



Reinhard Löwisch
Tourismus in der Fränkische Schweiz
- Prospekte als Werbeträger-

Reinhard Löwisch
Tourismus in der Fränkische Schweiz
- Prospekte als Werbeträger-

Inhaltsverzeichnis

Werbeprospekte im Tourismus von Anfang an - bis 1973 - Seite 5

Werbeprospekte zwischen 1974 und 2019- Seite 12

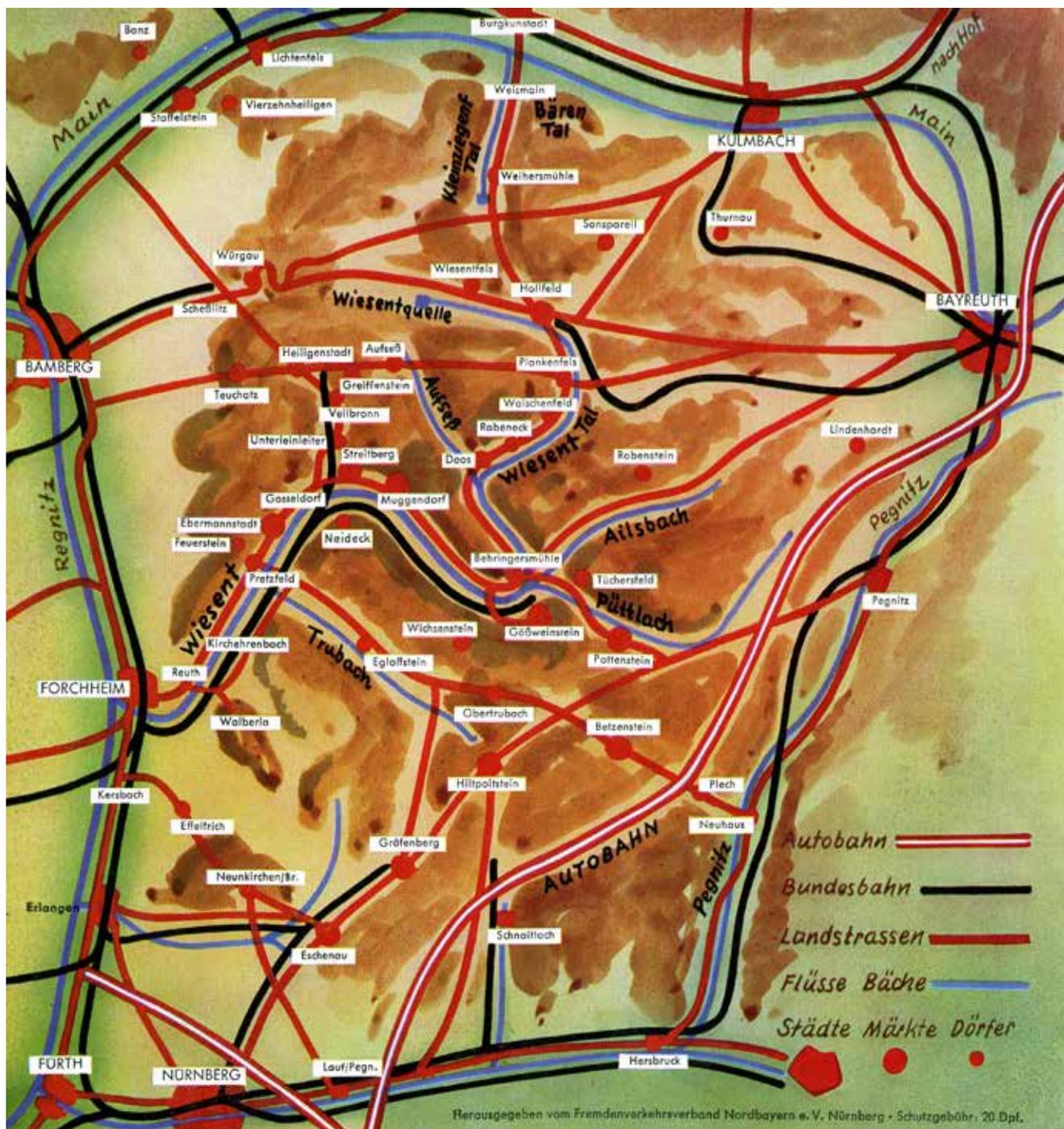
Postkarten als Werbeträger - Seite 24

Einleitung

Wie lange es schon Prospekte als Werbemittel in der Fränkischen Schweiz gibt, ist unbekannt. Man unterscheidet verschiedene Formen in der Größe wie auch im Inhalt. Am meisten verbreitet sind Imageprospekte. Darinnen wird zumeist besonderer Wert auf die Darstellung besonderer Regionen oder Plätze gelegt, oder Gemeinden vorgestellt oder besondere Themen behandelt, wie zum Beispiel das Bierprospekt, das erfolgreichste Themenprospekt der Tourismuszentrale.

Ein wenig ragen die Themenprospekte der TZ auch in die Produkt- oder Verkaufprospekte hinein, da sie konkrete Anzeigen von Anbietern enthalten, mit denen das jeweilige Prospekte in der Regel auch finanziert wurde. „In einem Image-Prospekt wird zumeist besonderer Wert auf die Darstellung des Unternehmens und seiner Philosophie gelegt; es stellt also im Gegensatz zum Produkt-Prospekt das Unternehmen als solches in den Vordergrund. Hier spielen wesentliche Aspekte der Corporate Identity eines Unternehmens eine übergeordnete Rolle. Image-Prospekte sind deshalb häufig aufwendiger und anspruchsvoller gestaltet, als beispielsweise wöchentlich, monatlich oder saisonal erscheinende Produkt-Prospekte“. Soweit Wikipedia.

Die Fränkische Schweiz auf einer Karte des Verkehrsvereins Nordbayern 1952



Werbeprospekte im Tourismus von Anfang an - bis 1973

Laut Wikipedia erschien 1856 der erste Handzettel auf dem Markt, in dem Pierer's Universallexikon zum Verkauf angeboten worden ist. Wo der Handzettel ersten Mal auftauchte, ist nicht überliefert; mit ziemlicher Sicherheit aber nicht in der Fränkischen Schweiz, weil es hier vermutlich zu wenige Menschen gab, die sich ein 20-bändiges Lexikon in Luxusausführung leisten konnten. Es dauerte noch einige Jahre bis es üblich wurde, in den Amtsblättern der Region, zum Beispiel dem „Amtsblatt für die königlichen Bezirksämter Ebermannstadt und Forchheim Inserate zu schalten. Die betrafen aber damals noch nicht den Tourismus, sondern den Alltag der Menschen.

Zu vermietben.

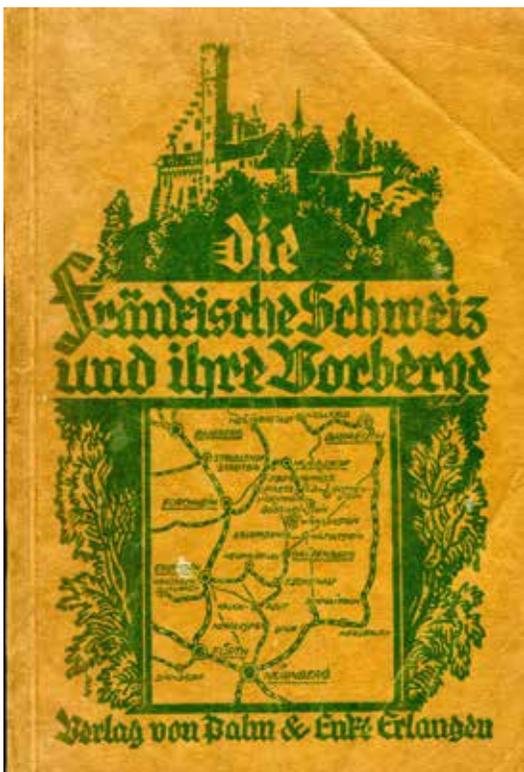
Bei Tünchermeister Rittmeyer ist über eine Stiege ein freundliches Logis mit 2 heizbaren Zimmern u. Nebenzimmer, einer hellen Küche, verschlossener Holzlege und der Benutzung des Waschhauses mit oder ohne Möbel stündlich zu vermietben.

2,1

Auszug aus dem Amtsblatt der Bezirksämter Forchheim und Ebermannstadt vom 20.1.1863

„Große“ Tageszeitungen gab es im 19. Jahrhundert nur in großen Orten wie Bayreuth, Bamberg, Fürth oder Nürnberg. Daher waren Anzeigen in den Amtsblättern mit

geringer Auflage vermutlich wesentlich preisgünstiger – und sie wurden von den Einheimischen besser und mehr gelesen (weil an den Infotafeln angeschlagen) oder in den Gemeinderathäusern ausgelegt. Die Anzeigen schauten so aus wie oben: einige Textzeilen ohne grafische Gestaltung. Manchmal, wenn es sich zum Beispiel um einen entlaufenen Hund handelte, war ein Hund dazu abgebildet. Ich vermute beim Lesen dieser Anzeige, dass es sich nicht um ein Stundenhotel handelte, sondern die Wohnung soll schnellstmöglich vermietet werden. Holz zum Heizen musste der Mieter damals selbst mitbringen oder dazu kaufen, daher der Hinweis auf eine „verschlossene“ Holzlege .

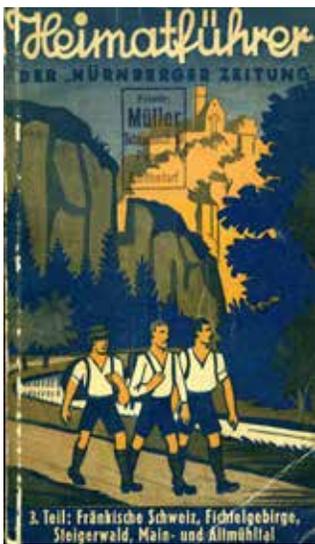


Bei Durchsicht der bekanntesten Reiseführer des 19. Jahrhunderts fand ich nirgends Anzeigen von Vermietern oder von Sehenswürdigkeiten. Damit begann man offensichtlich erst im 20. Jahrhundert. Bis dahin war es vermutlich zu teuer und zu uneffektiv, in Amtsblättern für den Fremdenverkehr zu inserieren. Und Zeitungen konnte sich nur wenige begüterte leisten, auch wenn in der Telleiste des Wiesentboten damit geworben wurde, dass das Abo im Vierteljahr nur 1 Mark kostet, inkl. Zustellgebühr – für drei Ausgaben pro Woche (1). Zum 1.1.1898 übernahm der Wiesentbote mit Sitz in Ebermannstadt das Amtsblatt . Ab diesen Zeitpunkt dürften die Anzeigen nur noch in den Zeitungen geschalten worden sein.

Apropos Zeitungen: Was viele nicht wissen werden: August Sieghardt, der Nürnberger Reiseschriftsteller und „Fan“ der Fränkischen Schweiz hat die Region in Deutschland damit bekannt gemacht, dass er hunderte von Artikeln über die gesamte Region an alle Zeitungen Deutschlands verkaufte. Eine Win-Win-Situation. Er wurde reich dabei und die „Fränkische“ bekam die Urlauber. Von 1905 bis 1947 schrieb er mehr als 600 Artikel in 400 Tageszeitungen über die Region (2), dazu 10 Reisebücher und 35 Werbeschriften, wie z.B. den ersten Führer über die Teufelhöhle (3). Er war Schriftleiter des FSV-Vereinsheftes und Mitar-

beiter des Wiesentboten, der bisher einzigen Lokalzeitung nur für die Fränkische Schweiz.

1856 kam der Reiseführer des Erlanger Verlages Palm & Enke auf den Markt, der „Die Fränkische Schweiz und ihre Vorberge“ (Bild oben) hieß. Jener war, wie damals üblich sicher noch ohne Werbeanzeigen. Diese Ausgabe (Bild), ein von Ludwig Göhring verfasster Wanderführer stammt aus dem Jahr 1927 (in der 10. Auflage). Wie im Vorwort erklärt, war es ursprünglich (1856) ein reines Wanderheft mit 10 beschriebenen Touren, ehe es 1921 gründlich überarbeitet worden ist. Vermutlich zu dem Zeitpunkt kamen die ersten Anzeigen hinzu, um den Druckpreis zu minimieren. Außerdem verfügte das 240 A6-Seiten starke Werk über 45 s/w-Bilder und einer „Höhenschichtenkarte“, die aber bei diesem Exemplar fehlt. Die Anzeigen – nach dem Sachregister und den Frankonia-Buchempfehlungen eingefügt wurden auf 14 Seiten abgebildet.

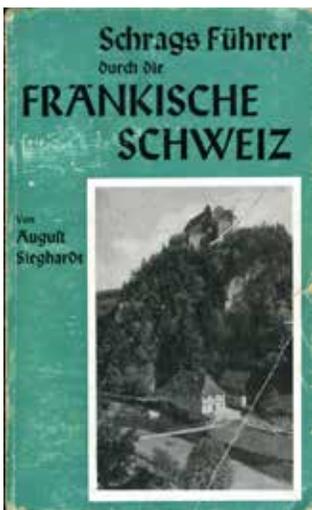


Die Nürnberger Zeitung brachte 1934 einen umfangreichen 254 Seiten starken „Heimatführer“ auf den Markt, (Bild links), der 114 Ausflüge enthielt und komplett von August Sieghardt verfasst worden ist. Er enthielt auch einige wenige Anzeigen, die aber im normalen Text mit eingefügt worden sind und nicht wie bei anderen Führern als zusammenhängender Block zum Schluss des Buches.

Ein weiteres Werk Sieghardts war „Schrags Führer durch die Fränkische Schweiz“ von 1938. 200 Seiten stark im Format A 6, enthielt das Heft 30 Anzeigenseiten und 12 Seiten Bilder. Besonderheit: Das Buch war Hans Hertlein, dem Streitberger Likörfabrikanten und FSV-Chef gewidmet, der 1921 die erste Jugendherberge der Fränkischen Schweiz baute (1924 folgte Pottenstein) und diese mit einer eigenen Postkarte auch bewarb.

Auf der Rückseite der Werbe-Postkarte steht folgender „Text“: „Die Herberge ist das ganze Jahr geöffnet und enthält: 2 Schlafräume m. 30 Betten, 1 Schlafraum mit 30 Strohsäcken und Wolldecken, 1 Küche mit Geschirr. — Getrennte Abteilungen für Knaben und Mädchen. Anmeldungen an den Herbergsleiter: Hans Hertlein, Streitberg i. Oberfr., 1, Vorsitzender des Fränk. Schweiz-Verein“.

Auch die Nazizeit bekam man in den Prospekten zu spüren. Die Fränkische Schweiz gehörte jetzt nicht mehr zu Nordbayern, sondern zur Bayerischen Ostmark, was auf



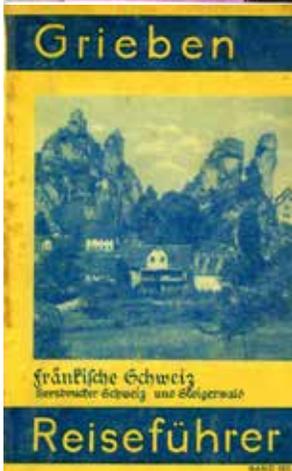
offiziellen Broschüren eindeutig vermerkt war. Wie bei der Broschüre links, die vom „Gebietsausschuss Ostmark“ mit mehreren Auflagen (1. Auflage 50 000 Stück) und ohne Werbeanzeigen, auf den Massenmarkt geworfen wurden. 40 Seiten stark mit ebensoviele großformatigen s/w-Bildern und von August Sieghardt textlich gestaltet.

Auf der ersten Seite im Innenteil (siehe oben) war klar zu erkennen, was die Nazis unter



„Urlaub“ verstanden: Eine Jungschar in Uniform marschiert, vermutlich mit auswendig gelernten Liedern auf den Lippen, durch die Region. Vorbereitung auf den Krieg? Ertüchtigung, sicherlich auch.

Die bayerische Ostmark war das Gebiet zwischen Coburg und Hof im Norden, bis runter nach Passau entlang der Grenze zu Tschechien, umfasste also den Frankenwald, Fichtelgebirge, Fränkische Schweiz, Oberpfalz mit Bayerischer Wald, bis hinunter nach Niederbayern. Darüber hinaus gab es noch eine Imagebroschüre für die gesamte Ostmark-Region sowie für alle Gebiete, die sich innerhalb dieser Grenzen befanden. Auflage 100 000 Stück, 1939. Der Text stammte ebenfalls von August Sieghardt, der damals noch in Nürnberg lebte, bevor er ausgebombt wurde und nach Grassau zog.



Zu erwähnen ist der Grieben Reiseführer aus Berlin (Bild links), der sich nicht an die Vorgaben der Nazis bezüglich der Ostmark hielt und 1935 ein kleines Bändchen herausgab mit 144 Seiten, dass neben der Fränkischen- auch die Hersbrucker Schweiz und den Steigerwald abdeckte. Entsprechend klein war die Schrift.

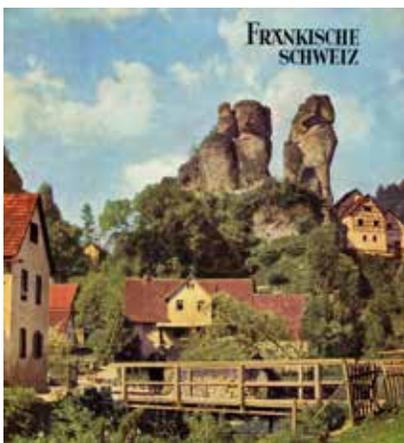
Er hatte zwei Seiten Werbung ganz hinten eingefügt. Eine weitere Besonderheit der 7. Auflage (mit 4000 Exemplaren) war ein Fragebogen, auf dem man hinschreiben konnte, wie gut der Führer ist, ob er Mängel hat oder Angaben ungültig sind etc.

1949 kam ein Reiseführer des Westdeutschen Reisedienste aus Bad Kissingen auf den Markt, der 54 Seiten Textteil (inkl. 2 Seiten Unterkunftsverzeichnis), 16 Seiten mit



s/w-Bildern und 24 Seiten! mit Anzeigen verfügte. So kurz nach dem Krieg war das eine besondere Leistung, die nur deshalb zu Stande gebracht werden konnte, weil (laut Vorwort) der Fränkische Schweiz- Verein (FSV) den Text der Broschüre übernahm. Der Hinweis, dass die Wanderbeschreibungen ohne Markierungszeichen auskommen, weil diese erst in den nächsten Jahren neu angebracht werden müssen zeigt, dass der Krieg auch hier Spuren hinterlassen hat. Noch ein Hinweis im Heft zeigt die Auswirkungen der Belegung zahlreicher Quartiere mit Flüchtlingen: „Es ist wegen des noch herrschenden großen Mangels an Unterkünften und Standquartieren empfehlenswert, vor Antritt der Reise sich schriftlich eine Wohnung zu sichern. 124 Vermieter sind auf den 2 Seiten gelistet; zum Vergleich: heute gibt es allein 1000 Ferienwohnungen.“

In der Fränkischen Schweiz begann die Neuausrichtung 1951, mit dem Beitritt des Fränkische Schweiz- Verein (FSV) zum Landesfremdenverkehrsverband, was die Neubelebung des „Gebietsausschusses“ zur Folge hatte.



1952 brachte der (1949 gegründete) Fremdenverkehrsverband Franken den ersten Imageprospekt der Nachkriegszeit für die Fränkische Schweiz heraus; in einer Auflage von 40 000 Exemplaren. Er umfasste 16 Seiten mit s/w-Bildern der wichtigsten Orte und Sehenswürdigkeiten und einen 4-seitigen Textteil von August Sieghardt, den man bequem aktualisieren konnte, ohne das ganze Prospekt neu drucken zu lassen.



Im gleichen Jahr, ein Jahr nachdem der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz wieder gegründet worden war, brachte ebenfalls der Fremdenverkehrsverband Nordbayern (heute Tourismusverband Franken) das erste Nachkriegsunterkunftsverzeichnis mit 10 Seiten für die Region (und die anderen damals 11 Regionen) auf den Markt. Zwei Broschüren pro Gebiet, die vor allem für die lokalen Urlaubieranfragen und für Messen bestimmt waren. Diese Broschüre konnte man bequem in die Imagebroschüre einlegen und kostengünstig austauschen, wenn es Textänderungen gab. Das letzte Unterkunftsverzeichnis des Nürnberger Verbandes für die Fränkische Schweiz gab es 1985, ein Jahr später stellte die Tourismuszentrale das eigene UV zusammen und brachte es als Doppelausgabe 1987/88 auf den Markt.



1951- also ein Jahr vor dem Nürnberger Verband brachten sechs Gemeinde eine eigene Broschüre auf den Markt (Bild links), die aber bei weitem nicht die gesamte Region abdeckte, dazu legte man einen Werbezettel bei, auf dem ein 7-tägiges Pauschalangebot mit Vollpension ab 50 Mark die Woche angeboten wurde. Die Herausgeber der Broschüre ohne Umschlag waren: Streitberg, Muggendorf, Behringersmühle, Gößweinstein und Potenstein. Die Auflage betrug 20 000 Exemplare. Der Innenteil bestand nur aus Ortsbeschreibungen mit s/w- Ortsansichten.



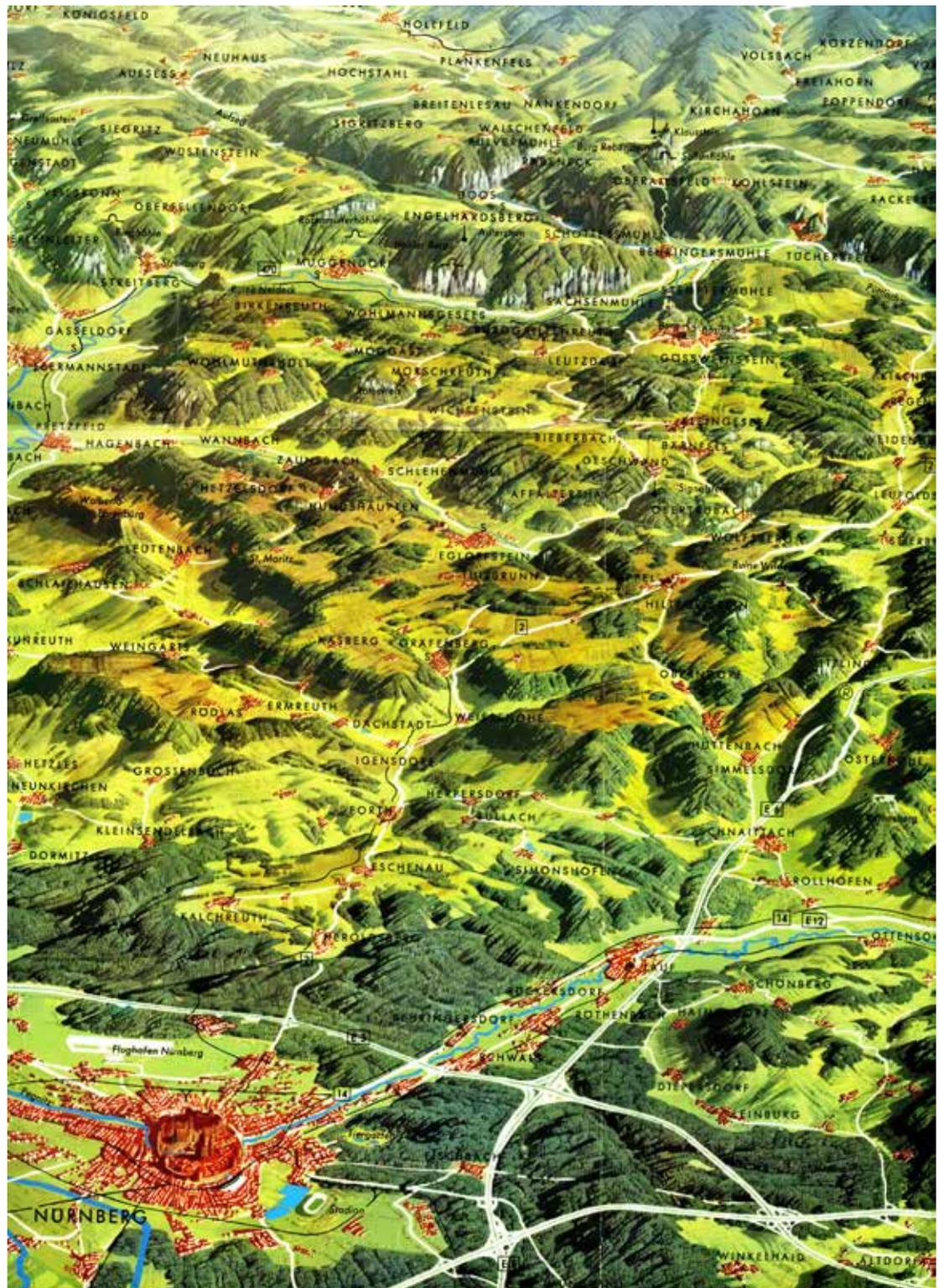
1958 kam diese Panoramakarte des Münchner JRO-Verlages auf den Markt, die schon einige wenige Anzeigen (Bild links) enthielt. Die Karte aus der Vogelperspektive zeigt die Schwächen dieser Art Draufsicht: Alles was oben ist wird nur ganz klein angezeigt, Forchheim und das Wiesenttal dagegen dominant hervorgehoben. „Die vielfarbige Karte vermittelt ein anschauliches Bild der Landschaft der Fränkischen Schweiz ihrer Täler, Berge und Ortschaften. Den Text, der auf der Rückseite der Karte zum Druck kommt, schrieb Schriftsteller Karl Frenz“ - schrieb das Volksblatt am 16.8.1958.



Abb: Die JRO-Karte aus der Vogelperspektive gesehen. Gräfenberg und Effeltrich bilden den unteren Rand, Lichtenfels den oberen, Strullendorf den linken Rand. Aber rechts fehlt Gößweinstein und Pottenstein und Pegnitz und das Gebiet dazwischen. Die Karte hat sicherlich für großes Aufsehen gesorgt.



1967 kam eine weitere Panoramakarte, dieses mal vom Künstler Heinrich C. Berann aus Innsbruck gemalt und ebenfalls aus der Vogelperspektive gesehen, in einer Auflage von 240 000 Stück auf den Markt. Finanziert vom Gebietsausschuss, der damals (1962-71) in Pegnitz bei Landrat Dittrich beheimatet war. Bei der Berann-Karte war die Vogelperspektive noch „schlimmer“ als bei der JRO-Karte, da jener als südliche Begrenzung die Stadt Nürnberg zeigte und somit die eigentliche Fränkische am Horizont nur ganz klein erschien. *„Eingebettet im Städtedreieck Bamberg - Bayreuth - Nürnberg liegt dieses Gebiet, das sich als Land der Burgen, Höhlen und Mühlen den Besuchern anpreist. Die Karte zeigt anschaulich, wie in die Hochfläche des Juras die Flüsse tief ihre Täler förmlich „hineingebohrt“ haben. Der markante Flusslauf der Wiesent, der auf einer Länge von, mehr als 50 km das Gebiet durchzieht, mit seinen bewaldeten Hängen geben ein wunderbares Bild. Sternförmig gehen in Behringersmühle die vier Haupttäler der Fränkischen Schweiz auseinander und breit hingelagert präsentiert sich im Süden die alte Reichsstadt Nürnberg“* - schrieb das Volksblatt vom 14.12.1967.



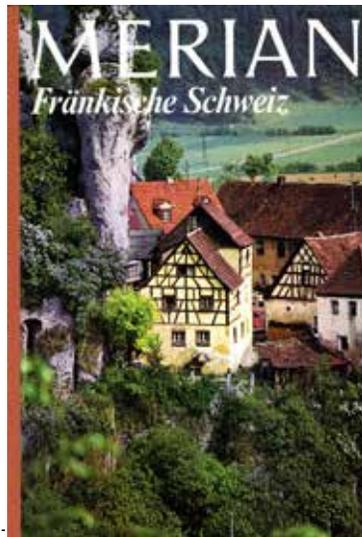


1964 hat man die Imagebroschüre links in einer Auflage von 50 000 Ex. gedruckt. Sie enthielt 28 Seiten, dazu die ersten Farbbilder und Beschreibungen aller wichtigen Tourismusorte.

1973, ein Jahr bevor die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz aus der Taufe gehoben wurde, kam durch einen Vertrag zwischen Merian und dem Gebietsausschuss das Merian-Heft Fränkische Schweiz am 1. Juni erstmals auf den Markt, in einer Auflage von 220 000 Exemplaren, wovon 5 000 Stück vom Gebietsausschuss flächendeckend in der Region verteilt wurden. Im Gegenzug verpflichtete sich der Gebietsausschuss zu Anzeigen in anderen Heften. Natürlich war das Heft gespickt mit teuren Anzeigen und hochkarätigen Textbeiträgen. Am wichtigsten war dem Gebietsausschuss die "Merian-Karte". Sie war ebenfalls gemalt, aber in Draufsicht, so dass alle Tourismusgemeinden angemessen dargestellt werden konnten.

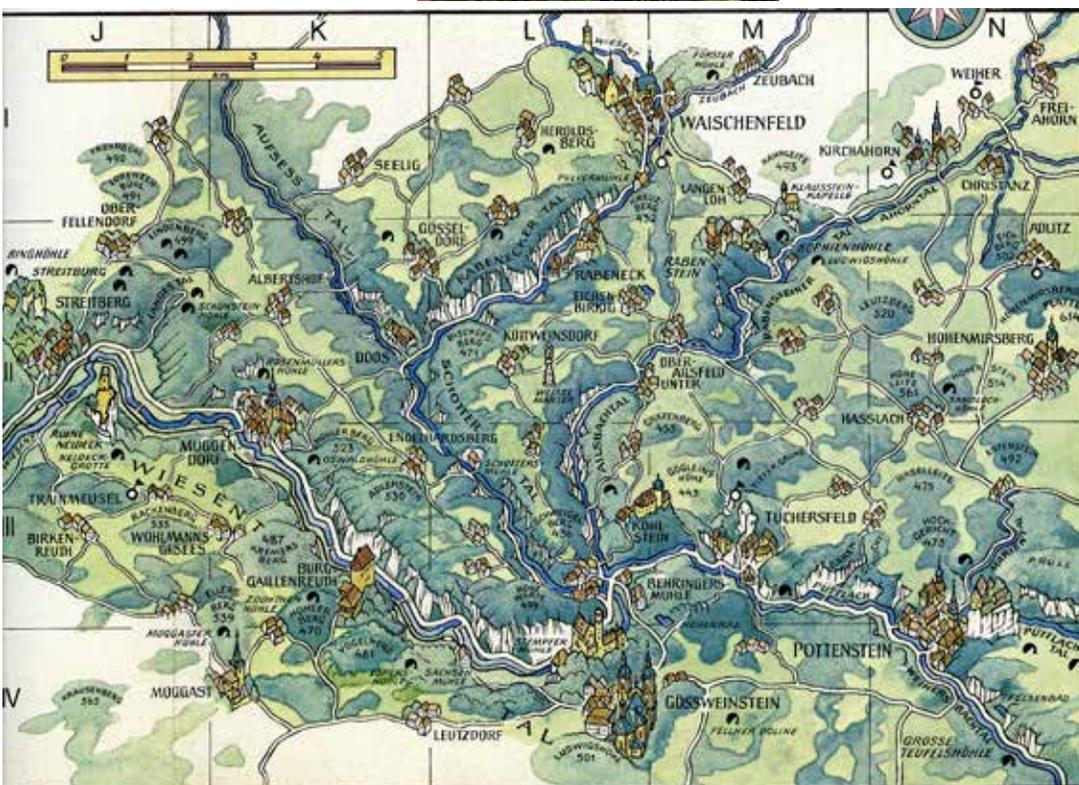
Am 1.4.1974 wurde von Landrat Otto Ammon und seinem Bayreuther Kollegen Dr. Josef Kohut die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz ins Leben gerufen (4). Damit bekamen die bisherigen meist auf Gemeindeebene basierten Werbeanstrengungen eine Zuhause, getreu dem Motto: Gemeinsam sind wir stark.

Links die Titelseite der neuen Meriankarte, ganz unten der Wiesenttalausschnitt der Meriankarte und rechts die gesamte Meriankarte, von der dann auch Plakate und kleine A4-große preiswerte Übersichtskarten gedruckt wurden.



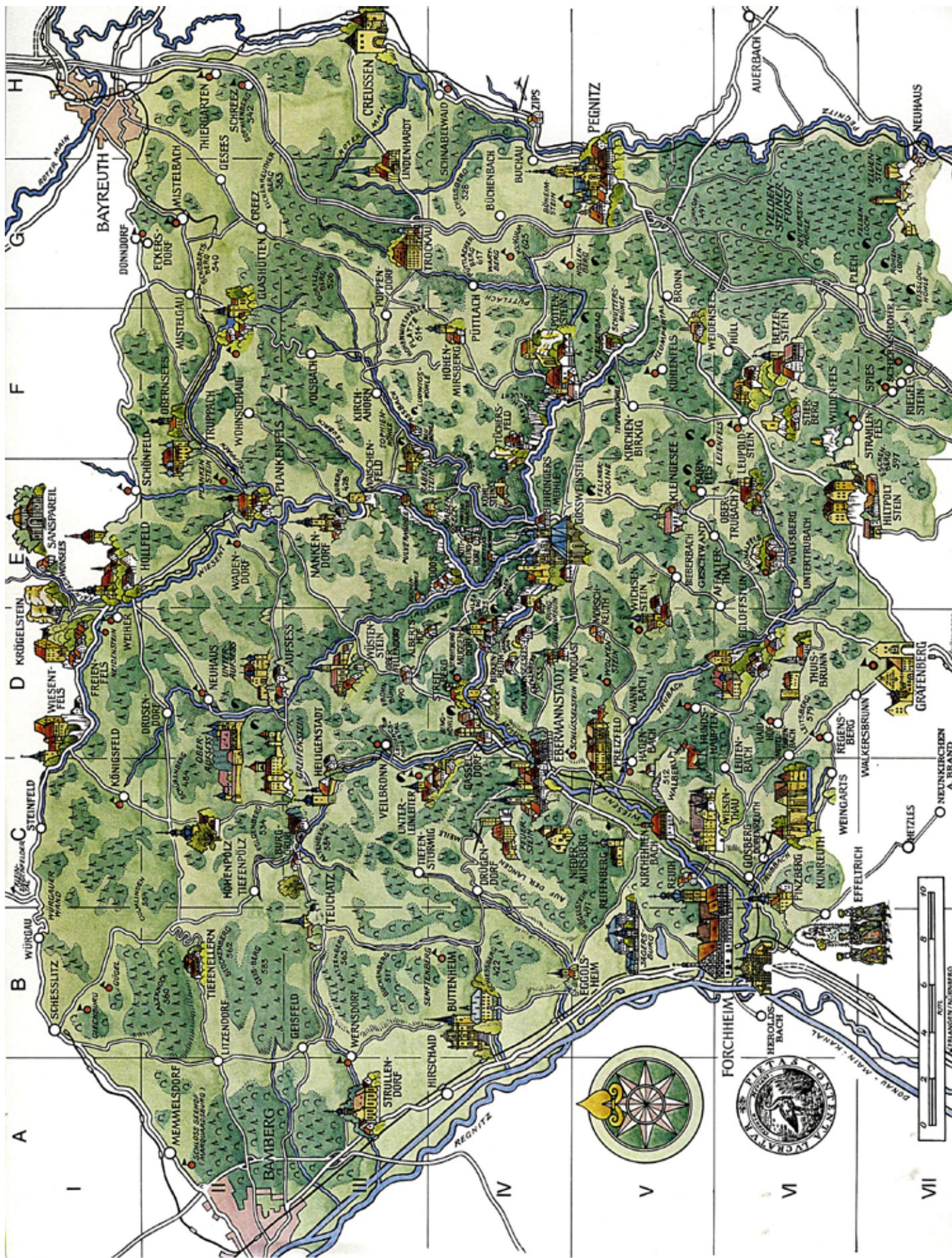
Die Titelseite (links) des Merianheftes, das am 1. Juni 1973 auf den Markt kam.

Auf der Karte rechts gut zu sehen, dass es eine Draufsichtkarte ist, die nun endlich das gesamte Gebiet gleichmäßig abbildet und sogar Zeichnungen der bekanntesten Sehenswürdigkeiten enthält und sogar die beiden Städte Bayreuth und Bamberg, was der Orientierung damals sicherlich nutzte.



Bemerkungen:

- (1) Wiesentbote: Probenummer vom 20.9.1898
- (2) Laut Aufzeichnungen seiner Frau Paula
- (3) Eines seiner letzten Objekte, 1961. Er starb im Oktober gleichen Jahres
- (4) Reinhard Löwisch, Tourismus in der Fränkischen Schweiz. Von den Anfängen bis zur Jetztzeit. PDF von 2019



Die berühmte Merian-Karte von 1973: Sie wurde viele Jahre lang verwendet - auch in anderen Imageprospekten

Prospekte der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz zwischen 1974 und

2019- Die Liste erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit

Als ich zum 3.8.1992 in der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz anfang zu arbeiten war eine meiner ersten Tätigkeiten die Gestaltung des neuen Unterkunftsverzeichnis, das ab diesem Jahr im jährlichen Turnus erschien (vorher im zweijährigen Turnus). Xaver Bauer, Leiter der Tz seit 1991, der diese Tätigkeiten vorher machte, wies mich ein. Ich musste also zuerst feststellen anhand der Rückläufe, wer wieder im Katalog inseriert. Dann ging ich daran den Umbruch zu machen, indem ich gemeindeweise sortiert, die Anzeigen auf eine leeres Blatt Papier klebte und so nach und nach die Teilnehmer an der Neuauflage zusammenbrachte; die großen Anzeigen kamen gleich nach der Imageseite der jeweiligen Gemeinde. Den Anfang macht Ahorntal. Blieb Platz frei, so musste nach Lückenfüllern gesucht werden, damit jede neue Gemeinde mit einer eintel Seite beginnen konnte (Ausnahme: kleinere Gemein-deanzeigen). Im nächsten Schritt ging ich daran, die Korrekturen an den Anzeigen vorzunehmen; meistens Preise oder Ausstattungsmerkmale. Korrigiert wurden auch die Infoseiten und, ob es Änderungswünsche im Imageteil gab. Der Katalog bestand aus 23 Bilderseiten am Anfang, dann kamen die Unterkunftsanzeigen und danach der Info-teil, wo alle Freizeitmöglichkeiten etc. benannt waren. Auch hier wurde Korrektur gelesen und Texte ergänzt oder geändert..Dann hat man alle Seiten kopiert und ist mit dem Original in diesem Falle nach Pegnitz zum Druckhaus Pastyrik, später dem Druckhaus Pegnitz gefahren.

Dort traf ich auf Manfred Gora, dem Kundenberater, dem ich alle die Änderungen nochmals erklärte und dann ging zurück nach Ebs. Nach einigen Wochen kam die Korrekturfahne ins Büro und ich schickte die Korrekturen gemeindeweise an die Touristinfos, die sie wiederum an die Vermieter weitergaben und den Rücklauf der Korrekturen überwachten. Dann ging alles wieder zu mir und das Spiel begann von neuem, solange, bis die Anzeigen fehlerfrei waren. Im Oktober war i.d.R. die Broschüre fertiggestellt und die Druckerei begann mit dem Druck, der bei 200 Seiten und 50 000 Exemplaren schon einige Tage in Anspruch nach. I.d.R. Anfang Dezember waren die ersten Exemplare verfügbar und ich konnte Ansichtsexemplare zum Gansessen der Touristinfos mitnehmen und unter den Kollegen verteilen.

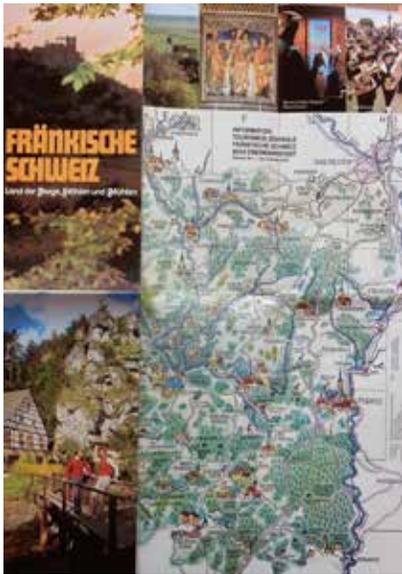
Diese Vorgehensweise war im Prinzip bei allen Prospekten gleich: Ich schrieb mögliche Inserenten über die Touristinfos an. Das hatte zweierlei Effekte: Zum einen kennen die Kollegen vor Ort ihre Pappenheimer, konnten also auswählen, wer in Frage kam, andererseits waren die Touristinfos damit immer auf dem Laufenden, was gerade an Prospekten bei uns in Arbeit war. Das hatte allerdings auch zur Folge, dass es in der Tz keine Listen mit allen Vermietern z.B. gab. Listen von touristischen Anbietern, die man für Themenprospekte anschreiben konnte wie alle Fliegenfischer, alle Brauereien etc. die hatten wir schon vorher mit Hilfe der Gemeinden erstellt und die konnte ich auch direkt dann Anschreiben, was natürlich für die Kollegen in den TI's eine Erleichterung war. Dazu gab es öfters auch Versammlungen der TI-Leiter, so dass alle Kollegen immer auf dem Laufenden waren.

Die grafische Gestaltung lag beim jeweiligen Grafiker. Anfangs war das Ernst Riescher aus Immenstadt, den noch die Gründungsleiterin Thömmes engagiert hatte. Anfang der 90er Jahre machte die Tz eine Ausschreibung für ein neues grafisches Büro und gaben der Firma „creativ network“ aus Nürnberg 1994 (Jürgen Kummer und Frau Wagner) den Zuschlag; Die bauten uns zuerst den Salesguide, dann ein neues Logo und danach gestalteten sie den Katalog neu. Anschließend gab es einheitliches Aussehen aller anderen Prospekte. Als mit Sandra Schneier 2012 eine neue Geschäftsführerin kam, gab es wieder ein neues Grafikbüro, die Ideenmühle aus Eckenthal. Sie krepelten unsere Prospekte wieder um und brachten Farbe in die Logos. Im Laufe der Jahre näherten sich meine Vorarbeiten für die Broschüren und Flyer stark der Druckvorstufe, was auch daran lag, dass in den Druckereien immer mehr digital gewerkelt wurde. 2013 schließlich kaufte die Tz das Programm Indesign von Adobe und nach einer kurzen Einweisung durch den Forchheimer Grafiker Reiner Schütz und einigen Fortbildungskursen fing ich an, alle Prospekte bis zur Druckvorstufe selber zu machen. D.h. ich lieferte den Druckereien nur noch fertige Druck-PDF's, natürlich nach den Vorgaben der jeweiligen Grafiker. Damit sparten wir rund 30 % der Druckkosten ein, so dass sich nach kurzer Zeit die Ausgaben des Programms amortisiert hatten. Und der Druck konnte schneller realisiert werden. Die meisten Prospekte wurden im Herbst hergestellt, damit wir neues Material für die Messen im Winter hatten. Ausnahme: Salesguide: Die Messe war im August, Herstellung 3 Monate vorher im Frühjahr. Die Prospekte ohne Jahreszahl wurden dann wieder gedruckt (nach vorheriger Textkorrektur), wenn die jeweilige Auflage vergriffen war.



Zur Saison 1974 gab die Tourismuszentrale (Tz) den „Fränkische Schweiz Erlebnis-Pass“ heraus, der schon 1961 als „Kurkarte“ ins Leben gerufen worden war. Der Pass gewährt Vergünstigungen auf viele Einrichtungen. Er weist auf die verschiedensten Hobbymöglichkeiten und Sehenswürdigkeiten hin und soll den Gast anregen, das gesamte Gebiet zu durchstreifen. Den Pass gibt es noch heute als „Erlebnis-Pass“ mit bis zu 100 Anbietern touristischer Leistungen. Auflage damals: 100 000 Stück, heute um die 20 000 Ex.

| Verehrter Gast, der diesen in den Genuss des Fränkischen Erlebnis-Passes kommen möchte | 1 Burg | 7 Angeln |
|---|---------------------------|-------------------|
| Produkt der Region und seine Kultur, Geschichte und Natur, die Sie in der Fränkischen Schweiz erleben können. Der Erlebnis-Pass ist ein Dokument, das Sie in der Fränkischen Schweiz erleben können. Der Erlebnis-Pass ist ein Dokument, das Sie in der Fränkischen Schweiz erleben können. Der Erlebnis-Pass ist ein Dokument, das Sie in der Fränkischen Schweiz erleben können. | 2 Höhlen | 8 Rundflug |
| | 3 Museen | 9 Minigolf |
| | 4 Wildpark | 10 Tennis |
| | 5 Ein fränkischer Schnaps | 11 Sauna/Solarium |
| | 6 Wurst-Süß | |



Links: Die Image- Gebietsprospekt mit Karte von 1975. Als erste Broschüre (neben der Kurkarte) der neuen Tourismuszentrale Fränkische Schweiz kam der Nachdruck der Panoramakarte von 1973 auf den Markt.

Die Panoramakarte hatte wie die Erstauflage den Titel „Land der Berg, Höhlen und Mühlen“ und enthielt neben der Merian-Karte einen kurzen Imagetext von Hans Max von Aufseß und einige wenige Bilder von Foto Brinke, Hans Grün, Foto Heinz Ebs. , die die Karte quasi einrahmten. Erste Auflage: 200 000 Exemplare. Zweite Auflage 1978 ebenfalls 200 000 Exemplare. 3. Auflage 1984 wieder mit 200 000 Ex. Die Pano-Karte ist eines der beliebtesten Prospekte

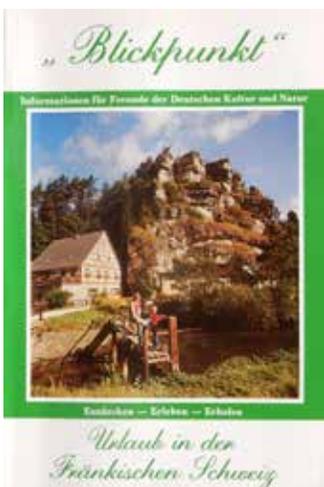
1978 - besuchte die Tourismuszentrale erstmals in Hamburg die Reisemesse „Reisen 78“, und brachte ein vom Fränkischen Verband in Nürnberg 1977 erstelltes Unterkunftsverzeichnis (im Bäderformat) auf den Markt - Siehe Seite 7



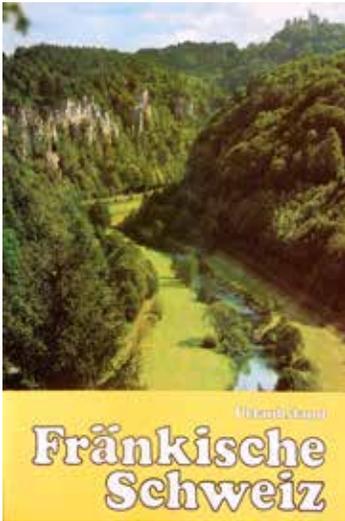
1979 brachte der Gebietsausschuss sowie der FSV eigene Veranstaltungsprospekte auf den Markt, um die zahlreichen Termine des Jubiläumsjahres zu bewerben, um Pauschalangebote zu präsentieren und dazu noch ein Gewinnspiel.

1980 kam erstmals eine „Gästezeitung“ auf den Markt. Sie erschien erscheint von Mai bis September mit wechselnden Farb-„Köpfen“. Im Mai werden 4000, im Juni 5000, in den drei folgenden Monaten je 7000 Exemplare aufgelegt. (Siehe NN und FT, 3.5.1980. Nicht identisch mit Wo und Wie) – Kein gutes Bild – nur Zeitung.

Seit 1980 kam der Fahrplan mit Bahn- und Buslinien in der Region „Mit Bus und Bahn durch die Fränkische Schweiz“ und die ermäßigte DB-Gästekarte auf den Markt – wovon leider kein Exemplar mehr zu finden war. Siehe FT vom 14.5.1981 – Kein Bild.



Eine Fülle von Prospekten kommt in den 80-er Jahren auf den Markt. Mit dabei: eine Gästezeitung die nicht nur Infos über die Gemeinden und ihre Sehenswürdigkeiten enthält, sondern auch einen Veranstaltungskalender. Dazu kommen Erlebnispass, Zug- und Bus-Fahrplan als Einlegzetteln der Bahn. Dazu kam ein 184 Seiten umfassendes Gemeindeprospekt mit dem Titel. „Blickpunkt – Urlaub in der Fränkischen Schweiz“, in dem jede Gemeinde der Region, werbefinanziert vorgestellt worden ist. Mit einer Auflage von 70 000 Ex. wurde das Heft für 9,80 Mark verkauft. Erich Arneht schrieb viele Texte, auch Hans Max von Aufseß und Fritz Preis. Das Besondere daran: Auch Bayreuth, Nürnberg, Erlangen nutzten diese Broschüre für ihre Werbung.



1981 - Eine Nummer größer (A 4) und viele Seiten stark (Seitenzahlen gab es keine) war die Vorstellung des Urlaubslandes Fränkische Schweiz vom HZ-Verlag aus dem schwäbischen Leinfelden. Inhaltlich sehr ähnlich dem Blickpunkt (sehr viele Werbeanzeigen), ergänzt um eine Liste mit Unterkünften. Damit versuchte der Verlag im Buchhandel Fuß zu Fassen. Der Preis der Broschüre 13,90 Mark. War wie auch das Blickpunkt-Heft eine Eintagsfliege.



Ebenfalls 1981 kam ein Faltplan des Gebietsausschusses auf den Markt mit dem Titel: „Urlaub wo und wie“ der Informationen zu allen 20 Gemeinden auf den Markt, die sich an den Druckkosten beteiligten. Die Auflage betrug 100 000 Ex., gedruckt damals noch bei Pastyrik in Pegnitz. Dieses Orteprospekt, die Panokarte von Merian und das Unterkunftsverzeichnis des Fränkischen Verbandes für die Region, waren die hauptsächlichlichen Prospekte in den 80-er Jahren. Nachfolger wurde die Sehenswert-Broschüre



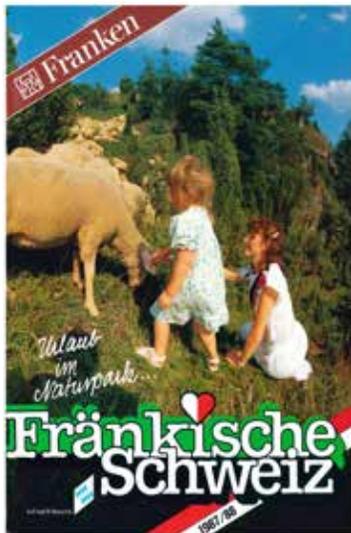
1988 erschien die Broschüre des Sängers-Verlages in Bonn, bei dem Ernst Schlösser den Text machte. Sie enthielt auch Anzeigen von Gemeinden und der Tourismuszentrale. Ähnlich aufgebaut wie das Gästemagazin, zusätzlich mit Wanderwegbeschreibungen und der Meriankarte auf der Umschlagrückseite



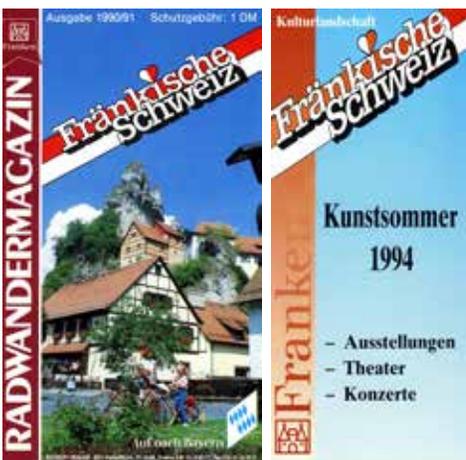
1981 wurde Wandern ohne Gepäck (laut Umfrage) immer populärer, so dass ein erster, extra beschilderte Wanderweg von der Tz initiiert und vom FSV eingerichtet wurde, auf dem man „Wandern ohne Gepäck“ buchen konnte – organisiert von der Tourismuszentrale in 7 Tagen. 1985 ergänzte man das Angebot um eine 5- und 6- Tage-Tour, mit je eigenem Tourenprospekt. Die 3 Touren wurden 1996 zu einer Broschüre vereint. Das WOG-Angebot wurde 2018 von der damaligen Geschäftsführerin Sandra Schneider ersatzlos gestrichen.



1985 kam diese Panoramakarte als Imageprospekt auf den Markt. Der Gebietsausschuss hat eine gemalte Reliefkarte (Berann, Innsbruck) aus der Vogelperspektive gewählt, um die Landschaftsform der Fränkischen Schweiz zu dokumentieren und die Lage zwischen Nürnberg und dem Fichtelgebirge. Die Rückseite ist mit bunten Bildern und Freizeitangeboten bebildert. 1992/93 wurde das Prospekt inhaltlich komplett von Grafiker Ernst Riescher überarbeitet, inkl. erstem Logo mit einem Herzen auf dem i. Dazu kam auch das Logo des Tourismusverband Franken (unten rechts) als übergeordnete Stelle.

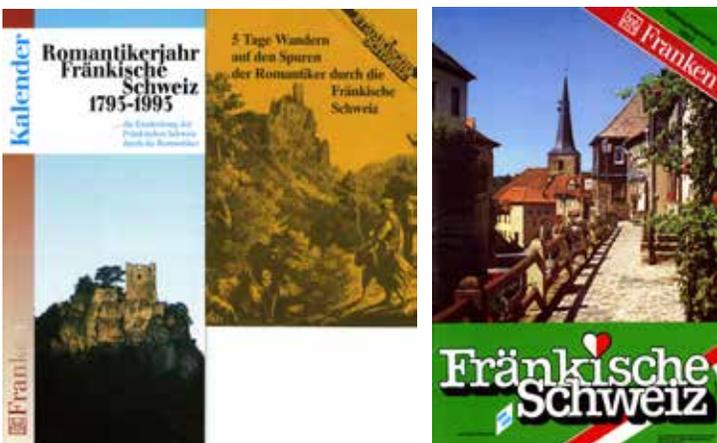


1987 kam der erste gedruckte „Katalog“ auf den Markt (vorher gab es mit der Schreibmaschine geführte Listen). Er enthielt auf 114 Seiten zuerst einen Imageteil auf 20 Seiten, mit Bildern wichtiger Sehenswürdigkeiten, dann kam auf weiteren 20 Seiten eine tabellarische Auflistung aller Quartiere, unterteilt in Hotels-Zimmer-Pensionen und Ferienwohnungen. Die letzten 60 Seiten enthielten Bildanzeigen von Vermietern und touristischen Einrichtungen und von touristischen Gemeinden sowie Anforderungskarten. Zu dem Zeitpunkt gab es laut angehefteter Anforderungskarte Prospekte (meist kopierte Zettel) zum Wandern, Höhlen, Fliegen, Golf, Angeln, Tennis, Reiten, Bauernmalerei, Urlaub auf dem Bauernhof, Veranstaltungskalender und Ortsprospekte. Den Katalog gibt es noch heute, allerdings wegen der Onlinebuchungsmöglichkeiten in stark eingeschränktem Umfang. 1990 - Ein Campingprospekt (vermutlich nur eine tabellarische Auflistung mit der Schreibmaschine gemacht) wurde zu Beginn des Jahres zusätzlich erstellt; der Bedarf ergab sich, um die speziellen Anfragen aus dem ostdeutschen Raum zu befriedigen. Kein Foto

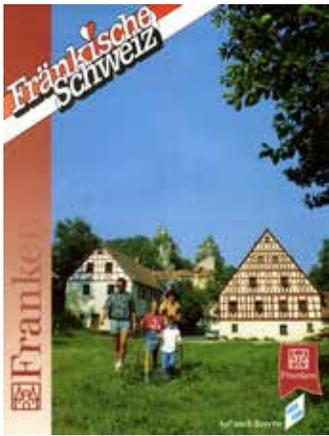


1991 kam das erste Radl-Magazin des Neubert-Verlags (aus Poing) auf den Markt, welches mit Anzeigen finanziert war. Die Inserenten bekamen je so viele Prospekte wie sie bezahlt hatten für die Anzeige (100 Mark = 100 Exemplare). So konnte der Anzeigenpreis mit dem Kauf der Hefte refinanziert werden. Die Tourismuszentrale unterstützte diese Aktion, indem sie die restlichen Prospekte (Auflage 20 000) auf Messen und über die Touristinfos verteilte. Erst ab dem Jahr 1999/2000 brachte die Tz eigene Radprospekte auf den Markt als das Thema E-Bike und Radeln ohne Gepäck aktuell wurde und das neue Radkonzept von Frau Pfnür für den Landkreis Forchheim abgeschlossen. 1993 fand erstmals der Kunstsommer Fränkische Schweiz statt, der zusammen mit der Galerie Tauber eine Fülle von Kunstausstellungen in vielen großen Orten der Region ergab, wozu ein eigenes Prospekt von der

Tourismuszentrale erstellt wurde. Auflage 20 000 Ex. Kein Bild von 1993 vorhanden. (Bild Links: Symbolbild von 1994, der zweiten Auflage)



1993 fand das Romantikerjahr statt mit dem Höhepunkt einer Ludwig-Richter-Ausstellung. Es wurde zum erfolgreichsten Tourismusjahr mit 1,78 Mio. Übernachtungen und zusätzliche tausenden von Tagesgästen. Zwei Prospekte brachte der Gebietsausschuss auf den Markt. Ein Veranstaltungprospekt, Auflage 38 000 Ex. und das Wanderheft mit 7 500 Ex.



1993 kam die komplett neu überarbeitete Panoramakarte des Grafiker Riescher auf den Markt. Er hatte nach dem Vorbild der 70-er Jahre (Berann-Karte) ebenfalls eine Gebietskarte gezeichnet und mit wichtigen Gebäuden und einer Liste aller Sehenswürdigkeiten darunter geschmückt. Die Rückseite zeigte formatfüllend schöne Ansichten der Region. Die 1. Auflage lag bei 75 000 Ex. Damit wurde der Blickwinkel des Betrachters geändert, weg von der Vogelperspektive (die naturgemäß den Raum um Nürnberg bevorzugt darstellte) hin zur direkten Draufsicht bei der alle Gemeinden gleich gut wegkamen.

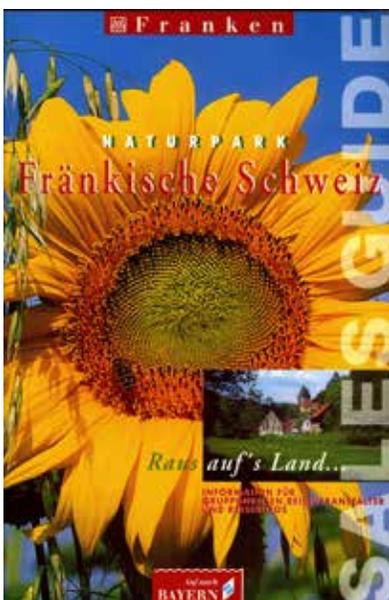


1994 kam ein eigener Prospekt (20 000) zum gesamtfränkischen Thema „Minnesänger in Franken“ auf den Markt, ebenso der neue Kunstsommerprospekte (ebenfalls 20 000, siehe Seite vorher). Die neu gegründete Gangolfbühne Hollfeld erstellte ebenfalls ein Veranstaltungsprospekt und die Burgenstraße, zu der die Fränkische ab jetzt dazugehört hat auch eigene Prospekte veröffentlicht (Keine Bilder).

1995 war wieder ein Themenjahr. Anlässlich 90 Jahre Binghöhle nannten wir es das „Höhlenjahr“ zu dem vor allem die Orte mit Höhlen (Ahorntal, Streitberg, Pottenstein) Veranstaltungen anboten. Die Tz bracht das erste Höhlenprospekt auf den Markt. Die erste Auflage 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.



Im Sommer des gleichen Jahres wurde ebenfalls von der Tz zum ersten Mal ein „Museumsführer“ in einer Auflage von 100 000 Ex. gedruckt, nachdem sich abzeichnete, dass alle 10 Museen der Region dabei mitmachen und sich mit einer Anzeige an den Druckkosten beteiligen. Außerdem kam erstmals ein Pauschalprospekt auf den Markt, Auflage 15 000 Ex., welches vor allem auf den Individualtouristen abzielte und auch die ersten Rad-Pauschalen enthielt sowie das Angebot der Tz Wandern ohne Gepäck. Als dann 1996 Landrat Glauber das Ruder des Gebietsausschusses übernahm, hieß es lakonisch: „Ihr könnt so viele Prospekte machen wie ihr wollt, die Hauptsache ist, sie sind kostendeckend“.



1996 war es dann soweit: Erstmals auf den Markt kam das gedruckte Handbuch für Gruppenreisen (Auflage 2500) dass vor allem für die Reisemesse für Busunternehmen in Köln gemacht wurde und prompt ein Jahr später (2. Auflage) eine Auszeichnung, den „Ehrenpreis „12. Aktion Roter Bus '97“ erhielt. 600 Ex. wurden im Messevorfeld an alle Busunternehmen verschickt. „Den Rest hat man in Köln verteilt, bzw. im Laufe des Jahres an Interessenten (Vereinsausflüge) verschickt. Seit 1994 ist die Fränkische Schweiz auf der Busreisemesse „RDA“ in Köln vertreten. Daher wurde der wiederholte Versuch unternommen einen eigenen Prospekt, den „Salesguide“ auf den Markt zu bringen. Die bisher Jährlich erscheinenden Angebotsmappe (Auflage von 200 Exemplaren) wurde bisher von der Tz in „Heimarbeit“ zusammengestellt. D.h. die Gruppenhäuser (ca. 40) brachten ihre Pauschalen in je 200 Klarsichthüllen vorbei und die Tz machte daraus eine Angebotsmappe in tagelanger Arbeit, indem sie je eine Klarsichthülle in einen Schnellordner einheftete.

1996 wurde das Landleben in der Region gefeiert, zu dem die Tz wieder ein Sonderprospekt auf den Markt brachte. Es enthielt vor allem ländliche Veranstaltungen übers ganze Jahr verteilt: Hofführungen, Kutschfahrten, Bauerntheater, Sensenmähkurse etc. Weil die Veranstaltungen so gut liefen, hat der Tourismusverband in Nürnberg das Jahr 1998 zum gesamtfränkischen Landleben Erleben-Jahr gemacht. Das erste Campingprospekt kam ebenfalls in 1996 erstmals auf den Markt. 1. Auflage wie beim Landleben: 20 000 Ex.



Bei dem Campingführer und bei Landleben erleben haben beide das Ursprungslogo; das Wort „Schweiz“ geschwungen dargestellt. Beim Reitenprospekt, das 1997 auf den Markt kam war das Wort Schweiz nun gerade. Diese Version blieb bis zur nächsten Umgestaltung durch ein neues Grafikbüro.

1997 waren laut Vorstandsprotokoll insgesamt 16 Prospekte (inkl. Katalog und Salesguide) in Verwendung der Tz, wobei einige wie der Osterbrunnenführer oder das Fliegenfischerprospekt anfangs nur aus einer farbigen A4-Seite bestehen.



1997 war auch das Schlüsselbergjahr „Ritter, Burgen, Dörfer“, weshalb es wieder eine eigene Veranstaltungsbroschüre gab. 1998 kamen vier Prospekte neu auf den Markt: Das Angelprospekt (10 000), Einkaufen auf dem Bauernhof (10 000), der Krippenführer (5 000) und ein Bierprospekt, (25 000) was dem Jahresthema geschuldet war. Was wir damals

nicht wussten ist die Tatsache, dass das Bierprospekt zum erfolgreichsten Themenprospekt der Tz wurde. Der ursprüngliche Titel „Bier & Schnaps“ wurde allerdings umgewidmet in „Brauerei und Brennerei“. Man wollte damit den Eindruck vermeiden, dass die Tz das Thema „Trinken, Saufen“ forciert. Fliegenfischen enthielt alle Anbieter/Vermieter von Angelscheinen entlang der Wiesent, Aufseß und Püttlach. Und viele Bauernhöfe boten selbst hergestellte Lebensmittel, die im gleichnamigen Prospekt vermarktet wurden. Davon gab es ursprünglich eine Schreibmaschinensliste. Später, als die EU das Einkaufen auf dem Bauernhof reglementierte (zum Schlachten braucht es nun einen Raum wie in einer Metzgerei üblich, mit den gleichen Hygiene-Standards) gingen viele Anbieter wieder raus oder organisierten sich in eigenen Vereinen.



1999 gab es die ersten Scharfen Wochen in der Region. Damit wollte man das Thema „Krenanbau“ vor allem im Bereich Baiersdorf (Lkr. Erlangen) forcieren. 27 Betriebe beteiligten sich: einzige Voraussetzung: mind. 3 Hauptgerichte im Oktober auf der Speisekarte, die mit Kren zubereitet worden sind. Außerdem beschloss der Gebietsausschuss eine Fortbildungsoffensive, um die kommunalen Akteure fit zu machen für bevorstehende Aufgaben im neuen Jahrtausend. 15 000 Euro kosteten die zehn Fortbildungen, rund 147 Teilnehmer insgesamt wurden gezählt.



Im Februar 2000 kamen „Radwandern ohne Gepäck“ und das „Spielzeugland Fränkische Schweiz“ als Jahresthemen des Tourismusverbandes neu hinzu. Aufhänger für die Teilnahme war die Eröffnung des Spielzeugmuseums in Gößweinstein, im alten Postgebäude und die Fa. Sigikid, die in Mistelbach Spielzeuge herstellt. Einige Zeit lang hatten wir auf Messen einen mannsgroßen Plüsch-Bären dabei, der vor allem als Beifahrer im Auto für Aufsehen sorgte, weil er sorgsam behandelt werden wollte. Außerdem wurde aus dem farbigen Handzettel erstmals ein Prospekt Osterbrunnen mit einer Auflage von 20 000 Ex..



30 Brauereien und Schnapsbrenner stellen ihre wohl-schmeckenden Produkte vor.
Die Fränkische Schweiz hautnah erleben, zu einem günstigen Paketpreis.
Führer zu den drei beliebtesten u. bekanntesten Sehenswürdigkeiten der Fränk. Schweiz.
26 Museen gibt es in der Region. Sicherlich ist auch für Sie etwas dabei.



Jährlich mehr, das über 200 Seiten starke Unterkunftsverzeichnis der Region. Über 700 Quartiere aller Kategorien: Hotels, Gasthäuser, Ferienwohnungen, Privatzimmer, stellen sich vor.
Dazu jede Menge Vorschläge und ein Verzeichnis aller Sehenswürdigkeiten. Außerdem finden Sie darin eine detaillierte Übersichtskarte. Das unverzichtbare Nachschlagewerk für einen erlebnisreichen Urlaub.
Auf drei verschiedene Routen in 5, 6 oder 7 Tagen kreuz und quer durch die Region.
100 Kilometer entlang der Burgennähe, mit vielfachen Freizeitmöglichkeiten.



Viele interessante Touren zeigen die schönsten Gegenden unseres Naturparks.
Die Fränkische Schweiz ist seit vielen Jahren ein Drehsitz für Fliegenfischer.
Über 200 Osterbräuen werden jährlich mit handgemachten Eiern geschmückt. Ein alter Brauch.
Zwischen Reiterhof und Lichtmessladen: zahlreiche Kirchen zum „Kirchweihführer“ ein.

2000 ergab sich auch die Chance an den beiden Autobahnraststätten in Pegnitz (Ost und West) je einen Prospektständer aufzustellen, wo wir alle Themenflyer (außer Unterkunftsverzeichnis, weil die selber ein Hotel betreiben) auslegen konnten. Wir erstellten ein Übersichtsprospekt in dem alle 18 Titel beschrieben waren und die Leute konnten kostenlos die Prospekte bei uns bestellen. Die Titelseite war die gleiche wie der jeweilige Urlaubskatalog und es war ein Gewinnspiel angeschlossen, an dem jede Anforderungskarte teilnahm.

Im September 2000 fand der erste FS-Marathon statt, zu dem die Tz auch einen eigenen Prospekte beisteuerte. Er enthielt alle Veranstaltungen entlang der gesperrten B 570 zw. Forchheim und Pottenstein, später zw. Ebermannstadt und Behringersmühle.



„Land erleben“ mit Kindern, u. familienfreundliche Quartiere, all das finden Sie hier.
Das „Urlaubsblätter“ informiert Sie über alle Veranstaltungen der Region, das ganze Jahr über.
Regionale Produkte frisch vom Bauernhof - es gibt nichts wohlschmeckenderes.
Camping- und Zeltpilze, Jugendherbergen, Seebadvergnügender, Wohnmobilpark.



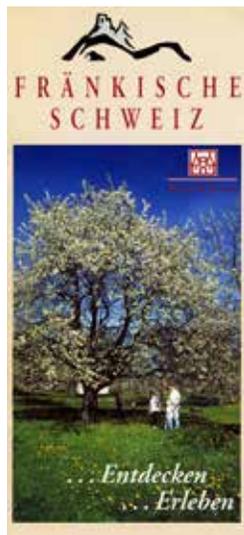
Auf dem Rücken der Pferde kreuz und quer durch unser Mittelgebirge. Aufregend.
Große Übersichtskarte mit allen wichtigen Sehenswürdigkeiten, mit Touristeninformationen, Autobahnverbindungen, Zuglinien und Straßen.
Außerdem zahlreiche Bilder, Tipps und Infos, die einen ersten Überblick über die Fränkische Schweiz gewähren.
Spezielles Handbuch für Gruppen- und Vereinsreisen. Mit Vorschlägen für Ausflüge.

2000 kam die erste Radkarte auf den Markt (A5) mit zahlreichen Tourenvorschlägen Karten und sonstigen wichtigen Hinweisen für Radfahrer, sortiert nach Gemeinden. Zusätzlich kam ein Ringbuch auf den Markt (siehe unten), es kostete allerdings Geld und war auch über den Buchhandel erhältlich.

Ganz Links: die kostenpflichtige Radkarte und rechts daneben der Kirchweihführer, deren Termine nach Monaten sortiert, alle Kirchweihtermine enthielt und zwar nach folgenden Muster, was uns eine alljährliche Terminsuche



ersparte: „Affalterthal bei Egloffstein, 4. Sonntag im Oktober“. Auflage 10 000 Ex. Im Jahr 2000 fand auch der erste Fränkische Schweiz-Marathon statt, zu dem die Tz einen eigenen Veranstaltungsflyer entlang der Sportstrecke beisteuerte. Nach dem sportlichen Event, ab 14 Uhr war bis 19 Uhr noch „autofreies Wiesental“. (Bild Marathon, Symbolbild)



2001 erstellten wir das Prospekt „Kinderfreundlich“, quasi als Nachfolger der Broschüre Landleben, die 1996 anlässlich des Themenjahres und 1998 als gesamtfränkisches Thema auf den Markt kam und vor allem Veranstaltungen, sortiert nach Orten enthielt, die für Kinder geeignet sind. Dazu kam eine Liste aller Spielplätze in der Region. Übrigens, mit der Umstellung des Designs von Bud und Bahn hin zu Kinderfreundlich z.B. (die Umstellung war 2003) ging auch die Vergabe eines Farbbalkens einher, um die rund 20 Flyer in Kategorien einzuteilen. Grün steht für Familiär, Rot für Aktiv, Gelb für Kulinarisch, Blau für erlebnisreich, Lila für Mobil.

2002 kam der erst Busfahrplan der Tz auf den Markt, in einer Auflage von 15 000 Ex. Er enthielt alle Buslinien und Fahrzeiten, die auch in den Ferienzeiten unterwegs sind und eine Übersichtskarte mit allen Buslinien und ihre Anschlüsse an DB-Bahnhöfe. Dazu war die Zusammenarbeit mit den ÖPNV-Abteilungen der vier Landkreise nötig und es wurden sogar neue Buslinien konzipiert und benannt.

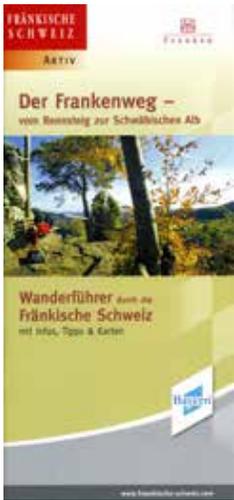
Außerdem kam er erste Restaurantführer auf den Markt, der sich mit Anzeigen von Restaurant und ihren Gerichten finanzierte. Erste Auflage 20 000 Stück. Im Laufe der Jahre änderte sich der Namen der Broschüre zu „Restaurantführer“. 2015 entstand eine Mischung aus Restaurantführer, in der Heftmitte ergänzt um eine Liste mit den Ruhetagen der Gasthäuser. Man nannte es „Gastronomie“. Ursprünglich gab es das „Ruhetagsheft“, von den Touristinfos textlich gepflegt und herausgegeben. Aus Mangel an Zeit gab man das Heft ab an die Tz, die es dann in den Restaurantführer intergrierte.

„Entdecken und erleben“ dürfte der direkte Nachfolger des Wo und Wie von 1981 sein. Damals enthielt es Anzeigen von 20 Gemeinden, die den Druck finanzierten. Mittlerweile sind alle Tourismusgemeinden mit einer kostenpflichtigen Anzeige im Heft vertreten. Der Umfang nahm vor allem in den 90-er Jahren zu, als man dranging, die wichtigsten Sehenswürdigkeiten mit Öffnungszeiten und Eintrittspreisen mit einzubauen. Daraus entwickelte sich der neue Imageprospekt. Zusammen mit einer A4-Version der Panoramakarte wurde diese Broschüre der umsatzstärkste Prospekt im Flyerformat mit jährlich 40-50 000 Ex. Auch weil die Gemeinden, wenn diese ihre Prospekte an potentielle Gäste verschickten immer auch Entdecken und erleben (der Titel wechselte häufig) und entweder die kleine oder die große Panokarte mit verschickten. 2012 hieß das Heft „Urlaubserlebnis“, 2003 „Eine Welt für mich“, 2018 „Sehenswertes“, 2013 „Kompakt“. 2019 änderte sich das Format auf A5, dadurch wurden die Seiten-Anzeigen für die Gemeinden größer und in die Mitte passte die Panokarte rein, die mittlerweile vom Neubert-Verlag stammt und als Grundlage die Karte des Bay. Vermessungsamtes hat.



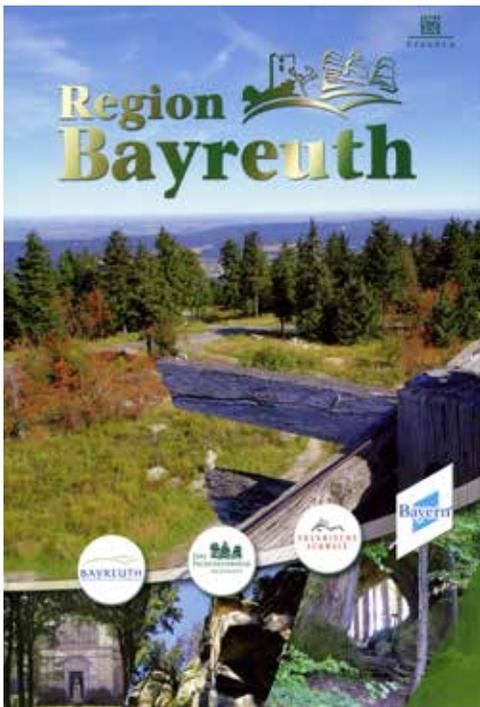
2004 im März kam das Leitbild „Kein schöner Land“ von Reppel und Partner auf den Markt. Es wurde in einer Auflage von 3000 Exemplaren gedruckt und verteilt (Kein Bild)

2005 übernahm die Tz das Heft „Brauenerlebnis“, das die Entwicklungsgesellschaft Rund um die Neubürg konzipiert und erstellt hat. Es enthielt Wander- und Radtouren im Gebiet der 10 Gemeinden, die zur Entwicklungsgesellschaft gehörten ergänzt um die Liste der Brauereien. Auflage 20 000 Ex. Die Tz ergänzte die Broschüre in der Folge um die Angebote aus den Lkr. FO, Ba und KU (soweit vorhanden). Der Grund für die Übernahme war die Förderung des Druckes durch die EU. Zur Broschüre gehörte auch ein gleichnamiges Internetangebot, welches allerdings bei der Entwicklungsgesellschaft blieb und mittlerweile aufgelöst ist.



2006 wurde der erste Premiumwanderweg der Fränkischen Schweiz fertig gestellt und es kam eine umfangreiche Wanderwegbroschüre auf den Markt, deren Text von Edgar Rother dem damaligen Hauptwegewart des FSV und Prüfer des Wanderverbandes stammte. Er hatte den Frankenweg zertifiziert und war daher am Besten geeignet, den Weg in der Broschüre ausführlich zu beschreiben. 76 Seiten wurde das Flyerformat im Umfang mit zahlreichen Zeichnungen der Wanderwege-Details und weiteren Infos wie Einkehrmöglichkeiten, Unterkünfte etc. Magenta4, die Grafikerfirma des fränkischen Tourismusverbandes, hat das Layout konzipiert und die Broschüre druckfertig gemacht.

2007 war angedacht ein Prospekt mit allen vier Golfplätzen der Region zusammenzustellen; allein das Interesse der Platzbetreiber an einer gemeinsamen Broschüre war zu gering. Ähnlich erging es der Tz bei dem Versuch ein „Burgenprospekt“ mit den 10 vorhandenen und öffentlich zugänglichen Burgen zu erstellen. Kein Interesse bei den meist adligen Burgbesitzern. Die Mitgliedschaft bei der Burgenstraße war offensichtlich genug Werbung.

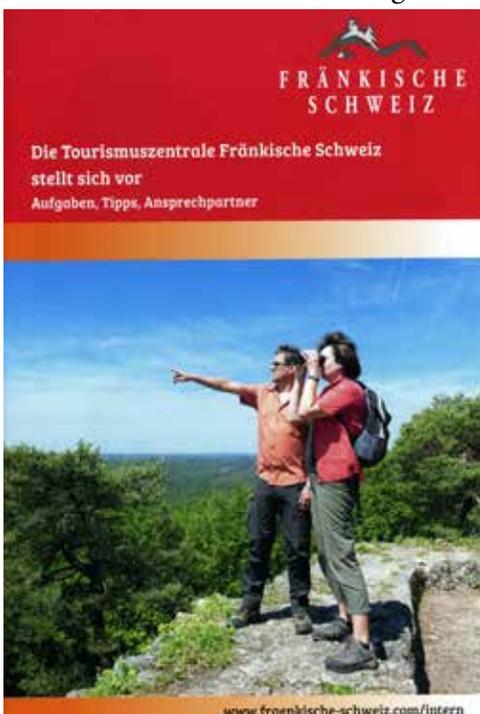


2007 kam dann doch ein neues Prospekt auf den Markt zum Thema „Nordic Walking“. Hier gibt es auf Gemeindeebene schon viele Angebote, so dass sich eine Zusammenfassung rentiert (ohne Bild)

2008 kam die Broschüre für den neuen Gebirgsweg auf den Markt. Analog zum Frankenweg wurden in die Broschüre viele Infos zum Wandern und Infos zu den Gegenden durch die der Weg läuft, abgebildet. Auch der Weg beginnt im Frankenwald läuft durch die östliche Fränkische Schweiz, der Weg ist als Ergänzung zum Frankenweg gedacht und endet im Nürnberger Land (ohne Bild). Der Weg wurde deshalb initiiert, um alle jene Gemeinden einzubinden, die nicht am Frankenweg lagen.

2009 beteiligte sich die Tz an einer Aktion „Region Bayreuth“ zusammen mit der Stadt Bayreuth und dem Fichtelgebirge. Die Karte in A 2 Größe (gefaltet A 4) zeigt das genannte Gebiet und gibt erste Infos in tschechisch, englisch und französisch, italienisch und deutsch und soll bei ausländischen Messen über die Deutsche Zentrale für Tourismus verteilt werden und so für die Region im Landkreis Bayreuth werben.

Zum 1.1.2012 kam als Nachfolgerin von F.X. Bauer Sandra Schneider aus Kelheim zum Posten des Geschäftsführers. Sie machte deutlich, dass sie die Zukunft der Tz vor allem im Ausbau des Internetangebotes sieht und weniger bei der derzeitigen thematischen Prospektvielfalt. Dabei hat sie komplett übersehen, dass unsere Hauptzielgruppen die jungen Senioren sind, die lieber ein Prospekt in der Hand, als die Werbung auf dem Smartphone haben wollen.



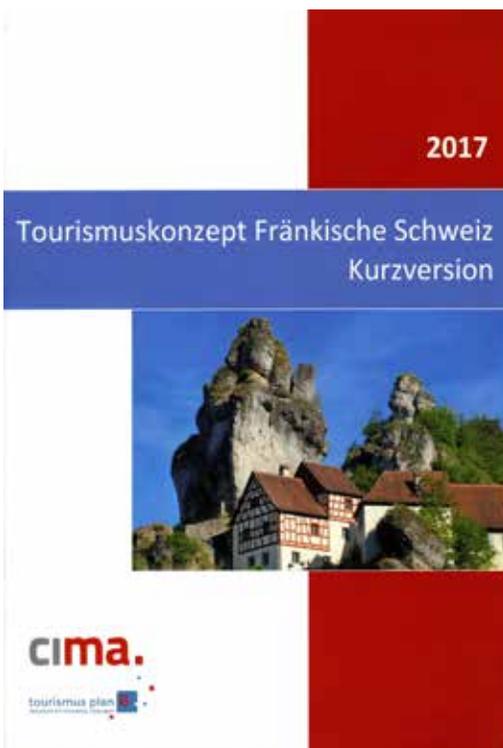
Noch im gleichen Jahr begann die Umgestaltung aller Broschüren hin zum Frankenrot (HKS 14 N). Da nicht alle Flyer und Broschüren nach einem Jahr erneuert werden, dauerte es einige Zeit, bis alle Prospekte gleich ausgesehen haben und auch dann ist nicht ganz gesichert, dass der gewählte Rotton bei jeder Druckmaschine gleich ausfällt. Nicht nur die Broschüren wurden farblich und grafisch umgestellt, auch Z.B. der Messestand, der knallrot und auffällig ausgefallen war.

2014 anlässlich des Jubiläums 40 Jahre Tz wurde ein Broschüre erstellt (A 5), welche die künftigen Aufgabe und Schwerpunkte in der Arbeit der Tourismuszentrale enthält und an Besucher verteilt.



2016 wurde bayernweit der 500. Geburtstag des bay. Reinheitsgebotes gefeiert. Auch die Tz feierte ob der großen Brauereivielalt mit und erstellte 2 Prospekte. Einmal des Jubiläumsprospekt mit Wandervorschlägen, Give aways (Bierkrüge, Bierdeckel), Veranstaltungen zum Thema und propagierte die ersten Bier Wochen in der Fränkischen Schweiz. Analog zu den Scharfen Wochen konnte jeder gastronomische Betrieb mitmachen, der vom 10.2. bis 23. April mindestens 3 Hauptgerichte anbietet, die mit Bier zubereitet sind. Außerdem mussten zwei regionale Biere auf der Getränkekarte stehen. Nachdem das Jahr rum war, wurde die Neuauflage der BierWochen dann mit einem eigenen Prospekt beworben.

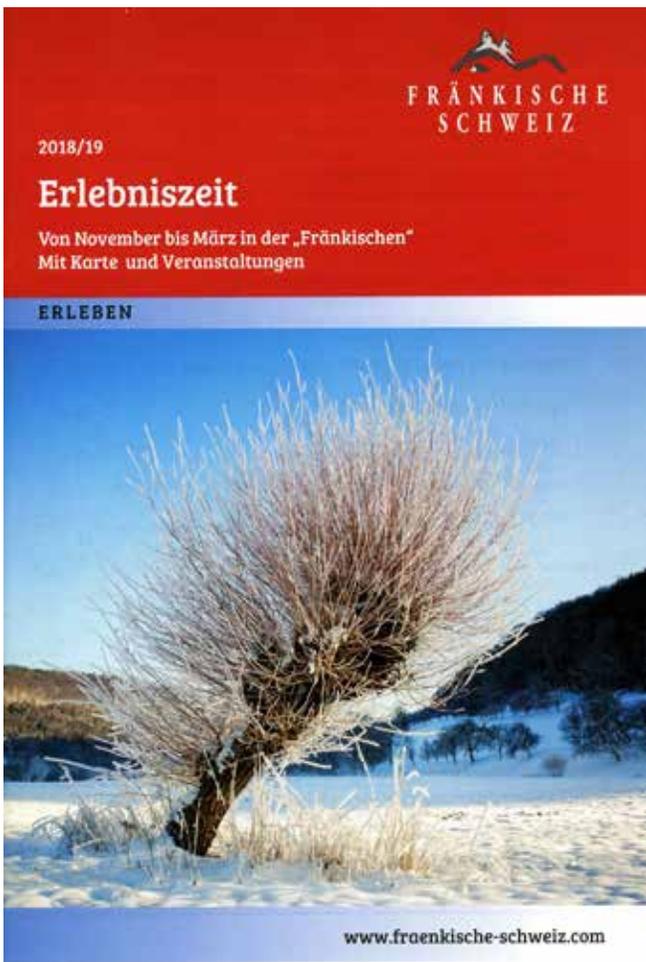
2016 kam das ein Tageswandertourenheft mit 15 Routen auf den Markt. Gesamtauflage von 50.000 Ex. Dasa Besondere daran: die Daten wurden aus dem Internet-Wanderprotel der Tz generiert. Da aber Internet und Druckbereich unterschiedliche Anforderungen an die Bildqualität stellen musste ein kostenintensive Schnittstelle gebaut werden, um die Internetdaten druckfähig zu machen. (ohne Bild). Was macht man nicht alles für den Fortschritt.



2017 kam die Druckversion des neu überarbeiteten Tourismuskonzeptes auf den Markt, erstellt von CIMA Forchheim (Bild links) . Das wurde massenhaft in der Region verteilt.

Nachdem die Nachfrage nach Bierwanderungen ungebrochen hoch war, kam 2017 eine neu von der Tz konzipierte 3-Tageswanderung auf den Markt, die ab Waischenfeld und auf 68 km Rundweg 8 Brauereien ansteuert und Infos für Einkehr und Übernachtung anbietet. Daraus wurde 2019 die Mehrtageswanderbroschüre, die neben der oben beschriebenen 3-Tagestour auch 5 und 7-Tagestouren von Brauerei zu Brauerei anbietet. Ergänzend dazu wurde 2017 die kleine Panoramakarte neu auf den Markt gebracht und als allgemeine Masseninfo (Auflage 100 000 Ex.) unter die Leute gebracht.





2018 schließlich kam erstmalig eine „Winterbroschüre“ auf den Markt. Sie soll als Ergänzung zur Sehenswert-Broschüre im Sommer aufzeigen, was man in den Wintermonaten in der Fränkischen Schweiz unternehmen kann. Eine sinnvolle Ergänzung, den auch dafür werden Broschüren gemacht: Um Standard-Wissen, über das alle Einheimischen verfügen, auch den fremden Gästen zugänglich zu machen.

Erlebnispässe in den verschiedenen Ausgabejahren. 1961 als „Kurkarte“ mit Vergünstigungen in 15 Freizeitmöglichkeiten auf den Markt gebracht, erfreut sie sich noch immer großer Beliebtheit. Heutzutage sind mehr als 100 Freizeitmöglichkeiten gelistet und damit wurde das Heft zum reinsten Sparschwein.



Postkarten als Werbeträger

Postkarten dienen seit mindestens 1895 auch als Werbeträger. Vor allem in tourismusstarken Orten wie Pottenstein, Gößweinstein oder Waischenfeld gab es hunderte verschiedener Motive, die zwischen 1895 und 1955 auf den Markt kamen. In der Anfangszeit war nicht viel Platz für große Grußworte, denn die Rückseite war ganz allein der Empfängeranschrift vorbehalten.

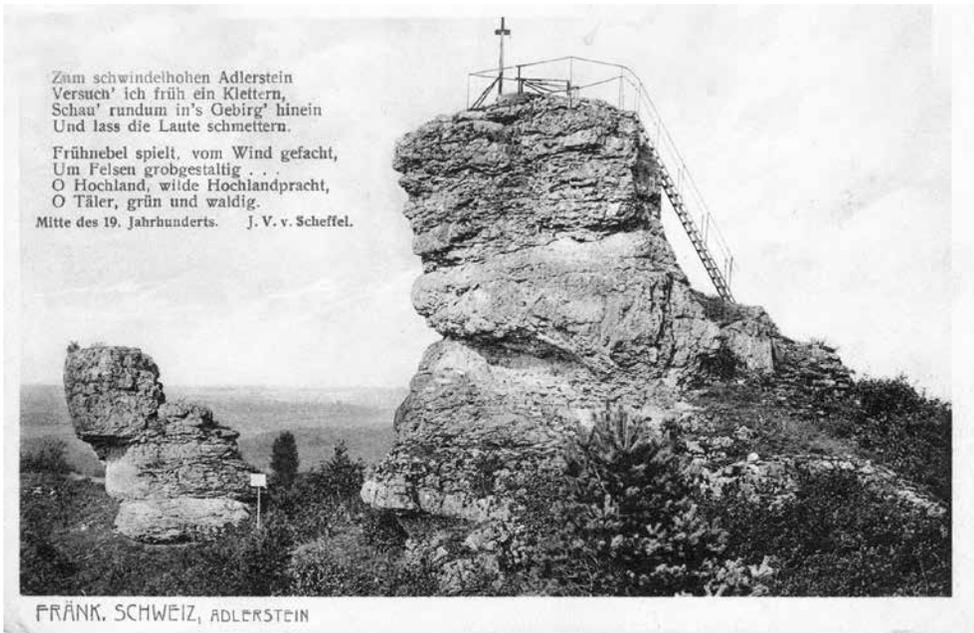


Litho-Ansicht von Behringersmühle, um 1890 hergestellt, 1900 verschickt (Poststempel). Weil so wenige Platz war, schrieb man seine Grüße überall hin, wo Platz war.

Die ersten nachweisbaren Vorläufer der heutigen Postkarte waren preußische Drucksachenkarten (sogenannte Vertreterkarten) die ab 1865 in Umlauf kamen. Die erste Postkarte

der Welt kam im Oktober 1869 in Wien auf den Markt. Man nannte sie damals „Correspondenzkarte“. Sie durften mit maximal 20 Wörtern beschrieben sein und wurden zu verbilligten Portogebühren (zwei Kreuzer-Stempel) verschickt. Seit 1. Juli 1871 erlaubte die deutsche Reichspost, dass nunmehr auch Privatleute, Postkarten - so hießen sie ab jetzt - selbst herstellen und vertreiben durften, vorausgesetzt sie entsprachen in Größe und Beschaffenheit den postalischen Ausgaben. Auf dem Weltpostkongress in Lissabon wurde 1885 beschlossen, dass künftig auch Bildpostkarten grenzüberschreitend verschickt werden dürfen, die massenhafte Verbreitung der Postkarte begann. Seit 1905 darf auch in Deutschland die eine Seite der Postkarte ganz für das Bild benutzt werden, vorher bot die Bildseite der Karte auch den Raum für die Grußbotschaften, die Rückseite blieb allein der Zielanschrift vorbehalten. 1907 fiel die Bestimmung weg, dass deutsche Privatpostkarten das Wort „Postkarte“ tragen müssten. Nun drängten die verschiedensten Ansichtskarten auf den Markt. Ob wegen eines bestimmten Anlasses (zum Beispiel Geburtstag einer hochrangigen Persönlichkeit), oder eines bestimmten Ereignisses (Naturkatastrophen), in allen Bereichen des menschlichen Lebens (der Natur, Geschichte, Technik, Sport, Kunst und so weiter) wurden Motive gefunden und als Postkarte gedruckt. Besonders traurige Bedeutung gewannen die Propagandakarten während der beiden Weltkriege worauf um „Liebesgaben“ (Lebensmittel, Kleidung, für die Soldaten) oder um die „arische Rasse“ geworben wurde. In Postkartensammlerkreisen (sie nennen sich „Philokartisten“) hat man all diese unzähligen Motive in zehn Sammlergebiete eingeteilt, worunter die Abteilung „Topographie“ gerade für Heimatkundler besonders interessant ist.

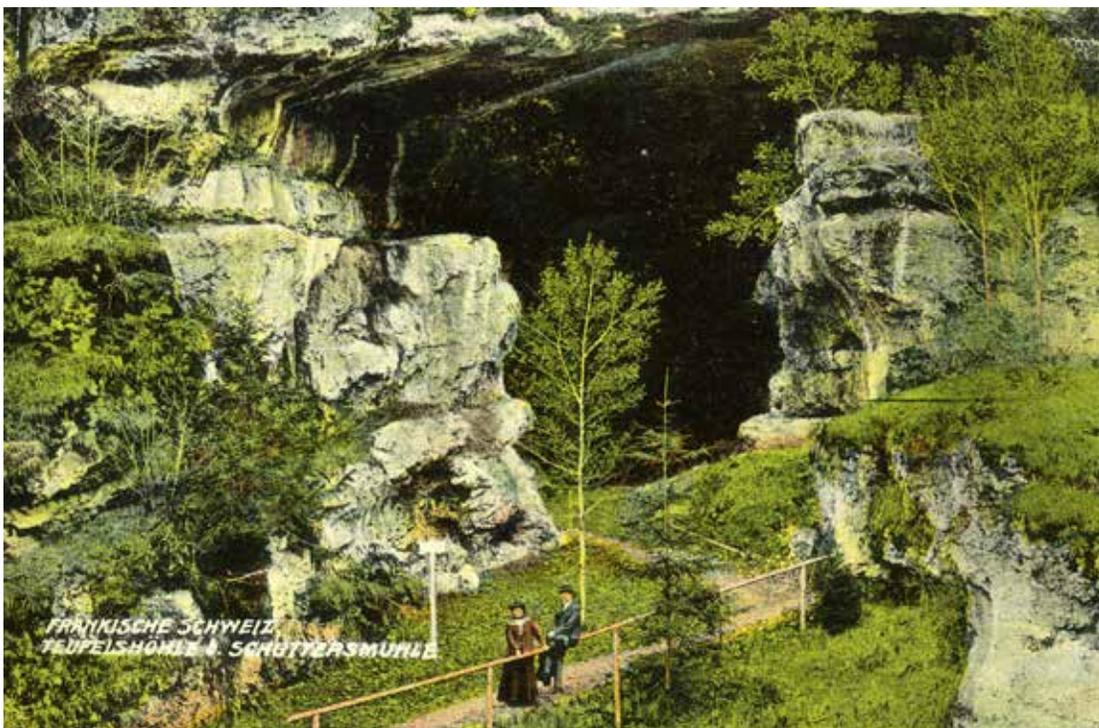
Mit der Entdeckung der Fränkischen Schweiz als Naherholungslandschaft der Industriestadt Nürnberg so um die Jahrhundertwende, erwuchs auch das Bedürfnis der Urlauber, Grüße an die Daheimgebliebenen zu senden. Zahlreiche private Postkartenverleger aus Nürnberg, Bayreuth und sogar Würzburg erkannten ihre Marktchance und über-schwemmt die Fränkische Schweiz mit einer Vielzahl der verschiedensten Ansichtskartenmotive. Naturgemäß wurden die meisten Ansichten von den bekanntesten Ausflugszielen also Ortsansichten von Pottenstein, Gößweinstein, Muggendorf und Waischenfeld, aber auch von markanten Burgen (besonders Rabeneck und Rabenstein), Ruinen und von Tällandschaften hergestellt. Die Eigenwerbung mit Postkarten wurde dann bald von vielen Gasthöfen entdeckt, worauf dann nicht selten auch die gesamte Verwandtschaft des Gasthofbesitzers (quasi als eigenes Erinnerungsfoto) zu finden ist. Auch andere wichtigen Ereignisse (in Waischenfeld zum Beispiel der Bau des Kindergartens oder die neue Brücke) wurden stolz auf Postkarten gedruckt und verschickt.



Muggendorf, der damals berühmteste Touristenort, warb schon früh fürs Wandern - und propagierte hier den Aussichtsfelsen Adlerstein, mit dem Gedicht von Victor von Scheffel



Auch Egloffstein zeigte sich um 1890 von seiner schönsten romantischen Seite mit den Themen Landschaft, Einkehr, Wandern und Burgen



Pottenstein warb anfang des 20. Jahrhunderts bereits mit der „Teufelhöhle bei der Schüttersmühle“



*Lieber Bruder! Wie geht es dir? Hoffentlich
bist du gesund. Ich habe dich sehr vermisst.
Wäre es nicht schön, wenn wir uns
mal wieder treffen könnten? Ich
grüße dich herzlich. Dein Bruder
Hans*

Gruss aus der Fränk. Schweiz. Stempfermühle. *Lieber Bruder!*

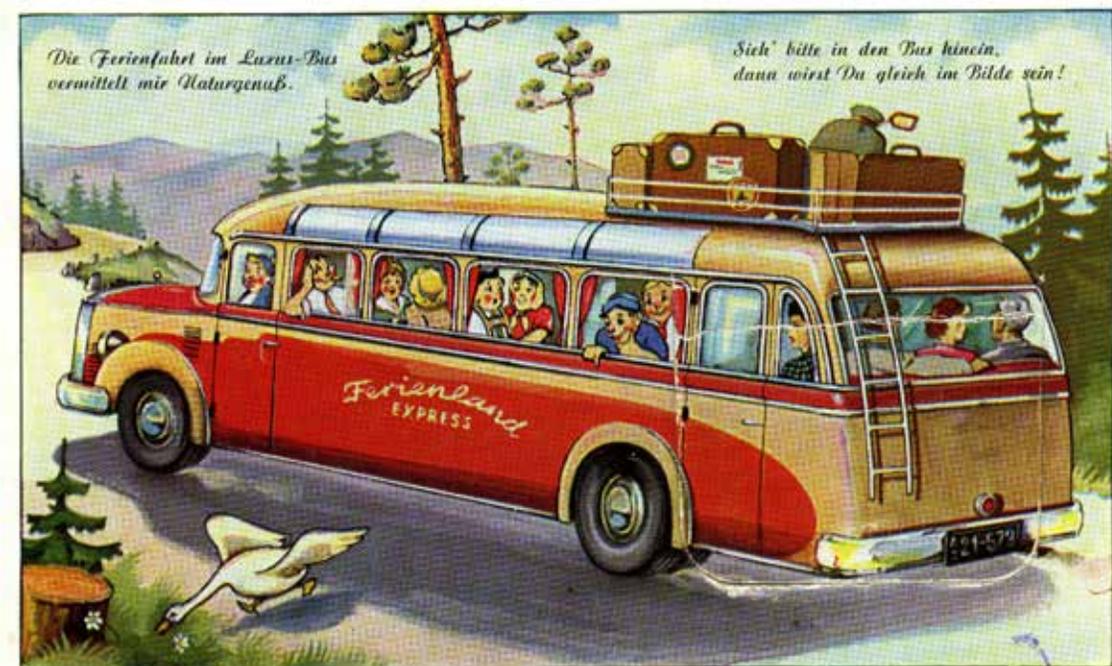
Die Stempfermühle warb schon um 1900 mit dem Boot fahren auf der Wiesent, eine Freizeitbeschäftigung die noch heute gern ausgeübt wird.



Grüss aus
Waischenfeld
FRÄNK. SCHWEIZ

*Von Bergen und Felsen
sich' ich ins Land
und freu' mich, daß dies
Reckchen Ende ich fand
zu genießen die schön'
Sommerzeit
in ungebräuter
Ferienfreud'*

Waischenfeld warb mit dem Slogan: "genieß die schöne Sommerszeit, in ungetrübter Ferienfreud". Eine von mindestens 214 Karten, die seit 1897 auf Markt kamen.



Die Ferienfahrt im Luxus-Bus vermittelt mir Naturgenuß.

Sieh' bitte in den Bus hinein, dann wirst Du gleich im Bilde sein!

Gruß aus Streitberg (fränk. Schweiz)

Und Streitberg ließ eine besondere Karte drucken und warb damit auch für Busfahrten: Das Heck des Busses konnte man ausklappen und dann fielen 10 Miniatur-S/w-Bilder die zusammenhingen heraus, mit Ansichten von Streitbergs Umgebung.

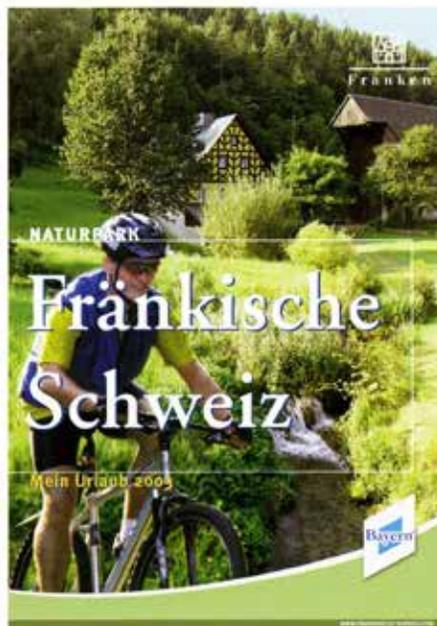
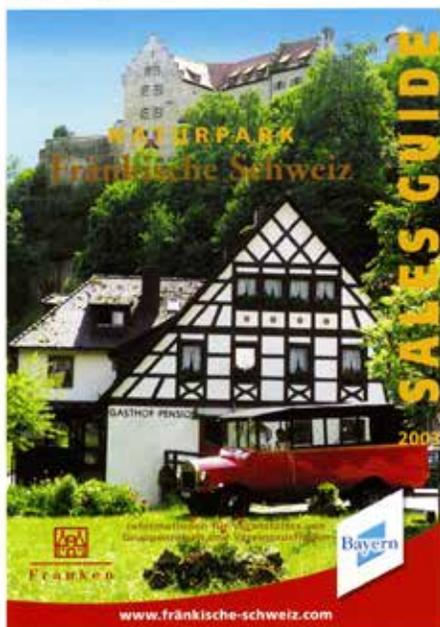
Reinhard Löwisch

Tourismus in der Fränkische Schweiz

- Prospekte als Werbeträger -

Spezielles Handbuch für Gruppen- und Vereinsreisen. Mit Vorschlägen für Ausflüge. Jährlich neu.

Hier stellen sich die Häuser der Fränkischen Schweiz vor, die über ausreichende Kapazitäten für Busgruppen verfügen und Ausflugsziele, die sich für Gruppenreisen anbieten. Eine Frankenkarte ergänzt das umfangreiche Angebot. Schauen Sie mal rein, es lohnt sich.

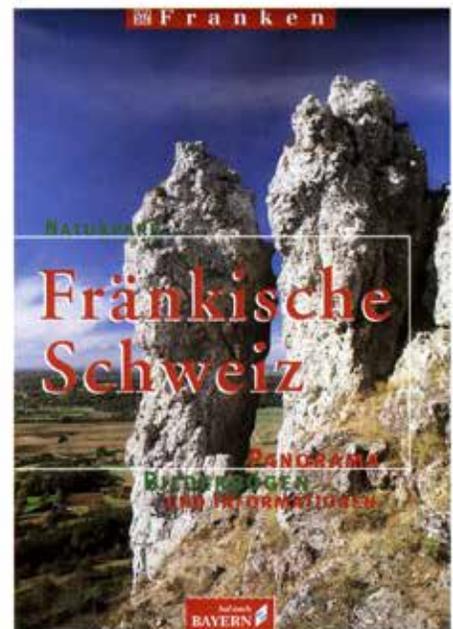


Jährlich neu: das über 200 Seiten starke Unterkunftsverzeichnis der Region. Über 700 Quartiere aller Kategorien: Hotels, Gasthäuser, Ferienwohnungen und Privatzimmer werden vorgestellt. Dazu jede Menge Vorschläge und ein Verzeichnis aller Sehenswürdigkeiten. Außerdem finden Sie darin eine detailgetreue Übersichtskarte. Das unentbehrliche Nachschlagewerk für einen erlebnisreichen Urlaub.

Im Städtedreieck Bayreuth - Bamberg - Nürnberg liegt Ihr Ferienraumland „Fränkische Schweiz“.

Die große Übersichtskarte enthält alle wichtigen Sehenswürdigkeiten, Tourismusorte, Autobahn-, Straßen- und Zugverbindungen.

Außerdem finden Sie zahlreiche Bilder, Tipps und Infos, die einen ersten Überblick über die Fränkische Schweiz gewähren.



- Die Fränkische Schweiz ist seit vielen Jahren ein Dorado für Fliegenfischer, Grund- und Spinnfischer. Zahlreiche Gasthäuser verfügen über eigenes Fischwasser. Hier können Gäste nach Lust und Laune ihrem Hobby nachgehen. Ruhe, Spannung und eine herrliche Natur ringherum lassen den Alltag vergessen.
- Auf dem Rücken der Pferde kreuz und quer durch die Fränkische Schweiz. Aufregend. Zahlreiche Bauern- und Reiterhöfe bieten Quartier für Ihr eigenes Pferd. Und: Sie können auch Pferde mieten.

