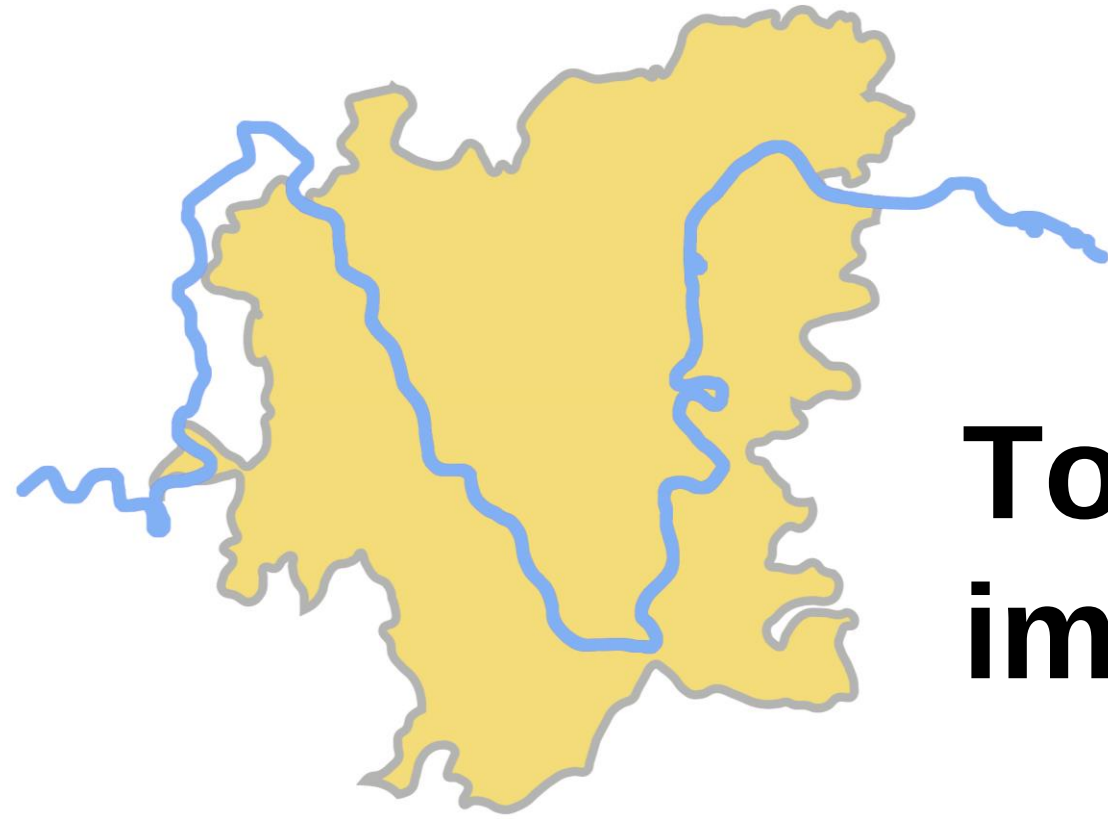




Tourismus & Naherholung im Fränkischen Weinland:

Gemeinsam stark für die Region!

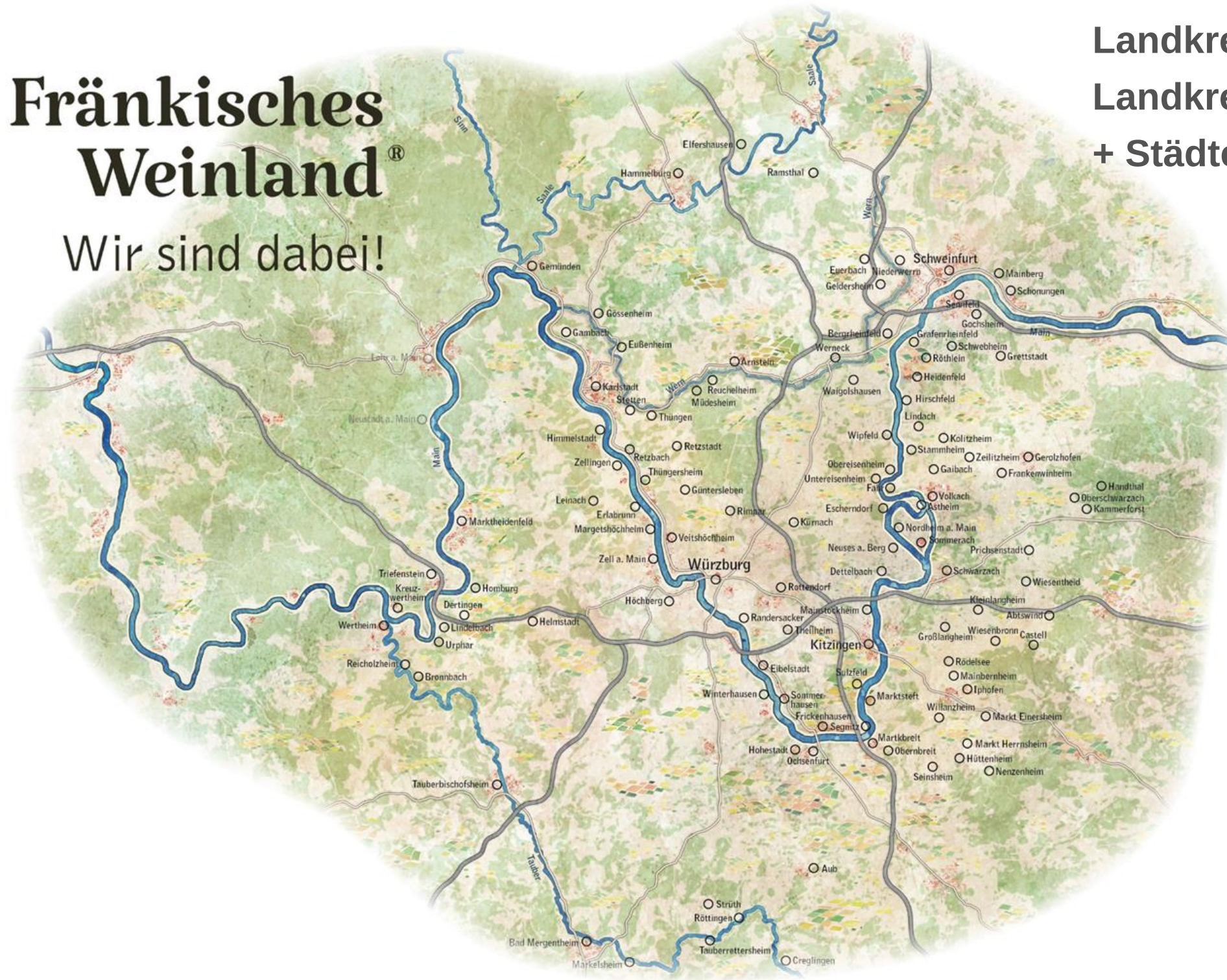
Herzlich Willkommen!

07.07.2026 – Kitzingen-Repperndorf

Wer / Was steckt dahinter?

**Fränkisches
Weinland®**

Wir sind dabei!



Die Gesellschafter =

Landkreis Würzburg / Landkreis Kitzingen /
Landkreis Schweinfurt / Landkreis Main-Spessart /
Landkreis Bad Kissingen
+ Städte Würzburg & Schweinfurt

Die Partner:

87 Partnerorte im Fränkischen Weinland

Die Netzwerker:

30 Tourismusstellen hauptamtlich

Was steckt dahinter?

**Fränkisches
Weinland®**
Wir sind dabei!



WISSENSWERTES:

- 2,7 Millionen Übernachtungen (TOP 3 in Franken)
- 31,2 Millionen Tagesreisende (dwif 2024)
- 30 hauptamtliche Touristik-Ansprechpartner

Vergleich der Fränkischen Urlaubsgebiete:

Übernachtungszahlen: Platz 3 von 16

Tagesreisen: Platz 2 von 16

Ausgaben der Gäste:

- Tagesgäste: 37,30 € - Platz 2 von 16
- Übernachtungsgästen: 131,40 € - Platz 3 von 16
- Gesamtumsatz: 1,6 Milliarden € - Platz 2 von 16

Die Geschäftsstelle – Ihr direkter Kontakt!



Wie können wir unterstützen?

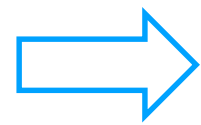
„Wir sorgen für Sichtbarkeit in einem bekannten Rahmen – dem Fränkischen Weinland!“

Gründe für eine Zusammenarbeit:

- + *Sichtbarkeit auch für kleine Kommunen im Großen & Ganzen*
- + *Nutzung v. Marketingkanälen, die sich keine Kommune einfach einzeln leisten kann*
- + *Professionelle Vermarktung*
- + *Bestehendes Netzwerk nutzen – nicht neu erfinden!*
- + *Tourismus ist auch = Naherholung f. Einheimische*



Mögliche Anknüpfungspunkte z. B. bei einer ILE?



Handlungsfeld 4 (Fränk. Süden): Freizeit, Erholung und Kultur

- 4-3 Ausbau und Vernetzung des Kulturwegenetzes
- 4-4 Ausbau des Gaubahnradweges als interkommunaler Mottoradweg der
- 4-5 Vernetzung der vorhandenen Angebote im Tourismus- und Kulturbereich
- 4-6 Informationskampagne zur Verbesserung des Radwegenetzes in der Region

WICHTIG: Wege der Vermarktung – Fränkisches Weinland bietet Optionen!
Voraussetzung: Sind die Gemeinden Partnerorte?



Was kann sichtbar werden?

„Wir haben kein touristisches Angebot – oder doch?“

Dinge, die f. Tourismus & Naherholung interessant sind, aber gerne nicht auf den ersten Blick so wirken:

- + *Regional-Vermarkter (Bio-Tourismuskonzept Lk. Würzburg)*
- + *Saisongemüse- und Früchte (Spargel, Erdbeeren etc.)*
- + *Rast-Automaten mit regionalen Produkten*
- + *Entwicklungsmaßnahmen im ländlichen Raum (besondere Blühwiesen, Ruheorte, Infotafeln zu Geografie)*
- + *Brauchtumspflege, Veranstaltungen*
- + *Regionales Handwerk (Bäcker & Metzgerhandwerk etc.)*
- + *Kulturstätten*



Digitales: Unsere Wissensplattform

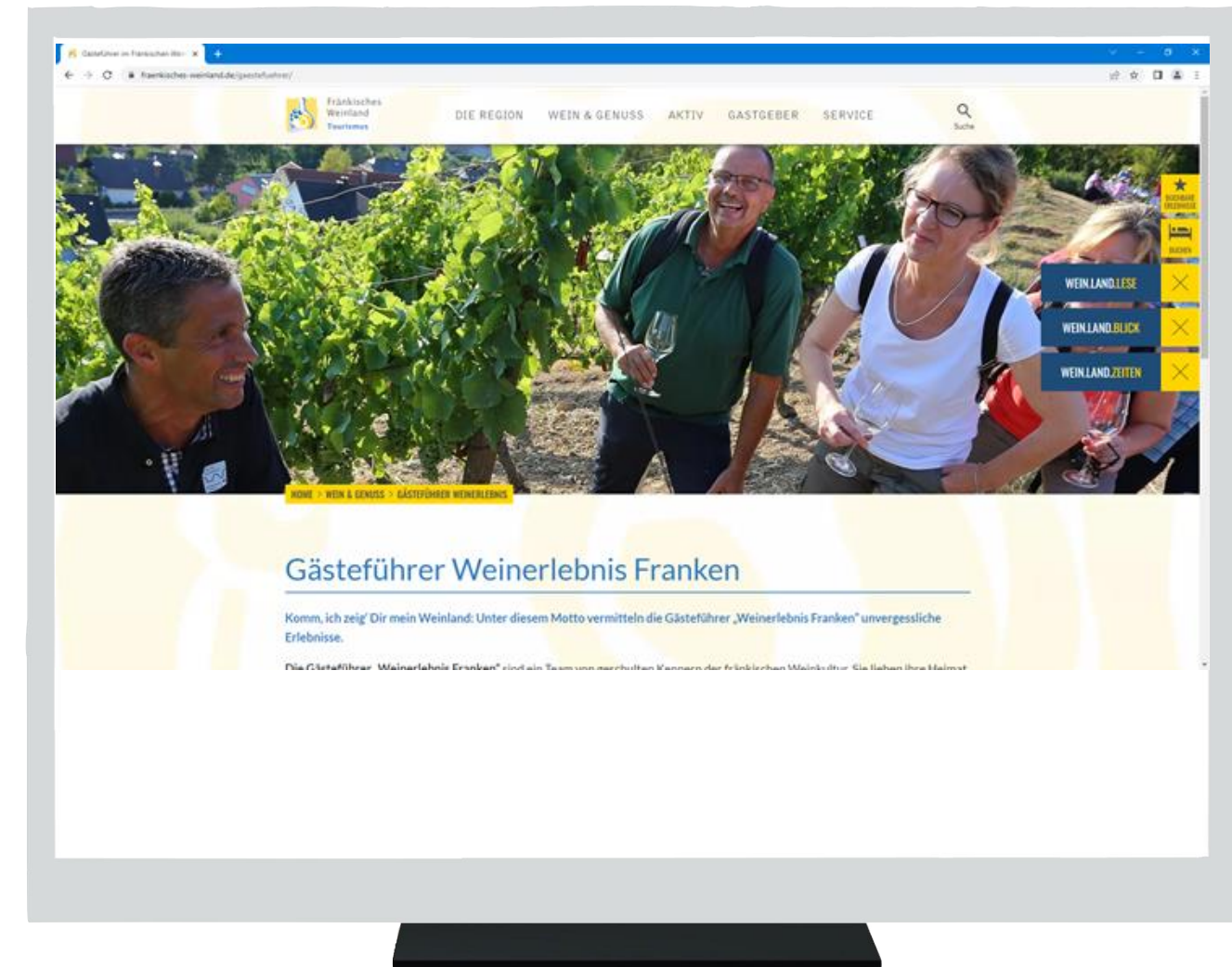
Fränkisches
Weinland®

Der Inhalt:

- Wissensplattform
- Ausflugs- und Freizeittipps
- Ortsinfos
- Womo-Stellplätze im Überblick
- ATLAS – Magazin Advertorials – als Storybook
- u.v.m.

Wer wird Sichtbar & wer informiert sich?

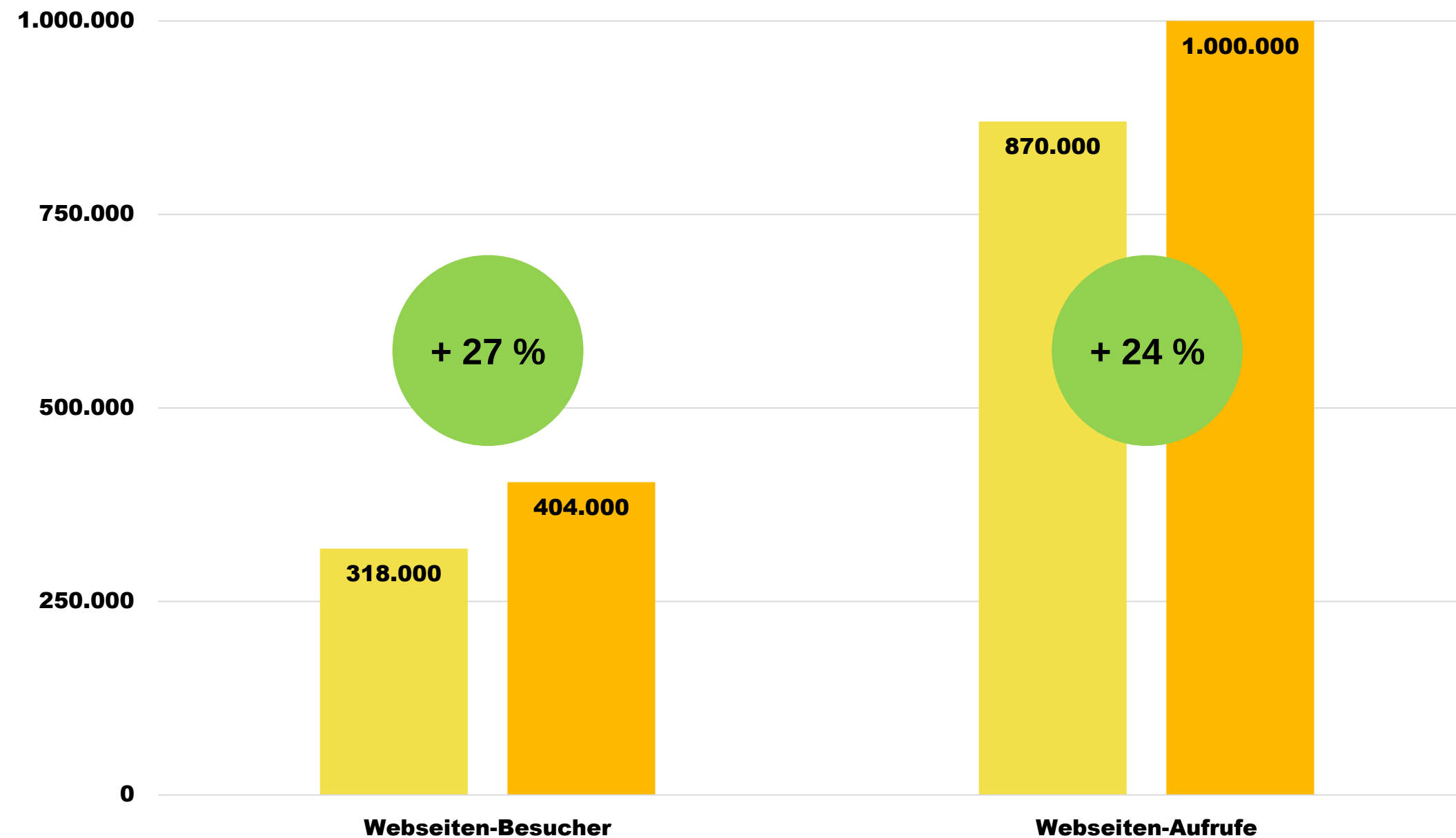
- 87 Orte & 5 Landkreise speisen diese Plattform
- Infoplattform für Naherholungssuchende & Urlaubsreisende



www.fraenkisches-weinland.de

Webseite www.fraenkisches-weinland.de

2024 vs. 2025



Höchste Anzahl
an Webseiten-Aufrufe
pro Monat: 58.746.
(August 2025)

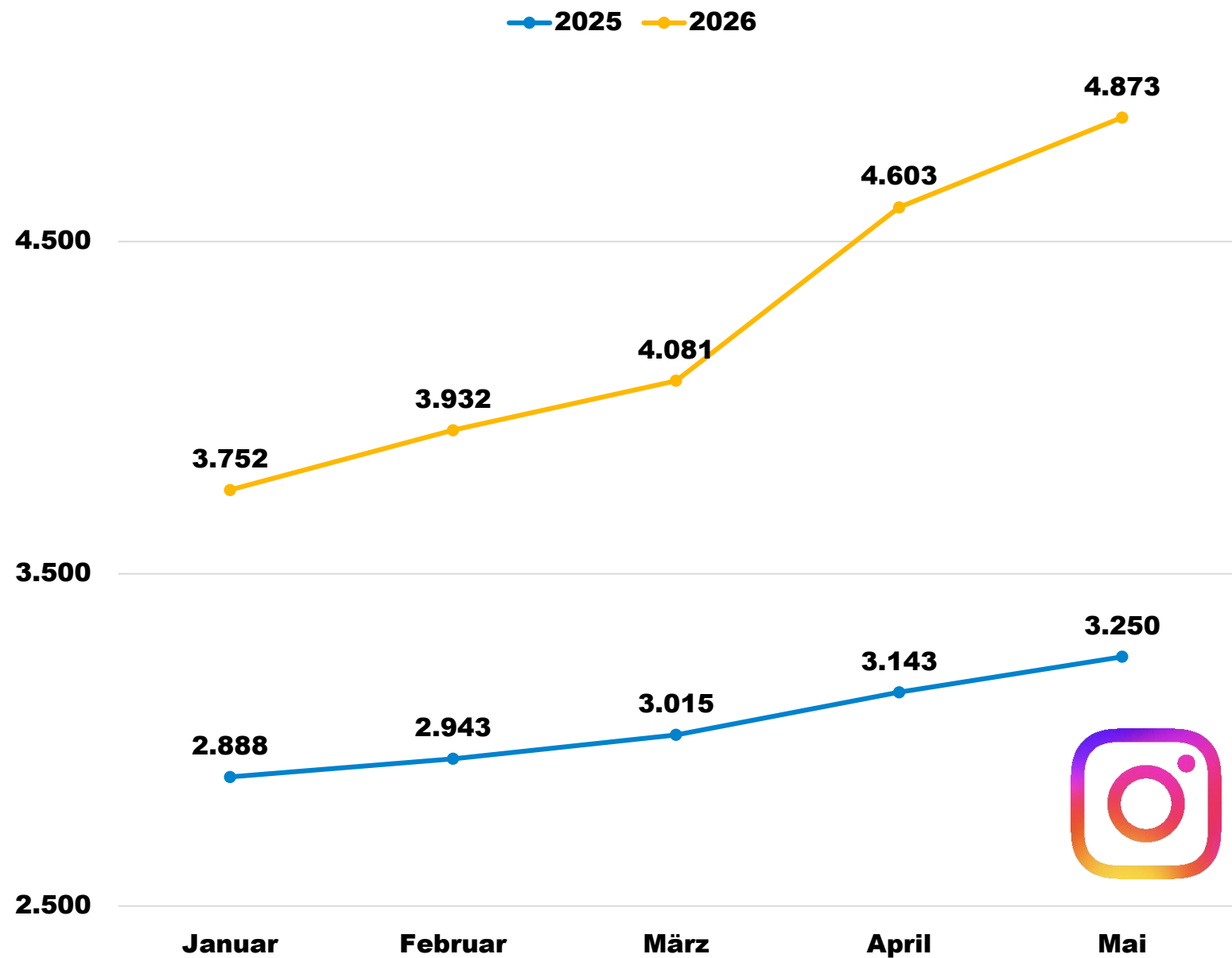
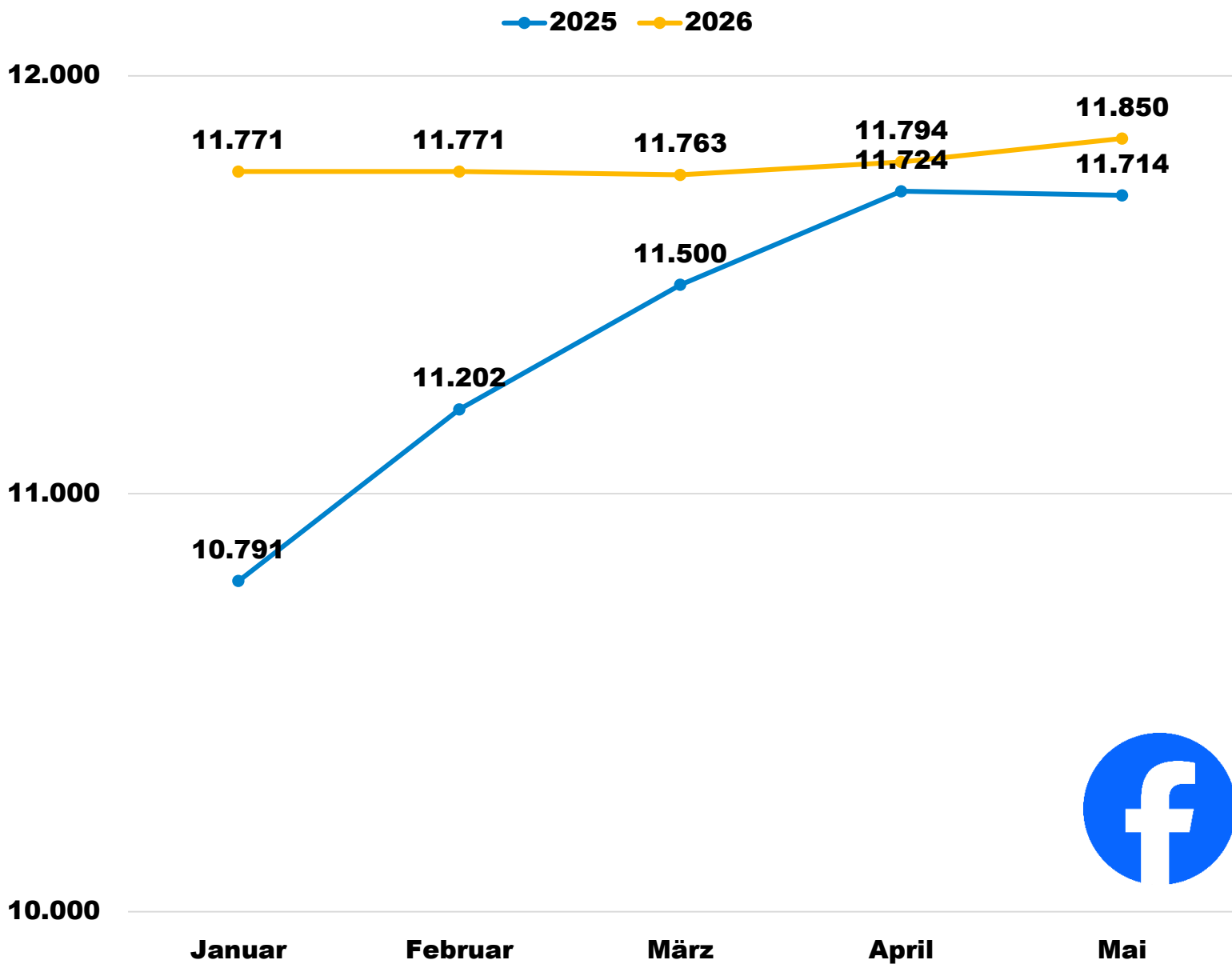
Webseite

Beliebteste Webseiten 2025 nach Seitenaufrufen

- Weinfeste (52.500): fraenkisches-weinland.de/weinfeste
- Veranstaltungen (45.400): fraenkisches-weinland.de/veranstaltungen
- Startseite (27.600): fraenkisches-weinland.de
- Weihnachtsevents (11.700): fraenkisches-weinland.de/weihnachtsevents
- Buchbare Erlebnisse (10.800): fraenkisches-weinland.de/buchbare-erlebnisse

Social Media

Fans & Follower in Facebook & Instagram



Medien- und Pressearbeit

Ihr Ort & Angebot wird unter dem Dach „Fränkisches Weinland“ medial:

- Stoffsammlung in den Gemeinden f. Jahresthemen & Co
 - Pressebüro erstellt Medientauglichen Input
 - Presseverteiler (über 300 Adressen)
 - Aussendung der PM an die in der Meldung genannten Regionen
 - Nutzung des Inhaltes für einen Social Media Post
- 

Medien- und Pressearbeit

Beispiel: Nutzung einer Pressemeldung



Weiblich, kreativ, erfolgreich: Tourismus-Gestalterinnen im Fränkischen Weinland

Unterhaltsame Weinwanderungen, ausgezeichnete Küche und stilvolles Übernachten: Katharina Albrecht, Caroline Baum und Klara Zehnder sind die „Next Generation“ im Fränkischen Weinland.

Würzburg, im August 2025. Zwischen Tradition und Aufbruch oder die „Next Generation“ – wie auch immer man das Phänomen nennen mag: Junge Akteurinnen sorgen im Fränkischen Weinland mit ihren kreativen Konzepten dafür, dass an vielen Orten ein frischer Wind durch die schönen Gassen weht. Sie schaffen damit beste Zukunftsaussichten für die historischen Weindörfer, die denkmalgeschützten Bauwerke, die überlieferte echt fränkische Küche, die Weinbautraditionen – kurzum für das, was das Fränkische Weinland so liebenswert macht. Im Folgenden stellen wir drei Frauen exemplarisch für viele weibliche kreative Köpfe vor, die mit ihren Angeboten dafür sorgen, dass Gäste im Weinland bestens aufgenommen und verwöhnt werden!

Weltoffene Wiedergekehrte: Personalentwicklerin mit Wurzeln in Franken
Ihr Lachen ist ansteckend. Ihre gute Laune auch. Katharina Albrecht, oder besser gesagt *Kätt*, ist ein Wirbelwind mit Überzeugungskraft. Sie hat in Indien den Vertriebsaufbau für ein fränkisches Weingut unterstützt, dann in Norddeutschland gelebt, wo sie 10 Jahre lang als Personalentwicklerin und Vertriebstrainerin im internationalen Business und Handel gearbeitet hat. „Wer immer nur tut, was er schon kann, bleibt immer nur das, was er ist!“, lautet ihr Leitspruch. Sie liebt die



Digitale Kooperationen

Video + Fotos

- 3 Themen werden zu einem Themenblock z. B. Museen
- 3 Orte bündeln Ihre Kräfte in einem Projekt
- 1 Produktionstag = 4 Nutzer – Vorteil: Kostenteilung
- Inhaltliche Themenbestimmung
- Verfügbarkeit:

PIC-Drop-Datenbank-Nutzung FWL + Partner



Digitales - Bilddatenbank

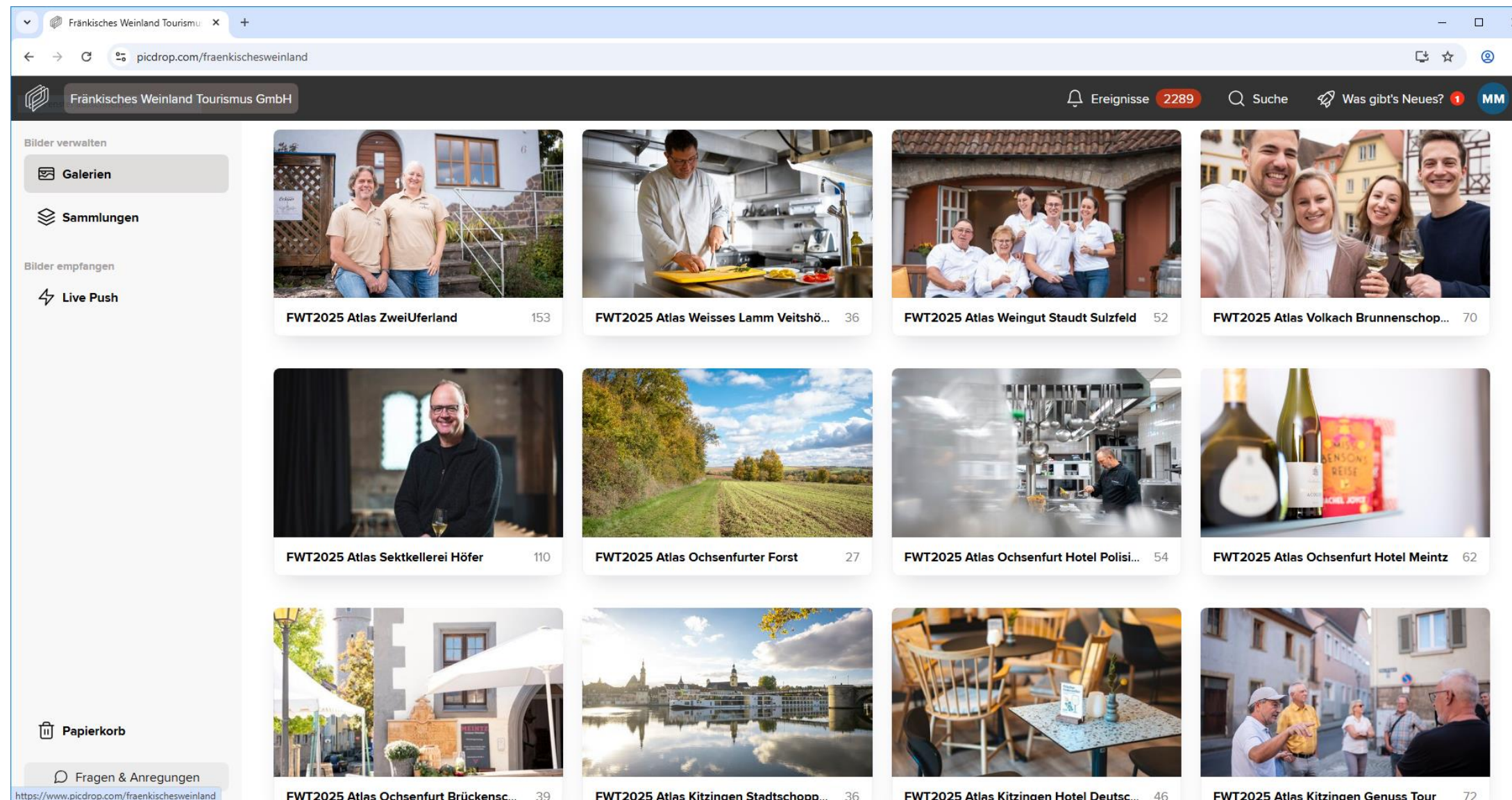
Fränkisches
Weinland®

Vorteile:

- Ihr Ort wird in Bildern sichtbar!!!
- Stetig aktuelle Bildsprache
- Bilder frei von Fotografen-Rechten
- Ca. 5 000 Fotos verfügbar
(bislang 32 Partnerbeteiligte Orte & Landkreise)
- PIC-Drop-Datenbank
- Zugriff für Partner /
Tourismusverband Franken /
Fränkisches Weinland Tourismus /
Journalisten & Co.

Kostenteilung

Partner & FW Tourismus: 50 / 50 !!!



Neuigkeiten – Kooperationen 2026/2027

Online-Magazin: www.vinomagie-f.de

Website & YouTube-Canal

Neue Rubrik:

„Neuigkeiten im Fränkischen Weinland“

Tipps aus 1. Hand

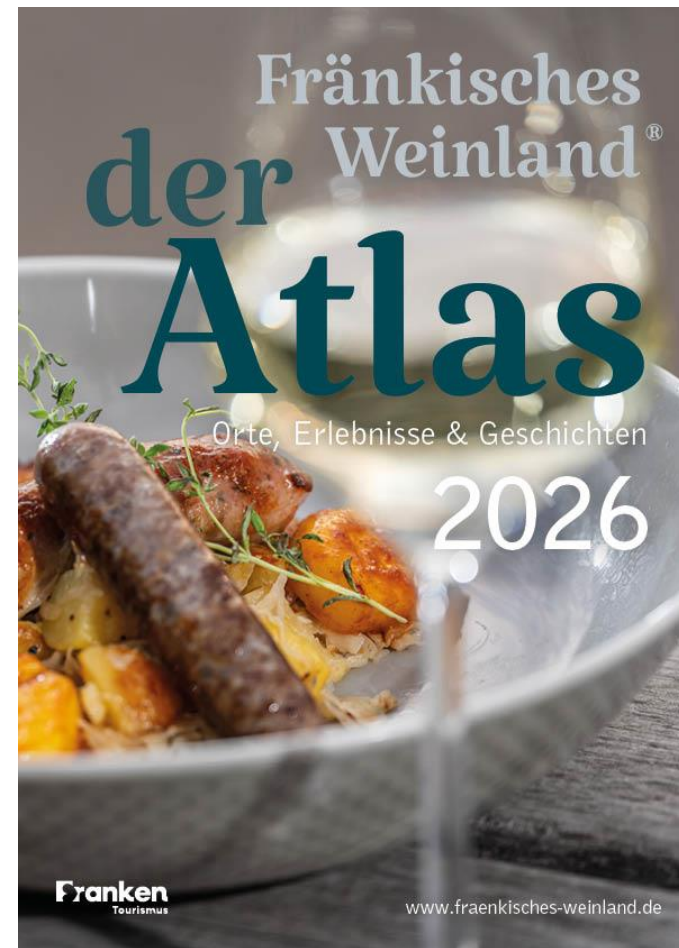
Projekt-Ziel 2026 allgemein:

Pro Quartal – 2 neue Themen online

Projekt-Sichtbarkeit bei YouTube:

AKTUELL: 12 000 Videoaufrufe in den letzten 2 Wochen



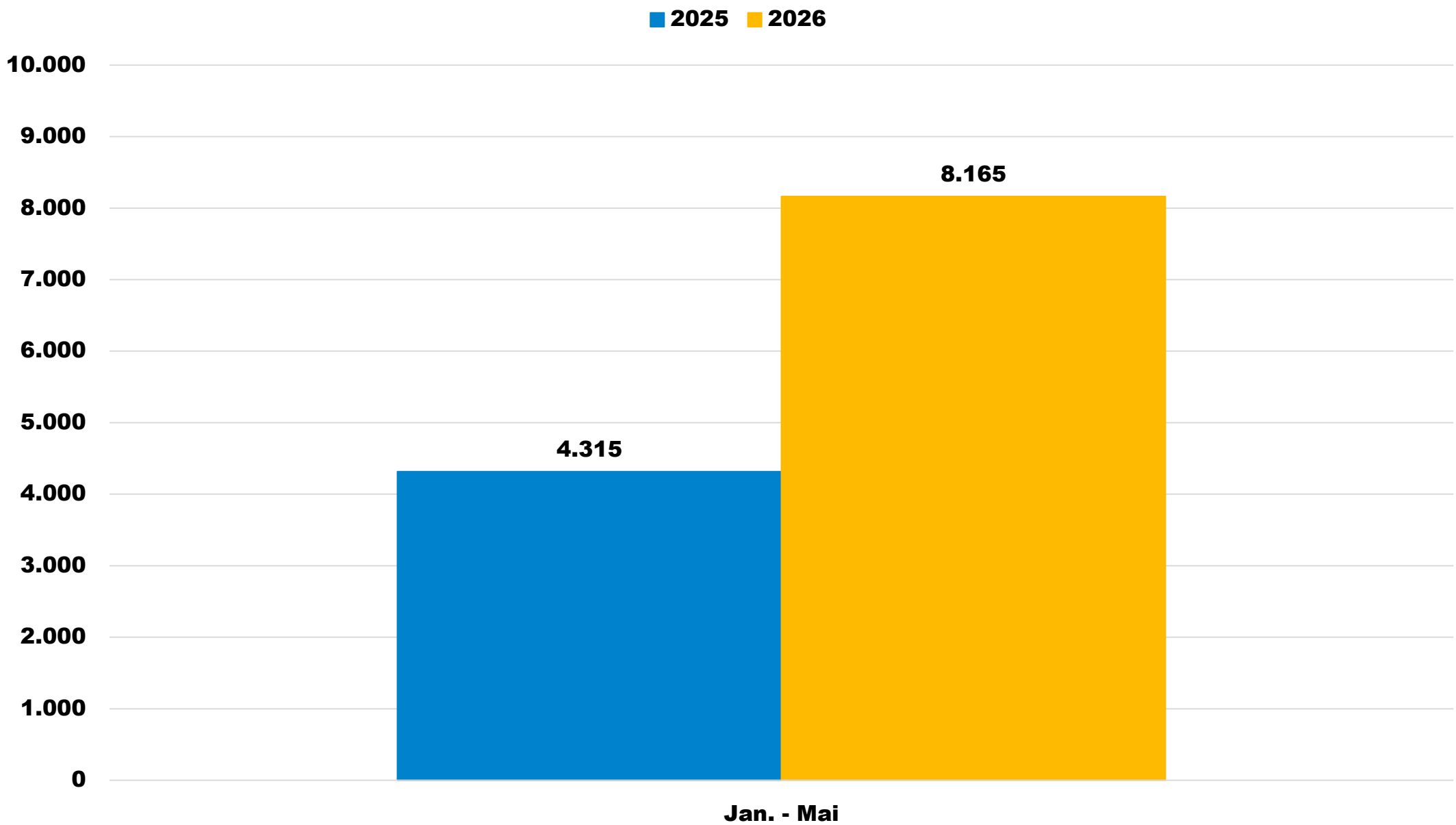


Unser Print-Medien-Spektrum:

Print ist nicht out – der Inhalt gibt die Reichweite an!

Prospektbestellungen

Anzahl der Bestellungen – gesamt / AKTUELL



Prospektbestellungen

Briefversand via Main-PostLogistik

- Januar - Mai 2025: 2.572
- Januar - Mai 2026: 4.571
- Zuwachs beim Briefversand: **+ 78 %**

PRINT

Der ATLAS

Jährliches Magazin „Fränkisches Weinland – Der ATLAS“

2026: Auflage: 13 000 Magazine pro Jahr

AKTUELL: Print vergriffen (Online-Magazin bereitgestellt)

2027: Auflage wird gesteigert: 14 000 Magazine

Vorgezogener Erscheinungstermin: Anfang November 2026



Freizeit-Kompass – regionale Info!

- Eine provokante Frage als Titel
- ET: 2. Mai 2026
- 8 Rubriken (inkl. Gastro-Rubrik)
- Themenoffener Impulsgeber für Bewohner/innen des Weinlands
- 32 Seiten / AUSGEBUCHT!
- Akquise komplett über FWL-Geschäftsstelle!!!
- Auflage: 225.000 Haushalte – Direktverteilung
(Landkreise Würzburg / Schweinfurt / Kitzingen +
Städte Schweinfurt & Würzburg + Karlstadt,
Gemünden, Marktheidenfeld)



Kooperationen - Digital

Stand-Alone-Newsletter „kraut & rüben“

- Wöchentlicher NL: 51.000 Abonnenten
- Thema z. B.: 5 wunderbare Gastromomente

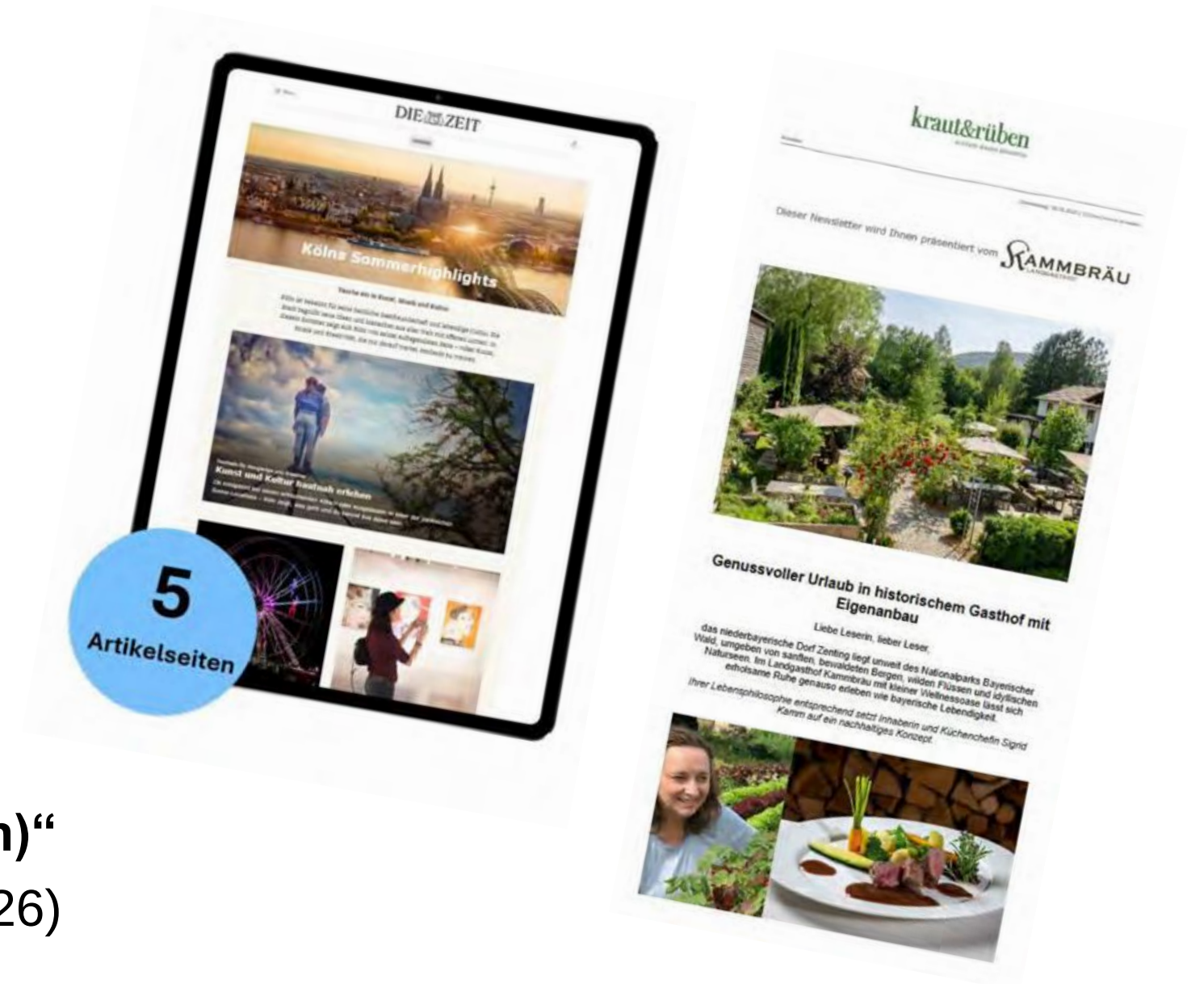
Die ZEIT – Content Hub

(online-Magazin Fränkisches Weinland / Ressort „Entdecken“)

- 4 Wochen / 5 Artikelseiten (Mitte August – Mitte September 2026)

CONATIVE – Artikelserien auf GEO & Co.

- 5000 Öffnungen als Ziel
- 5 Partner je Artikelserie (Hotels / Weingüter / Touristinformationen)
- Themenbasierte Platzierung auf Websites



Neuigkeiten

Kooperationen – Print 2026/2027

Magazin Sonderstrecken: Wanderlust

- 6seitige Sonderstrecke
- ET 7. Juli 2026

Sonderbeilage Nürnberger Nachrichten

- „Fränkisches Weinland Tourismus“
- ET – Do. 7. Mai 2026 – Auflage 78 000
- ABO Nürnberg Stadt + Land + Erlangen + Fürth + Herzogenaurach
- Umfang: 24 Seiten im Weinland-Design – nur Advertorials



Neuigkeiten

Aktuelle Kooperationen mit Orten & Landkreisen:

- **Autofreier Sonntag f. Genießer im Fränk. Weinland**
(Bereich Lkr. Schweinfurt / Lkr. Würzburg – Teilgebiet)
 - Marketingplanung f. Veranstaltung
 - **Wernradweg (Kooperation Lkr. SW / Lkr. MSP)**
 - Flyer
 - Website
 - **Bio-Tourismus im Landkreis Würzburg (in Planung)**
 - **Schulungen im Social-Media-Bereich**
- 

FAZIT: Kooperationsideen auf einem Blick

- Web-Präsenz v. Gemeinden auf übergeordnetem Portal & Bayerncloud
- Unterstützung bei Design-Fragen – Baukastensystem grafisch f. Ortsprospekt
- Fotoaktion – frei von Bildrechten / Zuschuss von FWL
- Präsentationsfläche für Betriebe & Einrichtungen vor Ort
- Web / Social Media / Print - Jahresthemen



FAZIT: Partner vor Ort sorgen f. ein Angebot bzw. die Struktur – wir für die Vermarktung!

FAZIT: Kooperationsideen auf einem Blick

Mögliche Schritte der Zusammenarbeit:

- Ideen-Workshop für Ihren Ort – Wir haben was zu bieten!
 - # Stoffsammlung zu Angeboten vor Ort
 - # Ideenaustausch / Trends / Perspektiven
- ILE-Vertreter-Teilnahme an Touristiker-Netzwerktreffen – 4x im Jahr
- 4x Touristiker-Treffen pro Jahr (Netzwerk mit Fach-Impulsen) – offen f. interessierte Gemeinde-Vertreter

Kooperationsideen auf einem Blick

Fazit: 3 Säulen-System

Innen:

z. B. Netzwerk &
Fortbildung

Außen:

Sichtbarkeit
Gemeinde/Stadt

unter dem Dach

„Fränkisches
Weinland“ -
FrankenTourismus

Struktur- Stärkung:

Wahrnehmung
Verbundkulissen
als eine Einheit

Budgets bündeln
um Sichtbar zu
bleiben / zu werden