

CIMA.

tourismus plan **B**
Netzwerk für innovative Lösungen

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Luitpoldstraße 2 91301 Forchheim
T 09191 34 08 92
F 09191 34 08 94
cima.forchheim@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Aktualisierung des Tourismuskonzepts für die Fränkische Schweiz



Maßnahmenkatalog

Forchheim, August 2017

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung+ Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung+ Management GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung+ Management GmbH in München.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Erläuterung zum Zweck und Aufbau des Marketing- Kataloges.....	4
3. Maßnahmenkatalog nach Handlungsfeld	5
3.1 Infrastrukturentwicklung	5
3.2 Angebots- und Produktentwicklung.....	15
3.3 Qualifizierung und Qualitätssicherung.....	22
3.4 Marketing und Kommunikation.....	32
3.5 Organisation etc.....	44

1. Einleitung

Die vorliegenden Inhalte des Maßnahmen-Katalogs sind Ergebnisse der Arbeit verschiedener Akteure des Prozesses. Zu den bisher stattgefundenen Prozessschritten zählen Expertengespräche, eine Info- und Auftaktveranstaltung und mehrere Workshops mit touristischen Leistungsträgern der Region, wie Gastronomen, Hoteliers, Freizeitanbieter, etc., sowie den Politikern und den Touristikern der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz.

In diesen Arbeitskreisen Ideen gesammelt und im Prozessverlauf spezifiziert.

Anschließend hat die CIMA Beratung- und Management GmbH in Kooperation mit Tourismus Plan B die erarbeiteten Maßnahmen nach Themen gebündelt. Ableitend aus den Anforderungen der zukünftigen touristischen Positionierung der Fränkischen Schweiz sowie den beschriebenen Entwicklungszielen ergeben sich folgende zentrale Handlungsfelder für die zukünftige Tourismusedwicklung:

- Infrastrukturentwicklung
- Angebots- und Produktentwicklung
- Qualifizierung und Qualitätssicherung
- Kommunikation und Marketing
- Sonstiges

Die Ergebnisse der Workshops sowie Vorschläge der CIMA und Tourismus Plan B sind nun Bestandteil dieses Maßnahmen-Katalogs.

2. Erläuterung zum Zweck und Aufbau des Marketing-Kataloges

Der vorliegende Maßnahmen-Katalog ist die Zusammenführung und konzeptionelle Aufbereitung der umsetzungsrelevanten Ergebnisse der bisherigen Tourismuskonzeptentwicklung für die Fränkische Schweiz.

Der Maßnahmen-Katalog bildet die Grundlage für die Umsetzungsphase des Tourismuskonzepts in der Fränkischen Schweiz. Er fasst die bisher erarbeiteten Ergebnisse zusammen und bereitet die konkrete Umsetzung vor.

Der Aufbau des Maßnahmen-Katalogs ist wie folgt:

Sp. 1	Sp. 2	Sp. 3	Sp. 4			Sp. 5			Sp. 6
Nr.	Maßnahmenpaket / Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	Kurz	Mitte	Lang	

Spalte 1 Nummerierung der Maßnahme aus dem Maßnahmengesamtkatalog

Spalte 2 Bezeichnung der Maßnahme

Spalte 3 Kurzbeschreibung der Maßnahme

Spalte 4 Priorität der Maßnahme (eingeteilt in hoch, mittel und gering)

Spalte 5 Umsetzungsdauer der Maßnahme (eingeteilt in kurz, mittel und lang, wobei eine kurze Umsetzungsdauer ca. 1-2 Jahre, eine mittlere 2-5 Jahre und eine lange 5-10 Jahre umfasst)

Spalte 6 Vorschlag potenzieller zuständiger Akteure (ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

3. Maßnahmenkatalog nach Handlungsfeld

3.1 Infrastrukturentwicklung

Leitsystem:

In den Landkreisen und Kommunen der Fränkischen Schweiz existiert derzeit ein lückenhaftes und uneinheitliches Beschilderungssystem, welches nicht im regionalen Kontext abgestimmt ist. Zudem gibt es derzeit keine zentrale Koordinationsstelle für die Pflege und den Unterhalt der vorhandenen Informationstafeln und der Wegebeschilderung. Um den Gästen und Besuchern das Zurechtfinden in der Region zu erleichtern und die Attraktivität der Fränkischen Schweiz zu erhöhen, soll im Zuge der Profilierung der Fränkischen Schweiz als Tourismusregion das bestehende Leitsystem überarbeitet und optimiert werden.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
1	Überarbeitung und Modernisierung des regionalen touristischen Leitsystems zu einer integrierten Besucherlenkung innerhalb der Region siehe Leitprojekt 6	Das regionale touristische Leitsystem, welches derzeit nur lückenhaft existiert soll, u.a. mit Hilfe einheitlicher Piktogramme und dem regionalen Corporate Design entsprechend, zur Ausweisung des touristischen Angebotes, flächendeckend optimiert und vereinheitlicht werden. Dies soll in enger Anlehnung an die zukünftige Tourismusstrategie erfolgen, in der die Vernetzung der Teilräume eine wesentliche Rolle spielt und diese gemeinsam erlebbar gemacht werden sollen. Dabei soll das überarbeitete System den Gästen die Orientierung in der Region erleichtern und sie mittels einfacher Beschilderungen zu bestimmten Angeboten wie Sehenswürdigkeiten, gastronomischen Angeboten oder Info-Points lenken. Zudem können	X				X		Mitgliedsgemeinden Gebietsausschuss Fränkische Schweiz, Tourist-Infos, Einrichtungen, Leistungspartner

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		<p>dabei themenspezifische Routen (Radwege, Wanderwege, etc.) für die gesamte Region ausgewiesen werden. Bei der Überarbeitung und Modernisierung des Leitsystems sollten auch der motorisierte Verkehr berücksichtigt werden. So sollten hier Parkplätze beschildert werden und eine gezielte Parklenkung stattfinden.</p> <p>Ziel des aufeinander abgestimmten Leitsystems ist die einfache Besucherführung zu wichtigen Zielpunkten, eine schnelle und leichte Erkennbarkeit der Hinweistafeln sowie ein klares, durchgängiges Gestaltungskonzept des Leitsystems zu realisieren.</p> <p>Diese Maßnahme sollte auf dem LEADER-Projekt „Fränkische Schweiz – Qualitätswanderregion mit starkem Kultur- und Gesundheitsprofil“ aufbauen. Die Erstellung eines ganzheitlichen Konzeptes, welches extern beauftragt werden sollte, ist hierbei unabdingbar. Die Verantwortung für die Umsetzung liegt auf Landkreis- und Kommunalebene, wobei eine stetige Abstimmung erfolgt.</p> <p>Siehe Leitprojekt 6 (Gliederungspunkt 6.3.6)</p>							
2	Nachhaltiges Management für Pflege / Unterhalt der Informationstafeln und der Wegebeschilderung	<p>Die Wegebeschilderung sowie die Informationstafeln sollten durch die Einrichtung eines dauerhaften Beschilderungsmanagements nachhaltig gepflegt werden. Die Zuständigkeit liegt hierbei beim Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst, wobei eine Kooperation mit dem „Fränkische Schweiz Verein“ und den zugehörigen die Ortsgruppen auf Gemeindeebene erfolgen sollte.</p> <p>Um eindeutige Zuständigkeiten festzulegen sollten vertragli-</p>	X				X		Fränkische Schweiz Verein, Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst, Mitgliedsgemeinden Gebietsausschuss Fränkische Schweiz

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		che Vereinbarungen getroffen werden.							
3	Schaffung regionalen Besucherinformationszentren/ Themenwelten siehe Leitprojekt 1	Siehe Leitprojekt 1 (Gliederungspunkt 6.3.1)	X				X		Tourismusstellen der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz in Abstimmung mit Tourismuszentrale, Anbieter, Produzenten, Leistungspartner
4	Digitale Kooperation „Einheitliche, regionale (digitale) Gästeinformation“ siehe Leitprojekt 2	Siehe Leitprojekt 2 (Gliederungspunkt 6.3.2)	X				X		Tourismusstellen der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz in Abstimmung mit Tourismuszentrale, Überkommunale Kooperationsräume, Einrichtungen, Leistungspartner

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
5	Digitale regionale Innovation „Digitaler Gäste Live Chat“ siehe Leitprojekt 3	Siehe Leitprojekt 3 (Gliederungspunkt 6.3.3) Bitte vertraulich behandeln, da als Pilotprojekt mit dem Ministerium geplant	X				X		Tourismusstellen der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz in Abstimmung mit der Tourismuszentrale

Wege- und Routenkonzept

Im Rahmen der Neupositionierung der Fränkischen Schweiz soll ein regionales Leitwege- und Routenkonzept ausgearbeitet werden, welches die gesamte Region thematisch erschließt und die Ansprache aller Zielgruppen beinhaltet. So soll das aktuell sehr gestückelte Wegenetz mit Hilfe von Leit- bzw. Rundwegen regional und thematisch erschlossen werden.

Als Grundlage dienen bereits bestehende teilregionale Rundwanderwege, welche durch eine gezielte Zusammenführung, ein spezifisches Branding und eine entsprechende Beschilderung genutzt werden können. Dabei sollen die zu etablierenden Leit- und Rundwege neben Wanderwegen auch Mountainbike Strecken und Autowege beinhalten. Die Ausweisung und Vermarktung von Leittrouten soll die touristische Ausrichtung und generell die Bekanntheit der Region auf überregionaler Ebene erhöhen. Dies kann insbesondere durch den Begriff "Fränkische Schweiz" erfolgen, der durch die Etablierung eines "Fränkische Schweiz Rundweges", "Fränkische Schweiz Gipfelweges", etc. omnipräsent werden soll. Hierbei soll der Fokus analog der zukünftigen Positionierung der Region auf die Profilierungsthemen wie Klettern, Wandern, Mountainbike gelegt werden.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mit- tel	ge- ring	kurz	mit- tel	lang	
6	Ausweisung eines "Fränkische Schweiz Wanderweges" als Leitrundwanderweg siehe Leitprojekt 7	<p>Unter Leitung der Leaderaktionsgruppe „Kulturerlebnis Fränkische Schweiz“ erfolgt derzeit eine Digitalisierung des Wanderwegenetzes der Fränkischen Schweiz. Das Großprojekt mit dem Fränkischen Schweiz Verein verfolgt das Ziel den Wandertourismus und die Naherholung in der Fränkischen Schweiz nachhaltig zu sichern und die Organisation für Wegpflege und den Wegeunterhalt sowie der Vermarktung der Ressource Wanderwege nach außen zu optimieren.</p> <p>In Anlehnung an dieses Projekt und unter Abstimmung mit der LAG Kulturerlebnis Fränkische Schweiz sowie dem Fränkische Schweiz Verein soll ein ganzheitliches Wanderwegkonzept geschaffen werden, welches durch eine geschickte Kopplung spezifischer touristischer Produkte der Urlaubswelten "Draußen unterwegs" und "Genuss" ergänzt werden kann. Im Zuge dessen dient die Einrichtung und Ausweisung eines Leitwanderweges für die Fränkische Schweiz als konkreter Wandervorschlag für die Besucher, der besondere Highlights der Region in den Mittelpunkt rücken soll. Er leitet die Gäste der Fränkischen Schweiz wie ein roter Faden durch den Natur- und Kulturraum. Dabei müssen vorhandene Wege bewertet und Highlights der Region identifiziert werden, bevor der Leitwanderweg ausgewiesen werden kann. Als Grundlage für die Ausweisung eines "Leitwanderweges" könnten bereits existierenden Wanderwege wie beispielsweise die Rundwanderwege "Wandern ohne Gepäck" dienen, welche Teilregionen der Fränkischen Schweiz erschließen. Mittels einer Zusammenlegung von Wanderwegen könnte die Gesamtregion durch einen Wanderweg erschlossen werden.</p>	X				X		Fränkische Schweiz Verein, LAG Kulturerlebnis Fränkische Schweiz, Naturpark Fränkische Schweiz in Abstimmung mit der Tourismuszentrale

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
7	Einrichtung / Ausweisung eines "Fränkische Schweiz MTB-Netzes" inklusive MTB-Leitweg	Auch im Mountainbike Bereich, welches als Profilierungsthema gilt, soll ein Mountainbikenetz inklusive Leitweg eingerichtet und ausgewiesen werden. Dieses repräsentative Wegenetz soll das Potential der Fränkischen Schweiz als Mountainbike-Region herausstellen und die Region durch eine spezifische Zielgruppenansprache zukunftsfähig machen. Bei der Identifizierung geeigneter Strecken ist die Kooperation mit Experten sowie die Abstimmung mit bestehenden Projekten, wie beispielsweise dem Projekt Mountainbikeschaukel des Wirtschaftsbandes A9 Fränkische Schweiz, und eine Koppelung von bereits bestehenden Angeboten zu empfehlen.	X				X		Wirtschaftsband A9 in Abstimmung mit TZ, Mountainbike Fachleute, Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz
8	Einrichtung / Ausweisung eines "Fränkische Schweiz E-Bike-Weges" als Leitrundweg	Analog zum Leitwanderweg soll auch im Rad- und E-Bike-Bereich ein Leit- bzw. Rundweg eingerichtet und ausgewiesen werden. Dabei soll insbesondere das E-Bike als Fortbewegungsmittel in den Vordergrund gerückt werden. Durch eine gezielte Ansprache der E-Bike Nutzer soll die Fränkische Schweiz zukunftsfähig gemacht werden. Insbesondere stellen finanzstarke, ältere Besuchergruppen eine Zielgruppe für E-Bikes dar. In Zusammenarbeit mit z.B. Gastronomen sind E-Bike Ladestationen entlang des Weges auszubauen und zu vermarkten.			X		X		Überkommunale Kooperationsräume in Abstimmung mit TZ, Anbieter, Radwegbeauftragte der Landkreise, Tourismusstellen der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz
9	Errichtung eines familienfreundlichen Klettersteigs	Um die Fränkische Schweiz bereits jungen Familien attraktiv zu machen sollte ein familienfreundlicher Klettersteig etabliert werden. Dieser sollte von Experten ausgewiesen werden. Zusätzlich sollte ein Ausrüstungs-Verleih in der Nähe des		X			X		Leistungsanbieter z.B. Kletterschulen, Klettergärten, etc., Naturschutz, Mit-

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		Klettersteigs etabliert werden. Auch weitere Kombinationsangebote wie beispielsweise die Veranstaltung pädagogischer Workshops zur Bewusstseins-schärfung für den nachhaltigen Umgang mit der Natur sind hier denkbar.							gliedsgemeinden des Gebietsaus-schusses Fränki-sche Schweiz, Na-turpark Fränkische Schweiz
10	Einrichtung / Ausweisung einer Fränkische Schweiz Autoroute als Panoramaweg (Digitale Variante)	Auch für Autofahrer sollte ein Leitkonzept ausgearbeitet werden, das die Attraktionen der Fränkischen Schweiz mittels einer Panoramaroute erkenntlich macht. Dabei kann die Route an Ausgangspunkten für Wanderwege vorbeiführen. Durch die Ausweisung von Parkplätzen kann den Autofahrern die Möglichkeit gegeben werden, an diesen Punkten ihr Auto abzustellen und die Fränkische Schweiz per Fuß weiter zu erkunden. Die Bereitstellung der Route könnte digital über das bereits bestehende Touren-Portal der Fränkischen Schweiz erfolgen, auf welchem diese heruntergeladen werden kann.			X	X			Mitgliedsgemeinden Gebietsausschuss Fränkische Schweiz in Abstimmung mit TZ

ÖPNV-Anbindung

Im Laufe der Zeit haben sich die Mobilitätsbedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger sowie der Gäste der Region verändert. Um den neuen Anforderungen gerecht zu werden, muss das öffentliche Nahverkehrsangebot in der Fränkischen Schweiz weiterentwickelt und an den Bedarf der Bevölkerung und der Gäste angepasst werden.

Im Zuge der zunehmenden Bedeutung des Nahverkehrsangebotes für die Attraktivität einer touristischen Region, wie die "Fränkischen Schweiz", sollte ein umfassendes nachhaltiges Mobilitätskonzept ausgearbeitet werden. Zudem sollten die Gästeeinformati- onen der bereits vorhandenen Broschüre "Freizeitlinien in der Fränkischen Schweiz" durch einen gut strukturierten touristischen Gästefahrplan ersetzt bzw. überarbeitet werden.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungs- dauer			Zuständige Akteu- re
			hoch	mit- tel	ge- ring	kurz	mit- tel	lang	
11	Erstellung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts des Alltags- und Freizeitverkehrs	Die flächendeckende Erreichbarkeit der in der Fränkischen Schweiz gelegenen ländlichen Gemeinden ist momentan nur durch PKWs gewährleistet. Zwar gibt es bereits touristische Buslinien, wie z.B. den Brauereien-Wander-Express, jedoch ist das Mobilitätskonzept in der Region nicht umfassend entwickelt. Aufgrund dessen die Fortbewegung innerhalb der Fränkischen Schweiz ohne PKW oder Taxi nur eingeschränkt möglich ist. Jedoch ist die ältere Bevölkerung häufig auf den ÖPNV angewiesen und zudem legen Gäste der Region Wert auf ein gutes Angebot an öffentlichem Personennah- sowie Regionalverkehr. Zur Attraktivitätssteigerung der Region sollte deshalb ein nachhaltiges Mobilitätskonzept ausgearbeitet werden, welches sowohl den Alltags- als auch den Freizeitverkehr umfasst, wodurch die Bedürfnisse der Bevölkerung und der Gäste der Region berücksichtigt werden würden. Im Hinblick auf den Tourismus sollte ein Ausbau touristi-		X				X	Landkreise, VGN, Tourismusstellen der Mitgliedsge- meinden des Ge- bietsausschusses Fränkische Schweiz, Einrich- tungen

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		<p>scher Linien des ÖPNV wie beispielsweise den Bier-, Brotzeit- und Burgen-Express oder die Vernetzung von Bahn und Bus erfolgen und dabei das Angebot an die angestrebte 12-Monatssaison angepasst werden. Dies sollte in Verbindung mit Themen- und Zielgruppenorientierten Verbindungen erfolgen. Wobei z.B. eine Kopplung mit den Wanderangeboten angedacht werden könnte. Es könnten Wander- und Radfahrbusse eingeführt werden, wie sie z.B. in der Sächsischen Schweiz oder im Karwendel existieren</p> <p>Insgesamt sollte eine bessere Einbindung der ÖPNV- und der VGN-Angebote stattfinden. Dabei könnte sich auch die Etablierung eines Kombitickets "ÖPNV, Wandern und Parken" als hilfreich erweisen. In manchen Destinationen Deutschlands gibt es für den Gast kostenfreie Angebote. Dabei werden die Kosten von den Orten und Landkreisen, aber auch anteilig von den Gästen getragen, welche alle davon profitieren, wenn die Gäste komfortabel "kreuz & quer" durch die Region reisen und die regionale Wirtschaft stärken.</p> <p>Aufbauend auf einem nachhaltigen Mobilitätskonzept wird die Erstellung von themen- und zielgruppenspezifischen Fahrplänen empfohlen, wie beispielsweise Wander- oder Kletterfahrpläne.</p> <p>In Verbindung mit der Überarbeitung des touristischen Leit-systems (Maßnahme 1) sollte zudem eine Erhöhung der Sichtbarkeit der Beschilderung erfolgen.</p>							

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mit- tel	ge- ring	kurz	mit- tel	lang	
12	Ausbau und Spezifizierung der Fränkische Schweiz ErlebnisCard	<p>Die ErlebnisCard Fränkische Schweiz ist für alle Gäste die in der Region übernachten kostenlos in den daran beteiligten Tourist Informationen erhältlich. Durch dieses Rabattbuch erhalten die Urlauber Vergünstigungen in 60 Einrichtungen der Region.</p> <p>Die Vermarktung der ErlebnisCard soll im Zuge der Umsetzung des Tourismuskonzeptes verstärkt stattfinden. Dabei sollen Tourist Informationen, Besucherinfozentren und touristische Leistungsträger ihre Gäste insbesondere auf die Existenz der ErlebnisCard hinweisen. Zudem soll das Rabattbuch flächendeckend ausgebaut werden. Wenn möglich sollen alle Anbieter touristischer Produkte eingebunden werden, um die Nutzung der ErlebnisCard zu steigern.</p> <p>Ziel dabei ist es, die Besucher und Gäste nicht unwissend durch die Region fahren zu lassen, sondern ihnen die gezielte Ansteuerung, der für sie interessanten Punkte, zu ermöglichen. Eine Verknüpfung der kulturellen Angebote der ErlebnisCard mit den Leistungen des ÖPNV wäre dabei für die weitere Profilierung der Fränkischen Schweiz gewünscht.</p>		X				X	Tourismuszentrale in Kooperation mit den Leistungspartnern, Einrichtungen, Anbieter
13	Schaffung eines gut strukturierten touristischen Gästefahrplans	<p>Aktuell gibt es die Broschüre "Freizeitlinien in der Fränkischen Schweiz" in der die VGN-Linien, welche in der der Fränkischen Schweiz verkehren, aufgelistet sind. Dort ist neben dem Trubachtal-Express und Wildpark-Express auch der Brauereien-Wander-Express von Ebermannstadt nach Breitenlesau aufgelistet.</p> <p>Um den Gästen jedoch den Überblick zu erleichtern sollte diese Broschüre, insbesondere die darin enthaltenen Karten,</p>	X				X		VGN in Kooperation mit Tourismuszentrale, Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, Einrichtungen und Anbieter

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mit- tel	ge- ring	kurz	mit- tel	lang	
		optimiert werden. Zudem sollten die bestehenden Freizeitlinie als thematische Buslinien, wie z.B. Wanderbus-Linie, analog zu der in der Sächsischen Schweiz, ausgewiesen werden. Diese Linie könnte Ziele anfahren, die einen optimalen Ausgangspunkt für Wanderungen in der Region darstellen. An den Bushaltstellen sollten dann leicht ersichtlich die Freizeitlinienpläne ausgehängt werden. Sie sollten als „Wanderbushaltestelle“ erkennbar sein.							

3.2 Angebots- und Produktentwicklung

Neben der Infrastruktur, dem Marketing, der Marktforschung und der Qualitätsoffensive spielt die Entwicklung und Optimierung neuer bzw. bestehender Produkte eine große Rolle bei der Profilierung und Stärkung der Fränkischen Schweiz als Tourismusregion. Deshalb soll in Zukunft die Entwicklung aufeinander abgestimmter Produkte und Angebote verstärkt vorangetrieben werden. Bestehende Produkte sollen im Rahmen der Neupositionierung angepasst und optimiert werden.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	ge- ring	kurz	mittel	lang	
14	Weiterentwicklung des kulinarischen	Die Weiterentwicklung des bereits auf der Website der Tourismuszentrale auffindbaren kulinarischen Jahreskalenders soll zur Stärkung der Fränkischen Schweiz als Genussregion	X				X		Tourismuszentrale, Gastronomie, Anbieter, regionale

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
	Jahreskalender (360° Genuss)	<p>und Aufladung der profilgebenden Urlaubswelt "Genuss" beitragen.</p> <p>Hierzu sollen jahreszeitspezifische Themenwochen eingeführt werden, in welchen saisonale kulinarische Köstlichkeiten in zahlreichen Gastronomiebetrieben der Region angeboten werden. Ergänzend zum gastronomischen Angebot können themenspezifische Veranstaltungen, wie Themenwanderungen oder Feste, stattfinden. Alle zwei Monate rückt somit ein anderes regionales Produkt in den Fokus.</p> <p>Die so entwickelten sechs kulinarischen Themenwochen sollen das umfassende Angebot an regionalen Genüssen und Produkten in der Fränkischen Schweiz widerspiegeln und die Region das ganze Jahr - 360 Grad, bespielen. Ansätze hierfür existieren bereits durch die Themenwochen "Scharfe Wochen" oder "Bierwochen", auf welchen aufgebaut werden kann.</p>							Produzenten, Genussbotschafter, Genussregion Oberfranken e.V., Hotel- und Gaststättenverband
15	Entwicklung eines „Fränkische Schweiz“ Pakets	<p>Die Entwicklung und Etablierung eines "Fränkische Schweiz" Pakets, in dem ausschließlich typische Produkte aus der Region wie beispielsweise fränkische Biere und Brände enthalten sind, ist für Gäste als Mitbringsel oder Erinnerung sicherlich interessant. Dabei tragen die Urlauber beim Kauf eines derartigen Pakets die Region in ihre Heimat und werben somit auch für die Fränkische Schweiz als Urlaubsziel.</p> <p>Das "Fränkische Schweiz" Paket sollte nach Zielgruppen differenziert werden und auf diese abgestimmte Produkte enthalten. Es sollte dabei nicht nur vor Ort in Geschäften der Fränkischen Schweiz, sondern auch Online in einem eigenen Online-Shop (inkl. Katalog) erhältlich sein. So kön-</p>	X			X			Tourismuszentrale, Logistikpartner, Anbieter, regionale Produzenten, Brauereien, Brennereien

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		nen sich Besucher, die ihren Urlaub in der Region bereits verbracht haben und nun wieder zu Hause sind durch das Paket ein bisschen Fränkische Schweiz in ihre Heimat holen.							
16	Entwicklung authentischer und profilstützender Leitprodukte in den Urlaubswelten „Genuss“ und „Draußen unterwegs“ siehe Leitprojekt 4	<p>Die beiden Urlaubswelten "Genuss" und "Draußen unterwegs" sollen mit profilgebenden und innovativen Produkten befüllt werden, die den aktuellen Marktanforderungen gerecht werden. Diese Profilierungsprodukte sollen nach Themen und Zielgruppen gebündelt werden. Bestehende Angebote und Produkte können ergänzt, optimiert, gebündelt und anschließend durch weitere, neue Produkte ergänzt werden.</p> <p>Bei der Produktentwicklung soll das Ziel einer ganzjährigen Bespielung der Region berücksichtigt werden. Denn insbesondere im Winter verfügt die Fränkische Schweiz über kaum genutzte Potentiale. Mit Hilfe der Gestaltung von Ganzjahres-Angeboten könnte die Hauptsaison verlängert werden und somit die Erreichung des Entwicklungszieles, sich als ganzjähriges Urlaubziel zu etablieren, gefördert werden.</p> <p>Im Rahmen der Entwicklung neuer Produkte ist die Durchführung von Umsetzungs- und Produktwerkstätten mit regionalen touristischen Akteuren hilfreich, die sich aktiv an der Findung neuer Produkte beteiligen können (siehe Maßnahme 52). Siehe Leitprojekt 4 (Gliederungspunkt 6.3.4)</p>		X			X		Tourismuszentrale in Kooperation mit den Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, Tourismusstellen der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, Anbieter, regionale Produzenten, Genussbotschafter, Genussregion Oberfranken e.V., Hotel- und Gaststättenverband
17	Ausbau/ Multiplikation bereits existierender er-	<p>Bereits existierende, aber nur lokal erfahrbare Veranstaltungen sollen zeitlich sowie räumlich ausgeweitet werden.</p> <p>Ein gutes Beispiel hierfür ist sind die „Bierwochen“, in der 15 Gastronomiebetriebe jährlich von Aschermittwoch bis zum</p>			X			X	Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, überkommunale Koope-

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
	folgreicher, aktuell nur in Teilregionen der Fränkischen Schweiz erlebbarer Veranstaltungen /Angebote	Tag des Bieres Ende April, ihren Gästen bierige Gerichte anbieten. Mit der gezielten Vermarktung derartiger Angebote können die vorhandenen Stärken in der Region weiter ausgebaut und intensiviert werden. Hierbei sollte eine Abstimmung mit der Weiterentwicklung des kulinarischen Jahreskalenders (siehe Maßnahme 11) erfolgen							rationsräume, Tourismusstellen der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz
18	Einführung einer Regionalwährung "Fränkische Schweiz Genusstaler"	Der "Fränkische Schweiz Genusstaler" versteht sich als regionale Währung, welche mit einem bestimmten Wert versehen ist. Die Taler können beispielsweise bei den Besucherinfozentren und Tourist Informationen in der Region erhältlich sein und bei an der Aktion teilnehmenden Betrieben wie Einzelhandelsgeschäften, Gaststätten, Hotels, Dienstleistungsunternehmen, Freizeit Anbietern, etc. eingelöst werden. Mit der Etablierung einer regionalen Währung kann die Wirtschaft in der Region Fränkische Schweiz gefördert werden, da die Kaufkraft hierdurch in der Region bleibt. Zudem trägt eine Regionalwährung zur Schaffung und Stärkung der Identifikation der Bevölkerung mit der gesamten Region bei. Derartige Konzepte existieren bereits in einzelnen Kommunen der Fränkischen Schweiz. So gibt es beispielsweise die Regionalwährung "Wiesenttaler" in der Gemeinde Waischenfeld. Die Umsetzung sollte durch Regionalmanagements in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung erfolgen.			X			X	Regionalmanagements
19	Unterstützung innovativer Konzepte zur Förderung der	Das in der Fränkischen Schweiz bereits existierende Speisenangebot soll um innovative und gesunde Speisen, in denen insbesondere regionale Produkte verarbeitet werden, erweitert und angepasst werden.		X		X			Regionalmanagements, HWK, Touristische Leistungsträger, Gscheid Gut

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
	fränk. Küche / Erweiterung des Angebotes an „Gesunder Küche“	Einen guten Ansatz stellt bereits die Initiative "Gscheitgut" dar. Hier spezialisieren sich Gasthöfe aus der Fränkischen Schweiz auf die Besonderheiten der fränkischen Küche und erfinden alte Gerichte neu. Dabei achten die Gastronomen auf die Verwendung regionaler Zutaten. Kochworkshops oder eine Kreativwerkstatt für Gastonomen können dabei helfen, gesunde Gerichte mit traditionellen und regionalen Produkten zu kreieren und ihre eigene Speisekarte neu zu überarbeiten. Bei der Anpassung der Speisekarten sollte insbesondere darauf geachtet werden eine Auswahl vegetarischer Speisen für die Gäste anbieten zu können.							Initiative, Hotel- und Gaststättenverband
20	Thematische Erschließung der Region in den Themenbereichen Kultur, Natur, etc.	<p>In der Fränkischen Schweiz soll ein Kooperationsprojekt unter dem Titel "Die Region erzählt ihre Geschichte" entwickelt werden. So sollen die beteiligten Kommunen ausgewählte Geschichten aus ihrem Dorf erzählen und ihren Zuhörern erfahrbar machen ("Storytelling"). Dabei sollen die einzelnen Geschichten der unterschiedlichen Dörfer gemeinsam ein rundes Bild ergeben.</p> <p>Orte für diese Erzählungen können dabei zum Beispiel historische Gebäude oder Plätze in den jeweiligen Gemeinden sein. Die Themen zu welchen die einzelnen Geschichten erzählt werden, können sowohl kulturelle als auch naturbezogene Aspekte der Region umfassen.</p> <p>Ziel hinter dieser Maßnahme ist es, die Historie der Fränkischen Schweiz für die Bewohner aber auch die Gäste zu erhalten, erlebbarer zu machen und dabei die Kooperation unter den Gemeinden zu stärken. Um die Authentizität der Geschichten zu wahren, sollten Bürger bzw. Ortskundige in die Planungen mit eingebunden werden.</p>		X			X		Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, Genussregion Oberfranken, Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst, Kulturschaffende Museen

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
21	Erarbeitung von neuen, innovativen Konzepten im Beherbergungsbereich (für Ziel- und Lifestylegruppen)	<p>Die Fränkische Schweiz verfügt kaum über eine thematische Ausrichtung der Beherbergungsbetriebe. Auch existieren keine außergewöhnlich positionierten "Leuchtturmbetriebe" in der Region, welche den Reiseanlass für Urlauber der Region darstellen. Dieses derzeit noch fehlende Angebot, welches unterschiedliche Zielgruppen ansprechen soll, soll durch innovative Beherbergungskonzepte mit bestenfalls thematischer Ausrichtung, welche sich an den touristischen Profilierungsthemen orientiert, erarbeitet werden.</p> <p>So könnten für Klettertouristen spezielle Campingplätze angeboten werden. Komfortreisende könnten beispielsweise durch das Angebot luxuriöser Beherbergungen in die Region gelockt werden. Schöne Beispiele für luxuriöse Beherbergungskonzepte stellen die Kuckucksnester im Hochschwarzwald dar. Diese Design- und Luxus-Ferienwohnungen bieten exklusiven Komfort für ihre Gäste. Aber auch Familienhotels oder Ferienhausanlagen für Singles mit Kind oder Großfamilien könnten als Angebote geschaffen werden. Darüber hinaus wären auch Baumhaus-Hotels für Familien und Paare, "Glamping" (=Glamour-Camping) Angebote für anspruchsvollere Urlauber oder Hostels für Jugendliche und junge Erwachsene denkbar, um eine zielgruppenspezifische Ansprache zu gewährleisten.</p> <p>In der Fränkischen Schweiz sollten bestehende Anbieter ihr Angebot deshalb anpassen und optimieren. Das Angebot sollte dabei auch um Leuchtturm-Projekte erweitert werden. Als Beispiel einer bereits thematisch ausgerichteten Beherbergung in der Fränkischen Schweiz lässt sich das Brennerei Hotel Sponsel in Kirchehrenbach nennen.</p>	X			X			Hotel- und Gaststättenverband, IHK Oberfranken, Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, Investoren, Tourismuszentrale, Hotelanbieter, Fachleute

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
22	Erarbeitung von Kombinationsangeboten analog der zukünftigen Profilierung (Genuss per Rad, Genuss zu Fuß, etc.)	<p>Kombinationsangebote bieten Urlaubern eine gute Möglichkeit, unterschiedliche, themenspezifische Stationen zu besuchen. So gibt es derzeit bereits Themenwege wie den Brauereienweg in Aufseß oder den Fünf-Seidla-Steig bei Gräfenberg.</p> <p>Um die Attraktivität der Fränkischen Schweiz weiter zu steigern könnten für einzelne Zielgruppen ausgewählte themenspezifische Routen in Kooperation mit Freizeit Anbietern, wie beispielsweise Aktivreisen, die geführte Touren anbieten und bei denen sich Gäste bei Bedarf Fahrräder oder E-Bikes ausleihen können, entwickelt werden. Dabei könnten z.B. kulinarische Highlights der Region ausgewiesen und zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem PKW angefahren werden ("Genuss zu Fuß", "Genuss per Rad", etc.). Abgesehen davon sollten die Wege mit ausreichend Ladestationen ausgestattet sein.</p> <p>Ziel dieser Maßnahme ist es, den Besuchern zu ermöglichen, die Region ganzheitlich erfahrbar zu machen. Auch werden hierdurch Besucherströme gezielt gelenkt. Darüber hinaus profitieren die Anbieter durch Kombination der Angebote voneinander.</p>		X		X			Leistungsträger, Unternehmergemeinschaft, Tourismuszentrale, Gästeführer, Aktivanbieter, Produzenten, etc.
23	Einrichtung einer Smartphone-App "Fränkische Schweiz" Für Einwohner und Gäste – Fokus	<p>Die Netzabdeckung in der Fränkischen Schweiz ist aufgrund des ländlichen Charakters der Region mit ihrer mangelnden Infrastruktur nur sporadisch ausgebaut. Deshalb soll die Entwicklung einer Smartphone-App "Fränkische Schweiz", welche auch offline ohne Netz verfügbar ist, dabei helfen dieses Defizit zu kompensieren.</p> <p>So unterstützt die App die Gäste aber auch die Bevölkerung der Region mit Hilfe von Offline-Funktionen, wie bspw.</p>		X		X			Tourismuszentrale, Wirtschaftsförderer der Landkreise und Mitgliedsorte des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz, Anbieter, IHK Ober-

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
	regionale Produkte	downloadfähigem Kartenmaterial, in denen alle Wander- und Radwege, die ÖPNV-Anbindung, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Gastronomieangebote, usw. aufgeführt sind. Die App soll hierdurch die Möglichkeit geben, sich auf komfortable Art vor Ort schnell und einfach über beispielsweise das kulinarische und kulturelle Angebot der Region zu informieren, ohne auf Internet angewiesen zu sein. Durch den Einbezug der Bevölkerung als Zielgruppe soll die Identität mit der Region gesteigert werden.							franken
24	Weiterentwicklung "Sehenswertes" zum Willkommenswegweiser "Fränkische Schweiz"	Entwicklung eines "Willkommenswegweisers" Fränkische Schweiz in welchem alles Wissenswerte über und alle Highlights der Region zu finden sind. Beispielsweise Informationen zum ÖPNV, Sehenswertes, Informationsstellen in der Region (BIZ und Infopunkte), die Geschichte der Region, Panoramakarte der Region etc.	X			X			Tourismuszentrale, Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner-Forst

3.3 Qualifizierung und Qualitätssicherung

Etablierung einer Qualitätsoffensive und Qualitätsmarke „Fränkische Schweiz“

Momentan existiert in der Fränkischen Schweiz ein geringer Klassifizierungsgrad der Beherbergungsbetriebe sowie uneinheitliche Qualitätsstandards bei der Ausstattung und Qualifizierung touristischer Anbieter und der touristischen Infrastruktur. Um die

Qualität der touristischen Infrastruktur in der Fränkischen Schweiz zu steigern und zu vereinheitlichen, soll eine sogenannte Qualitätsoffensive "Fränkische Schweiz" etabliert werden. Ziel ist die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Region.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
25	Schaffung einheitlicher regionaler Infostandards mit Hilfe der digitalen Kooperation „Einheitliche, regionale (digitale) Gästeinformation“ siehe Leitprojekt 2	Die Tourismusregion Fränkische Schweiz hat die Problematik eine große Fläche mit wenig Personal abdecken zu müssen. Gerade bei krankheitsbedingten Ausfällen, Urlaub oder Ruhetagen tun sich die öffentlichen touristischen Leistungsträger schwer, die Tourist Informationen mit Personal zu besetzen, um den Kunden entsprechende Auskünfte geben zu können. In Anbetracht der in der Zukunft steigenden Besucherzahlen in der Fränkischen Schweiz, wird es immer schwieriger werden die Gäste und Besucher ausreichend zu informieren. Ziel ist es, ein dezentrales Netzwerk von Informationsquellen aufzubauen, welches die Gäste und Besucher auch ohne Personal informieren kann – soweit dies möglich ist. Dabei können Auskünfte wie Öffnungszeiten öffentlicher Einrichtungen oder Restaurants auch ohne Personal gut vermittelt werden. Je nach Standort und Informationsdichte ist abzuwägen, ob zum Beispiel eine einfache Info-Stele ausreichend ist oder man auf digitale Touch-Screens setzt, an denen die Gäste und Besucher interaktiv an die gewünschten Informationen gelangen können. Mit Hilfe von QR-Codes an Infostellen könnten die Gäste für eine weitere Information direkt auf Websites, wie zum Beispiel die der Tourist Information, weitergeleitet werden. Siehe Leitprojekt 2 (Gliederungspunkt 6.3.2)							Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, Touriststellen, Anbieter aus allen Bereichen, Unternhmergemeinschaft, Hotel- und Gaststättenverband
			X			X			

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
26	Abstimmung, Anpassung und Ausweitung der Öffnungszeiten von tourismusrelevanten Einrichtungen	Die momentanen Öffnungszeiten der tourismusrelevanten Einrichtungen (Museen, Gaststätten, Brauereien etc.) sind nicht optimal an die Nachfrager angepasst. Zudem besteht zwischen den einzelnen Betrieben keine Absprache, was uneinheitliche Öffnungszeiten hervorruft. In Zukunft sollte deshalb eine Ausweitung und vor allem Vereinheitlichung der Öffnungszeiten der Leistungsträger stattfinden. Insbesondere an Sonn- und Feiertagen, an denen die Region höhere Besucherströme verzeichnet, sollten die Einrichtungen für Gäste geöffnet haben.	X			X			Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, Tourismuszentrale, Gastronomie, Einrichtungen, Tourist-Infos
27	Einrichtung eines zentralen Ferienwohnung Managements	Aufgrund der Bedeutung von Ferienwohnungen in der Fränkischen Schweiz (34% der angebotenen Betten fallen auf diesen Bereich) ist es von zentraler Bedeutung den Gästen attraktive Angebote in diesem Bereich zur Verfügung zu stellen. Die Errichtung einer zentralen Ferienwohnungs Koordinations- bzw. Servicestelle zur Verwaltung der Anfragen und Onlineauftritte aller Ferienwohnungen in der Fränkischen Schweiz stärkt die Attraktivität für Übernachtungsgäste und erleichtert die Informationssuche für die Gäste durch Informationsbündelung. Im Zuge der Schaffung einheitlicher Qualitätsstandards sollte eine Zertifizierung durch das regionale Zertifikat "Partner der Fränkischen Schweiz" erfolgen.		X			X		Tourismuszentrale, externe Partner, Anbieter

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
28	Online-Checks touristischer Anbieter	Aufgrund der weiter zunehmenden Bedeutung des Internets als Medium zur Informationsbeschaffung, sollte die Sichtbarkeit und Präsenz touristischer Anbieter im Internet überprüft werden. Im Rahmen des Online-Checks wird die Auffindbarkeit der Anbieter in Suchmaschinen und Sozialen Netzwerken überprüft und die Aktualität der Informationen sowie Aktivität überprüft.		X		X			Tourismuszentrale

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
29	Qualifizierung der touristischen Infrastruktur	<p>Die Qualität der Beherbergungsbetriebe in der Fränkischen Schweiz ist ausbaufähig. So sind lediglich 34% der Hotels DEHOGA klassifiziert. Zwar besteht in der Region ein gut ausgebauter 3-Sterne Bereich, jedoch besteht im 4-Sterne Bereich noch deutliches Entwicklungspotential. Auch im Bereich der Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer sind lediglich 19% DTV klassifiziert.</p> <p>Deshalb sollte eine Anpassung der Qualifizierung der touristischen Anbieter auf ein einheitliches Niveau stattfinden. Dabei sind einheitliche Qualitätsstandards für ein flächendeckend angebrachtes und einheitliches Angebot entscheidend. Eine bessere Qualifizierung könnte insbesondere durch die Klassifizierung der Betriebe (z.B. DEHOGA, DTV, ServiceQ) erreicht werden. Zusätzlich können bei der Optimierung auch Schulungen der Betreiber, die Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle für touristische Leistungspartner sowie die Etablierung von Webinaren für Unternehmer eine bedeutsame Rolle spielen.</p> <p>Um eine Angebotsverbesserung in Hinblick auf die Qualität touristischer Infrastruktur zu erreichen, sollte diese in der Fränkischen Schweiz durch Programme wie "Wanderbares Deutschland", "Bed and Bike", DTV-Sterneklassifizierung, ServiceQualität, etc. zertifiziert werden. So kann der Zertifizierungs- und Klassifizierungsgrad touristischer Leistungsträger ausgebaut werden. Gleichzeitig entsteht auf diese Weise ein transparentes System, bei dem die Besucher leicht die angebotene Qualität erkennen können.</p>	X				X		Tourismuszentrale, Hotel- und Gaststättenverband, Deutscher Tourismusverband, Tourismusstellen

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
30	Qualifizierung und Stärkung der Motivation der lokalen Tourist Infos	<p>Auch die in der Fränkischen Schweiz verteilten Tourist Informationen müssen eine flächendeckend gleiche Qualifizierung aufweisen.</p> <p>Schulungen und Weiterbildungen z.B. zu den Themen Kommunikation, Beratung, (Online-)Vertrieb/Verkauf, Workshops zu Markttrends und im Bereich der Servicequalität, können dabei helfen die Qualitätsstandards in den einzelnen Tourist Informationen anzugleichen und gleichzeitig anzuheben. Zusätzlich hierzu sollte eine Zertifizierung der Tourist Informationen mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes erfolgen.</p>	X			X			Tourismuszentrale
31	Mystery-Checks der Tourist-Infos / zukünftiger Infozentren	<p>Die 41 Tourist Informationen in der Fränkischen Schweiz sind wichtige Anlaufstellen für Gäste in der Region. Aktuell weisen diese jedoch fehlende gemeinsame Qualitätsstandards auf. Insbesondere beim Personal bestehen unterschiedliche Qualifikationen und personelle Ressourcen.</p> <p>Um einen Überblick über den aktuellen Status Quo in Hinblick auf die Qualität der einzelnen Tourist Informationen zu erhalten erweisen sich sogenannte Mystery-Checks als gutes Werkzeug. Dabei kann zusätzlich zu einer Vor-Ort-Prüfung des Serviceangebots auch per E-Mail und Telefonkontakt die Qualität der einzelnen Einrichtungen geprüft werden.</p>		X			X		Tourismuszentrale in Kooperation mit externen Partner

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
32	Etablierung eines „Fränkische Schweiz“-Labels	<p>Das Produktangebot der Fränkischen Schweiz ist vielfältig, jedoch fällt es Gästen und der Bürgerschaft oft schwer, regionale Produkte als solche zu identifizieren.</p> <p>Die Zertifizierung regionaler Produkte mit einem "Fränkische Schweiz"-Label würde Transparenz über die Herkunft der Produkte schaffen und hierdurch den Konsumenten mehr Klarheit bringen. Zusätzlich kann durch ein einheitliches Label den Konsumenten eine einheitliche Produktqualität versichert werden.</p> <p>Ein eigens für die Region entwickeltes Label "Fränkische Schweiz" stärkt zudem den Bekanntheitsgrad der Region überregional und unterstützt die lokalen Produzenten. Die Festlegung und Prüfung der zu erfüllenden Kriterien sollte durch die Regionalmanagements, wie zum Beispiel in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung, erfolgen</p>			X			X	Regionalmanagements

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
33	<p>Etablierung einer regionalen Zertifizierung "Partner der Fränkischen Schweiz" siehe Leitprojekt 5</p>	<p>Innerhalb der Region sollen Betriebe, Anbieter und Produkte, die noch zu bestimmende Kriterien erfüllen, als "Partner der Fränkischen Schweiz" zertifiziert zu werden. Dieses einheitliche Label ermöglicht den Betrieben sowie deren Gästen diverse Vorteile, welche noch konkret festgelegt werden müssen.</p> <p>Zur Unterstützung und Förderung der regionalen Küche könnten beispielsweise Gasthöfe der Fränkischen Schweiz, die typisch fränkische Produkte und Gerichte anbieten, als "Partner der Fränkischen Schweiz" ausgezeichnet werden und damit den Gästen u.a. einheitliche Qualitätsstandards geboten werden. Zudem wissen durch eine solche Zertifizierung die Besucher bereits im Vorfeld, welche Art von Angeboten sie in den einzelnen Betrieben erwartet. Somit besitzt das Label beim Gast einen hohen Wiedererkennungswert.</p> <p>Eine derartige Zertifizierung fand bereits mit den Nürnberger Meisterhändlern in Nürnberg statt. So zeichnet das Prädikat "Nürnberger Meisterhändler" einzigartige Traditionsgeschäfte in Nürnberg aus, die durch eine herausragende Qualität und Originalität gekennzeichnet sind. Siehe Leitprojekt 5 (Gliederungspunkt 6.3.5)</p>	X					X	<p>Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst, Tourismuszentrale, Hotel- und Gaststättenverband, Genussregion Oberfranken</p>

Ausbau und Verbesserung der Marktforschung

Das Wissen über die Herkunft, Wünsche und Anregungen der Urlaubsgäste ist in der Fränkischen Schweiz nur sporadisch vorhanden. Nur wenn man jedoch über derartige Informationen verfügt, kann man eine Region optimal vermarkten und die Aufenthaltsqualität in dieser steigern. Deshalb soll eine intensivere Marktforschung in der Fränkischen Schweiz betrieben werden. Unter anderem mit Hilfe von Gästeeumfragen kann das touristische Angebot der Region nach den Wünschen der Gäste ausgerichtet werden. Auf diese Weise können verbraucherorientierte Angebote geschaffen werden. Aber auch Anbieter sollten diesbezüglich nicht vernachlässigt werden und nach ihren Wünschen und Anregungen gefragt werden.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
34	Gästabefragungen	Die Zufriedenheit der Gäste hat für eine Tourismusregion wie die Fränkische Schweiz eine hohe Priorität. Denn nur wenn die Besucher mit ihrem Aufenthalt in der Region zufrieden sind, kommen sie wieder und verbreiten ihre guten Erfahrungen und damit das positive Image in ihrem Heimgort. Die Fränkische Schweiz sollte deshalb die Meinung ihrer Gäste vermehrt abfragen. So sollten mindestens einmal jährlich in allen Kommunen und bei allen Leistungspartnern Fragebogen an den „Points of Interest“ ausgelegt werden. Um eine Vergleichbarkeit der Gemeinden zu erhalten sollten diese Fragebogen in allen Gemeinden einheitlich verfasst sein. Der Fragebogen sollte Fragen zu Besuchsansässen und Herkunft beinhalten, um hierüber u.a. Auskunft über spezifische für die Fränkische Schweiz relevante Zielgruppen und Quellmärkte zu erhalten. Hierbei empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit einer Hochschule. Um den Anreiz zum Mitmachen zu steigern bietet sich die Ausschreibung eines Preises wie beispielsweise eines Wochenende in der Fränkischen Schweiz an.	X			X			Tourismuszentrale, Universitäten, Anbieter, Tourismusstellen

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
35	Anbieterbefragungen	Das Wohlbefinden der Anbieter in der Region ist für die Attraktivität der Fränkischen Schweiz sehr bedeutsam. Nur wenn sich diese selbst wohl fühlen, können sie dieses Gefühl auch an ihre Gäste und Kunden weitergeben. Deshalb sollten nicht nur Gäste, sondern auch Anbieter von Ferienwohnungen, Hotels, Gastronomen, Freizeitanbieter, etc. regelmäßig über ihre Wünsche befragt werden. Da sich die Anbieter am besten in der Region auskennen und wissen, was für die Fränkische Schweiz wichtig ist, sollten gleichzeitig auch deren Anregungen und Ideen mit aufgenommen werden.	X			X			Tourismuszentrale
36	Einrichtung eines digitalen regionalen Bewertungsplattform	Ebenfalls sollte den Gästen die Möglichkeit geboten werden ihre Erfahrungen in der Fränkischen Schweiz digital zu äußern. Mithilfe eines Feedbackformulars auf der Website der Fränkischen Schweiz kann den Gästen ein unkomplizierter Weg geboten werden über ihre Erfahrungen in der Region zu berichten. Auch hier sollte der Fragebogen neben Fragen zur Bewertung der Qualität und des Services der Unterkunft, Fragen zu Besuchsanlässen und Herkunft beinhalten. So können u.a. Auskünfte über spezifische für die Fränkische Schweiz relevante Zielgruppen und Quellmärkte gesammelt werden.	X				X		Tourismuszentrale
37	Auswertung von verfügbaren Online-Daten	Die Einträge in bekannten Bewertungsplattformen wie tripadvisor, holidaycheck etc. sollten analysiert werden und bei Bedarf mit negativ bewerteten Anbietern in den Region ein persönliches Gespräch gesucht werden.	X			X			Tourismuszentrale

3.4 Marketing und Kommunikation

Die Vermarktung der Fränkischen Schweiz als Gesamtdestination sowie die Vermarktung ihrer Angebote und Produkte ist aktuell nicht optimal ausgebaut. Eine der zentralen Aufgaben ist es die Fränkische Schweiz zukünftig im Wettbewerb der Regionen zu positionieren und damit einhergehend ihre überregionale Ausstrahlung und Imagewirkung zu optimieren. Deshalb sollte die Vermarktung der Fränkischen Schweiz an die neue Positionierung angepasst werden. Zum einen sollte das regionale Veranstaltungsprogramms ausgebaut werden. Dieses soll sich an den traditionellen Bräuchen und lokalen Gegebenheiten orientieren, wodurch eine hohe Affinität zur Region geschaffen wird (z.B. Kirschblüte, Braufest, o.ä.). Zum anderen sollten spezifische, qualitativ hochwertige Events, wie beispielsweise ein Kletter- oder Mountainbikefestival, zur stärkeren Profilierung der Region entwickelt werden.

Zudem sollte ein einheitliches Design (CI/CD) zur Steigerung des Wiedererkennungswertes der Region und der Verstärkung der Außenwirkung dieser bezüglich potentieller Gäste und Investoren etabliert werden. Besonders wichtig ist die ganzheitliche Vermarktung der Fränkischen Schweiz auf allen relevanten Medien. Dabei stellen im Zuge der zunehmenden Digitalisierung insbesondere Online-Plattformen einen bedeutenden Schwerpunkt dar.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
38	Konzeption spezifischer Wanderveranstaltungen	Das nachfragestarke Leitthema Wandern soll gezielt durch Wanderveranstaltungen, womöglich in Kombination mit dem Profilierungsthema Kulinarik, noch stärker bespielt und einzigartig vermarktet werden. Es sollte ein Konzept für ein Wanderfestival ausgearbeitet werden. Zu diesem sollte geführte thematische Wandertouren, wie kulinarische Wanderungen, Nachtwanderungen etc., angeboten werden. Ergänzt werden sollten die Wanderungen durch ein themenspezifisches Rahmenprogramm, wie Verkostungen oder Kochkurse. Ratsam wären hierbei Kooperationen zwischen Gastronomen, Hoteliers, Wanderführern, etc..		X			X		Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst, externe Partner, Wanderfachleute

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
39	Etablierung spezifischer MTB und E-Bike Veranstaltungen	Die Profilierungsthemen der Fränkischen Schweiz müssen thematisch besser bespielt werden. Daher sollen speziell auf das Mountainbike und E-Bike zugeschnittene Events in der Region etabliert werden. So könnten beispielsweise Informationstage zur Elektromobilität in Kooperation mit regionalen Anbietern organisiert werden oder bereits bestehende Veranstaltungen, wie der jährlich stattfindende Fränkische-Schweiz-Marathon, durch die Themen Mountainbike- und E-Bike ausgebaut werden und so noch stärker touristisch vermarktet werden.			X		X		Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, Vereine, Freizeitanbieter, regionale Leistungsträger, Wirtschaftsband A9, Mountainbike-fachleute
40	Etablierung eines Kletterevents	Die Fränkische Schweiz ist Anziehungspunkt für zahlreiche Kletterbegeisterte. Die Schaffung eines Leuchtturm-Events, das das Klettern als Stärke in der Fränkischen Schweiz überregional vermarktet, könnte dabei helfen neues Publikum in die Region zu bringen und die Fränkische Schweiz als Kletterstandort zu profilieren. So könnte beispielsweise ein Kletter-Event, eine "Kletterkirchweih" oder ein "Tag des Kletterns" etabliert werden, der es Interessierten ermöglicht diesen Sport auszuprobieren und hinein zu schnuppern. Kooperationspartner für derartige Veranstaltungen könnte dabei das bereits existierende Marmot Frankenjura Kletterfestival in Markt Königstein sein. Zudem wäre eine in der Region rotierende Veranstaltung denkbar, sodass ein Kletterevent in unterschiedlichen Teilregionen der Fränkischen Schweiz stattfindet und jeweils andere Schwerpunkte gelegt werden können.		X			X		Freizeitanbieter, Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses, Vereine in Kooperation mit der Tourismuszentrale, Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst, frankenjura.com, Kletterfachleute

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
41	Einrichtung einer regionalen Tourismus- und Freizeitmesse für die Bevölkerung „Regionalschau“	<p>Bei einer regelmäßig stattfindenden, regionsübergreifenden Tourismus- und Freizeitmesse "Regionalschau" könnten u.a. touristische Produkte aus der Fränkischen Schweiz von den Anbietern bzw. Produzenten vorgestellt und näher erläutert werden.</p> <p>Hierbei sollten den Besuchern auch insbesondere Genusslebensmittel aus der Region vorgestellt werden. So würden die Besucher für den Kauf von regionalen Produkten sensibilisiert werden. Zusätzlich könnten sie Informationen zu den einzelnen Produkten erhalten und diese gegebenenfalls dort erwerben. Auch soll durch die "Regionalschau" der Bevölkerung die Bedeutung des Tourismus für die Region verdeutlicht werden. Die „Regionalschau“ wäre zudem eine Plattform, auf der sich die Besucher und Bewohner über aktuelle Produkte, Angebote und Trends in der Region informieren können.</p> <p>Hierbei könnte zum Beispiel eine Kooperation mit bzw. eine Ausweitung der Regionalen Leistungsschau "Rund um die Neubürg" erfolgen. Diese wurde von der regionalen Entwicklungsgesellschaft ins Leben damit sich regionale Betriebe selbst sowie ihre Produkte präsentieren können.</p>		X				X	Regionalmanagements z. B. „Rund um die Neubürg“, Landkreise in Kooperation mit Tourismuszentrale
42	Einrichtung eines regelmäßig stattfindenden regionalen Tourismustages	<p>Der erstmals am 12.05.2017 stattgefundenen Tourismustag soll als regelmäßig stattfindende Veranstaltung in der Region etabliert werden. Mit einem regelmäßigen Treffen zwischen den Mitgliedsgemeinden der Fränkischen Schweiz, Touristikern, Gastronomen und Unternehmern, sollen Netzwerke unter den einzelnen Akteuren aufgebaut und Kontakte gepflegt werden.</p>	X			X			Tourismuszentrale

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		Zusätzlich können auch neue Partner für Projekte gewonnen werden und die Zusammenarbeit auf allen Ebenen verbessert werden. Der Tourismustag dient folglich der Schaffung einer Plattform für alle touristischen Leistungsträger, auf der sich diese untereinander austauschen können. Das gemeinsame Erarbeiten von Lösungsstrategien fördert dabei den Zusammenhalt unter den Akteuren. Ergänzend soll der Tourismustag zur Etablierung einheitlicher Qualitätsstandards durch gegenseitige Motivation aber auch Kontrolle beitragen.							
43	Aufbau einer Incoming-Agentur	<p>Durch den Aufbau einer Incoming-Agentur soll die Vermarktung der Region gefördert werden. In Anlehnung an die touristische Positionierung in den Urlaubswelten "Genuss" und "Draußen unterwegs" soll mit Hilfe einer Incoming-Agentur die touristische Infrastruktur gefördert und Reiseleistungen an ortsfremde Reiseveranstalter und Gäste vermittelt werden.</p> <p>Hierbei erfolgt eine enge Zusammenarbeit und Kooperation regionaler Leistungsträger, insbesondere mit lokalen Anbietern von Fremdenverkehrsleistungen (Hotels, Ferienhäuser, Gastronomiebetrieben, Freizeitunternehmen usw.), Beförderungsdienstleistern (Transportunternehmen usw.) und Reiseveranstaltern, wie Stöcklein-Reisen oder Schmetterlingsreisen.</p>	X			X			Tourismuszentrale, regionale Reiseveranstalter, Partner
44	Einführung von Themen- und Kooperationsabenden in Zusammenarbeit von	<p>Themenabende können zur Belebung der Fränkischen Schweiz einen großen Beitrag leisten. So sollten an den regionalen Gegebenheiten angepasste Themen in Zusammenarbeit mit den Gastronomen und Kleinbauern entwickelt und intensiv vermarktet werden.</p> <p>Bei der Themenfindung ist insbesondere die Einbeziehung</p>		X			X		HWK, private Leistungsträger, Unternehmensgemeinschaft, Bierland Oberfranken, Genussregion Ober-

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
	Gastronomie und Kleinbrauereien für touristische Leistungspartner	geeigneter Betriebe wesentlich. Mögliche Themen könnten sich beispielsweise rund um das Brauerei- und Brennereiwesen der Fränkischen Schweiz orientieren. Bereits existierende Themenabende sollten angepasst und räumlich ausgedehnt werden.							franken
45	Etablierung von offenen Tourismusforen für die Bevölkerung sowie punktuellen Tourismusgesprächen	<p>Für jedermann zugängliche Tourismusforen, welche über Neuigkeiten in der Fränkischen Schweiz informieren und die Bürgerschaft in Entscheidungsprozesse einbindet, sind eine Möglichkeit das Bewusstsein der Bevölkerung für den Wirtschaftsfaktor Tourismus und dessen Bedeutung für die Region in der sie Leben zu erhöhen.</p> <p>Diese Foren sollen auf lokaler und teilregionaler Ebene über bestehende Allianzen, wie beispielsweise Fränkische Schweiz Aktiv e.V., oder einzelnen Kommunen in Kooperation mit der Tourismuszentrale organisiert werden und wie eine Art Road Show innerhalb eines Jahres durch die gesamte Region ziehen. Ziel dieser Foren ist es eine engere Verbindung zwischen der Bevölkerung und dem, für die Region so wichtigen, Tourismus zu schaffen.</p> <p>Ergänzend zu den Tourismusforen sollen in kleinerem Maßstab punktuelle Gespräche mit den Tourismusorten innerhalb der Fränkischen Schweiz stattfinden. Inhalt dieser Gespräche soll der Austausch aktueller Themen und der Zusammenschluss zu Kooperationen für Veranstaltungen sein. So sollen zum einen das in der Fränkischen Schweiz stark verbreitete "Kirchturmdenken" abbaut werden und zum anderen den Kooperationsgrad unter den Kommunen erhöht werden.</p>		X			X		Landkreise, Tourismuszentrale, Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
46	Weiterentwicklung der digitalen Kooperationsbörse der Leistungspartner	Weiterentwicklung der am ersten Tourismustag der Fränkischen Schweiz angestoßenen Kooperationsplattform (digital und analog) zur Digitalisierungs- und Vernetzungsplattform (Stakeholder Portal) der privaten touristischen Leistungspartner in der Region. Frei nach dem Motto "Biete und Suche" sollen regionale touristische Leistungsträger zusammengeführt werden damit die Vernetzung und Kooperation in der Region gestärkt werden.	X			X			Tourismuszentrale
47	Einrichtung einer regelmäßig stattfindenden Regionstour der Tourismuszentrale	<p>Derzeit besteht in der Fränkischen Schweiz kaum eine Zusammenarbeit der einzelnen Gemeinden im Tourismusbereich. Zu empfehlen wäre eine regelmäßig stattfindende "Regionstour" (Landkreise) der Tourismuszentrale. Alle Bürgermeister der Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses der vier Landkreise sollten jeweils in ihrem Landkreis zusammenkommen um sich der "Tourismusentwicklung" zu widmen. Federführend soll die Tourismuszentrale über die touristische Entwicklung der gesamten Region berichten.</p> <p>Die Anwesenden haben die Möglichkeit abgeschlossene Projekte zu reflektieren und sich über neue Projekte auszutauschen. Die Organisation sollte vom jeweiligen Landrat in Kooperation mit der Tourismuszentrale übernommen werden. Eine externe Moderation der jeweiligen Veranstaltung wird empfohlen.</p> <p>Landkreistouren der Tourismuszentrale könnte die Zusammenarbeit der Landkreise und Gemeinden fördern und das momentan vorhandene "Kirchturmdenken" reduzieren. Der Ort für die Austragung der Veranstaltung sollte dabei jährlich zwischen den Landkreisen wechseln.</p>		X		X			Landkreise, TZ, Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
48	Optimierung und Ausweitung des Onlinebuchungssystems / der Onlinebuchbarkeit im Bereich Übernachtungen und Angebote/Produkte	<p>Im Zuge des digitalen Wandels, in dem sich auch immer mehr Menschen online über ihr nächstes Reiseziel informieren (56% der Gäste sehen sich Bewertungen von Hotels auf Online-Plattformen an, bevor sie buchen) wird das Internet zum wichtigsten Medium zur Informationsbeschaffung. Ein makelloser Internetauftritt mit zeitgemäßem Marketing ist daher unerlässlich für den Erfolg einer Region.</p> <p>So muss auch die Fränkische Schweiz mit der Zeit gehen, um sich im Wettbewerb der Regionen behaupten zu können. Alle Anbieter und Leistungen sollten deshalb online sichtbar und auffindbar sein. Die Darstellung des breiten Angebotes kann zur Attraktivitäts-steigerung der Region für mögliche Besucher beitragen. Zudem hilft die Weiterentwicklung des Onlinebuchungssystems mit einheitlichen Stornierungskosten und einem Reservierungssystem von Restauranttischen oder Angebotspaketen dabei, den Gästen den Überblick über das Angebot in der Region zu vereinfachen und es entsteht ein Mehrwert.</p> <p>Die bereits existierende Buchungsplattform sollte auf möglichst alle Betriebe der Region ausgeweitet werden. Neben der Sichtbarkeit der Anbieter auf einem regionalen Buchungsportal sollten die Anbieter zukünftig auch über renommierte Buchungsportale wie booking.com oder hrs.de auffindbar und buchbar sein. Hilfreich wäre die Einrichtung einer Anlauf- und Beratungsstelle, bezüglich des Onlinebuchungssystems, für die Anbieter.</p>	X			X			Tourismuszentrale

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
49	Bündelung und Reduktion von Printmedien	<p>Derzeit produziert fast jede Gemeinde, zusätzlich zu den regionalen Prospekten, lokale Informationsbroschüren und Flyer mit uneinheitlichem Layout. Im Zuge der neuen Positionierung der Fränkischen Schweiz in den Urlaubswelten "Genuss" und "Draußen unterwegs" sollen vorhandene Einzelbroschüren thematisch gebündelt und deren Gestaltung ggf. im Corporate Design der Fränkischen Schweiz überarbeitet werden.</p> <p>Hierbei wird das Ziel verfolgt die derzeit bestehende Flut an Printmedien zu reduzieren. Es entstehen einheitliche Qualitätsstandards und die Übersichtlichkeit des Angebots der Region wird für die Gäste verbessert. Außerdem kann durch eine Vereinheitlichung und Bündelung der Printmedien eine geschlossene touristische Vermarktung in der Region stattfinden. Analog der Homepage sollten für die Mitgliedsgemeinden „White-label-Lösungen“ angeboten werden und die Prospektpalette der Tourismuszentrale verdichtet werden.</p>		X			X		Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses , Tourismuszentrale
50	Ergänzung des Themas Tourismus in den Mitteilungsblättern der Gemeinden	<p>Die Gemeinden der Fränkischen Schweiz verfügen derzeit über eigenständige Mitteilungs- bzw. Amtsblätter. Diese Mitteilungsblätter sind wichtiger Katalysator von Informationen, die die Bürgerschaft betreffen. Das Thema Tourismusregion Fränkische Schweiz spielt in den Gemeindeblättern jedoch eine untergeordnete Rolle.</p> <p>Aufgrund der hohen Bedeutung für die Region Fränkische Schweiz sollten die lokalen Entwicklungen im Bereich Tourismus in die Bürgerinformation eingearbeitet werden. Hierdurch werden die Bürger über die, ihren Ort betreffenden, Entwicklungen aufgeklärt und besser eingebunden. Diese Steigerung der Transparenz soll auch zu einer zunehmenden</p>	X			X			Mitgliedsgemeinden Gebietsausschuss Fränkische Schweiz

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		Akzeptanz von Tourismusthemen bei der Bürgerschaft führen.							
51	Ausbau der Info-Post zur aktiven Partner-Newsletter	<p>Es existiert bereits eine interne Info-Post auf der Homepage der Tourismuszentrale. Mit dieser werden momentan Partner, Leistungsträger und Tourist Informationen über Aktuelles aus der Tourismusbranche der Fränkischen Schweiz informiert. Zukünftig sollte die Info-Post sowohl inhaltlich als auch funktional ausgebaut werden.</p> <p>Inhaltlich sollen die Abonnenten in regelmäßigen Abständen über den Erfolg durchgeführter Maßnahmen sowie aktuelle Kurz-News und Termine, aber auch Informationen zu (vergangenen und kommenden) Events und Brancheninformationen informiert werden.</p> <p>Über den Aufbau eines Info-Post-Verteilers sollen die Abonnenten per E-Mail darüber informiert werden, dass es Neuigkeiten in der Rubrik Info-Post gibt und durch einen Klick direkt auf die Website der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz weitergeleitet werden. Hierdurch kann die Bindung an die Website der Tourismuszentrale gestärkt werden.</p> <p>Zudem sollten die Inhalte der Info-Post auch über Kanäle wie Facebook oder Twitter abonniert werden können. Der Ausbau der Info-Post kann der Tourismuszentrale dabei helfen eine permanente Kommunikation zu ihren Partner, wie beispielsweise Gastgeber und Touristiker, zu etablieren.</p>		X		X			Tourismuszentrale
52	Durchführung von Umsetzungs- und Produktwerkstätten	In allen touristisch relevanten Mitgliedsgemeinden des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz sollen Umsetzungs- und Produktwerkstätte stattfinden. Dabei sollen mit allen relevanten Partnern vor Ort (Akteure aus den Bereichen	X			X			Tourismuszentrale, Mitgliedsgemeinden, Gebietsausschuss Fränkische

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
	in den Mitgliedsge- meinden des Ge- bietsausschusses Fränkische Schweiz siehe Leitprojekt 8	Tourismus, Verwaltung, Politik, Bürger sowie externe Ideengeber und Moderatoren) konkrete Handlungsbedarfe und Ideen besprochen und neue Produkte entwickelt werden. Die Inhalte der Werkstätte sollen hierbei Themen wie die Verbesserung der Angebotsqualität in den Orten, profilierende (Infrastruktur-) Angebote sowie die Qualität der Unterkünfte und Herzlichkeit der Gastgeber umfassen. Ziel dieser auch als Leitprojekt definierten Maßnahme (siehe 6.3.9) ist es, die Umsetzung der zentralen Punkte des Tourismuskonzeptes in den einzelnen Kommunen voranzutreiben, wobei die Unterstützung durch einen externen Moderator zu empfehlen ist. Siehe Leitprojekt 8 (Gliederungspunkt 6.3.8)							Schweiz, Partner, Anbieter, etc.
53	(Online) Ideenwettbewerb für Anbieter und ggf. auch für die örtliche Bevölkerung	Mit den Gastgebern der Fränkischen Schweiz, und ggf. auch mit der örtlichen Bevölkerung, soll ein Online-Plattformgestützter, temporärer Ideenwettbewerb stattfinden. Dieser soll es den relevanten Akteuren ermöglichen, ihre eigenen Ideen mit lokalem aber gerne auch regionalem Charakter einzubringen und gegenseitig zu kommentieren. Dabei sollen bereits möglichst konkrete Vorhaben und Flächen besprochen werden.		X			X		Tourismuszentrale, Anbieter, Bevölkerung

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
54	Einrichtung eines regionalen Kooperationsmanagements	<p>In der Tourismusregion Fränkische Schweiz sind viele Initiativen (Interkommunale Kooperationen, ILEs, Regionalmanagements und Akteursgruppen) aktiv. Zudem wird die Entwicklung der Fränkischen Schweiz direkt von 4 Landkreisen (BT, FO, BA, KU = 4 Regionalmanagements, 4 Wirtschaftsförderungen etc.) getragen und zusätzlich von 2 Landkreisen (LAU, ERH) tangiert.</p> <p>Alle diese Gruppen und Initiativen haben eine nachhaltige und integrierte Regionalentwicklung zum Ziel. Die Regionale Entwicklung setzt vielfach auf die Potentiale des Tourismus, regionale Produkte (v.a. Genuss) und Infrastruktur. Die Kleinteiligkeit der Region sowie die Vielzahl der Initiativen stellen eine systematische Abstimmung und Steuerung der Regionalentwicklung vor eine außerordentliche Herausforderung. Hinzu kommen Fragen wie Digitalisierung und Demographischer Wandel als zusätzliche Punkte. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung der touristischen und regionalwirtschaftlichen Entwicklung der Region müssen diese Akteure koordiniert und über gemeinsame Projekte verbunden werden. Es fehlt ein, auf diese Region abgestimmtes „Regionales Kooperations- und Koordinationsmanagement“.</p> <p>Um ein effizienteres Arbeiten zu gewährleisten empfiehlt die CIMA Beratung + Management GmbH in Kooperation mit Tourismus Plan B daher in der Tourismusregion Fränkische Schweiz ein regionsübergreifendes „Regionales Kooperationsmanagement“ einzurichten. Dieses regionale Kooperationsmanagement soll strukturelle, prozessuale und systematische Handlungsweisen optimieren, die Kommunikation und Abstimmung zwischen der vielen Akteuren durch eine regio-</p>	X			X			Landkreise, ggf. Leader

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	ge- ring	kurz	mittel	lang	
		<p>nale „Projektmanagement- und Kooperationsdatenbank“ und regionale Kooperationskonferenzen aufbauen sowie gemeinsame Projekte vorantreiben (Kooperationsmanagement). Mit einer digitalen Kooperationsplattform werden wichtige Inhalte ausgetauscht, Anknüpfungspunkte für gemeinsame Projekte identifiziert und der Fördermitteleinsatz optimiert und moderne, dem digitalen Wandel Rechnung tragende Kommunikationsmöglichkeiten etabliert. Hierzu müssen zuerst die Organisationsstruktur sowie die personelle Besetzung des Change- und Kooperationsmanagements geklärt werden. Anschließend kann das neu eingesetzte Management die strukturellen und inhaltlichen Probleme angehen – hierzu können bspw. gemeinsame Investitionen getätigt werden um größere Projekte realisieren zu können. Sinnvoll ist es diese Stell in der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz zu integrieren wofür eine zusätzliche Vollzeitstelle notwendig ist.</p>							

3.5 Organisation etc.

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
55	Umsetzungsbetreuung	Auf Grundlage der Optimierung der Besucherinformationsstruktur, analog des Tourismuskonzeptes für die Fränkische Schweiz, soll eine Umsetzungsbetreuung zur Einrichtung von regionalen Besucherinfozentren entstehen. Dabei fungieren die Betreuer u.a. als Schnittstelle zwischen Kommunen/Gemeinden, Förderstellen, regionalen Organisationen und der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz.	X				X		Tourismuszentrale, externe Partner
56	Installation eines regionsübergreifenden Innovationsfonds Tourismus	Der regionsübergreifende Innovationsfonds Tourismus ist ein öffentlich-privates Finanzierungsinstrument was dazu dienen soll, Investitionen in der Region anzustoßen und private Initiativen, die die touristische Entwicklung fördern, zu unterstützen. Durch das Einrichten eines solchen Fonds können private Initiativen in der Region unterstützt werden. Die privaten Initiativen und Projekte sollen dabei lokal oder regional bedeutsam oder beispielgebend sein, im Sinne des Nutzens für die Allgemeinheit, sowie ökonomisch, ökologisch und sozial tragfähig. Neben dem Schließen der privaten Finanzierungslücken durch die Mittel aus dem regionalen Innovationsfonds zielt das Projekt darauf ab, gemeindeübergreifende gemeinschaftliche Verantwortung für die Region und Potenziale des bürgerschaftlichen Engagements von Unternehmen, Vereinen und sonst. Organisationen zur Stärkung der Region zu aktivieren. Als Finanzierungsinstrument ist der regionale Innovations-		X			X		Private Leistungsträger, IHK, Finanzinstitute

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
		<p>fonds in Form eines Zuschusses angedacht: Jeder lokale „private“ Euro wird durch die Mittel des Fonds verdoppelt. Das heißt, dass den Mitteln der regionalen Kooperationen öffentliche Mittel in gleicher Höhe gegenüberstehen. Die Herkunft der öffentlichen Mittel sollte so ausgestaltet sein, dass 60-90 % davon aus den Mitteln der Landkreise oder von Sponsoren zu beziehen sind und 10-40 % die Kommunen des Kooperationsraums stellen.</p> <p>Dabei sollte von den Kommunen des Kooperationsraums ein Zuteilungsschlüssel für die Höhe der einzubringenden Mittel festgelegt werden, z.B. nach der Steuerkraft, damit eine Mittelherkunft im solidarischen Sinne gewährleistet wird. Als Mittelempfänger kommen Gemeinschaften und Organisationen in Frage, wie z.B. Eigentümer, Gewerbetreibende, Vereine, Verbände, Kooperationen und Gemeinden.</p> <p>Die Fördermittelvergabe soll in regionaler Verantwortung erfolgen und somit regionales, gemeinschaftliches Agieren und Investieren stärken. Für die Fördermittelvergabe ist eine regionale Steuerungsgruppe einzurichten, die neben Gemeindevertretern und sonstigen Fördermittelgebern aus weiteren lokalen Akteuren und privaten Organisationen besteht. So soll gewährleistet werden, dass regionale Akteure Einfluss auf die Mittelvergaben haben. Durch die Steuerungsgruppe sind Regeln für die Entscheidung der Mittelverwendung – als Förderrichtlinien und Vergabekriterien – und Abwicklung der Mittelvergabe festzulegen. Die CIMA GmbH in Kooperation mit Tourismus Plan B empfiehlt zum Start ein Gesamtvolumen von 100.000,- € pro Jahr anzustreben.</p>							

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
57	Einrichtung einer Unternehmergeinschaft siehe Leitprojekt 9	siehe Leitprojekt 9 (Gliederungspunkt 6.3.9)	X			X			Private Leistungsträger, IHK, Tourismuszentrale, HWK, Hotel- und Gaststättenverband
58	Ausarbeitung eines Kommunikationskonzeptes	Die regionalen Urlaubswelten, welche über das jeweilige Spezialthema informieren und dazu einladen sollen selbiges zu entdecken, sind wichtiger Bestandteil des Tourismuskonzeptes. Um diese effizient zu vermarkten müssen die Kommunikationstitel "Draußen unterwegs" und "Genuss" mit Hilfe eines Kommunikationskonzeptes konkretisiert werden.		X			X		Tourismuszentrale
59	Angleichung Namensgebung Naturpark und Tourismuszentrale	Im Zuge der Erstellung sollte geprüft werden inwieweit in der Außenwirkung der Tourismusregion Fränkische Schweiz der Begriff des Naturparks stärker verankert werden kann. Damit einhergehend ist die Kommunikationsstrategie in der Außenwirkung im Sinne eines gemeinsamen CD Manuals abzustimmen. Die Aufgabe sollte in das Briefing für einen Agenturpitch aufgenommen werden. (vgl. Maßnahme 58)		X			X		TZ/Naturpark Fränkische Schweiz-Veldensteiner Forst
60	Durchführung einer internen Klausur der Tourismuszentrale	Die neue Organisationsstruktur der Tourismuszentrale sollte im Rahmen einer eigenen Tourismuszentrale-Klausur verfeinert und implementiert werden	X			X			Tourismuszentrale

Nr.	Maßnahmenpaket/ Titel	Beschreibung der Maßnahme	Priorität			Umsetzungsdauer			Zuständige Akteure
			hoch	mittel	gering	kurz	mittel	lang	
61	Juristische Begleitung Neuorganisation	Die Neuorganisation der TZ und der Aufbau eines eigenen hierfür zuständigen Unternehmens (Öffentlich rechtlich oder privat) bedarf einer eigenen juristischen Prüfung und Begleitung.	X			X			TZ, Landkreise (Juristische Abteilungen) externe Kanzlei)

Notizen, Ideen, Anregungen:

Auftrag:

Aktualisierung des bestehenden Tourismusleitfadens zu einem praxisnahen Leitfaden mit folgenden wesentlichen Inhalten:

- Analyse der Grundlagendaten
- Projekt- und Maßnahmenplan für alle Handlungsfelder
- Ausarbeitung übergreifender Leitprojekte
- Strategiekonzept zur Umsetzung von Infozentren und Infopoints
- Organisationskonzept des Tourismus
- Empfehlungen zur Gesellschaftsform der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz
- Leitfaden zur Angebots- und Produktentwicklung

Auftraggeber:

Tourismuszentrale Fränkische Schweiz
Geschäftsstelle für den Gebietsausschuss Fränkische Schweiz im Tourismusverband Franken e.V.
Oberes Tor 1, 91320 Ebermannstadt
Tel.: +49(0) 9191 86-1054. Fax: 86-1058
info@fraenkische-schweiz.com,
www.fraenkische-schweiz.com
1. Vorsitzender: Landrat Dr. Hermann Ulm

Leitung: Sandra Schneider

Projektleitung:

Dipl.-Geograph Roland Wölfel (Projektleitung)

Dipl.-Geograph Andreas Lorenz

Projektbearbeitung

M.A. Geographie Annika Eckert (Projektassistenz)
Nicole Cogiel (Senior Beraterin)
M.A. Geographie Isabel Adelhardt

Dipl.-Geographin Sylvia Auerswald (Beraterin)
B.A. Geographie Jennifer Ganek

Bearbeitungszeitraum: August 2016 – August 2017

