

Protokoll der Sitzung des AK „Tourismus“ vom 16.02.2012

Sitzungsort: Pressecker Hof, Presseck

Teilnehmer: ca. 20

1. Der Ist-Zustand der „Fränkischen Steinreichs“ und der weitere visionäre Horizont

Nach der nun erfolgten Zertifizierung des Qualitätswanderwegs „Fränkisches Steinreich“ und der wohl anstehenden Abarbeitung der Nacharbeiten wie etwa der Erstellung der Übersichts- und Objekttafeln richtete AK-Sprecherin Christine Schoch in dieser Sitzung den Focus auf eine mögliche Vermarktung dieser „Wanderautobahn“. Was sie da bei der Zertifizierung in Stuttgart als absolute Besonderheit gesehen habe, so Schoch weiter, sei, ganz klar diese einmalige Verbindung bei diesem Weg von Millionen Jahren Erdgeschichte mit der Kulturgeschichte hervorzuheben. Zudem sei er Teil dieses Wanderdreiecks im hochfränkischen Raum zusammen mit dem hiesigen Teil des „Frankenwegs“ und des „Fränkischen Gebirgsweg“ mit einer Gesamtlänge von 170 Kilometern. Da stehe er in einem sehr interessanten Wanderkontext.

Robert Strobel, Vorsitzender des Frankenwaldvereins, wollte diese überregionale Bedeutung dieses jetzt endlich geschlossenen Wanderdreiecks sogar mit einem noch erweiterten Blick gesehen bekommen. Immerhin sei der Ausgangspunkt dazu die Selbitzbrücke bei Blankenstein/Unterreichenbach, wo eigentlich ein richtiges „Wanderdrehkreuz von großer nationaler Bedeutung“ entstanden sei. Dort träfen ja der Rennsteig, der neue vogtländische Kammweg und eben der Frankenweg und der Fränkische Gebirgsweg zusammen. „So etwas gibt es in Deutschland nicht mehr“, sagte der Nailaer. Und das „Fränkische Steinreich“ sei als Basisweg des kleinen Dreiecks im Anhang zu diesem Wanderkreuz zu denken, während die älteren Qualitätswanderwege in diese Richtung ja eigentlich ein großes Dreieck bildeten. Jetzt gelte es, eine Marke zu finden, die das bundesweit rüber trägt. Eine Aufgabe auch für die professionellen Touristiker der Frankenwald-Tourismus aus Kronach. Wenn dem so sei, fragte man sich, gelte es jetzt die Kompetenz- und Einflussbereiche der einzelnen Mitwirkenden abzustecken und klar ihre Aufgaben zu definieren.

2. Die Zielgruppenüberlegung

Bevor man eine solche Strategie fahren könne, müsse man aber auch ganz genau überlegen, an wen sich solche Werbemaßnahmen wenden sollten – so war der einhellige Gruppentenor. Als zunächst potentiell Interessierte macht man dann folgende Gruppen aus:

- die Tageswanderer aus der nächsten Umgebung
- die echten Tourenwanderer
- geologisch Interessierte

In der weiteren Diskussion zeigte sich allerdings, dass dies nur erste gruppenspezifische Ansatzpunkte sein könnten. Ebenso müsse man die Wanderer

mit einbeziehen, die von einem festen Urlaubsziel die Gegend ebenfalls in Tagesetappen erkunden wollten. Zudem seien Familien nicht zu vergessen, bei denen partikular nur ein Teil (wie etwa der Vater) eine Wanderleidenschaft habe. Für sie müsste ein erweitertes Angebot konzipiert werden. Letztendlich war der Tenor, dass feste Zielgruppendefinitionen nur ein Anfang sein könnten. Insgesamt müsse man beim künftigen Angebot so auch variabel sein.

3. Die Träger des Marketings und der wirtschaftlichen Weiterentwicklung

Ein weites Feld, wie sich in der Diskussion herausstellte. Gefordert für den zweiten Schritt nach der Zertifizierung des „Fränkischen Steinreichs“ als Qualitätswanderweg und der Entwicklung unserer Gegend sind eine Reihe von Akteuren. Und sie unter einen Hut zu bringen, dürfte nicht einfach sein. Im Einzelnen:

a) Die Frankenwald-Tourismus-Service-Center

Auf sie waren zunächst natürlich alle Augen gerichtet. Oder wie es Robert Strobel nach der erfolgten Zertifizierung ausdrückte: „Jetzt sind die Touristiker am Zug.“ So sah ihre Aufgabe auch Heiko Müller als Betreiber der Wandergaststätte „Neumühle“ – einem der Hauptetappenziele. „Jetzt müsste diese Organisation Angebote akquirieren“, forderte er. Diese Einrichtung habe schließlich den Blick des Gastes und müsse aktiv in Richtung umsetzbarer Konzepte arbeiten, meinte er. Dass das nicht so einfach zu bewerkstelligen sei, konterte Markus Franz, Geschäftsführer der „Frankenwald Tourismus“. Man brauche schon Überlegungen der Anbieter – seien es begleitete Wanderungen, Pauschalangebote mit Tagestouren, Gruppenermäßigungen, die Bereitschaft zu „Eine-Nacht-Übernachtungen“ oder die Vermarktung über professionelle Reiseanbieter in diesem Segment. Dass dazu weitere Diskussionen und Konkretisierungen notwendig seien, wurde schnell klar.

Den Blick von Heiko Müller konterte Franz auch ganz schnell anders. Immerhin habe seine Organisation schon relevante Medien bedient. So sei ein Artikel an das Zentralorgan der Zertifizierungsinitiative „Wanderbares Deutschland“ mit gleichem Namen mit dem Thema „Drehkreuz, Wanderdreieck und neuer Qualitätswanderweg“ eingereicht worden. Solche Artikel in einem solchen Medium liefen allerdings nicht kostenfrei. Weiter sei dieser neue Wanderweg schon im neuen Flyer des Naturparks Frankenwald mit Kurzbeschreibung und Wegeskizze verankert. Zudem habe man auch schon Kooperationen mit Reiseveranstaltern wie etwa VIKINGER Reisen angeleiert. Jetzt müssten halt die Pakete von der Basis kommen.

„Wir wollen niemand was wegnehmen“, antwortete Franz auch auf ursprüngliche Verstimmungen, dass der neue Wanderweg zunächst ohne die Einbeziehung seiner Organisation und ihres Marketingfachwissens konzipiert und realisiert wurde. Im Gegenteil: „Das Fränkische Steinreich passt gut in unser Angebotsportfolio rein“, sagte er. Deshalb stehe man dieser Geschichte auch sehr positiv gegenüber und unterstütze sie nach Kräften. Allerdings sei für ein professionelles Marketing und eine professionelle Angebotsstruktur aus dieser Region noch einiges zu leisten.

b) Die Anbieter, Gastronomen und Event-Gestalter

„Wir müssen selber liefern. Wir sind gefordert“, war die kurze Zusammenfassung von Erhard Hildner, Tourismusbeauftragter des Landkreises Kulmbach, zu dem, was unter diesem Punkt diskutiert wurde. Oder anders ausgedrückt: „Wir haben hier ein Produkt geschaffen, das noch nicht buchbar ist.“ So Heiko Müller, Eigentümer des Etappenziels „Neumühle“ im Steinachgrund mit Bewirtungs- und Übernachtungsmöglichkeiten. Und genau in diese Richtung hatte eigentlich auch Markus Franz vorher argumentiert: Diejenigen, die die augenblicklichen Potentiale haben und als erste von einer solchen Strategie profitieren würden, müssten sich jetzt Gedanken machen, was sie eigentlich offerieren wollen, und was sie mit dem „Fränkischen Steinreich“ als Zugewinn bekommen haben.

Dabei sei es laut Franz mittlerweile schon Usus, dass man für Pauschalangebote im Umfeld einer solchen „Wanderperle“ auch Ergänzungsangebote wie geführte Wanderungen, (Klein)Bus-Shuttles zu Etappenzielen mit Gepäcktransport oder Begleitprogramme für Familien wie etwa Führungen auf der Plassenburg, dem Brot- und Brauereimuseum in Kulmbach, der Therme in Bad Steben oder dem Erlebnispark am Hofer Untreusee und das Naturerlebnis im eignen Umfeld anbieten müsse. Man stehe ja auch in einem harten Konkurrenz-Wettbewerb mit anderen Ferien- und Wanderregionen. „Die Anbieter müssen zusammen kommen“, forderte deshalb auch FWV-Vorsitzender Robert Strobel. Dass das gerade im LQN-Gebiet noch sehr lange Basisarbeit erfordern werde, wollte Matthias Trendel festgestellt wissen. „So weit sind wir hier im Gebiet des `Steinreich-Wegs´ noch lange nicht“, sagte er. Alle seien gefordert, das zu ändern.

c) LQN und die Hauptvereine

Dass überhaupt die Realisierung eines solchen Projekts so schnell und so gut gelaufen sei, darüber freute sich auch Chefplaner Harald Tragelehn. Während in überregionaleren Zusammenhängen wie etwa dem Naturpark Frankenwal oder dem Geopark immer wieder verwaltungstechnische Einbremsversuche zu überstehen seien, handele man bei LQN auf unterster Ebene – und damit relativ schnell. Der direkte Kontakt zu den agierenden Personen sei hier der große Vorteil. Auch den schnellen Kontakt zu den Hauptvereinen zur Unterstützung dieses Projekts fand er sehr gut.

Dennoch hatte er auch ein paar skeptische Gedanken parat: Die wohl wirklich spektakuläre Verbindung von geologisch einmaligen Gegebenheiten mit einer recht interessanten Kulturgeschichte stehe hinsichtlich des touristisch vermarktbareren Angebots noch etwas auf „tönernen Füßen“. Man brauche eben auch Wanderführer, die dies überbringen könnten. Angesichts des Potentials in seinem Frankenwaldverein und der finanziellen Mittel sowohl des Naturparks wie auch des Geoparks sei nicht damit zu rechnen, dass hier eine Besserung eintreten könnte. Und dann fehle ein ganz wichtiges Element der Nachhaltigkeit, das für einen solchen Qualitätswanderweg für seine erneute Zertifizierung nach drei Jahren gefordert wird. eben dieses Potential an qualifizierten Führungsexperten.

Da stellte allerdings Robert Strobel schon Abhilfe in Aussicht: Sowohl der Frankenwald- wie auch der Fichtelgebirgsverein böten genau in diesem Jahr schon genormte Ausbildungen nach den Kriterien des Deutschen Wanderverbandes in diese Richtung an. Jetzt müssten halt die Ortsvereine reagieren, wie sie die besetzen wollten.

4. Sonstiges

Für den weiteren Fortgang der Maßnahmen um den Qualitätswanderweg „Fränkisches Steinreich“ stellte Harald Tragelehn in Aussicht, dass die Objekt- und Übersichtstafel noch in diesem Winter fertig gestellt werden sollen. Dazu soll auch die Begleitbroschüre, die dann bei allen touristischen Einheiten ausliegen soll, bis April gedruckt sein.

Protokollant: Matthias Trendel