

Mitgliederversammlung

Tourismuszentrale Fichtelgebirge

Bischofsgrün – 2023.12.01

Naturpark
Fichtelgebirge
www.fichtelgebirge.bayern



Inhalt

1. Begrüßung
2. Vorstellung und Beschluss
 - a. Marketingmaßnahmen 2024
 - b. Budget 2024
3. Information zum Thema Nachhaltigkeit „gemeinwohlokonomischer Ansatz“
4. Informationen zur Fichtel-App
5. Aktuelles aus der Geschäftsstelle
6. Sonstiges

Marketingmaßnahmen 2024

Social Media - Beteiligungsmaßnahmen



Themen für Bloggerreisen 2024:

1. MTB N.N.
2. Radwege N.N.
3. Mehrtageswanderung (Alex und Alina – Travel around the clock)
4. Nachhaltigkeitsurlaub (Julia Lassner – Globusliebe)
5. Glücksorte im Fichtelgebirge + Gesundheitstourismus (Katja Wegener - WellSpa Portal)
6. Familienurlaub mit Kleinkind (Amandine Hach – Les Berlinettes, Markus Schmidt)

Social Media - Beteiligungsmaßnahmen



Insbesondere für Übernachtungsbetriebe, aber auch für Orte:

- Facebook

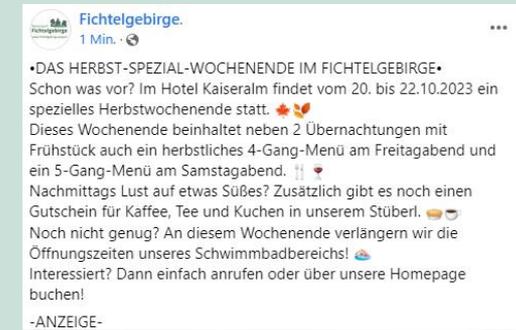
im Rahmen von gesamt Werbemaßnahmen z.B.

Thema Herbstwanderangebot

individuelle Ausspielung, Nutzung unserer

Reichweite

- gespiegelt auf Instagram



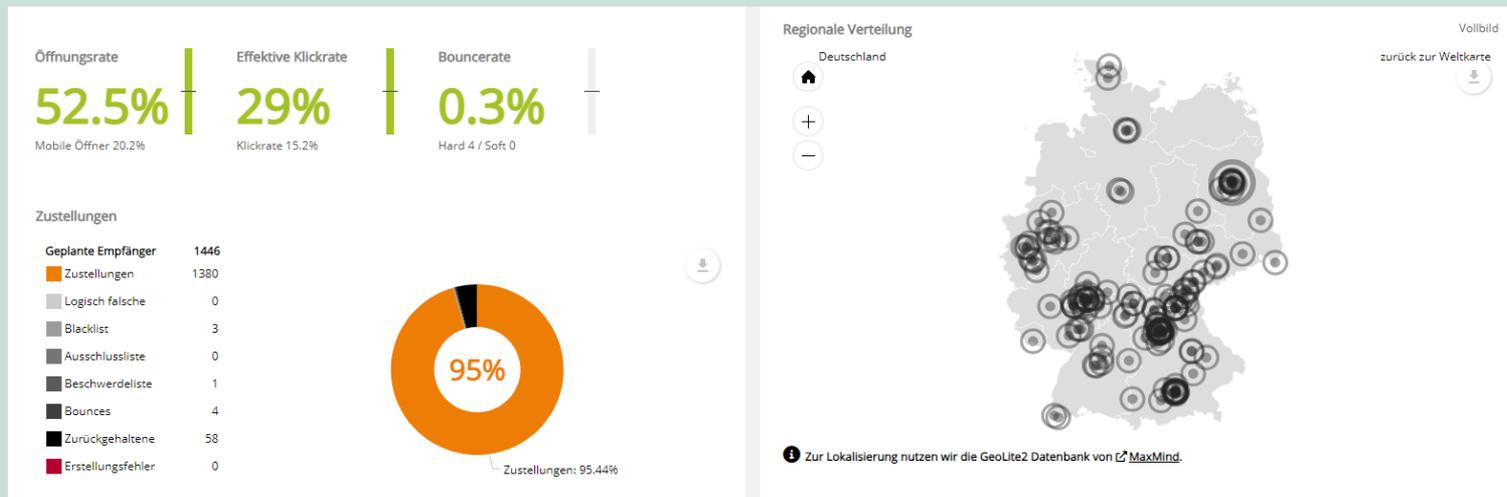
Newsletter

Versand von internen und externen Mailings über Newsletter-Tool

→ B2C-Newsletter: **Monatlicher Versand** an über 1459 Abonnenten, Tendenz steigend

Gerne auch Themen aus den Orten!!

→ B2B-Newsletter



Statistik vom letzten B2C Newsletter

Kommunikation über Newsletter und www.fichtelgebirge.bayern/intern

Marketingplanung 2024

Messen

Neuausrichtung und Sondierung kleinerer Flächen

- CMT Stuttgart Wander WE
- Int. Grüne Woche
- Reisemarkt Dresden
- Free München
- Freizeit Nürnberg
- Velo Berlin, Tempelhof
- B2B Busreisen cc (St. Pölten)
- Städtetour Sachsen & Thüring



Beteiligungsmöglichkeiten - Messen

Messebeteiligung 2023/2024 Tourismuszentrale Fichtelgebirge							
Datum	Messeplatz	Beschreibung	Beteiligung				
Bitte bei Einzeltagsbuchungen das Datum mit eingeben. Es gilt der Tagespreis mal gebuchten Messetag. Für die gesamte Laufzeit der Messe gilt der Preis in der Spalte "gesamte Messe". Die Prospektauslage gilt immer für die gesamte Laufzeit und entfällt selbstverständlich bei der persönlichen Teilnahme. Bitte tragen Sie ihren Preis ein und parafieren Sie bei der jeweiligen Messe.			persönlich			Prospektauslage	
			pro Tag	Messtage	Teilnahme	gesamte Messe	gesamte Messe
				Anzahl	bitte Datum eingeben		
			in €		bei Einzeltagsbuchung	in €	in €
13.01.24 - 15.01.24	CMT Stuttgart Wandwochenende	größte touristische Endverbrauchermesse Deutschlands mit ca. 180.000 Besuchern.		3		1.090,00 €	350,00 €
19.01.24 - 28.01.24	Internationale Grüne Woche	Wieder in Zusammenarbeit mit Oberfranken offensiv. Hier werden ausschließlich Anbieter von kulinarischen Erzeugnissen mit in die Präsentation eingebaut.	Sonderregelung	10			
26.01.24 - 28.01.24	Reisemarkt Dresden	klassisches Fichtelgebirgsklientel und mit gut 22.500 Besucher ein sehr guter Markt, der schon seit 20 Jahren von uns bedient wird.		3		1.190,00 €	350,00 €
14.02.24 - 18.02.24	Free München	Seit 2018 wieder mit eigenem Stand vertreten. Guter Markt um uns dem Münchner Publikum zu präsentieren.	320,00 €	5		1.450,00 €	450,00 €
21.02.24 - 25.02.24	Freizeit Nürnberg	Pflichtprogramm für alle Fichtelgebirgsorte sowie Freizeiteinrichtungen. Sehr gutes Übernachtungs- und vor allem auch Tagesausflugsklientel.	400,00 €	5		1.890,00 €	450,00 €
	netto gesamt			26		5.620,00 €	1.600,00 €

Beteiligungsmöglichkeiten - Messen

Beispiel Nürnberg



Beteiligungsmöglichkeiten - Messen

Beispiel IGW



Beteiligungsmöglichkeiten- Messen Beispiel Free München - Städtetour



Marketingplanung 2024

Printmedien

- Radbroschüren entfällt, dafür gibt es die Karte, Jan 24
 - (ab 250,- € pro Anzeigenfeld, 80,- € für Gastronomie)
- Wanderbroschüre neu ab Herbst 24 (400,- € pro Doppelseite)
- Panoramakarte (in Umsetzung)
- Freizeitkarte Fichtelgebirge (Erscheinung Dez 23)
- Direktvermarkter (Frühjahr)
- Wohnmobil und Camping (Frühjahr)
- GGV 2024 (30.11.)
- FZ Magazin (28.11.)
- Familienbroschüre (Herbst)
- Waldbroschüre für 2024/25, bis Ende Feb 24

Marketingplanung 2024

Anzeigen & Advertorials

- **Anzeigen/Advertorials**
- Reisen in die NP August 2024
- Bike & Travel (ab 500.- €)
- Trekking Magazin (ab 500.- €)
- Tambiente, Vermarktungspaket (Anzeige, Messe, PR und Prospektservice ab 1000.- €): Aktiv Rad und Wandern, Gesundheit und Winter
- Fichtelspitze 2 x, Zukunft Fichtelgebirge, Lebensart genießen Fichtelgebirge

Marketingplanung 2024

Anzeigen & Advertorials

Anzeigen/Advertorial

- Themenmagazine TV Franken (ab 280.-)
 - Wandern
 - Rad
 - Gesundheit
 - Kulinarik
 - Erlebnis
- Wanderbares Deutschland „Wanderbar“ (ab 500.- €)
- Tageszeitungen 1/1 Seiten (insb. für Hotels)

Marketingplanung 2024

Pressearbeit

Oberstes Ziel, Journalisten in die Region zu bekommen und ihnen Recherchen ermöglichen, um zu berichten. Dabei bedienen wir uns der Hilfe einer Agentur.

Themen für 2024/25 sind:

- Grundsätzliche Themen (Wandern, Rad, MTB etc.)
- neue Seilbahnen
- geplante Gruppenpressereise 28.09. bis 05.10., mit VA zum Thema Wald
- Gesundheitsorte (vier Orte, Waldgesundheit...)
- Kulturelle Besonderheiten (Musical Messe, UNESCO Welterbe Museum, Erika Fuchs Haus, Porzellanikon, Fichtelgebirgsmuseum)

Projekte 2024

Projekte:

Knowledge Graph Fichtelgebirge – open data

Flaschenhals: Lizenzen Bilder

Bisherige Teilnehmer:

- Stadt Selb
- Stadt Wunsiedel
- Landkreis Wunsiedel
- ILE Frankenpfalz
- Markt Weidenberg
- Gemeinde Speichersdorf
- Gemeinde Kirchenpingarten
- Gemeinde Emtmannsberg
- Gemeinde Seybothenreuth
- Stadt Bad Berneck
- Stadt Hof
- Regnitzlosau
- Rehau
- Döhlau
- Schönwald
- ILE Drei Länder Eck
- Porzellanikon
- Fichtelgebirgsmuseum
- Gemeinde Bischofsgrün
- Netzwerk Kultur und Genuss (Ofr. mit 11 Museen)
- FichtelApp
- Landkreis Hof
- Wirtschaftsregion Hochfranken
- Stadt Kirchenlamitz

Projekte 2024

Thema Qualitätswanderregion Fichtelgebirge

Touren stehen fest, Wanderausgangspunkte stehen fest.

Entscheidend ist jetzt das Zusammenspiel Naturpark & Gemeinden bei der Ausstattung der Wanderausgangspunkte. Gemeinden **müssen** das Projekt mittragen.

Qualitätswanderbetriebe fehlen noch mindestens 4 (30 Minimum)

TI Schulungen (Winter 2024)

Ziel Zertifizierungsantrag Ende 2024



Projekte 2024

Thema MTB:

Besucherlenkungskonzept i.V.m. Qualitätsregion Wandern
Zusammenarbeit mit Naturpark.

Ochsenkopf – Kornberg – Netz in der Fläche

Produktentwicklung MTB – Was müssen Gastgeber oder Orte wissen
und können, um am Produkt MTB nachhaltig zu partizipieren?

Exkursionen nach Oberwiesenthal & an den Rabenberg

Projekte 2024

- **Qualität**

Klassifizierung nach DTV (mittlerweile 179 Objekte klassifiziert, davon 35 *****Sterne und 98 ****Sterne);

Zukünftig: zwei Zeitfenster Frühjahr und Herbst zur Zertifizierung, Vermieter bekommen vorab ein Schreiben, dass sie zur Klassifizierung anstehen.

- **Premium Betriebe 5*******

Geplante online VA noch vor Weihnachten. Austausch zu Produkt, Marktforschung, Marketing usw.

- **VGN Beitritt**

Erweiterung ab 01.01.2024 Auswirkungen auf den Radbus – daraus werden Freizeitlinien, neue eigene Broschüre des VGN zusammen mit Frankenwald, Buchungstool

- **Projekt Bayerisch Böhmisches Bäder**

gemeinsame grenzüberschreitende Produktentwicklung

- **Projekt Ökomodellregion Fichtelgebirge**

Bio Erzeugnisse über Direktvermarkter für Kantinen & Gastronomie

- **FichtelApp**

Erweiterung auf alle Orte des Fichtelgebirges

Top 2 Beschluss Marketingmaßnahmen & Budget 2024

Marketingplanung 2024

Budget 2024

Vorbesprechung mit den Tourist-Infoleiter*innen und Beirat am 24.10. im Mönchshof in Kulmbach.

Beschluss:

Die Mitgliederversammlung beschließt die vorgestellten Maßnahmen und das Budget für 2024.

Top 3 Information zum Thema Nachhaltigkeit „gemeinwohlokonomischer Ansatz“



Touristische Leistungsträger*innen und regionale Wirtschaft
 Ausgelagerte, Selbständige Betriebe, Lieferant*innen, Dienstleister*innen
 Bsp: Hotels, Bergbahnen, Bäcker*innen, Schreinerereien

Eigentümer*innen, Entscheidungsgremien und Finanzpartner*innen
 (Kommunal-)Politik, Fördergeber*innen, weitere Geldgeber*innen
 Ministerien

Mitarbeiter*innen
 Angestellte und Ehrenamtliche

Zielgruppen und Bevölkerung
 Gäste und Einheimische

Enkel und Nachbarn
 Nachbardestinationen, künftige Generationen und Natur



	Menschenwürde	Solidarität und Gerechtigkeit	Ökologische Nachhaltigkeit	Transparenz und Mitentscheidung
	A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Fairness in den Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
	B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit im Finanzgebaren: Wertschätzung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungs-gremien und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
	C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
	D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
	E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraumes zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichem Umfeld – auch im Sinn zukünftiger Generationen

Erstellt im Auftrag der Bayern Tourismus Marketing GmbH von Realizing Progress. Basis: Gemeinwohl-Matrix 3.0 für Unternehmen und Gemeinwohl-Matrix 2.0 für Gemeinden von der Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung (@GWO, ecgood.org).



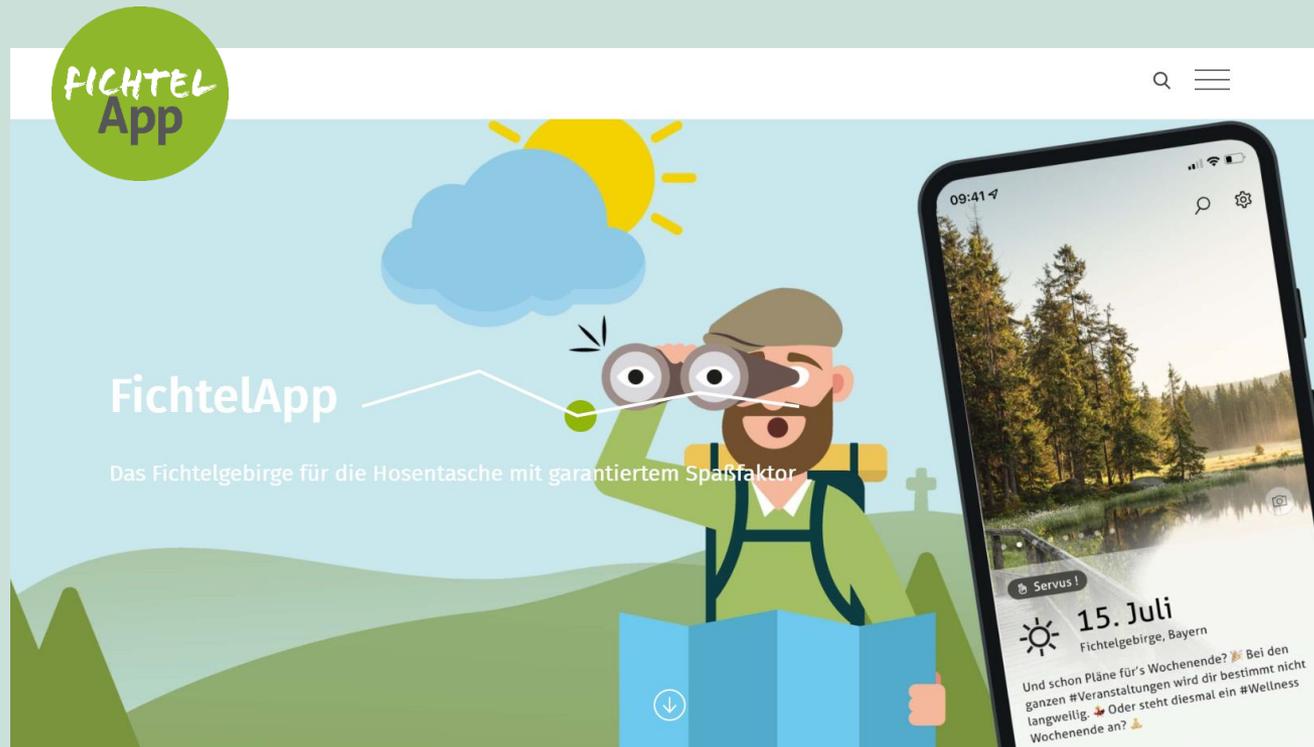
Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Nennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> oder wenden Sie sich brieflich an Creative Commons, Postfach 1306, Mountain View, California, 94042, USA.

Top 3 Information zum Thema Nachhaltigkeit „gemeinwohloökonomischer Ansatz“

Angebot für Kommunen, Tourist Infos oder auch gewerbliche Übernachtungsbetriebe (5 Betriebe).

Anmeldung: info@fichtelgebirge.bayern

Top 4 Informationen zur Fichtel-App



Top 4 Informationen zur Fichtel-App

Die Bereiche der FichtelApp



Entdeckerseite

bei Registrierung



Fichtel-
Community



Highlight-Radar

bei Registrierung:
Push-Benachrichtigungen



Fichtel-
News



Heimatinfos

Filtermöglichkeiten

- **Veranstaltungen**
- **Übernachten**
- **Essen & Trinken**
- **Touren & Wege**
- **Läden & Betriebe**
- **Sehenswertes**
- **Aktivitäten**
- **Informatives**



Top 4 Informationen zur Fichtel-App

Zahlen, Daten, Fakten

FichtelApp spricht zwei Zielgruppen an:
Bürger:innen und Tourist:innen

- bisher allumfassende Abbildung des LK WUN
- Ergänzung um weitere Landkreise vorgesehen und dies zunächst in Hinblick auf die Zielgruppe Tourist:innen

Denn:

FichtelApp soll das gesamte Fichtelgebirge abbilden und so auch für ALLE nutzbar werden!

FichtelApp wird so DER digitale Freizeitplaner fürs Fichtelgebirge!



Top 4 Informationen zur Fichtel-App

Zahlen, Daten, Fakten

- Going-Live der App: Juli 2022
- Downloads seitdem: ca. 18.000
Bewerbung bisher aktiv nach innen gerichtet, LK WUN
- App-Besuche gesamt: 121.929
- App-Besuche im Durchschnitt:
7.500 monatlich / 250 täglich (teilweise bis zu 3.000)
- Aufenthaltsdauer im Durchschnitt: 1min 56sec



Top 5 Tourist. Kennzahlen Entwicklung '87 - '22



Seit 2009 bis 2019

1.433.649 Übernachtungen + 25,7 %

612.512 Gästeankünfte + 37,43 %

Quelle: Stat. Landesamt, Betriebe mit mehr als 10 Betten

Vergleich monatliche Übernachtungszahlen 2023, 2022 zu 2019

Monat	Veränderung der Übernachtungen 2023 zu 2019				
	2023	2022	2019	2019 zu 2022 in %	2019 zu 2023 in %
Januar	89.646	62.206	85.038	-26,85	5,42
Februar	99.300	75.285	99.518	-24,35	-0,22
März	105.531	81.960	98.099	-16,45	7,58
April	126.641	102.181	110.585	-7,60	14,52
Mai	142.287	134.443	124.879	7,66	13,94
Juni	141.865	145.160	135.556	7,08	4,65
Juli	166.840	168.033	165.337	1,63	0,91
August	174.051	187.365	172.763	8,45	0,75
September	151.145	150.869	132.675	13,71	8,56
Oktober	139.228	142.461	131.230	8,56	6,09
November		97.648	95.634	2,11	
Dezember		84.338	85.988	-1,92	
	1.336.534	1.431.317	1.433.649	-0,16	

Vergleich Jan - Sep 2019 mit Jan – Sep 2023

Übernachtungen					
	Jan bis Sept	Jan bis Sept	Jan bis Sept	Ranking	In % 19 zu 23
Gebiet	2019	2022	2023		
Naturpark Altmühltal ¹⁾²⁾	1 262 010	1 094 034	1 200 505		-5,12
Fichtelgebirge ³⁾	1 122 183	1 113 205	1 196 360	6	6,20
Fränkische Schweiz	814 253	756 665	842 509		3,35
Fränkisches Seenland	925 536	1 048 448	1 148 512	1	19,41
Fränkisches Weinland	1 965 844	1 804 386	2 021 322		2,74
Nürnberger Land ⁴⁾	350 404	287 177	317 494		-10,37
Frankenwald	663 391	579 470	643 889		-3,03
Haßberge	274 137	231 410	250 539		-9,42
Rhön	2 198 096	1 954 474	2 127 137		-3,34
Romantisches Franken	1 232 054	1 236 021	1 400 622	3	12,04
Spessart-Mainland	1 114 229	999 516	1 106 352		-0,71
Städteregion Nürnberg	3 318 656	2 925 458	3 387 495		2,03
Steigerwald	1 571 047	1 464 393	1 642 496		4,35
Obermain Jura ⁶⁾	520 565	486 366	530 817		1,93
Coburg Rennsteig ⁶⁾	344 698	298 394	339 610		-1,50

Vergleich Jan – Sep 2019 mit Jan – Sep 2023

Übernachtungen					
	Jan bis Sept	Jan bis Sept	Jan bis Sept	Ranking	In % 19 zu 23
Gebiet	2019	2022	2023		
Bayerischer Wald	5 762 058	5 153 958	5 275 832		-9,22
Oberpfälzer Wald ³⁾	882 229	832 409	930 158		5,15
Regensburg	858 028	838 386	1 012 699	2	15,27
Bayerischer Jura ¹⁾⁴⁾	958 465	862 938	957 302		-0,12
Bayerisches Golf- und Thermen	5 339 984	4 459 307	4 851 939		-10,06
Allgäu	11 095 292	10 479 058	10 839 418		-2,36
Bayerisch-Schwaben ²⁾	2 791 014	2 547 910	2 949 962		5,39
Landeshauptstadt München	13 592 985	11 514 078	13 957 602		2,61
Münchener Umland	4 283 020	3 686 967	4 266 110		-0,40
Oberbayerns Städte	787 753	731 966	876 979	4	10,17
Ammersee-Lech	246 018	236 299	259 284		5,12
StarnbergAmmersee	653 975	601 440	589 816		-10,88
Pfaffenwinkel	471 581	477 295	517 224	5	8,82
Zugspitz-Region	2 885 338	2 883 367	2 742 689		-5,20
Tölzer Land	1 007 190	997 210	1 023 978		1,64
Region Tegernsee Schliersee	1 852 589	1 715 466	1 828 035		-1,34
Ebersberger Grünes Land	337 881	287 365	310 867		-8,69
Inn-Salzach	378 626	361 983	377 004		-0,43
Berchtesgadener Land	2 416 760	2 231 010	2 356 079		-2,58
Chiemsee-Alpenland	2 280 786	2 163 892	2 346 103		2,78
Chiemsee-Chiemgau	2 569 905	2 476 415	2 557 283		-0,49

Social Media Statistik für Facebook



Monat	likes	Steigerung	Follower	Steigerung	Reichweite
Sep. 22	13.347	70	14.950	83	249.600
Okt. 22	13.621	274	15.262	312	746.400
Nov. 22	13.958	337	15.662	400	91.000
Dez. 22	14.103	145	15.721	59	90.994
Jan. 23	14150	47	15.768	47	47.222
Feb. 23	14189	39	15.854	86	94.480
Mrz. 23	14253	64	15.891	37	235.655
Apr. 23	14262	9	15.928	37	71.110
Mai. 23	14305	43	15.996	68	159.528
Jun. 23	14347	42	16.039	43	63.421
Jul. 23	14391	44	16.095	56	49.938
Aug. 23	14442	51	16.193	98	124.232
Sep. 23	14492	50	16.295	102	123.125
Okt. 23	14526	34	16.372	77	178.786
Nov. 23	14586	60	16.529	157	265.454

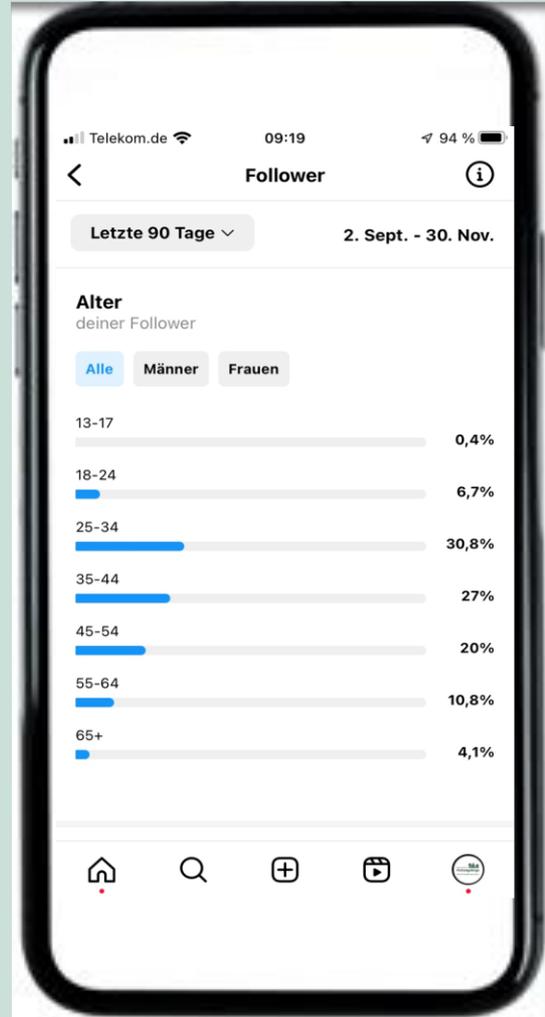
Social Media Statistik für Instagram



Monat	Follower	Steigerung	Impressionen	Reichweite	Profilaufrufe	Website links
Sep. 22	10.741	30	132.174	43.178	821	18
Okt. 22	10.818	77	123.560	33.451	1.042	23
Nov. 22	10.914	96	142.004	24.397	980	24
Dez. 22	11.008	94	145.268	25.058	1.014	25
Jan. 23	11.155	147	182.962	41.983	1.566	29
Feb. 23	11.301	146	93.103	17.602	1.288	21
Mrz. 23	11.364	63	117.441	12.804	1.201	12
Apr. 23	11443	79	97.154	19.496	895	5
Mai. 23	11531	88	115.289	25.996	750	11
Jun. 23	11563	32	135.944	15.223	654	7
Jul. 23	11588	25	133.584	13.099	762	9
Aug. 23	11635	47	91.538	17.003	676	8
Sep. 23	11700	65	91.214	14.365	712	6
Okt. 23	11732	32	87.898	12.247	830	14
Nov. 23	11850	118	78.732	15.867	930	11

Instagram Statistik

Alter der Follower



Weitere Infos 2024

- 22. Dezember geplante Eröffnung Ochsenkopf Seilbahn Nord
- 17. bis 21. Januar Ochsenkopf Winterwandertage
- 29. April bis 01. Mai, 1. dt. Musical Messe der Luisenburg
- 04. bis 11. Juli markenoffenes Wohnmobil Treffen in Nagel
- 07. Juli Tag der Franken
- 01. August SommerLounge in Goldkronach



Naturpark
Fichtelgebirge

www.fichtelgebirge.bayern

Vielen Dank

Fragen, Wünsche und Anregungen??

