



Stockholm 2024-05-14

Pressinformation

Hemliga tavernor i Franken och andra kulinariska guldorn i Tyskland

Förr i tiden tömde man lador, vardagsrum eller till och med privata sovrum för att under en begränsad tid servera gästerna sina egna viner och genuin husmanskost. Idag är vinområdenas sk "Heckenwirtschaften" en säsongsbetonad höjdpunkt för alla som gillar genuina upplevelser. Det bayerska vinområdet Franken bjuder på lysande exempel, just när det kommer till Heckenwirtschaften.



© Because You Are Hungry / Benedikt Steinle / Antonia Kögl

Bröd och vin är huvudingredienserna hos en Heckenwirtschaft © Because You Are Hungry/Benedikt Steinle & Antonia Kögl

Tavernor i häcken är det direktöversatta ordet för Heckenwirtschaft. En gång i tiden betydde det att vingården saknade utskänkningstillstånd och drev sin restaurang i hemlighet. Idag betyder det att värdshusägaren får servera (och har tillstånd för) säsongsbaserad utskänkning av vin och mat. Vinodlarna öppnar sina dörrar för att erbjuda gästerna en möjlighet att prova de senaste vinerna och äta en hemmagjord måltid i en

Stockholm 2024-05-14

mysig atmosfär. Ofta är entrén till restaurangen dekorerad med en grankvist, en färgglad bukett eller en vinranka, som en väl synlig skylt.



Sparristid på restaurang Wonka © GNTB/Jens Wegener

Heckenwirtschaft är typisk för Franken, det område som ligger öster om Frankfurt. Området består av 16 regioner och 15 karakteristiska städer med mycket kultur, vandringar, cykelleder, julmarknader men även krigshistoriska minnen.

Städerna som ligger i området är bland annat Würzburg, Bamberg, Bayreuth, Nürnberg och den charmiga korsvirkesstaden Rothenburg ob der Tauber. Här hittar du även de mindre välkända, men väl värda ett besök, städerna Coburg, Dinkelsbühl och Forchheim. De flesta av dessa städer är korsvirkesstäder som har mycket historia och kultur att bjuda på. Bayreuth har många festivaler, såsom "barock i Bayreuth". Här går det att bo i ett prisat ölbryggeri. Kulmbach har å sin sida tillägnat ölen en hel vecka och kallas för "ölets hemliga huvudstad".

Stockholm 2024-05-14

Franken är även en region där vinproduktion av högsta kvalitet inte bara utlovas, utan även efterlevs. Vinet firas seriöst, på vinfestivaler och vinkulturevenemang. Varje år utser man en vindrottning, någon slags "vinambassadör, vars uppgift är att berätta om regionen och regionernas viner på olika tillställningar på hemmaplan, men även utomlands.

I Franken vandrar man längs vinstigar och njuter av platserna för en perfekt terroir - magiska platser både när det gäller vinet men också städerna, kulturen och utsikten. Här kan du uppleva vin och gästfrihet på restauranger, värdshus och vinbarer där stor vikt läggs på det frankiska köket och regionala delikatesser.



Det frankiska museet i Würzburg © Florian Trykowski

Franken är bara en liten del av Tyskland och precis som i många andra delar av landet hittar vi här också kultur, vandring, cykling och historiska platser. Här finns gott om natur med nationalparker för vandring och cykelturer, med lagom avstånd mellan gästgiverierna och vingårdarna, för luncher och nya upplevelser. I Franken finns bland annat fem UNESCO-världsarv, tex residenset i Würzburg, gamla stan i Bamberg och den äldsta

Stockholm 2024-05-14

jordgloben i världen, från 1492, som finns på Nationalmuseum i Nürnberg. I Nürnberg ligger också Deutsche Bahns tågmuseum, där tågentusiaster i alla åldrar kan uppleva tåghistorien i Tyskland, i år med en specialutställning om tågtoaletter.

Att Tyskland är ett populärt resmål bland svenskarna, visar förra årets övernattningsstatistik. År 2023 växte svenskarnas resor till Tyskland med 11,5% jämfört med året innan. Den svenska marknadsandelen – utav alla resor som görs till Tyskland - ligger idag på 1,8%.

Mer info om Tysklands kulinariska guldorn finns på [germany travel](https://www.germany.travel)



Stockholm 2024-05-14

Om Tyska Turistbyrån:

Tysklands turistbyrå (GNTB) är Tysklands nationella turistorganisation. Den arbetar på uppdrag av det federala ministeriet för ekonomi och klimatåtgärder för att representera Tyskland som turistland och finansieras av ministeriet i enlighet med ett beslut som fattats av den tyska förbundsdagen. I nära samarbete med den tyska resebranschen och partner och branschorganisationer inom den privata sektorn utvecklar GNTB strategier och marknadsföringskampanjer för att främja Tysklands positiva image utomlands som turistmål och uppmuntra turister att besöka landet.

GNTB har en tredelad återhämtningsstrategi för att övervinna utmaningarna i samband med nystarten efter COVID-19-pandemin:

- * Öka medvetenheten om varumärket Destination Tyskland och förbättra varumärkesprofilen med fokus på hållbarhet och begränsning av klimatförändringar.
- * Stödja resebranschen, som domineras av små och medelstora företag, genom relationshantering och kunskapsutbyte.
- * Utveckling av evidensbaserade handlingsplaner på grundval av riktade marknadsundersökningar och fortlöpande analyser av förändrad efterfrågan från kunderna.

Fokus på hållbarhet och digitalisering

GNTB främjar hållbar och framtidsinriktad turism i linje med den tyska regeringens mål. Fokus ligger här på hållbarhet och digitalisering.

Hållbarhet har varit ett centralt ämne i mer än ett decennium och vi engagerar oss i det som en strategisk fråga inom alla delar av organisationen. Vår organisation följer en strategi med tre pelare som kombinerar kunskapsdelning med externa partner och en stödjande kommunikationsstrategi med vårt interna hållbarhetsinitiativ. GNTB främjar ansvarsfull turism, ett viktigt tillväxtområde, genom att visa upp Tyskland som ett hållbart och inkluderande resmål på den internationella resemarknaden. Detta är särskilt viktigt eftersom pandemin har påskyndat den globala förändringen av resenärernas värderingar mot ett större socialt och miljömässigt ansvarstagande.

GNTB är en pionjär när det gäller att använda immersiv teknik (virtuell, förstärkt och blandad verklighet), röstassistenter och andra samtalsgränssnitt samt tillämpningar med artificiell intelligens, t.ex. chatbots. För att se till att turistutbudet är synligt på AI-baserade marknadsföringsplattformar samordnar GNTB den tyska turistindustrins projekt för öppna data, som syftar till att utveckla en kunskapsgraf för turism.

GNTB har 25 utländska byråer som den förvaltar från sitt huvudkontor i Frankfurt.