

A photograph of two women sitting at a wooden table outdoors, clinking wine glasses. The woman on the left has curly brown hair and is wearing a light blue button-down shirt over a grey top. The woman on the right has straight brown hair and is wearing a pink button-down shirt. They are both smiling. On the table are plates of food, including red cabbage, potatoes, and sausages, along with bread. The background shows a stone wall and a tree. The image is framed by a magenta triangle on the left and a red triangle on the right.

Tourismus in Franken - Gemeinsam stark für die Region

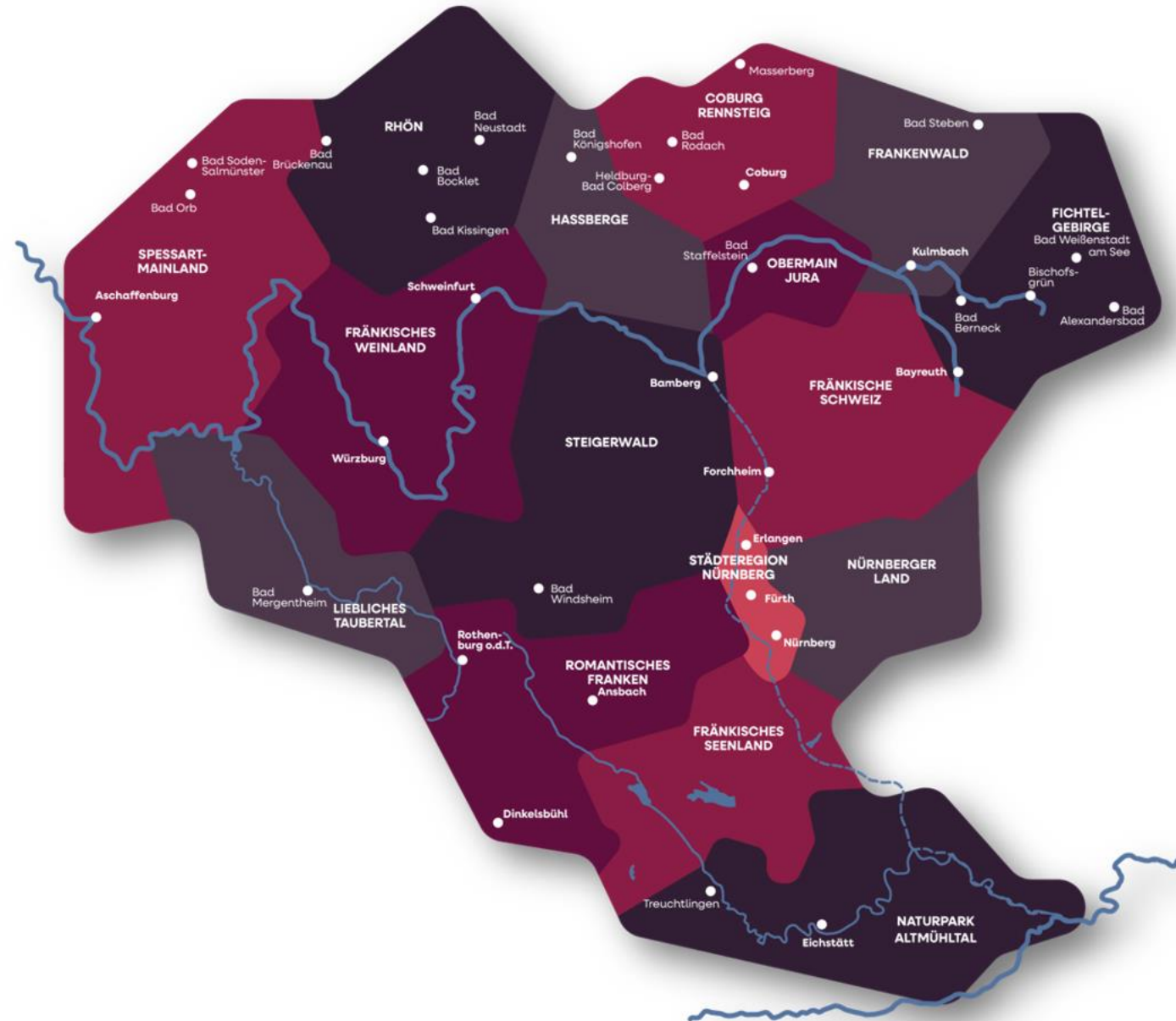
Kitzingen

7. Juli 2026

Franken
Freude am Entdecken

Themen

1. Struktur / Organisationen im Tourismus
2. Aufgaben des Tourismusverbandes Franken
3. Projekte / Maßnahmen
4. Mitgliederservice
5. Wirkung und Effekte des Tourismus



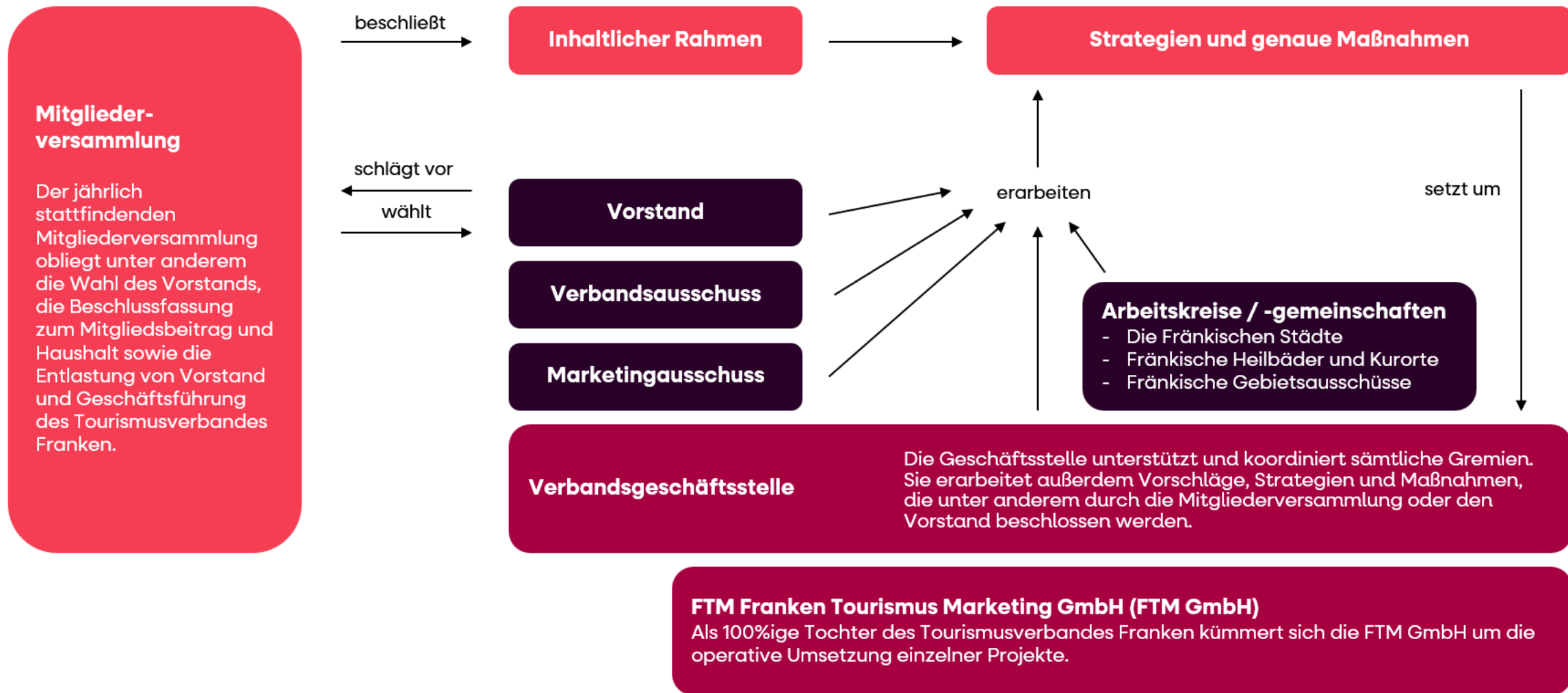
A photograph of a row of traditional European half-timbered houses. The houses are multi-storied with steep gabled roofs. The timber framing is painted in various colors, including red, white, and grey. Some windows have flower boxes. In the foreground, three people are riding bicycles on a paved street. The sky is blue with some clouds. A large magenta diagonal shape covers the bottom left corner of the image, containing the text.

Struktur / Organisationen

Struktur / Organisationen im Tourismus



Organigramm Franken Tourismus



Tourismusentwicklung 2025

	Gästeankünfte ¹	Veränderung	Übernachtungen ¹	Veränderung	Aufenthaltsdauer
Franken²	11.057.834	0,5 %	26.002.646	- 0,4 %	2,4
Ostbayern	5.447.941	2,6 %	16.718.266	0,8 %	3,1
Allgäu/Bayerisch-Schwaben	6.070.548	1,0 %	17.325.706	0,4 %	2,9
Oberbayern-München*	19.211.442	0,8 %	45.641.816	0,2 %	2,4
Bayern**	40.986.089	0,9 %	102.918.571	0,2 %	2,5
Deutschland	192.023.353	1,2 %	497.411.242	0,3 %	2,6

9. Juni 2026

Quelle: Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter (BY, BW, HES, THÜ)

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche, etc.“

(2) mit Mitgliedern in Hessen, Thüringen und Baden-Württemberg (soweit Daten verfügbar)

* München:

Ankünfte: 9.305.028 (+ 0,3 %)

Übernachtungen: 19.681.051 (- 0,2 % / durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 2,1)

** ohne fränkische Mitglieder in BW, HES, THÜ, ohne Doppelzählung durch Gemeinden in zwei Tourismusregionen

Hinweis: Angaben ohne Gewähr

Tourismusentwicklung 2025

Tourismusgebiete „Franken“	Gästeankünfte ¹	Veränderung	Übernachtungen ¹	Veränderung	Aufenthaltsdauer
Naturpark Altmühltal	703.032	- 2,2 %	1.401.787	- 1,3 %	2,0
Fichtelgebirge	659.689	1,7 %	1.524.780	- 0,5 %	2,3
Fränkische Schweiz	412.039	- 1,0 %	1.011.629	0,3 %	2,5
Fränkisches Seenland	419.983	- 1,0 %	1.327.690	- 0,2 %	3,2
Fränkisches Weinland	1.478.257	1,5 %	2.696.600	0,2 %	1,8
Frankenwald	255.876	- 2,2 %	787.921	- 2,5 %	3,1
Haßberge	110.740	- 2,4 %	298.568	- 3,6 %	2,7
Liebliches Taubertal	345.298	11,2 %	1.081.729	7,4 %	3,1
Nürnberger Land	221.756	0,5 %	412.474	- 0,7 %	1,9
Obermain.Jura	214.790	- 0,8 %	646.672	- 1,5 %	3,0
Coburg.Rennsteig*	273.270	- 4,5 %	861.630	- 7,1 %	3,2
Rhön	597.835	- 2,4 %	2.843.115	- 0,1 %	4,8
Romantisches Franken	905.688	- 0,5 %	1.789.242	- 1,1 %	2,0
Spessart-Mainland**	815.344	0,3 %	2.193.080	- 1,3 %	2,7
Städteregion Nürnberg	2.692.903	1,8 %	4.975.367	- 0,1 %	1,8
Steigerwald	951.334	0,1 %	2.150.362	0,5 %	2,3
	11.057.834	0,5 %	26.002.646	- 0,4 %	2,4

9. Juni 2026

Quelle: Bay. Landesamt für Statistik, Statistische Landesämter (BW, HES, THÜ)

(1) Bereich „gewerblich (ab 10 Betten) / Campingtouristik“ / ohne Bereiche „Privatzimmer, Verwandtenbesuche etc.“

* mit Mitgliedern in Thüringen

** mit Mitgliedern in Hessen

Hinweis: Angaben ohne Gewähr

Aufgaben



Aufgaben lt. Satzung

des Tourismusverbandes Franken

Zweck des Verbandes ist es, unmittelbar und ausschließlich alle Maßnahmen zu fördern, die der Pflege und Förderung des Tourismus in Franken dienen können.

Dem Verband obliegt die Vertretung der Gesamtinteressen des fränkischen Tourismus gegenüber dem Bund, dem Staat, den Gemeinden und Gemeindeverbänden, ferner gegenüber den Verkehrsträgern und sonstigen Körperschaften, die sich auf dem Gebiet des Tourismus betätigen.

Aufgaben

des Tourismusverbandes Franken

Mitgliederservice

Marketing / Presse

Qualität

Interessenvertretung

Kooperationen

Marktforschung

Und vieles mehr!

Erfolgsfaktoren Franken

1.

Sehr enger Austausch und hervorragende Zusammenarbeit mit den verschiedenen Ebenen (Ort-Gebiet-Verband)

2.

Gliederung und Bewerbung der 16 Tourismusgebiete nach **landschaftsbezogenen** Kriterien

3.

Grenzüberschreitende Zusammenarbeit (Thüringen, Hessen, Baden-Württemberg, z.B. MainRadweg)

4.

Vermeidung von Konkurrenzdenken – enge und **zielführende Zusammenarbeit** mit den unterschiedlichen Partnern

5.

Vermeidung von Zersplitterungen / Unterstrukturen

Erfolgsfaktoren Franken

6.

Fokus auf Weiterbildung / Digitalisierung / Nachhaltigkeit
Qualitätsverbesserung / Marketing / Vernetzung

7.

Innovative Marketingarbeit (z.B.: Themenorientierung, Digitale Kanäle, Storytelling, Bewegtbild)

8.

Gleichwertige Berücksichtigung aller 16 Gebiete, 15 Städte und der Kur- und Erholungsorte in der Kommunikation

9.

Ausgewogene Berücksichtigung der Segmente „Erholung“, „Städte/Kultur“, „Aktiv“, „Kulinarik“, „Gesundheit“

10.

Nutzung der **reichweitenstarken und professionellen** Kommunikationsschienen des Verbandes durch die Mitglieder (verzahnte Kommunikation)

Kooperationen

Bayern Tourismus Marketing GmbH

Regierungen (Investitionsvorhaben)

Tourismusausschüsse der fränkischen IHK's

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Bayerischer Heilbäder-Verband

ADAC Nordbayern

Bayerisches Zentrum für Tourismus

Flussparadies Franken

Beirat des Netzwerks Industriekultur Nordbayern

Bayerischer Tourismusverband

Bayerische Eisenbahngesellschaft

Planungsverbände

Deutscher Tourismusverband

Vertretung Bayerns in der Arbeitsgruppe Tourismuspolitik des DTV

Bayerischer Fachausschuss für Kurorte, Erholungsorte und Heilbrunnen

Prüfungsausschuss der IHK Mittelfranken

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

Industrie- und Handelskammern in Franken

Autobahndirektion Nordbayern

Private Brauereien Bayern

Albrecht Dürer Airport Nürnberg

Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club (ADFC)

Gebietsweinwerbung Frankenwein-Frankenland GmbH

EMN Europäische Metropolregion Nürnberg

Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau

Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN)

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern

Aufgaben und Struktur des Tourismusverbandes Franken



<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/news/aus-unserer-arbeit/infobroschuere-tourismus-in-franken/>

Projekte / Maßnahmen



Projekte und Maßnahmen

Marketing & Presse-/Öffentlichkeitsarbeit

- Crossmediale Kampagnen & Online-Marketing
- Influencer-Marketing
- Nutzung diverser Online-Plattformen
- Pressearbeit, Verkaufsförderung
- Medien-Kooperationen
- Print-Broschüren
- Events, Messen & Imagekampagnen





Gemeinsam klingt's lauter –
Kooperation als Erfolgsfaktor
unserer Kampagne **Bayern
gehört
erlebt**



Franken geHÖRT erlebt

Darstellung in der Marketingarbeit (**mehrfährig angelegte Kampagne**):

- Doppelseite im Urlaubsmagazin 2026 „Franken – Freude am Entdecken (Seiten 72/73)
- Darstellung in der Broschüre „Franken – Kulturelle Entdeckungsreise“ 2026 (Seiten 9+111)
- Darstellung in der Broschüre „Franken – Freizeitparadies“ (Seite 9)
- Vorstellung der Kampagne beim Jahres-Pressesgespräch im Februar 2026
- Feature im Pressedienst „Der FrankenReporter“
- Darstellung in der Jahres-Pressemeldung
- Darstellung unter „Highlights 2026“
- Video-Clip und SocialMedia-Reel mit musikalisch-tänzerischen Szenen aus ganz Franken (YouTube)
- Bewerbung der Website „Franken geHÖRT erlebt“ mit Media-Budget
- Berücksichtigung bei Pressereisen, Anzeigen, Messen, Workshops, Print, Pressearbeit, Verkaufsförderung etc. in 2026/27
- Deutschlandweite Radiokampagne



A nighttime photograph of an outdoor event, possibly a festival or concert. A large crowd of people is visible in the foreground, mostly in silhouette. In the background, there are large, dark trees and a building with some lights. The sky is a deep blue. The image is framed by large, solid magenta shapes in the corners. The text 'Franken gehört erlebt' is overlaid in the center in a bright yellow font.

Franken
gehört
erlebt

Mitgliederservice



TourismusNetzwerk Franken

Plattform für Mitglieder und Partner als verlässliche Quelle für Informationen rund um touristische Themen.

Weiterbildung

Stellenanzeigen

Digitalisierung / KI

Termine

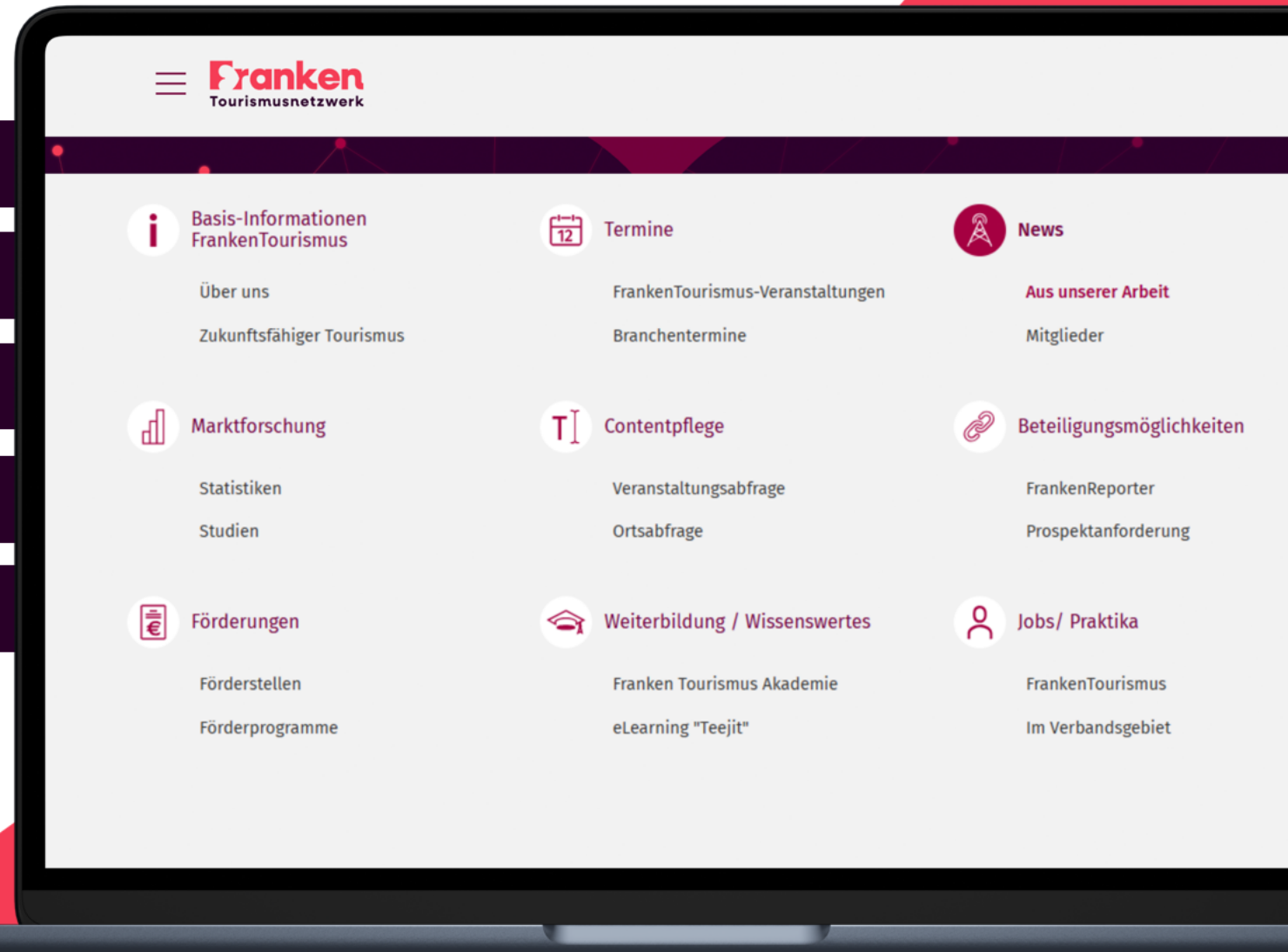
Brancheninformationen

Newsletteranmeldung

Marktforschung

BestPractice

Neuigkeiten unserer Mitglieder



Hinweis: Informationen zu neuen, innovativen oder besonders erfolgreichen Projekten bitte jederzeit an karolina.klemm@frankentourismus.de übermitteln

Franken Tourismus Akademie

Weiterbildungsangebote des Tourismusverbandes Franken

Kurse (online, eLearning-Plattform Teejit)

Kurse 2026

Authentisch Führen im Einklang mit Position und Person

Umgang mit schwierigen Kunden

KI im Tourismus

Digitales Routenmanagement

Kurse 2025

Erfolgreich Agieren am Counter

Starke Frauen stärken

KI im Tourismus / ChatGPT

Content Management (Strategie und Produktion)

Online-Recht im Tourismus

Weitere Formate wie beispielsweise „Trend-Check-Webinar“ oder „Kamingespräche“ mit dem Bayerischen Zentrum für Tourismus



<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/weiterbildung/angebote-frankentourismus/>



Wirkung und Effekte des Tourismus in Franken

Wirtschaftsfaktor Tourismus

Franken

Bayern

Bruttoumsatz:

11,4 Mrd. Euro

37,5 Mrd. Euro

Verteilung des Umsatzes:

- Gastgewerbe
- Einzelhandel
- Dienstleistungen

5,4 Mrd. Euro

18,8 Mrd. Euro

3,8 Mrd. Euro

11,0 Mrd. Euro

2,2 Mrd. Euro

7,8 Mrd. Euro

- Bezieher Primäreinkommen: 175.240 Personen

525.000 Personen

Wirtschaftsfaktor Tourismus

In Franken

Bruttoumsatz: Übernachtungsgäste + Tagesbesucher

Bruttoumsatz durch den Tourismus: 11,4 Mrd. Euro

- Übernachtungstourismus 4,8 Mrd. Euro
- Tagestourismus 6,6 Mrd. Euro

Verteilung des Umsatzes:

- Gastgewerbe 5,4 Mrd. Euro
- Einzelhandel 3,8 Mrd. Euro
- Dienstleistungen 2,2 Mrd. Euro

- Bezieher Primäreinkommen: 175.240 Personen



Wirtschaftsfaktor Tourismus

Im Fränkischen Weinland

Bruttoumsatz: Übernachtungsgäste + Tagesbesucher

Bruttoumsatz durch den Tourismus:

- Übernachtungstourismus 1,6 Mrd. Euro
- Tagestourismus 0,44 Mrd. Euro
- Tagedtourismus 1,16 Mrd. Euro

Verteilung des Umsatzes:

- Gastgewerbe 0,68 Mrd. Euro
- Einzelhandel 0,65 Mrd. Euro
- Dienstleistungen 0,27 Mrd. Euro

- Bezieher Primäreinkommen: 24.100 Personen



Wirtschaftsfaktor Tourismus

Im Weinland Franken

Bruttoumsatz: Übernachtungsgäste + Tagesbesucher

Bruttoumsatz durch den Tourismus:	3,9 Mrd. Euro
· Übernachtungstourismus	1,2 Mrd. Euro
· Tagestourismus	2,7 Mrd. Euro

Verteilung des Umsatzes:	
· Gastgewerbe	1,8 Mrd. Euro
· Einzelhandel	1,4 Mrd. Euro
· Dienstleistungen	0,7 Mrd. Euro

· Bezieher Primäreinkommen:	59.730 Personen
-----------------------------	-----------------



Effekte durch den Tourismus

Wirtschaftlich

- Sicherung der **Wirtschaftskraft**
- Stärkung **regionaler Strukturen**
- Tourismus fördert **lokale Wirtschaftskreisläufe** (Bauunternehmen, Handwerk, Grafikagenturen etc.)
- Schaffung und Sicherung von ortsgebundenen **Arbeitsplätzen**
- Generierung von **Steuereinnahmen**

Kulturell

- Erhalt von **Traditionen, Brauchtum und Kultur**
- Förderung von **Austausch, Verständnis und Weltoffenheit**

Lebensqualität für lokale Bevölkerung

- Steigerung der **Lebensqualität** und **-zufriedenheit**
- Weiterentwicklung der örtlichen Angebote (z.B. Kulturangebote, Veranstaltungen etc.)
- Verbesserung der **Nahversorgung**
- Erhöhung der **Attraktivität** der Kommune
 - Für Unternehmensansiedlungen und Investitionen
 - für die Gewinnung von Arbeitskräften
- Verbesserung der **örtlichen Infrastruktur** / Verschönerung des Ortsbildes (z.B. Wanderwege, Radwege, Gastronomie etc.)
- Erhalt und Ausbau des ÖPNV



Tourismus in Franken 2025

Ein Jahr – viele Facetten

Hilfreiche Links

Tourismusnetzwerk Franken „Aus unserer Arbeit“:

<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/news/aus-unserer-arbeit/>

Recap-Clip 2025:

<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/news/jahres-zusammenfassung-2025/>

Anmeldung zum Newsletter:

<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/newsletter/>

Pressedienst „Der FrankenReporter“ (inkl. Planungsübersicht und Deadlines im PDF zum Download):

<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/beteiligungsmoeglichkeiten/frankenreporter/>

Beteiligungsmöglichkeiten:

<https://www.tourismusnetzwerk-franken.de/beteiligungsmoeglichkeiten/>

Team FrankenTourismus



Angelika Schäffer
Geschäftsführung



Alexander Hart
Stellvertretung GF
Anzeigen
Print
Messen
Prospekte
Websitepflege



Jörg Hentschel
Referent GF
Strategie
Netzwerke, Kommunikation
Urlaubsmagazin
Auslandsmärkte (Übersee)
Sonderprojekte



Birgit Heinermann
Veranstaltungen
Websitepflege
Musikzauber Franken
Buchhaltung / Personal
Mitgliederverwaltung



Karolina Klemm
TourismusNetzwerk Franken
Newsletter
Franken Tourismus
Akademie



Claudia Büttner
Pressearbeit
Verkaufsförderung
Auslandsmärkte (Europa)



Lukas Schmidt
Assistenz Marketing
Franken-Roadshows
Messen
Prospekte



Manuel Teich
Facebook
Instagram
Blogger
Google



Lukas Miller
Anfragenbearbeitung
Prospektverwaltung
Büromanagement