄNKISCHE SCHWEIZ (med) - „Die Idee, dass die Fränkische und die Sächsische Schweiz im Tourismusbereich stärker kooperieren, ist nicht ganz neu“, erzählt Franz-Xaver Bauer. Schon nach der Grenzöffnung habe es enge Kontakte zu Pirna und Bad Schandau gegeben, seien Osterbrunnen aufgebaut und Broschüren ausgetauscht worden. Aufgrund einiger Personalwechsel im

sächsischen Gebiet seien die Verbindungen ein bisschen eingeschlafen. Doch nun hat der oberfränkische CSU-Bezirksvorsitzende, Karl-Theodor zu Guttenberg sowie der sächsische Tourismusexperte Klaus Brähmig, einen neuen Vorstoß unternommen, die Beziehungen zwischen der Fränkischen und der Sächsischen Schweiz wieder zu intensivieren. Von Franz-Xaver Bauer wird das sehr begrüßt. In Kleinhül (Gemeinde Wonsees) setzten sich führende Vertreter Sachsens und Oberfrankens zusammen, um die Vernetzung der beiden Regionen zu konkretisieren. Experten am Tisch - Der Bundestagsabgeordnete Klaus Brähmig ist tourismuspolitischer Sprecher der Unionsfraktion im Deutschen Bundestag und Vorsitzender des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz. Neben den Geschäftsführern der jeweiligen Tourismusverbände, Franz-Xaver Bauer und Tino Richter, nahmen auch der oberfränkische Bezirkstagspräsident Günther Denzler und die CSU-Landtagsabgeordnete Gudrun Brendel-Fischer an der Unterredung in Kleinhül teil. Zu Guttenberg verwies auf die enormen Potenziale beider Regionen im Bereich des Fremdenverkehrs und betonte die Verbesserungsmöglichkeiten im nationalen wie internationalen Auftritt durch gezielte Kooperation. Die Sächsische Schweiz spiele als Weltnaturerbe zwar „offiziell in einer anderen Liga“, demgegenüber müssten sich Oberfranken und insbesondere die Fränkische Schweiz aber nicht verstecken. Nötig seien kreative Ideen, die sich bereits in vorbereitenden Gesprächen herausgebildet hätten. Ziel sei, die Regionen als touristische Perlen stärker miteinander zu vernetzen. Von den zu erstellenden Konzepten könnten dann beide Urlaubsgebiete profitieren. An erste Schritte der Zusammenarbeit nach der Wende 1989/90 erinnerte Denzler.

Sie hätten zunächst gute Früchte getragen und bis heute zu einem sehr hohen Anteil sächsischer Gäste in Oberfranken geführt. Gleichzeitig müssten jetzt aber einige vielversprechende Ansätze wechselseitig wieder belebt und neue Wege beschritten werden, um ein Maximum für beide Regionen zu erreichen. Insgesamt könne die Fränkische Schweiz schon jetzt auf eine stattliche Zahl von 1,4 Millionen Übernachtungen und einem Jahresumsatz von 250 Millionen Euro verweisen. Dies unterstrich Gudrun Brendel-Fischer. Sie verwies auf unterschiedliche Fördermöglichkeiten und die Unterstützung der involvierten Landtagskollegen. Auch Franz-Xaver Bauer wünschte sich bei dem Treffen, dass verstärkt füreinander geworben werde. Tino Richter, der Geschäftsführer des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz betonte, dass die Natur und der Aktivurlaub mit Klettern, Wandern, Radeln und Wassersport die Pfunde seien, mit denen beide Regionen wuchern könnten. Die Sächsische Schweiz hätte sich in den letzten Jahren auch stärker international ausgerichtet. Klaus Brähmig wurde

konkret: „Wir planen bereits einen gemeinsamen Auftritt beider „Schweizen“ in der Brüsseler und Berliner Landesvertretung Bayerns und Sachsens sowie auf der führenden Tourismusmesse in Berlin, der ITB“. Ebenso würde ein gemeinsames Wanderkonzept ausgearbeitet, das auch mit der „Mutter-Schweiz“ verbunden werden könnte. Brähmig betonte, dass in beiden Regionen noch intensiver mit vorhandenem Werbematerial des jeweils anderen, Wirkung erzielt werden sollte und durch gemeinsames Bewerben auch Tagesreisen in die „andere Schweiz“ für Urlauber in die Programme aufgenommen werden könnten. Sinnvoll sei es auch, regionale wie überregional bekannte Kulturträger und -Vereinigungen oder etwa das erfolgreich angelaufene Projekt der „Genussregion Oberfranken“ offensiv miteinzubeziehen. Zahlreiche weitere Ideen und Vorschläge wurden ausgetauscht. Franz-Xaver Bauer freut sich über den neuen Kooperationsansatz, der sicherlich auch der Fränkischen Schweiz dienlich sei.

2009 Wenn auch das Jahresergebnis für die Fränkische Schweiz ein geringes Minus von 0,6 % bei den Übernachtungen und 1,6 % bei den Gästeankünften aufweist, so ist dies trotz allem als positiv zu bewerten, vergleicht man es mit dem gesamtfränkischen Ergebnis, das ein Minus von 3,6 % bei den Übernachtungen und ein Minus von 3,5 % bei den Gästeankünften aufweist. In Bayern waren es minus 2,2 % bei den Übernachtungen und minus 1,1 % bei den Ankünften. Auch die übrigen oberfränkischen Ferienregionen mussten einen Rückgang bis zu 7,9 % bei den Übernachtungen und 6,9 % bei den Ankünften verzeichnen. Unter allen 37 bayerischen Ferienregionen und Städten rangiert die Fränkische Schweiz auf einem erfreulich guten siebten Platz. Auch die Entwicklung der letzten 4 Jahre mit einem Plus von 6,9 % bei den Gästeankünften (Franken + 2,4 %, Bayern + 6,1 %) und 3,6 % bei den Übernachtungen (Franken + 1,4 %, Bayern + 1,1%), zeigen eine erfreuliche Entwicklung. Im Vergleich zu allen oberfränkischen Tourismusregionen kann die Fränkische Schweiz weder mit dem sog. Bädertourismus noch mit dem seit Jahren florierenden Städtetourismus aufwarten. Etwa 85 % der Übernachtungsgäste sind Erholungssuchende, 15 % (bei steigender Tendenz) Geschäftsreisende. Einige Hotels orientieren sich verstärkt an diesem Marktsegment und erreichen dadurch in den Wintermonaten eine bessere Auslastung. Nach den neuesten Untersuchungen des DWIF (Deutsches wirtschaftswissenschaftliches Institut) wurden im vergangenen Jahr etwa 1,5 Mio. Übernachtungen erzielt. Davon resultieren etwa 11 % aus dem Campingbereich. Hinzu kommen circa 7,8 Mio. Tagesbesucher. Etwa 50 % der Gäste nehmen in Hotels und Gasthöfen Quartier, 40 % in Ferienwohnungen, davon wiederum 15 % auf dem Bauernhof. Im Tourismus wurde

ein Gesamtumsatz von 240 Mio. Euro erzielt. Fast 5000 Menschen erzielen rein rechnerisch im Tourismus ihre Einkünfte; mehr als 5 Mio. Euro beträgt das kommunale Steueraufkommen. Die durchschnittlichen Tagesausgaben liegen bei den Übernachtungsgästen im gewerblichen Bereich bei 97 Euro, im Privatzimmerbereich bei 72 Euro, im Campingbereich bei 31 Euro und bei den Tagesgästen bei 17 Euro. Eine Auswertung der Gästebefragung ergab, dass 42 % der Gäste die Urlaubsbedingungen in der Fränkischen Schweiz mit „sehr gut“ bewerteten, 52 % mit „gut“ und 5 % mit „befriedigend“. Nur ein Prozent war nicht zufrieden. 55 % der Gäste kommen in die Region um einen Aktiv- bzw. Erholungsurlaub zu verbringen. Dabei steht das Wandern mit weitem Abstand an erster Stelle. Aber auch Radeln wird immer beliebter, was vor allem in der Verbesserung des Radwegebaues begründet ist. Die typischen Freizeitsportarten für junge Gäste sind Klettern und Kajak fahren. Es wäre wünschenswert, wenn die beiden Interessensgruppen Fischer und Kajakfahrer eine für beide Seiten einvernehmliche Lösung finden würden. Wie man behutsam mit der Natur umgehen kann, zeigen die verschiedenen Kletterkonzepte, die in der jetzt praktizierten Form umweltverträglich und vernünftig sind. Eine wichtige Zielgruppe ist die Familie mit Kindern, die in den zahlreichen Einrichtungen wie Tier- oder Freizeitparks und vielem mehr, ein vielfältiges Angebot vorfinden.

In der Werbung für Gesundheits- und Familienurlaub hatte die Therme Obersees einen hohen Stellenwert und wurde vielfach gerade bei der Beschickung von Messen mit eingebunden. Urlaub auf dem Bauernhof und Ferienwohnungen sind dafür die geeigneten Unterkünfte. Mit einem Sonderprospekt wird diese Zielgruppe speziell beworben. Die zahlreichen Museen, Burgen, Schlösser, aber auch die Brauchtumsfeste, Tropfsteinhöhlen und die vielseitige Landschaft sind wichtige Bestandteile des kulturellen Angebotes. Mit den Osterbrunnen werden alljährlich Tausende Gäste in die Fränkische Schweiz gelockt, was zur Folge hat, dass die Gästebetten über die Ostertage sehr gut belegt sind. In den letzten Jahren ziehen auch die Lichterprozessionen anlässlich der „Ewigen Anbetung“ viele Gäste an. Eine weitere wichtige Produktlinie ist in der Kulinarik der Fränkischen Schweiz zu finden. Gerade der Bereich Brauereien, Bierkeller und Brennereien findet einen großen Zuspruch sowohl bei den Gästen als auch bei den Medien. Zahlreiche aufwendige Berichterstattungen in Rundfunk und Fernsehen behandelten das Thema. Und auch der Tourismusverband Franken gibt dem Bier mit der Produktlinie „Franken, Heimat der Biere“ neben dem Wein einen besonderen Stellenwert. Auf die qualitativen Verbesserungen des Angebotes wird von Seiten der Tourismuszentrale besonderer Wert gelegt. Bei der Umstellung der Internetseiten wurde die Möglichkeit einer Sammelanfrage

installiert, womit eine kostenaufwendige zentrale Zimmervermittlung eingespart werden konnte. Täglich besuchen etwa 2 000 Interessenten die Webseiten, was sich auch in den Anfragen nach Info-Material auswirkt. Von den insgesamt 11 000 im vergangenen Jahr bearbeiteten touristischen Anfragen kamen 4 600 per E-Mail. Weitere 1 500 Anfragen wurden über den Tourismusverband Franken erledigt. Eine Erhöhung der Zugriffszahlen auf den beiden Webseiten (unter www.fraenkische-schweiz.com und www.fs-biker.de) um rund 10 000 Besucher konnte auch im vergangenen Jahr festgestellt werden. Mit der Installation von georeferenzierten Daten wurde ebenfalls begonnen.

Unverzichtbar im Marketingmix ist nach wie vor die Beschickung von Messen. So war die Tourismuszentrale in Verbindung mit dem Gemeinschaftsstand des Tourismusverband Franken auf den wichtigsten Messen in Deutschland vertreten. Im Ausland wurden die Messeplätze Utrecht (NL) und Prag (CZ) belegt. Letzterer unter der Marke „Region Bayreuth“ in Kooperation mit dem Fichtelgebirge und der Stadt Bayreuth. Bei insgesamt 30 verkaufsfördernden Veranstaltungen war die Fränkische Schweiz vertreten. Bei mehreren kleineren Präsentationen innerhalb der Metropolregion Nürnberg sollte vor allem der Nahbereich beworben werden. Sind es doch ca. 60 % des gesamten touristischen Umsatzes, die im Tagestourismus erzielt werden und insbesondere für die Gastronomie äußerst wichtig sind. Auch in der Medienpräsenz kann die Fränkische Schweiz auf ein überaus positives Echo zurückblicken. Herausragend war ein 90-minütiger Beitrag des WDR, der auch viele Anfragen zur Folge hatte. In mehreren Folgen der beliebten Serie „Schlemmerreise“ konnten sowohl kulinarische Spezialitäten als auch das Brauchtum und die Urlaubslandschaft dargestellt werden. Allen voran der Bayerische Rundfunk, aber auch die zahlreichen, privaten Radiosender, regionale und überregionale Tageszeitungen und Zeitschriften berichteten mit vielfältigen Themen über die Fränkische Schweiz. In Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Franken wurden mehrere Pressereisen abgewickelt. Hier waren häufig die Themen „Brauereien und Brennereien“ sowie Wandern, aber auch Radfahren gefragt.

Mit dem Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN) konnten mehrere Ausflugs- und Wandertipps einer großen Interessenschar näher gebracht werden. Mit der Einrichtung von sog. Freizeitlinien durch den VGN wurden erhebliche Verbesserungen im ÖPNV geschaffen. Dafür gilt dem VGN unser besonderer Dank. Zum Ende des letzten Jahres waren in der Fränkischen Schweiz 165 Ferienwohnungen und Privatbetriebe über den Deutschen Tourismusverband klassifiziert. Die Klassifizierung wird ausschließlich von geschulten Mitarbeitern

der Tourismuszentrale abgewickelt. Durch die Bayern Tourist GmbH (BTG), eine 100%-ige Tochter der Bayerischen Gastgeber AG und dem Hotel- und Gaststättenverband Bayern e.V., sind rund 25 Hotels und Gasthöfe zertifiziert worden. War es vor drei Jahren erst ein Haus, das mit vier Sternen ausgezeichnet war, sind es mittlerweile vier Betriebe in dieser Kategorie. Es wäre im Zuge der Qualitätsverbesserung und Angebotstransparenz zu wünschen, wenn sich noch mehr Gasthöfe, Hotels und auch Ferienwohnungen der Klassifizierung unterziehen würden. Dies gilt insbesondere auch für die zurzeit leider noch geringe Anzahl von zertifizierten „fahrradfreundlichen“ und „wanderfreundlichen“ Häusern. Dadurch könnte eine noch bessere Zielgruppenansprache erfolgen.

Nordbay. Nachrichten, 6.4.2009 - Viele Blockaden verbauen noch die Zukunft - Fränkische Schweiz muss aus ihrer Passivität erlöst werden — Regionalmanager gefragt. Von Hugo Molter Wer meint, mit der Fränkischen Schweiz könne es so weiter gehen, wie bisher, sieht sich jetzt eines Besseren belehrt. Der Landstrich zwischen Forchheim und Pegnitz hat als Lebensraum nur dann eine gesicherte Zukunft, wenn die vielerorts empfundene „Zerrissenheit“ — ein Erbe der Gebietsreform — überwunden wird.

EBERMANNSTADT - Die Initiative für die Zukunft der Fränkischen Schweiz hatte nicht die erhoffte Resonanz, als am Wochenende in der Landvolkshochschule (KLVHS) Feuerstein der Zustand des Landes der Burgen, Felsen, Höhlen und Mühlen auf den Prüfstand kam. Nicht 60, sondern nur etwas mehr als die Hälfte der eingeladenen kommunalen Funktions- und Entscheidungsträger kamen zu dem Seminar, veranstaltet von der KLVHS und dem Geographie-Lehrstuhl der Uni Erlangen sowie dem Marketingverein Metropolregion Nürnberg. Lag es an dem, was Gastgeber Heiner Neuner sagte: „Wir setzen auf die Zukunft und müssen deswegen alle festgefahrenen Muster über Bord werfen“?

Altes Denken - Und davon gibt es wahrhaftig genug, wie sich im Verlauf der Diskussion in den vier Arbeitskreisen herausstellte, die sich zum Beispiel Gedanken machten über neue Arbeitsplätze oder die Schaffung „vitaler Ortskerne“. Altes Denken liegt aber nicht nur an den politischen und administrativen Grenzen in dem Landstrich, der sich über vier Kreise und zwei Planungsregionen erstreckt. Der Geograph Frank Sondershaus, der den Raum gründlich untersucht und sich Gedanken über den Erfolg eines eigenständigen lokalen Entwicklungskonzeptes gemacht hat, entdeckte an vielen Orten „geringe Kooperationsbereitschaft“, die Hemmnisse schafft. Sondershaus nennt ein typisches Beispiel: Das Tourismusleitbild „Kein schöner Land“. Man preise die 40 000 Euro teure Arbeit überall als „Aushängeschild regionaler Entwicklung“. In dem Papier fänden sich auch „einige gute Gedanken“. Doch bis heute fehle die Umsetzung der ver-

einbarten Ziele. Sondershaus: „Das Tourismusleitbild wird in der Bevölkerung nicht akzeptiert - und die Politiker ignorieren das.“ Für den jungen Geographen liegen die Ursachen dafür auch darin, dass es „wenig authentisch erscheint“ und der Text in einer Fachsprache ist, die dem Normalbürger fremd sei. Die Landschaftsarchitektin Astrid Koppel ist Regionalmanagerin in Bayreuth und für die Entwicklungsgesellschaft „Rund um die Neubürg“ tätig. Sie kommt aus dem Fichtelgebirge und sagt unumwunden, in der Fränkischen Schweiz mangle es an „kultureller Offenheit“. Koppel: „Unterschiede werden hier als Gegensätze und nicht als Bereicherung betrachtet, obwohl diese viel Nutzen für die Gesellschaft bringt. Wir kommen in der Kulturpflege aber nur voran, wenn die Vielfalt anerkannt wird.“

Auch Klaus Schwaab, der Umweltbeauftragte der KLVHS, stößt in dieses Horn. Die Fränkische Schweiz habe „einiges zu bieten“, formuliert Schwaab, der sich stets stark macht für eine lokal selbstständige Energie-Produktion und eine Versorgung des ganzen Raumes ohne fremden Strom. Schwaab ist jedoch selbstkritisch: „Mit allen unseren Ideen haben wir die Bevölkerung noch nicht erreicht.“ Was der Fränkischen in dieser Situation fehlt, ist „der Macher“, erkannte auch Heiligenstadts Bürgermeister Helmut Krämer (CSU). Von den vier Landräten habe man aber kaum Hilfe zu erwarten. „Die werden erst dann aktiv, wenn die Staatsregierung von oben Druck macht.“ Mit anderen Worten: Die von Abwanderung bedrohte Region braucht eine Mobilisierung nach innen, um eine Verschärfung der Problemlage zu verhindern. Dazu Sondershaus warnend: „Gehemmte, passive Räume sind nicht zukunftsfähig.“

Für seinen Lehrer Werner Bätzing, Professor für Kulturgeographie an der Erlanger Uni, hat die Fränkische alle Voraussetzungen und die „endogenen Potenziale“, um eine kulturelle Identität zu befördern, die der Schlüssel ist für eine „nachhaltige Entwicklung“. Bätzing setzt auf eine Stärkung regionaler Wirtschaftsproduktion. Und sieht den ländlichen Raum, der durch den Tourismus schon ein „positives Image“ habe, in der Metropolregion Nürnberg bestens aufgehoben. Schotte sich die Fränkische aber ab, erlebe sie eine „kulturelle Entwertung“, so der Professor. „*Sie haben hier eine Marke, die Millionen Euro wert ist*“, schwärmte der Nürnberger Marketingstratege Jörg Hahn. „*Nutzen Sie das endlich.*“ Bätzing: Der Naturparkverein muss „Motor“ sein. Sein Büro soll personell aufgestockt und ein Regionalmanager eingestellt werden.

Nordbay. Kurier, 2.11.2009 - Hahn: Die Marke Fränkische Schweiz ist Millionen wert - Tagung zur Stärkung regionale Wirtschaftskreisläufe auf der Feuerstein - Kritik am Wirtschaftsband und anderen

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. „Die Fränkische Schweiz in der Metropolregion Nürnberg - Ein Lebensraum mit Zukunft“, so lautete das Motto einer Fachtagung in der Katholischen Landvolkshochschule (KLVHS) auf Burg Feuerstein, die die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe zum Ziel hatte. Eines wurde dabei deutlich: Die Fränkische Schweiz braucht in Zukunft ein funktionierendes Regionalmanagement mit einem Regional- und Kreativmanager an der Spitze, das die bereits guten vorhandenen Angebote bündelt und die Fränkische Schweiz als Dachmarke noch wesentlich bekannter macht. Siehe dazu auch den Bericht in der Samstagausgabe über das Treffen zu diesem Thema in Pegnitz. Wenn es nach dem Forchheimer Landrat Reinhardt Glauber geht, dann braucht die Fränkische Schweiz dringend eine „Kreativabteilung“, welche touristische Produkte entwickelt. Bereits in ein bis zwei Jahren soll es hier zu einer neuen Ausrichtung kommen, so Glauber, der die Tourismuszentrale ausbauen und weitaus „schlagkräftiger“ machen will. Laut Dr. Jörg Hahn, der die Talkrunde moderierte, gäbe es bisher hoch keinen, der für die gesamte Fränkische Schweiz spricht. Auch sei noch immer nicht deutlich geworden, was für ein Schatz mit dem Begriff Fränkische Schweiz, den die Romantiker prägten, auf dem Tisch liege.

Das Fränkische Seenland gibt viel Geld aus, um eine Marke aufzubauen. Unge- nutzt, so Hahn, sei die weithin bekannte Marke Fränkische Schweiz, die Millionen wert sei. „Die in Teilräume zergliederte Fränkische Schweiz verdient über die aktiven, funktionierenden Regionalmanagements hinaus ein auf den Gesamt- raum bezogenes Management und eine übergeordnete Koordination der regionalen Prozesse“, so fasste es am Ende auch Ingrid Saal vom Büro „Regio- pol“ zusammen. Denn die bisherige Struktur bewirkt eine Ausrichtung innovativer Projekte zwar an den Grenzen der Teilräume, aber nicht an den Potenzialen der gesamten Fränkischen Schweiz. Das Signal der Tagung an die Verantwortlichen war deutlich: „Sie sind aufgefordert, möglichst umgehend und mit den Akteuren der regionalen Managementprozesse ein tragfähiges Zukunftskonzept für die Fränkische Schweiz zu erarbeiten“, hieß es unter anderem zum Schluss. Denn die an den Verwaltungsgrenzen befindlichen Managements, wie zum Bei- spiel das Wirtschaftsband A 9-Fränkische Schweiz oder die Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim, seien zwar wichtig und positiv für diese Teilgebiete, be- hindern aber die Entwicklung der Fränkischen Schweiz als Gesamtregion. Eine starke Hand ist wichtig - „Regionale Wirtschaftskreisläufe in der Fränkischen Schweiz stärken, heißt daher nicht zuletzt, die Entwicklung der Region in eine starke Hand zu legen“, so Saal. „Wenn jeder für sich ein Erfolgskonzept schreiben will, wird er keinen Erfolg haben“, meinte auch der Bamberger Landrat Dr.

Günther Denzler, der betonte, dass ein größerer Verband innerhalb der Metropolregion auch besser wahrgenommen werde. Laut Denzler sei die in vier Landkreise zergliederte Fränkische Schweiz die attraktivste Tourismusregion innerhalb der Metropolregion. Daher müsse man mit diesem weltweit bekannten Begriff in den Metropolen Erlangen, Nürnberg und Fürth konsequenter werben, denn dort wohnt eine Dreiviertelmillion Menschen. „Wir müssen unsere Vorteile und Produkte in die Metropolregion reintragen“, so Denzler, der dort für die Fränkische Schweiz „Riesenchancen“ sah. Der Bayreuther Vizelandrat Thomas Thiem betonte, dass man das Kirchturmdenken, das es noch immer in nicht wenigen Gemeinden gebe, zurückdrängen müsse. Auch er trat für die Schaffung eines gemeinsamen Gremiums zur Vermarktung und Wirtschaftsstärkung der Fränkischen Schweiz ein. Was aber genauso wichtig ist, ist das Innenmarketing. „Die Menschen müssen wieder stolz sein auf die Region, in der sie leben“, so drückte es Ingrid Saal aus. „Es ist ganz wichtig, die Stärken zu stärken“, resümierte auch KLVHS-Leiter Heiner Neuner, der betonte: „Es gibt noch viel zu tun.“ Und der Streitberger Pfarrer Albrecht Bischoff forderte ein Kompetenzzentrum für die Fränkische Schweiz, das von den Landkreisen Bayreuth, Forchheim, Bamberg und Kulmbach mitgetragen wird. Tw

2010 Laut Geschäftsbericht fand die positive Tourismusentwicklung der vergangenen Jahre 2010 eine erfreuliche Fortsetzung. So stiegen die Gästeankünfte um 3,2 % und die Übernachtungen um 2,8 %. Nimmt man das Jahr 2005 zum Vergleich, so hat sich seitdem ein Plus von 9,7 % bei den Ankünften und 8 % bei den Übernachtungen ergeben. Mit diesem Ergebnis liegt die Fränkische Schweiz weitaus besser als die übrigen vergleichbaren Urlaubsgebiete in Oberfranken, auch besser als das gesamt fränkische und bayerische Ergebnis. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass sich das Gästeaufkommen bei mehr als 85 % aus Urlaubsgästen und ca. 15 % Tagesgästen zusammensetzt. Die gute Entwicklung im Geschäftsreiseverkehr hat sich fortgesetzt, gerade bei den Betrieben, die vorrangig diesen Bereich abdecken. Bei den Gästen aus dem Ausland, wo nach wie vor die Niederländer die Rangliste anführen, ist eine erfreuliche Tendenz bei den Polen und Tschechen festzustellen, insbesondere bei jungen Gästen, die Freude an den Outdoorsportmöglichkeiten haben. Die gute Entwicklung ist unbestritten auch die Folge der Qualitätsverbesserung in allen Segmenten des touristischen Angebotes durch die gestiegene Investitionsfreudigkeit der Leistungsträger. Die angebotenen öffentlichen Fördermöglichkeiten wurden in zahlreichen Fällen in Anspruch genommen. Zu begrüßen wäre jedoch, wenn sich die Anzahl der klassifizierten Unterkunftsbetriebe noch

deutlich erhöhen würde. Die Kunden verlangen immer mehr eine Transparenz des Angebots und stellen Vergleiche an. Zurzeit gibt es in der Fränkischen Schweiz ca. 25 klassifizierte Hotels und Gasthöfe sowie ca. 170 Ferienwohnungen und Betriebe mit Privatzimmern, wobei die Überprüfung der Hotels und Gasthöfe von der Bayern Tourist GmbH (BTG) durchgeführt wird. Ferienwohnungen und Privatzimmer werden durch ausgebildetes Personal der Tourismuszentrale klassifiziert. Sowohl bei den Ferienwohnungen als auch bei den Hotels und Gasthöfen überwiegt deutlich das 3- und 4-Sterne-Angebot.

Wie in den Vorjahren wurden auch 2010 durch die Tourismuszentrale wieder fast 11 000 Anfragen nach Urlaubsinformationen bearbeitet. Dabei überwog eindeutig das Interesse aus Bayern und Baden-Württemberg, gefolgt von Hessen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. Ca. 16 % kommen aus den neuen Bundesländern und ca. 3 % der Prospektbestellungen aus dem Ausland. 40 % resultieren aus Zeitungswerbung und redaktionellen Berichten. 45 % gingen per E-Mailanfrage ein. Die Internetpräsentation der Tourismuszentrale wird kontinuierlich weiterentwickelt. Im vergangenen Jahr konnten auf den beiden Seiten fast 720 000 Besucher mit nahezu 18 Millionen Datenabfragen verzeichnet werden. Die Prospektanfragen dienten als Grundlage einer durch die Tourismuszentrale durchgeführten Gästebefragung. Nach der besuchten 80 % der Interessenten auch die Fränkische Schweiz, 20 % wollen zu einem späteren Zeitpunkt in der Region ihren Urlaub verbringen. Ca. 60 % entschieden sich für Gasthöfe oder Hotels, 30 % für Ferienwohnungen oder Privatzimmer, 10 % waren Camper. Eine erfreuliche Entwicklung zeigen die Wohnmobilisten, die vor allem Stellplätze in der Nähe von Gasthöfen suchen. Wenn es bisher noch zu wenig derartige Einrichtungen gab, so konnte durch gute Investitionen gerade im vergangenen Jahr dieses Defizit ausgeglichen werden. Bei den Urlaubsbeschäftigungen führt nach wie vor das Wandern die Rangliste mit großem Abstand vor Radfahren an. Aber auch der Wassersport, sowohl Kajak und Baden erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Die Nachfrage nach Wellnessangeboten steigt ebenfalls, vor allem speziell nach guten Hotels mit derartigem Angebot. Auch die Freizeitsportarten wie Klettern, Mountainbike und Fliegenfischen sind für die Fränkische Schweiz prädestiniert. Gerade der Klettersport ist ein Selbstläufer und erfreut sich einer internationalen großen Bekanntheit. Erfolgreich waren auch die Anstrengungen für den Kulturtourismus, der sich insbesondere zum Saisonauftakt mit den Osterangeboten positiv auswirkt. Traditionelle Feste, zahlreiche Spezialmuseen, Burgen, Schlösser und Ruinen sowie Kirchen fanden wieder großen Zuspruch bei den Gästen, nicht zuletzt die intakte Kulturlandschaft mit der außergewöhnlichen Baumblüte im Früh-

jahr. Mit den Erlebnis- und Freizeitparks, Wildgehege, Abenteuerparks, Klettergärten, Spaßbädern und zahlreichen kinderfreundlichen Einrichtungen und Veranstaltungen konnte die Fränkische Schweiz den Familien mit Kindern frankenweit beispielhafte Möglichkeiten offerieren. Das Schwerpunktthema „Kulinarische Fränkische Schweiz“ wird von drei Säulen getragen. Mit „Brennereien und Brauereien“ hat die Fränkische Schweiz mittlerweile eine gewisse Alleinstellung in Franken erreicht. Wesentlich beigetragen hat dazu das mittlerweile funktionierende Netzwerk „Bierland Franken“ des Tourismusverbandes sowie der Verein „Bierland Oberfranken“ mit der Tourismuszentrale. Das Gleiche gilt für die „Genussregion Oberfranken“ und „Franken, Land der Genüsse“. Hier werden die Themen mit zusätzlichen aufwendigen Broschüren und Veranstaltungen unterstützt. Die Tourismuszentrale ist dabei personell maßgeblich mit eingebunden.

Sowohl beim Bier, als auch bei den Scharfen Wochen und den Brennereien entwickelt sich immer mehr das Netzwerk zwischen Tourismus und Erzeuger bzw. Verarbeiter. Eine wesentliche Aufgabe für die Tourismuszentrale ist die Steigerung des Bekanntheitsgrades der Fränkischen Schweiz. Dies konnte durch verschiedene Pressereisen, welche gemeinsam mit dem Tourismusverband Franken abgewickelt wurden, erreicht werden. Viele Berichterstattungen in Tageszeitungen und Zeitschriften waren die Folge. Die hervorragenden Kontakte zu Rundfunk und Fernsehen und die dadurch erstellten Reportagen erreichten ein breites bundesweites Publikum.

Mit der Teilnahme an ca. 25 Touristikmessen und verkaufsfördernden Veranstaltungen wurde ein nach wie vor erfolgreiches und wichtiges Marketinginstrument genutzt, auch hier in einzelnen Fällen mit Präsentationen von Brauchtum, Brennereien und Brauereien. Neu im vergangenen Jahr waren hierbei die Messstädte Erfurt und Mailand, in letzterer gemeinsam mit der Region Bayreuth. Ein großes Medienecho konnte beim so genannten „Schweizer Gipfeltreffen“ in der Bayerischen Vertretung in Berlin erreicht werden. Eine weitere erfolgreiche Veranstaltung für die „kulinarische“ Fränkische Schweiz war die Präsentation gemeinsam mit der „Genussregion Oberfranken“ auf Einladung der Landtagsfraktion der Freien Wähler im Maximilianeum in München. Seit dem letzten Jahr ist die Tourismuszentrale auch in das in der Entwicklung befindliche Konzept „Gesundheitsregion Bayreuth“ integriert. Dies soll im Rahmen eines EU-Projektes umgesetzt werden. Die durch den VGN im vergangenen Jahr neu geschaffenen Freizeitlinien finden immer mehr Zuspruch bei den Gästen. Eine noch stärkere Bewerbung durch die Beherbergungsbetriebe und eine größere Akzeptanz bei der Bevölkerung wäre jedoch wünschenswert, um diese Linien, aber auch die übrigen ÖPNV-Linien rentabler zu betreiben.

Nordbay. Nachrichten, 5.7.2010 - Fränkische Schweiz steigt ab - Forscher prophezeit Ausflugsregion den Untergang — Retter gesucht
EBERMANNSTADT - Die Fränkische Schweiz droht den Anschluss zu verlieren — eine übergreifende Vermarktung der Region könnte dies nach Ansicht des Erlanger Regionalforschers Professor Werner Bätzing verhindern. „Die Fränkische Schweiz hängt am Rand von sechs Landkreisen. Da sind die trennenden Wirkungen der Grenzen sehr präsent“, erläuterte der Experte der Uni Erlangen-Nürnberg. Nötig sei deshalb dringend eine gemeinsame Identität. Sollte weiterhin nichts geschehen, sehe es düster aus: „Da bekommen wir Gemeinden, wo wir kaum noch Arbeitsplätze haben und tagsüber keiner da ist.“ In 20 Jahren gebe es in der ganzen Fränkischen vermutlich nur noch fünf bis zehn Bauern; bis zu zwei Drittel der Handwerksbetriebe dürften wegbrechen, und auch die Hälfte der Tante-Emma-Läden müsste aufgeben.

Dabei habe die Region durchaus Potenzial. Bätzing denkt dabei an Landwirtschaft und Handwerk, regionale Dienstleistungen und Tourismus. Das Problem: „Es fehlt eine Ansprechstelle, die alles bündelt, alles sammelt, alles koordiniert.“ Der Experte schlägt daher vor, dass alle Landräte gemeinsam EU-Mittel für einen Regionalmanager einwerben. „Der könnte Impulse geben und verschiedene Initiativen dies- und jenseits der Landkreisgrenzen vernetzen.“ Eldorado für Kletterfans - „Die Fränkische Schweiz hat dieses starke Image, das ist ein großes Potenzial“, meint Bätzing. Er kann sich vorstellen, etwa die beliebten Landbiere überregional zu vermarkten. Aber auch für Architekten, die traditionelle Holzhäuser mit modernen Funktionen ausstatten, sieht er gute Chancen. Die größten Hoffnungen setzt Bätzing allerdings in den Tourismus, lockt die Fränkische doch jetzt schon zahlreiche Kletterer und andere Frischluft-Fans an. „Der Tourismus müsste auf die hohe Qualität der Fränkischen Schweiz Wert legen, auf Natur, Felsen und Höhlen, und diese mit regionalen Produkten verzahnen“, erläuterte Bätzing. Die jetzige Strukturpolitik scheitere vor allem an der politischen Zersplitterung der Region, erläuterte der Professor für Kulturgeographie. Auch eine systematische Förderung habe nicht verhindern können, dass die Fränkische in den letzten 40 Jahren 40 Prozent ihrer Arbeitsplätze verlor. dpa

2011 - Brauereien und Brennereien, die Obstregion mit ihrer einmaligen Baumblüte haben sich zu touristischen Magneten mit hoher Anziehungskraft und einem großen Medieninteresse entwickelt. Herausragend war dabei die mit dem Tourismusverband Franken gemeinsam durchgeführte kulinarische Präsentation vor einem ausgewählten Pressepublikum in einem typisch fränkischen

Restaurant in Hamburg. Ein weiterer Höhepunkt mit großer Medienwirksamkeit war der „1. Fränkische Bratwurst-Gipfel“ in Pegnitz, der trotz ungünstigster Witterung mehr als 10 000 Besucher anlockte. Viele Besucher fanden sich auch bei der „Kirschenaktion“ in der Fußgängerzone in Berlin-Wilmersdorf ein. Dieser Aktionstag fand gemeinsam mit der Anbietergemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof statt. Mit der Wanderroute „Entlang der Burgenstraße durch die Fränkische Schweiz“ wurde erstmals ein Wanderangebot auf der ältesten Ferienstraße Deutschlands entwickelt und entspricht von der Wegebeschaffenheit den Ansprüchen eines Qualitätsweges.

Dazu passend gibt es erstmalig das Angebot von Wandern ohne Gepäck auf dieser Route. Höchster Beliebtheit erfreuen sich die verschiedenen Brauereien-Touren, die wieder zehntausende von Wanderern übers ganze Jahr anlockten. Um die Fränkische Schweiz zukünftig als Elektrofahrrad-Region zu bewerben, wurde mit der Firma „Movelo“ und gemeinsam mit 29 regionalen Partnern eine Vereinbarung geschlossen, die aus der Fränkischen Schweiz eine Movelo-Region macht. Das bedeutet: Neben einem Netz von E-Bike-Verleihern gibt es ein weiteres Netz mit Akkuverleihstationen, bei denen leere Akkus kostenlos ausgetauscht werden, was viel schneller geht, als den Akku zu laden, was einige Stunden dauern kann. Am Ortseingang von Obertrubach ist, bisher einmalig in Bayern ein Kletterinformationszentrum vom Naturparkverein aufgebaut worden. Es soll den Interessen des Klettersports in einer der bedeutendsten Kletterregionen Europas, dem Trubachtal dienen.

Fränkischer Tag, 27.8.2011 - Die Nähe zieht - Tourismus Die Fränkische Schweiz ist ein beliebtes Ausflugsziel. Vor allem bei jungen Rentnern und Familien - ein Einblick. Von unserem Redaktionsmitglied Sebastian Martin MUGGENDORF - Herbert Meinhardt hat die Truppe im Griff. „Habt ihr schon bezahlt?“, fragt er den Nachbartisch. Finger zeigen auf die noch vollen Gläser, die Truppe hat nach dem Mittagessen in Muggendorf noch Durst. Trotz Markise ist es schweißtreibend heiß auf der Terrasse des Gasthofs Goldner Stern. Und Meinhardt ist schon ein wenig ungeduldig: „Wir müssen bald weiter“, drängt er. Es ist kurz vor 14 Uhr. Die 16-köpfige Wandergruppe, allesamt Rentner, will nach Behringersmühle. „Um 17.15 Uhr fahren wir zurück nach Ebermannstadt“, mahnt Meinhardt. Am Ziel nochmals eine kurze Rast. Die Zeit drängt, denn der Zeitplan kam heute schon durcheinander. „Ärgerlich“ sei das, sagt Meinhardt am Tisch, vor sich ein kühles Radler. Am Morgen ist der Trupp mit der S-Bahn von Nürnberg nach Forchheim gefahren. Geplanter Umstieg, und dann doch den Zug nach Ebermannstadt verpasst, „20 Minuten

Verspätung“, schimpft Herbert Meinhardt. Der Trupp, den er anführt, besteht aus ehemaligen Bus- und Straßenbahnfahrern und deren Frauen. Meinhardt war selbst lange Busfahrer in Nürnberg. Jetzt ist er 65 und Wanderführer.

Expertenrunde: „Das ist wirklich schade“, sagt Helmut Lehmeier. Das Thema Zug und Ausflug bewegt am Tisch. „Das ist doch auch schlecht für die Gastronomie hier“, sind sich alle einig. Jeden Donnerstag geht die Gruppe aus Nürnberg wandern, „seit 40 Jahren“, sagt Meinhardt. Zwischen 14 und 18 Kilometer, ob es regnet oder schneit - „30 Grad minus oder 40 Grad plus kann es haben, das ist egal“, sagt Meinhardt. Mit dem Auto fahren sie nie. „Ich will, dass jeder was trinken kann.“ Die Fränkische Schweiz ist nicht weit von Nürnberg weg, als Tagesausflugsziel ideal.

Das geht auch mit dem Rad. Hans Preiß springt auf und läuft zu seinem Fahrrad. Er humpelt eher, sein Knie macht Probleme. Mit seiner Frau Roswitha ist er am Morgen um kurz nach neun losgefahren. Um 12 Uhr kamen sie hier an. Sportlich „mit dem Elektrofahrrad“, scherzen die anderen. Stolz zeigt er auf den Tacho: „1400 Kilometer bin ich in den letzten fünf Wochen schon gefahren“, sagt Hans Preiß. Heute werden noch mehr dazu kommen, denn es geht auch wieder zurück nach Nürnberg. Der Rest der Wandertruppe hat inzwischen bezahlt. Herbert Meinhardt setzt die Sonnenbrille mit den großen Gläsern auf und gibt das Kommando zum Aufbruch.

Die einen sind fertig mit dem Mittagessen - andere fangen mit ihrer Rast gerade an. An der Wiesent unten im Ort stehen Alexander und Birgit Greß mit ihren Söhnen. Die Familie macht eine Paddelpause. Es ist kurz nach 14 Uhr. Jetzt wird erstmal Brotzeit gemacht, eine Metzgerei suchen die Vier noch. „Wir wollten schon wieder nach Hause gehen“, erzählt Birgit Greß, „aber es ist so schön in der Fränkischen Schweiz, deshalb sind wir noch hier“. Seit einer Woche campen sie mit ihrem Wohnwagen auf dem Platz Bärenschlucht bei Pottenstein. Zum ersten Mal ist die junge Familie hier. Eltern wie Kinder sind begeistert. „Besonders hat mir der Kletterwald gefallen“, sagt Paul. Der Achtjährige und sein Bruder Leo (4) freuen sich über den Abenteuerurlaub. „Und das ganz in der Nähe von unserem Zuhause“, sagt ihre 42-jährige Mutter. Die Familie kommt aus Nördlingen, das in der Nähe von Donauwörth hegt. 170 Kilometer haben sie nach Hause, ideal wie die Familie findet. „Und bei dem Wetter-spitze!“, sagt Birgit Greß. Im Felsenbad Pottenstein waren sie schon, heute steht Bootfahren auf dem Plan. Mit dem Kanu paddeln sie die Wiesent entlang. Dass sie zum Metzger müssen, ist eine Ausnahme: „Wir haben oft Brote dabei“, sagt Birgit Greß. Wie viele Brote sie noch schmieren wollen, wissen sie noch nicht. So lange es ihnen gefällt, bleiben sie.

Nordbay. Kurier, 24.10.2011 - Fünf Jahre Vorlaufzeit - Burgenstraßen-Wanderweg bei Egloffstein eröffnet

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Was lange währt, wird endlich gut: Mit einer Wanderung zwischen Mostviel und Egloffstein ist der neue Burgenstraßen-Wanderweg durch die Fränkische Schweiz offiziell eröffnet worden. Die Planungen gehen bis in das Jahr 2006 zurück, als der Kurier exklusiv über dieses Projekt berichtete. Das war noch vor der Eröffnung des Fränkischen Gebirgsweges.

Eigentlich sollte die Umsetzung des Wanderkonzeptes im Jahr 2008 erfolgen, so Franz-Xaver Bauer damals. Der Zeitplan konnte aber nicht eingehalten werden. Doch nun war es so weit: Claus Brechter, Vorsitzender des Burgenstraßenvereins war eigens aus dem Schwäbischen angereist, um dieses „historische Ereignis“ wie er die Eröffnung nannte, mit seiner Anwesenheit zu würdigen. Schließlich ist es „bisher der einzige Wanderweg entlang der fast 1 000 Kilometer langen Ferienstraße“, weiß Brechter. Zehn Gemeinden dabei. Wandern, da ist sich der Bürgermeister von Bad Wimpfen ganz sicher „ist nach wie vor ein wichtiges Thema, das sich auch gut vermarkten lässt.“ Zehn Gemeinden, ergänzte Landrat Reinhardt Glauber (Forchheim) als Vorsitzender des Gebietsausschusses, sind seit vielen Jahren über die Tourismuszentrale in der Burgenstraße organisiert. Was lag also näher, als die Burgenplätze, es kommt noch Burg Rabenstein als Einzelmitglied dazu, mit einem Wanderweg „zu verbinden“.

Allen gemeinsam ist die lange geschichtliche Entwicklung der Burgen und ihrer Herrn, mit der auch Einfluss auf die wirtschaftliche Situation der ganzen Region genommen wurde. Manche der Burgen, jene profitieren am Meisten von der Mitgliedschaft, halten alte Traditionen wach und veranstalten Mittelalterfeste, Turniere und dergleichen. Stille nachempfunden wurde deshalb auf halber Strecke der Einweihungswanderung ein „Raubüberfall“ dreier Landsknechte (in Erinnerung an den berühmten Raubritter Epelein von Gaillingen), auf die Wandergesellschaft, bestehend aus Politikern und Touristikern, durchgeführt und jene gefangen genommen. Erst als die Wanderer den Räubern (Heinz Schäfer, Christine Jacobs und Michael Wirth) einen „Schäfertrunk“ spendierten, hat man sie wieder frei gelassen. Für Xaver Bauer, dem Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, ist es quasi ein Abschiedsgeschenk. Von ihm stammt die Idee mit dem Wanderweg, die noch vor seiner Vorruhestandspensionierung Ende des Jahres verwirklicht wurde. Den Wegverlauf hat der ehemalige Hauptwegewart des FSV, Edgar Rother, festgelegt. Von ihm stammen auch die Texte für die eigens hergestellte und kostenlos vertriebene Beschreibung des Weges. Der Weg wurde außerdem per GPS erfasst und die Daten auf die Homepage der Tourismuszentrale gestellt.

Der Burgenstraßenwanderweg, er verzichtet auf eine eigene Beschilderung und nutzt vorhandene Wege, verbindet folgende Orte: in Forchheim die Kaiserpfalz mit Ebermannstadt, die ehemalige Schlüsselburg. Dann führt der Weg weiter zu den Ruinen Neideck und Streitburg im Markt Wiesental und weiter nach der Burg in Gößweinstein. Burg Pottenstein, Burg Egloffstein, und Schloss Rabenstein im Ahorntal sind weitere Ziele, ehe es nach der Burg Waischenfeld und Schloss Unteraufseß weitergeht. Schloss Greifenstein und schließlich das Schloss Seehof in Memmelsdorf sind ebenfalls dabei. In Memmelsdorf endet der Weg, und der Wanderer kann mit öffentlichen Verkehrsmitteln nach Bamberg weiter reisen.

Die Burgenstraße verbindet auf rund 1000 Kilometern Wegstrecke 70 trutzige Schlösser und Burgen zwischen Mannheim und Prag. Der gleichnamige Verein wurde 1954 mit dem Ziel gegründet attraktive Ferien- und Ausflugsziele touristisch zu erschließen und zu vermarkten. 1994 gelang die Weiterführung des Weges nach Tschechien. Nun ist die „Ausbreitung“ nach Frankreich (Elsass) in Planung. Weitere Infos stehen unter www.burgenstrasse.de im Internet bereit. kad (Klaus Altmann-Dangelat)

2012 - Das Jahr begann mit dem Wechsel der Leitung der Tourismuszentrale - Franz-Xaver Bauer ging nach 20-jähriger Tätigkeit in den Vorruhestand. Seine Nachfolgerin Sandra Schneider setzt auf das Thema Qualität und Nachhaltigkeit für den Tourismus in der Fränkischen Schweiz. Im Laufe des Jahres wurde auch die Sterne-Klassifizierung der Unterkünfte fortgeführt. 14 Ferienwohnungen bzw. – häuser wurden neu klassifiziert und 18 erneuerten das Gütesiegel nach Ablauf von 3 Jahren. Damit waren Ende 2012 genau 133 Betriebe zertifiziert, davon 65 im 4-Sterne und 4 im 5-Sterne Bereich. Zusätzlich übernahm die Tourismuszentrale ab Oktober 2012 auch die Zertifizierung für das Gütesiegel „Wanderbares Deutschland – Qualitätsgastgeber“ des Deutschen Wanderverbandes. Im Rahmen des touristischen Austausches wurde die Zusammenarbeit mit den Nachbarregionen Fichtelgebirge und Frankenwald, der Städte Bayreuth und Bamberg, sowie dem Tourismusverband Sächsische Schweiz im Rahmen von Projekten und Angeboten intensiviert. Die Fränkische Schweiz wurde 2012 auch Mitglied beim Verein der Deutschen Mittelgebirge und nahm an dessen Klausurtagung teil. Im Printbereich wurde das Prospektlayout modernisiert und Broschüren inhaltlich umgestaltet. Die modernere Gestaltung setzt das Thema der jeweiligen Broschüre in Wort und Bild noch zielgerichteter um. Ebenfalls stärker nach vorne gestellt wird die Marke Fränkische Schweiz. Gemeinsam mit den jeweiligen Leistungsträgern setzte die Tourismuszentrale wie bisher erfolg-

reich auf die Produktlinien: Aktiv-Urlaub, Familie & Naturerlebnis, Brauchtum & Kultur und kulinarische Vielfalt. Dem E-Bike gehört sie Zukunft- vor allem hier in einer Mittelgebirgsregion, wo es ständig bergauf und bergab geht:

Nordbay. Nachrichten 21.2.2012 - Infrastruktur für die Elektrofahrrad-Region steht - Insgesamt 30 Verleih- und Akkustationen mit 44 Mietbikes zum einheitlichen Preis gehen im Frühjahr an den Start

FRANKISCHE SCHWEIZ - Die Fränkische Schweiz präsentiert sich vom Frühjahr an als neue Elektrofahrrad- Region. Insgesamt 30 Radverleih- und Akkustationen sind mittlerweile in der Fränkischen Schweiz entstanden, dort können insgesamt 44 E-Bikes angemietet oder der Akku kostenlos getauscht werden. „Wir sind sehr erfreut, dass so viele Anbieter aus den verschiedensten Bereichen, wie Unterkunft, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen, Touristinfos und Gewerbe dafür sorgen wollen, dass Gäste und Einheimische eine entspannte Radtour durch die Region neu genießen können“, so die Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, Sandra Schneider.

Mit den Elektrofahrrädern wird ein fast lautloses Naturerlebnis möglich und sogar eine längere Distanz, beispielsweise nach Bamberg zur Landesgartenschau oder nach Bayreuth, zum Kinderspiel. Sollte der Akku leer werden, kann dieser während einer Rast wieder aufgeladen werden. Als Alternativmöglichkeit kann bei einer Akkustation die leere Batterie sofort und kostenlos gegen eine volle eingetauscht werden. Damit wird es vor allem für die nicht ans sportliche Radeln gewohnten Gäste und Einheimischen ein Vergnügen, mit Motorunterstützung jeden Berg in Rekordzeit und mit einem Lächeln auf den Lippen zu meistern. Derzeit sind alle Stationen dabei, sich zu koordinieren und abzustimmen, damit auch jeder von diesem neuen, flächendeckenden Angebot in der Fränkischen Schweiz profitieren kann. So wurde bereits ein einheitlicher Mietpreis für E-Bikes empfohlen: 15 Euro für den halben Tag, 20 Euro für den ganzen Tag, 50 Euro für drei Tage und 99 Euro für eine ganze Woche. Räder aus der Schweiz - Die Anbieter aus der Fränkischen Schweiz haben sich für einen E-Bike-Hersteller aus der Schweiz entschieden, der alle Movelo-Regionen mit den gleichen Rädern ausstattet, so dass die Akkus untereinander ausgetauscht werden können. Auf den Rädern ist zusätzlich eine Art Gangschaltung installiert - gesteuert wird damit ein kleiner Elektromotor. Dieser unterstützt die eigene Tretleistung mit Schub. Eine Anzeige verrät Akkuzustand, Geschwindigkeit und die zurückgelegten Kilometer. So kann der Radler abschätzen, wie weit der Akku reicht, und entsprechend planen. Die Reichweite der Akkuladung ist also abhängig davon, welchen Grad der Zuschaltung man wählt, wie viele Berge man hoch will, und

wie schwer der Radler und sein Gepäck selber sind. Zwischen 40 und 60 Kilometer Reichweite mit einer Akkuladung sind möglich, verspricht der Hersteller. Bei einer Geschwindigkeit von höchstens 25 Kilometer je Stunde (darüber wäre es ein Mofa) dauert solch eine Tour mit Pausen drei bis fünf Stunden und dabei wird etwa eine halbe Kilowattstunde Strom verbraucht.

Neben der fränkischen Schweiz beteiligen sich auch das Fichtelgebirge (mit Bayreuth), der Frankenwald, die Frankenalb und Teile des Steigerwaldes an dem neuen Angebot. Durch die Einbindung der Nachbargebiete können größere Touren im Umkreis durchgeführt werden, was natürlich die Attraktivität des Angebotes erhöht. Die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz hat die Koordination des Angebotes übernommen. Am Sonntag, 6. Mai, wird es eine gemeinsame Auftaktveranstaltung für die Elektrofahrrad-Region Fränkische Schweiz geben. In einer speziellen Elektrofahrrad-Broschüre (ab Ende März erhältlich), in der allgemeinen Radbroschüre der Tourismuszentrale sowie im Internet unter www.fraenkische-schweiz.com präsentieren sich alle Stationen mit ihren Öffnungszeiten. Routenvorschläge und Pauschalangebote gibt es ebenfalls in der Spezialbroschüre.

Ausverkauf für die Fränkische Schweiz? Wie ein Kulturgeograf die momentane Situation (2012) sieht:

Nordbay. Nachrichten, 7.4.2012 - Gleichgewicht verschob sich vor Jahrhunderten - Professor Werner Bätzing: Fränkische Schweiz kämpft als ländlicher Raum um Einwohner und Infrastruktur. Von Udo Güldner

„In etwa 15 Jahren werden die ersten Dörfer in Franken keine Einwohner mehr haben“. Mit zum Teil drastischen Worten sprach der Erlanger Professor Werner Bätzing im Forchheimer Rathausaal über den demographischen Wandel und seine Auswirkungen auf den ländlichen Raum.

FORCHHEIM - Nur wenige Zuhörer haben sich in den Rathausaal verirrt. Ob das schon die Folgen des demographischen Wandels sind? Soroptimist-Club, Stadt Forchheim, und die Volkshochschule haben den Kulturgeographen eingeladen, eine Rückschau zu halten und zugleich einen Blick in die Zukunft zu werfen. Im 19. Jahrhundert wuchs die Bevölkerung auch auf dem Land, während sie in der Stadt regelrecht boomte. Schon da sei das Gleichgewicht zwischen beiden Räumen verschoben worden, so Bätzing. „Die Schere ging immer weiter auseinander. Durch die mittelständischen Strukturen in Oberfranken und den damit verbundenen Zuzug von Arbeitskräften konnte diese Entwicklung einige Jahrzehnte verzögert werden.“ In der Fränkischen Schweiz ging die

Einwohnerzahl um drei Prozent bis 1940 zurück, woran auch der einsetzende Tourismus nichts ändern konnte. Größere Veränderungen gab es im und nach dem Zweiten Weltkrieg mit den ausgebombten Städten, den Flüchtlingen und Vertriebenen. „Manche Gemeinden im ländlichen Raum erlebten einen regelrechten Wachstumsschub um 30 Prozent. Dabei spielten die Dörfer beide Rollen, als Wirtschaftsraum und Wohnort.“ Zugleich ergab sich ein Paradigmenwechsel: „Zum ersten Mal kamen Fremde von außen ins Dorf und zerstörten die vorher festgefügte Einheit aus Dialekt, Brauchtum und Religion.“ Seit 1972 lagen die Geburtenraten stets niedriger als die Sterberaten. „Das wurde bereits während des Wirtschaftswunders verdeckt von der Zuwanderung ausländischer Arbeitskräfte und deren Familien.“

Die Modernisierung der Landwirtschaft katapultierte das Dorf der 50-er Jahre binnen kurzer Zeit aus dem Mittelalter in die Neuzeit. Es ging nicht mehr um Eigenversorgung, sondern, Stichwort Flurbereinigung, um Arbeitsteilung, Kapitaleinsatz, Produktivität. „Es entwickelte sich das Leitbild des autogerechten Dorfes mit Gehsteigen. Das Dorf wurde immer mehr als rückständig, hinterwäldlerisch angesehen.“ Eine Suburbanisierung, eine Verstädterung des Dorfes setzte ein, auch weil immer mehr Stadtbewohner, die es sich leisten konnten, aus den Ballungsräumen in den Speckgürtel umzogen.

Mit der zunehmenden Globalisierung ab Ende der 80-er Jahre veränderte sich das Denken. Mehr und mehr wuchs die Bedeutung der wirtschaftlichen Zentren, die heute als Metropolregionen bezeichnet werden. Seit 2004 hat Bayern eine „Epochenschwelle“ überschritten. „Denn bis auf die Flughafenregion rund um München verlieren alle ländlichen Gemeinden Einwohner.“ Mit all den Problemen für die Infrastruktur, die das mit sich bringt. Denn die Kosten für Wasser und Abwasser bleiben bestenfalls gleich, müssen dann aber auf immer weniger Menschen verteilt werden. Investitionen bleiben aus - In seiner Prognose bis 2030 sieht Werner Bätzing große Probleme für die Region Fränkische Schweiz. Was weiter als eine Stunde von den Zentren entfernt liege, das bekomme keine Investitionen mehr. Dabei kann der 62-jährige Geograph dem Miteinander von Stadt und Land auch Positives abgewinnen. „Die großen Metropolen brauchen das Hinterland, um lebendig, lebensfähig und lebenswert zu bleiben.“ In der Vielfalt, der Unverwechselbarkeit und der Bodenhaftung liege das große Potential des ländlichen Raumes, der mehr sei als Naherholungs- und Freizeitgebiet der Metropolen. Die Zukunft der Dörfer sieht Werner Bätzing in der Erzeugung und Vermarktung hochwertiger regionaler Produkte, auch in Handwerk und Dienstleistung, und bei der Nutzung erneuerbarer Energien. Dabei müssten die Standorte der Anlagen nicht nur ökologisch sinnvoll, son-

dern auch sozial akzeptiert sein. Das Geld findet der Wissenschaftler in einer Umgestaltung des derzeit diskutierten Solidarpaktes, der ausschließlich dem ländlichen Raum zugute kommen soll. „Damit können wir die Landschaft erhalten, den Menschen eine Perspektive geben und der Landflucht entgegenwirken“.

Nordbay. Nachrichten, 27.4.2012 - Wie verpackt man am besten die Fränkische Schweiz? - Neue Leiterin der Tourismuszentrale stellte ihre Ideen dem Fachausschuss des Forchheimer Kreistages vor

Die neue Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz zieht erkennbar neue Seiten auf bei der Vermarktung der Region. Im Tourismus-Ausschuss des Forchheimer Kreistages hat sie sich nun offiziell vorgestellt. Von Ulrich Graser

FORCHHEIM - Seit Monaten schon tingelt Sandra Schneider durch Vermieterversammlungen und örtliche Tourismusbüros. Zum Gebietsausschuss Fränkische Schweiz zählen immerhin vier Landkreise, das heißt: vier Kreistage, vier Landräte, über 200 Kreisräte. Und jeder will die 37-Jährige persönlich kennenlernen. Dabei wird die gebürtige Niederbayerin aus Kelheim nicht müde, auf Notwendigkeiten hinzuweisen, die aus ihrer Sicht eigentlich schon Selbstverständlichkeiten sein müssten: „In einer deutschen Tourismusregion muss man online buchbar sein.“

Dem ist aber in der Fränkischen Schweiz offenkundig noch allzu oft nicht so. Der Internetauftritt der Tourismuszentrale, 15 Jahre alt, muss aus Schneiders Sicht ebenfalls erneuert werden. Vor allem aber geht sie die tief verwurzelte Mentalität der Einheimischen frontal an: „Wir sollten uns nicht als Billig-Region positionieren.“ Bei der Fränkischen Schweiz handle es sich vielmehr um eine „qualitativ hochwertige Region“ mit einem „guten Preis-Leistungs-Verhältnis“, vor allem beim Essen und Trinken. Mit anderen Worten: Da ist mehr drin und deswegen lässt sich auch mehr herausholen. Statt sich unter Wert zu verkaufen, sollte sich die regionale Touristik-Wirtschaft lieber als „Marke Fränkische Schweiz“ begreifen und den Gästen „mundgerechte Angebote“ machen, so Schneider. Vor allem für Familien mit Kindern. So vieles sei schon vorhanden, aber nicht bekannt. Zum Beispiel Gastronomie mit Gluten- und Lactose-freier Kost, in Zeiten weit verbreiteter Allergien inzwischen ein wichtiger Faktor bei der Wahl des Urlaubsortes.

Die Diplom-Geographin Sandra Schneider leitete zuletzt zehn Jahre lang die Tourist-Information des mittelhessischen 8000-Einwohner-Kurortes Bad Endbach. Zuvor hatte sie in ihrem Studienort Trier in der Touristik-Information ge-

arbeitet. Die Fränkische Schweiz kannte sie bis Mitte letzten Jahres noch nicht. Schneider trat zu Jahresbeginn das Erbe von Franz-Xaver Bauer an. Er hatte seit 1991 die Tourismuszentrale aufgebaut und international vernetzt. Schneider will die Messepräsenz der Region allerdings „zurückfahren und umstrukturieren“, sagte sie im Ausschluss. Die Fränkische Schweiz müsse nicht mehr überall dabei sein, verstärkt jedoch in Baden-Württemberg und Oberbayern für sich werben, denn: „Wir werden für Oberbayern als Urlaubsland immer attraktiver.“ Einen Meilenstein hat Schneider bereits mit dem neuen Museumsverbund in der Region gesetzt. Doch dabei soll es nicht bleiben: „Die Museen müssen attraktiver werden“, fordert sie kategorisch. Wie das gehen soll? Ganz einfach: „Man muss sich zuerst fragen, was man anbieten will und dann, wie das Ganze am besten verpackt werden kann.“



Abb 15: Die neue Leiterin der Tourismuszentrale Sandra Schneider mit Vorgänger Franz-Xaver Bauer. Foto: Nordbay. Nachrichten, Hans-Jochen Schauer

Nordbay. Nachrichten, 29. September 2012 - „Action“ und viel Platz - Urlaub in

der Region: Was erwarten Familien? Von Georg Körfgen

In der teils hysterisch geführten Debatte um das Preisniveau in der Fränkischen Schweiz wäre es fast untergegangen: Mit Sandra Schneider war eine hochqualifizierte Experte als Leiterin der Tourismuszentrale angeworben worden. Mit einem Vortrag zu „Familie als Zielgruppe“ untermauerte sie ihren Anspruch, für die Region eine Qualitätsoffensive zu starten. Das Wort „billig“ nahm sie dabei nur einmal in den Mund.

SCHLÜSSELFELD - Der Tagungsort Schlüsselfeld liegt am äußersten Zipfel der Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim. Hierher hatte die Marketinggesellschaft „Wir“ Schneider eingeladen. Die Fränkische Schweiz ist von Schlüsselfeld aus eher weit weg. Doch das Hauptproblem für Hoteliers und Pensionsbesitzer ist gleich, wenn sie Urlaubsgäste anlocken wollen: „Unsere Konkurrenz sind das Meer und die Berge, Sonne und Wasser“, rief die Niederbayerin Schneider in den Saal des Gasthofes „Storch“. Ein Mittelgebirge wie die Fränkische müsse mit Italien und Österreich konkurrieren, wenn sich die Familie am heimischen Esstisch zusammensetzt und überlegt, wohin nächstes Jahr der Urlaub führen soll. Was ist „Familie“ - Aber gibt es diese Familie überhaupt noch? Bei 20 Prozent aller Urlaubsreisen sind noch Kinder dabei, so die Statistik. Für die Kinder sei „nicht wichtig wo, sondern wie der Urlaub verbracht wird“, hatte

Siegfried Schneider, Wirtschaftsförderer des Landkreises Bamberg und einer der Geschäftsführer von „Wir“ in seiner Begrüßung gemahnt. Wer also diese 20 Prozent aller Reisenden haben will, müsse sich auf die Zielgruppe „Kind“ einstellen.

„50 Prozent aller Kinder entscheiden mit, wo der Urlaub stattfindet“, berichtete Sandra Schneider. Also müsse man sich kinderfreundlich präsentieren. „Damit meine ich nicht das Kinderschnitzel auf der Speisekarte.“ Erleben wollten Eltern und Kinder etwas. Schneider mahnte, die örtlichen Angebote zu nutzen und verwies als Beispiel auf drei Outdoor-Veranstalter in der Fränkischen Schweiz, mit denen Hotels und Pensionen leicht zusammenarbeiten könnten. „Wandern“ würde als Aktivität natürlich den Nachwuchs abschrecken, meinte Schneider, die sich an Urlaube ihrer Kindheit im Schwarzwald erinnerte. Stattdessen lieber „Geo-Caching“ im Prospekt anbieten, die moderne Schnitzeljagd per GPS. „So ein Gerät könnte doch der Vermieter anbieten, warum nicht?“, fragte sie in die Runde der rund 30 Zuhörer. Wenn die Kinder, die mitreisen, im Teenager-Alter sind, spielten noch ganz andere Faktoren eine Rolle: Internet und WLAN im Feriendomizil seien selbstverständlich. Überhaupt sei Familie nicht gleich Familie: Großeltern, die mit ihren Enkeln verreisen sind heute genauso anzutreffen wie Alleinerziehende mit Kindern oder große Gruppen, die aus befreundeten Familien bestehen. Gerade für die biete die Fränkische Schweiz noch zu wenig Unterkünfte: Mehrere Ferienwohnungen im gleichen Haus mit einem Gemeinschaftsbereich sind gesucht. Und da wäre noch die „Latte-Macchiato-Familie“: gebildet, guter Verdienst, wohnt in der Stadt, will aber den Kindern im Urlaub mal eine Kuh zeigen, sehr anspruchsvoll: „Da reicht’s nicht, wenn in der Ferienwohnung die ausgemusterten Möbel stehen“, so Sandra Schneider. Ermäßigungen für Familien mit Kindern sollten unbedingt in der Preistabelle eingeplant werden. „Der Gast will spüren, dass er zur Zielgruppe gehört.“ Und dann setzt sie hinzu: - „Aber billig ist ja eigentlich gar - nicht mein Thema, das weiß ja der ein oder andere.“ Das Thema, das Schneider in den letzten Monaten so viel Verdruss bereitet hat, ließ sie lieber links liegen. Ein weiteres Thema wurde an diesem Nachmittag ebenfalls nicht aufgegriffen: Wenn 20 Prozent aller Urlaubsreisenden mit Kindern verreisen -dann kommen folgerichtig 80 Prozent ohne Nachwuchs.

BR-Umfrage: Ist die Fränkische Schweiz zu billig? (www.br.de/franken/inhalt/nachrichten/voting-fraenkische-schweiz100.html. Stand 3.12.2023) – antworteten 58 % Nein. Ich muss jeden Euro zwei Mal umdrehen: Die Fränkische Schweiz muss unbedingt günstig bleiben. 33,7 % sagen: Ja. Ich bin gerne be-

reit, fürs Bier 10 Cent oder fürs Schäufole 50 Cent mehr zu bezahlen, wenn es die Region nach vorne bringt. Dem Rest ist der Preis egal. 18 Euro geben Tagesgäste in der Fränkischen Schweiz pro Tag aus. Das ist zu wenig, um auch Geld für Zukunftsinvestitionen übrig zu haben, sagt Sandra Schneider, die neue Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz. Sie verweist auf Mainfranken, wo Touristen 40 Euro pro Tag ausgeben. Im Bayerischen Rundfunk schlägt Schneider nun vor, beispielsweise den Bierpreis leicht anzuheben. Die Abstimmung endete am 24.07.2012. Auslöser für die Abstimmung war die Meinung der neun Tourismuschefin Sandra Schneider in der Mitgliederversammlung des Gebietsausschusses in Forchheim in der sie davon sprach, dass sich die Fränkische „zu billig“ verkaufe. Damit löste sie eine Lawine von Meinungen aus, die vor allem im Nürnberger Bereich hohe Wellen schlugen. Tenor: Es soll keine Preiserhöhungen geben.

2013 - Zum Saisonstart wurde das Jubiläum „100 Jahre Osterbrunnen“ in der Fränkischen Schweiz über die Lokalpresse bekannt gemacht, was bei den überregionalen Medien sehr gut ankam. Flankiert wurde das Thema durch eine mehrwöchige Dauerausstellung in den Erlanger Arcaden mit fünf original nachgebauten Osterbrunnen mit echten Eiern aus verschiedenen Orten der Fränkischen Schweiz. Im zweiten Jahr des Bestehens wurde neu die Ausleihe von E-Bikes für Gruppen von 6 bis 20 Personen eingeführt. Diese ist unabhängig von einer Verleihstation mit freier Auswahl von Start- und Endpunkt. Neu waren auch das E-Bike-Tourenheft mit 12 Rundtouren zwischen 19 und 60 km und das E-Bike-Pauschalangebot „Der fränkische E-Bike Dreier“ - auf sechs Etappen führt dieses durch die drei oberfränkischen Mittelgebirge Frankenwald, Fichtelgebirge, Stadt Bayreuth und Fränkische Schweiz. Die Stadt Bayreuth übernahm die Buchung des Angebotes. Fast das ganze Jahr über war die Tourismuszentrale in Forchheim, in der Löschwöhrdstraße (ehemals Landwirtschaftsschule) untergebracht, da die bisherigen Räumlichkeiten umgebaut, modernisiert und energetisch saniert wurden. Dabei entstand auch die neue Raumaufteilung: Aus einem Großraumbüro plus Geschäftsführerzimmer wurden drei Büros und ein Kopierzimmer. Das bisherige Büro des Ebermannstadter Kulturkreises wurde der Besprechungsraum mit angebautem Archivzimmerchen, in dem vor allem die alten Prospekte einen Aufbewahrungsplatz fanden.

Nordbay. Nachrichten, 21.5.2013 – Eine Schnapsidee? - Sandra Schneider hat Debatte um Bierpreis ausgelöst. Von Elke Grasser-Reitzner
Ein Thema liefert für kurze Zeit Gesprächsstoff, es wird heftig darüber disku-

tiert, Empörung ist zu hören. Und dann? Was ist aus den Aufregern von gestern geworden? In loser Folge schildern wir in unserer Serie „Was macht eigentlich...“, wie es mit Menschen und ihren Geschichten weitergegangen ist. Diesmal geht es um Sandra Schneider und die Preise in der Fränkischen Schweiz. FORCHHEIM - Bierpreis? „Du liebe Zeit“ entfährt es Sandra Schneider. Auch ein dreiviertel Jahr später entlockt ihr dieses eine Wort noch einen tiefen Seufzer. Dabei war sie es selbst, die kurz vor den Sommerferien 2012 in einer Ausschusssitzung der Urlaubsregion Fränkische Schweiz das Wort ausgesprochen und damit einen Sturm der Entrüstung ausgelöst hat.

Sind die Wirtschaften in der Fränkischen zu billig? Müssen das Schaufele, das Seidla und der selbst gebrannte Schnaps mehr kosten, um wettbewerbsfähig zu bleiben? Über diese Frage der neuen Tourismuschefin erhitzen sich die Gemüter in diesen heißen Tagen. „Die Debatte hat es vielleicht einmal gebraucht“, sagt Schneider heute. Auch wenn die vier Wochen, in denen sie im Feuer stand, weil Medien ihre „Schnapsidee“ anprangerten und mancher sie für verrückt erklärte, wahrlich „nicht schön waren“, wie die 39-Jährige gesteht. Heute haben sich die Wogen wieder geglättet, und Schneider, die Niederbayerin aus Kelheim, ist hier heimisch geworden. „Es geht einem das Herz auf“, erzählt sie, wenn sie von ihrem Büro im Forchheimer Landratsamt durch die romantische Landschaft zum zweiten Dienstsitz nach Ebermannstadt fährt. Doch die Probleme in diesem Landstrich sind geblieben.

Viele Familienbetriebe in der Gastronomie kämpfen ums Überleben, weil die Kinder weggezogen sind und die Tante gestorben ist, die Sonntag für Sonntag in der Küche stand und die Klöße rollte. Die Mutter am Herd, der Vater hinter der Schenke - die Rechnung geht längst nicht mehr für alle auf. In immer mehr Ortschaften zwischen Kulmbach und Bamberg stehen Gasthäuser leer. Heruntergekommene Fassaden sind ein weiteres Problem. In manchen Lokalen ist der Investitionsstau nicht mehr zu übersehen, neues Inventar, moderne Toilettenanlagen wären nötig. Doch es fehlt das Geld. Genau in diese Wunde hat die Diplomgeografin und studierte Touristikexpertin Schneider den Finger gelegt: „Wenn das Schaufele 5,50 kostet, wie viel bleibt davon dem Wirt?“ fragte sie an jenem denkwürdigen Abend im Juli. Sie schreibe niemandem vor, wie teuer er sein (selbst gebrautes) Bier oder den Braten zu verkaufen habe, sagt sie entschieden. Doch man müsse an die Zukunft denken: „Wir wollen einen Qualitätsstandard haben, und dafür brauchen wir einen anständigen Preis.“ Diese These habe bereits ihr Vorgänger Franz-Xaver Bauer vertreten, der sich 20 Jahre lang um die Sorgen und Nöte der Beherbergungsbetriebe gekümmert hat, betont

Georg Hötzelein vom Hotel- und Gaststättenverband im Kreis Forchheim. Den Satz, die Fränkische Schweiz müsse sich vom Billig-Image lösen, könne man bereits im Leitbild für die Dekade 2005 bis 2015 nachlesen. Doch erst jetzt, als Schneider laut über den Bierpreis nachdachte, hätten sich viele Menschen wirklich Gedanken dazu gemacht. „Es war gut, dass ein Aufschrei durchs Land ging“, findet Hotelier Hötzelein.

Nun müsse man darüber reden, ob es „moralisch vertretbar“ sei, die Preise für Speisen und Getränke moderat anzuheben. „Muss ich billig sein oder soll es meine Firma in ein paar Jahren auch noch geben“ - diese Fragestellung rücke nun langsam ins Bewusstsein, hat Hötzelein festgestellt. Merklich nach oben gegangen mit den Preisen ist nach ersten Umfragen bislang wohl kaum jemand in der Branche. Die halbe Bier liegt im Schnitt nach wie vor zwischen 2 und 3,50 Euro. - Allein im Landkreis Forchheim hängen 8 000 Frauen und Männer vom Tourismusgeschäft ab. Zur Urlaubs- und Ausflugsregion Fränkische Schweiz zählen aber auch die Landkreise Bayreuth, Kulmbach und Bamberg. „Wir brauchen das gesamte Spektrum an Angeboten: die Brotzeit für den Wanderer ebenso wie die gehobene Gastronomie“, sagt Georg Hötzelein, der den Gasthof in Regensberg bei Kunreuth betreibt. Jetzt habe man weiter daran zu arbeiten, dass diese Vielfalt an Urlaubs- und Erholungsangeboten erhalten bleibt, da müssten auch die Banken mitziehen und Kredite für Erneuerungen lockermachen. Brotzeit für Wanderer - Die Gäste kämen schließlich nicht nur, weil die Fränkische Schweiz immer noch ein billiges Pflaster ist. „Die fahren hierher, weil es schön ist und gut schmeckt“, zählt Hötzelein auf. Und weil es einen neuen Kletterwald (in Veilbronn) und einen E-Bike-Park (in Pottenstein) für Radlfreunde gibt, sagt Sandra Schneider. Die Vielfalt bezieht sich eben nicht nur auf das Essen und Trinken. Die Preise auch nicht.

Die Äußerung sorgte für gehörig Aufregung: Ende Juli 2012, gut ein halbes Jahr nach ihrem Amtsantritt, sagte die neue Tourismuschefin der Fränkischen Schweiz, Sandra Schneider, die oberfränkischen Gastronomen zwischen Forchheim und Bayreuth dürften nicht länger als „Billigregion“ punkten. Und weiter fragte sie: „Wenn das Schaufele 5,50 Euro kostet, wie viel bleibt denn davon dem Wirt?“ In zehn Jahren, wenn die Energiepreise weiter angestiegen sind, weitere Investitionen getätigt werden müssten „und die Oma mal nicht mehr in der Küche mithilft, lassen sich solche Preise nicht mehr durchsetzen“. Sie sagte, für das Seidla Bier dürfe man in der Fränkischen durchaus zwei Euro verlangen. Was folgte, war ein Sturm der Empörung. Viele fürchteten, die Preise in der Fränkischen Schweiz würden nun gehörig anziehen und die Touristen eines der

letzten günstigen Feriendomizile in Bayern meiden wie der Teufel das Weihwasser. Doch passiert ist das Gegenteil: Die Ferienregion verbuchte vergangenes Jahr ein Plus an Übernachtungen von 6,8 Prozent. Egr

2014 - Im April konnte die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz ihr 40-jähriges Bestehen und den Rück-Einzug in die umgebauten Räumlichkeiten in Ebermannstadt mit einem Tag der offenen Tür feiern. Die Museumsbahn Fränkische Schweiz feierte ebenfalls 40 Jahre mit über 30 000 Fahrgästen in historischen Zügen im Wiesental von Ebermannstadt bis Behringersmühle. Im Laufe des Jahres wurden von der Genussregion Oberfranken 80 Genussbotschafter ausgebildet. Knapp 20 davon kamen aus der Fränkischen Schweiz. Das Jahr war auch ein Wahljahr, so dass zahlreiche neue Mandatsträger in die Vorstanderschaft neu berufen wurden. Der bisherige Gebietsausschussvorsitzende Landrat Reinhard Glauber übergab den Regiestab an seinen Amtsnachfolger Dr. Hermann Ulm. Dessen Stellvertreter blieb Landrat Hermann Hübner aus Bayreuth. Im Onlinebereich konnte die Zahl der Besuche der Internetseite www.fraenki-schweiz.com auf fast eine Million und des Facebook-Auftritts auf 5 500 Fans gesteigert werden – was auf dem konsequenten Ausbau der Social Media Aktivitäten zurück zu führen ist. Im Herbst wurde ein neuer Mitarbeiter für den Bereich Internet/Neue Medien eingestellt und die Ausschreibung für den neuen Internetauftritt auf den Weg gebracht. Zeitgleich wurde der bestehende Auftritt u.a. in der Rubrik Gästeführer verbessert. Im Bereich Fernsehen wurden wieder einige schöne Beiträge u.a. für das Bayerische Fernsehen und die Deutsche Welle zu verschiedenen Schwerpunkten produziert und ausgestrahlt. Forschung und Lehre - Mit der Universität Erlangen konnten im Rahmen der Betreuung einer Lehrveranstaltung im Masterstudiengang Kulturgeographie die Themen „Urlaub auf dem Bauernhof“ und das Angebot „Ernteerlebnis“ analysiert werden. Die Ergebnisse wurden in den jeweiligen Gremien Ende des Jahres vorgestellt. Seit Herbst wurde wieder ein regelmäßiger Newsletter an Touristinformationen und Leistungspartner der Region geschickt. Nach dem Amtsantritt von zahlreichen neuen Mandatsträgern in der Region am 1. Mai wurden diese über das Leitbild und den Aufgabenbereich der Tourismuszentrale informiert. Das Angebot das Thema „Wertschöpfung“ im Tourismus in den Gremien vorzustellen wurde von einigen Städten und Gemeinden angenommen. Die Impulsreferatsreihe „Tourismusausblicke“ wurde fortgesetzt. In den Abendveranstaltungen wurden den touristischen Leistungspartnern in Form eines Fachvortrags und eines Best-Practise Beispiels touristische Themen wie Umgang mit Emails, Definition Zielgruppe, Bewertungsportale und Onlinemarketing näher gebracht.

Speziell für die Touristinfos wurden ein Facebook-Seminar sowie ein Infoabend für die Zusammenarbeit mit der regionalen Presse angeboten. In regelmäßigen Sitzungen und Arbeitskreisen wurden gemeinsam Strategien und Maßnahmen entwickelt. Die enge Zusammenarbeit mit den verschiedenen Verbänden und touristischen Organisationen hatte wieder einen hohen Stellenwert und erzielte nachhaltige Ergebnisse im Sinne einer erfolgreichen Tourismuswirtschaft zur Förderung von Qualität.

Nordbay. Nachrichten, 12.7.2014 „Potenzial der Fränkischen Schweiz ist noch längst nicht ausgereizt“

Erlanger Forscher Werner Bätzing über Chancen und Versäumnisse im ländlichen Raum — Kritik an zu vielen politischen Grenzziehungen - Die Jungen ziehen weg, die Alten sterben, Arbeitsplätze verschwinden: Auf dem Land ist es zwar idyllisch, in Ordnung ist die Welt dort aber auch in Bayern nicht mehr. Schwarzmalerei wäre dennoch verkehrt, meint Regionalforscher Bätzing. Er sieht viel Potenzial.



**Abb 16: Werner Bätzing bei seiner Abschiedsvorlesung an der Uni Erlangen.
Foto: Löwisch**

ERLANGEN - Der unter Bevölkerungsschwund leidende ländliche Raum in Bayern könnte nach Einschätzung des Regionalforschers Werner Bätzing innerhalb eines Jahrzehnts deutlich aufgewertet werden. „Das ist alles vorgedacht, man brauchte nur noch die Initiatoren, die das konkret umsetzen“, sagt Bätzing über die Möglichkeiten, etwa der Fränkischen Schweiz wieder mehr Leben einzuhauchen. „Dann könnten sich schon in zehn Jahren positive Wirkungen zeigen“, sagte der Professor für Kulturgeographie an der Universität Erlangen-Nürnberg. Der 65-Jährige hielt gestern seine Abschiedsvorlesung und ist jetzt im Ruhestand. „Die Aufwertungspotenziale sind heute eindeutiger, klarer und fassbarer als vor 20 Jahren - und sie können umgesetzt werden“, betont Bätzing. Dafür müsse die Politik aber die richtigen Impulse setzen. „Der erste Schritt wäre, landkreisübergreifende Regionalmanagementstrukturen aufzubauen“, erklärte er. „Denn der ländliche Raum ist immer durch politische Grenzen zerschnitten, und das sind hohe Trennwände, die die Lebenswelten der Menschen voneinander abschotten.“ Dadurch könnten Potenziale wie die Vermarktung regional produzierter Lebensmittel nur schwer gehoben und Pro-

bleme nicht gemeinsam gelöst werden. Dass es von diesen mehr als genug gibt, illustriert Bätzing am Beispiel Fränkische Schweiz. Dort werden weiter Arbeitsplätze abgebaut, hinzu kommt seit 2004 ein Bevölkerungsschwund in fast allen Gemeinden. „Das heißt, der ländliche Raum wird, nachdem er als Wirtschaftsraum geschwächt wurde, jetzt auch noch als Wohnraum geschwächt.“ Verlust der Artenvielfalt Auch die Qualität der Umwelt gehe zurück, weil immer mehr Flächen aus der Nutzung fielen und die übrigen immer intensiver genutzt würden. In der Fränkischen Schweiz zeige sich dies bereits deutlich in einer Verbuschung und Verwaldung der Landschaft und einem Verlust der Artenvielfalt. Als Lichtblick hebt er die Entwicklung einer starken kulturellen Identität in den vergangenen 20 Jahren hervor: „Die Leute sind wieder stolz, auf dem Land zu leben, sie fühlen sich nicht minderwertig gegenüber der Stadt, und sie sind auch bereit, Verantwortung für ihren Lebensraum zu übernehmen. Diese Aufwertung ist für mich der zentrale Schlüssel, um auch in Zukunft ein Landleben gestalten zu können - das ist wichtiger als alle finanzielle Förderung.“ dpa/nn

2015 - Im Dezember 2015 ging der neue Internetauftritt www.fraenki-schweiz.com online. Ein modernes Design, die Optimierung für mobile Endgeräte, eine benutzerfreundliche Navigation mit zentralem Suchfeld, ein neues Tourenportal und ein Online-Shop sind die zentralen Elemente dieses Auftritts. Im Zuge dessen wurde auch das Gastgeberverzeichnis für das Jahr 2016 im Design und Herstellungsprozess umfassend überarbeitet. Die Fülle an Informationen wird nun auf der Internetseite über die drei Hauptthemen Erleben, Schmecken und Wohlfühlen präsentiert und mit jeweiligen „Testimonials“ (positive agierende Testpersonen als vertrauenswürdiger Ankerpunkt für je eine Kategorie) geschmückt. Den Zuschlag bekam die Firma Venus aus Bogen in der Oberpfalz, die neben den obligatorischen Programmen für die Datenbank, fürs Internet und Buchungsportal und für den Shop auch „webtoprint“ anboten. Der Gedanke: die Daten fürs Internet auch für den Druck der Broschüren zu verwenden. Seither wird der Katalog nach diesem Verfahren hergestellt, obwohl der Titel eigentlich ein Widerspruch ist, denn fürs Internet gelten andere Richtlinien wie für den Druck. Den Zwischenschritt, die Schnittstelle, bietet die Agentur selber, die auf diese Weise weitere Produkte wie den Katalog generieren und zumindest die Druckvorstufe zusätzlich verkaufen will. Der wichtigste Vorteil für die Tourismuszentrale ist die Tatsache, dass acht Gemeinden mit dem gleichen System ihre Datenpflege selber machen können, so dass zum Schluss von den 450 Anzeigen im Katalog nur 150 von der Tourismuszentrale selber gepflegt werden müssen.

Nordbay. Nachrichten, 18.2.2015 - Liegt die Fränkische Schweiz in einem Dämmer Schlaf?

Beliebte Ausflugsregion im zweiten Jahr in Folge mit einem Minus — Frankens Touristiker wollen verstärkt ältere Menschen ansprechen. Von Martin Müller
Ein großes Helau gibt es derzeit bei Frankens Touristikern. So viele Gäste wie nie zuvor zog es 2014 in die Region. Ob Spessart, Altmühltal oder Nürnberger Land: Die Bilanz gibt Anlass zu einem seligen Lächeln. Doch ausgerechnet die Fränkische Schweiz schwächelt. Kränkelt das liebste Ausflugsziel der Großstädter?

NÜRNBERG - Als die Niederbayerin Sandra Schneider 2012 ihren Dienst als Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz antrat, tat sie dies mit einem Paukenschlag: „Wenn das Schaufele 5,50 Euro kostet, wie viel bleibt davon dem Wirt?“, fragte sie damals und sorgte für einen Sturm der Entrüstung. Eigentlich jedoch wollte sie eine Qualitätsdebatte anstoßen und darauf hinarbeiten, dass Gastronomen und Hoteliers investieren und nachhaltig wirtschaften können. Tatsächlich scheint das etwas angestaubte Image der Fränkischen Schweiz langsam zum Problem zu werden. Obwohl die Zahlen 2014 frankenweit um 1,9 Prozent anstiegen, gab es in der Fränkischen Schweiz 0,4 Prozent weniger Übernachtungen - und das nach einem Minus von 2,8 Prozent im Vorjahr.

Sandra Schneider ist trotzdem nicht bange: „Wir sind ganz anders aufgestellt als andere Regionen. Die Hälfte des Umsatzes kommt bei uns von den Tagesgästen.“ Außerdem würden in der Statistik nur Betriebe mit mindestens zehn Betten mitgezählt -in der Fränkischen Schweiz aber gibt es sehr viele kleinere Häuser. „Ein großes Haus würde uns aber natürlich guttun. Wir haben große Probleme, Bus-Reisegruppen mit über 50 Personen unterzubringen“, räumt Schneider ein. Die von ihr angestoßene Qualitätsdebatte hätte aber durchaus schon Erfolge gebracht. Das Interesse an Weiterbildungen für Gastronomen und Hoteliers hätte spürbar zugenommen. Innovativer Online-Auftritt - Einen weiteren Schub soll ab November ein neuer Online-Auftritt bringen, der mit einem innovativen Konzept zu einem Besuch in der Fränkischen Schweiz inspirieren soll. „Da wollen wir einen kleinen Vorstoß wagen“, kündigt Schneider an. „Die Mittelgebirgsregionen haben allgemein Probleme sich zu profilieren“, erklärt Olaf Seifert, Geschäftsführer des fränkischen Tourismusverbandes. Auch in Frankenwald und Fichtelgebirge ging es bergab mit den Übernachtungszahlen. Bergauf geht es dafür mit dem Städtetourismus, um 4,3 Prozent.

Dass Dinkelsbühl gleich 25,2 Prozent mehr Übernachtungsgäste begrüßen konnte, liegt vor allem am Metal-Festival Summer Breeze. „Die Gastronomen und Hoteliers haben aber auch in einen höheren Qualitätsbereich investiert“, betont Seifert. Anders als in Bad Windsheim, wo die Schließung des Resi-

denz-Hotels die Bilanz kräftig verhagelte (-5,2 %). Besserung ist allerdings in Sicht: Kommende Woche ist Spatenstich für das neue Vital Hotel an der Therme mit 85 Doppelzimmern. 23 bis 24 Millionen Übernachtungen werden bis zum Jahr 2020 angepeilt. Leicht wird das nicht. „Der Wettbewerb wird wesentlich härter. Gäste, die 30-mal an den gleichen Ort fahren, gibt es kaum noch. Wir müssen immer wieder neue Gäste ansprechen“, meint Seifert. Dazu zählen etwa ältere Menschen. Diese Gruppe wird gewaltig anwachsen - und spezielle Angebote brauchen. Seifert denkt da an bessere Beschilderungen, E-Bikes oder Wanderwege, die auch weniger Trainierten Spaß machen. Auch Genuss-Angebote rund um Frankenwein und Bier seien reizvoll. Die Marketingmaßnahmen sollten in den nächsten Jahren verstärkt und das Budget erhöht werden, wünscht sich Seifert, angesichts siebenmal höherer Etats in Österreich oder der Schweiz. Innenminister Joachim Herrmann, gleichzeitig Vorsitzender des Tourismusverbands Franken, mahnt allerdings an, dass man die vorhandenen Mittel durch eine stärkere Vernetzung mit der Bayerischen Schlösserverwaltung oder der Bayerischen Eisenbahngesellschaft effektiver einsetzen könnte.

Nordbay. Kurier, 9.11.2015 - Bier in indischen Gerichten - 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot: In der Region macht bei den Bierwochen nur indisches Restaurant mit. Von Klaus Altmann-Dangelat

LINDENHARDT/LEUPS. 500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot: Für das Jubiläum im kommenden Jahr laufen bereits die Vorbereitungen. Bemerkenswert: Bei den von der Tourismuszentrale Ebermannstadt (TZ) ausgerufenen Bierwochen macht im Frühjahr nur ein Lokal aus Pegnitz und dem südlichen Landkreis mit: Das indische Restaurant Maharani.

Die Tourismuszentrale wollte so etwas Ähnliches wie die Scharfen Wochen (zum Thema Meerrettich) auf die Beine stellen, so TZ-Sprecher Reinhard Löwisch. „Die Anfragen von Projektmanager Matthias Helldörfer wurden aber nur sehr zögerlich beantwortet.“ Wer bei den Bierwochen mitmacht, wird in dieser Zeit drei Gerichte, die mit Bier gekocht werden, auf die Speisekarte stellen. Darüber hinaus werden zwei lokale Biere im Angebot sein. Die Prospekte sind fertig, so Löwisch, sie werden bald ausgeliefert. Darauf sind nun 19 Wirtschaften zu finden, die meisten aus den Kreisen Bamberg und Forchheim. So machen aus Gößweinstein drei Häuser mit: Die „Krone“, der Stempferhof und das Tagungshotel Behringsers. Löwisch weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass viele Institutionen wie der Brauerverband oder die Handwerkskammer sich auf das kommende Jahr vorbereiten.

„Dadurch werden die 70 Brauereibesitzer in der Fränkischen Schweiz mit vielen Anfragen konfrontiert. Die meist kleinen Brauereien können sich nicht in dem

Maße engagieren, wie manche vielleicht glauben.“ Diese Einschätzung bestätigt eine Umfrage bei einigen Brauereien des Pegnitzer Umlandes. Stefan Wolfring, Braumeister der Leupser Gaststätte Gradl, winkt ab. „Ich habe mit der Produktion unseres traditionellen Angebots schon genug zu tun, da kann ich mich nicht noch mit einer besonders Sorte befassen.“ Uwe Kürzdörfer von der gleichnamigen Lindenhardter Brauerei äußert sich ähnlich wie Wolfring. „Wir hatten am Samstagabend Bockbieranstich, da war der Laden voll.“ Wegen des Reinheitsgebotes wird er nicht extra brauen lassen - auch deshalb, weil die Brauerei selbst im kommenden Jahr feiern kann: Die Gründung im Jahr 1866 - also vor 150 Jahren. Aus diesem Anlass wird es das ganze Jahr über ein Jubiläumsbier geben. Das Brauereifest findet im August statt. Georg Schroll aus Nankendorf: „Bei mir verhält es sich ähnlich wie in Leups, ich habe viel Arbeit und habe mir über das Reinheitsgebot noch nicht viele Gedanken gemacht.“

Er kann sich aber schon vorstellen, dass er (wie für das Waischenfelder Stadtjubiläum) einen besonderen Sud ansetzt. Auch er bekommt viele Anfragen: „Unter anderem haben sich bei mir schon der Spiegel und eine andere große, überregionale Zeitung gemeldet.“ Schroll wird auch am 16. November zur Hauptversammlung des Vereins Bierland Oberfranken nach Bayreuth (auf dem Herzogkeller) fahren, um sich anzuhören, was dort gesprochen wird. Bierland Oberfranken und Oberfranken Offensiv weisen immer wieder darauf hin, dass der Bezirk das Land der Brauereien sei - man zählt hier über 200 Brauereien. Nirgendwo sei die Dichte so hoch wie in Oberfranken. Mehr als tausend verschiedene Biere werden in Oberfranken gebraut. Für das Jubiläum des Bayerischen Reinheitsgebotes will man Oberfranken-Kronkorken präsentieren. Schroll winkt aber im Vornherein ab: „Auf unser Bier kommen unsere Kronkorken.“ Theo Bruckmayer, Gastronom in Pottenstein, braut zwar selbst kein Bier, ist durch seine Gastwirtschaft Urbräu und seine Brauereiführungen weithin bekannt. Er zeigt sich, gelinde gesagt, mehr als verwundert über eine andere Aktion von Oberfranken offensiv. Der vor einigen Jahren eingeführte Schriftzug wurde den Gasthäusern als Bierfilzl zur Verfügung gestellt. „So ein Bierfilzl sollte groß genug sein, um die Zahl der getrunkenen Biere zu notieren. Das, ist aber bei diesem Untersetzer nicht der Fall, da passt nicht einmal ein Bierkrug ganz drauf.“ Der Bayerische Brauerbund und die privaten Brauereien Bayern machen zum Jubiläum ein ganz großes Fass auf: In München zeigen vom 22. bis 24. Juli 2016 rund 100 bayerische Brauereien, was wahre Braukunst bedeutet und traditionelles Brauhandwerk bewirkt. Rund um die Feldherrenhalle dreht sich bei dem Fest alles um traditionelle, aber auch neu interpretierte Bierspezialitäten, alle gebraut nach der Maßgabe des Bayerischen Reinheitsgebotes.

Bier in der Dampfbahn - Ganz so groß wie in München wird in Franken nichtgefeiert, es stehen aber schon einige interessante Termine fest: Die Ortschaft Kleingesee (Gemeinde Gößweinstein) wird im Frühjahr einen „bierig geschmückten Osterbrunnen“ präsentieren. Ab 26. März wird im Creußener Krügemuseum eine Ausstellung über das Brauwesen in Creußen zu sehen sein. Am 29. Mai und 21. August wird auf der Strecke von Ebermannstadt bis Behringersmühle (und zurück) eine „rollende Bierverkostung in der Dampfbahn“ präsentiert.

Nordbay. Nachrichten, 12. Dezember 2015 - Mit einem Klick in die Fränkische - Tourismusregion präsentiert ihren neuen Internet-Auftritt. Von Birgit Herrleben - Erleben, schmecken, wohlfühlen: Über Emotionen wird der Gast künftig auf der völlig überarbeiteten Internet-Seite der Tourismusregion Fränkische Schweiz angesprochen.

FORCHHEIM - Burg Gößweinstein im Schnee, das Lichtermeer der Ewigen Anbetung in Pottenstein, die Therme Obersees und Burg Zwernitz: Begibt sich der Benutzer künftig auf die Internet-Seiten der Tourismusregion Fränkische Schweiz (www.fraenkische-schweiz.com), dann startet er auch eine sogenannte „Customer Journey“, eine Reise auf der Suche danach, wo er die schönsten Tage des Jahres verbringen will, erzählt Sandra Schneider, Chefin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz. Mit einem zentralen Suchfeld, ähnlich der Google-Suche, sind die potenziellen Gäste dann nur noch wenige Klicks von den drei Kategorien Erleben, Schmecken, Wohlfühlen entfernt.

GPS-Track aufs Handy - Wandervorschläge, Radtouren oder Ausflugstipps gibt es zum Beispiel mit Höhenprofil, Länge, Wanderdauer und genauer Streckenkarte. Gäste können ihre Tour online selbst zusammenstellen, als GPS-Track aufs Smartphone laden oder als PDF-Datei ausdrucken. Broschüren und Prospekte können bestellt werden, der Online-Shop hat Souvenirs im Angebot.

„Wir haben kernsaniert“, fasst Sandra Schneider den neuen Online-Auftritt zusammen. „Das Thema mobile Endgeräte ist in aller Munde, wir müssen uns diesem neuen Nutzerverhalten auch anpassen“, konstatiert sie. Eine interaktive Karte listet etwa Gastronomiebetriebe, Unterkünfte und Sehenswürdigkeiten auf. Mit Hilfe einer Umkreissuche können sich Gäste so vor Ort oder auch von zu Hause aus, alle interessanten Ziele ihres Urlaubs- und Ausflugsorts anzeigen lassen.

Stolz ist Schneider auf die bayernweit einmalige „White-Label-Lösung“. Damit bietet die Tourismuszentrale quasi eine Kopie der „Mutterseite“ an. Alle angeschlossenen Partner können alle Inhalte einer zentralen Datenbank wie etwa das Touren- und Buchungsportal nutzen. Die „Fränkische Toskana“ (rund um

Memmelsdorf, Litzendorf, Strullendorf) profitiert bereits davon, ab dem nächsten Jahr werden Forchheim, Ebermannstadt, Gößweinstein und Wiesenttal folgen. Ab Mitte nächsten Jahres soll auch das neue Online-Buchungssystem an den Start gehen, über das Urlauber ihr Hotel- und Pensionszimmer einfach und bequem von daheim aus, buchen können.

2016 - Schwerpunktmäßig galt es im Jubiläumsjahr „500 Jahre bayerisches Reinheitsgebot“, das neue Tourismuskonzept in Ausführung zu bringen und die Einführung der zentralen Online-Buchbarkeit anzustoßen. Zum Thema Reinheitsgebot wurden die „Bierwochen“ ins Leben gerufen. Diese sollen zukünftig jedes Jahr von Aschermittwoch bis zum Tag des Bieres am 23. April stattfinden. In dieser Zeit bieten teilnehmende Gaststätten jeweils drei Gerichte an, die mit Bier gekocht werden. Dazu werden zwei regionale Biersorten angeboten. Eine neue 3-Tageswandertour von Brauerei zu Brauerei wurde Ende April eingeweiht, welche als Wanderpauschale mit Gepäcktransport in 2016 und im laufenden Jahr 2017 bei der TZ bereits von 250 Personen als Pauschale gewandert wurde. Auf 57 Kilometern können in drei Tagen u.a. in Aufseß, Waischenfeld, Hollfeld und Heiligenstadt bis zu sechs Brauereien besucht werden. Die Nachfrage nach Brauereiwegen war so groß, dass man in der Tourismuszentrale sich entschloss, einen eigenen Brauereienweg zusammenzustellen. Ab April 2016 wurde das Ziel Onlinebuchbarkeit von möglichst vielen Unterküften der Region mit einem kompetenten Buchungs- und Vertriebspartner vorangetrieben. Mit diesem sind die Gastgeber nicht nur auf den Internetseiten der Tourismuszentrale und der teilnehmenden Orte buchbar, sondern auf über 20 weiteren renommierten Onlineplattformen. Mit Informationsveranstaltungen, Einzelberatungen und der Bereitstellung eines zentralen Ansprechpartners (Christina Hagen in einer Halbtagesstelle) in der Tourismuszentrale wurde so das nötige Vertrauen geschaffen und bis zum Juni 2017 60 Betriebe über die eigene Plattform buchbar gemacht. In verschiedenen Workshops wurde am neuen Tourismuskonzept für die Region gearbeitet. Darin ging es nicht nur um die zukünftigen Schwerpunktthemen der Vermarktung, sondern auch um die Zusammenarbeit der zahlreichen Partner in der Fränkischen Schweiz und die neue Ausrichtung der Tourismuszentrale. Erstmals wurde im Web-to-Printverfahren aus dem Tourenportal des neuen Internetauftritts im Juni 2016 ein Tageswandertourenheft mit 15 Routen generiert. Die Vorbereitungen für ein neues Leitbild wurden getroffen und in den Vorstandssitzungen diskutiert, in welche Richtung die Tourismuszentrale künftig schwerpunktmäßig tendieren soll. Die Landesgartenschau in Bayreuth wurde am Stand der Kreisobstvereine

mit Prospekten und Aktionen, auch mit Standdienst an Wochenenden sehr erfolgreich, was den Prospektverbrauch anging, bedient.

Nordbay. Nachrichten, 30.4.2016 - Schneider bastelt an einer Revolution

- Fränkische Schweiz: Info-Zentren mit Wochenendservice statt bisheriger Verkehrsbüros. Von Stefan Braun

HEILIGENSTADT - Ein Vortrag von Sandra Schneider, Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, zum Thema „Wirtschaftsfaktor Tourismus Fränkische Schweiz“ war der einzige Tagesordnungspunkt in öffentlicher Sitzung des Gemeinderates. Doch der hatte es in sich. Dringlicher war der Inhalt der nichtöffentlichen Sitzung, denn da sollten die endgültigen Weichen zum anstehenden Breitbandausbau gestellt werden. Bürgermeister Helmut Krämers Vorschlag, aus zeitlichen Gründen in der öffentlichen Sitzung zwei Tagesordnungspunkte zu Bebauungsplänen zu streichen, um für das Hauptthema in nicht öffentlicher Sitzung ausreichend Zeit zu haben, wurde einstimmig angenommen. Sandra Schneider referierte über die Visionen für eine vielversprechende Zukunft. Ein neu entwickeltes Konzept mit nicht unerheblichen Änderungen sorgte in Heiligenstadt für rege Diskussionen. Nachdem Krämer betont hatte, dass die Anzahl der Gästeankünfte in Heiligenstadt über dem Durchschnitt in der Fränkischen Schweiz liegt, hob Schneider mit Fakten den Tourismus als einen entscheidenden Wirtschaftsfaktor der Region hervor. Mit den Kernaussparungen „Themenmarketing“, „Qualitätsförderung“ und „Neukundengewinnung“ trägt die Tourismuszentrale ihr Teil hierzu bei. Es gelte, Hauptthemen wie Aktiv-Urlaub, Familie und Naturerlebnis, Brauchtum und Kultur sowie kulinarische Genüsse den Hauptzielgruppen schmackhaft zu machen. Schneider hob speziell die Tagesausflügler hervor, die mit knapp der Hälfte zum Umsatz im Tourismusbereich (2014: 256 Millionen Euro) beitragen. Aber auch die Entwicklung bei den Übernachtungen gibt Anlass zur Freude: Die gewerblichen Übernachtungen (in Betrieben mit zehn und mehr Betten) kratzen an der Millionengrenze (von unten). Dies schlägt sich auch bei den Beschäftigungszahlen nieder: 4320 Kräfte arbeiten in der Fränkischen Schweiz in Vollzeit in der Tourismusbranche. Ausführlich ging Schneider auf Heiligenstadt ein. Knapp 59 000 Übernachtungen in gewerblichen Betrieben brachten einen Umsatz in Höhe von sechs Millionen Euro. Als „Leuchttürme“ hob die Leiterin der Tourismuszentrale neben Schloss Greifenstein und dem Heiligenstädter See die beiden mit Sternen ausgezeichneten Übernachtungsbetriebe Sponsel-Regus und Heiligenstädter Hof hervor. Die Ankündigung der überarbeiteten Homepage www.fraenkische-schweiz.com mit der Möglichkeit der Online-Buchung und einer „White-Label-Lösung“, mit der verknüpfte Seiten automatisch aktuali-

siert werden, sowie eine neue Broschüre „Wandern ohne Gepäck“ sorgten im Gemeinderat nur für verhaltenes Interesse.

Dies änderte sich schlagartig bei der nächsten Ankündigung Schneiders: Mit Hilfe eines Beratungsunternehmens wird derzeit eine neue Tourismusstrategie erarbeitet. Ziel sei es, die bestehenden Verkehrsbüros durch fünf bis sechs Info-Zentren und zehn bis 20 Info-Points zu ersetzen. Die Info-Zentren sollen mit qualifiziertem Personal besetzt werden, die Info-Points bleiben unbesetzt. Der Gast erhält dort lediglich Infomaterial. Ziel der neuen Ausrichtung ist es nach den Worten Schneiders zum einen, die Qualität gegenüber den Gästen zu steigern und, damit verbunden, den Tourismus als Wirtschaftsfaktor zu stärken. Anders als bisher die Verkehrsbüros sollen die Info-Zentren auch am Wochenende besetzt und damit auch leistungsfähiger sein. Derzeit werden noch die für die Standortfrage notwendigen Kriterien wie etwa Parkplätze ausgearbeitet.

Die Frage von Monika Gräfin Stauffenberg nach Fläche und Standort konnte Schneider noch nicht beantwortet. Eine Absage hat sie der Forderung aus dem Gremium nach mindestens einem Info-Zentrum im Landkreis Bamberg erteilt. Grund: „Die Fränkische Schweiz ist eine natürliche, landkreisübergreifende Einheit. Hier zählen andere Kriterien.“ Geschäftsleiter Rüdiger Schmidt stellte die Frage, ob es denn als Gemeinde Sinn mache, sich bereits jetzt als Standort für ein Info-Zentrum zu bewerben. Dass dies noch nicht der Fall sei, begründete Schneider damit, dass das Konzept derzeit noch erstellt wird. Nach einem gewissen Vorlauf soll es aber einen Workshop zu den Info-Zentren geben.

Ob alles so kommt, ist noch offen, erklärte Schneider weiter, denn wenn die Ortschaften nicht mitziehen, habe das alles keinen Wert. Im Falle der Realisierung hatte sie gleich ein positives Beispiel parat: Die Region „Pfälzer Wald“ sei diesen Weg gegangen und habe Erfolg damit. Sehr kritisch äußerte sich Dritter Bürgermeister Johannes Harrer zu anderen Vermarktungsstrategien der Tourismuszentrale. Mit Blick auf die neue Broschüre „Wandern ohne Gepäck“ kritisierte der Inhaber des Heiligenstädter Hofes, dass sich dies ebenso wie Radfahren ohne Gepäck für die Gastronomen nicht lohne. Die Kosten, „etwa wenn ich einem Radfahrer das Gepäck nach Muggendorf hinterherfahren soll“, stünden in keinem Verhältnis zum Ertrag. Auch das Geschäft mit dem E-Bike-Verleih habe sich nicht gelohnt, erklärte Harrer weiter: „Wir müssen vielmehr auf Qualität setzen, denn die Ansprüche der Gäste steigen.“

Das überarbeitete und in Teilen neue Tourismuskonzept wird angekündigt und soll Schwung in die Onlinebuchung bringen:

Nordbay. Nachrichten, 21.10.2016 - Fränkische Schweiz braucht Genusserlebnisse

Neues Tourismuskonzept kommt im Frühjahr 2017 — „Ohne Online-Buchungen ist die Region abgehängt“, Von Birgit Herrnleben

Brennereien, Brauereien, Burgen und Postkarten-Natur: Die Fränkische Schweiz ist beliebt. Doch wie kann mit den Pfunden noch mehr gewuchert werden? Dafür soll es künftig ein Tourismuskonzept geben. Sandra Schneider, Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, hat die Räte des Ausschusses für Kultur, Bildung und Soziales über die aktuellen Entwicklungen informiert.

FORCHHEIM - Die Übernachtungszahlen sprechen für sich: „Der Trend geht zum Deutschland-Tourismus“, erläutert Sandra Schneider in der aktuellen Kreistags-Sitzung. Von Januar bis August 2016 kann die Tourismusregion Fränkische Schweiz ein Plus von sieben Prozent an „gewerblichen Übernachtungen“ verzeichnen, etwa 700 000 Gäste betteten ihr Haupt in Unterküften, die mehr als zehn Betten anbieten, bis zum Ende des Jahres rechnet man mit 950 000 Gästen. Doch der Gast will nicht nur übernachten, sondern auch was erleben: „Die Fränkische Schweiz braucht Genusserlebnisse“, so Schneiders Credo. Die Bierwochen (immer ab Aschermittwoch), ein bieriger Osterbrunnen in Kleingesee, eine rollende Bierverkostung in der Dampfbahn mit einem Biersommelier waren die Zugpferde im ersten Halbjahr. Besonders gut gebucht: Die dreitägige Brauereiwandertour zwischen Aufseß, Wonsees und Sanspareil, bei der die Touristen ohne Gepäck unterwegs sind. Der Koffer oder Rucksack wird dabei als Service der Tourismuszentrale von Station zu Station nachgeschickt.

Das Zauberwort in der Tourismusbranche, das heißt ganz klar „Online“: Seit dem Jahr 2015 präsentiert sich die Tourismusregion mit einer neuen Internetseite (wir berichteten), mit Radfahr- und Wander-Tipps, Kultur und Brauchtum, es gibt einen Online-Shop für Broschüren, Wanderkarten und Souvenirs. Dort können dann Flaschenöffner, limitierte Seidlas-Krüge, Brotzeitboxen und Wanderrucksäcke mit einem Mausklick bestellt werden. Doch was nützt die schönste Gegend, wenn ein potenzieller Deutschland-Tourist dort online kein Quartier findet? „Da müssen wir ehrlich sein, das ist unsere ganz große Not“, klagt Schneider. In Zahlen ausgedrückt: Von den insgesamt etwa 1000 Vermietern (Hotels, Pensionen, Gasthäuser und Ferienwohnungen) sind 350 im Gastgeberverzeichnis verzeichnet. Gerade mal 35 davon sind zurzeit online buchbar. Seit April gebe es ein neues Buchungssystem, erklärt Schneider, einmal als Hotel dort eingepflegt, ist die Unterkunft dann auf 20 Hotelportalen, wie fewo-direkt, booking.com etc. buchbar. Eine Halbtagskraft habe man extra eingestellt, die die Hoteliers quasi an die Computer-Maus nimmt, die Überzeugungsarbeit leistet und Hemmschwellen überwinden will. Infoveranstaltungen zur Online-

buchbarkeit biete man überdies an. Doch, „der Gastgeber hat große Ängste vor dem unbekanntem Gast, der über die Internet-Buchung kommt“, so Schneider. Viele argumentieren, so die Tourismus-Chefin, sie hätten ja nicht mal E-Mail und brauchten „dieses Internet“ deswegen auch nicht. Dass das Internet kein Hexenwerk sei, sondern heutzutage Standard, das müsse man vermitteln. Von den 35 Online-Anbietern auf insgesamt 50 zu kommen, das ist Schneiders Fernziel für dieses Jahr. „Das ist ein langer Beratungsprozess, dabei werden wir auch nicht alle überzeugen“, sagt sie. Doch: „Ohne gute Online-Buchbarkeit ist die Region in wenigen Jahren abgehängt“, prophezeit die Tourismuschefin, „wir müssen den Ernst der Lage erkennen.“ Dass das Thema online „deutlich forciert“ werden müsse, das sieht auch Ulrich Schür (Junge Bürger) so, der dafür plädiert, „die außergewöhnliche Naturlandschaft der Fränkischen Schweiz“, in das Konzept mit einfließen zu lassen. Schwächen beseitigen - „So ein Konzept macht doch nur Sinn, wenn man auch die Schwächen beseitigt“, ist sich Eduard Nöth (CSU) sicher.

„Wo sind denn die Schwächen, wo hakt's denn am allermeisten?“, will er von der Tourismus-Chefin wissen. Da hat Schneider eine ganz lange To-Do-Liste parat, die es abzarbeiten gibt: Der Investitionsstau, der Fachkräftemangel, vor allem die Nachfolge-Problematik stehen für Schneider ganz oben. „Wenn zu viele keinen Nachfolger haben und wegbrechen, dann haben wir als Region ein Problem.“ Auch in der Gastronomie gebe es Verbesserungsbedarf. Viele Gaststätten hätten unter der Woche gar nicht geöffnet. Außerdem: „Wir brauchen qualitativ gute Hotels“, so Schneider und legt nach: „In punkto Wellnesshotels haben wir Nachholbedarf“. Das Tourismuskonzept will sich dabei vor allem drei Fragen widmen, so Schneider: Wie sieht unsere künftige Arbeitsstruktur aus? Wie ist unser Organisationskonzept? Was wollen wir künftig vermarkten? Den Zuschlag für die Ausarbeitung des Konzepts fiel auf die CIMA-Beratung und Management GmbH mit Sitz in Forchheim, die beim Tourismuskonzept mit „Plan B Tourismus“ aus Berlin kooperiert. Der Vorteil liege dabei klar auf der Hand, so Schneider: Während die CIMA in Forchheim ansässig ist, bietet Plan B den Blick von außen. Expertengespräche, Strategieworkshops und Befragen laufen seit August, mit einer Fertigstellung sei im Frühjahr 2017 zu rechnen, so Schneider. Vorgestellt wird das Tourismuskonzept dann auf dem ersten Tourismustag der Fränkischen Schweiz im März/April 2017.

2017 – Tourismuskonzept. Im Sommer konnte das neue Konzept mit insgesamt 61 Einzelmaßnahmen fertig gestellt werden. Es beschäftigt sich nicht

nur mit dem zukünftigen Marketing der Fränkischen Schweiz, sondern auch mit der Struktur der Tourismusarbeit in der Region und dem Rollenverständnis der einzelnen Akteure sowie den zukünftigen Aufgabenfeldern der Tourismuszentrale aufbauend auf die zwei vorher genannten Bereiche. Neun Leitprojekte haben besondere Bedeutung, so u.a. die Schaffung regionaler Besucherinfozentren, die digitale Gästeinformation und die Bildung einer Unternehmergemeinschaft. Letztere soll den Einfluss der Unternehmer auf die strategische Ausrichtung der Region stärken und die Umsetzung von innovativen Ideen fördern. Im Mai 2017 fand der erste Tourismustag in der Fränkischen Schweiz mit 150 Teilnehmern aus allen Bereichen der Tourismuszene statt. Dabei wurden die Zwischenergebnisse des Tourismuskonzeptes vorgestellt, Jürgen Krenzer vom Rhönerlebnis hielt den Motivationsvortrag „Rock die Fränkische!“, regionale Anbieter stellten zu touristischen Angeboten aus und der Bayerische Staatsminister der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat, Markus Söder, hielt einen Vortrag. Wichtig war den ganzen Tag auch das „Netzwerken“ untereinander zur Kooperationsbildung.

Umstrukturierung Tourismuszentrale: Im Zuge der neuen Aufgabenstellung aus dem Tourismuskonzept, hat die Tourismuszentrale neben den bereits bestehenden Säulen Marketing & Kommunikation sowie Service & Qualität, als dritte Säule Kooperation, Innovation & Produktentwicklung installiert. Diese soll mit geeigneten Maßnahmen und Instrumenten den Netzwerkgedanken, die Innovationsfreudigkeit und die Produktentwicklung in der Region forcieren. Die Basis aller drei Säulen bildet die konsequente Marktforschung. Als Unterstützung der strategischen Entwicklung dienen die bereits angesprochenen Maßnahmen und Leitprojekte aus dem neuen Konzept. Die Forchheimer Firma CIMA und die Agentur „Tourismus Plan B“ aus Berlin haben das bestehende Tourismuskonzept für die Fränkische Schweiz aktualisiert und den derzeit herrschenden Gegebenheiten angepasst. Ausgangssituation: Die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz stellt derzeit die Tourismus-Marketing-Organisation der Region dar, welche Leistungen, die in der Region angeboten werden, bündelt und nach außen vermarktet. Sie vertritt somit die touristischen Interessen des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, dem die Landkreise Bamberg, Bayreuth, Forchheim und Kulmbach anteilmäßig angehören. Zu den zentralen derzeitigen Aufgaben der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz zählen: Themenmarketing z.B.: Wandern, E-Biken, Biergenuss, kulinarische Wochen, Familienurlaub, Radfahren, Qualitätsförderung z.B.: Weiterbildung, Klassifizierung, Beratung, Neukundengewinnung z.B. Anzeigen, Messen, Presseberichte, Fernsehberichte, Internet, Facebook. Die Gutachter empfehlen für die Tourismuszentrale Frän-

kische Schweiz zukünftig, das derzeit sehr dominante Thema Marketing nur noch als Teilbereich zu definieren und drei Teilbereiche mit spezifischen Verantwortlichkeiten aufzubauen. Teilbereich 1 Kooperation + Innovation + Produktentwicklung; Teilbereich 2 Marketing + Kommunikation und Teilbereich 3 Service + Qualität. Die Lokalpresse schreibt über den erstmals veranstalteten Tourismustag:

Nordbay. Nachrichten, 14.5.2017 - „Rock die Fränkische“: Großer Anklang beim Tourismustag

Neues Konzept wurde in Obertrubach vorgestellt — Spezialisierung und Aufgabenteilung von zentraler Bedeutung — 150 Teilnehmer. Von Franz Galster Außerordentlich großen Anklang fand der 1. Tourismustag der Fränkischen Schweiz (am 12.5.2017). Die 150 Plätze im Saal des Bildungshauses von Obertrubach waren schnell vergriffen. Eingeladen hatte Sandra Schneider, Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz (TZ). Es galt, das neue Tourismuskonzept der TZ vorzustellen. Roland Wölfel, Geschäftsführer der CIMA Beratung und Management aus Forchheim, hatte den Auftrag, dieses Konzept zu präsentieren. Bei der Erstellung wirkte daneben die Firma Tourismus Plan B aus Berlin mit.

OBERTRUBACH - Der Landrat von Forchheim und Vorsitzender des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, Hermann Ulm, begrüßte die Gäste von touristischen Leistungsträgern, Verbänden, der Wirtschaft aus Kommunen, den vier an der Region beteiligten Landkreisen Forchheim, Bayreuth, Kulmbach und Bamberg, sowie der Politik.

Für die Kommunen war es stellvertretend der örtliche Bürgermeister Markus Grüner, in Vertretung der Regierung von Oberfranken war die Regierungspräsidentin Doris Herold anwesend, sowie seitens des Landtages MdL Michael Hofmann. Die Mitarbeiter der TZ standen den ganzen Tag für Fragen wie Onlinebuchbarkeit, Klassifizierung, Internet oder Marketing Rede und Antwort. In drei größeren Schritten erklärten Sandra Schneider und Roland Wölfel das Konzept. „Das Potenzial des Tourismus und seiner Leistung in der Region sich bewusst machen“, nennt Schneider ein Ziel der Tagung. Im Tourismuskonzept werden Stärken und Schwächen in der Region definiert, sowie die Zielsetzung. Unweigerlich gehört dazu das Thema Gastronomie. Vier Vier-Sterne-Häuser bei Hotels seien zu wenig, dazu 25 Prozent Gasthäuser mit Dehoga-Klassifizierung. 20 Prozent oder 130 Ferienwohnung mit Zertifizierung geben auch noch Luft nach oben. „Rock die Fränkische“ hieß der Impulsvortrag von Jürgen Krenzer. Er besaß die Gabe, mit vielen möglichen und scheinbar unmöglichen Ideen die Zuhörer nicht nur gut zu unterhalten. Als begnadeter Redner verstand

er mit Humor und Witz zu stimulieren. Auslachen, Anmachen, Abkupfern lautete seine 3A-These. „Wirst du mit einer Idee ausgelacht, liegst du richtig“, machte er Mut zu neuen Ideen und nannte dabei Beispiele aus seiner Praxis in der Rhön. Dann komme die Eifersucht, dann das Abkupfern durch andere. Es waren Tipps und Tricks zur Inszenierung authentischer Ideen dabei, mit einem starken Profil mit lokalen Ideen. Roland Wölfel als Berater der TZ setzte sich in seinem Vortrag intensiv mit den Themen der besseren Organisation und Kooperation auseinander. Dazu sieht er auch die Notwendigkeit der Spezialisierung und Aufgabenteilung in der Region vom Naturpark Fränkische Schweiz, den fränkischen Vereinen und der Tourismuszentrale und regionalen Organisationen. Sein umfangreicher Vortrag hätte noch viel mehr Zeit verdient. Er streifte Aktivitäten wie Organisation und Zusammenarbeit privater und öffentlicher Akteure bei der Umsetzung von Projekten durch Akquirieren und Fördermittel für die touristische Entwicklung wie Kulturerlebnis Fränkische Schweiz, Bikerschaukel, Kletterzentrum oder Kulturweg. Er regte die Erweiterung des Gebietsausschusses durch Vertreter der Unternehmergemeinschaft an.

Regionsübergreifend regte er einen Innovationsfond Tourismus an. Flächendeckendes Info-Netz - Breiten Raum nahm das Thema Besucherinformation ein. Kernziele bilden dabei einheitliche Servicestandards, ein flächendeckendes Info-Netz oder auch Besucherinfozentren zu den Themen Klettern, Natur und Burgen. Wie angekündigt, war Markus Söder, Staatsminister der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat um die Mittagszeit eingetroffen. MdL Michael Hofmann, der den Besuch arrangiert hatte, begrüßte ihn zusammen mit Bürgermeister Grüner und Landrat Hermann Ulm. Natürlich gehörte im Saal zunächst ein Test fränkischer Bierqualität sowie Hochprozentigem dazu. Er verstand es, Balsam für die oft sensible fränkische Seele zu verabreichen, man war ja unter sich. Als Nürnberger bewies Söder seine umfangreiche Detailkenntnis der Fränkischen Schweiz. Damit befand er sich übergangslos im Thema Tourismus und lokale Prioritäten.

Alle Mitgliedsorte waren unter den 150 Teilnehmern vertreten. Unter ihnen Touristiker, Gastronomen, Besitzer von Ferienwohnungen und Freizeiteinrichtungen. „Das Netzwerk vorantreiben, Kontakte pflegen, Partner gewinnen, sich mitgenommen fühlen“, nennt Schneider zum Abschluss wesentliche Ziele der Veranstaltung. Es gelte, das Bewusstsein zu schärfen und die Zusammenarbeit auf allen Ebenen zu verbessern. „Alle waren begeistert, es hat sich gelohnt“, resümierte Sandra Schneider zufrieden. Dazu erwies sich das Bildungshaus in reizvoller Umgebung als hervorragender Ausrichter.

Nordbay. Nachrichten, 19.7.2017 - Mit „Genuss 360 Grad“ in die Zukunft

- Sandra Schneider präsentierte das neue Tourismus-Konzept — Viel Luft nach oben. Von Birgit Herrnleben

Zwar ist das neue Tourismuskonzept noch nicht ganz fertiggestellt, doch hat Sandra Schneider, Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz im Vorfeld die Soll- und Haben-Seite des Fränkische-Schweiz-Tourismus vor den Räten des Kreis Ausschusses für Kultur, Bildung und Soziales beleuchtet. Das Fazit: Es ist noch jede Menge Luft nach oben.

HUNDSHAUPTEN - Die magische Millionen-Marke ist geknackt: Genau 1 Million und 22 950 Übernachtungen konnte im vergangenen Jahr die Tourismusregion Fränkische Schweiz verbuchen. „Ein Plus von 7,5 Prozent“, freute sich Sandra Schneider. Mit 256 Millionen Euro Umsatz ist der Tourismus eine starke Wirtschaftskraft. Der Durchschnittstourist blieb dabei rund 2,3 Tage in der Fränkischen Schweiz. Mit einer außergewöhnlichen Naturlandschaft, mit regionalen Produkten und einer guten Anbindung ans Städtedreieck Nürnberg, Bamberg und Bayreuth könne die Region durchaus punkten, so Schneider. Stärken seien die Schlagworte „Klettern, Bier und Brauereien“. Bei den Schwächen nimmt Schneider kein Blatt vor den Mund: Zu wenig „qualitativ hochwertige Beherbergungsbetriebe“ gebe es in der Fränkischen Schweiz, ein „Leuchtturm-Betrieb“ fehle. „Mangel an Innovationsfreudigkeit in der Gastronomie“ habe man ausgemacht und ein „fehlendes Bewusstsein der Bedeutung der Region.“ Außerdem gebe es so gut wie keine „thematische Ausrichtung der Beherbergungsbetriebe“: Einzig positives Beispiel: Das Brennerei-Hotel Sponsel in Kirchehrenbach. Auch beim Fränkische-Schweiz-Tourismus heißt das Zauberwort ganz klar „Online“. Denn was nützt die schönste Gegend, wenn kein potenzieller Tourist online dorthin findet? „Bei der Online-Buchbarkeit sind wir noch immer dabei, die Schwellenangst zu nehmen“, das hatte Schneider schon im Oktober vergangenen Jahres beklagt (wir berichteten) und das gilt auch jetzt, ein dreiviertel Jahr später. Eine Halbtageskraft nehme die Hoteliers an die Hand und an die Computermaus, es gebe Informationsveranstaltungen zur Onlinebuchbarkeit, um die Furcht vor dem unbekanntem Gast zu nehmen. Außerdem ganz klar für Schneider erkennbar: „Schwächen in der gästeorientierten Service-Infrastruktur“. Gerade bei den Öffnungszeiten der Tourist-Informationen sei noch „Luft nach oben“. Besucher-Infozentren, die „einen besseren Service umfassen und auch am Wochenende geöffnet haben“, schlägt Schneider deswegen an den Ein- und Ausfalltoren der Fränkischen Schweiz und Punkten mit hoher Besucherfrequenz vor. Flankierend dazu sollte es auch „Info-Points“ geben, die ohne Personal auskommen und mit Touch-Screens die Besucher an-

leiten könnten, dort freies WLAN bieten und Prospekte und Broschüren zum Mitnehmen bereithalten. Als Mountainbike-Region könnte man auftreten („wir sind prädestiniert dafür“). Mit Themen wie Kulinarik und Braukultur könnte man sich noch viel mehr profilieren. „Genuss 360 Grad“ heißt deswegen der Slogan, den Schneider ausgibt, mit ganzjährig geöffneten Gastronomie-Einrichtungen als Fern-Ziel. „Rock die Fränkische“, der gleichnamige Impulsvortrag des Tourismustages in Obertrubach im Mai müsse, so Schneider, ausstrahlen auf die Betriebe: „Wenn du eine Idee hast, dann bleib dabei und zieh‘ sie auch durch.“

2018 - Ein großer Erfolg für die Fränkische Schweiz war die Bewerbung für die Aktion „100 Genussorte in Bayern“. Neun Mitgliedsorte konnten sich bei der Jury durchsetzen: Neudrossenfeld mit der Bierkultur (Landkreis Kulmbach), Aufseß mit der Bierkultur, Kulinarik und Kultur und Pegnitz mit Bierkultur, Brot und Bratwurstgipfel (beide Landkreis Bayreuth), Forchheim mit dem Kellerwald, der Spezialität Urrädla und der Biertradition, Gößweinstein mit Kulinarisches rund um die Wallfahrt, Pretzfeld mit dem Thema Kirschanbau, Rund ums Walberla mit seinem Brennereiwesen, dem Obstanbau und der Kulinarik (alle Landkreis Forchheim), der 13-Brauereien Weg (Memmelsdorf, Litzendorf, Strullendorf - Landkreis Bamberg), Baiersdorf mit dem Meerrettich (Landkreis Erlangen-Höchstadt). Im Rahmen des Leader Projektes Qualitätswanderregion Fränkische Schweiz konnten über 40 neue Wanderführer ausgebildet und zertifiziert werden. Für 2019 werden von der Tourismuszentrale noch vertiefende Schulungen zur Brauerei- und Brennereikultur angeboten, die allen touristischen Anbietern in der Region angeboten werden.

Nordbay. Nachrichten, 4.8.2018 - Die Fränkische hat den Gipfel noch nicht erreicht - Tourismus-Chefin Sandra Schneider schießt nach der Preisdebatte auf Ganzjahresangebote und ausländische Gäste. Von Michael Husarek
Die Fränkische Schweiz ist ein touristisches Schwergewicht in Deutschland. Über eine Million gewerblicher Übernachtungen pro Jahr in dem ländlich strukturierten Raum können sich wahrlich sehen lassen. Es könnten noch mehr werden, meint Tourismus-Chefin Sandra Schneider.

STREITBERG - Der Weg nach oben ist beschwerlich. Im echten Leben, wenn es bei 31 Grad im Schatten und drückender Schwüle auf die Burgruine Streitberg geht und im übertragenen Sinn, wenn eine Tourismusregion fit für die Zukunft gemacht werden soll. Sandra Schneider meistert beides. Trotz eines kürzlich zugezogenen Bänderanrisses kämpft sie sich bis zum Aussichtspunkt.

Den Ort für den Treffpunkt hat sich die Geschäftsführerin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz selbst ausgesucht. „Von hier ist viel zu sehen, was unsere Region ausmacht: Die Wiesent, das Familienbad Streitberg die Burgruine Neideck, das Walberla, der weite Blick bis nach Ebermannstadt, die Sinterterrassen, und die Binghöhle.“ Mehr geht fast nicht auf einen Blick. Und doch lässt sich nur ein kleiner Ausschnitt der zahlreichen Naturschönheiten der Fränkischen erkennen - das Angebot ist schier unerschöpflich. Drei Schauhöhlen, 30 Burgen und Schlösser, eines der interessantesten und schönsten Kletterareale der Welt und regionalen Spezialitäten, die es längst zu Exportschlagern gebracht haben.

Die Gegend hat viel zu bieten. Qualität vor Preis - Schneider trat ihren Job vor sechs Jahren mit einem Paukenschlag an: Mehr oder weniger deutlich war sie damals für eine Abkehr von Dumpingpreisen, für die die Fränkische insbesondere in der Gastronomie bekannt (und bei Tagesgästen aus dem Raum Nürnberg auch geschätzt) war: „Weg vom Billigimage, weil das tödlich ist. Ich setze auf Qualität, nicht auf den Preis.“ Dieses Credo hat sich Schneider trotz des zwischenzeitlichen Shitstorms, der ihr vor allem aus heimischen Kreisen entgegenschlug, bewahrt. Mittlerweile wissen auch die einstigen Kritiker, wie recht die Frau, die aus Niederbayern stammt, hatte. Längst hat sich das Bewusstsein gewandelt, längst wissen Betriebe, dass ein dauerhaften Sich-unter-Wertverkaufen in den Ruin führt. Schneider packt derweil die nächsten heißen Eisen an: die Monate November bis März. Da haben noch zu viele Einrichtungen geschlossen, da liegt noch touristisches Potenzial brach. Die 44-Jährige setzt auf beharrliches „Innenmarketing“, einen Gutteil ihrer Arbeitszeit investiert sie in Überzeugungsarbeit vor der eigenen Haustüre. Die muss die Fachfrau in Pottenstein nicht mehr leisten: Der Ort entwickelt sich mehr und zu einem Hotspot. Jüngstes Projekt: Der Skywalk, eine 130 Meter lange Aussichtsplattform als Hängebrücke konstruiert, bietet auch jüngeren Zielgruppen die viel beschworene Action. Wie überhaupt in Pottenstein rund um den „Erlebnisfelsen“ viel los ist: Hochseilgarten, Sommerrodelbahn, Felsenbad, Höhle - viele Attraktionen auf engstem Raum. Zu viel des Guten? Nein, meint Sandra Schneider: „Das ist ein Glücksfall für die Fränkische Schweiz. Denn wir brauchen Leuchttürme.“ Anders formuliert: Die Mischung muss stimmen. Hier die traditionellen Angebote, etwa das Familienbad in Streitberg, dort die neuen Eventlocations – das erwartet der Tourist von heute. Und fast alles muss sich um das Thema Bewegung und Outdoor drehen. Deshalb kommt die Hauptzielgruppe nach Franken: „Aktive, 40 Plus“, so beschreibt Sandra Schneider die Klientel, die unter den Gästen den Ton angibt. „Klettern, Wandern, Radeln“, stehe ganz oben auf der Wunschliste dieser Urlauber. Wobei beim Klettern auch

deutlich jüngere Zielgruppen den Weg an die Felsen finden. Naturverbunden - „Diese naturverbundenen Urlauber wollen viel auf relativ kleinem Raum erleben.“ Luxushotel der Fünf-Sterne-Kategorie erwarten die Gäste offenbar nicht. Die Tourismus-Chefin verweist auf das üppige Angebot an Ferienwohnungen und natürlich Hotels mit drei oder vier Sternen. Vier Betriebe haben mittlerweile den vierten Stern, Sandra Schneider ist sich sicher, dass weitere längst den Standard erfüllen, aber die Zertifizierung und den damit verbundenen Auflagen scheuen. Von einem Wettstreit der Tourismus-Regionen um die Sterne hält sie nichts. Ein Blick in den Bayerischen Wald bestätigt diese Einschätzung: Dort sind Dutzende von Wellnessoasen mit vier oder viereinhalb Sternen aus dem Boden geschossen - so viele, dass die angesichts der hohen Investitionen nötige Auslastung da und dort zum Problem geworden ist. Die Fränkische Schweiz soll authentisch bleiben - und mit innovativen Angeboten Gäste locken. In Kürze werden wohl erstmals Baumhäuser als Unterkünfte angeboten. In Obernsees nahe der familiengeführten Therme entstehen die eigenwilligen, andernorts schon gefragten Behausungen.

Gefragt unter den Urlaubern ist längst eine möglichst einfache Online-Auskunft. Daran bastelt die Tourismuszentrale seit einigen Jahren: „Wir stürzen uns regelrecht in die Digitalisierung“, sagt Schneider und verweist auf eigens geschaffene Stellen. In ihrem siebenköpfigen Team gibt es Spezialisten, die sich um die Gästewünsche kümmern. „Bei uns landen Sie in keinem Callcenter.“ Ein echtes Plus wie die Online-Buchungsraten belegen. Noch dazu für die Hoteliers eine Arbeitserleichterung. Luft nach oben sieht die Expertin bei den ausländischen Besuchern: Lediglich acht Prozent der registrierten Übernachtungsgäste stammen nicht aus Deutschland. Hier schlummert Potenzial. Wobei Sandra Schneider auch auf Defizite in der Region hinweist, die vor einer Charme-Offensive in Italien, Frankreich, Tschechien & Co abgebaut werden müssten - die Mehrsprachigkeit in der Branche. Das fängt bei der Beschilderung an: Wer sich über die Reste der Streitburg informieren will, kann dies dank der Infotafeln tun - allerdings nur in deutscher Sprache. Dabei wäre die Fränkische Schweiz für Gäste aus aller Welt durchaus geeignet. Zum Beispiel für Italiener: Die werden in der Genussregion rasch fündig - regionale Bier-, Wurst- und Schnapsspezialitäten kämen gut an, berichtet Schneider von den positiven Rückmeldungen. Viele Urlauber, egal ob Deutsche oder Ausländer, verbinden ihren Fränkische-Schweiz-Aufenthalt mit einem Besuch in einer der umliegenden Städte: Bayreuth, Bamberg, Nürnberg stehen ganz oben auf der Liste. Obwohl diese Kommunen außerhalb des Zuständigkeitsbereichs von Sandra Schneider liegen, versteht sie die Region als Ganzes: „Ich habe kein Problem damit, wenn der

Gast tagsüber einen Ausflug macht, solange er bei uns übernachtet.“

Die Tourismuschefin selbst wohnt seit eineinhalb Jahren in Forchheim und ist voll des Lobes über das Angebot in der 33 000 - Einwohner-Stadt. Auch hier sieht sie noch Vermarktungsmöglichkeiten: Schließlich sei der Kellerwald der „größte Bierkeller der Welt“. Der Weg nach oben, in neue touristische Ligen ist für die Fränkische Schweiz also noch lange nicht beendet. Dass dabei Schweiß fließen muss, ähnlich wie beim Anstieg zur Streitburg, steht außer Frage. Am Ende, da ist sich Sandra Schneider sicher, entschädigt der Gipfelblick.

Produktköniginnen gibt es zuhauf; es sind auch einige Könige darunter, aber eine(n) Tourismuskönig(in), das hat es noch nie gegeben.

Nordbay. Nachrichten, 26. Oktober 2018 - Die Krone geht an... - Neue „Tourismus-Krone“ für Betriebe und Start-ups. Von Philipp Rothenbacher FORCHHEIM - Vom bekannten Hotel bis zur kleinen Brennerei: All jene Unternehmen, die den Landkreis Forchheim und die Fränkische Schweiz zum Touristen-Magnet machen, haben jetzt die Möglichkeit, sich „die Krone“ aufsetzen. Über die Qualität und Quantität seines touristischen Angebots kann sich der Landkreis Forchheim eigentlich nicht beklagen: Mit über einer Million gewerblicher Übernachtungen pro Jahr ist zuletzt eine beachtliche Marke geknackt worden.

„Aber wir können immer besser werden“, sagt Ewald Maier, Vorstandschef der Sparkasse Forchheim. „Gleichzeitig wollten wir ein Zeichen der Wertschätzung für den Tourismus in unserer Region setzen.“ Sprich: Das Engagement derer, die für steigende Übernachtungszahlen sorgen, sollte künftig nicht nur gewürdigt, sondern auch ausgezeichnet werden. Und das mit, wie Maier es nennt, „so einer Art Tourismus-Oscar“. Sparkasse, Landratsamt und die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in Ebermannstadt haben sich deshalb zusammengesetzt, gehirnt - und werden 2019 erstmals die „Tourismus-Krone“ verleihen. Sie soll „das regionale Innovations- und Qualitätsmerkmal im Landkreis Forchheim werden“, teilen ihre Schöpfer mit. Im Grunde handelt es sich um zwei Kronen, die in zwei Kategorien verliehen werden: Einmal ein „Leuchtturm-Betrieb“, sprich ein bestehendes Unternehmen, das anderen Betrieben wegen seines nachhaltigen touristischen Angebots als Vorbild dienen kann. Und außerdem soll ein junges Start-up-Unternehmen im Bereich „Innovation“ gekrönt werden, das mit neuen Ideen und Konzepten Touristen locken will. Für beide Kategorien gibt es die Krone in Form einer Skulptur, die derzeit noch von der Forchheimer Künstlerin Cornelia Lottes geschaffen wird. Dem prämierten Start-up winkt zusätzlich ein Preisgeld in Höhe von 5000 Euro - zur Umsetzung der neuen Ideen. Größe spielt keine Rolle - Bewerben können sich alle touristischen An-

bieter und Unternehmen aus dem Landkreis Forchheim, die sich touristisch orientieren wollen - unabhängig von ihrer Betriebsgröße und -art. Landrat Hermann Ulm (CSU) stellt klar, dass das nicht nur „klassische“ Tourismus-Betriebe wie Hotels und Restaurants, sondern Anbieter aus den Bereichen Sport und Freizeit und Kultur ebenso einschlieÙe wie Brauereien und Brennereien. Die Auswahl der eingegangenen Bewerbungen übernimmt eine Jury aus Vertretern des Landkreises, der Sparkasse, der Tourismuszentrale sowie der Regierung von Oberfranken, des Vereins Oberfranken Offensiv, der IHK, der Genussregion Oberfranken, des Hotel- und Gaststättenverbandes und der Beratungsgesellschaft Cima. „Wir bewerten die Bewerbungen dann nach verschiedenen Kriterien“, erklärt Sylvia Auerswald von der Cima. Innovation, Vorbildfunktion, Nachhaltigkeit, Vernetzung, Ökologie, Umsetzbarkeit sowie das Kosten-Nutzen-Verhältnis werden dabei unter die Lupe genommen.

Nicht nur auf Papier - Geplant sei auch, so Sparkassen-Sprecherin Stephanie Müller, dass die Jury jene Bewerber, die in die engere Auswahl kommen, vor Ort besucht - „damit sie uns ihre Konzepte anschaulich präsentieren können und nicht nur auf ‚Papierbewerbungen‘ angewiesen sind“. „Gekrönt“ werden die Sieger voraussichtlich am Tourismustag der Fränkischen Schweiz, der im Mai oder Juni 2019 stattfindet. Infos und Bewerbungsunterlagen zur Tourismus-Krone 2019 auf www.tourismuskrone.de. Bewerbungen können bis 13. Januar an aktion@fraenkische-schweiz.com gemailt oder an die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz in Ebermannstadt (Oberes Tor 1) geschickt werden.

2019 Zeitig im Frühjahr wurde zum ersten Mal eine B2B- (Business-to-Business) Messe für die Anbieter der Region durchgeführt. Dies ist die Umsetzung einer Maßnahme aus dem aktuellen Tourismuskonzept. Dabei präsentierten sich knapp 40 touristische Aussteller aus der Region auf dem Gelände des Fränkischen Schweiz Museums, um sich gegenseitig besser kennenzulernen und zu vernetzen. Begleitet wurde die Veranstaltung von einem Vortragsprogramm mit spannenden Themen rund um den Tourismus in der Fränkischen Schweiz. Die Leistungsschau hat einen festen Termin zwei Wochen vor Ostern und wird zukünftig im Wechsel mit dem Tourismustag stattfinden. Im Sommer fand dann der zweite Tourismustag in Schloss Seehof in Memmelsdorf statt. Knapp 200 Teilnehmer aus allen Bereichen des Tourismus nahmen teil und der Tag war gefüllt mit spannenden Vorträgen, Netzwerkpausen und der erstmaligen Verleihung eines Tourismuspreises.

Erstmals Tourismuspreis „Tourismuskrone“ verliehen - Gemeinsam mit der Sparkasse Forchheim wurde erstmalig der Tourismuspreis „TourismusKrone“ in

den Kategorien „Leuchtturm“ (Gewinner: Aktiv Reisen, Muggendorf) und „Innovation“ (Gewinner: Erlebnisbrennerei Peterhof, Ortspitz) vergeben. Der Preis dient der Wertschätzung der tollen Arbeit der Leistungsträger der Region und der Förderung von spannenden Ideen sowie die Unterstützung der Umsetzung durch das Preisgeld. Jeder der insgesamt 18 Bewerber erhielt auch eine Teilnahmeurkunde bei der Verleihung am Tourismustag. Im Zuge der Überarbeitung des Broschürenkonzeptes, wurde gemeinsam mit der Agentur Ideenmühle aus Eckental (sie gewann den Ideenwettbewerb) ein neues Corporate Design und



Abb 17: Die neuen Logos der Fränkischen Schweiz in verschiedenen Farben. Aus der Ruine Neideck ist die Bergspitze des Tüchersfelder Museums geworden, die Welle unterhalb findet sich als Gestaltungselement auf allen neuen Broschüren-Titelseiten, dazu kommt noch das „Partner-Logo“ : unter dem eigentlichen Logo wird das Wort „Partner“ angefügt. Die Marke Fränkische Schweiz soll dadurch noch stärker vermarktet werden. Fotos: Ideenmühkle, Eckental

ein verändertes Logo für den Außenauftritt der Fränkischen Schweiz entwickelt. Das Logo (es zeigt jetzt Umrisse des Tüchersfelder Fränkische-Schweiz-Museums) gibt es in vier Farben. Die rote Version für Partner und allgemeine Marketingauftritte der Tourismuszentrale. Die drei anderen Versionen sind für die Marketingschwerpunkte der Tourismuszentrale reserviert: Erleben-Blau, Wohlfühlen-grün und Schmecken-Ocker.

Covid19-Zeiten: Im Jahr 2019 wurde erstmals in China ein Virus entdeckt, der sich bald zur weltweiten Pandemie entwickelte und zu einschneidenden Veränderungen im gesellschaftlichen Leben führte. Alle Aktivitäten, die eine Ansammlung Menschen mit sich brachte, wurden verboten oder stark eingeschränkt. Darunter litt vor allem auch der Tourismus, der zwischen Mitte 2019 und Ende 2022 faktisch nur sehr eingeschränkt existierte. Erst zum 1. März 2023 wurden alle bayerischen Corona-Einschränkungen aufgehoben. Daher übernahm ich die nachfolgenden komprimierten Jahresberichte der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz kommentarlos aus den Jahresberichten des Touris-

musverbandes Franken, die allesamt online unter www.tourismusnetzwerk-franken.de/ueber-uns/geschaeftsbericht/ (Stand 16.11.2023) abrufbar sind.

2020 Jahresbericht der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz³¹ :

Nach acht Jahren erfolgreicher Leitung verließ Sandra Schneider die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz. Ihr Nachfolger ist der bisherige Stellvertreter, Matthias Helldörfer. Im Juli 2020 verabschiedete sich nach fast 30-jähriger Berufstätigkeit Reinhard Löwisch in den wohlverdienten Ruhestand.

Das Jahr 2020 hat vielversprechend begonnen. Anhand der Online-Buchungen sowie Besucherzahlen im Internet war ein gutes Jahr zu erwarten. Doch Corona hat in kürzester Zeit diese positiven Erwartungen zunichte gemacht und die gesamte Tourismusbranche in der Fränkischen Schweiz vor große Herausforderungen gestellt. Zur Unterstützung der Leistungsträger wurden in kurzer Zeit eine Vielzahl an Corona-Sofortmaßnahmen umgesetzt. Neben der kontinuierlichen Information von Leistungspartnern und Gästen über diverse Kommunikationskanäle, die kostenlose Darstellung von Gastronomiebetrieben mit Liefer- und Abholservice, wurde auch die Gutscheinkampagne #zamhalten ins Leben gerufen. Gäste und Einheimische können provisions- und portofreie Wertgutscheine von Tourismusbetrieben aus der Fränkischen Schweiz erwerben und somit diese unterstützen. Für die Gastgeberbetriebe wurde eine Fotoaktion umgesetzt, über die sie professionelle Fotos zu stark vergünstigten Preisen erhalten haben. Eine Postkartenaktion, bei der Gäste und Einheimische kostenfrei Postkartenmotive aus der Fränkischen Schweiz versenden konnten, sorgte für eine gute Wahrnehmung der Fränkischen Schweiz während des ersten Lockdowns. Unter dem Motto #diefränkische freut sich auf dich! wurden sämtliche Maßnahmen – von redaktionellen Berichterstattungen bis hin zu gezielten Werbemaßnahmen – begleitet. Während der Lockerungen in den Sommermonaten und der damit einhergehenden starken Nachfrage wurden gezielt Ausflugsziele/ Sehenswürdigkeiten und Touren beworben, die weniger stark bekannt sind und somit zur Entschärfung hoher Besucheraufkommen an einzelnen Orten beigetragen haben. Besucherinfozentren - Im Jahr 2020 wurden weitere Zwischenziele für die Errichtung von drei Besucherinfozentren in der Fränkischen Schweiz erreicht. So sollen im Laufe der nächsten Jahre an der Therme Obersees, im Bürgerspital Hollfeld sowie auf dem Bahnhofsareal in Behringersmühle entsprechende Zentren entstehen. Das Thema Digitalisierung hat eine wichtige Rolle im Jahr 2020 eingenommen. So führte die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz als erste bayerische Region die neueste Generation der touristischen Datenbanklösung WE2P Publishing Hub ein. Sie ist die Grundlage für die Wei-

tergabe der Daten an die BayernCloud und ermöglicht damit die Verbreitung der Regionsdaten nochmals erheblich zu steigern. Rückblickend auf dieses turbulente Jahr sei dem Tourismusverband Franken sowie allen beteiligten Leistungspartnern, Mitgliedsorten, Gremien und Verbänden herzlichst für die gute Zusammenarbeit und Unterstützung gedankt!

Nordbay: Nachrichten; 11.6.2020 - Manche wollten früher anreisen - Die Tourismusbranche in der Fränkischen Schweiz hat sich auf Corona eingestellt und erwartet die Gäste, von Rosi Thiem

FRÄNKISCHE SCHWEIZ. „Gell, da kriegt man Appetit auf Urlaub“ - Adolf Hofmann vom Tourismusbüro Waischenfeld grinst und unterhält sich am Telefon mit einem zukünftigen Gast. Das Telefon klingelt unentwegt. Die Nachfrage nach freien Ferienwohnungen ist stark - trotz Corona-Zeiten. „Die Leute wollen Urlaub machen, wir brauchen das Urlaubsrad nicht neu zu erfinden“, sagt Hofmann. Im Vorfeld hatte es zwar einige Stornierungen gegeben, da besonders ältere Gäste in dieser Zeit aus Angst nicht verreisen wollten, doch selbst hier wurden einige Absagen wieder neu gebucht. „Unsere Stammgäste kommen nach wie vor“, sagt Hofmann. Die Waischenfelder Gastronomen und alle Vermieter haben von ihm per E-Mail eine aktuelle Übersicht über die Öffnungszeiten ab dem 30. Mai für die Sehenswürdigkeiten bekommen. Auch wurden sie über die neuen Öffnungszeiten der Gasthäuser um Waischenfeld informiert. „Am 11. Juni eröffnet unser Freibad wieder - die Cafe-Terrasse davon hat bereits geöffnet. Im Moment wird für das Freibad ein Konzept erarbeitet.“ Der nächste Gast kommt mit Mundschutz durch die Tür und möchte sich Wandervorschläge einholen. Hofmann zeigt Wandertouren zwischen 5,5 und 20 Kilometern Länge auf und holt dazu aus den Regalen passende Prospektvorschläge. „Unsere Bierwanderungen dürfen wir nicht machen, teilt er mit. Er hat extra im Gesundheitsamt angerufen. Normalerweise würden hier 30 Gäste laufen. „Diese Bierwanderungen gehören schon fest zu Waischenfeld und sind sehr beliebt. Bis zu drei Touren an einem Tag kamen da schon zusammen.“ Die Nachfrage sei nach wie vor da. „Bis Ende August sind alle Brauereiwanderungen abgesagt. Es ist aber gut ausgeschildert, die Gäste können die Tour jetzt allein laufen. Ab September hoffen wir, dass es dann wieder geht“, wünscht sich der Touristiker und bietet den interessierten Wanderern aus dem großen Wandereretz Tourenvorschläge an. „Heuer muss man flexibel sein und flexibel bleiben“, verrät er. Die gewünschten Prospekte gibt er wegen Corona persönlich aus. Schilder weisen darauf hin, dass im Moment keine Selbstbedienung möglich ist. Und was hält Hofmann persönlich davon, nach und nach die Urlaubsgrenzen zu den europäischen Ländern bis Mitte Juni wieder zu öffnen? „Die Politiker

haben Druck. Für mich sinnvoller und vernünftiger wäre es, im eigenen Land Urlaub zu machen. Was ist dann, wenn im fernen Urlaubsland nichts los ist und ich lange gefahren bin?“, gibt er zu bedenken. Er jedenfalls bleibt heuer im eigenen Land, verrät Hofmann. Mehr Anfragen als üblich - Zu diesem Thema meint Thomas Bernard vom Tourismusbüro Pottenstein: „Reisefreiheit ist was Schönes und auch wichtig. Aber Erholen und Urlaub machen im eigenen Land ist mindestens genauso attraktiv. Warum denn in die Ferne schweifen, wenn das Gute liegt so nah?“, fragt er. Die Gäste würden schon auf die Wiedereröffnung der Urlaubsbetriebe warfen. „Überdurchschnittlich viele Anfragen kamen an unser Tourismusbüro vor allem dazu, ob es vielleicht möglich wäre, schon eher anzureisen.“

Aber es gab keine Ausnahmen, deshalb begann die Anreise punktgenau am 30. Mai“, sagt der Tourismuschef der Felsenstadt. „Wir haben alle Gastgeber zeitnah zur aktuellen Entwicklung informiert und uns diesbezüglich mit den relevanten Stellen - wie Bayern Tourismus Marketing GmbH und Frankentourismus - rechtzeitig und intensiv vernetzt. So waren alle Gastgeber stets up to date und sind es immer noch. Auch auf der Internetseite waren alle aktuellen Informationen zu finden - sowohl für Gastgeber und Gastronomen als auch für Gäste“, erläutert er die Arbeit im Vorfeld. Nun fragen die Besucher, wann die Bäder wieder öffnen. „Eine Antwort darauf ist zum derzeitigen Zeitpunkt noch nicht möglich“, sagt Bernard. Was geht, das sind die Stadtführungen: „Ja, es werden unterschiedliche Führungen angeboten, die allesamt auf fünfzehn Personen begrenzt sind. Teilnehmen kann nur derjenige, der sich angemeldet hat. In der Regel über das Internet oder in Ausnahmen auch telefonisch. Das funktioniert“, ist er zufrieden. Der große Renner in Betzenstein sind derzeit die Wanderwege. Stark nachgefragt sind vor allem die abwechslungsreichen Rundwege. „Der neue Pfad der Liebe schlägt wie eine Bombe ein“, verrät Margit Dippold vom Stadtmarketing Betzenstein. „Die Leute wollen ins Freie“, sagt sie. Dazu ist der Pilgerweg für die Seele etwas Besonderes. „Man merkt schon, dass sich die Menschen auf sich selbst besinnen. Bei diesem Weg holen sie sich persönliche Impulse.“

Auch die Wandertafeln werden so nach und nach mit einem QR-Code versehen und die Wanderwege können bereits von den Gästen von zu Hause aus von der Internetseite ausgewählt werden. „Hier sind die Gäste schon im vorneherein gut informiert und orientiert“, bemerkt die Tourismusexpertin. Für die Freibaderöffnung werden gerade Hygienekonzepte erarbeitet. Das diesjährige Internationale Work-camp - bei dem weltweit Studenten zusammenkommen -

wurde auf das nächste Jahr verschoben. „Ich hoffe nur, dass unser Fränkischer Theatersommer im Juli stattfinden kann“, bangt Dippold. Die Gastgeber hat die Touristikerin über die Dehoga-Richtlinien beizeiten per E-Mail und Briefpost informiert. Diese erkundigten sich bei ihr zum Beispiel über Details zur Handhabung von Gästen, gemeinsam genutzten Räumen oder Spielmöglichkeiten. „Diese Aufgaben werden von unseren Gastgebern individuell gelöst.“ Mal wird eine zeitliche Begrenzung entschieden, mal ein räumliches Aufteilen für die einzelnen Familien oder es werden Räume und Spielwaren nicht zur Verfügung gestellt, so Dippold. Und wie sieht sie die europäische Öffnung für Mitte Juni? „Es geht um die Selbstverantwortung. Da befürchte ich, dass dies schlecht umsetzbar ist. Wenn es nur um Profit geht, verstehe ich es nicht. Ein zweiter Shutdown wäre sehr riskant.“

Tourismuszentrale Fränkische Schweiz: „Tourismus digital und vernetzt“. Pressemitteilung veröffentlicht vom neuen Wiesentboten am 21. Oktober 2020 Wenn es um die Digitalisierung und vernetzte Nutzung touristischer Daten geht gehört die Fränkische Schweiz zur Spitzengruppe in Franken, Bayern und Deutschland. Damit dies so bleibt und die Vernetzung noch intensiviert werden kann wird auch weiterhin in neueste Technologien investiert. So führt die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz als erste bayerische Region die neueste Generation der touristischen Datenbanklösung WE2P Publishing Hub ein.

Damit die Touristiker der angeschlossenen Gemeinden in Zukunft die Datenpflege noch umfassender leisten können wurden am 19. und 20. Oktober 17 MitarbeiterInnen der Touristinfos von Stephan Venus senior, dem Geschäftsführer des Anbieters, im neuen System geschult und über die neuesten Entwicklungen im Deutschlandtourismus wie „Open Data“ und „Touristischer Knowledge Graph Deutschland“ informiert. Die Kernaussage von Stephan Venus sr. war dabei: „Es genügt in Zukunft nicht mehr die eigenen Daten auf der eigenen Website zu publizieren, man muss dafür sorgen, dass die Informationen möglichst breit und vielfältig veröffentlicht werden“. Mit der neuen Software beschränkt sich die Nutzung der Daten daher folgerichtig auch thematisch nicht mehr allein auf den touristischen Bereich, vielmehr können auch inhaltlich „benachbarte“ Bereiche wie zum Beispiel Einkaufsmöglichkeiten damit hochwertig präsentiert werden. So wurde erst kürzlich die touristisch Website „forchheim-erleben.de“ um den Bereich „Einkaufen“ erweitert und auch die „Aktionsgemeinschaft Lebendiges Hollfeld“ konnte in Rekordzeit eine attraktive Website realisieren. Die Besucher der Website fraenkische-schweiz.com liegen inzwischen im einstelligen Millionenbereich jährlich und damit auch in



dieser Disziplin in der fränkischen Spitzengruppe.

Abb 18: Matthias Helldörfer aus Gößweinstein, der neue Leiter der Tourismuszentrale. Foto: Tourismuszentrale

Der neue Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, Matthias Helldörfer, stellt daher auch die Chancen der Digitalisierung in den Vordergrund. „Vor knapp 5 Jahren war die Fränkische Schweiz die erste fränkische Region die umfassend auf die Datenbanklösung WE2P Publishing Hub gesetzt, und diese flächendeckend nicht nur für die eigene Website, sondern auch für die Partner in der Destination genutzt hat.

Das inzwischen auch die Nachbarn im Fichtelgebirge, Obermain-Jura, Haßberge, Frankenwald und – ganz aktuell – auch das Nürnberger Land „unsere“ Datenbanklösung eingeführt haben zeigt uns, dass wir damals den richtigen Riecher hatten einen vermeintlichen „Newcomer“ zu beauftragen. Aber man darf sich nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen, daher haben wir uns bereit erklärt bei der neuesten Software Generation als erster bayerischer Kunde dabei zu sein. Und wir wurden nicht enttäuscht. Die Umstellung der Daten lief absolut reibungslos und wir konnten nach wenigen Tagen wieder im System arbeiten. Digitalisierung ist in der Fränkischen Schweiz kein Selbstzweck sondern ein wichtiger Beitrag die Kommunikation mit den Gästen gerade in Corona Zeiten zu intensivieren, aber auch den Einheimischen die Schönheiten in ihrer Nachbarschaft näher zu bringen.“ Für 2021 ist geplant die Daten dann auch den Kommunen zur Verfügung zu stellen, den Austausch mit den Nachbarregionen zu intensivieren, die Grundlagen für die Weitergabe der Daten an die BayernCloud Tourismus vorzubereiten und damit die Verbreitung der Regionsdaten nochmals erheblich zu steigern und damit die Spitzenstellung weiter auszubauen.

2021 Jahresbericht der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz³². Das Jahr 2021 begann, wie das Jahr 2020 endete – im Lockdown. Entsprechend zeichnete sich von Beginn an wieder ein schwieriges touristisches Jahr ab. Die Corona-Pandemie prägte das Jahr 2021, durchkreuzte viele Pläne und forderte erneut die gesamte Branche heraus. Nachdem mit Simona Bohnhorst (2021) und Reinhard Löwisch (2020) zwei Mitarbeiter in den wohlverdienten Ruhestand

verabschiedet wurden, galt es zeitnah das Team in der Tourismuszentrale wieder zu komplettieren, um die anstehenden Herausforderungen bewältigen zu können. Mit Yvonne Götz kam eine Mediengestalterin, Sonja Liebel im Bereich Gästeservice im Bereich SocialMedia, Marketing und Presse Cindy Distler. Weiterhin galt es als zentrale Aufgabe, die touristischen Betriebe in der Fränkische Schweiz fortlaufend über aktuelle Änderungen rund um Einschränkungen bzw. Lockerungen sowie diverse Fördermöglichkeiten zu informieren. Nach wie vor war die Lage häufig schwer zu durchblicken, Regeländerungen und unterschiedliche Vorschriften von Bundesland zu Bundesland haben die Bedeutung der Kommunikation zwischen der Tourismuszentrale und den Betrieben sowie den Gästen verdeutlicht.

Dank der guten digitalen Informationskanäle der Geschäftsstelle konnte äußerst schnell und zuverlässig informiert werden. Erstmals wurde die B2B-Tourismusmesse für Betriebe der Fränkischen Schweiz gemeinsam mit dem Fränkische Schweiz-Museum digital umgesetzt. Sommerfrischler lenken - Ende Mai wurde der Lockdown beendet und die Nachfrage stieg wieder stark an. Die Zahlen der Online-Buchungen lagen erneut über den Vorjahreswerten, die Zugriffe der Internetseite erzielten ein neues Allzeithoch und ein Hauch touristischer Normalität erfasste die Fränkische Schweiz. Jedoch war die Nachfrage in den Frühlingsmonaten so groß, dass mit der Aktion „Bitte verhalte Dich richtig!“ versucht wurde, auf das Verhalten vereinzelter Besucher einzugehen. Zudem wurden verschiedene Maßnahmen ergriffen, um besucherlenkend auf die Touristenströme zu wirken. Im Laufe der Sommer- und Herbstmonate normalisierte sich das Besucheraufkommen, wodurch sich die Tourismusintensität wieder reduzierte. Die im Herbst und Winter erlassenen Einschränkungen haben erneut für einen Nachfragerückgang gesorgt. Aufgrund des Lockdowns zu Beginn und der Einschränkungen zum Ende des Jahres sind die statistischen Zahlen auf dem Vorjahresniveau verharret. Die erhoffte „touristische Normalität“ lässt somit weiter auf sich warten. Image auffrischen - Durch die Umsetzung der Positionierung und des Corporate Design wurde weiter mit Hochdruck an der Auffrischung des Images gearbeitet. Mit der erstmals aufgelegten Genussbroschüre „nachhaltig & köstlich“ wurde ein erster Schritt gemacht, hin zur Ansprache von kaufkraftstarken Gästen mit einem ausgeprägten Bezug zu regionalen und nachhaltigen Produkten. Diese Gästeansprache wird sich künftig über alle Medien der Tourismuszentrale erstrecken und neue Besucher in die Fränkische Schweiz locken. Gemeinsam stark - Rückblickend auf die beiden zurückliegenden Corona-Jahre ist allen am Tourismus Beteiligten klar geworden, dass wir eine solche Herausforderung nur gemeinsam bewältigen können.

Nordbay. Nachrichten, 16.2.2021 - „Uns bleiben die Gäste weg - Corona und das Beherbergungsverbot: Vermieter von Ferienwohnungen klagen über schwierige Lage. Keine Einnahmen, aber laufende Kosten. Von Maria Däumler EBERMANNSTADT - „Alle jammern, aber an uns denkt niemand“, kritisiert eine Frau aus der Fränkischen Schweiz, die zusammen mit ihrer Tochter drei Ferienwohnungen vermietet. Normalerweise. Doch auch hier hat Corona die Situation grundlegend verändert. „Uns bleiben die Gäste weg. Wir brauchten auch Unterstützung“, sagt die Frau, die ihren Namen lieber nicht nennen möchte. Der Lockdown im letzten Jahr von März bis Ende Mai sei noch ganz gut verkraftbar gewesen, erzählt sie. Eine Ferienwohnung sei fest vermietet. Von Juni bis Mitte Oktober 2020 seien die anderen zwei Wohnungen dann ausgebucht gewesen. Doch seit Mitte Oktober 2020 stehen sie leer. „Wir haben seither keine Einnahmen mehr, aber die monatlichen Fixkosten müssen wir trotzdem zahlen“, erzählt sie. Auch wenn die Wohnungen nicht vermietet sind, müsste ein bisschen geheizt werden, die Grundgebühren für Strom, die Rundfunkgebühren, Grundsteuer und alles, was sonst so anfällt, werden weiterhin abgebucht. Dazu kämen Kreditrückzahlungen, wenn man wie in ihrem Fall -vor Corona - in die Wohnungen investiert habe, zum Beispiel ein neues Bad eingebaut habe, führt die Frau weiter aus. Wer neben den Mieteinnahmen ein weiteres Einkommen hat, wie zum Beispiel eine Rente, der bekomme trotz des coronabedingten Totalausfalls keinerlei staatliche Unterstützung, sagt sie. „Unsere Rücklagen sind jetzt weg. Wir haben doch nicht gedacht, dass das mit Corona so lange dauert“, schildert sie die schwierige Situation. Rund 230 Einheiten - So ähnlich wie ihr dürfte es vielen Vermietern von Ferienwohnungen in der Fränkischen Schweiz gehen, schätzt Matthias Helldörfer, seit Mitte September neuer Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz. Insgesamt sind in den offiziellen Katalogen der Ferienregion rund 370 Übernachtungsbetriebe aufgeführt. Das sind Hotels, Pensionen, Gasthäuser. Etwa zwei Drittel davon, also etwa 230, seien Ferienwohneinheiten, sagt Helldörfer. Weil viele Vermieter ihre Ferienwohnungen nur nebenher anbieten, sind viele gar nicht im Katalog aufgeführt, so der Tourismusexperte. Das Problem sei, dass es keine zentrale Stelle gebe, die alle Ferienwohnungen erfasst. „Wir kennen daher nur die Vermieter, die aktiv mit uns zusammenarbeiten“, erläutert Helldörfer. Insgesamt, so schätzt er, würden wohl rund 800 Vermieter in der ganzen Fränkischen Schweiz, die ja auch weit in den Landkreis Bayreuth hinein reicht, Wohnungen anbieten. Dass jetzt im Corona-Lockdown und der kompletten Schließung aller Übernachtungsbetriebe auch Besitzer von Ferienwohnungen an ihre Grenzen kommen, kann Helldörfer gut nachvollziehen. Und wer bekommt deswegen staatliche Unterstützung? Da musste sich der Tourismusexperte selbst erst ein-

mal schlau machen: „Antragsberechtigt sind Vermieter und Betriebe, die Umsatzeinbußen von mindestens 30 Prozent im Vergleich zum Referenzmonat im Jahr 2019 erlitten haben“, hat er herausgefunden. All jene könnten Überbrückungshilfe beantragen.

Doch in der Realität werden wohl nur wenige Betriebe darauf zurückgreifen können, glaubt Helldörfer. Da gebe es viele offene Fragen. Wer zählt als Unternehmen? Gehören dazu auch Klein- und Nebengewerbe? Gerade in letzterem Bereich würden wohl laut seiner Recherchen auch andere Einkünfte, also zum Beispiel Rentenzahlung oder der Lohn des Ehemannes, mit einberechnet. Hinzu kommt, dass in den Monaten November bis März die Auslastung der meisten Ferienwohnungen in der Region grundsätzlich nicht so hoch ist. Wenn dann bei Corona-Überbrückungshilfen der letztjährige Referenzmonat herangezogen würde, sei das natürlich für viele Betriebe eher schwierig. Außerdem, so Helldörfer, sei die Beantragung dieser staatlichen Hilfen so kompliziert, „dass man dazu eigentlich einen Steuerberater und/oder ein spezielles Computerprogramm braucht“. Auch der Fachmann kostet wieder Geld. Ist der Einnahmeausfall nicht so wahnsinnig hoch, rentiere sich der ganze Aufwand dann gar nicht. „Ich verstehe den Unmut darüber, dass hier die Hilfen, die Politiker ankündigen, bei unseren kleinen Strukturen gar nicht ankommen“, zeigt sich Helldörfer verständnisvoll. Daher habe man versucht, die Hilferufe aus der Fränkischen Schweiz an den Tourismusverband Franken weiterzuleiten, in der Hoffnung, dass diese größere Organisation, die ganz Franken im Hintergrund hat, mehr Gehör in München oder Berlin findet. „Aber da hat sich bisher nichts gerührt“, muss der Tourismusfachmann eingestehen.

Tourismussmesse der Fränkischen Schweiz im Live-Stream auf Youtube - **Pressemittteilung der Tourismuszentrale veröffentlicht vom neuen Wiesentboten** am 12. März 2021

Am kommenden Dienstag, 16. März 2021 findet vormittags die diesjährige Tourismussmesse der Fränkischen Schweiz statt. Aufgrund der Pandemie gibt es eine digitale Ausgabe, die über den YouTube-Kanal des Fränkische Schweiz-Museums live gestreamt wird. Der Link zur Messe lautet <https://youtu.be/4jv16Tjh-bZY> - Die Tourismussmesse ist eine Veranstaltung des Fränkische Schweiz-Museums zusammen mit der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz. Erstmals vor zwei Jahren im Museum ausgetragen, musste im vergangenen Jahr die Messe leider pandemiebedingt ganz ausfallen. In diesem Jahr findet zumindest eine digitale Version statt. Veränderungen durch die Pandemie - Allen ist klar, dass Corona tiefgreifende Veränderungen in den Handlungsweisen der Menschen

bewirkt hat. Gäste aus anderen Teilen Deutschlands kommen mit anderen Erwartungshaltungen, nutzen andere Informationsbeschaffungssysteme. Matthias Helldörfer der neue Geschäftsführer der Tourismuszentrale betont, dass der Tourismus in der Region vor neuen Herausforderungen steht. „Mit unserer Messe wollen wir die Akteure des einheimischen Tourismus über die aktuelle Situation und unsere Erwartungen für 2021 informieren“.

Social-Media und seine wachsende Bedeutung - Dr. Jens Kraus vom Fränkische Schweiz-Museum sieht die Herausforderung darin, dass durch die Pandemie Besucher neue Wege der Kommunikation nutzen. So wird die Social-Media-Präsenz immer wichtiger, um die Zielgruppen zu erreichen. Die Veranstalter konnten für die wachsende Bedeutung des Social-Media-Bereichs mit Frau Nicole Fleischer vom Bezirk Oberfranken eine ausgewiesene Expertin auf diesem Bereich als Referentin gewinnen. Der Naturpark als Kooperationspartner - Der seit einigen Monaten neue Geschäftsführer Christoph Hurnik des Naturparks Fränkische Schweiz-Frankenjura stellt die Kooperationsbereitschaft und Möglichkeiten des Naturparks vor. Jugendherberge Pottenstein ist das Sendezentrum - Das Programm ist auf dem YouTube-Kanal des Museums einsehbar. Man muss nur dem obengenannten Link folgen, der auch auf den Medienkanälen der Institutionen veröffentlicht ist. Die Vorträge sind kostenfrei und öffentlich. Als Sendezentrum dient die Jugendherberge Pottenstein.

Nordbay. Nachrichten, 25.6.2021 - Corona brachte einen kräftigen Dämpfer - Tourismus In der Fränkischen Schweiz machte sich die Krise mit einem Minus von rund 35 Prozent bei den Übernachtungen bemerkbar. Von Martin Regner

FORCHHEIM -100 Millionen Euro. Auf diese Summe schätzt Matthias Helldörfer, der neue Leiter der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, den Umsatzausfall, der sich 2020 wegen Corona in der Fränkischen ergeben hat. Diese Zahl hatte in dieser Höhe wohl niemand im Ausschuss für Kultur, Tourismus, Bildung und Soziales des Kreistags erwartet. Helldörfer brachte dem Gremium umfangreiche Statistiken mit. So ging die Zahl der Gästeankünfte von 438 168 im Jahr 2019 auf 259109 im letzten Jahr zurück. Ein Minus von 33,7 Prozent. Die Zahl der Übernachtungen sank in derselben Zeit von rund 1,1 Millionen auf 660 820 - hier beträgt das Minus 35 Prozent. Diese Entwicklung bezeichnete Helldörfer als „dramatisch“. Man könne nur hoffen, „dass möglichst viele Betriebe die staatlichen Hilfen beantragt und bekommen haben.“ Die privaten Zimmervermieter, die kein Gewerbe angemeldet haben, seien definitiv leer ausgegangen: Sie seien nicht antragsberechtigt gewesen, so Helldörfer. Dennoch

habe die Region im bayernweiten Vergleich in der Corona-Krise sogar noch Glück gehabt: Im Freistaat insgesamt sei die Zahl der Übernachtungen sogar noch stärker gesunken, nämlich um 40,6 Prozent.

Die Tourismuszentrale habe die Betriebe im letzten Jahr umfangreich beraten, welche Angebot im Rahmen der von der Bundes- und der Landesregierung verhängten Corona-Beschränkungen trotzdem möglich waren, etwa Essens-Lieferdienste und ein To-Go-Verkauf. Man habe außerdem den neuen #zamhalten-Gutschein aufgelegt und davon bislang rund 260 Stück verkauft. Dennoch belaufe sich der Umsatzrückgang über alle Betriebe hinweg in der ganzen Fränkischen Schweiz auf geschätzte 100 Millionen Euro. Der Tourismustrend im Jahr 2020 ging zu Tagesausflügen im eigenen Land und das wirkte sich auch in der Region aus, erklärte Helldörfer: Man habe mit Probiereisen wie „menschlichen Hinterlassenschaften, Müll und Wildcampen“ zu kämpfen gehabt. Deswegen laufe seit geraumer Zeit eine Kampagne zur Besucherlenkung. Man versuche etwa, bislang weniger stark frequentierte Ausflugsziele in den Fokus zu rücken und die Besucher darüber aufzuklären, wie sie sich in der Natur richtig verhalten sollen. Dazu seien Plakate, dauerhafte Infotafeln und Bauzaunbanner im Einsatz. Diese Kampagne werde im Moment „immer sichtbarer in der Region“ und solle auch ein Signal an die einheimische Bevölkerung sein, dass man an dem Thema dran sei und etwas unternehme.

Für das nächste Jahr erwartet Helldörfer wieder eine Delle beim Tourismus in der Region. Der Grund: Für den Fall, dass Auslandsreisen nach einem Ende der Corona-Pandemie wieder relativ problemlos möglich sein werden, dürften viele Menschen ihre 2020 und 2021 ausgefallenen Urlaube in der Ferne nachholen. Mit der Konsequenz, dass die Ausflugsziele in Deutschland weniger stark nachgefragt werden dürften. Marion Rossa-Schuster, die das Kulturamt des Landkreises leitet, stellte dem Kreisausschuss den aktuellen Stand eines Leader-Projekts vor, mit dem das Profil der Fränkischen Schweiz als Qualitätswanderregion weiter geschärft werden soll: Für insgesamt knapp 300 000 Euro sollen neue Übersichtstafeln und Wegweiser beschafft und aufgestellt werden. Das Ziel ist ein umfassendes Wanderleitsystem, für das derzeit auch die Digitalisierung der Wanderwege läuft. Die per GPS-Daten vermessenen Wegdaten sollen in ein digitales Wegeportal einfließen, das es später etwa Touristen ermöglichen soll, ihre Tagesrouten vorab von zu Hause aus im Internet zu planen. Dazu werden in der Region insgesamt 4 186 Kilometer Wegenetz erfasst. Die Planung für die Beschilderung sei abgeschlossen, so Rossa-Schuster. Eine einheitliche Qualität der neuen Beschilderung könne so sichergestellt werden. Das Kreisgremium er-

teilte einstimmig die Ermächtigung an die Verwaltung, die Aufträge für die Lieferung der neuen Beschilderung und für deren Aufstellung auch dann zu vergeben, wenn die Angebote bis zu 20 Prozent über der Kostenschätzung liegen. Ansonsten, so Rossa-Schuster, verginge bis zur nächsten regulären Sitzung im September zu viel Zeit.

2022 Jahresbericht der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz³³.

Der schwierige Start in das Tourismusjahr 2022 aufgrund der hohen Covid19 - Fallzahlen hat sich im Laufe des Jahres relativiert. Die wieder steigende Nachfrage im Bereich der Übernachtungsgäste hat die Zahlen im Jahresverlauf knapp an das Niveau vor Corona von 2019 herangeführt, so dass man endlich wieder von einem guten Tourismusjahr sprechen kann. Abseits der Entwicklung statistischer Zahlen gibt es jedoch bedingt durch die Corona- Pandemie, den Krieg in der Ukraine und die enormen Preissteigerungen neue Herausforderungen im Tourismus, die von den Akteuren angenommen werden müssen, damit neue Lösungen für einen krisenfesten Tourismus entwickelt werden können. Neue Printprodukte - Durch die Umsetzung der Positionierung und des Corporate Designs wurde weiter mit Hochdruck an der Auffrischung des Images gearbeitet. Mit dem erstmals aufgelegten Erlebnismagazin „wild & romantisch“ wurde nach dem Genussmagazin ein weiterer Schritt gemacht, hin zur Ansprache von kaufkraftstarken Gästen mit einem ausgeprägten Bezug zu regionalen und nachhaltigen Angeboten. Ebenfalls erstmalig in der Geschichte der Tourismuszentrale ist die Auflage der Broschüre „Kletterfelsen“ erschienen, in der 10 ausgewählte Felsen mit insgesamt über 100 Routen dargestellt werden. Mit ihrer Hilfe sollen besonders Kletterneulinge auf das facettenreiche Angebot der Fränkischen Schweiz aufmerksam gemacht werden. Stärkung der Tourismusakteure - Zur Stärkung, Vernetzung und besseren Wahrnehmung der Betriebe fand im Jahr 2022 am 18. Oktober wieder die touristische Leistungsschau im Fränkische Schweiz-Museum in Tüchersfeld statt.

Neben dem gegenseitigen Kennenlernen und Vernetzen, standen bei den Fachvorträgen die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Vordergrund. Zudem konnten in diesem Jahr wieder zwei Vorzeigebetriebe in der Fränkischen Schweiz mit der TourismusKrone geehrt werden, die bereits zum vierten Mal ausgelobt wurde. Rückblickend auf die zurückliegenden Jahre ist allen am Tourismus Beteiligten klar geworden, dass wir solche Herausforderungen nur gemeinsam bewältigen können.

26.Juli 2022: Presstext der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz - Neue Broschüre „Kletterfelsen“ geht an den Start.

Endlich ist es soweit! Die Tourismuszentrale präsentiert die Broschüre „Kletterfelsen“, die in enger Zusammenarbeit mit dem Sportwissenschaftler und Journalisten Sven König entstanden ist. König, der seit über 30 Jahren klettert und seit über 20 Jahren die Kletterplattform Frankenjura.com betreibt, hat den fachlichen Input geliefert. Yvonne Götz von der Tourismuszentrale betont, wie interessant es war diese Broschüre zu erstellen und bedankt sich für die gute Zusammenarbeit mit Sven König, den Sie als Meister seines Fachs bezeichnet. Als erfahrener und leidenschaftlicher Kletterer kennt Sven König die Felsen der Fränkischen Schweiz wie kaum ein anderer. Die Broschüre beinhaltet 10 Kletterziele mit Routen mit dem Schwierigkeitsgrad 3 bis 9. Eine Übersichtskarte zeigt die Locations auf einen Blick, anschließend wird auf jeder Doppelseite ein Kletterfelsen vorgestellt. Jeder Felsen ist mit Routen, Zonierung, Zufahrt und Zustieg ausführlich beschrieben und mit einer Topo (Felszeichnung) ausgestattet. Diese Broschüre ist brandneu und es gab sie in dieser Form bisher nicht. Damit werden erfahrene Kletterer als auch Kletterfreunde die gerade erst die Leidenschaft zum Felsensport entdecken, mit allen nötigen Infos ausgestattet.

Tourismus 2022: Fichtelgebirge und Fränkische Schweiz mit sattem Plus 09. Februar 2023 - mso

Das Tourismusjahr 2022 ist im Fichtelgebirge und in der Fränkischen Schweiz mit einem starken Plus zu Ende gegangen. Das geht aus aktuellen Zahlen des Landesamtes für Statistik hervor. Demnach verzeichnete das Fichtelgebirge im Dezember bei den Gästeankünften einen Zuwachs von fast 90 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Aufs ganze Jahr gesehen haben die Region knapp 600 000 Menschen besucht. Die Zahl der Übernachtungen lag bei fast 1,5 Millionen. Das entspricht einem Plus von 60,5 beziehungsweise 52,4 Prozent. Mit knapp 400 000 Ankünften und etwa einer Million Übernachtungen fällt das Ergebnis für die Fränkische Schweiz ähnlich stark aus. Der Großteil der Besucher beider Regionen stammte aus dem Inland. Sie sind im Schnitt zweieinhalb Tage geblieben. Quelle am 4.1.2024: <https://oberfranken.radiogalaxy.de/tourismus-2022-fichtelgebirge-und-fraenkische-schweiz-mit-sattem-plus-35050/>

Große Emotionen gab es am 04.10.2022 im Schlosshotel Betzenstein bei der **Preisverleihung der Tourismuskrone**. Die Sparkassen Forchheim und Bayreuth verliehen zusammen mit der Tourismuszentrale zum 4. Mal den beliebten Preis „TourismusKrone“. Die Auszeichnung richtet sich an Betriebe, die im touristischen Bereich tätig sind und die Fränkische Schweiz zu der vielfältigen

Urlaubsregion machen, die sie ist. Von den insgesamt 16 Bewerbungen für die begehrte Auszeichnung waren jeweils sechs Betriebe in der Kategorie „Leuchtturm“ und vier Betriebe in der Kategorie „Innovation“ nominiert. Die Nominierten erschienen zahlreich und die Landräte Dr. Hermann Ulm und Florian Wiedemann überreichten feierlich die Auszeichnungen. Die Sparkassen Forchheim und Bayreuth stellten das Preisgeld von jeweils 2.500,-€ für die Gewinner.

Roland Wölfel von der CIMA moderierte das Geschehen und stellte alle Nominierten mit ihrem Projekt bzw. ihrem Betrieb vor. Zum einen gab es die Kategorie „Leuchtturm“, welche einen Betrieb mit Vorbildfunktion kürt. Hier geht es um die Geschichte des Unternehmens, Meilensteine, die bereits erreicht wurden, aber auch um die Themen Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit. Landrat Florian Wiedemann verkündete stolz den Gewinner - das Gästehaus Luisenhof in Geisfeld. Familie Niebuhr hat mit viel Mut und einer Vision eine Scheune und zugehörige auffällige Gebäude renoviert und in ein luxuriöses Feriendomizil umgebaut. Außerdem hat das Gästehaus mit Regionalität und vielen nachhaltigen Ansätzen bei der Jury gepunktet. Stefanie Niebuhr, die mit ihrer Mutter aus Geisfeld angereist war, freute sich von ganzem Herzen über die Skulptur. Sie hätte niemals mit dieser Auszeichnung gerechnet, sagte sie und freue sich dafür umso mehr. Die Wertschätzung, die den Betrieben für ihren Einsatz entgegengebracht wird, ist ein wichtiges Signal in dieser Zeit.

In der Kategorie „Innovation“ wurde die Discgolf Schule von Leinen Los aus Gößweinstein zum Gewinner gekürt. Bei dieser Auszeichnung geht es um Betriebe mit außergewöhnlichen Ideen. Thomas Mehl und sein Team freuten sich riesig – auch sie hätten sich nicht träumen lassen, die TourismusKrone mit nach Hause zu nehmen. Herr Dr. Ewald Maier von der Sparkasse Forchheim öffnete den goldenen Umschlag und gratulierte dem Team von Leinen Los, das mit seiner Idee für die erste Discgolfschule Deutschlands, die Jury überzeugt hatte. Besonders hatte der Jury der regionale Ansatz gefallen und dass mit den künftigen Meisterschaften im Discgolf bundesweit Sportler und Gäste in unsere Region geholt werden. Übrigens findet die Deutsche Meisterschaft 2023 in Gößweinstein statt. Zum Schluss übergab Landrat Dr. Hermann Ulm Urkunden an alle Nominierten, dankte für ihren Einsatz und lobte die Vielfalt der touristisch geprägten Unternehmen der Region.

Unter den Nominierten waren die Obstwiese Schmitt aus Oberehrenbach, das Höhenschwimmbad Gößweinstein, der Wongersch-Stodl aus Bieberbach und Frank Weibelzahl vom Hüttendorf Fränkische Schweiz. Frau Hofmann

von Deutschlands einzigem Nachttopfmuseum war aus Partenfeld angereist und sorgte für den ein oder anderen Schmunzler, als sie ihr neues Projekt „ein Nachttopf geht auf Reisen“ vorstellte.

Das Team der Tourismuszentrale, das die Organisation übernommen hatte, freute sich über die vielen Gäste und das konstruktive Miteinander aller Teilnehmer, denn das ist schließlich das, worauf es ankommt - gemeinsam in der Region etwas zu bewegen. Weitere Informationen zur TourismusKrone erhalten Sie hier: fraenkische-schweiz.com/de/intern/tourismuskrone/

Quelle am 4.1.2024: www.treffpunktdeutschland.de/lokale-nachrichten/bayern-fraenkische-schweiz-feierliche-verleihung-der-tourismuskrone-2022-im-schlosshotel-betzenstein

2023 Jahresbericht der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz für 2023³⁴

Die Fränkische Schweiz blickt auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2023. Die gestiegene Nachfrage im Bereich der Übernachtungsgäste hat die Zahlen im Jahresverlauf über das Niveau von 2019 wachsen lassen. Abseits der Entwicklung statistischer Zahlen gibt es jedoch bedingt durch die allgemeinen Preissteigerungen sowie den anhaltenden Fachkräftemangel neue Herausforderungen im Tourismus, die von den Akteuren angenommen und zu denen Lösungen erarbeitet werden müssen. Nur so kann sich der Tourismus nachhaltig entwickeln und weiterhin ein tragender Wirtschaftsfaktor für die Region sein.

Qualitätsoffensive Wandern

Nach achtjähriger Umsetzungsphase wurde im Herbst 2023 die „Qualitätswanderregion Fränkische Schweiz mit starkem Kultur- und Gesundheitsprofil“ offiziell eröffnet. Mehr als 4.000 Kilometer Wanderwege, rund 21.000 Wegweiser, fast 200 Übersichtstafeln und knapp 370 Hinweisschilder zu Kultur- und Naturdenkmälern sorgen dafür, dass sich die Wandergäste auf ein hervorragend gepflegtes und digitalisiertes Angebot in der Fränkischen Schweiz freuen können.

Digitalisierung & Nachhaltigkeit

Das Hauptaugenmerk der Tourismuszentrale lag in diesem Jahr erneut auf dem Bereich Digitalisierung. Zahlreiche Online-Kampagnen, die starke Präsenz in den sozialen Medien sowie die suchmaschinen-optimierte Ausrichtung der Internetseite tragen ihre Früchte in Form von neuen Besucherrekorden. Die Erfolgsgeschichte der online buchbaren Unterkünfte hat sich auch in diesem Jahr fortgesetzt und zu einem neuen Höchststand an Buchungen und Umsatz ge-

führt. Ebenso erfreulich ist die Zunahme an online buchbaren Tickets über das Buchungssystem der Tourismuszentrale. Der Workshop „Nachhaltige Destinationsentwicklung“ war der Auftakt, sich mit diesem wichtigen Thema langfristig auseinanderzusetzen. Dank einer breiten Beteiligung konnten hieraus erste Ideen und Ansätze gewonnen werden.

Printmedien

Durch die Umsetzung der Positionierungsstrategie und des Corporate Designs wurde weiter mit Hochdruck an der Auffrischung des Images gearbeitet. So wurde in diesem Jahr erstmals die Broschüre „MTB & Gravelbike Tagestouren“ aufgelegt, die u. a. das facettenreiche Angebot der Bikeschaukel Fränkische Schweiz darstellt, mit der um das kaufkraftstarke Segment der Biker geworben wird. Das Gastgeberverzeichnis hat einen Relaunch erfahren und reiht sich von Aufbau, Design und Größe in die Reihe unserer Magazine zu den Themen Genuss und Erleben ein. Die Überarbeitung der ErlebnisCard sowie das neue Design der Übersichtskarte schließen die Umsetzung des neuen Corporate Designs im Bereich der Printmedien ab.

Präsentation der Fränkischen Schweiz

Neben dem Besuch zahlreicher Messen, wie der CMT Stuttgart und der Grünen Woche in Berlin, hatte die Fränkische Schweiz in diesem Jahr die Möglichkeit sich im Rahmen des Jahrestreffens des Bundesverbandes Deutsche Mittelgebirge zu präsentieren. Rund 30 Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer deutscher Mittelgebirgsregionen waren zu Gast und konnten sich von der Quantität und Qualität des touristischen Angebots in der Fränkischen Schweiz überzeugen.

Gemeinsam stark

Auf diesem Wege darf ich mich bei allen politischen Vertretern und Mitgliedskommunen, Verbänden und Vereinen, touristischen Betrieben und ehrenamtlich Engagierten für die gute Zusammenarbeit bedanken. Ein besonderer Dank gilt dem Tourismusverband Franken für das herausragende Engagement für den fränkischen Tourismus! Dr. Herrmann Ulm, Landrat

Fränkischer Tag am 31.03.2023 - Frühlingseinzug - Fränkische Schweiz wird zum Blütenmeer - Barometer zeigt Stadium an Die Fränkische Schweiz wird zum Blütenmeer. Ein Blütenbarometer der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz zeigt an, in welchem Stadium sich die Obstblüte gerade befindet. FRÄNKISCHE SCHWEIZ. Etwa 200.000 Kirschbäume verteilt auf 2.500 Hektar Anbaufläche – Die Fränkische Schweiz zählt zu den größten geschlos-

senen Kirschenanbaugebieten in Deutschland und darüber hinaus. Wie die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz erklärt, verwandelt sich im April die Landschaft rund um das Walberla wieder in ein weißes Blütenmeer. Nach einem Blick auf das Blütenbarometer wissen Wanderer und Erholungssuchende bestens Bescheid, wann ein Ausflug von Blüten oder duftenden Früchten begleitet wird. Je nach Witterungsbedingung zeigen sich die schönen weißen Süßkirschenblüten ab Mitte / Ende April. Nach einer Reifezeit von etwa 60 Tagen können die süßen Früchte in der Regel im Juni geerntet werden. Damit Urlauber die Blütezeit genau mitverfolgen können, hat sich die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz etwas ganz Besonderes einfallen lassen: Das Blütenbarometer. Es zeigt tagesaktuell an, in welchem Stadium sich die Blüte befindet. Sind die Knospen schon aufgegangen? Oder kann man die süßen Früchte schon von den Bäumen pflücken? Für Wanderer und Naturliebhaber, die das frühlinghafte Naturschauspiel erleben möchten, wurde zum Beispiel der Pretzfelder Kirschenlehrpfad entwickelt. Im Herzen des Kirschenanbaugebiets gelegen, ist Pretzfeld der perfekte Ausgangspunkt für eine Wanderung durch die blühenden Berghänge. Auf etwa neun Kilometern entlang unzähliger Kirschbäume vermitteln insgesamt 15 Schautafeln Wissenswertes zu den Themen Kirschenanbau, Natur und Geschichte. So zum Beispiel, dass viele der Streuobstwiesen-Besitzer ihre Früchte gleich nach der Ernte in den eigenen kleinen Brennereien zu edlen Destillaten verarbeiten. Schnaps, Geist und Brand werden dann oft direkt am Hof an Besucher und Händler verkauft. Auch die Genussbotschafter der Fränkischen Schweiz bieten Führungen durch die Obstgärten an. Tief in der Region verwurzelt, teilen sie ihr Wissen gerne mit den Gästen und begleiten sie auf ihrem Ausflug durch die blühende Landschaft. Weiterführende Informationen zur Obstblüte und zur Kirschregion gibt es unter: www.fraenkische-schweiz.com/erleben/sehenswert/kirschbluete. Ab sofort ist das Blütenbarometer auf www.fraenkische-schweiz.com online. Quelle: <https://www.infranken.de/lk/forchheim/landkreis-forchheim-fraenkische-schweiz-wird-zum-bluetenmeer-barometer-zeigt-stadium-an-art-5667854>

Am 7. April 2023 ist der rechtliche Rahmen für die Corona-Schutzmaßnahmen von Seiten der Bundesregierung (siehe <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/coronavirus/ende-corona-massnahmen-2068856>) ausgelaufen. Das heißt: Die letzten noch verbliebenen Corona-Maßnahmen sind weggefallen – wie das Tragen einer FFP2-Maske beim Besuch eines Krankenhauses oder Pflegeheimes. Damit kehrt wieder Normalität ins Leben der Menschen ein und Corona wird behandelt wie eine normale Grippe.

Feierliche Verleihung der „Tourismuskrone“ im Schlosshotel Betzenstein

Pressemitteilung der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz veröffentlicht am 22. September 2023. Quelle am 8.1.2024: <https://www.wiesentbote.de/2023/09/22/feierliche-verleihung-der-tourismuskrone-im-schlosshotel-betzenstein/>

Drei stolze Gewinner mit der Tourismuskrone 2023 gekrönt

23 Bewerber, 7 Nominierte und 3 strahlende Gewinner hat die Ausschreibung der Tourismuskrone 2023 hervorgebracht. Landrat Florian Wiedemann begrüßte alle Gäste in den heiligen Hallen des Schlosshotel Betzenstein und freute sich über die zahlreichen Teilnehmer. Die Brenner am Walberla hatten sich mit dem Tag der offenen Brauereien in der Kategorie Leuchtturm beworben. Dieser besondere Tag, der jedes Jahr am 3. Sonntag im Oktober stattfindet, feiert heuer 20-jähriges Bestehen. Initiator war damals „Teddy Dahlmann“, ohne den es diese besondere Veranstaltung so nicht geben würde. Die 13 Brenner und 3 Brauer wurden nun feierlich als Gewinner mit der Tourismuskrone geadelt. Willibald Schmidt, Anni Reichold und Reinhard Singer und nahmen die Auszeichnung von Landrat Dr. Ulm für sich und die Kollegen entgegen.

Viel Grund zum Feiern hatten gleich zwei Betriebe in der Kategorie Innovation – hier geht es um mutige touristische Projekte, welche die Region auf besondere Art bereichern. Dieter Steinhauer wurde von Markus Zweck (SPK Bayreuth) mit der Tourismuskrone für sein Herzensprojekt „Das Wolfsberghaus“ ausgezeichnet. Herr Steinhauer und seine Frau haben in mit viel Engagement das alte leerstehende Schulhaus an der Burgruine Wolfsberg in eine außergewöhnliche Ferienunterkunft verwandelt. Der gelungene Mix aus Vintage und Moderne bietet bis zu 12 Personen Raum für einen unvergesslichen Urlaub in der Fränkischen Schweiz. Dieses Projekt hat die Jury überzeugt, da es für größere Gruppen geeignet ist und eine gehobene Ausstattung bietet. Den zweiten Preis in der Kategorie Innovation hat Julia Buttler aus Kasberg bei Gräfenberg abgeräumt. Mit Ihrem Café Kunni hat sie die Herzen im Sturm erobert. Die alte Hofstelle, die sie mit ihrer Familie liebevoll renoviert hat, lädt einfach zum Wohlfühlen ein. Gerade in einer Zeit, in der es die Gastronomie nicht leicht hat, hat sich Julia Buttler entschieden ein Café mit Ferienwohnungen zu eröffnen. Frau Kunni gab es übrigens wirklich – auf dem Hof hat Kunni ihr ganzes Leben verbracht und wurde stolze 92 Jahre alt. Da sie ein Teil dieser Geschichte ist und damit sie nicht in Vergessenheit gerät, haben sich die Buttlers für den Namen „Frau Kunni“ entschieden. Harald Reinsch von der Sparkasse Forchheim verlas die Laudatio, rühmte das besondere Engagement und übergab der glücklichen Gewinnerin die Tourismuskrone. Dr. Ewald Maier, der die Tourismuskrone ins

Leben gerufen hat, hat es sich nicht nehmen lassen, bei der diesjährigen Verleihung als Ehrengast dabei zu sein. Zum Schluss überreichte Matthias Helldöfer, der die Veranstaltung moderierte, Urkunden an alle Nominierten. Er sprach seinen besonderen Dank für ihren Einsatz aus und lobte die Vielfalt der touristisch geprägten Unternehmen der Region. Unter den Nominierten waren die Waldbademeisterinnen aus Gößweinstein, der moments & fun Relaxpark aus Thurnau, Hotel-Brauerei & Gasthof Höhn aus Memmelsdorf und die Umweltstation Liasgrube aus Eggolsheim.

Die Tourismuszentrale stellt sich vor: In welchen Bereichen arbeitet die Tourismuszentrale heute?

Die Tourismuszentrale ist die landkreisübergreifende Geschäftsstelle des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz. Er erstreckt sich anteilig über 5 Landkreise: Forchheim, Bayreuth, Kulmbach, Bamberg und Erlangen-Höchstadt.

Das Gebiet umfasst insgesamt 70 Gemeinden. Vorsitzende des Gebietsausschusses sind: 1. Vorsitzender Dr. Hermann Ulm Landrat des Landkreises Forchheim. 2. Vorsitzender Florian Wiedemann, Landrat des Kreises Bayreuth. Wir unterstützen alle, die in der Fränkischen Schweiz touristisch tätig sind bei Ihrer Mission und helfen allen Urlaubern ihre schönsten Tage des Jahres zu gestalten. Wir bringen Gäste und Leistungsträger zusammen, unterstützen die Tourismusbüros unserer Region in Sachen Marketing und arbeiten dabei auf Augenhöhe zusammen. Getreu nach dem Zitat von Ken Blanchard: »Keiner von uns ist so klug wie wir alle« bringt jeder das ein, wofür sein Herz schlägt und was er am besten kann – denn unsere Leistungen sind genauso vielfältig wie unser Team.

- Gezielte Vermarktung über die bekannte Marke »Fränkische Schweiz«
- Präsentation im Internet: Gemeinden/Orte | Sehenswürdigkeiten | Touren (Wandern, Radfahren, etc.) Freizeiteinrichtungen | Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe | Veranstaltungen

- Präsentation in Broschüren

Gemeinden/Orte* | Sehenswürdigkeiten | Touren (Wandern, Radfahren, etc.)*
Freizeiteinrichtungen

Gastronomiebetriebe | Beherbergungsbetriebe | Veranstaltungen

- Präsentation auf Tourismusmessen

z. B. Freizeit & Garten, Nürnberg | CMT in Stuttgart | Grüne Woche in Berlin

- Pressearbeit, Marketing & Social Media

- Zugriff & Nutzung der zentralen Datenbank der gesamten Fränkischen Schweiz (Integration auf die eigene Gemeindeseite möglich)

- White-Lable-Nutzung der Internetseite
- System & Technik der Seite www.fraenkische-schweiz.com werden für eine eigene, gemeindliche Tourismuseite zur Verfügung gestellt*
- Nutzung des Bildarchivs der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz*
 - Regelmäßiger Newsletter*
 - Einladung zur Mitgliederversammlung*
 - Einladung zu Touristinfo-Sitzungen* (ca. 3 pro Jahr) zur konzeptionellen und strategischen Tourismusarbeit der Region inkl. Einbeziehung bei Projekten und Arbeitskreisen*
 - Unterstützung des Tourismusbeauftragten vor Ort
 - Beratung & Systembereitstellung für Online-Buchbarkeit (Übernachtungsbetriebe & Freizeitanbieter)
 - Beratung von Tourismusbetrieben (z. B. Marketing, Fördermittel)
 - Weiterbildungsangebote & Infoveranstaltungen
 - DTV-Klassifizierung von Ferienwohnungen, Ferienhäusern & Ferienzimmern
 - Zertifizierung aller Unterkünfte mit dem Gütesiegel Wandergastgeber des Deutschen Wanderverbandes
 - Erstellung von kostenlosen Broschüren zur Auslage in den Touristinfos & Tourismusbetrieben
 - Präsentation des Themas Tourismus und der daraus resultierenden Wertschöpfung in kommunalen Gremien
 - Unterstützung bei Akquise touristischer Investitionen, Beratung der Interessenten
 - Partnerlogo-Verwendung
- (Quelle: Broschüre der Tourismuszentrale: Wir sind von hier, 2023)
- * = Für Gemeinden

Die Rolle des Tourismusverbandes Franken und des Landratsamtes Forchheim in Bezug auf die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz

Die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz ist seit 1951 als eine von 16 touristischen Regionen Frankens, Teil des Tourismusverbandes Franken. Daher lautet auch die korrekte Bezeichnung: „Tourismuszentrale Fränkische Schweiz im Tourismusverband Franken“. Und das kam so:

Anfang des 20. Jahrhunderts, als die Bahn schon viele Regionen erschlossen hatte und bis 1904 60 000 Kilometer Gleise verlegt hatte kam auf höchster Ebene der Gedanke, mit der Bahn auch den Tourismus zu fördern. 1902 gründete sich deshalb der Deutsche Tourismusverband und jener versuchte, unter-

geordnete Regionalverbände in Deutschland zu etablieren, die aus den nahezu 200 bestehenden Verkehrs- und Verschönerungsvereinen gebildet werden sollen. Als Vorbild diente das Königreich Sachsen, in dem sich bereits zahlreiche touristische Vereine zum „Verein sächsischer Verkehrsvereine“ zusammengeschlossen hatten. 1904 am 17. Dezember trat auf regionaler Ebene der „Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Nürnberg und Umgebung e. V.“ auf die öffentliche Bühne. Ziel war, nicht nur Nürnberg zu vermarkten, sondern auch die nähere Umgebung, ganz so, als hätte man schon damals geahnt, dass es mal eine „Metropolregion Nürnberg“ geben sollte. Die enge Verbindung zwischen dem Stadtverein und dem Umgebungsverein bestand darin, dass anfangs meist der Bürgermeister auch der Vorsitzende der beiden Tourismusvereine war. Der Regionsverein wurde in den Jahren des Öfteren umbenannt: 1934 hieß er Landesverkehrsverband Nordbayern mit bayerischer Ostmark. In den 40-er Jahren hieß er Landesverkehrsverband Nürnberg und Nordbayern e.V. und wurde 1949 dann umbenannt in Fremdenverkehrsverband Franken e.V. Nürnberg. 1952 hieß er dann Fremdenverkehrsverband Nordbayern e.V. und 1974 bekam er den Namen Fremdenverkehrsverband Franken e.V. Aktuell heißt er jetzt Tourismusverband Franken e.V. Damit will man dokumentieren, dass der Gast kein „Fremder“ mehr ist, sondern als Tourist willkommen geheißen wird. Zweck des Verbandes ist laut Satzung: „...unmittelbar und ausschließlich alle Maßnahmen zu fördern, die der Pflege und Förderung des Fremdenverkehrs in Franken dienen können“. Der Tourismusverband Franken ist einer der sechs Hauptgesellschafter der „Bayerischen Tourismusmarketing GmbH“. Die wiederum versteht sich als „offizielle Vermarktungsgesellschaft der bayerischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft“. In seiner Sitzung vom 23. Juli 1951 wurde der Geschäftsführer des fränkischen Verbandes beauftragt, umgehend 12 Gebietsausschüsse in Franken zu bilden. Die Fränkische Schweiz kam dem nach in seiner Sitzung im August zum fränkischen Verband: Das „Neue Volksblatt“ vom 30.8.1951 schrieb unter der Überschrift „Gebietsausschuss Fränkische Schweiz im Fremdenverkehrsverband Nordbayern gegründet“, folgendes zu dem Ereignis:

BEHRINGERSMÜHLE. Der Fremdenverkehrsverband Nordbayern in Nürnberg hatte die Vertreter der Verkehrsvereine der Fremdenverkehrsgemeinden und der Landratsämter für den 28. August zur Gründung des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz nach Behringersmühle eingeladen. Verkehrsdirektor Bauer vom Fremdenverkehrsverband begrüßte die Gäste und streifte kurz die Entwicklung des Fremdenverkehrs seit 1946, als sich kleine und kleinste Verkehrsgebiete selbstständig machten und so die Organisation des Fremdenverkehrs als Ganzes zersplitterten. Jetzt endlich sei es so weit, dass wieder eine Organisation dasteht, die Bayern als dem größten in sich geschlossenen Fremdenverkehrsgebiet des Bundes wieder jene Haltung verschaffen wird, die ihm zusteht. Der

Strom der Fremden, insbesondere der von Ausländern, müsse nach Bayern hinein gelenkt werden. Im Rahmen dieser Aufgaben müsse sich der Verkehrsverband Nordbayern ganz besonders dafür einsetzen, dass Nordbayern und damit auch die Fränkische Schweiz im Rahmen der gesamten Verkehrswerbung und bei Vergebung der Mittel hierfür entsprechend berücksichtigt würden. Nordbayern sei das Gebiet, welches das größte Steueraufkommen innerhalb Bayerns habe und verdiene somit eine Förderung. Direktor Bauer ging dann auf die Gliederung der Fremdenverkehrsorganisation und die Aufgaben der Gebietsausschüsse im Besonderen ein. Nach einer kurzen Diskussion wurde beschlossen, einen Gebietsausschuss Fränkische Schweiz zu gründen. Von den zur Wahl vorgeschlagenen Herren wurde Rechtsrat Uhl - Muggendorf zum Obmann gewählt; Jobst-Pegnitz, Fuchs-Forchheim, Brandl-Hollfeld und Preis-Egloffstein wurden Stellvertreter. Rechtsrat Uhl (er war zu jener Zeit schon Vorsitzender des Fränkische Schweiz-Vereins erklärte sich bereit, die Wahl anzunehmen, bat jedoch Direktor Bauer um größtmögliche Unterstützung seitens des Nürnberger Verkehrsverbandes. Er appellierte an die Anwesenden, in Zukunft mehr Eignigkeit zu Wahren und nicht nur mit Worten, sondern in der Tat mitzuarbeiten. Direktor Bauer betonte, dass es sich um kein Ehrenamt, sondern um einen Posten, auf dem gearbeitet werden müsse, handle.

Im weiteren Verlauf seiner Ausführungen sagte er zu, dass für die Herausgabe eines Gebietsprospektes für die Fränkische Schweiz DM 8 000 bereitgestellt seien. Nach einer weiteren anregenden Diskussion schloss Direktor Bauer mit dem Dank und Appell zur Mitarbeit an die Anwesenden die sehr gut besuchte Versammlung (sr)“. Bis Anfang November 1951 konnten vom fränkischen Verband weitere Gebietsausschüsse gegründet werden: Frankenalb, Fränkische Heilbäder, Spessart, Altmühltal, Rhön, Fränkisches Weinland. Die Gründungsversammlung der Gebietsausschüsse Steigerwald, Hassberge, oberes Maintal und Frankenwald ist für die nächsten Tage angesetzt – steht in der Niederschrift über die Sitzung der Vorstandschaft des Verbandes, vom 8.11.1951 in Nürnberg. Mittlerweile verfügt der TVF über 16 Mitgliedsregionen. Hinzugekommen sind das Fränkische Seenland, Obermain.Jura (früher Maintal) und Coburg.Rennsteig, Im Süden der Region liegen die Gebiete Liebliches Taubertal, Romantisches Franken sowie die Städteregion Nürnberg (ER, Fü, N). Der fränkische Verband versteht sich ebenfalls als Vermittler, nur eben auf höherer Ebene als die „Fränkische“; zwischen dem bayerischen Verband (BayTM) und den fränkischen Gebieten.

Die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz ist also themenmäßig auf den Tourismusverband Franken angewiesen, der mit seinen Schwerpunkten „Erleben“ und „Aktiv“ den Werbe-Rahmen vorgibt, auf denen die Gebiete dann mit ein-

steigen können. Andererseits ist die Tourismuszentrale auch Teil des Landratsamtes Forchheim. Der aktuelle Rechtsstatus der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz innerhalb des Landratsamtes Forchheim ist folgender: Die „Tourismuszentrale“ ist ein Fachbereich der Landkreisverwaltung, der auf Geschäftsbereichsebene vom Landrat (L-Büros) geleitet wird. Die Tourismuszentrale ist rechtlich unselbständig und hat keine eigene Rechtspersönlichkeit (keine juristische Person des öffentlichen oder privaten Rechts). Die Tourismuszentrale ist damit Teil der Organisation der Gebietskörperschaft des Landkreises Forchheim und den rechtlichen Regelungen des öffentlichen Rechts (Landkreisordnung etc.) und der internen Regelungen (Geschäfts- und Dienstsanweisungen, Geschäftsverteilungspläne etc.) unterworfen. Diese Regelungen und deren Einhaltung sind zur Aufrechterhaltung eines geregelten Dienstbetriebes und zur rechtlichen Absicherung des Landkreises und seiner Beschäftigten erforderlich. Im Rahmen dieser Regelungen kann und soll die Tourismuszentrale die zugewiesenen Aufgaben fachlich eigenständig erledigen. Eine organisatorische Selbständigkeit zur Regelung von übergreifenden, zentralen Aufgaben (wie z.B. des Aufbaues eines eigenen Büronetzwerks) ergibt sich daraus nicht.

Quellen: 75 Jahre, Geschichte des Tourismusverband Franken, Festschrift Nürnberg 1979 - 100 Jahre DTV, die Entwicklung des Tourismus in Deutschland, Festschrift Frankfurt, 1902-2002 - 100 Jahre Tourismusverband Franken, Festschrift Nürnberg, 2004

In der Satzung des Tourismusverbandes Franken, Stand: 23. Juni 2017, Seite 2 und 3 sind die aktuellen Aufgaben der Gebietsausschüsse folgendermaßen definiert:

F. Gebietsausschüsse

§ 6

(1) Der Verband gliedert sich in Gebietsausschüsse, deren Bildung und deren Tätigkeit den besonderen Verhältnissen in einzelnen Landschaften, ihrem Eigenleben und ihrer Eigenwerbung Rechnung tragen sollen. Die Gebietsausschüsse bedürfen der Anerkennung durch die Mitgliederversammlung.

(2) Die im Rahmen ihrer Zuständigkeit gefassten Beschlüsse der Verbandsorgane sind für die Gebietsausschüsse verbindlich.

(3) Die Gebietsausschüsse erhalten zur Bestreitung ihrer Unkosten alljährlich Mittel im Rahmen des Haushaltsplanes des Tourismusverband Franken vom Verband zugewiesen. Die Abrechnung und Revision erfolgt alljährlich durch den Verband. Unbeschadet ihrer Mitgliedschaft zum Gebietsausschuss haben die Mitglieder ihre Beiträge unmittelbar an den Verband abzuführen.

(4) Aufgaben der Gebietsausschüsse sind

- a) ihr Gebiet für die Aufgaben des Tourismusverbandes aufzubereiten,
- b) zu diesem Zweck jeweils alle am Tourismus interessierten Personen und sonstigen Kreise zu erfassen, um möglichst einheitlich ihrem Gebiet für den Tourismus dienen zu können,
- c) aus der Kenntnis ihres Gebietes heraus die ihnen gemäßen Werbemaßnahmen durchzuführen. Soweit diese Maßnahmen vom Verband bezuschusst werden, erfolgt die Durchführung gemeinsam mit dem Verband.

(5) Mitglieder eines Gebietsausschusses sind die Mitglieder des Tourismusverbandes Franken, welche in dem Arbeitsgebiet des Gebietsausschusses ihren Wohn- und Geschäftssitz haben.

(6) Soweit vertragliche Vereinbarungen in den Gebietsausschüssen nichts anderes vorsehen, wählen die Mitglieder eines Gebietsausschusses ihren Vorsitzenden, einen oder mehrere Stellvertreter des Vorsitzenden, einen Kassier und einen Schriftführer, nach Bedarf weitere Vorstandsmitglieder sowie zwei Kassenprüfer. Kassier und Schriftführer können eine Person sein. Gewählt ist, wer die meisten abgegebenen Stimmen auf sich vereinigt. Wiederwahl ist zulässig. Die Dauer der Wahlperiode wird von den Gebietsausschüssen selbst bestimmt. Sie darf höchstens sechs Jahre betragen.

(7) Die Gebietsausschüsse halten jährlich eine Hauptversammlung ab, zu der der Verbandsgeschäftsführer einzuladen ist. Einladungsfrist, Beschlussfähigkeit, Stimmrecht und Vertretungsbefugnis regeln sich nach §11 Absatz 2 und 3.

(8) Im Übrigen regeln die Gebietsausschüsse ihre internen Aufgaben selbst.

Das Personal in der Tourismuszentrale seit Anfang an

Zum 30. September 1991 ging „Christl“ Thömmes (gest. im Juli 2010) in den Ruhestand. Sie war die Gründungsleiterin der Tourismuszentrale, seit Anfang an (1974) im Amt. Kurz zuvor gelang es ihr noch, innerhalb des ehemaligen Landratsamtsgebäudes in Ebermannstadt, in den ehemaligen Sitzungssaal und späteren Bücherei umzuziehen, dorthin wo die Tourismuszentrale noch heute ihre Büroräume hat.

Sie hatte von 1974 bis 1988 Erika Deckert als Mitarbeiterin, die von der Personalausweisstelle des Landratsamtes Ebermannstadt in die Tourismuszentrale

wechselte und von 1962 bis Renteneintritt im Landratsamt arbeitete. 1984 kam mit Gerlinde Nagengast eine weitere Mitarbeiterin in die Tourismuszentrale. Franz-Xaver Bauer kam am 1.7.1988 für Frau Deckert, die im Juni 1988 in den Ruhestand ging und am 29.09.2018 gestorben ist. Vom 1.10.1991 bis Ende 2011 war Bauer, Nachfolger von Frau Thömmes, als TZ- Leiter von Landrat Ammon bestimmt worden. Bauer war nach 8-jährige Dienstzeit beim Bundesgrenzschutz und der Ausbildung zum Beamten im mittleren Dienst bei der Justizverwaltung, 11 Jahre Leiter der Touristinformation Gößweinstein, bis zum Wechsel in die TZ, wo er bis zur Rente 2012 auch blieb.

Angela Theiler, gelernte Hotelfachfrau, stieß im Oktober 1991 zur TZ, kurz vorher Stefan Fürst, der wie Bauer zuvor das Tourismusbüro in Gößweinstein leitete. Fürst blieb nur 9 Monate, zum 1. August 1992 ist Reinhard Löwisch, gelernter Zugbegleiter, dazu gestoßen, als Nachfolger für den wieder ausgeschiedenen Stefan Fürst. Löwisch schied aus Altersgründen zum 31.7.2020 und damit nach 28 Jahren aus. Er hat am Längsten in der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz gearbeitet. Angela Theiler wechselte im Sommer 1995, als Nachfolgerin für die im April 1995 bei einem Verkehrsunfall ums Leben gekommene Gerlinde Nagengast von der TZ in das Verkehrsamt in Ebermannstadt (bis zum Spätsommer 2023, danach ging sie in Vorruhestand). Für Theiler kam im Oktober 1995 Simona Bohnhorst in das TZ-Team als Vollzeitkraft. Seit April 2011 arbeitet Frau Bohnhorst nur noch halbtags (am 28. Februar 2021 ging Sie in Rente), weshalb mit Ulrike Krüger eine zweite Halbtagskraft angestellt wurde. Beide kümmern sich vor allem um die Post, das Lager und andere Büroarbeit. Seit 2009 ist mit Vera-Heidrun Wölfel aus Pegnitz, eine gelernte Steuerfachgehilfin die vierte Kraft im Büro. Am 31.3.2012 ging der Büroleiter Franz-Xaver Bauer in den Ruhestand. Ihm folgte zum 1.1.2012 Sandra Schneider aus Kelheim nach, die nach 8 Jahren zum 31.3.2020 auf eigenen Wunsch wieder ausgeschieden ist. Wurden unter Bauer alle Arbeiten im Büro von allen Mitarbeitern erledigt, was vor allem, im Vertretungsfalle sehr hilfreich war, wurde unter Leitung von Frau Schneider die Tourismuszentrale personaltechnisch in Bereiche aufgeteilt, was den Zuwachs an Personal erklärt. Seit Oktober 2015 ist mit Diplom-Betriebswirt Matthias Helldörfer ebenfalls ein ehemaliger Leiter des Tourismusbüros Gößweinstein, der dritte, Mitarbeiter im Büro-Boot. Er übernahm nach dem Ausscheiden von Frau Schneider die Leitung des Büros. Dann gibt es noch Christina Hagen. Sie ist halbtags angestellt und betreibt seit Mai 2016 hauptberuflich den Bereich Onlinebuchung. Nachdem Simona Bohnhorst 2021 ebenfalls in den Ruhestand verabschiedet wurde, galt es zeitnah das Team wieder zu komplettieren, um die anstehenden

Herausforderungen bewältigen zu können. Mit Yvonne Götz (Vollzeit seit April 2021) konnte erstmals eine Mediengestalterin gewonnen werden, die sich zudem für die Betreuung der Leistungspartner verantwortlich zeigt. Mit hervorragenden regionalen Kenntnissen verstärkt Sonja Liebel (Teilzeit, ebenfalls seit April 2021) das Team im Bereich Gästeservice. Für eine noch bessere Wahrnehmung der Fränkischen Schweiz im Bereich Social-Media, Marketing und Presse sorgt Cindy Distler (Teilzeit seit August 2021), Lena Audenrith kam im Januar 2023 (Vollzeit) als Vertretung für Christina Hagen, die sich derzeit in Elternzeit befindet. Aus der Vielzahl der Praktikanten, die bisher in der Tourismuszentrale Dienst taten, ragt eine Person heraus: Anja Goller. Sie hat während ihres Tourismusstudiums ihre Praktikas, vier mal drei Monate über drei Jahre verteilt (1995-97) in der Fränkischen Schweiz absolviert und damit die Region und die Arbeit in der Tourismuszentrale sehr gut kennen gelernt. Sie war auf touristischen Messen, sie führte eigenständig die Präsentation der Region auf den Messen „Mannheimer Maimarkt“ 96 und 97 und „Harz und Heide“ 96 in Braunschweig mit Vor- und Nachbereitung durch. Im Verkehrsbüro Pottenstein, Thomas Bernard war ihr Studienbegleiter, lernte sie zudem die Aufgabenbereiche einer Tourist-Information kennen. Mit ihrer Diplomarbeit zum „Familienurlaub in der Fränkischen Schweiz“ regte Frau Goller die touristischen Anbieter der Region an, Ideen zur familienfreundlichen Angebotsgestaltung einzubringen. Mit viel Kreativität entwickelte sie einen Katalog von realisierbaren Maßnahmen, mit dem sie bei ihrer Präsentation zur Mitgliederversammlung des Gebietsausschusses „Fränkische Schweiz“ am 31.03.98 auf äußerst positive Resonanz stieß. Daraus entstand ein 10-Kriterien-Standard für Vermieter. Wenn sie alle erfüllt waren, bekam das Quartier, wenn gewünscht, das Zertifikat der Tourismuszentrale für „familienfreundliches Quartier“.

Die Kriterien für familienfreundliche Beherbergungsbetriebe waren und sind:

- In allen Familienräumlichkeiten gilt Rauchverbot.
- Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen, Sportgeräte etc. im/am Objekt.
- Möglichkeit zum Abdunkeln der Schlafzimmer.

Folgende Zusatzausstattung wird auf Wunsch zur Verfügung gestellt:

- - Babybett
- - Kinderbett
- - Kinderbettwäsche
- - Kinder-Hochstuhl
- Waschmaschinennutzung und Trockenmöglichkeit oder alternativ Wäscheservice.
- Spiel- und Beschäftigungsmöglichkeiten für verschiedene Altersgruppen.
- Außenspielbereich vorhanden. (Stand: 27.11.2023)

Tourismuszentrale - Online-Entwicklung

Die Entwicklung der Onlinedienste zeigt von Anfang an, stetig nach oben. Das hängt zum einen damit zusammen, dass jedes Jahr mehr Menschen das Internet nutzen. Andererseits orientiert sich der Webauftritt der Tourismuszentrale schon immer an den Wünschen der User. Eine erste diesbezügliche Umfrage wurde im Jahre 2000 durchgeführt, eine zweite im Jahr 2007; jeweils verbunden mit einem Preisausschreiben, um die Attraktivität der Umfrage zu steigern.

Alles begann 1982. Bis 1996 nutzte die Tourismuszentrale den Bildschirmtext (BTX) von der Telekom über „Fränkische Schweiz#“. Nur Text konnte hinterlegt werden, keine Bilder. Zum 1. Feb. 1996 kam die „Mailbox Fränkische Schweiz“, die bei der bei Fa. Haberberger über Tel. 09242-9131 mit ca. 500 Teilnehmern aus dem Katalog eingerichtet war dazu, um den neuen Markt zu bedienen. Im Oktober 1995 installierte man die erste Internetseite bei www.web-fo.de, (dahinter standen die Studenten Stefan Stammer, Lars Freund und Alexander Much) - mit Feedbackformular und Gästebuch. Ihnen verdanken wir (und auch die Stadt Forchheim) die frühe Homepage im Internet, weil sich alle drei sehr stark für das Medium interessierten und sogar Kurse in html-Sprache anboten. Frankenweit war die Fränkische Schweiz der erste Anbieter einer touristischen Homepage. Danach kam die Stadt Würzburg.

Sommer 1996: als erste Region Bayerns ist die Fränkische Schweiz an Bayern Tourismus Line (BTL), dem ersten bayernweiten Netzwerk angeschlossen worden. Techniker und Programmierer kamen extra aus München angereist, um die Software zu installieren. Über eine Telefonleitung und eine spezielle Einwahlsoftware gelangte man in die Datenbank und musste online Datenpflege betreiben. November 1996: erste Vorarbeiten (Domainregistrierung, Layout, Technik) zu www.fraenkische-schweiz.com. Dabei wurde festgestellt, dass fraenkische-schweiz.de schon von einer Bayreuther Agentur gekauft worden war; daher die .com, was für „kommerziell“ steht. 17.5.1997 Vertrag mit Web-Fo über Erstellung www.fraenkische-schweiz.com. Juni 1997: www.fraenkische-schweiz.com im Netz aktiv mit ersten Seiten. Bis Ende November 1997 sind insgesamt fast 300 Seiten mit Infos aus allen Bereichen eingestellt worden. Von Oktober 1997 bis Juni 1998 kamen 26.600 Besucher (Visits) auf die Homepage mit 319.443 Dateiaufrufen (Hits). Im gleichen Zeitraum die ersten 160 Prospektanfragen per E-Mail (fraenkische-schweiz@t-online.de) bekommen. BTX wurde gekündigt in diesem Jahr, da nur noch rund 200 Anfragen gezählt wurden. 1998: Die Mailbox wieder aufgegeben, da sich das Internet weit besser entwickelte. Bei der www.fraenkische-schweiz.com sind in diesem Jahr 49 499

Besucher mit Statistikprogramm (webalizer) erfasst und 734 E-Mail-Anfragen bearbeitet worden. Oktober 1999: BTL aufgegeben. Grund: Auf der Fränkische Schweiz.com hatten wir in diesem Jahr 133.852 Besucher mit 1.117 E-Mail-Anfragen. Zum Vergleich: über BTL kamen nur 31 E-Mailanfragen im gesamten Jahr.

www.fraenkische-schweiz.com - Entwicklung anhand von Benutzerzahlen:

- 2000: 166.000 Besucher mit 1,7 Mio. Hits (Dateiaufrufe)
- 2007: 678.049 Besucher mit 9.103.641 Hits
- 2013: 805.645 Besucher mit 20.994.755 Hits

Parallel dazu wurde die www.fs-biker.de eingerichtet, mit der man Motorradfahrer ansprechen wollte. Sie war im Vorgriff auf die Zusammenarbeit mit der Polizei im Bereich Motorradfahrersicherheit erstellt worden. Ursprünglich geplant waren Tourenempfehlungen der Polizei, die einerseits bekannte Gefahrenstellen umfahren oder speziell im Tourentext darauf hinweisen sollten. Außerdem gab es Listen motorradfreundlicher Quartiere, Gaststätten und gleichgesinnten Aktionen wie der Kulmbacher Sternfahrt, die es heute noch gibt.

- 2003: 13.840 Besucher mit 061.436 Hits
- 2011: 19.955 Besucher mit 116.787 Hits

Im Jahr 2012 wurde das Motorradweb ins normale Web integriert, da sich der Aufwand nicht rentierte und die Datenpflege dadurch vereinfachte. Von Juni 2002-2015 wurde die Internetpräsenz von Reinhard Löwisch gepflegt. Nur noch die Technik des Webs und die Technik der Datenbank wurde serverseitig von Stefan Stammer bzw. später von der Fa. Faktori gemanagt. 2008 fiel der Entschluss, das auf html-Seiten basierende Web umzustellen auf ein datenbankgestütztes Content-Management-System. Hintergrund ist die Einbindung interaktiver Karten und Web 2.0 Applikationen, die den Gast einladen, auf der Homepage „aktiv“ zu sein. Bestes Beispiel dafür ist unser Online-Katalog der auf einer Flash-Animation aufbaut und ein virtuelles Anschauen unseres Unterkunfts kataloges (als Blätterkatalog) ermöglicht.

Von Dezember 2008 bis Ende Februar 2009 dauerte der „Relaunch“ von rund 220 Seiten. Dabei wurden alle Daten überprüft und bei der Gelegenheit die Telefonnummer auf DIN-Format umgestellt und beispielsweise 144 neue Bilder bearbeitet und eingestellt. Das Layout stammt von Reinhard Löwisch die Technik und das Programm brachte Alexander Dittrich von Faktori www.faktori.de ein, der auch unsere Internetserviceprovider war. Die Auswahl und Gewichtung

an Themen und Texten nimmt Bezug auf die Onlineumfrage 2007, die knapp 400 beantwortete Fragebögen einbrachte und viel gute Anregungen.

Die Rubriken wurden deshalb auch beibehalten. Neu ist auch die Barrierefreiheit der Homepage, die nunmehr von Menschen mit Sehbehinderung unter Zuhilfenahme einer speziellen „Lesesoftware“ oder mit der Vergrößerung der Schrift betrachtet werden kann. Barrierefrei heißt auch: Verzicht auf Tabellen und auf Formatierungsmerkmale, die nicht von den Hilfsprogrammen ausgelesen werden können. Außerdem enthält die Druckansicht nur den Text der Seiten, nicht die Navigationsleisten. Wir arbeiten ausschließlich mit Cascade-Style-Sheet (CSS) basierten Dateiformatierungen. 2014: Einstellung von Matthias Helldörfer mit Schwerpunkt Internetumbau. 2015 hatte die Homepage bis 27.11.2015 (alte HP) erstmals mit 1 032 687 Visits = Besuche und damit mehr als eine Million Gäste im Jahr. Im November 2015 ging die neue Homepage online: Technisch war sie durch die vielen verschiedenen Komponenten, die nicht alle aus einer Hand zu bekommen sind, eine große Herausforderung. Ziele waren eine benutzerfreundliche Navigation, die Optimierung für mobile Endgeräte wie Tablets und Smartphones, ein neues Tourenportal für alle Aktivitäten, wie u.a. Wandern und Radfahren und eine zentrale Datenbank für alle Bereiche, wie z.B. Sehenswürdigkeiten, Gastronomie oder Brauereien. Ende November 2015 wurde die Seite dann relauncht, d.h. neu ins Netz gestellt: Die vielen Themen der Region wurden den drei Überkategorien Erleben, Schmecken und Wohlfühlen untergeordnet. Die drei Sparten wurden auch in den Printbereich mit der gleichen Farbgebung übernommen.

Die Homepage die Matthias Helldörfer seit 2015 aufbaute, orientiert sich an den Bedürfnissen der neuesten Technik und bietet Annehmlichkeiten, die es in früherer Software nicht gab. Sie ist nach dem Prinzip aufgebaut an einer Stelle die Daten zu pflegen und sie aber mehrfach zu verwenden. 1x als Datenbankeintrag, 1x als Internetauftritt, ebenfalls mit Suchfunktion, 1x Datengrundlage für Web-to-Print, 1x als White Label-Lösung, d.h. andere Gemeinden können das Konstrukt auf ihre Homepage übernehmen, inkl. allgemeine Daten und mit eigenen Gemeindeinhalten ergänzen. Dazu kamen ein Tourenportal für Wanderwege, Radwege etc. und eine Schnittstelle zu Fo:Kus, der Veranstaltungsplattform des Landkreises Forchheim. Außerdem gab es Schnittstellen für Smartphones (Wischkästchen), daher Bildlauf von rechts nach links oder umgekehrt, die Einbindung von Facebook, Twitter und Google. Insgesamt sind 6 Programme integriert und miteinander vernetzt; ein hochkomplexes Gebilde:

Neben der Datenbank und dem Internetprogramm ist ein - Shop eingebunden, in dem man Prospekte und Giveaways bestellen kann und auch Prospekte als Dann gibt es ein Tourenportal in dem wie der Name sagt, Touren eingegeben und gepflegt werden können: egal ob Radl'n, Wandern, Boot fahren etc. Integriert ist ein Navigationssystem, das die angegebenen Adressen auf einer Karte anzeigt. Mit die wichtigste Neuerung: Ein Onlinebuchungssystem, mit dem ab dem Sommer 2016 der Versuch in der Tourismuszentrale gestartet wurde, Zimmer und Fewo's über die Homepage fest zu buchen. Dazu braucht es Vermieter die bereit sind Provision zu zahlen und die Bettenkontingente zur Verfügung stellen. Daran scheiterte das ganze bisher. Nun aber, nach dem fünften Anlauf klappte die Sache und sehr viele Vermieter beteiligen sich mittlerweile daran.

Die Tourismuszentrale sieht sich im digitalen Bereich schon immer als Vorreiter für die Fränkische Schweiz. So wurde im Laufe des Jahres 2022 die Internetseite der Fränkischen Schweiz wieder (nach 7 Jahren) komplett erneuert und mit innovativen Angeboten ergänzt. Von der Integration der VGN-Fahrplandaten in Echtzeit über die Einführung online buchbarer Erlebnisse bis hin zur barrierefreien Bedienbarkeit und inklusive Angebote für Menschen mit Behinderung konnten in diesem Jahr viele Neuerungen umgesetzt werden. Als eine der ersten Urlaubsregionen liefert die Fränkische Schweiz Datensätze an die Bayern Cloud Tourismus, um so eine hohe Wahrnehmbarkeit der Region zu garantieren. Hierfür wurde der gesamte Bildbestand der Tourismuszentrale nachlizenziert, so dass die Bilder Dritten zur Verfügung gestellt werden können. Die Erfolgsgeschichte der online buchbaren Unterkünfte hat sich auch in diesem Jahr fortgesetzt und zu einem neuen Höchststand an Buchungen und Umsatz geführt.

Franz-Xaver Bauer: Erinnerungen an meine Zeit in der Tourismuszentrale (TZ) zwischen 1985 und 2012

Bedingt durch die enge personelle Situation, die Leiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, Frau Christel Thömmes wurde nur durch eine Halbtageskraft unterstützt, waren auch die Möglichkeiten der Tourismuszentrale vorrangig nur auf das Marketing nach außen beschränkt. Dabei nutzte die Geschäftsführerin ihre guten Kontakte zu den Medien, das Innenmarketing konnte dadurch nicht im erforderlichen Maße betrieben werden. Nur wenige Tourismusmessen, es waren dies die ITB in Berlin, die Vakantie in Utrecht sowie die Reisemesse in Essen wurden besucht, allerdings ohne eigenen Messestand.

Um das Innenmarketing kümmerten sich in erster Linie bis Ende siebziger Jahre die Touristinformationen der größeren Tourismusgemeinden wie Potten-

stein, Gößweinstein, Wiesental, Ebermannstadt und Waischenfeld. Erst ab dieser Zeit entstanden Verkehrsämter in Forchheim, Heiligenstadt, Hollfeld, Egloffstein, Obertrubach, Betzenstein, Pegnitz. Auch die Aktivitäten der Tourismuszentrale konnten in dieser Zeit etwas verstärkt werden und so präsentierte sich die Fränkische Schweiz erstmals in einem Gemeinschaftsstand mit dem Fichtelgebirge und der Region Main-Spessart auf der ITB in Berlin. Hier wurde Frau Thömmes immer von mir, dem Gößweinsteiner Verkehrsamtsleiter über die gesamte Messedauer unterstützt. Um aber die Region noch besser auf den Messen darstellen zu können, wurde dafür ein 40 Quadratmeter großer Messestand angeschafft, der zuerst eine Tropfsteinhöhle darstellte und später dann einen Marktplatz mit Motiven aus der Fränkischen Schweiz. Auf einer integrierten Aktionsbühne sorgten regional bezogene Standaktivitäten, wie z.B. das Freilegen von Fossilien oder ein Waffenschmied, Golfspielen, Brennereien und Brauereien, die Vorstellung des Osterbrunnenbrauches und eine Thurnauer Töpferei für großes Interesse bei den Fachbesuchern und beim Messepublikum. In dieser Zeit verfügte man bei den Printmedien nur über eine Panoramakarte, Ortsprospekte und ein vom Tourismusverband Franken herausgegebenes Unterkunftsverzeichnis mit Hotels, Gasthöfen und den größeren Pensionen.

Auf Initiative der Verkehrsämter entstand dann die Herausgabe einer Gästezeitung in den jeweiligen Monaten April bis Oktober, in der vor allem auf die Veranstaltungen in der Fränkischen Schweiz hingewiesen wurde und in Kurzform, die Sehenswürdigkeiten mit Öffnungszeiten u.s.w. beschrieben waren. Die Fortentwicklung und flächendeckende Erweiterung des Erlebnispasses war eine weitere Verbesserung für die Gäste. Nun erfolgte auch die Einstellung einer Ganztageskraft, als die bisherige Halbtageskraft in den Ruhestand eintrat. In dieser Zeit wurde auch eine engere Zusammenarbeit zwischen den Verkehrsämtern und der Tourismuszentrale forciert. Die Folge war, dass erstmals unter der Federführung der TZ ein umfangreicher Urlaubskatalog entstand, in dem neben einer aufwendigen Imagedarstellung der Region, sich die Unterkunftsbetriebe mit Bild und Text darstellen konnten. Regelmäßige Zusammenkünfte intensivierten die Zusammenarbeit der Verkehrsämter mit der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz. Auch die Aufgaben wuchsen immer mehr und so erkannten die politisch Verantwortlichen die Notwendigkeit, den Personalstand in der Tourismuszentrale mit einer weiteren Ganztageskraft aufzustocken. Die Folge war, dass ich im Jahr 1988 als Stellvertreter von Frau Thömmes vom Verkehrsamt Gößweinstein in die TZ nach Ebermannstadt wechselte, da ich durch die jahrelange enge Zusammenarbeit mit Frau Thömmes und der TZ viel Erfahrung zu den dort anstehenden Tätigkeiten sammeln konnte, Zu den Hauptauf-

gaben gehörten vorrangig die weitere Verbesserung im Innenmarketing sowie die Verstärkung der Messetätigkeiten. Als dann Frau Thömmes im Jahr 1991 in den vorzeitigen Ruhestand trat, wurde ich als ihr Vertreter mit der Aufgabe des Geschäftsführers betraut.

Eine der ersten Maßnahmen war die Überarbeitung des bisherigen Messekonzeptes. Neben der kostenintensiven Messetätigkeit der TZ beschlossen die Tourismusgemeinden weitere Messebesuche, die durch die TZ organisiert und von den Kommunen finanziert wurden. Dafür wurde auch ein zweiter zusätzlicher kleinerer Messestand angeschafft. Als neue Messeplätze wurden Frankfurt, Nürnberg, München, Mannheim und Bielefeld aufgenommen. Die personelle Betreuung erfolgte durch die TZ, gemeinsam mit den Verkehrsamtsleitern. Bei den Messeauftritten nutzten wir auch die guten Kontakte zu prominenten Persönlichkeiten aus allen Bereichen. So war in Hamburg regelmäßig der legendäre Fußballer Uwe Seeler und zahlreiche Spieler des Hamburger Sportvereins am Stand vertreten und gaben Autogramme an das Publikum ebenso wie der ehemalige Nationaltorhüter Sepp Maier. In Leipzig war es der berühmte Skispringer Jens Weisflog, in München Olympiasieger Markus Wasmeier und Starkoch Alfons Schubeck. Auch die politische Prominenz wie der ehemalige regierende Bürgermeister von Berlin, Eberhard Diepgen oder die verschiedenen bayerischen Staatsminister zeigten großes Interesse bei ihren Besuchen am Messestand der Fränkischen Schweiz. Als die Leiterin der Touristinformation Ebermannstadt, Frau Herma Zacharski in Rente ging, übernahm die bisherige Mitarbeiterin der TZ Gerlinde Nagengast deren Stelle.

Für sie wurde in der TZ Frau Angela Theiler eingestellt und Reinhard Löwisch füllte meine frei gewordene Stelle aus. Als eine der ersten Veränderungen im Marketing wurde die bisherige finanziell aufwendige Messepräsentation auf den Prüfstand gestellt. So integrierte man sich zukünftig bei den bedeutenden Messen immer in den Gemeinschaftsstand des Tourismusverbandes Franken, was neben einer enormen Kostenersparnis auch weniger Standpersonal der TZ bewirkte. Dies ermöglichte nun die Beschickung neuer Messeplätze in Leipzig, Dresden, der RDA in Köln, die Wandermesse in Düsseldorf und Zürich sowie den Workshop in Wien, wo vor allem österreichische Omnibusunternehmen beworben wurden. Erfolgreich waren und sind die Auftritte auf der „Grünen Woche“ in Berlin. Auch bei Tagesaktionen mit einem Oldtimerbus, der als Informationsstand in den Fußgängerzonen von Großstädten über ganz Deutschland verteilt eingesetzt wurde, konnten viele Interessenten erreicht und somit der Bekanntheitsgrad der Fränkischen Schweiz gesteigert werden.



Abb 19: Hermann Rieger (re.) legendärer Masseur des HSV zusammen mit Gerlinde Nagengast (Tourismuszentrale Fränkische Schweiz) Uwe Seeler, Angelika Meier (TI Pegnitz) und Xaver Bauer (li.), 1990 auf der Reisemesse in Hamburg. Foto: TZ

Alljährlich wurden durch die Tourismuszentrale und mit Unterstützung der Touristinformationen bis zu 15 Messeauftritte und verkaufsfördernde Veranstaltungen durchgeführt. Auf den beiden Autobahnraststätten Fränkische Schweiz/Pegnitz Ost und West wurden Prospektauslagen installiert und auf der Frankenfarm bei Himmelkron ein Info-Pavillon errichtet, dieser gemeinsam mit dem Fichtelgebirge und dem Frankenwald. Über diese Einrichtungen konnten viele Prospekte abgesetzt werden. Dabei wurden auch Rücklaufkarten verwendet, die für statistische Zwecke genutzt wurden. Alljährlich wechselnde Jahresthemen weckten ein großes Interesse vor allem bei den Medien, aber auch bei den Urlaubs- und Tagesgästen. Als herausragend muss hier das sogenannte „Romantikerjahr“ genannt werden. Unter der fachlichen Leitung des Kulturamtes im Landratsamt Forchheim wurde an die Entdeckung der Fränkische Schweiz durch die Romantiker, allen voran Ludwig Tieck, Wilhelm Heinrich Wackenroder, Ludwig Richter sowie an das Wirken der Schlüsselberger mit einem über das ganze Jahr verteilten aufwendigen Veranstaltungsprogramm erinnert. Ein Ritterstechen im Ahorntal und zahlreiche mittelalterliche Märkte und Musikveranstaltungen und Theateraufführungen sprachen eine große Schar von Besuchern an.

Weitere Jahresthemen waren z.B. das „Höhlenjahr“, Brennereien und Brauereien, oder „Landleben erleben“, mit dem „Urlaub auf dem Bauernhof“ in den Vordergrund gestellt wurde. Mit zahlreichen regionaltypischen Aktionen hebt sich die Fränkische Schweiz von anderen Urlaubsgebieten Frankens ab. So haben besonders die „Scharfen Wochen“ voll eingeschlagen. Bis zu 70 gastronomische Betriebe beteiligten sich dabei an dem kulinarischen Event, bei dem das regionale landwirtschaftliche Produkt, der Meerrettich, im Vordergrund stand. Aus der gemeinsamen Idee der Stadt Baiersdorf, der Tourismuszentrale und der Fa. Meerrettich Schamel entstand der vielbesuchte „Baiersdorfer Krenmarkt“ und die Krönung der „Bayerischen Krenkönigin“. Vielbeachtet waren dabei auch die Eröffnungsveranstaltungen Ende September mit prominenten Künstlern, wie dem weltbekannten Clown Oleg Popov oder dem Kabarettisten Klaus Karl Kraus. Die „Fränkische Kirschenkönigin“ repräsentiert bis heute das Obstbauland Fränkische Schweiz ebenso wie die Forchheimer „Bierkönigin“, die bei Messeauftritten nach wie vor die Werbetrommel für die kulinarischen Produkte aus der Region rühren. Ein besonderes Augenmerk wurde auf die „Aktivregion Fränkische Schweiz“ gelegt. Hier stand natürlich das Thema „Wandern“ besonders im Vordergrund. Aber auch Radfahren wurde immer interessanter. Klettern und Kajak fahren, Fliegenfischen und der Golfsport, ebenso wie Segelfliegen fanden in der Werbung die notwendige Berücksichtigung in der Angebotspalette für aktive Urlaubsgäste. So wurde das Radwegenetz erstmals ausgeschildert und eine Radwanderkarte aufgelegt.



Das über viele Jahre erfolgreiche und durch die TZ organisierte Angebot „Wandern ohne Gepäck“ drückte sich in hohen Buchungszahlen aus. Zu all diesen Themen erschienen jährlich Sonderbroschüren.

Abb 20. Der weltberühmten Clown Popov war bei der Eröffnung der Scharfen Wochen 2007 (Ende September) in Hirschaid mit dabei. Er wohnte zu Lebzeiten mit seiner deutschen Frau in Eglöfstein, wo er am 9.11.2016 auch begraben wurde. Foto: Löwisch

In Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Franken wurden die beiden Qualitätswege „Frankenweg“ und „Fränkischer Gebirgsweg“ entwickelt, bei de-

nen jeweils längere Teilstrecken durch die Fränkische Schweiz führen. Im Zuge der Verlängerung der „Burgenstraße“, eine der ältesten touristischen Routen durch Deutschland, wurde auch die Fränkische Schweiz mit einbezogen und zählt zu den attraktivsten Teilstücken der insgesamt 780 km langen von Mannheim bis nach Bayreuth führenden Route. Begleitend dazu ist ein Fahrrad- und durch die Fränkische Schweiz eine Wandstrecke ausgeschrieben.

Rechtzeitig erfolgte der Einstieg in das so genannte Zeitalter der neuen Medien. So war die Fränkische Schweiz eine der ersten Urlaubsregionen in Bayern, die sich mit einer eigenen Internetdarstellung im „Web“ präsentierte und damit auf Anhieb eine große Besucherzahl erfreuen konnte. Gemeinsam mit drei Studenten der Uni Erlangen und unter maßgeblicher Mitwirkung des TZ-Mitarbeiters Reinhard Löwisch gelang von Anfang an der erfolgreiche Start in das Zeitalter des Internets und ergänzte damit die bisherigen traditionellen Printmedien. Zu einer verbesserten Darstellung des Übernachtungsangebotes sorgte die „Sterne-Klassifizierung“ für Hotels und Gasthöfe, die vom Hotel- und Gaststättenverband abgewickelt wurde. Im gleichen Zuge erfolgte auch die Klassifizierung der Privatzimmer und Ferienwohnungen durch die Tourismuszentrale nach den Vorgaben des Deutschen Tourismusverbandes.

Von großer Bedeutung in der Medienarbeit war der forcierte Kontakt zu den Rundfunk- und Fernsehanstalten, allen voran der Bayerische Rundfunk. Aber auch der Süddeutsche Rundfunk, WDR und Saarländische Rundfunk produzierten aufwendige Darstellungen über das Urlaubsland Fränkische Schweiz mit beliebten Musiksendungen, wie die „Straße der Lieder“ mit Gotthilf Fischer, „Kein schöner Land“ mit Günther Wewel und „Weihnacht in Europa“ mit Gunther Emmerlich. Zahlreiche Sendungen wurden von Werner Teuff in der Reihe „Landgasthäuser“ unter maßgeblicher Mitwirkung der Tourismuszentrale produziert und werden über Jahre hinweg bis heute im Bayerischen Fernsehen und anderen Sendeanstalten mit einer hohen Einschaltquote ausgestrahlt. Die Fränkische Schweiz konnte auf Hinwirkung der TZ in den Vorschlagskatalog von „Film-Fernseh-Fond Bayern“ aufgenommen werden. Die Folge war, dass etliche Spielfilme wie beispielsweise „die Erntehelferin“ mit Christine Neubauer, „Seven Servants“ mit dem Weltstar Antony Quinn und der Kinofilm „Der Schatz der weißen Falken“ in der Region gedreht wurden.

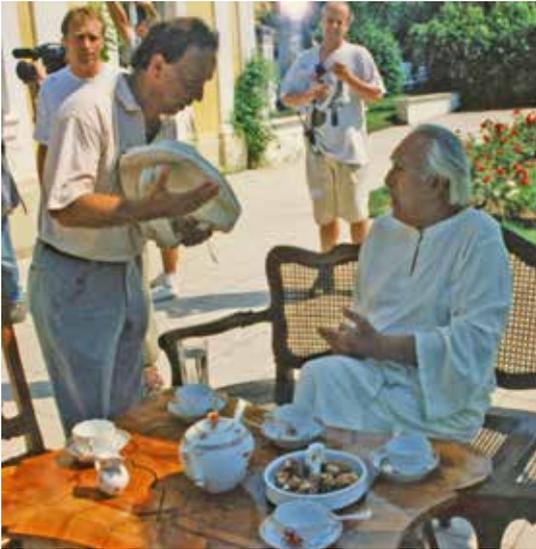


Abb. 21 Franz Xaver Bauer übergibt im Sommer 1995 an Anthony Quinn auf Schloss Thurn einen Wanderrucksack als Willkommensgruß. Der weltberühmte Schauspieler (Alexis Sorbas) war wegen Filmarbeiten (Seven Servants) einige Wochen in der Region und wohnte im Hotel Feiler in Muggendorf. Foto: Löwisch

Über mehrere Jahre hinweg pflegte die Tourismuszentrale eine vor allem bei den über-regionalen Medien beachtete

Zusammenarbeit mit der Schweiz und der Sächsischen Schweiz. Diese gipfelte in einer großen PR-Veranstaltung in der bayerischen Vertretung in Berlin, zu der über 150 Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben und der Presse der Einladung folgten.

Ein Schwerpunkt im Innenmarketing war die gute Zusammenarbeit mit den verschiedenen Vereinen und Organisationen. Der Fränkische Schweiz-Verein und der Naturparkverein Fränkische Schweiz-Frankenjura waren stets wichtige Partner, vor allem beim Thema Wandern, Aber auch der Verein „Urlaub auf dem Bauernhof“ und der Hotel- und Gaststättenverband wurden in vielen Bereichen mit einbezogen, ebenso der Zweckverband „Flussparadies Franken“. Intensiv und fruchtbar war der Kontakt zum Tourismusverband Franken und zu den benachbarten Tourismusregionen Fichtelgebirge, Frankenwald und Oberes Maintal. Über die Jahre hinweg ergaben sich noch einige personelle Veränderungen in der Geschäftsstelle. So wechselte Angela Theiler nach dem Tod von Gerlinde Nagengast in die Touristinformatio Ebermannstadt. Dafür erfolgte die Einstellung von Simona Bohnhorst. Später folgte dann auch noch die Einstellung von Vera Wölfel, da Frau Bohnhorst nur noch halbtags tätig sein konnte.

Betrachtet man abschließend die Zeit von Ende der siebziger Jahre bis Anfang 2023, so stellt man doch eine deutliche Veränderung in der Entwicklung der Tourismuszentrale und in der Fränkischen Schweiz fest. Sowohl im Marketing nach außen als auch im Innenmarketing wurden zahlreiche neue Wege beschrit-

ten, ohne die bis dahin erfolgreichen Maßnahmen zu vernachlässigen. Am deutlichsten zeigte sich dies in der verstärkten Zusammenarbeit und Vernetzung mit den Tourismusgemeinden und deren Touristinformationen, den touristisch geprägten Unternehmen, Verbänden und Organisationen.

Ich sehe die positive Entwicklung darin begründet, dass vor allem die politisch Verantwortlichen, in erster Linie die Landräte Otto Ammon und Reinhardt Glauber für Forchheim, Dr. Klaus-Günther Dietel und Hermann Hübner für Bayreuth, Dr. Günther Denzler für Bamberg sowie Herbert Hofmann und Klaus-Peter Söllner für Kulmbach als stetige Förderer und Befürworter die Arbeit der Tourismuszentrale uneingeschränkt und vertrauensvoll unterstützten. Das Ergebnis zeigte sich in einer kontinuierlichen Steigerung bei den Gästeankünften und Übernachtungszahlen, aber auch bei den zahlreich sinnvollen Investitionen in der Tourismuswirtschaft.

Nachdem ich im April 2012 in die Altersteilzeit eintrat und Frau Sandra Schneider die Nachfolge antrat, stellte diese das Marketing neu auf und zahlreiche, über viele Jahre hinweg erfolgreiche Maßnahmen wie beispielsweise „Wandern ohne Gepäck“ wurden ganz eingestellt. Die fruchtbare Medienarbeit und die Jahresthemen wurden vernachlässigt oder eingestellt und erfolgreiche verkaufsfördernde Veranstaltungen fanden keine Berücksichtigung mehr. Leider trat auch die enge Zusammenarbeit zwischen Tourismuszentrale und den Touristinformationen zusehends in den Hintergrund.

Rückblickend möchte ich mich persönlich bei meinen Mitarbeitern der Geschäftsstelle, den Kolleginnen und Kollegen sowie den Mitarbeitern in den Touristinformationen der Fränkischen Schweiz, aber auch bei den Landräten und Bürgermeistern für die jeweilige vertrauensvolle Zusammenarbeit bedanken. Dies war auch der Grund, dass ich die gestellten Aufgaben und Arbeiten stets mit Freude angegangen bin.



Abb 22: Promi auf der Reise-Messe München 1997: Mit Johannes Haas dem Pretzfelder Edelbrenner (li.), Skilegende Markus Wasmeier und Franz-Xaver Bauer. Kurz zuvor war auch Starkoch Alfons Schubbeck am Stand der Fränkischen Schweiz, der auch Pretzfelder Hochprozentiges in seiner Küche verarbeitet. Foto: TZ

Anlagen:

Die Kirschenköniginnen der Fränkischen Schweiz

Sie sind eine Erfindung des Landrates von Forchheim Reinhardt Glauber, der dann die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz beauftragt hat, eine Wahl zu organisieren. Bis 2011 war es Aufgabe der Tourismuszentrale, die Kirchenkö-niginnen zu betreuen, seit 2012 hat nun die Wirtschaftsförderung im Landkreis Forchheim diese Aufgabe übernommen.

Die bisherigen Kirschenköniginnen:

| | |
|------------------------|-----------|
| Doris (Fahner) I. | 2000-2002 |
| Kathrin (Deuerlein) I. | 2002-2004 |
| Heidi (Polster) I. | 2004-2006 |
| Kathrin (Wölfel) II. | 2006-2009 |
| Michaela (Kupfer) I. | 2009-2011 |
| Carina (Hack) I. | 2011-2013 |
| Marina (Fink) I. | 2013-2016 |
| Sandra (Grau) I. | 2016-2019 |
| Rebecca (Daut) I. | 2019-2022 |
| Lena (Mirschberger) I. | 2022- |



Die aktuelle Kirschenkönigin Lena Mirschberger kommt aus Sollenberg, einem Ortsteil der Stadt Gräfenberg und ist seit ihrer frühesten Kindheit sehr stark mit dem Kirschenanbau vertraut. Sie repräsentieren zu dürfen macht sie besonders stolz. Mehr als 200 000 Kirschbäume gibt es bei uns. Verteilt auf 2500 Hektar Fläche und betreut von ca. 1950 Kirschbauern, die im Frühjahr und Sommer fast täglich auf den „Feldern“ zu finden sind, um die Früchte der Arbeit zu ernten. Als engagiertes „heimisches Gewächs“ hilft Sie gerne mit, unsere Kirsche einem breitem Publikum bekannt zu machen.

Die Königin ist also eine „Produktkönigin“, deren Aufgabe darin besteht, die Kirsche zu repräsentieren im größten Süßkirschenanbaugebiet Deutschlands. Das geschieht am Besten im Sommer, wenn es Kirschen gibt, aber auch im Winter kann man Kirschen repräsentieren – in Form von Kuchen, Schnaps und Süßigkeiten. Die Tourismuszentrale hat die Königin meist im Winter auf entsprechenden Messen dabei: Bei Grüne Woche Berlin oder bei touristischen Messen wie in Nürnberg eingesetzt, die Bauern- und Obstbauverbände dann im Sommer, um den Verkauf der Kirsche anzukurbeln. Zum Auftritt der Produktkönigin gehört auch das Aufsagen eines Gedichtes, das ich zur Wahl der ersten Königin gedichtet habe. Es lautet:

In Deutschland, weithin wohl bekannt,
liegt das schöne Frankenland.
Einen ganz besond'eren Reiz
hat uns're Heimat, die Fränkische Schweiz.

Hier gibt es viel Schönes anzuseh'n,
Burgen, Höhlen - idealerweise beim Geh'n.
Dazu laden die vielen Wanderwege ein,
sie führen in alle Dörfer hinein.

Am schönsten aber sind jedes Jahr,
die vielen Kirschbäume, wunderbar;
wenn sie im Mai zur Blütezeit
das Land verzaubern, weit und breit.

Abb 23 (links): Die aktuelle Kirschenkönigin Lena Mirschberger. Foto: Nordbay. Nachrichten, Rolf Riedel

Was für die Main-Franken ist der Wein,
soll für die „Fränkische“ die Kirsche sein.
Ob Mann, ob Frau, ob Kind, ob Greis,
ein jeder die Kirsche zu schätzen weiß.

Am Besten schmeckt sie frisch vom Baum
aber auch im Kuchen ist sie ein Traum.
Als Schnaps entfaltet sie ihr volles Aroma,
einen Schluck davon nimmt sogar die Oma.

Unsere Kirsche ist auch sehr beliebt,
weil sie dem Braten eine süße Würze gibt.
Sie schmeckt auch eingemacht sehr gut
und gibt dem Körper neuen Mut.

Deshalb möge es uns allen gelingen,
die Kirsche den Menschen näher zu bringen.
Denn sie ist wirklich ein vielseitiger Gewinn,
das behauptet - die „Fränkische“ Kirschenkönigin.

Die Wahl der Königin folgt einem stets gleichen Ritual: Sie wird über die Lokalpresse bekannt gemacht. Bewerberinnen müssen mindestens 18 Jahre alt sein (Jugendschutz bei Veranstaltungen auch abends) und von einem Gremium geprüft werden. Dabei sollen sie einerseits Wissen im Obstanbau, vor allem der Kirsche haben, andererseits auch zehn touristische Fragen zur Region Fränkische Schweiz beantworten können, denn das Kirschengebiet liegt ja im Tourismusgebiet Fränkische Schweiz. Die beste der Bewerberinnen gewinnt und ist für zwei Jahre gewählt. Sie bekommt ein neues Trachtengewand und eine kleine Aufwandsentschädigung, Krone und Szepter werden von der Vorgängerin weiter gereicht. Viele der Mädchen legen für die Amtszeit eine Art Poesiealbum an, in der vor allem Prominente und andere Königinnen sich verewigen und damit eine schöner Erinnerung an die Jugendzeit erstellt wird.

Die Fränkische Schweiz – Mitglied der Burgenstraße

1993 wurden zehn Gemeinden in der Fränkische Schweiz Mitglied der berühmten Ferienstraße: Forchheim, Ebermannstadt, Egloffstein, Wiesental, Gößweinstein, Pottenstein, Waischenfeld, Aufseß, Heiligenstadt, Memmelsdorf. Die Burg Rabenstein ist eigenständiges Mitglied der Burgenstraße. 2002, durch eine Änderung des juristischen Statuts (Gründung eines Vereins) wurden die

Beiträge verzehnfacht, weshalb ursprünglich alle Gemeinden wieder aussteigen wollten. Mit einem „Trick“ kam es nicht soweit: Die Tourismuszentrale wurde als insgesamt Region Mitglied (mit einer Stimme). Der geforderte Beitrag wird jedoch von den zehn Gemeinden anteilmäßig mit übernommen, so dass jede Gemeinde weiterhin zur Burgenstraße gehört.

Am 10. März 1954 schlossen sich die Städte Mannheim, Heidelberg, Heilbronn, Rothenburg o.d.T., Ansbach und Nürnberg zu einer Arbeitsgemeinschaft zusammen. Ihr Ziel war es, die attraktiven Ferien- und Ausflugsgebiete links und rechts dieser Verbindung, die damals als einzige in West-Ost-Richtung verlief, touristisch zu erschließen. Damit gehört sie zu den ersten Touristikrouten, die in Deutschland entstanden. Die zahlreichen Burgen und Schlösser legten die Bezeichnung nahe und so stand es gleich zu Beginn fest, dass nur der Name „Burgenstraße“ in Frage kommt. Die Gründungsinitiative kam aus Heilbronn und dort befindet sich bis heute der Sitz der Geschäftsstelle, die seitens der Stadt stets unterstützt und gefördert wurde. Heilbronn hat damit einen wesentlichen Beitrag zur Kontinuität und zum Erfolg der Arbeit der Burgenstraße beigetragen. Die Bundesbahndirektion richtete eine Buslinie gleichen Namens ein - der Titel wurde schon in kürzester Zeit weltweit ein Begriff. Im Mai 1954 fanden bereits die ersten Pressereisen „Vom Neckarstrand ins Frankenland“ statt - Reisen in Verbindung mit einem Bündel an Geschichte und Kultur unmittelbar nach den Folgen des Krieges war jetzt für viele erreichbar geworden. Zu Beginn der 90-er Jahre wurde es durch die Grenzöffnung nach Osten möglich Kontakte nach Tschechien zu knüpfen. 1994, im Jahr des 40-jährigen Bestehens der Burgenstraße, erfolgte die Verlängerung bis nach Prag, die bis Ende 2017 bestand. Zwischen Nürnberg und Bayreuth kamen durch die Erweiterung Coburg, Kronach, Kulmbach mit ihren imposanten Festungsanlagen sowie die Weltkulturerbestätte Bamberg und die Wagnerstadt Bayreuth hinzu.

Seit 2018 ist Bayreuth neuer Start- beziehungsweise Endpunkt der Burgenstraße, da die Zusammenarbeit mit den tschechischen Partnern nicht fortgeführt werden konnte. Die Streckenführung in Deutschland wurde um neue Mitglieder ergänzt. Die Burgenstraße ist heute ein Verein, dessen Mitglieder Städte und Gemeinden an der Route sind. Voraussetzung für die Mitgliedschaft eines Ortes ist das Vorhandensein einer Burg, eines Schlosses, eines Klosters oder eines geschlossenen historischen Stadtbildes. Neben dem Zusammenwirken mit ihren Mitgliedern stützt sich die Burgenstraße auf eine enge und kontinuierliche Zusammenarbeit mit Partnern aus Kultur und Tourismus wie den Staatlichen Schlössern und Gärten Baden-Württemberg und den Premium Partner Hotels.

Dieses Netzwerk Inhaber geführter Häuser entlang der Route ermöglicht eine neue Dimension der Angebotsgestaltung und der Servicetiefe für die Gäste. Quelle am 8.7.2018: www.burgenstrasse.de/Prospekte-Service/Ueber-uns.html.

Entwicklung Wandern ohne Gepäck

37 Jahre lang, von 1981 bis 2018 bot die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz „Wandern ohne Gepäck“ an. Zwar nicht als Pauschale zu einem Komplettpreis aber mit drei Preiskategorien für Quartiere in Gasthöfen, Pensionen, Hotels, so dass sich der Gast eine ungefähre Preisvorstellung errechnen kann, wenn er die Tagesanzahl der Touren mal dem Kategoriepreis nimmt. Von Anfang an wurde die 7-Tages-Tour angeboten. Die 5 und die 6 -Tagestouren kamen vier Jahre später dazu. Die 6-Tagestour macht in Hollfeld eine Schleife (nach Sanspareil), weshalb 2 ÜN in Hollfeld erforderlich sind. Genauso ist es auf der 5-Tages-Tour. In Obertrubach bzw. Bärnfels muss jeweils 2x übernachtet werden, weil hier ebenfalls eine Schleife (nach Egloffstein) eingebaut ist. Bei der 6-Tagestour gibt es seit einigen Jahren die Alternative, anstatt in Streitberg in Forchheim die Wanderung zu beginnen und auch dort enden zu lassen. Seit 2006 wird Wandern ohne Gepäck von der Tourismuszentrale auf dem Frankenweg und seit 2008 zusätzlich auf dem Fränkischen Gebirgsweg angeboten. Die Buchung ging folgendermaßen vonstatten: Der Gast hat entweder unsere Wandern-Ohne-Gepäck-Broschüre in Händen oder sich im Internet die Texte angeschaut und sich für eine Tour entschieden. Daraufhin füllt er das jeweilige Buchungsformular aus und schickt es in die Tourismuszentrale. Von dort bekommt er umgehend eine Eingangsbestätigung, so dass er davon ausgehen kann: die Sache läuft. Die Tourismuszentrale gibt die Angaben des Buchungsformulars an die zuständigen Touristinfos weiter und dort wird versucht, die entsprechenden Quartiere zu buchen. Rechtzeitig vor Wanderantritt erhält der Wanderer von der Tourismuszentrale die Buchungsliste aller Quartiere sowie die genaue Streckenbeschreibung mit Kartenmaterial und einen Gepäckanhänger für die Koffer. Der Preis für die Gepäckbeförderung betrug 6 € pro Person/Tag. Er musste zusammen mit dem Zimmerpreis beim jeweiligen Wirt abgerechnet werden. Im Juli 2018 hat die TZ die Buchung Wandern ohne Gepäck (WOG) eingestellt, nachdem einerseits immer weniger Anfragen kamen, andererseits auch immer mehr Stornierungen von Seiten der Gäste kamen, so dass einige verbliebene Gasthofbesitzer, die noch Quartiere für eine Nacht vergeben haben, ihre Bereitschaft mitzumachen, aufgaben. Von 1981 bis 2015 haben sich insgesamt 14 153 Wanderer an den drei Haupttouren beteiligt: 3.832 bei der 5-Tages-Tour, 2.067 bei der 6-Tages-Tour, 8.254 bei der 7-Tages-Tour. Zusammen mit den beiden Premiumwegen waren es rund 15 000 Wanderer.³⁵

Das sind im Schnitt 473 Personen im Jahr. Sie gaben pro Jahr rund 114 000 Euro auf ihren Wanderungen aus. Das sind pro Person immerhin 240 Euro für eine durchschnittliche 6-Tages-Tour oder 40 Euro pro Tag/Person. Die Wegpflege wird von den FSV-Ortsgruppen geleistet. 14 153 Wanderer mal 240 Euro pro durchschnittlicher 6-Tagestour ergibt einen touristischen Umsatz von rund 3,4 Mio. -Euro in 30 Jahren. Die höchsten Teilnehmerzahlen an den drei Touren gab es im Jahre 1986 mit 1 012 Wanderern. Seither sinken die Zahlen kontinuierlich auf zuletzt 165 Teilnehmer in 2010.

Ideen zur Weiterentwicklung des Fremdenverkehrs

Erstmals veröffentlicht in: Beiträge zur Kommunal- und Regionalentwicklung, Heft 1, Bayreuth 1992

1. Einleitung

Der Ideenkreis „Fränkische Schweiz“ geht auf einen Beschluss des Vorstandes des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz vom 17. September 1990 zurück. Ihm gehören an: Dr. Peter Jurczek (Geograph an der Uni Bayreuth), Wolfgang Kreiner, (Journalist Bamberg), Andreas Pflaum (Hotelier Pegnitz), Kaufmann Hans Wolf aus Bammersdorf.

In Gesprächen mit dem Gebietsausschuss - Vorsitzenden, Landrat Otto Ammon, Forchheim, wurden die Erwartungen des Gebietsausschusses an den Ideenkreis diskutiert -und erweitert. Danach sollte der „Ideenkreis“ zunächst neue, wirksame und natürlich kostengünstige Vorschläge für die Fränkische-Schweiz-Werbung erarbeiten. Die Mitglieder des „Ideenkreises“ haben bei der Erörterung der Aufgabenstellung sehr schnell erkannt, dass sie den gesamten Bereich der Fremdenverkehrspolitik umfassen muss.

Eine Verengung auf die Produktion neuer Werbeideen oder auch auf den Entwurf eines Werbekonzepts ist schon mittelfristig wenig hilfreich; sie gleiche einer partiellen Symptombehandlung. In Anbetracht der Bedeutung des Fremdenverkehrs für die Fränkische Schweiz, der bereits bestehenden und sich verschärfenden Konkurrenzsituation und der Qualitätsansprüche des Tourismus der Zukunft ist eine radikale Bestandsaufnahme ebenso erforderlich wie eine Zielsetzung unerlässlich ist.

Wenn man es ernst meint mit dem Fremdenverkehr in unserer Heimat, dann darf man weder die schonungslose Analyse noch die politische Debatte scheuen. Der Fremdenverkehr allgemein verlangt heute, dass die Diskussion unter ganzheitlichen Aspekten -“vernetztes Denken“ - geführt wird. Diesem Vorschlag

entspricht dieses Papier. Es beschäftigt sich auch mit Organisationsfragen und auch mit dem, was ursprünglich vom „Ideenkreis“ gefordert worden ist. Dieses Arbeitsergebnis wird von den vier Mitgliedern des Ideenkreises getragen und am 29. April 1992 an den Vorsitzenden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, Landrat Otto Ammon übergeben.

2. Bestandsaufnahme

Welchen Fremdenverkehr besitzt die Fränkische Schweiz? Ohne einer exakten Analyse vorgreifen zu wollen, lassen sich acht Einzelpunkte herausarbeiten:

- a) Sie zeichnet sich aus als Region für Familien- und Wanderurlaub.
- b) Sie leidet unter der Diskrepanz, Naherholungsgebiet zu sein für die Groß- und Mittelstädte rundum und gleichzeitig Urlaubsgebiet für klassische Urlaubsgäste. Besonders an stark frequentierten Sommerwochenenden ergeben sich Spannungsfelder.
- c) Sie hat eine zu kurze Saison zwischen Mai und Oktober, mit Metastasen um die Feiertage herum. Unverkennbar ist der Nachholbedarf in der Vor- und Nachsaison.
- d) Sie leidet unter Nachholbedarf in der gastronomischen Qualität.
- e) Sie leidet unter Nachholbedarf in der inneren Werbung.
- f) Die Identität der Landschaft ist verwaschen.
- g) Sie leidet unter zerfasernden Eigeninitiativen.
- h) Sie leidet unter einem weithin undurchsichtigen öffentlichen Personennahverkehr.

Diese acht Punkte (die man ergänzen und erläutern muss) sagen nicht mehr und nicht weniger, dass die Fränkische Schweiz eine (deutsche) Mittelgebirgslandschaft ist wie viele andere, insoweit verwechselbar. Hauptaufgabe der Fremdenverkehrswerbung und der Regionalpolitik des ausgehenden Jahrtausends in der Fränkischen Schweiz muss es sein, ein Unterscheidungsprofil gegenüber der (wachsenden) Konkurrenz zu erarbeiten und daraus ein Konzept zu entwickeln, das gegen lokale Egoismen durchgesetzt werden muss. Hier ist die Unterstützung der lokalen und regionalen Entscheidungsträger unabdingbar.

So sollte die Fränkische Schweiz zurückfinden zu ihren Wurzeln, zur romantisch motivierten Landschaftserkenntnis vor über 150 Jahren. Fränkische-Schweiz-Bewusstsein heute findet sich gerade im Tourismus nur noch reduziert auf die wirtschaftliche Notwendigkeit, wenigstens in Sachen überregionaler Werbung zusammenarbeiten zu müssen. Fränkische-Schweiz-Bewusstsein muss aber tief im Bewusstsein der Bevölkerung verankert werden - durch konzertierte Aktion relevanter Kräfte wie Fränkische-Schweiz-Verein, Fränkische-Schweiz-Museum,

Gebietsausschuss, bedingt Naturparkverein etc. Notwendig ist eine selbstkritische Bestandsaufnahme des bestehenden Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz. Sie allein kann die Grundlage für die weitere Arbeit sein.

3. Tourismusmarkt allgemein

Das schnelle Wachstum des Tourismus in der Vergangenheit, aber auch allgemeine gesellschaftliche Struktur- und Bewusstseinsänderungen haben zu einer differenzierten (und zunehmend kritischen) Tourismusbetrachtung geführt. Wo früher nur von wirtschaftlichem Nutzen die Rede war, wird heute über die Kosten und den Nutzen des Tourismus in Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft diskutiert. Gleiches gilt für die Belastbarkeit der Erholungslandschaft. Die neue Einstellung gegenüber dem Tourismus ist einer der Schlüsselfaktoren für die zukünftige touristische Entwicklung. Von ihr wird ein grundlegender Wandel in der Tourismuspolitik ausgehen - weltweit. Bei rücksichtslosen touristischen Erschließungen (entsprechende Vorhaben gab und gibt es in der Fränkischen Schweiz auch: Center-Park Waischenfeld, Püttlachspeicher, Spa-Hotel Rabenstein) besteht die Gefahr, dass die insgesamt positiven wirtschaftlichen Effekte durch die nachteiligen ökologischen und sozialen Implikationen aufgehoben oder sogar ins Gegenteil verkehrt werden. In vielen Feriengengebieten macht sich deshalb ein wachsendes Selbstbewusstsein der einheimischen Bevölkerung bemerkbar, man spricht gar vom „Aufstand der Bereisten“ (Jost Krippendorf). Es gibt seit einigen Jahren den Slogan „Schweden den Schweden“. In bekannten Tourismusorten der Schweiz wurden Großobjekte durch Volksabstimmungen zu Fall gebracht, auf ägäischen Inseln brennen Wälder, um die Eilande für Touristen unansehnlich zu machen. Die Kärntner halten nicht viel vom Tourismus und den Touristen. „Jeder zweite Kärntner verbindet mit den Gästen in Kärnten etwas Negatives“, heißt es in einer jetzt erschienenen Studie, die die Kärntner Tourismusgesellschaft in Auftrag gegeben hat. Die Gäste kommen dabei nicht gut weg: Laut, lästig, rücksichtslos werden sie von vielen Einheimischen empfunden, „geizig, knausrig, sparsam“. Ein Drittel der Befragten kommt zu dem Urteil, dass der Tourismus „unserer eigenen Kärntner Kultur geschadet hat, vier von fünf stellen fest, dass der Tourismus „viel Lärm und Verkehr gebracht hat, durch den Tourismus die Preise höher geworden sind“, dass „der Tourismus die Umwelt und die Landschaft beeinträchtigt hat.“

Es ist sicher: Langfristig wird es überall zu neuen Tourismuskonzepten kommen. Für die Fränkische Schweiz ist die Trendwende noch nicht zu spät: Die Landschaft muss ja nicht wieder warten, bis sie neuen Vorbildern folgt, sie kann selbst zum Vorbild werden. Entsprechende Ressourcen wären vorhanden. Man

darf nicht verkennen, dass heute getroffene Entscheidungen wie der Ausbau der B 470, ihre fremdenverkehrswirksamen Folgen haben werden. Der Tourist wird zunehmend mündiger. Sein Bedürfnis nach körperlicher Erholung (Schlafen, Essen, Trinken) wird zugunsten des Bedürfnisses nach Erholung der Gefühlswelt durch Aktivitäten und Erlebnisse, die in seinem heimischen Alltag nicht möglich sind, abnehmen. Der Tourist wird anspruchsvoller. Er setzt die einwandfreie Befriedigung seiner elementaren Bedürfnisse - gute Verpflegung, bequeme Unterkunft - als selbstverständlich voraus. Er sucht vielmehr seine sozialen Bedürfnisse, den Kontakt zu anderen Menschen und Selbstverwirklichung durch Erlebnisse, schöpferische Tätigkeit, Bildung und Entdeckung. Mehr Individualität, mehr Gesundheit-, Umwelt-, Natur- und Kulturverständnis, immaterielle (!) Werte also weisen in Richtung einer stetigen Verfeinerung und Kultivierung der Erholungsbedürfnisse. Alle einschlägigen Untersuchungen zum Fremdenverkehr der Zukunft setzen die Prioritäten Natur und intakte Umwelt, dokumentiert bereits 1985 in der Reiseanalyse des Studienkreises für Tourismus. Im Reisen steckt also die Sehnsucht nach einer besseren Welt. Wir suchen nach unverdorbenen Natur, geselligen Lebensformen, gewachsener Kultur. Dies zu fördern ist die Aufgabe der Tourismuspolitik.

Es müssen aber alle Anstrengungen darauf verwendet werden, Formen des Tourismus zu finden und zu fördern, die einen möglichst hohen Nutzen für alle Beteiligten bringen, gleichzeitig aber Nachteile ökonomischer, ökologischer oder sozialer Art minimieren. Dies wäre sanfter Tourismus“ (Robert Jungk). Für die Zukunft genügt es nicht mehr, statistische Analysen (z.B. Übernachtungszahlen) in die Zukunft zu verlängern. Zu viele Rahmenbedingungen des Lebensbereichs „Freizeit“ verändern sich gegenwärtig. Vieles spricht dafür, dass wir in Zukunft mit einer Vergrößerung der Vielfalt von Gruppen und einer Spezialisierung der Nachfrage aus den verschiedenen individuellen Lebensstilen heraus rechnen müssen.

Mit der Wiedervereinigung sind mit Thüringer Wald und Vogtland, Erzgebirge und Elbsandsteingebirge (Sächsische Schweiz!), Mecklenburger Seenplatte und Ostseeküste traditionsreiche Feriengebiete auf den Markt gekommen - sie werden schnell aufholen, zunächst vom Neugierereffekt profitieren und schließlich, auch dank der beträchtlichen Förderung, infrastrukturell auf- bis überholen. Nicht zu übersehen ist das enorme redaktionelle Interesse aller möglichen Publikationsorgane für die neuen Bundesländer und ihre Regionen. Kein Reisejournal, kein Reisemagazin, keine Reiseseite, kein Fernseh- oder Rundfunksender, der sich nicht eingehend diesen Gebieten widmet. Darüber ist nicht zu vergessen, dass sich das Neue Fränkische Seenland zu einem Magneten für Seni-

oren, Freizeitsportler und die Naherholer insbesondere des Nürnberger Raumes gemausert hat. Bei der Analyse der wichtigsten Rahmenbedingungen, die auf Freizeit und Lebensstile einwirken, ergibt sich:

- die deutsche Bevölkerung schrumpft in den nächsten zwanzig Jahren; d. h. die Nachfragepotentiale werden absolut geringer.
- die Überalterung der Bevölkerung bedeutet einen weitaus höheren Anteil von Senioren; sie werden anspruchsvoll und mobil sein.
- die Zahl der Jugendlichen geht drastisch zurück, der Nachfrageverlust könnte allerdings durch enorm hohe Freizeitmobilität ausgeglichen werden.
- die kleinen, kinderlosen Haushalte nehmen zu; sie sind zeitlich, finanziell und familiär_unabhängig, aktiv und sehr mobil.
- die Ein-Kind-Familie setzt sich weiter durch; das verändert die Nachfrage nach Familien-Freizeit-Angeboten.
- das zunehmende Bildungsniveau bedeutet bessere Information über Freizeit- und Urlaubsmöglichkeiten, höhere Spezialisierung und mehr Aktivität.
- eine weiter aufgehende Einkommensschere führt zu mehr Billigurlaub und gleichzeitig zu mehr anspruchsvollem Tourismus.
- eine weitere Verstärkung der Pluralität von sozialen Gruppen hat kleinere und vielfältigere Nachfrage- und Zielgruppen zur Folge.
- die weitere Flexibilisierung der Arbeitszeiten eröffnet zeitliche Spielräume für mehr Ausflüge, mehrere Reisen, Wochenendtrips etc.
- bei fortschreitender Technisierung und Computerisierung der Arbeitsplätze wachsen die Ausgleichsbedürfnisse in der Natur.
- auch bei geringeren Einkommenszuwächsen erscheint die weitere Steigerung des Anteils der Freizeitausgaben am privaten Verbrauch wahrscheinlich, Kreditaufnahme für den Urlaub wird immer häufiger.
- ein relativ hoher Sockel von Arbeitslosen dämpft die gesamte touristische Nachfrage.
- mehr Dezentralisierung und Suburbanisierung in den Großstädten verstärkt das Verbringen der Freizeit im Stadtumland.
- ländliche Regionen bleiben Freizeit-, Erholung- und Ausgleichsräume für die Städte, weil kurzfristig keine wesentlichen Verbesserungen der Wohnumfeldbedingungen in den Städten erfolgen.
- die Intensivierung der Telekommunikation setzt Mobilitätspotential für die Freizeit frei.
- es ist damit zu rechnen, dass die aus der protestantischen Ethik erwachsene arbeitsorientierte Lebenseinstellung weiter abnimmt.
- dagegen hat sich eine „hedonistische Lebenseinstellung“ entwickelt: Man ar-

beitet, um zu leben und seine Freizeit zu genießen.

- zunehmend beobachtbar ist eine ganzheitliche Lebensweise“ (zumindest als Idealziel), d.h. immer mehr Menschen verbinden Arbeit, Lernen und Freizeit.
- Immobilität am Arbeitsplatz und Sesshaftigkeit am Wohnort korrespondieren weiter mit hoher Freizeit-Mobilität.
- der Personenwagen bleibt das Freizeitverkehrsmittel Nr. 1.

Eine einheitliche Entwicklungstendenz lässt sich aus den hier kurz angerissenen Prognosen nicht ablesen. Sehr deutlich ist jedoch, dass gegenwärtig eine besonders starke Triebfeder der zukünftigen Nachfrage nach Freizeit und Tourismus die Entwicklung des Bedürfnisses nach Natur ist. Entsprechend der Entwicklung des Leitbildes von „aktiver Freizeit“ sind Natur und Landschaft nun weniger Raum zum Träumen, Betrachten und Schwärmen, sondern vor allem zum Erleben.

Das „Naturerlebnis“ ist zwar ein diffuser Begriff, lässt sich aber in verschiedene, für die Fremdenverkehrspolitik praktikable Begriffe aufsplitten. „Naturerlebnis“ ist demnach ein Ausgleich von Defiziten: weg von räumlicher Enge, baulicher Dichte, sozialer Kontrolle, Gruppenzwängen. Ruhe statt Reizüberflutung. Flucht vor Umweltbelastungen, Unwirtlichkeit, Erlebnisarmut. Ausgleich von Gefühlen ökologischer Bedrohung. Ausgleich städtischer Anonymität durch Identität. Konsum ländlicher und natürlicher Produkte und Dienstleistungen (Essen und Trinken, regionale Kultur, Wohnen). Neue Erlebnisse in der Natur (durch Sport, Bewegung, Beobachtungen). Natur für die Seele (als Therapie, als emotionale Entlastung). Natur erforschen und kennenlernen (ökologisches Interesse). Verwirklichung von alternativen Lebenskonzepten in naturnahen Lebensformen (Freizeitwohnen, Altersruhesitz). Damit wird unmittelbar einsichtig, welche praktischen Konsequenzen eine solche Häufung der Reisegründe in Richtung der bewussten Naturerfahrung für die zukünftigen Fremdenverkehrsangebote haben muss: natürliche Umwelt und die Voraussetzungen für ihre Erfahrbarkeit und Erlebbarkeit werden wichtiger als Freizeiteinrichtungen mehr oder weniger urbanen Standards. Die Pflege der natürlichen lokalen Umwelt im Detail (Fauna, Flora, Wasser, Luft), aber auch der Kulturlandschaft (Denkmalschutz) mit ihren Architekturformen (landschaftsgerechtes Bauen) muss Vorrang haben vor ehrgeizigen Ausbauplänen.

4. Grundsatzentscheidungen notwendig

Der Fremdenverkehr ist politikfähig geworden. Er ist aber auch politikwürdig, ja politikbedürftig. Darin liegt seine Konfliktträchtigkeit.

Dies sollte nicht dazu führen, die für den Fremdenverkehr der Fränkischen

Schweiz lebenswichtige Grundsatzentscheidung aufzuschieben: Welchen Fremdenverkehr wollen wir jetzt, mittel- und langfristig? Wollen wir den „sanften“, umweltverträglichen, ressourcenschonenden Tourismus? Ein klares Ja!

Die weithin intakte Natur ist immer noch das größte Kapital des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz. Klare Flüsse, reine Luft, vergleichsweise geringe Waldschäden. Dieser „sanfte Tourismus“ kann nicht um seiner selbst willen angestrebt werden. Er impliziert die Notwendigkeit, Bau- und Ansiedlungspolitik, Straßenbauten und touristische Großobjekte auf ihre Umweltverträglichkeit und auf ihre möglichen Konsequenzen für den Tourismus zu untersuchen. Siehe Ausbau B 470, siehe Freizeiteinrichtung Rabenstein.

Die Entscheidung für die Art des Tourismus darf selbstverständlich nicht ohne Vorbereitung und nicht ohne sachliche Gründe getroffen werden. In einer Stärken- und Schwächen- Analyse für das Urlaubsgebiet Fränkische Schweiz kann eine Bewertung erfolgen, die die Emotionalität der Entscheidungsträger minimiert. Erst wenn die Entscheidung über die Art des Tourismus gefallen, sozusagen das Unternehmensziel für Gebietsausschuss und Tourismuszentrale festgelegt ist, kann die Wirtschaftlichkeit des Mitteleinsatzes (ja vor allem von Steuergeldern) erhöht werden. Entsprechend dem Gesamtziel sind die zukünftigen Werbemaßnahmen zielgruppenspezifisch festzulegen. Die Werbemittel müssen neu ausgewählt, der jeweilige Werbeumfang angesetzt, die Werbezeit bestimmt, der Werbeerfolg kontrolliert werden. D.h. das Werbebudget folgt in seiner Zusammensetzung - und vielleicht in seiner Höhe - nicht mehr dem Herkömmlichen, sondern es berücksichtigt die bekannten Marktdaten, in Verbindung mit dem nun definierten Werbeziel.

5. Aktivierungsvorschläge

Wichtiger als die möglichen Änderungsmaßnahmen im Betrieb der Tourismuszentrale ist zunächst, die Wirkkräfte des Marktes und ihre tendenzielle Entwicklung zu erkennen und zu berücksichtigen. Seit Jahren lässt sich ein Trend zu Städtereisen feststellen. Für die Fremdenverkehrspolitik der Fränkischen Schweiz bedeutet das, wieder mehr die Städte Nürnberg, Bamberg, Bayreuth und Erlangen einzubeziehen. Dies kann durch die Beteiligung an geeigneten Werbemaßnahmen oder Programmen dieser Städte erreicht werden.

In diesem Zusammenhang wäre auch eine intensivere Zusammenarbeit mit der Stadt Forchheim „Torfunktion“) zu sehen. Die Zusammenarbeit der „Schweizen“, jetzt insbesondere der Sächsischen und der Böhmisches, ist zu suchen. Zu gewinnen ist dabei werblicher Wiederholungseffekt, erhöhte publizistische und politische Aufmerksamkeit. Solche Verbundwerbung wird vorexerziert z.B. vom

Bayerischen Wald, Böhmerwald und Mühlviertel unter dem Begriff „Das grüne Dach Europas“ sowie von Niedersachsen mit Sachsen-Anhalt und Thüringen. Diese Verbundwerbung ist nun sicherlich die Konsequenz aus der Vergrößerung des Europäischen Binnenmarktes unter dem Aspekt des „Europas der Regionen“.

In allen Veröffentlichungen über den Reisemarkt in den letzten Jahren nimmt das Urlaubsmotiv Kultur immer mehr zu. Dies ist sicherlich ein Grund für den enormen Erfolg des Schleswig-Holstein-Festivals, bei dem übrigens das Verhältnis Reisende-Bereiste annähernd optimal gelöst ist. Vor dem Hintergrund dieser Erfolge bietet heute Schleswig-Holstein eine in Inhalt und Gestaltung vorbildliche Werbebroschüre an (Kultur erleben: Schleswig-Holstein). Zur Erinnerung: Franken hat vor über zwanzig Jahren mit seinem „Reichtum am Wege“ entsprechende Vorreiterdienste geleistet. Auch der Harzer Verkehrsverband in Goslar ist tätig geworden mit „Der Harz - Kultur erfahren und erleben.“ Unschwer vorzustellen sind in diesem Zusammenhang Ausstellungen von regionaler (!) Bedeutung in Forchheim, Tüchersfeld und Hundshaupten, Literaturwochen, Ferienseminare der Bamberger Universität, die in Forchheim eine Außenstelle eingerichtet hat, auch die Idee einer Ferienakademie sollte diskutiert werden (Vorleistungen erbringt der Feuerstein). Mittelfristig nicht zu vernachlässigen sind die Begriffe Gesundheit, Schönheit und Schlankheit. Zu denken ist an Gesundheitspflege, Gesundheitswochen, Bio-Fit-Wochen etc. In Südbayern und vor allem Österreich werden solche Angebote reichlich angenommen. Vorsicht aber hier vor Scharlatanerie! Die Tatsachen, dass der Tourismusmarkt sich aus immer vielfältigeren und individuelleren Zielgruppen zusammensetzt und sich der Fremdenverkehr mit Naherholung, Wochenendurlaub und Kurzurlaub fast über das ganze Jahr erstreckt, sind bei der Programm- und Werbemittelgestaltung zu berücksichtigen. Man wird zeitgemäße Werbebegriffe, Werbeslogans finden müssen, die die Erwartungen der Touristen treffen, die Sehnsüchte der heutigen Menschen stillen. „Landschaftsgarten“ wird der Fränkischen Schweiz besser gerecht als „Freizeitpark“. Kritisch zu untersuchen sind bestehende Begriffe wie „Schlupfwinkel des deutschen Gemüts“ (pervertiert durch unkritische Adaptionen), Land der Burgen, Höhlen und Mühlen“ (Höhlen sind vor allem schutzwürdig, Burgen gibt es auch woanders, und Mühlenromantik?). Zu bedauern ist, dass in der Vergangenheit des Gebietsausschusses erfolgte Versuche, den Begriff „Natur“ („Natürlich -Fränkische Schweiz“, Naturismus, Naturheil usw.) in Zusammenhang mit der Landschaft zu etablieren, gescheitert sind. Aus einer damals möglichen Vorreiterrolle ist ein Hinterher geworden. Die Maßnahmen der Tourismuszentrale beziehen sich auf die Verbesserung der Werbemittel und die Programmgestaltung. Die Arbeitsorganisation in der Tourismus-

zentrale wurde nicht untersucht. Die gesicherten Erkenntnisse der Werbelehre und der Werbepsychologie sind nicht ausreichend berücksichtigt. Vorzufinden ist ein Sammelsurium an verschiedensten Werbemitteln bis hin zur dilettantisch gestalteten Kopie. Das Hauptmerkmal einer guten Werbestrategie ist, dass das Erscheinungsbild aller Werbemittel in den wesentlichen Teilen gleich ist. In Verbindung mit einem Slogan und/oder einem Werbesignet ist das höchst bedeutsam für das Wiedererkennen und das schnelle Zuordnen durch den Betrachter. Bei planmäßiger Vorgehensweise sind Verbesserung leicht zu erreichen.

Der Hauptprospekt (Katalog) bedarf einer Diskussion. Vor allem der Informationsteil lässt sich in seiner Gestaltung leicht verbessern. Die unkritische Verwendung des Begriffs“ Auf nach Bayern“ sollte ebenfalls überdacht werden. Vor allem aber ist eine auf die Fränkische Schweiz bezogene Individualität nicht zu erkennen. Wenn man die erklärenden Texte und das Titelblatt beiseite lässt, könnte der Prospekt für fast jede Mittelgebirgslandschaft Verwendung finden. Das ist jedoch bedenklich. In einer Zeit der hohen Sensibilität für Umweltprobleme und bei der hervorragenden Struktur der Nachfragegründe muss Umweltpapier eingesetzt werden. Mehr noch: Bis zu einem noch zu definierenden Zeitpunkt (etwa 1995) sollte die Tourismuszentrale keinen (Orts)Prospekt mehr vertreiben, der nicht umweltfreundlich hergestellt ist. Das lässt sich zu einer positiven Imagekampagne nutzen. Wegen der großen Vielfalt der Zielgruppen ist auf die Herausgabe und Gestaltung von Spezialbroschüren besonderer Wert zu legen. Solche Spezialbroschüren müssen auf der Basis eines Gesamtkonzeptes (bis hin zur Wiedererkennbarkeit im Layout) gestaltet werden:

- Kultur und (auch moderne) Kunst in der Fränkischen Schweiz. Museen und Galerien, inklusive umliegende Städte.
- Wandern und Radfahren, Urlaub ohne Auto.
- Essen und Trinken, Gastlichkeit inkl. Brauereien, Biergärten, Sonderkulturen, Schnapsbrennereien, Märkte, Volksfeste, kirchliche Feste.
- Sport aktiv und passiv, Gesundheit.
- Bibliographie über die Fränkische Schweiz. ÖPNV-Fahrplan, inkl. Dampfbahn. Ein Fest- und Veranstaltungskalender sollte für das ganze Jahr zur Verfügung stehen. Außerhalb der Hauptsaison sollten mehr Angebote aufgelegt werden. Das Programm ließe sich schon durch Koordination von örtlichen Programmen ausweiten. Die bisherige Ausgabe ist nicht sehr attraktiv gestaltet, die Veranstaltungen müssten - siehe Spezialprospekte - gegliedert und erst innerhalb dieser Rubrik chronologisiert werden. Dies würde die Übersichtlichkeit wesentlich steigern. Das Veranstaltungsprogramm kann auch eine Plattform sein, auf der sich Einheimische und Gäste begegnen. Veranstaltungskalender als Mittel

der inneren Werbung. In der Fränkischen Schweiz ansässige Firmen mit überregionalem Bekanntheitsgrad könnten repräsentativ in die Verbundwerbung eingegliedert werden: Hertlein, Streitberg (Bitter, Kräuterliköre), Milchversorgung Ebermannstadt (Käse für Frankreich), Vierling, Ebermannstadt (High-Tech), Obstverwertung Pretzfeld, Piasten Forchheim, weitere Forchheimer Industriebetriebe. Sonderveranstaltungen können sehr unterschiedlich motiviert sein. Hier wären in erster Linie die Geschichte und die Literatur zu befragen.

Treffen aller Schweizen. Allein die Beteiligung früherer DDR - Schweizen würde die Medienwirksamkeit garantieren. Daraus ließe sich auch ein besonderer Umweltschutztag gestalten. Umweltbewusstsein könnte man auch beweisen, wenn es gelänge, dass eine deutsche Automobilfirma - am besten BMW - ihr neuestes elektrogetriebenes Umweltauto in der Fränkischen Schweiz präsentiert; oder dass eine Autofirma solch einen Wagen der Tourismuszentrale zur Verfügung stellt. Nebenbei: In Egloffstein befindet sich die erste bayerische Elektro-Tankstelle. Eine derartige Maßnahme hätte gleichermaßen Öffentlichkeits-, Medien- und Tourismusinteresse. Die Assoziation zu "Landschaftsgarten Fränkische Schweiz" wäre unübersehbar. In der Saison könnte sich die Fränkische Schweiz einen autofreien Sonntag verordnen (Vorbilder in den zwanziger Jahren). Es werden Musterspeise- und -Getränkekarten an die Wirte gegeben, mit sprachlichen Hinweisen (Bocksbeutel schreibt man nicht mit x, fränkische Offerten, keine bairischen, Schweinsbraten statt Schweinebraten), Tipps zur Lokalbelüftung (Küchenmief in der Kleidung verhindert Wiederkommen). Beratung für bodenständige Wirtsstuben- und Gastzimmergestaltung. Wie empfangen ich einen Gast, wie verabschiede ich ihn? Wie bringe ich dem Gast Besonderheiten der Landschaft bei? Es macht keinen guten Eindruck, wenn der Gast bessere örtliche Geographie und Geschichtskennntnisse besitzt als sein Gastgeber. Kleinigkeiten: Nicht den zerfledderten Lesezirkel von vor drei Monaten ausliegen lassen, Informationen aushängen über Museumsöffnungszeiten, Busfahrpläne, Gottesdienste. Kultur: Neben dem Volkstümlichen (muss selbstverständlich auch sein, darf nicht älplerisch anmuten) kommen zu kurz in der Fränkischen Schweiz die Literatur (Gruppe 47; denkbar ist eine Veranstaltung in der Pulvermühle: Was ist aus ihr geworden?) sowie Veröffentlichungen aus und über die Fränkische Schweiz über Jahrhunderte hinweg. Freilichttheater: Es gab immer wieder Initiativen, aber sie blieben Eintagsfliegen wie auf der Neideck; Sanspareil ist fast völlig ungenutzt. Konzertreihen existieren mehr neben- als miteinander, sehenswerte Gebäude sind mehr geschlossen als geöffnet. Gäste können eingebunden werden in landschaftserhaltende Maßnahmen. Sicher soll nicht der Animation im Sinne touristischer Großveranstalter das Wort

geredet werden. Aber „dank“ der zunehmenden Freizeit fehlt vielen Menschen, auch Besuchern der Fränkischen Schweiz, der Impuls zur sinnvollen Freizeit- und Urlaubsgestaltung. Morschreuth hat da sicher eine positive Vorreiterrolle. Der Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz leidet dann und wann und nicht selten unter der Kirchturmpolitik. Landschaftsprägend sind sie ja, die Kirchtürme, sie könnten Thema einer (Rund-) Wanderung sein; Begleitheft, Gottesdienstbesuch, Kirchenführung, Turmbesteigung inklusive.

Talfreilegung: Das Aussehen der Fränkischen Schweiz in ihrer tatsächlichen Entdeckungszeit (18. und 19. Jahrhundert) lässt sich aus Stichen, Radierungen und frühen Fotografien rekonstruieren. Die Natur gab mit dem Windbruch bei Burggaillenreuth vor einigen Jahren selbst einen Fingerzeig.

Schloss Hundshaupten ist ein dankenswertes Geschenk an den Landkreis Forchheim. Das enthebt niemanden, über eine adäquate Nutzung nachzudenken. Es darf nicht ausgeschlossen werden, das Schloss in den Dienst des Fremdenverkehrs, womöglich der Werbung, auf jeden Fall der Kunst zustellen.

Vorschläge:

Unterbringung der Tourismuszentrale. Sie ist in Ebermannstadt nicht landschaftsspezifisch und werbewirksam untergebracht. Die Räume im Hinterhof wirken nicht einladend. Der Besucherverkehr ist - im Gegensatz zu örtlichen Verkehrsämtern - eher gering.

Verlegung der Bibliothek des Fränkische-Schweiz-Vereins nach Hundshaupten. Dies würde eine Stimmigkeit zwischen Vereinsgeschichte und -Auftrag, Landschaft und Kulturdenkmal herstellen.

Der Landkreis Forchheim (der ohnehin jedes Jahr Kulturförderpreise vergibt) könnte zwei Stipendien vergeben- eines an einen jungen, nicht mehr ganz unbekanntem Schriftsteller („Schlossschreiber“) und eines an einen bildenden Künstler. Die Aufenthaltsdauer sollte jeweils ein Jahr betragen. Mit einer solchen Einrichtung könnte in der Fränkischen Schweiz auch die zeitgenössische Kunst eine Heimat finden. Apropos: Die Curt-Hermann- Sammlung in Pretzfeld kennen auch nur Spezialisten. Im Schloss könnte eine literarische Vortragsreihe in Zusammenarbeit mit dem Studio Franken des Bayerischen Rundfunks installiert werden. Zu erörtern wäre der Plan eines Fränkische-Schweiz-Kunstsommers. Im Schloss ließen sich auch Ausstellungen realisieren. Es muss ja nicht unbedingt die Villa Massimo werden.

6. Organisatorische Fragen

Die bisherigen Behauptungen und Anregungen zeigen, dass die Tourismuszentrale vor einem wirklich großen Berg von Aufgaben steht. Der Ideenkreis legt Wert

darauf, dass sich die Arbeit für den Fremdenverkehr der Fränkischen Schweiz nicht im Prospektversand, in Journalistenbetreuung oder in Messebesuchen erschöpfen darf. Zu beheben ist vor allem das Defizit an innerer Werbung. Die Aufgaben der Mitarbeiter in der Tourismuszentrale setzen vor allem Grundwissen der Marktforschung, der Werbung, sogar der Psychologie voraus, aber auch die wesentlichen Kriterien des Druck- und Medienwesens wären gefordert. Das heißt: Die Tourismuszentrale braucht wenigstens einen gelernten Fremdenverkehrsfachmann. Denn die quantitativen und qualitativen Anforderungen setzen Professionalität voraus. Zumal dann, wenn die schwieriger werdenden Märkte genutzt und die immer knappen Mittel rationell eingesetzt werden sollen. Der Fremdenverkehrsverband Franken kann hier nur Hilfsdienste leisten, wobei das Risiko der terminlichen Bereitstellung des Wissens außer Betracht bleibt.

Unter der Voraussetzung, dass die jetzige Besetzung der Tourismuszentrale unverändert bleibt, gibt es nur einen schmalen Ausweg: Kurzfristig müsste für die Mitarbeiter eine detaillierte Aufgaben- und Stellenbeschreibung angefertigt werden. Drei Aspekte: erstens ließe sich durch rationellen Einsatz der Arbeitszeit die Gesamtaufgabe in absehbarer Zeit in den Griff bekommen; zweitens würde den einzelnen Mitarbeitern eine wichtige Entscheidungs- und Kompetenzhilfe gegeben werden; drittens wäre erst damit die Leistungsbereitschaft und Leistungsintensität kontrollierbar - wie in jedem anderen Betrieb. Soll der "Ideenkreis" weiterwirken, so ist seine organisatorische Einbindung in den Gebietsausschuss unverzichtbar. Denn die Mitglieder des Ideenkreises haben ein Interesse daran, dass ihre Vorschläge sachlich diskutiert werden. Und da die politische Umsetzung nur im Vorstand geschehen kann, müsste eine Plattform zur gemeinsamen Diskussion und Durchsetzung geschaffen werden. Dies könnte mit einem Beiratsstatus erreicht werden, der funktional zwischen Vorstand und Geschäftsführung anzusiedeln wäre. Er müsste stets zu den Vorstandssitzungen hinzugezogen werden. So könnte er Vorstandsentscheidungen vorbereiten und der Geschäftsführung Hilfsmittel zur Bewältigung der Gesamtaufgabe an die Hand geben.

7. Zusammenfassung

„So viel Anfang war noch nie ...“ (Hermann_Glaser, 1989)

Ideen kann man nicht produzieren. Sie sind entweder vorhanden oder nicht. Das Wort „Idee“ impliziert aber auch eine Einzelmaßnahme. Solche dürfen ruhig abfallen aus der Arbeit des Ideenkreises Fränkische Schweiz, der seine Arbeit aber ganzheitlich angeht, so ganzheitlich, wie der Fremdenverkehr der Zukunft gesehen werden muss.

Fremdenverkehrs-Erfolg kann nicht mehr gemessen werden in statistischen Zahlen (noch mehr Übernachtungen, noch mehr Betten, noch mehr Gäste etc.), sondern nur noch in der Zufriedenheit der Gäste und, neuer Aspekt, der Gastgeber mit den Gästen. So ist das "landschaftsgerecht" künftig zu verstehen. Folgende grundsätzlichen Fragen sind sorgfältig zu untersuchen, sorgfältiger, als es das Idealistenteam Ideenkreis in seiner jetzigen Zusammensetzung leisten kann:

a) Welchen Fremdenverkehr besitzt die Fränkische Schweiz tatsächlich?

b) Welchen Fremdenverkehr will die Fränkische Schweiz in Zukunft?

Allzu hohe Zuwachsraten sind weder realistisch noch anzustreben. Zu verbessern ist die Qualität des gesamten touristischen Bereiches in der Fränkischen Schweiz. Dies beginnt bei der Besinnung auf die romantischen Wurzeln der Landschaft, die das wesentliche Unterscheidungsmerkmal zu anderen Mittelgebirgslandschaften ist. Es gilt, Ausflügler und Urlauber voneinander fernzuhalten, es gilt, durch spezifische Verkehrsplanungen das hohe Verkehrsaufkommen an bestimmten Tagen zu entflechten. Es gilt, den unterschiedlichen Urlaubsformen von Gegenwart und Zukunft gerecht zu werden. Es gilt, die Angebotspalette zu vergrößern, ohne die erhaltungswürdigen Charakteristika der Landschaft auch nur zu beeinträchtigen. Das wesentliche Kapital der Region ist die Natur. "Idee": Es sollten auch gemeindliche Naturschutzbeauftragte bestimmt werden, die eng mit den touristisch Verantwortlichen zusammenarbeiten sollten.

Wandern wird die Hauptsportart der Fränkischen Schweiz bleiben. Andere landschaftstypische Sportarten wie Klettern, Höhlentouren oder Kanufahren sollten nicht verboten, aber klar kanalisiert werden. Wichtig wird der Gesundheitstourismus sein - nichts Neues, denkt man an die Streitberger Molkekuren des 19. Jahrhunderts. Verstärkt zu setzen ist auf den Kulturtourismus. Allerdings sollten derartige Programme profihaft für die gesamte Fränkische Schweiz entwickelt und organisiert werden, ohne dabei die bodenständigen Strukturen aufzugeben. Als potentielle Besucher kommen auch Einheimische in Frage.

Die regionale Gastronomie vermag den unterschiedlichen Ansprüchen gerecht zu werden, ist aber verbesserungswürdig in unscheinbar wirkenden Details (sprachliche Sorgfalt bei Speisekarten, Lücken bei heimatkundlichen Informationen, Mängel in der ureigensten Ausbildung). Hier sind auch die Gastronomen gefordert: Viele sind geneigt, sich auf die Initiativen der örtlichen und überörtlichen Fremdenverkehrswerbung zu verlassen. Gastronomen, die ihr Schicksal selbst in die Hand nehmen und zusätzlich eigene Gästekreise erschließen, die zu ihrem Haus passen, haben schon jetzt mehr Erfolg als ihre Konkurrenten. Ebenfalls auf jedem Level: Es wird empfohlen, einen gastro-

mischen Führer für die Fränkische Schweiz herauszugeben, der die Lokale vor allem nach den regionalen Spezialitäten qualifizieren sollte. Zu verbessern ist die Schlagkraft auch der örtlichen Verkehrsämter, zu beenden die Kirchturmpolitik (die allerdings landschaftstypisch ist). Nachzudenken ist auch über neue Finanzierungsmodelle in der Fremdenverkehrs-Betreuung. Zu fordern ist hier neben der Gastronomie das örtliche Gewerbe, das ja auch unmittelbaren Nutzen aus der Tourismuspolitik zieht. Allerdings: Ohne den Willen zu einer wirklich konzentrierten Aktion aller, die für die Fränkische Schweiz Verantwortung tragen, wird die Landschaft keinen entscheidenden Schritt auf dem Weg zu einem zukunftsicheren Fremdenverkehr vorwärtskommen.

Die Zweckvereinbarung des Gebietsausschusses als Träger der Tourismuszentrale von 1974 lautet:

Zweckvereinbarung zur Förderung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz Zwischen dem Landkreis Bayreuth und dem Landkreis Forchheim wird folgende Vereinbarung geschlossen:

§ 1 Aufgabe

- (1) Die Landkreise fördern den Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz nach Maßgabe der nachfolgenden Vereinbarungen.
- (2) Rechtsträger der Förderungsmaßnahmen ist der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz im Fremdenverkehrsverband Nordbayern e. V. Nürnberg.

§ 2 Personal

- (1) Der Landkreis Forchheim ist Anstellungskörperschaft für die gemäß Abs. 2 einzustellenden und dem Gebietsausschuss unentgeltlich zur Verfügung zu stellenden Dienstkräfte.
- (2) Anzustellen sind:
1 Leiter der Fremdenverkehrseinrichtung und zusätzlich erforderliches Personal im Rahmen des Haushaltes.
- (3) Die Anstellung, Einstufung und Kündigung der Dienstkräfte nach Abs. 2 bedarf der Zustimmung des Landkreises Bayreuth.
- (4) Der Landkreis Bayreuth trägt 1/3 der dem Landkreis Forchheim entstehenden Personalkosten. Auf den vom Landkreis Bayreuth voraussichtlich zu tragenden Kostenersatz ist im Rahmen einer Abschlagszahlung je die Hälfte zum 1. 4. und: 1. 10. eines Jahr zu leisten. Nach Schluss des Kalenderjahres sind die Personalkosten durch den Landkreis Forchheim abzurechnen.

§ 3 Sachausgaben

(1) Die Landkreise verpflichten sich, zur Förderung der Aufgaben nach § 1 zu den Sachausgaben der Fremdenverkehrseinrichtung des Gebietsausschusses Zuschüsse nach Maßgabe des im gegenseitigen Einvernehmen aufzustellenden Haushaltes des Gebietsausschusses zu leisten. Der Landkreis Forchheim trägt von dem hiernach von den Landkreisen zu übernehmenden Zuschußbetrag zweidrittel, der Landkreis Bayreuth 1/3; darüber hinausgehende Leistungen eines der Landkreise bleiben zulässig. Die Haftung der Landkreise gegenüber Dritten beschränkt sich auf den auf sie entfallenden Anteil.

(2) Die Landkreise verpflichten sich, für Förderungsleistungen nach § 2 und § 3 zusammen mindestens einen Betrag von 100 000 Mark jährlich, entsprechend ihren Anteilen, aufzubringen.

(3) Im Rahmen des Haushaltsplanes entscheidet der Gebietsausschuss selbständig über die im Einzelfall durchzuführenden Vorhaben.

§ 4 Rechtsbeziehungen zum Gebietsausschuss

(1) Ansprüche des Gebietsausschusses entstehen nur nach Maßgabe der schriftlichen Zusagen der Landkreise.

(2) Die Landkreise verpflichten sich darauf hinzuwirken, dass der Gebietsausschuss sich einer überörtlichen Rechnungsprüfung durch ein öffentlich-rechtliches Prüfungsorgan unterzieht.

§ 5 Geschäftsräume

Der Landkreis Forchheim stellt die für die Fremdenverkehrseinrichtung erforderlichen Geschäftsräume unentgeltlich zur Verfügung. Eine Kostenbeteiligung des Landkreises Bayreuth erfolgt insoweit nicht.

§ 6 Beratungen

Für die aus dieser Zweckvereinbarung sich ergebenden gemeinsamen Angelegenheiten, insbesondere die Beratung des Haushaltes, entsendet jeder Landkreis zwei Kreisräte in die Vorstandschaft und das beratende Gremium des Gebietsausschusses. Die Landkreise verpflichten sich darauf hinzuwirken, daß von beiden Landkreisen jeweils der Landrat oder ein vom Landkreis benannter Vertreter in der Vorstandschaft des Gebietsausschusses vertreten ist.

§ 7 Kündigung

Diese Vereinbarung gilt für unbestimmte Zeit. Sie kann mit einer Kündigungsfrist von 12 Monaten schriftlich zum Ende eines Haushaltsjahres gekündigt werden.

§ 8 Inkrafttreten

Diese Vereinbarung tritt am 1. Januar 1974 in Kraft.

| | |
|--------------------|---------------------|
| Bayreuth, den | Forchheim, den |
| Landkreis Bayreuth | Landkreis Forchheim |
| Dr. Kohut Landrat | Ammon Landrat |

44 Gemeinden waren im Jahre 2018 Mitglied im Tourismusverband Franken ... und werden damit von der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz touristisch vertreten (plus später hinzugekommen):

Ahorntal, Aufseß, Altendorf, Baiersdorf, Betzenstein, Bubenreuth, Buttenheim, Creußen, Ebermannstadt, Eckenthal (NEU), Effeltrich, Eggolsheim, Egloffstein, Forchheim, Glashütten, Gößweinstein, Gräfenberg, Gundelsheim, Hallerndorf, Hausen (NEU), Heiligenstadt, Heroldsbach (NEU), Hiltpoltstein, Hirschaid, Hollfeld, Kasendorf, Kirchehrenbach, Litzendorf, Memmelsdorf, Mistelgau, Neudrossenfeld, Neunkirchen am Brand, Obertrubach, Pegnitz, Plankenfels, Plech, Pottenstein, Pretzfeld, Scheßlitz, Strullendorf, Thurnau, Unterleinleiter, Weißenohe, Wiesenthau, Waischenfeld, Wiesental, Wonsees.

Verwendete Quellen:

Für den Aufsatz 50 Jahre Tourismuszentrale Fränkische Schweiz wurden vor allem die Geschäftsberichte (für Tourismusverband Franken etc.) und Jahresberichte (für Protokolle der Mitgliederversammlungen) herangezogen, die i.d.R. von Frau Thömmes und den Nachfolgern im Amt des Geschäftsführers erstellt und vom jeweiligen Landrat (in seiner Eigenschaft als 1. Vorsitzender des Gebietsausschusses) in diversen Veranstaltungen wie Mitgliederversammlung, Kreistagsversammlungen oder bei Presseterminen vorgelesen worden sind. Außerdem wurden die vorhandenen Protokolle jener Zeit, sofern notwendig, und sonstige Anlagen (Übersichten), die meist einem offiziellen Termin beigelegt worden sind verwendet. Zudem finden Berichte der Lokalpresse Eingang in das Werk, da sie sich oftmals auch kritisch und kompetent mit den vorgestellten Ergebnissen der Landräte/Geschäftsführer umgingen und damit eine andere Meinung und Sicht der Dinge vertraten als jene Politiker, die die Interessen der Tourismuszentrale begründeten. Auch hierbei wurde der Fokus darauf gelegt, solche Themenartikel zu verwenden, die direkt mit der Tourismuszentrale zu tun haben, was ja auch für die o.g. Berichte gilt. Mit der Vorgehensweise entstand ein Werk, welches verschiedene Meinungen abbildet und daher der Realität vermutlich am nächsten kommt.

Bemerkungen: (Endnoten)

- 1 Dr. Michel Hofmann in: Fränkische Blätter 1956, Seite 24
- 2 https://de.wikipedia.org/wiki/Grand_Tour. Stand: 28.9.2019
- 3 Siehe Fränkische Blätter 1956, Seite 24
- 4 <https://de.wikipedia.org/wiki/Rheinromantik>
- 5 Fick Johann Christian in: Meine neues Reise zu Wasser und zu Land, Erlangen 1807
- 6 in seinem Rundschreiben Nr. 5 von 1947
- 7 Zeitschrift Der Fremdenverkehr, Nr. 7 1974, Seite 63
- 8 Az: 1/11 – 853.0/73 Fe - Erarbeitung eines Haushaltsvoranschlages zur Eröffnung des Fremdenverkehrsamtes des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz
- 9 Tourismuszentrale Fränkische Schweiz: Entstehung und Tätigkeit. Vorgelesen von Landrat Ammon 1975
- 10 Das war auch in den 90-er Jahren noch so, als die TZFS immer wieder mal an einer Messe in Utrecht teilnahm. Hat man in den 70-er Jahren in Franken noch gerne Campingurlaub gemacht, war das Ziel in den 90-er Jahren Italien und weitere Mittelmeerländer. Die Fränkische Schweiz lag auf halbem Weg und war daher nur noch Zwischenstation für die Holländer mit ihren jetzt PS-starken PKW's und Zugmaschinen, mit denen sie die Alpen überquerten.
- 11 Im Jahr 1973 zählte man in der Fränkischen in den 13 Hauptorten 584 000 Übernachtungen, 1974 waren es schon 620 000 Übernachtungen bei 109 000 Ankünften; 1975 dann 113 000 Ankünfte mit 683 000 Übernachtungen. Zahlen des statistischen Landesamtes, damals München, jetzt Fürth.
- 12 Aktenzeichen 300-32-480-78
- 13 Fränkischer Tag 5. April 1978
- 14 Reinhard Löwisch: Tourismus Fränkische Schweiz, PDF 2019
- 15 Nordbay. Nachrichten vom 22.12.1979
- 16 Fränkischer Tag vom 27.12.1979
- 17 www.lra-fo.de/site/3_landkreis/partnerschaften_landkreis_forchheim.php
- 18 Nordbay. Nachrichten vom 25.8.1979
- 19 Zeitschrift „Das Frankenland“ von 1979, Seite 170-172
- 20 Fränkischer Tag vom 13.1.1981 - Auf Schusters Rappen
- 21 Fränkischer Tag vom 27.3.1981
- 22 Landesamt für Bay. Statistik und Datenverarbeitung vom 25.2.2011
- 23 Vortrag Ammon: 10 Jahre Tourismuszentrale Fränkische Schweiz
- 24 Vortragsmanuskript, welches in verschiedenen Fassungen aber gleichlautenden Inhalt benutzt wurde

- 25 Mitgliederversammlung vom 11.1.1985
- 26 Geschäftsbericht vom 14.April 1987 für das Jahr 1986
- 27 Mitgliederversammlung vom 7.2.1995
- 28 Vorstandssitzung am 4.12.1997
- 29 Vorstandssitzung vom 22.6.1998
- 30 Nordbay. Kurier vom 20.11.1998
- 31 Aus: Geschäftsbericht des Tourismusverbandes Franken für 2020, Seite 85
- 32 Aus: Geschäftsbericht des Tourismusverbandes Franken für 2021, Seite 83
- 33 Aus: Geschäftsbericht des Tourismusverbandes Franken für 2022, Seite 83
- 34 Geschäftsbericht, mitgeteilt von der Tourismuszentrale; Herrn Helldörfer
- 35 Statistik der Tourismuszentrale



Abb. 24 Der bayerische Ministerpräsident Günther Beckstein 2007 auf seinem Eröffnungsrundgang durch die Messe Freizeit in Nürnberg. Am Stand der Fränkischen Schweiz wurde er von der Kirschenkönigin Kathrin (Wölfel) II., der Fränkischen Spargelkönigin Kathrin Kupfer und Franz-Xaver Bauer mit einem „Freßkorb“ begrüßt. Foto: Löwisch

Ein Jahr lang war der Franke Günther Beckstein (CSU) im Amt. Der Jurist war von Oktober 2007 bis Oktober 2008 der erste evangelische Ministerpräsident nach dem Zweiten Weltkrieg.



Reinhard Löwisch
Tourismus in der Fränkische Schweiz
- 50 Jahre Tourismuszentrale -