

# Nachhaltiger Tourismus im Naturpark Frankenwald



Stefan Fredlmeier  
FRANKENWALD TOURISMUS  
Service Center



# ► Naturpark Frankenwald



- Mittelgebirgslandschaft in Nordbayern
- 3 Landkreise (Kronach, Hof, Kulmbach)
- Fläche Naturpark: ca. 100.000 Ha
- ca. 130.000 (NP) resp. 200.000 Einwohner (Tourismusgebiet)

# ► Naturpark Frankenwald



- Naturpark und Tourismusgebiet sind nahezu identisch
- Natur- und Industrieregion
- touristische Schwerpunkte:
  - Natur
  - Aktiv
  - Kur/Wellness

# ► Touristische Kennzahlen (2005)

---

- ca. 8.500 Gästebetten
- 242,3 Tsd Ankünfte
- 941,5 Tsd Übernachtungen
- Bruttoprodukt: ca. 174 Mio EUR (DWIF)
- absoluter touristischer Beitrag: 94 Mio EUR  
(i.e. 2,9% des regionalen Volkseinkommens;  
DWIF)
- ca. 2.340 Vollarbeitsplätze (DWIF)

# ▶ Äußere Rahmenbedingungen

---

Rahmenbedingungen und externe Faktoren:

- ▶ deutsch-deutsche Wiedervereinigung
- ▶ Gesundheitsreform
- ▶ konjunkturelle Schwäche und damit verbundene Konsumzurückhaltung
- ▶ EU-Osterweiterung und sich daraus ergebende Verschiebungen im Wettbewerb und der Urlauberströme
- ▶ Mittelgebirgsproblematik

# ► Interne Rahmenbedingungen

---

- relativ geringer Bekanntheitsgrad des Frankenwaldes im zunehmenden (internationalen) Wettbewerb
- Investitionsverzögerungen durch den "automatischen Berlin-Tourismus"
- Generationswechsel und Übergabeprobleme
- noch auszubauendes touristisches Bewusstsein

# ▶ Nachhaltiger Qualitätstourismus als Chance

---

## Nachhaltiger Tourismus

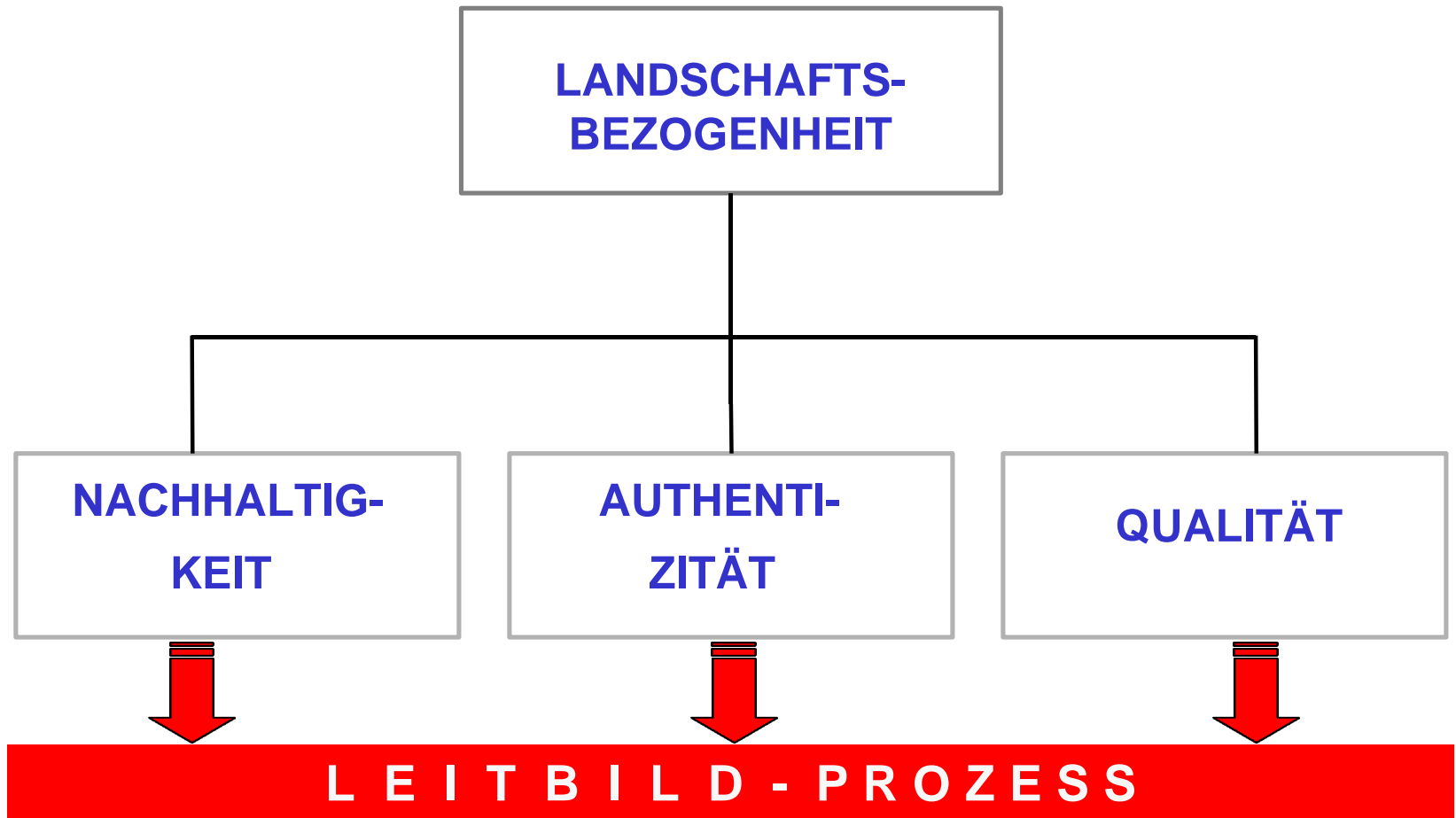
- kann den Ausgleich zwischen Naturnutzung und Naturschutz schaffen;
- muss im Tourismusleitbild fixiert sein;
- bedarf eines starken Netzwerkes der regionalen Akteure;
- nutzt die Ressourcen der Region;
- muss qualitativ hochwertig sein;
- fördert die regionale Wertschöpfung.

# Interne Organisation

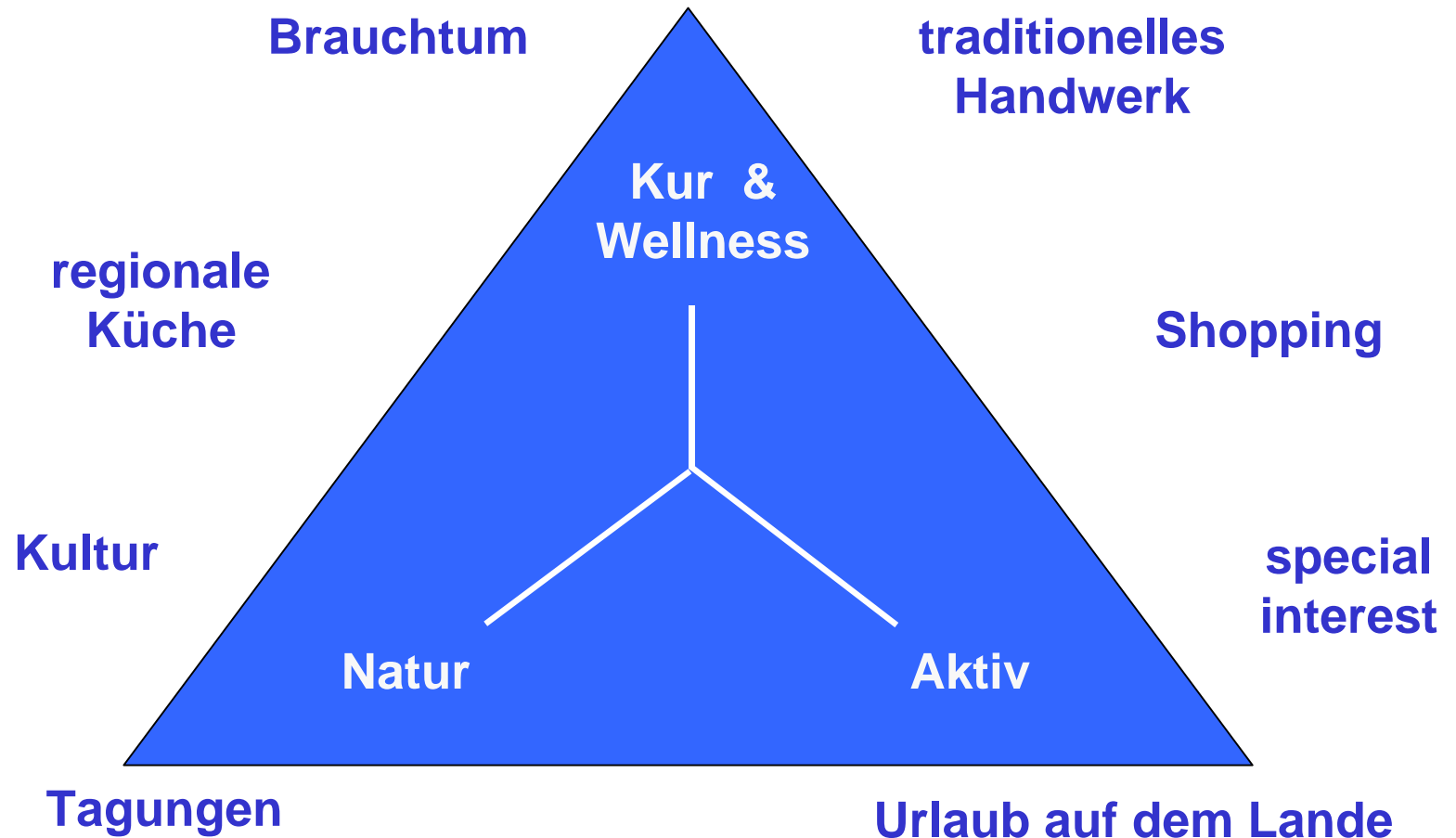




# ► Touristische Leitmotive



# ► Touristische Schwerpunkte



# ► Touristisches Angebot: Konzeption

Konzeption und Entwicklung naturgebundener Angebote stets in Abstimmung mit Naturpark/ Naturschutz/Forst/Jagd/LWS etc.

- ★ Mountainbiking
- ★ Wandern
- ★ Nordic Walking
- ★ Wintersport
- ★ Reiten

***Nachh. +:  
Kanalisation***



# ► Touristisches Angebot: Mobilität

Förderung von "Frankenwald mobil" (Bus- und Bahnnetz an Wochenenden und Feiertagen spez. für Freizeit u. Tourismus)

- Kooperation mit der DB und Umweltverbänden (u.a. „Fahrtziel Natur“, "Reiselust")

***Nachh. +:***  
***weniger Individualverkehr***



**Fahrtziel natur**  
Erholen. Erleben. Erhalten.



Die Bahn

# ► Touristisches Angebot: Unterkünfte

- max. 200 Betten
- allgemeine Klassifikation mit Sternen
- spezielle Qualifikation für Wanderer und Radtouristen
- "Energievision" & umweltfreundlicher HoGa-Betrieb

***Nachh. +: bessere und landestyp. Unterkünfte***



# ► Touristisches Angebot: Gastronomie

- regionale Produkte
- Vermarktung mit LWS und Direktvermarktern
- touristisches Angebot:  
"Frankenwald-Küche - natürlich regional"

***Nachh. +: Nutzung regionaler Produkte  
und Vernetzung mit LWS***



# ► Touristisches Angebot: Wirtsch./Industrie

- "pro Frankenwald": Kooperation mit neun Industrieunternehmen aus dem Frankenwald (z.B. Loewe, Kulmbacher Brauerei)
- Urlaubsqualität  
= Lebensqualität  
= Standortfaktor +

***Nachh. +:  
Förderung der  
regionalen  
Wirtschaft***



# ▶ Service

## Erweiterter Service für Urlauber:

- Kooperation mit regionalem Call-Center
- Auslagerung von Information, Reservierung und Versand



***Nachh. +: Schaffung von Arbeitsplätzen***



# Marketing & Kommunikation

- „Naturpark“ integriert in touristisches CD & CI
- Studie: „Naturpark“ positiv für ca. 80% der Frankenwald-Urlauber
- Kompatibilität mit "Viabono"



***Nachh. +: Öffentlichkeitswirkung durch automatische und bessere Platzierung des Naturparks***



# Netzwerk "Nachhaltiger Tourismus"

2002...



2003...



2001...



2004...



2006...



2004/2005



1998...



# ▶ Nachhaltiger Tourismus: Erfahrungen

---

- Ohne ein gutes Netzwerk kein Erfolg
- Naturpark und Tourismus müssen gemeinsam vorgehen
- qualitativ hochwertige Angebote sind besser als Verbote in der Natur
- EU-Charta als politischer „Hebel“
- auch nachhaltiger Tourismus muss vermarktet werden

# ▶ Nachhaltiger Tourismus: Effekte

---

- Einfluss auf die interne Struktur:

**groß**

- Einfluss auf das touristische Angebot:

**groß**

- PR-Effekte im professionellen Umfeld:

**groß**

- PR-Effekt im Publikumsbereich:

**mittel**

# ► Nachhaltiger Tourismus: Fazit

---

- Nachhaltiger Tourismus ist kein Selbstläufer; er muss qualitativ hochwertig sein, um kommerziell vermarktbar zu sein.
- Zu nachhaltigem Tourismus gibt es in Naturparks keine Alternative. Er sichert das touristische Potenzial - auch für die Zukunft!

*Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit !!*

