TOURISTISCHE ANGEBOTSENTWICKLUNG FRANKENS MEHRREGION

Ausschuss für Wirtschaft, Energie und Tourismus

Sachstand des Projektes | 12.11.2026

Tanja Brunnhuber · destination to market



Das haben wir vorgefunden

Die Substanz ist da.

4,133 Mio.

Aufenthaltstage pro Jahr, inklusive Tagesreisen (dwif 2023)

© destination to market & Tour Konzept eG

Das haben wir vorgefunden

Die Substanz ist da. Sie wird aber nicht gebündelt erzählt.

4,133 Mio.

Aufenthaltstage pro Jahr, inklusive Tagesreisen (dwif 2023)

© destination to market & Tour Konzept eG

SACHSTAND · FRANKENS MEHRREGION

Das haben wir vorgefunden

Die Substanz ist da. Sie wird aber nicht gebündelt erzählt.

4,133 Mio.

Aufenthaltstage pro Jahr, inklusive Tagesreisen (dwif 2023)

Substanz	u.a. Franken-Therme: 450.000 Besucher/Jahr. 1.200 km Gesamtradnetz, zwei Fernradwege, 12 Themenrunden und AGFK-Zertifizierung.

12.11.2026 · Ausschuss für Wirtschaft, Energie & Tourismus
© destination to market & Tour Konzept eG
2

Das haben wir vorgefunden

Die Substanz ist da. Sie wird aber nicht gebündelt erzählt.

4,133 Mio.
Aufenthaltstage pro Jahr, inklusive Tagesreisen (dwif 2023)

Substanz	u.a. Franken-Therme: 450.000 Besucher/Jahr. 1.200 km Gesamtradnetz, zwei Fernradwege, 12 Themenrunden und AGFK-Zertifizierung.
Nicht gebündelt erzählt	u.a. Tagungsinfrastruktur. EU-Siegel Karpfen. Qualitätsnaturparke. Immaterielles Kulturerbe. Kurtradition. Bernatura. Zwetschgenseidla.

© destination to market & Tour Konzept eG

SACHSTAND · FRANKENS MEHRREGION

Das haben wir vorgefunden

Die Substanz ist da. Sie wird aber nicht gebündelt erzählt.

4,133 Mio.
Aufenthaltstage pro Jahr, inklusive Tagesreisen (dwif 2023)

Substanz	u.a. Franken-Therme: 450.000 Besucher/Jahr. 1.200 km Gesamtradnetz, zwei Fernradwege, 12 Themenrunden und AGFK-Zertifizierung.
Nicht gebündelt erzählt	u.a. Tagungsinfrastruktur. EU-Siegel Karpfen. Qualitätsnaturparke. Immaterielles Kulturerbe. Kurtradition. Bernatura. Zwetschgenseidla.
Strategie und Struktur	Strategie-Lücken, Themen statt Zielgruppen, Zuständigkeiten nicht allen klar. Hoher operativer Aufwand im Tagesgeschäft.

12.11.2026 · Ausschuss für Wirtschaft, Energie & Tourismus
© destination to market & Tour Konzept eG
2

Das haben wir vorgefunden

Die Substanz ist da. Sie wird aber nicht gebündelt erzählt.

4,133 Mio.
Aufenthaltstage pro Jahr, inklusive Tagesreisen (dwif 2023)

Substanz	u.a. Franken-Therme: 450.000 Besucher/Jahr. 1.200 km Gesamtradnetz, zwei Fernradwege, 12 Themenrunden und AGFK-Zertifizierung.
Nicht gebündelt erzählt	u.a. Tagungsinfrastruktur. EU-Siegel Karpfen. Qualitätsnaturparke. Immaterielles Kulturerbe. Kurtradition. Bernatura. Zwetschgenseidla.
Strategie und Struktur	Strategie-Lücken, Themen statt Zielgruppen, Zuständigkeiten nicht allen klar. Hoher operativer Aufwand im Tagesgeschäft.

Landesgartenschau 2027: Ohne Kommunikations- und Nachfasskonzept verpufft die Investition.

© destination to market & Tour Konzept eG

SACHSTAND · FRANKENS MEHRREGION

Wie wir das ändern: Erst Strategie, dann Umsetzung.

Sechs Handlungsfelder bilden den Rahmen.

Jetzt: Zukunftsperspektive
Wohin, wofür, für wen, mit wem? Vision und Zielgruppen zuerst, danach Produkt. Auch die Strategie ist eine Maßnahme.

Parallel: Umsetzung
Produktkombinationen entwickeln und besser kommunizieren - je Zielgruppe über die passenden Kanäle. LGS als Schaufenster.

Gesundheit & Wellness	**Mobilität & Infrastruktur**	**Genuss & Regionalvermarktung**
Aktiv & Natur (Rad, Wandern)	**Tagungs- und Veranstaltungstourismus**	**Kunst & Kultur**

Querschnitt: Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Marketing und Kommunikation, Gastlichkeit und Qualität

© destination to market & Tour Konzept eG

Das haben wir bisher getan

Wir haben die Region kennengelernt und früh beteiligt.

Analyse

- Bestandsanalyse und Empfehlungen
- Regelmäßige Jour Fixes
- Erste Informationen zum Thema Gästekarte eingeholt

© destination to market & Tour Konzept eG

SACHSTAND · FRANKENS MEHRREGION

Das haben wir bisher getan

Wir haben die Region kennengelernt und früh beteiligt.

Analyse

- Bestandsanalyse und Empfehlungen
- Regelmäßige Jour Fixes
- Erste Informationen zum Thema Gästekarte eingeholt

Vor Ort, 16./17.9.2026

- Persönliche Gespräche, u. a. mit Naturpark, Steigerwald Tourismus und Stadtmarketing Neustadt a.d.Aisch
- Karpfenmuseum und Landkreis-Rundfahrt

12.11.2026 · Ausschuss für Wirtschaft, Energie & Tourismus
© destination to market & Tour Konzept eG
4

Das haben wir bisher getan

Wir haben die Region kennengelernt und früh beteiligt.

Analyse
- Bestandsanalyse und Empfehlungen
- Regelmäßige Jour Fixes
- Erste Informationen zum Thema Gästekarte eingeholt

Vor Ort, 16./17.9.2026
- Persönliche Gespräche, u. a. mit Naturpark, Steigerwald Tourismus und Stadtmarketing Neustadt a.d.Aisch
- Karpfenmuseum und Landkreis-Rundfahrt

Zukunftsperspektive-Workshop, 16.10.2026
- Rund 20 Teilnehmende
- Grundlagen zu Vision, Mission, Zielgruppen und ersten Zielfeldern gesammelt

© destination to market & Tour Konzept eG

SACHSTAND · FRANKENS MEHRREGION

Das haben wir bisher getan

Wir haben die Region kennengelernt und früh beteiligt.

Analyse
- Bestandsanalyse und Empfehlungen
- Regelmäßige Jour Fixes
- Erste Informationen zum Thema Gästekarte eingeholt

Vor Ort, 16./17.9.2026
- Persönliche Gespräche, u. a. mit Naturpark, Steigerwald Tourismus und Stadtmarketing Neustadt a.d.Aisch
- Karpfenmuseum und Landkreis-Rundfahrt

Zukunftsperspektive-Workshop, 16.10.2026
- Rund 20 Teilnehmende
- Grundlagen zu Vision, Mission, Zielgruppen und ersten Zielfeldern gesammelt

Erste Tendenzen zur touristischen Vision, noch nicht abgestimmt: Nähe zum Ballungsraum, Natur und Genuss, Erholung, Gastgeberhaltung, Zusammenarbeit, Zukunftsfähigkeit.

12.11.2026 · Ausschuss für Wirtschaft, Energie & Tourismus
© destination to market & Tour Konzept eG
4

Nächster Schritt: 25./26.11.

Zwei Workshop-Tage mit Touristikern und Landkreis-Mitarbeitenden.

25.11., ganztags

- Vision, Mission und Zielgruppen aus dem ersten Workshop kritisch prüfen und weiter ausarbeiten
- Leitprodukte und Angebotspakete
- Geplante Projekte und offene Fragen der Touristiker zur LGS

26.11., vormittags

- Kommunikationsstrategie zur LGS nach innen und außen
- Kampagne und Zeitplan
- Verabredungen für die Zusammenarbeit

Beteiligt: Regionalmanagement; Kreistourismus; Touristiker der Städte Neustadt a.d. Aisch, Bad Windsheim, Burgbernheim, Scheinfeld, Uffenheim; Landratsamt

© destination to market & Tour Konzept eG

SACHSTAND · FRANKENS MEHRREGION

Der weitere Weg

Wir arbeiten parallel an Strategie, Umsetzungsmaßnahmen und an der LGS.

Bis zur LGS 2027

- Finalisierung Strategie
- Kommunikationskonzept
- Produktpauschalen
- Digitaler Auftritt
- Optionen Gästekarte

Danach

- Gastronomische Versorgung entlang der Wege prüfen
- Tagungstourismus aktiv vermarkten
- Gästekarte weiter ausgestalten
- …

Und weiter

- Weitere Gespräche mit Akteuren
- Aufnahme weiterer Ideen nach Bedarf und Passung zur Strategie
- Projektlaufzeit bis Oktober 2028

Ihre Ideen und Hinweise sind uns willkommen.

© destination to market & Tour Konzept eG

Kontakt

Tanja Brunnhuber
destination to market
Projektleitung & Gesamtkoordination
Email tanja.brunnhuber@destinationtomarket.de
Telefon 08022-855 3996

Kontakt speichern

© destination to market & Tour Konzept eG