

Zur Geschichte der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz 1974-2000

von Reinhard Löwisch. Stand: 24.6.2018

Am 1. April 1974 eröffneten die Landräte der Landkreise Forchheim (Ammon) und Bayreuth (Kohut) in den Räumen des ehemaligen Landratsamtes Ebermannstadt die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz als landkreisübergreifende Touristinformation und als Geschäftsstelle des Gebietsausschusses Fränkische Schweiz im Fremdenverkehrsverband Nordbayern e.V. (heute: Tourismusverband Franken e.V.) Damit beschritten die Politiker touristisches Neuland. Eine vergleichbare Einrichtung, die die Aktivitäten der touristischen Gemeinden bündelt, gab es damals in Franken noch nicht.

Christl Thömmes aus Ebermannstadt wurde erste Geschäftsführerin des neuen Verbandes, der vor allem einem dient: "Die Landkreise fördern den Fremdenverkehr in der Fränkischen Schweiz". So steht es in der Zweckvereinbarung, die die beiden Landkreise Bayreuth und Forchheim abgeschlossen haben. Der Grund für eine landkreisübergreifende Tourismusarbeit liegt darin, dass die Gemeinden gemeinsame Marketingarbeit durchführen wollen. Die Erfahrungen der 1967 gegründeten „Werbegemeinschaft“ haben gezeigt, dass man diese Arbeit nicht nebenbei von einer Person erledigen lassen kann. Deshalb schlossen sich die Landkreise Ebermannstadt, Pegnitz, Forchheim und die Stadt Forchheim zusammen, um eine finanzielle Basis für die Werbekosten zu schaffen. 15 000 Mark kamen insgesamt zusammen, wobei 6 000 Mark von den Gemeinden übernommen wurden, die „in erster Linie die Erholungs- und Luftkurorte sind bzw. die Fremdenverkehrsgemeinden, die einen eigenen Prospekt haben. Prädikatisierte Orte waren damals: Behringersmühle, Ebermannstadt, Eglloffstein, Gößweinstein, Pottenstein, Streitberg, Muggendorf, Obertrubach, Pegnitz, Waischenfeld. Im Dezember 1992 kam noch Betzenstein dazu, 1994 Heiligenstadt.

Christl Thömmes, die nach der Pensionierung ihres Mannes Matthias Thömmes 1968, zuletzt war er Hauptgeschäftsführer des deutschen Tourismusverbandes, 37-jährig mit ihm nach Streitberg zog und von Landrat Ammon zur Gründungsleiterin der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz berufen wurde, legte schnell los. Die Kontakte ihres 1972 verstorbenen Ehemannes nutzend fing Sie an, Werbung für die Region zu betreiben. Eine der ersten Aufgaben war die Neuauflage des "Erlebnispasses" (ehemals Kurkarte, heute E-Card), der den Gästen Vergünstigungen in 15 Sehenswürdigkeiten gewährte. Diese Broschüre wurde noch von der Werbegemeinschaft ins Leben gerufen. In den Folgejahren hat sie die Messearbeit ausgebaut, verstärkt Anzeigenwerbung betrieben und weitere Gebietsprospekte erstellt. 1975 brachte die Tourismuszentrale die Panoramakarte unter dem Titel „Land der Berg, Höhlen und Mühlen“ auf dem Markt. Sie enthielt neben der Merian-Karte einen kurzen Imagetext von Hans Max von Aufseß.

1975 ging die Tourismuszentrale erstmals zur weltgrößten Tourismusmesse „ITB“ in Berlin und belegte eine Fläche im sogenannten „Frankenstand“ des heutigen Tourismusverbandes Franken. Drei Jahre später, so berichtet die Lokalpresse, war die „Fränkische“ dort schon etabliert. So in einer „Frankenschau“ für die der Nürnberger Conférencier Egon Helmhagen gewonnen werden konnte. Die gleiche Zeitung berichtet weiter, dass während der ITB „noch immer Anfragen auf eine Veröffentlichung in einer Frauenzeitschrift in Ebermannstadt eingehen, die die größte Resonanz seit langer Zeit hervorgerufen hat. Zwei Waschkörbe, vollgestopft mit Briefen sind in den letzten Tagen täglich zur Post gebracht worden; darüber hinaus, gingen auch bei den Verkehrsämtern der Orte, die namentlich erwähnt wurden, Hunderte von Anfragen ein“. 1978 ging die Tourismuszentrale erstmals nach Hamburg zur Messe „Reisen 78“, und brachte ein eigenes Unterkunftsverzeichnis (im Bäderformat) auf den Markt. Außerdem konnte ein 25-minütiger Film „Im Schlupfwinkel deutschen Gemütes“ in Zusammenarbeit mit Hans Max von Aufseß für rund 12 000 Mark fertig gestellt werden, der auf der ITB 1979 erstmals der Öffentlichkeit gezeigt wurde. 1979 wurde erstmals ein Themenjahr

gefeiert. „150 Jahre Fränkische Schweiz“. Anlass war das Buch von Joseph Heller über „Muggendorf und die Fränkische Schweiz“ von 1829, in dem nach damaligem Sachstand der Begriff „Fränkische Schweiz“ zum ersten Mal in einem Reiseführer verwendet worden ist. Mittlerweile gilt der Reiseführer von Johannes Fick „Meine neueste Reise zu Wasser und zu Land oder ein Bruchstück aus der Geschichte meines Lebens“ (Erlangen 1807) als älteste Erwähnung der Regionsbezeichnung. Eine Folge der Jubiläumsfeierlichkeiten waren zahlreiche politische Zugeständnisse, die von einer Aufbruchsstimmung in Sachen „Fremdenverkehr“ berichten:

Gudila Freifrau von Pölnitz erklärt anlässlich ihres 65. Geburtstages, dass sie das gesamte Anwesen, inklusive Schloss und Wildpark dem Landkreis Forchheim nach ihrem Tode schenken will. Im gleichen Heft kündigten die Landkreise Bamberg, Bayreuth und Forchheim sowie die Stadt Pottenstein an, in Tüchersfeld ein Regionalmuseum entstehen zu lassen und es kam die Nachricht, dass der Verein „Dampfbahn Fränkische Schweiz“ nach zähen Verhandlungen den notariellen Kaufvertrag über den Erwerb der 16 Kilometer langen, 1976 von der Bundesbahn still gelegten Gleisstrecke Ebermannstadt - Behringersmühle im schönen Wiesental unterschrieben hat. Am 9. August 1980 nahm die Museumseisenbahn ihren Betrieb auf.

In den 80er Jahren „blühte“ vor allem die ausgezeichnete Medienarbeit von Christl Thömmes, die sehr viele Berichte in überregionalen Zeitungen zur Folge hatte, was in den jeweiligen Jahresberichten seinen hochhoffiziellen Niederschlag fand. Zum Beispiel bei der Herausgabe des 1. HB-Bildatlas über die Fränkische Schweiz im Jahre 1980. Hoffnungsvolles Resümee des Gebietsausschussvorsitzenden Otto Ammon im Jahresbericht für 1980: „So langsam, meine ich, entwickelt sich auch so etwas wie eine gute Zusammenarbeit zwischen der Tourismuszentrale und den Verkehrsämtern“. Eine Fülle von Prospekten kommt auf den Markt. Mit dabei: eine Gästezeitung die nicht nur Infos über die Gemeinden und ihre Sehenswürdigkeiten enthält, sondern auch einen Veranstaltungskalender. Dazu kommen Erlebnispass, Zug- und Bus-Fahrplan und ebenfalls neu: ein Imageprospekt „Im Land der Burgen Höhlen und Mühlen“. Ein 184 Seiten umfassendes Gemeindeprospekt mit dem Titel „Blickpunkt – Urlaub in der Fränkischen Schweiz“, in dem jede Gemeinde der Region, werbefinanziert vorgestellt worden ist (heute heißt die Broschüre „Sehenswert“). Dadurch konnten Portokosten eingespart werden, da nun der Versand der einzelnen Gemeindeprospekte entfällt. Weiter gab es die Pauschalen „Wandern ohne Gepäck“ und erstmals ein Werbeplakat mit dem Ortsmotiv von Tüchersfeld.

1982 stellt die Tourismuszentrale im Jahresbericht fest: „Der Gast wird wählerischer. Einfach Privatzimmer sind nicht mehr gefragt, dafür Ferienwohnungen und Urlaub auf dem Bauernhof“. Höhlenabenteuer sind in diesem Jahr gefragt und „Fliegen auf Probe“ und Bauernmalerei in Morschreuth. Bei den Anzeigen beschränkte man sich auf die Gebietswerbung mit dem Tourismusverband Franken. Das eingesparte Geld steckte man in den Besuch von Messen in Utrecht, München, Hamburg, Berlin, Essen und Stuttgart - jeweils am Frankenstand eingemietet.

1983 wurde der neue „Höhlenstand“ erstmals der Öffentlichkeit auf der CMT in Stuttgart und der ITB in Berlin präsentiert und die Fränkische Schweiz beteiligt am ersten Online-Angebot der Post an „BTX“, dass zum 1.1. 1984 online ging und über den Fernseher empfangbar war. Petra Rossbach drehte für den „Ratgeber Reise“ eine 20-Minuten-Sendung über die Region, die zu einem „enormen Prospektversand führte“, weil mehr als 8000 Anfragen in der Tourismuszentrale eingingen, so Ammon in seinem Jahresbericht. 1984 wurde 10 Jahre Tourismuszentrale gefeiert und eine erste Bilanz gezogen. Landrat Ammon nannte als Hauptgrund für die Einrichtung der Tourismuszentrale „die Erkenntnis, dass Tourismus in dieser strukturschwachen Gegend einen hohen wirtschaftlichen Stellenwert einnimmt und damit zur Verbesserung des Lebensstandards beiträgt“. So verbraucht der durchschnittliche Übernachtungsgast pro Tag rund 60 Mark, was rund 55 Millionen Mark Umsatz bedeutet, denn die Übernachtungszahlen sind von 537 000 im Jahre 1973 auf knapp eine Million in

1983 angestiegen. Trotz der Flut von Gästen meinte Ammon, dass „kein Rummel aufgezo-gen werden soll, die Fränkische soll ein Reiseland für Individualreisende bleiben“. Qualität soll vor Quantität stehen aber, „mit allem Komfort, den der Tourist jetzt und in den kommenden Jahren verlangt, damit er sagen kann: im nächsten Jahr möchte ich wiederkommen“.

1985 wurde das Fränkische Schweiz- Museum in Tüchersfeld eröffnet und damit eine weitere Attraktion auch für Gäste geschaffen, in die die Tourismuszentrale große Erwartungen und Hoffnungen setzt. Wieder wurde von Otto Ammon festgestellt, dass sich das Gästeverhalten geändert hat. „Lag vor Jahren das Hauptaugenmerk auf der Produktion von schön bebilderten Landschaftsprospekten so will der Urlauber von heute auf Heller und Pfennig wissen, welche Leistungen er zu welchem Preis bekommt. Verkaufsfähig ist ein Programm nur dann wenn es konkret beschrieben und transparent gemacht ist“. Daher verstärkte die Tourismuszentrale vor allem die Werbung für Pauschalangebote wie Zinngießen in Hollfed, Golfspielen in Kanndorf, Fliegen auf Probe oder Höhlenabenteuer in Muggendorf. Mittlerweil gab es das Pauschalangebot wanden ohne Gepäck, dass die Tourismuszentrale komplett organisiert und bei der das Gepäck vom Gastgeber zum nächsten Etappenort transportiert wird mit drei unterschiedlichen Routen für 5, 6 oder 7 Tage, was der Tourismuszentrale 18 000 Mark Kosten verursachte. Außerdem hat man den Höhlenstand ausgemustert und durch einen ersetzt, der als Kulisse die Landschaft der Region und den Obstanbau zeigt. Der Umbau wurde notwendig, weil der Höhlenstand aus feuerschutztechnischen Gründen bei Messen verboten wurde. 1986 trat der Landkreis Kulmbach dem Gebietsausschuss bei: mit seinen Sehenswürdigkeiten Thurnau als Töpferstadt, Wonsees mit dem Felsengarten Sanspareil und Kasendorf mit Drachenflug auf dem Görauer Anger. 1987 wurde das touristische Angebot der Fränkischen Schweiz durch Sitz- und Liegekuren in der Teufelhöhle für atemwegserkrankte Gäste erweitert. Außerdem kam ein bedeutendes werbeträchtiges Jubiläumsjahr dazu: 300. Geburtstag von Balthasar Neumann, nach dessen Plänen auch die Basilika in Gößweinstein erbaut worden ist. 1987 kam der erste Urlaubskatalog der Tourismuszentrale auf den Markt. Er enthielt auf 114 Seiten vor allem Unterkünfte in den verschiedenen Kategorien und einen Imageteil, der auf 20 Seiten die Schönheiten der Region präsentierte. 60 000 Mal wurde er gedruckt, zwei Jahre soll er ausreichen, ehe ein Nachdruck ins Auge gefasst wird. 1989 ist man in Obersees auf Thermalwasser gestoßen. Nun will man das Vorkommen mit einem Thermalbad der Öffentlichkeit zugänglich machen. An den Autobahnen A9, A73 und A 3 bei Höchstadt hat die Tourismuszentrale für rund 12 000 Autobahnschilder mit Hinweis auf die Fränkische Schweiz aufstellen lassen. Mit der Öffnung der Grenze zur ehemaligen DDR erhoffen sich die Touristiker neue Märkte, weshalb die Tourismuszentrale an einer zweitägigen Messe in Hof und an der Bayern-Bus-Rundreise durch die DDR teilgenommen hat.

Am 28.4. 1990 meldet der Fränkische Tag: „Der Ansturm von drüben lässt auf sich warten“. Eine Umfrage unter den Verkehrsämtern hat ergeben, dass es zwar sehr viele Anfragen gibt, allein die Tourismuszentrale bearbeitet täglich bis zu 250 Stück, konkrete Besuche halten sich jedoch in Grenzen. Und das, obwohl es wie in Obertrubach Zimmer schon für 13,50 Mark inkl. Frühstück gibt. „Ideals für Gäste aus der DDR“ wie die damalige Verkehrsamtsleiterin Irene Karl meldet. Weil der Landkreis Forchheim eine Patenschaft mit dem Landkreis Pirna, der später in Landkreis Sächsische Schweiz umbenannt pflegt, beteiligte sich die Tourismuszentrale an Werbemaßnahmen. Außerdem ist erstmals die Reisemesse in Leipzig mit einem Stand beschickt worden. Am Jahresende konnte zudem festgestellt werden, dass der Gästeanteil der ehemaligen DDR-Bürger, nur zwischen drei und zehn Prozent betrug. Ein Jahr später lag der Anteil der Gäste aus den neuen Bundesländern schon bei 15 bis 20 Prozent.

Die 1990er waren das Jahrzehnt der Themenjahre:

- 1993 200 Jahre Entdeckung der Fränkischen Schweiz durch die Romantiker und 1. Kunstsommer Fränkische Schweiz mit Galerie Tauber in Pegnitz - Kujau
- 1994 Minnesänger in Franken - Wirnt von Grafenberg + erstmals auf RDA-Workshop in Köln
- 1995 Höhlenjahr. Erstes Höhlenprospekt, in dem die drei Schauhöhlen beschrieben wurden
- 1996 Landleben erleben + zum 1. Mai übernimmt Landrat Glauber Geschäftsführung von LR. Ammon
- 1997 Schlüsselbergerjahr: Ritter, Burgen und Dörfer
- 1998 Bierjahr: Erstmals Brauerei-Prospekt + Einführung BayernTourismusLine - Onlinereservierung
- 1999 Gut gerüstet ins Jahr 2000 - Fortbildungen für alle Leistungsträger + Fahrradkonzept FO
- 2000 Spielzeugland Franken. 1. Prospekt zum Thema. Aufhänger Spielzeugmuseum Gößweinstein

Bedingt durch den Zustrom von Urlaubern aus dem Osten Deutschlands wurde laut Geschäftsbericht 1991 der Nachdruck von Prospekten notwendig. Der Urlaubskatalog wurde mit 100 000 Exemplaren für zwei Jahre gedruckt und die Gästeinformation in Höhe von 7000 Stück. Am 1. Oktober wurde Xaver Bauer als Nachfolger von Christl Thömmes von Landrat Ammon in sein Amt eingeführt. Es gab erste Anhörungen auf Vorstandsebene um die geplante Errichtung eines Hotelkomplexes mit 380 Betten zuzüglich eines 19-Loch-Golplatzes auf dem Gelände Burg Rabenstein. Außerdem war der geplante Ferienpark bei Waischenfeld noch ein Thema sowie die Stilllegung des Pottensteiner Felsenbades. Überstahl wurde das Thema allerdings von den Jubiläumsfeierlichkeiten anlässlich des 200. Jahrestages der „Pfungstreise“ von Wilhelm Heinrich Wackenroder und Ludwig Tieck. Die beiden Erlanger Studenten sind 1793 zwölf Tage lang durch die Fränkische Schweiz nach Bayreuth und weiter ins Fichtelgebirge geritten. Ihre Reisebeschreibungen sorgten einerseits für einen großen Bekanntheitsschub der Region. Sie waren möglicherweise auch der Auftakt für die „romantische“ Epoche in der deutschen Literatur. Rund 100 000 Mark kostet das Engagement, welches vom Forchheimer Kulturamtschef Toni Eckert im Auftrag des Gebietsausschusses geleistet wurde. Im Juli 1992 erfolgte zudem während einer Vorstandssitzung auch die Vorstellung des „Ideenkreispapiers“, in dem Dr. Peter Jurczek, Privatdozent an der Uni Bayreuth, Wolfgang Kreiner, Leitender Redakteur des Fränkischen Tag in Bamberg, Andreas Pflaum, Hotelier des PPP in Pegnitz und Hans Wolf, Diplom-Kaufmann aus Eggolsheim ihre Vorstellungen von neuen, wirksamen und kostengünstigen Werbemaßnahmen der Öffentlichkeit preis gaben. Schließlich wurde mit der Galerie Tauber in Pegnitz die Kunststraße ins Leben gerufen. Kurt Tauber Redaktionsleiter der Nordbayerischen Kurier in Pegnitz hat zusammen mit seiner Frau Elisabeth in Pegnitz-Neudorf, im Erdgeschoss ihres Privathauses eine Galerie eingerichtet. Neben lokalen Künstler wie Hans Bär, Heinz Volk oder Kurt Kahn gelang es ihnen, den Hitler-Tagebuchfälscher Konrad Kujau mit seinen Werken exklusiv in die Fränkische Schweiz zu locken. Mit der ersten „Kunststraße“ wurden 16 Ausstellungen in einem sich über mehrere Landkreise erstreckenden Gebiet zwischen Thurnau im Norden, Pegnitz im Süden, Forchheim im Westen und Creußen im Osten eingebunden. Mit einem Ausstellungsprospekt und Plakaten wurde das Projekt von Seiten der Tourismuszentrale unterstützt. Rechtzeitig zu Beginn der Saison konnte auch der erste Videofilm über die Fränkische Schweiz fertiggestellt und von der Firma Ferstl (Video F) auf den Markt gebracht werden.

Das „Romantikerjahr“ geriet ob ihre Anzahl und Klasse an Veranstaltungen nicht nur zum erfolgreichsten Kulturspektakel der Region. Es entpuppte sich hinterher auch als erfolgreiches Tourismusjahr. Eine Ludwig-Richter-Ausstellung im Pfalzmuseum in Forchheim mit rund 15 000 Besuchern war einer der Höhepunkt; zahllose Liederabende, Vorträge und Konzerte in nahezu allen

Tourismusgemeinden ergänzten das Programm, welches durch Enthüllungen von Gedenksteinen und wissenschaftlichen Publikationen "Nachhaltigkeit" erfuhren. Es gab einen speziellen Wanderweg „auf den Spuren von Wackenroder und Tieck“, alle beschriebenen Originalschauplätze wurden präsentiert und in Prospekten, in Zeitungen und lokalen Vereinsblättern vorgestellt. Das Romantikerjubiläum war aufgrund der in der Tourismuszentrale gesammelten Zeitungsberichte das erfolgreichste PR-Jahr in der fast 20-jährigen Geschichte des Gebietsausschusses. Fernseh- und Rundfunkanstalten berichteten ganzjährig, bundesweit und international, über dieses, von manchen Fachleuten unterschätzte Jubiläum. 262 Berichterstattungen im In- und Ausland wurden von der "schreibenden Zunft" veröffentlicht und erreichten damit rein rechnerisch rund 26 Millionen Leser. Damit wurde eine flächendeckende Werbewirkung erreicht; bei nur minimalen Portokosten. Was sich auch positiv in den Zahlen ausdrückt: Allein im gewerblichen Bereich gab es im Jahre 1993 rund **322 221** Ankünfte mit **1.206.574** ÜN. Zum Vergleich: 2016 hatte die Fränkische Schweiz 441.475 Ankünfte nur 1.208.954 Übernachtungen, wobei ein Großteil des Zuwachses von 6 Prozent ggü. 2015 auf die Großbaustellen (Autobahn, Zugverkehr) zurückzuführen sind.

"Die Minnesänger in Franken" standen 1994 im Interesse der Tourismuswirtschaft. Dabei konnte man sich mit dem aus Gräfenberg stammenden Minnesänger "Wirnt von Gravenberc" in dieses Kulturthema, welches vom Fremdenverkehrsverband Franken für Gesamt-Franken aufbereitet wurde, mit einbinden. In den Monaten Mai bis Oktober wurden über die gesamte Fränkische Schweiz mehr als zwanzig Veranstaltungen organisiert, die alle einen ausgezeichneten Besuch verzeichnen konnten. Höhepunkte des Themenjahres waren das Bürgerfest der Stadt Gräfenberg, das Renaissance-Fest auf der Streitburg sowie der mittelalterliche Markt im Fränkische Schweiz -Museum in Tüchersfeld, mit jeweils mehreren tausend Besuchern. Die Tourismuszentrale hat für das "Minnesängerjahr" einen Prospekt mit einer Auflage von 20.000 Exemplaren veröffentlicht, in dem alle Veranstaltungen präsent waren. Ein weiterer Sonderprospekt "Kunstsommer Fränkische Schweiz 1994" informierte über mehr als 100 Veranstaltungen aus den Bereichen Konzerte, Theater, Ausstellungen. Auch dieser Prospekt wurde mit 20.000 Exemplaren durch die Tourismuszentrale finanziert.

Mit dem neuen Leiter der Tourismuszentrale Franz-Xaver Bauer wurde das Messekonzept stark erweitert. In den Städten Stuttgart und Utrecht wurde eine Koje in der Frankenstraße belegt. In Essen, Rostock, Köln und Leipzig ist die Fränkische Schweiz durch den gemeinsamen Stand des Fremdenverkehrsverbandes Franken gut vertreten. Der Beitritt zum Bundesverband des "Ringes der Deutschen Autobusunternehmer (RDA)" ermöglichte erstmalig die Anmietung eines eigenen Standes auf dem "RDA-Workshop" in Köln, der größten Fachmesse für Busreiseveranstalter in Deutschland. Ein durch den Fremdenverkehrsverband Franken organisierter Workshop in Nürnberg für internationale Fachbesucher wurde ebenfalls beschickt. Über den Fremdenverkehrsverband Franken war die Fränkische Schweiz mit ihren Angeboten bei Auslandsaktivitäten in Wien, London und Antwerpen sehr gut vertreten. Gemeinsam mit dem Partnerlandkreis des Landkreises Forchheim, dem Landkreis Pirna, wurde die "Dresdner Herbstmesse" beschickt. Weiterhin erfolgte eine dreitägige Präsentation im Rahmen der Ausstellung "Oberfranken offensiv" in der Bayerischen Staatskanzlei in München. Sehr effektiv verliefen auch Tagesaktionen in den Fußgängerzonen der Städte Plauen, Gera und Zwickau. Bedingt durch den Einsatz des der Tourismuszentrale eigenen Fahrzeuges konnten derartige Aktivitäten mit nur geringen finanziellen Aufwand durchgeführt werden. Verkehrsamtsleiterin Helga Rühnagel aus Heiligenstadt vertrat die Fränkische Schweiz gemeinsam mit der DZT und dem Fremdenverkehrsverband Franken in Kopenhagen. Wie im Vorjahr, wurden durch die Tourismuszentrale auch diesmal nahezu 13.000 Anfragen bearbeitet. Dass der Urlaubskatalog "Fränkische Schweiz" - er wurde in einer Auflagenhöhe von 50.000 Exemplaren hergestellt - ein unverzichtbares Werbeinstrument ist, zeigt das stetig ansteigende Interesse der Betriebe, die ihr Angebot im Katalog darstellen. So hat sich der Angebotsteil seit seiner Erstaufgabe

im Jahre 1987 verdoppelt. Mittlerweile sind bis zu 700 Betriebe im Unterkunftsverzeichnis vertreten. Bei der diesjährigen Ausgabe erfolgte auch die notwendige Umstellung im Tabellenteil auf die in Franken einheitlich eingeführte "Touristische-Informations-Norm" der Deutschen Zentrale für Tourismus. Sorgen bereite den Menschen in der Fränkischen Schweiz eine neue Art des Tourismus: Tiefflug: Die Fränkische Schweiz wurde mit einem Tiefflugkorridor als Übungsregion von der Bundeswehr auserwählt. In 300-400 Metern Höhe rauschen die Düsen-Jets mit einem Höllenlärm vorbei. Es dauerte bis in den Sommer 1995, ehe der Korridor auf Druck der einheimischen Bevölkerung wieder verlegt wurde. Ausgesprochen positiv dagegen fiel die Beurteilung für das erste Online-Zimmerfreimeldekonzept aus, das die Stadt Pottenstein vor dem Rathaus installierte. Damit ist es Gästen möglich, sich aus den frei gemeldeten Quartieren (auf einer Karte werden die Vermieter mit frei und belegt dargestellt), selber ein Quartier auszuwählen. Damit ist der Gast auf der Suche nach einem Quartier vor Ort nicht auf die Öffnungszeiten der Touristinfo angewiesen. Ein Konzept, das Pottenstein bis auf den heutigen Tag fortgeführt hat – im Gegensatz zu anderen Kommunen, bei denen man jetzt direkt per Homepage oder Smartphone ungesehen ein Quartier buchen kann.

Die Fortführung der Jahresthemen wurde auch 1995 beibehalten. Anlass für das "Höhlenjahr" war das 90-jährige Jubiläum der Entdeckung der Binghöhle. Ziel der Werbekampagne war zum einen, auf die schätzenswerte Einzigartigkeit dieser empfindlichen Karstlandschaft mit seinen 1 000 Höhlen hinzuweisen, Höhlenkataster der Naturhistorischen Gesellschaft in Nürnberg und die Höhlenbesucher auf die drei bekannten Schauhöhlen zu kanalisieren. Ein weiterer "Effekt" war, dass den Urlaubern ein verbessertes, abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm geboten wurde. Das Höhlenthema wurde auch von den Medien mit großem Interesse aufgenommen und führte zu zahlreicher Berichterstattung. In diesem Zusammenhang ist es erstmals gelungen, die drei Schauhöhlen gemeinsam in einem Sonderprospekt zusammenzufassen. Die erste Auflage in Höhe von 20 000 Exemplaren war bereits nach sechs Monaten vergriffen, so dass im Herbst eine 2. Auflage (ohne Veranstaltungen) mit 50 000 Exemplaren nachgedruckt wurde. Zur Abrundung der "Sonderprospekte - Reihe" wurde im Mai 1995 der "Museumsführer" zusammengestellt und in einer Auflage von 10 000 Exemplaren verteilt. Auch hier war es erstmals möglich geworden, alle 10 Museen der Fränkischen Schweiz, kostengünstig in einer Faltbroschüre zusammenzufassen. Ein enormer Kraftakt war die Neukonzeption des Urlaubskataloges. Nachdem die bisherige Aufmachung nicht mehr den heutigen Ansprüchen gerecht werden konnte und zahlreiche Kritik erntete, beschloss die Vorstandschaft mit Beirat des Gebietsausschusses, die Ausgabe schon für 1996 in einem neuen Erscheinungsbild auf den Markt zu bringen. Unter der grafischen Federführung der Firma Creative Network in Nürnberg gelang es der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz, innerhalb nur sechs Monate einen völlig neuen Verkaufskatalog zu erstellen, in dem über 700 Zimmervermieter auf fast 200 Seiten ihre Häuser offerieren und einem breiten Publikum bekannt machen konnten.

Als weitere Maßnahme wurde dafür durch die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz rechtzeitig zum RDA Workshop in Köln, der Fachmesse für Busunternehmer und Reiseveranstalter, der neue „Salesguide Fränkische Schweiz“ in einer Auflage von 2500 Ex. auf dem Markt gebracht. Dieses Verkaufshandbuch dient besonders der Organisation von Gruppenreisen. Das A4-große Heft hat einen kleinen Imageteil, in dem die Region bildlich dargestellt wird. Danach stellen sich die Häuser vor, die Busgruppen aufnehmen können. Den Abschluss bilden umfassende Informationen zum Beispiel mit den Öffnungszeiten und Preisen der Sehenswürdigkeiten, ergänzt um Straßenkarten und Veranstaltungshöhepunkten. Bisher wurden die Pauschalangebote von Busgruppenhäusern gesammelt, kopiert und in Klarsichtfolien gebündelt und als Heft an alle interessierten Reisemittlern abgegeben. Jetzt in der gedruckten Fassung wirkt das Heft wesentlich professioneller und ansprechender.

1995 war für die Tourismuszentrale auch ein Jahr der Erneuerung: Zum einen leistete sich das Gebiet ein neues Logo, ebenfalls entworfen von der Firma Creative Network in Nürnberg, das eine Mittelgebirgslandschaft mit Burg (Neideck) zeigt und darunter steht der Schriftzug Fränkische Schweiz, wobei das Wort „Schweiz“ mit Buchstaben in geschwungener Schrift dargestellt ist. Das Logo wurde auf Disketten kopiert und kostenlos an alle touristischen Leistungsträger verteilt. Neu sind auch die Telefonnummern, die nun schon sechsstellig sind und damit darauf hinweisen, dass hier ISDN-Telefone benutzt werden, anstatt der Analog-Nummer 8601. Die Post hatte auch ein Zugeständnis für die Touristiker. Die TZ bekam eine sich leicht zu merkende Info-Nummer: 79 77 79. Darüber hinaus bekam jeder Angestellte erstmals eine eigene Durchwahlnummer und das Faxgerät auch. Die Digitalisierung der Telefone ist notwendig geworden, weil sie zur Bearbeitung der neuen „Mailbox Fränkische Schweiz“ notwendig ist, die ab 1996 online geht. Damit erreicht man eine ganz neue, technikaffine Zielgruppe. Mailbox meint: Der Gast kann mit einer Telefonnummer von seinem Computer aus einen anderen Computer ansteuern, wo Vermieter mit einer Anzeige präsent sind. Der Nutzer kann so über den eigenen Computer Bilder anschauen und Infos über das Quartier einholen. Einziger Nachteil: die Telefonnummer muss der Gast kennen, um sich einwählen zu können. Neu war auch eine junge Dame. Anja Goller, eine Tourismusstudentin die nicht nur frischen Wind in den ehemaligen Sitzungsraum des Landkreisamtes Ebermannstadt brachte, sondern auch gute Ideen zu ihrem Prüfungsfach „Familienurlaub“.

Im Januar 1996 gründete sich in Behringersmühle die Arbeitsgemeinschaft „Fränkische Schweiz-Hotels“, die es sich zur Aufgabe machte, die Fränkische Schweiz selber zu vermarkten. Initiator war der Pottensteiner Hotelier Theo Bruckmayer, der die Werbung für die Region nun selber in die Hand nehmen wollte. Im Juni gleichen Jahres schlossen sich 18 Gastronomen zum Verein Fränkische Schweiz-Hotels zusammen; mit einem Bären im Logo und mit dem festen Willen, nur die Häuser mit ins Boot zu nehmen, die mindestens zwei Hotelsterne für ihr Haus vorweisen können. Erfolgreiches Jahresthema 1996: „Landleben erleben“. Zum Gelingen trug das sehr gute Zusammenwirken mit den Verkehrsämtern und Organisationen der Interessengemeinschaften „Urlaub auf den Bauernhof“ sowie deren Kreativität bei, wurde im Jahresbericht ausdrücklich erwähnt. Pauschalangebote und Tagesveranstaltungen erfreuten sich einer guten bis hervorragenden Resonanz und erregten auch immer wieder das Interesse aller Medienbereiche. Besonders hervorzuheben ist hier das Angebot „Ein Tag beim Bauern“, organisiert vom Verkehrsamt Wiesenttal, das von mehr als 500 Gästen besucht wurde. Neben einem Sonderprospekt mit mehr als 100 Veranstaltungen wurden ein Poster sowie die entsprechende Darstellung im Katalog als Marketinginstrumente eingesetzt. Vom Tourismusverband Franken wurde diese Aktivität als beispielhaft hervorgehoben und als fränkisches Gesamtthema für 1998 projiziert. Der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz - bisher getragen von den drei Landkreisen Forchheim, Bayreuth und Bamberg erfuhr 1986 eine Erweiterung. Der Landkreis Kulmbach trat mit den Gemeinden Kasendorf, Thurnau und Wonsees dem Gebiet bei. Zum 1. Mai 1996 ging Otto Ammon als Landrat in Pension und überließ das Feld einem Freien Wähler, Reinhardt Glauber aus Pinzberg, der als Architekt in der Berufsschule als Fachlehrer fürs Bauwesen arbeitete.

Das Jahr 1997 stand im Zeichen des „Schlüsselbergerjahres“ und war ein sehr erfolgreiches was die Besuche der Veranstaltungen anging. Anlass war der 650. Todestag von Konrad II. von Schlüsselberg, der als einer der bedeutendsten Herrscher der Region gilt, sich auch als Städtegründer (1315 Waischenfeld, 1322 Ebermannstadt) betätigte und in mehr als 63 Orten der Region hatte. Rund eine halbe Million Mark wird sich der Gebietsausschuss, zusammen mit den beiden Museen in Tüchersfeld und Forchheim, das Kulturprojekt „Ritter, Burgen und Dörfer“ kosten lassen. Damit werden rund 50 Veranstaltungen finanziert, die geeignet sind, das Mittelalter wieder wachzurufen. Auch hier war Toni Eckert als Projektleiter eingeteilt und Reinhard Löwisch übernahm wieder die im Romantikerjahr so erfolgreiche Pressearbeit. Rückblickend beschreibt der Projektleiter das Themenjahr wie folgt: Die gesteckten Ziele sind voll erreicht worden. In der hiesigen Bevölkerung

konnte durch die zahlreichen Veranstaltungen eine erhöhte Sensibilisierung für die Geschichte der Fränkischen Schweiz erreicht werden. Dadurch sind auch neue Impulse für die Attraktivität des Fremdenverkehrs in der Region ausgegangen. Eckert erklärte, dass dieses Thema bei den überregionalen Medien nicht ganz so gut eingeschlagen habe, da im Vergleich zum Romantikerjahr 1993 die überregionale Bedeutung fehle.

Trotzdem sind rund 80 000 Besucher in die Fränkische Schweiz zu den Sonderveranstaltungen gekommen. Nimmt man als statistisches Mittel, ca. DM 40,- pro Person und Tag, so Eckert weiter, ergibt sich daraus ein guter Umsatz und damit auch ein wirtschaftlicher Impuls für die beteiligten Betriebe. Nachwirkungen erhofft sich Eckert von den Publikationen, die anlässlich des Schlüsselbergerjahres erstellt wurden. Vom Burgenführer, in einer Auflage von 4000 Exemplaren gedruckt, konnten bisher rund 2200 Stück verkauft werden. Ähnlich gut läuft der Ausstellungskatalog, von dem 3000 Exemplare gedruckt wurden. Zum April 1998 soll zudem ein Kompendium auf den Markt kommen, in dem alle 20 wissenschaftlichen Vorträge des Jubiläumsjahres zusammengefasst werden.

Auch die Jugend war in das Jubiläumsjahr eingebunden: so beim Schauspiel „Der Tod des letzten Schlüsselbergers“ und durch die Kollegstufe des Fränkische Schweiz - Gymnasiums, die Grabungen auf der Neideck durchführte und dabei alte Keramiken fand. Mit der Finanzierung des Kulturprojektes zeigte sich Eckert sehr zufrieden. Die im Voranschlag errechneten. Ausgaben in Höhe von 484 000 Mark werden eine fast 90-prozentige Deckung erreichen, berichtete Eckert. Dies ist in erster Linie aufgrund der überdurchschnittlich gut besuchten Veranstaltungen möglich geworden. Von den rund 80 000 Besuchern besuchten rund 37 000 Gäste die Sonderausstellungen in den drei Museen. Im Fränkische Schweiz- Museum in Tüchersfeld waren es fast 29 000 auf der Waischenfelder Burg rund 5000 und im Forchheimer Pfalzmuseum rund 3000 Besucher. 180 000 Mark gab der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz für die drei Ausstellungen aus, wobei zahlreiche, extra für die Schauen hergestellte Exponate auch künftig in den Museen verbleiben. Hervorragend verlief das Schauspiel vom letzten Schlüsselberger auf der Ruine Neideck. Sechs Veranstaltungen waren ausverkauft, allein die Premiere musste wegen starken Regens ausfallen. Rund 3500 Besucher kamen zum Theaterstück. Auch die anderen populären Veranstaltungen liefen hervorragend. Zum Mittelaltermarkt nach Ebermannstadt kamen rund 4000 Besucher, das Waischenfelder Burgfest besuchten 5000 Gäste. Das Ritterturnier in Reizendorf war von rund 8000 Besuchern besucht, zum Ritterspektakel auf der Ruine Neideck kamen an die 12 000 Gäste. Toni Eckert lobte die sehr gute Öffentlichkeitsarbeit der Tourismuszentrale Fränkische Schweiz. Namentlich nannte er Reinhard Löwisch und Xaver Bauer. Eckert wies darauf hin, dass am 4.1.1998 im BR eine Abschlussendung zum Ritterjahr ausgestrahlt wird.

Erfreulich war das Jahr 1997 auch aus Sicht der Werbeanstrengungen der Tourismuszentrale: Mittlerweile werden durch die Tourismuszentrale jährlich 14 Sonderprospekte, zuzüglich „Urlaubskatalog“ und „Salesguide Fränkische Schweiz“, herausgegeben. Der neu heraus gegebene „Salesguide“ ist anlässlich des „RDA-Workshops“ von der Fachjury der RDA (größter Europäischer Verband der Busunternehmer und Reiseveranstalter) mit dem Ehrenpreis „12. Aktion Roter Bus '97“ ausgezeichnet wurde, und dies bereits für seine 1996 erschienene Erstauflage. Das war insgesamt die erste und bisher einzige Auszeichnung für ein Prospekt in der Geschichte der Tourismuszentrale. Auch im Onlinesegment ist die Tourismuszentrale erfolgreich. Bei BTL (BayernTourismusLine) handelt es sich eine vom bayerischen Wirtschaftsministerium unter dem Dach „Bayern online“ geförderten Maßnahme. Ziel des Projektes ist eine dynamische Datenbank mit allen touristischen Informationen, aller bayerischen Tourismusorte- und Gemeinden. Auch hier ist die Fränkische Schweiz als eine von zwei fränkischen Regionen federführend beteiligt. Für die umfangreiche Pflege des Datenbestandes beschäftigt der Gebietsausschuss seit dem 8.9.1997 eine ABM-Kraft (Christa Pischel), die zweieinhalb

Jahre mit der Eingabe und Pflege der BTL- Daten beschäftigt ist, ehe die Software an die Info GmbH, Kirchhennbach übergang. Ein Fragebogen zum Thema Ferienwohnungen beispielsweise umfasst 17 Seiten. Zusätzlich zu BTL wurde im November 1997 die Homepage www.fraenkische-schweiz.com freigeschaltet. Neben der Stadt Würzburg ist die Fränkische Schweiz zu dem Zeitpunkt der einzige fränkische Anbieter von Internetseiten, was sich auch in rasant steigenden Zugriffszahlen bemerkbar macht. Damit verbunden bekam die Tourismuszentrale auch ihre erste eigene Mailadresse fraenkische-schweiz@t-online.de.

1998. Das erfolgreiche Romantikerjahr war den Vorständen des Gebietsausschusses, der sich im Übrigen zusammensetzt aus den Landräten der vier beteiligten Landkreise, aus Kreisräten (Anteilsmäßig) und touristischen Leistungsträgern sowie dem Leiter der Tourismuszentrale als Geschäftsführer, noch immer im Kopf, weshalb sie den eingeschlagenen Themenjahr-Weg weiterhin fortführten. Auf Vorschlag des Landkreises Bayreuth wurde das „Bierland Fränkische Schweiz“ ins Leben gerufen, das man als Ergänzung zum gesamtfränkischen Landleben-erleben-Jahr ansah. „Es gibt keine Region die eine vergleichbare Brauereidichte aufweist“, heißt es im Konzept für das Bierlandjahr. Um die ebenfalls sehr häufig anzutreffenden Brennereien, die es aufgrund des großen Obstanbaugebietes vor allem im Landkreis Forchheim gibt nicht außen vorzulassen, entschloss man sich, diese ebenfalls mit in die Marketingüberlegungen einfließen zu lassen. Daraus entstand die äußerst beliebte Broschüre „Brauereien und Brennereien“, die ursprünglich einfach nur „Bier und Schnaps“ heißen sollte. Das war aber einigen Politikern zu flach und zu direkt, schließlich soll es nicht danach ausschauen, die Landkreise unterstützen übermäßigen Alkoholkonsum. Trotzdem wurde daraus eines der wichtigsten Prospekte. Erstmals wurden alle Brauereien (zwischen 69 und 74) erfasst und um eine Anzeige gebeten. Bei den Schnapsbrennern dauerte es etwas länger, da es keine Gesamtliste von Brennereien gab. Ergänzt wurde Broschüre nach und nach durch weitere „bierige“ Angebote wie Brauereiwanderungen, Anzeigen von Brauereimuseen und Bierkellern. Zwischen 25 und 30 000 dieser Broschüren werden seither alljährlich „an den Mann gebracht“, 2018 nun in der 20. Auflage. Das Thema Bier und Schnaps war ab diesem Zeitpunkt auch auf Messen aktuell. Das bedeutet, dass beispielsweise die Brennerei Haas mit einer kleinen Spielzeuge-Schaubrennerei am Stand war, um die Herstellung von „geistigen Getränken“ zu erklären und die eine oder andere Schnapsprobe gewährte. Zuerst war der Seniorchef Georg „Schorsch“ Haas dabei, später dann sein Sohn Johannes. Letzterer ist bis auf den heutigen Tag vor allem auf der Grünen Woche in Berlin am Stand der Fränkischen Schweiz zu finden. Von den Bierbrauereien war die Aufseßer Brauerei Rothenbach am Häufigsten mit auf Messen oder anderen verkaufsfördernden Aktionen, um kostenlose Kostproben ihres Bieres zu verteilen.

Weiterhin gehörte zu den Marketingüberlegungen das Thema Essen, woraus angedacht war, dass die Gastronomen und touristischen Gemeinden entsprechende Pauschalpakete schnüren könnten und die Bewerbung des neuen Themas auf Messen und in der Pressearbeit. Damit wurde die Grundlage geschaffen für die heutige Situation, in der der „Genuss“ (Bratwurstkönig, Bier- und Brauereienkönigin, Kirschenkönigin, Restaurantführer, Bierwochen, Scharfe Wochen, G'scheit gut-Aktion) immer mehr in den Vordergrund rückt. Hoffnungen setzte man auch auf das neue Radl-Konzept, wofür der Landkreis Forchheim eigens eine AB-Kraft (Frau Pfnür) eingestellt hatte, um die vorhandenen Radwege zu überprüfen und neue zu schaffen. Herausgekommen ist dazu das „Radl-Magazin“ als neues Themenprospekt. Ein neues Thema war auch die Ferienwohnungsklassifizierung, weshalb alle Büromitarbeiter der Tourismuszentrale an entsprechenden Schulungen teilnahmen. Das Thema Zentrale Zimmervermittlung (ZZR) als Teil des BTL-Angebotes beschäftigte die Vorstandschaft wie anschließend auch die Bevölkerung in zahlreichen öffentlichen Veranstaltungen. Als Grund für dieses Thema galt die Tatsache, dass die Fränkische Schweiz bis dato über Reisebüros nicht buchbar war und deshalb ein weites professionelles Verkaufssegment nicht bearbeitet wird. 35 000 Mark Investitionskosten standen im Raum, zuzüglich Fachpersonal (Reiseverkehrskaufleute), das noch

eingestellt werden muss. Außerdem wurde die Einrichtung einer Infosäule diskutiert, die über das BTL-Modul angesteuert wird und dem Gast Auskünfte geben soll, über freie Zimmerkapazitäten, Öffnungszeiten und dergleichen. Hierfür wären rund 48 000 Mark notwendig geworden, abzüglich 15 000 Mark aus Zuschussmitteln. Gedacht war ursprünglich an einen Standplatz der Rastanlage in Pegnitz. Nachdem dies nicht möglich war, kam der Vorplatz der Tourismuszentrale in Betracht. Damit hätte man einen 24-Stunden-Auskunftsservice bieten können. Das erschien der Vorstandschaft im Verhältnis jedoch zu teuer, weshalb die Säule abgelehnt wurde. Von der Therme Obersees die in diesem Jahr eröffnet wurde, erhoffen sich die Verantwortlichen einen touristischen Schub. Im ersten halben Jahr kamen schon 100 000 Besucher. Neu in diesem Jahr waren auch sogenannte „Oldtimer-Bustouren“. Dazu mietet die Tourismuszentrale einen Oldtimerbus, der mit Prospekten beladen eine Woche lang durch die Fußgängerzonen großer Städte fährt um dort auf die Fränkische Schweiz aufmerksam zu machen. Der Bus (Nachbau aus den 20er Jahren) war das Zugpferd und Lockmittel, Verlosungen und kleine Giveaways brachten Geschenke. Bis 2004 wurden zehn solcher Touren in Deutschland durchgeführt und mehr als 50 Großstädte besucht. Aus Kostengründen, zu den Busmietkosten kamen auch die Personalkosten des jungen Buseigentümers dazu, der als Chauffeur fungierte.

1999. Dieses Jahr stand ganz im Zeichen eines Ereignisses, das nur bedingt mit Tourismus zu tun hatte. Die Umstellung der Uhr auf das Jahr 2000. Das ganze Jahr über wurde diskutiert, ob die Computerchips die Jahreszeitumstellung mitmachen, oder ob großen Chaos ausbricht, da mittlerweile in fast allen Geräten kleine Computer sitzen und keiner voraussagen konnte, wie die ab dem 1. Januar 2000 reagieren. Als „Y2K-Bug“ (von englisch Year 2 Kilo = Jahr 2000) wurde das Problem bezeichnet; ein Computer-problem, dass im Wesentlichen durch die Behandlung von Jahreszahlen als zweistellige Angabe innerhalb von Computersystemen entstanden ist. Katastrophenszenarien apokalyptischen Ausmaßes sagte man voraus; vom Versagen der Schutzmaßnahmen für Atomwaffen bis hin zu Börsencrash und Weltwirtschaftskrise. Geschehen ist: nichts – außer, dass massenhaft alte Computer gegen neue ausgetauscht wurden. In der Fränkischen Schweiz herrschte 1999 trotz alledem Aufbruchsstimmung. Am Ende des Themenjahres-Jahrzehnts galt es sich „fit zu machen für das neue Jahrtausend“. Genau unter dieses Motto wurden auch alle Aktivitäten gestellt; es wurde ein Jahr der Fortbildungen für die Touristiker in den Touristinfos, für Gastronomen, für Vermieter und sonstige touristische Leistungsträger.

Es gab 15 Fortbildungskurse, die von „Gastlichkeit als Dienstleistung“ bis hin zu „Rechtsfragen im Tourismus“ und „Service und Finanzierung der Tourismusarbeit“. Hauptkurs war die dreitägige Fortbildung für Verkehrsamtsmitarbeiter, in der einerseits die Grundlagen modernen Marketings wie auch der Umgang mit dem Gast im Mittelpunkt stehen und „Fehler“ die bisher gemacht wurden, ausgebügelt worden sind. Dem Seminar vorausgegangen war eine „Mystery Woman“ – Tour der Referentin, die im Vorfeld alle Touristinfos unerkannt aufgesucht und deren Verhalten im Umgang mit dem Gast analysiert hat. Dazu gab es eine Telefonschulung, so dass sich ab dem Sommer 2000 alle Touristinfos telefonisch mit dem Spruch meldeten: „Grüß Gott, hier ist das Tourismusbüro , mein Name ist Was kann ich für Sie tun?“ Natürlich wurde auch gearbeitet. Neu in diesem Jahr war ein neues Radprospekt, welches auf den Erfahrungen des neuen Radwegekonzeptes aufbaute. Zudem wurde erstmals auch „Radeln ohne Gepäck“ angeboten, analog zu Wandern ohne Gepäck, wo der Gast nur mit Handgepäck beladen, von einer Übernachtungsstation zur anderen wandert oder radelt und der jeweilige Wirt das Gepäck zum nächsten Zielort transportiert. Neu hinzugekommen ist der Burgenstraßenradweg, der mit eigener Beschilderung und Werbeprospekt. Die zentrale Zimmervermittlung zieht weitere Kreise. Jetzt nachdem die Grunddaten eingegeben waren, ein kostenloser Service der Tourismuszentrale an die Gemeinden, soll der laufende Betrieb von der Info GmbH aus Kirchehrenbach geleistet werden und letztendlich die Arbeit mit Provisionszahlungen den Unterhalt amortisieren. Ein wichtiges Ereignis hatten große Auswirkungen: Die Auszeichnung von

Bieberbachs Osterbrunnen „zum größten Osterbrunnen der Welt“, im Guinness-Buch der Rekorde festgehalten, löste einen Osterbrunnen-Run aus, der bis heute anhält. Jeder will den größten Brunnen der Welt wenigstens einmal gesehen haben. Außerdem wurde in Mistelgau nordbayernweit die erste „Entwicklungsgesellschaft Rund um die Neubürg“, installiert. Sie soll sich um die wirtschaftliche Entwicklung, also auch den Fremdenverkehr im südlichen Landkreis Bayreuth kümmern in exakt den zehn Gemeinden, die auch zum Gebietsausschuss Fränkische Schweiz zählen.

2000. Die nächsten 10 Jahre des neuen Jahrtausends verliefen pragmatisch und waren von dem Bestreben geprägt, auf die Wünsche der Gäste einzugehen. Die zentrale Zimmervermittlung wurde ausgelagert an die Info GmbH, die fortan versuchte die 35 teilnehmenden Vermieter mit Gästen zu versorgen. Das Thema scheiterte letztendlich deswegen, weil die wenigsten Vermieter bereit waren, Provision für die Zimmervermittlung zu bezahlen. Vielleicht war es auch zu früh. Ein weiterer Versuch, eine zentrale Zimmervermittlung unter der Regie eines großen Reisebüros einzuführen fand, wegen der Provisionsregelung auch keinen fruchtbaren Boden. Erst 2017, mit der Einführung der Onlinebuchbarkeit in der Tourismuszentrale, konnte das Thema erfolgreich „bespielt“ werden. Mittlerweile, Stand Frühjahr 2018, sind an die 60 Betriebe auf der Homepage der Tourismuszentrale und in zahlreichen Online-Plattformen buchbar.

Mit der „Inkraftsetzung“ des Leitbildes „Zukunftswerkstatt 2015“ im Jahre 2004 wurde der Grundstein gelegt für die Tourismusentwicklung der Fränkischen Schweiz in den nächsten 10 Jahren. Darin spielt der Aktivurlaub eine große Rolle: Vor allem im Bereich Wandern, Mountainbiking und Klettern schlummern noch Potentiale, die „frei gelegt“ werden können. Im Bereich Wandern setzt sich beispielsweise immer mehr der „Qualitätsweg“ durch: Frankenweg, Fränkischer Gebirgsweg und „Eventwanderungen“, wie zum Beispiel der „Brauereiwanderweg“ der Gemeinde Aufseß mit über 8000 Wanderern pro Jahr, die als Lohn ihrer „Mühe“ eine kostenlose Urkunde als „Edelbiertrinker“ bekommen. Beim Mountainbiking, dem sportlichen Radfahren gibt es zahlreiche gute Ansätze wie zum Beispiel die Mountainbikerouten um Hollfeld und „Rund um die Neubürg“, die durch vernetzende Verbindungswege ein großes Zukunftspotential darstellen. In diesem Zusammenhang darf auch das immer dichter werdende Netz an Radwegen (zuletzt die Fertigstellung des Radweges bei Pottenstein und in naher Zukunft der Radwegeausbau bei Tüchersfeld und zwischen Waischenfeld und Nankendorf) erwähnt werden. Wenn es zudem gelingt „landkreisübergreifende“ Verbindungen zu schaffen, gewinnt das Radwegenetz der gesamten Region außerordentlich an Attraktivität. Die Kletterer schließlich sind ebenfalls eine in die Zukunft weisende Zielgruppe, die derzeit noch zu wenig beachtet wird. Man schätzt die Kletterer bei uns auf rund 30 000 im Jahr, überwiegend junge Singles die die Kletterzentren bei Pottenstein, Waischenfeld, Wiesental und im Trubachtal aufsuchen. Sie verbreiten ihre Erfahrungen übers Internet und sorgen mit ihren positiven Beurteilungen für eine ständig steigende Zahl an jungen Kletterern. Der Verein Naturpark Fränkische Schweiz – Veldensteiner Forst hat mit seinen nun fast flächendeckend vorliegenden Kletterkonzepten, die Kanalisierung und Sensibilisierung dieser Gäste für den Umweltgedanken größtenteils schon umgesetzt. Mit den Hochseilgärten in Betzenstein, Hollfeld und Pottenstein wurden zusätzliche attraktive Angebote geschaffen. Weitere auf die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste eingehenden Einrichtungen (Kletterkindergarten, preiswerte Unterkünfte wie Zeltplätze bei den wichtigsten Kletterzentren, wie beispielsweise der Campingplatz Bärenschlucht bei Pottenstein) könnten noch mehr Argumente liefern, bei uns zu klettern. Kurz- und mittelfristig spielen die „Qualitätsgastgeber“ als klassifizierte Betriebe weiterhin eine Rolle. Ob dadurch jedoch der Umsatz gesteigert werden kann, diese Frage ist noch nicht endgültig geklärt. Derzeit ist es „in“ seine Ferienwohnung, Privatzimmer, Hotel- und Gasthofzimmer klassifizieren zu lassen. Sogar für Campingplätze gibt es mittlerweile schon Sterne.

Hauptzielgruppen sind überwiegend junge Familien und Senioren – hier vor allem Wanderer die Fränkische Schweiz als Übernachtungsgast. Der Freizeitforscher Horst Opaschowski sieht für die Zukunft neue „Urlaubertypen“ voraus, die vor allem eines suchen: Individualität. Weg vom Massentourismus und hin zur persönlichen und auf ihn abgestimmten Betreuung. Zitat Opaschowski: „Der Massentourismus kann nur überleben, wenn er die Notwendigkeit zum Massenhaften durch die Möglichkeit zur Individualisierung vergessen macht. Dazu muss die individualistische Formel "Jedem das Seine" neu definiert werden. Reiseveranstalter werden ganz unterschiedliche Eigenprofile entwickeln müssen, mit denen sich Urlauber identifizieren und gleichzeitig von anderen abgrenzen können. Das "Einheitsprodukt Urlaubsreise" wird es in Zukunft nicht mehr geben. Der standardisierte Urlaub von der Stange wird sich dem Trend zur Individualisierung anpassen müssen. Dem individualisierten Wunschurlaub nach dem Baukastenprinzip, bei dem sich persönliche Reisewünsche zu einem Individualurlaub zusammenfügen lassen, gehört die Zukunft“.

Auch beim Inlandsurlaub will man etwas erleben und auch sich selbst erleben: Alltagsmonotonie und Langeweile haben hier keinen Platz. Nur auf diese Weise kann man sich gegen den Trend "ab ins Ausland" behaupten. Die künftigen Marketingstrategien des inländischen Fremdenverkehrs müssen Erlebnisphilosophien gleichen: Der Reisemarkt muss zum Erlebnismarkt, die Gastronomie zur Gastrosophie werden. An der Schwelle zum neuen Jahrtausend ist Erlebnistourismus angesagt. Auf "Events" kann der Tourismus nicht mehr verzichten.

Zur Gebietsabgrenzung für die Tourismuszentrale Fränkische Schweiz:

Am Anfang war das „Muggendorfer Gebirge“. Als die Fränkische Schweiz ob ihrer Vielzahl an wissenschaftlich interessanten Höhlen entdeckt wurde, gab es als geografische Zuordnung nur den Begriff Muggendorfer Gebirge, wie es auch ein Pottensteiner, Egloffsteiner oder Bieberbacher Gebirge gab. Mit der Zeit, als auch die oberirdische Landschaft für den Tourismus interessant wurde, vergrößerte sich das Gebiet. 1804 zu Zeiten des sehr ausführlichen Rosenmüller-Reiseführers beschränkte man sich auf die Gegend um Muggendorf. Joseph Hellers berühmter Reiseführer von 1829 beschrieb das Gebiet schon in den heutigen Ausmaßen, den Bereich zwischen Bamberg, Bayreuth und Erlangen. Nach dem zweiten Weltkrieg ging alles wieder von vorne los: Der Fränkische Tourismusverband bekam in der Region den Fränkische Schweiz - Verein als Tourismuspartner, der aber damals erst wieder über 20 Ortsgruppen verfügte, was vor allem den Heimatschriftsteller August Sieghardt nicht störte. Er war der eifrigste Verfechter des Gedankens, dass die Fränkische Schweiz „nur aus dem Tal der Wiesent und deren Nebentäler besteht“. Andere sehen die geologischen Grundstrukturen (Frankenalb) als Grenze an und da reichte das Gebiet von Lichtenfels fast bis in die Schweiz und Dr. Michel Hofmann, Staatsarchivrat aus Würzburg meinte, „dass die Fränkische Schweiz dort aufhört, wo es keine Höhle mehr gibt“. Heutzutage gelten andere, politische Maßstäbe. Der Gebietsausschuss Fränkische Schweiz, als dessen Geschäftsstelle die Tourismuszentrale fungiert, ist Teil des Tourismusverbandes Franken. Das bedeutet, der Tourismusverband in Nürnberg bestimmt, welche Kommune, welches Mitglied, zu welchem Gebiet gehört. Tatsache ist, dass in den elf prädikatisierten Gemeinden der Region drei Viertel des touristischen Gesamtumsatzes von 323 Mio. Euro generiert werden und 33 weitere Kommunen sich den Rest teilen (Quelle: Wirtschaftsfaktor Tourismus für Franken, Ausgabe Mai 2018.)