

# PFADE Audit

Methodik zur Zertifizierung von Reisezielen (P-F-A-D-E)

Name der Destination \*

Churfranken

Tester:in \*

Stephan Zurfluh

Datum des Audits

MM DD YYYY

05 / 29 / 2026

P – Planung (Strukturanalyse)

P1 - Informationshoheit: Konsistenz Website vs. Drittanbieter

Einladung zur Pressereise, Programm und Hotel stehen fest

P2 - Journalistischer Support: Reaktion & Qualität

Pressereise gut ausgearbeitet, hat alles geklappt

**P3 - Markenidentität: Klares Profil oder Bauchladen?**

Churfranken präsentiert sich als dynamische Wirtschaftsregion mit Rotwein

---

**P4 - Ganzjahres-Resilienz: Infrastruktur Nebensaison**

sehr gut, besonders empfehlenswert in Frühjahr und Herbst, ebenso ein Reiseziel für Flusskreuzfahrten

---

**P5 - Lage-Check: Geografie & Mikroklima**

liegt zentral in Westfranken grenzt hier an Hessen und Baden Württemberg

---

**F – Fahrt (Mobilitäts-Audit)****F1 - Verbindung ab Zürich HB (Züge, Umsteigen, Nachtzug)**

via Zürich - Stuttgart -Lauda

---

**F2 - Öko-Bilanz: CO2-Vergleich Bahn vs. Flug**

Bahn empfehlenswert, Tipp DeutschlandTicket

---

**F3 - Last-Mile-Check: Weg zum Hotel**

Bushaltestelle direkt vor Hotel in Bürgstadt, Taxis vorhanden

---

**F4 - Gästekarten-Integration: ÖPNV & Digital-Check**

keine Gästekarte oder touristische Vermarktung als Churfranken, öV schwach am Abend

---

## F5 - Transparenz: Tarife & Fahrpläne

wenig transparent, Bayern ist Autoland

---

## A – Aufenthalt (Infrastruktur)

### A1 - Beherbergungs-Mix (Grand Hotel bis Pension)

Hotel Landgasthof Adler, komfortabel, gibt auch Pensionen, 5\* Hotels fehlen

---

### A2 - Buchungshürden: Systembrüche?

vorher nicht geprüft, Radfahrer finden Preise hoch

---

### A3 - Zielgruppen-Eignung: Realität vs. Werbung

zum ersten Mal von der Region gehört, arbeiten professionell mit Presse und sozialen Medien, Tourismus Churfranken auch für die Gewinnung von Fachkräften verantwortlich, es wird touristisch ü50 angesprochen, passt, gutes Angebot

---

### A4 - Preis-Ethik: Verhältnis zur Leistung

teurer als z.B. Kronach, Lohnniveau scheint dort auch höher

---

### A5 - Ihre Erfahrung zu den Ausflügen

es ist fantastisch gewesen die Burgen Klingenberg, Miltenburg und Henneburg kennen zu lernen, das Bogenschiessen fand ich sehr bereichernd

---

## D – Dialog (Soziale Resonanz)

**D1 - Lokale Authentizität vs. Touristenghetto**

touristisch wenig entdeckt, Ausnahme Miltenberg durch Kreuzfahrten allein 120'000 Gäste

**D2 - Sprachkompetenz (DE/EN/Landessprache)**

gutes Bildungsniveau in der Region, englisch ok

**D3 - Touristiker-Spirit: Begeisterung?**

die Winzer und der Bierbrauer begeistern sich für den Tourismus und fördern Churfranken

**D4 - Service-Qualität: Test Gastro/Info**

guter Service, ansprechende Gastronomie, gut für Radfahrer

**D5 - Spontaneität bei Extrawünschen**

eher wenig, knapper Zeitplan

**E – Erfahrung (Wirkung)****E1 - Erholungsfaktor nach 48h**

die Pressereise hat mir eine Region gezeigt, die ich vorher nicht kannte

**E2 - Wissenszuwachs: Geschichte/Leben**

ich weiss was Churfranken ist und konnte auf Burgreisen weitere Inhalte beisteuern

### E3 - Lehren für den Alltag (Impulse für CH)

das persönlich Gespräch mit dem Bürgermeister beim Abendesse hat mir viele Einblicke in die kommunale Verwaltung geschenkt

### E4 - Kritik & Korrektur: Was trübt das Erlebnis?

enger Zeitplan, hätte gerne öfters meine Gitarre ausgepackt

### Das ferien.io Urteil

#### Sterne-Vergabe

	1	2	3	4	5	
Basis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Exzellent

### Die persönliche Note (Pointiertes Fazit)

es war eine schöne Pressereise, wünsche mir mehr Leichtigkeit

This form was created inside of Gesellschaft für Internationale Entwicklung.

Google Forms