



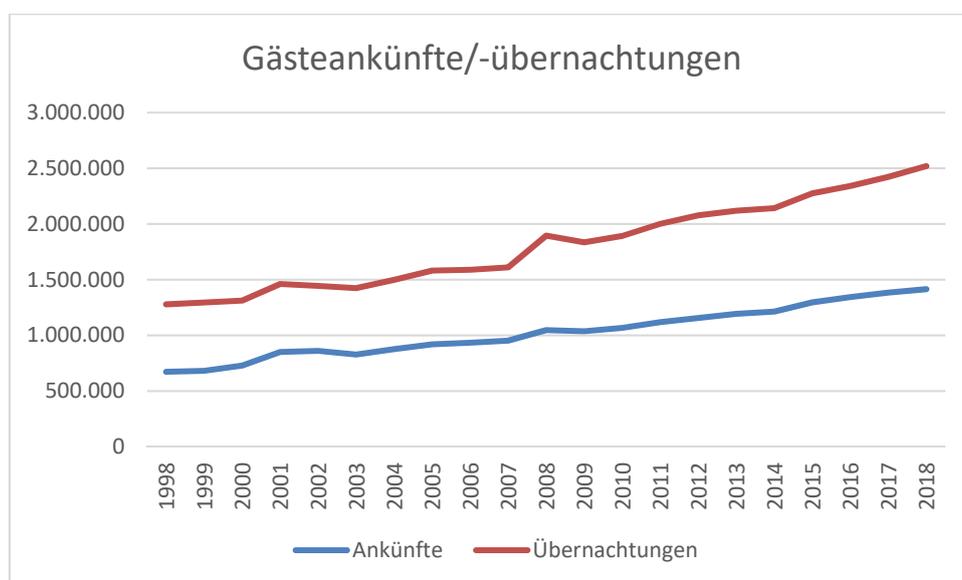
Fränkisches  
Weinland  
**Tourismus**

Geschäftsbericht 2018

## **Statistik**

Auch 2018 konnte das Fränkische Weinland sowohl bei den Gästeübernachtungen, als auch bei den Gästeankünften ein neues Rekordergebnis verzeichnen. Die Gästeübernachtungen (im gewerblichen Bereich einschließlich Campingtourismus) haben erstmals die 2,5 Millionenmarke (2.519.379) überstiegen. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 4 Prozent. Die Ankünfte sind um 2,2 Prozent auf 1.414.940 Gäste gestiegen.

Davon entfallen auf den Städtetourismus (Schweinfurt / Würzburg) 1.199.493 (2017: 1.158.473) Übernachtungen bzw. 737.530 (2017:728.011) Gästeankünfte, auf den Tourismus im Ländlichen Raum 1.319.886 (2017: 1.264.699) Übernachtungen bzw. 677.410 (2017: 656.262) Gästeankünfte. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt weiterhin bei 1,8 Tagen. Erfreulich ist die durchschnittliche Bettenauslastung von 44,7 Prozent (vgl. Franken: 43,1 Prozent).



## **Übernachtungen ausländischer Gäste 2018**

|                       |                |                |
|-----------------------|----------------|----------------|
| <b>Ausland Gesamt</b> | <b>360.413</b> | <b>+ 3,0 %</b> |
| Niederlande           | 71.007         | + 1,8 %        |
| Österreich            | 27.160         | + 3,3 %        |
| Schweiz               | 25.709         | + 2,5 %        |
| USA                   | 23.295         | + 2,5 %        |
| Großbritannien ↑      | 17.518         | + 4,7 %        |
| Dänemark ↓            | 16.768         | - 6,4 %        |
| Polen ↑               | 15.057         | + 7,3 %        |
| Italien ↓             | 15.024         | + 4,7 %        |
| China                 | 13.894         | + 8,2 %        |
| Schweden ↑            | 11.910         | - 3,4 %        |

## Marketing

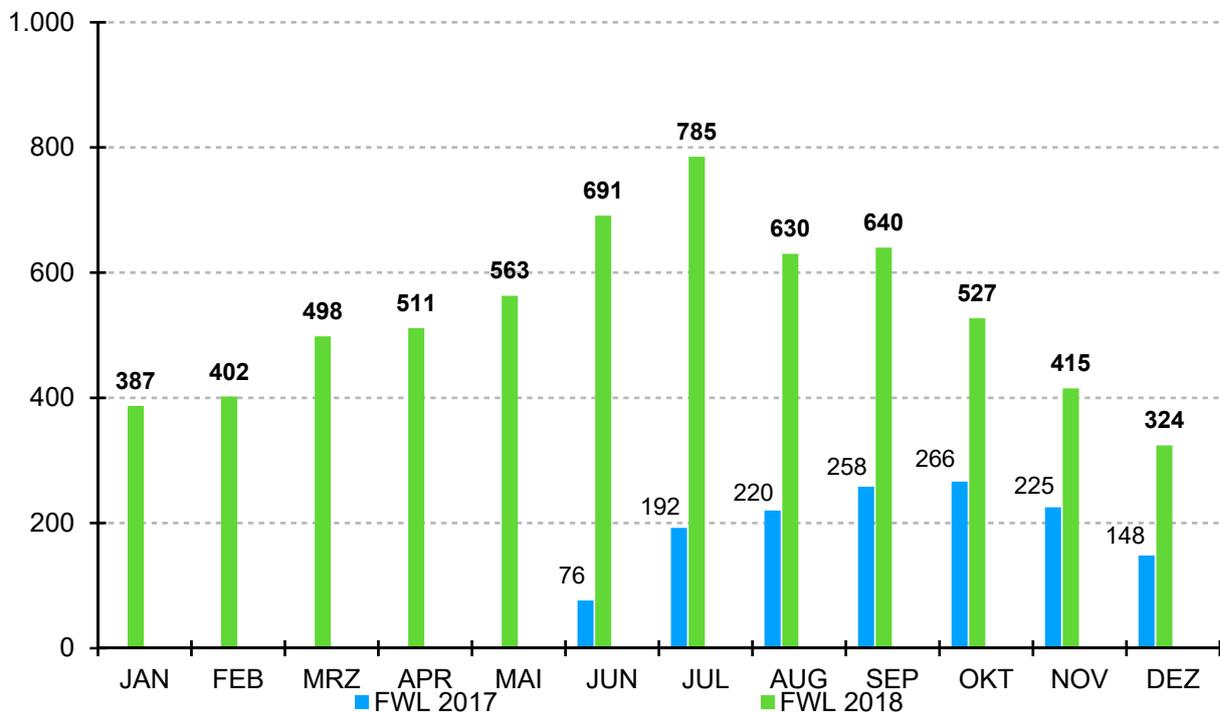
Um die gesteckten Ziele in der Marketingarbeit zu erreichen, setzt die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH auf einen Marketingmix aus klassischer Werbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Destinations- und Produktlinienmarketing, und neue Medien.

## **Online Marketing**

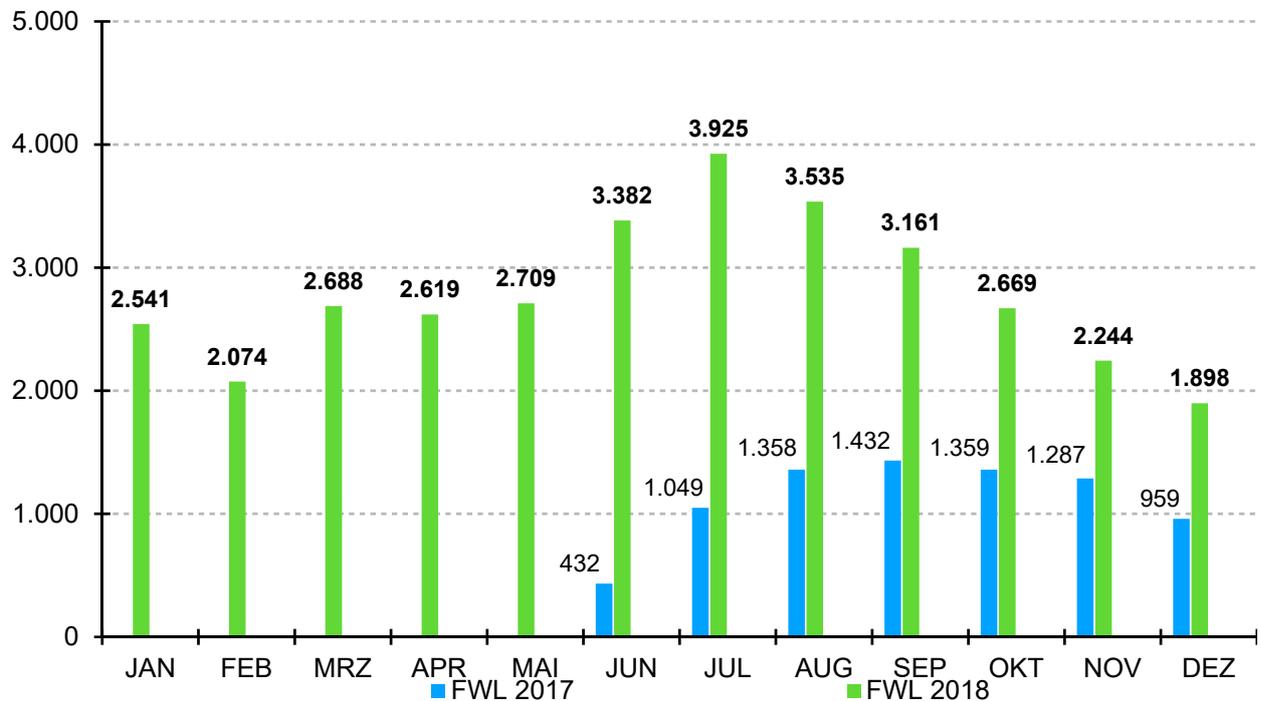
Die 2017 eingeführte Online Buchungsmöglichkeit von Beherbergungsbetrieben im Fränkischen Weinland wurde weiter ausgebaut. Über ein Channelmanagement sind die Gastgeber nicht nur auf der Webseite der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH und einiger Orte buchbar, sondern auch auf weiteren renommierten Onlineplattformen, wie zum Beispiel booking.com. Mit Informationsveranstaltungen und Einzelberatungen sowie der Unterstützung einiger örtlicher Touristinformationen konnte die Zahl der Anbieter von 175 auf 243 buchbare Vermieter gesteigert werden. Anhand der Umsatz- und Buchungszahlen zeigt sich die Bedeutung dieses Vertriebskanals, der kontinuierlich weiter ausgebaut werden wird.

### Onlinebuchungen

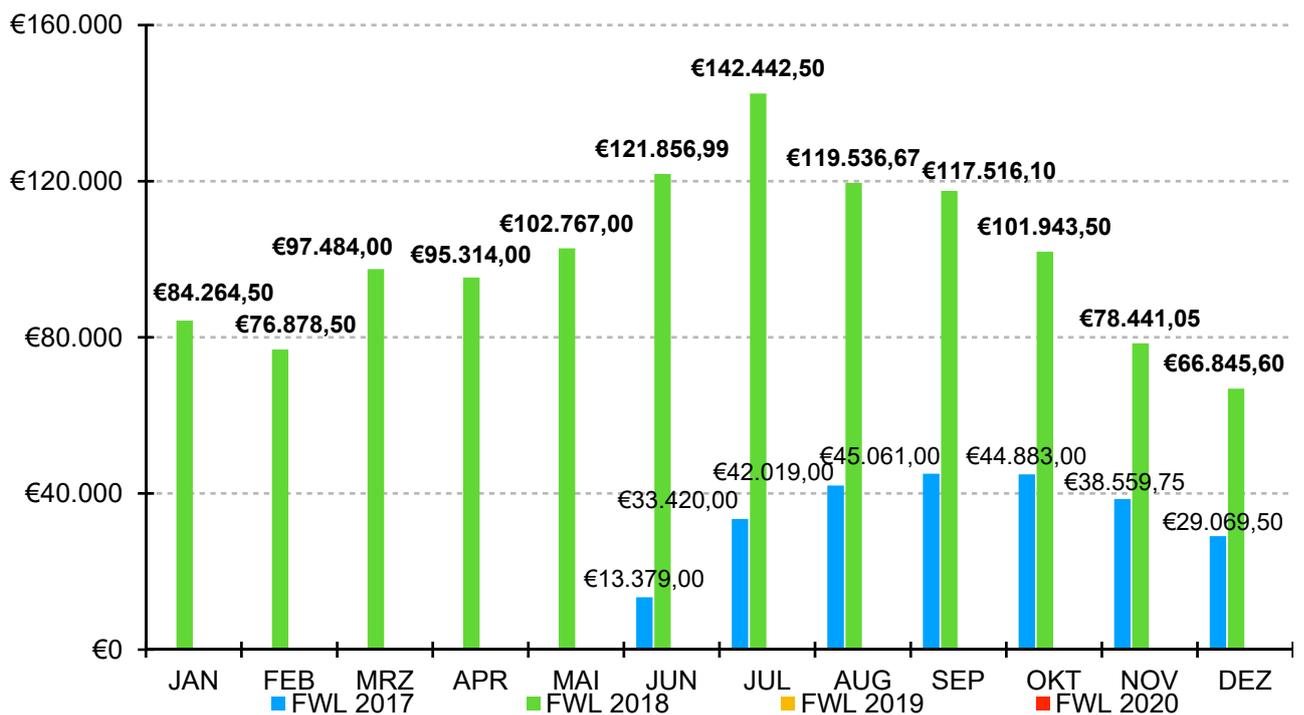
2017: 1.385 / 2018: 6.373



Online gebuchte Übernachtungen  
2017: 7.876 / 2018: 33.445



Online erzielter Umsatz  
2017: 246.391,25 € / 2018: 1.205.290,41 €



## Prospektwerbung

Trotz steigender Bedeutung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien ist der Prospekt nach wie vor eine wichtige Möglichkeit, sich über eine Urlaubsregion und deren Angebote zu informieren.

In 2018 wurden folgende Werbemittel neu aufgelegt bzw. aktualisiert:

Ihre Gastgeber 2019

Urlaubsmagazin Fränkisches Weinland 2019

Flyer „Autofreier Sonntag für Genießer 2018“

Genusstouren zu Main & Wein – Radfahren im Fränkischen Weinland



## Messen

Messen sind Bestandteil eines Marketingmix im Tourismus. Nachdem jedoch nur 2 bis 3 Prozent der Reiseentscheidungen allein aufgrund eines Messebesuchs fallen, muss hier besonders auf das Kosten – Nutzen Verhältnis geachtet werden.

Das aktuelle Messekonzept umfasst die Teilnahme an ausgewählten Messen in Deutschland in Form unterschiedlicher Anschließermodele am Messestand des Tourismusverbands Franken.



## **Messebeteiligungen in 2018:**

13.01. bis 21.01.2018:

CMT Stuttgart

Counter mit eigenem Personal am Messestand des Tourismusverbands Franken

07.02. bis 11.02.2018

Reisen Hamburg

Prospektstele am Stand des Tourismusverbands Franken

21.02. bis 25.02.2018:

f.re.e München

Counter mit eigenem Personal am Messestand des Tourismusverbands Franken

28.02. bis 01.03.2018:

In VIVA Nürnberg

Prospektauslage am Stand des Tourismusverbands Franken

07.03. bis 11.03.2018:

ITB Berlin

Anschließer am Stand des Tourismusverbandes Franken in der Bayern-Halle

20.04. bis 22.04.2018:

Die 66 München

Prospektauslage am Stand des Tourismusverbands Franken

31.08. bis 02.09.2018:

Tour Natur Düsseldorf

Prospektauslage am Stand des Tourismusverbands Franken

28.11. bis 02.12.2018:

Food & Life München

Prospektstele am Stand des Tourismusverbands Franken

## **Präsentationen**

Ergänzend zu den Publikumsmessen beteiligt sich die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH mit Prospektauslagen am „Frankenbus“. Mit einem „mobilen Frankenstand“ bewirbt der Tourismusverband Franken das Angebot seiner Gebiete und Städte auf stark frequentierten Plätzen und in Fußgängerzonen in unterschiedlichen Städten in Deutschland.

23.04. bis 27.04.2018:

Frankfurt, Mainz, Darmstadt, Wiesbaden

02.07. bis 06.07.2018

Wuppertal, Köln, Bonn, Düsseldorf

27.08.bis 31.08.2018:  
Reutlingen, Stuttgart, Heilbronn, Ulm, Karlsruhe

### **Verkaufsförderung:**

Die Zusammenarbeit mit der Reiseindustrie ist ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH. Dies geschieht insbesondere durch die Teilnahme an Workshops der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). 2018 besuchte die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH gemeinsam mit Congress-Tourismus-Würzburg den Germany Travel Mart in Dresden.

Ein weiterer Bestandteil der Verkaufsförderung sind Akquisitionsreisen mit einer direkten Ansprache potentieller Partner vor Ort. Im Zwei-Jahres-Rhythmus besuchte die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH in Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Franken Reiseveranstalter in Schweden. Aufgrund der langjährigen Marktbearbeitung konnten mittlerweile mehrere renommierte Veranstalter für Weinreisen in das Fränkische Weinland gewonnen werden.

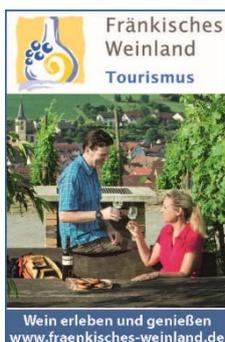
Hinzu kommen die Durchführung von Studienreisen für die Reiseindustrie sowie die Unterstützung bei der Produktgestaltung und Vermarktung (Erarbeitung von Programmvorschlügen, Bereitstellung von Bildmaterial etc.)

### **Anzeigenwerbung**

Neben der zunehmenden Bedeutung der elektronischen Medien bleibt die klassische Anzeige in Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften für die Tourismuswirtschaft auch weiterhin ein wichtiges Element im Marketing-Mix. Viele Urlaubsinteressenten nutzen nach wie vor die Inserate und das redaktionelle Umfeld als wichtige Informationsquelle für Reiseentscheidungen. Aufgrund der begrenzten finanziellen Mittel können Anzeigen jedoch nur in geringem Umfang geschaltet werden.

2018 hat die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH in folgenden Medien geworben:

- Sonntag aktuell, Katalogwerbung
- Weltreise durch Deutschland, Katalogwerbung
- Landreise, Katalogwerbung



## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat für die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH einen hohen Stellenwert. Regelmäßige Pressemitteilungen über touristische Neuigkeiten im Fränkischen Weinland sorgten für zahlreiche Veröffentlichungen in Zeitungen und Zeitschriften sowie Berichterstattungen in Funk und Fernsehen. Im Folgenden sind die Veröffentlichungen, von denen wir Belegexemplare erhalten haben, aufgelistet. Da aus Kostengründen keine umfassende Dokumentation durch einen Ausschnittdienst möglich ist, kann davon ausgegangen werden, dass die tatsächliche Anzahl der Medienbeiträge wesentlich höher liegt.

### Veröffentlichungen 2018:

|          |                               |
|----------|-------------------------------|
| 02-2018  | Busmagazin                    |
| 10.02.18 | daheim                        |
| 14.02.18 | Markt                         |
| 15.02.18 | Focus Online                  |
| 24.02.18 | Süddeutsche Zeitung           |
| 03-2018  | AOK Gesundheitsmagazin        |
| 08.03.18 | Super Illu                    |
| 09.03.18 | Wander Magazin                |
| 04-2018  | Jetsetter (USA)               |
| 04-2018  | frommers.com (USA)            |
| 04-2018  | matochresebloggen (Schweden)  |
| 13.04.18 | Oberbayerisches Volksblatt    |
| 14.04.18 | Bike & Travel                 |
| 17.04.18 | Presseportal Wikinger Reisen  |
| 29.04.18 | reisefeder.de                 |
| 30.04.18 | Pellas Inspiration (Schweden) |
| 03.05.18 | inUND umSW                    |
| 07.05.18 | Aldi Süd                      |
| 06-2018  | Busfahrt                      |
| 06-2018  | Land & Berge                  |
| 06-2018  | Servus-in-Bayern              |
| 06-2018  | weibo.com (China)             |
| 02.06.18 | Rhein-Main-Presse             |
| 11.06.18 | Radio Arabella (Österreich)   |
| 15.06.18 | Bild                          |
| 07-2018  | Phoenix Magazine (USA)        |
| 07-2018  | GoWorld Travel (USA)          |
| 07-2018  | Lilos Reisen                  |
| 19.07.18 | Super Illu                    |

- 27.07.18 Bayern 2
- 11.08.18 Der Blitz
- 11.08.18 Main - Echo
- 18.08.18 Neues Deutschland
- 24.08.18 Main - Echo
- 29.08.18 bella
- 02.09.18 Creators Syndicate (USA)
- 12.09.18 Main Echo
- 19.09.18 Main Echo
- 20.09.18 Main Echo
- 22.09.18 Forbes (USA)
- 04.10.18 Main Post
- 05.10.18 The Epoch Times (USA)



Neben der Herausgabe und dem Versand von Presseinformationen ist ein weiterer wichtiger Aspekt der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Betreuung von Journalisten, Reiseveranstaltern und Studienreisegruppen vor Ort. In Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Mitgliedern konnten wieder Journalisten aus dem In- und Ausland im Fränkischen Weinland begrüßt werden.

### Pressereisen 2018

- 27. bis 30. März 2018:  
Hans Schloemer, BILD
- 6. bis 9. April 2018:  
ByTM-Pressereise für US-Journalisten
- 24. bis 25. Mai 2018:  
Peter Agathakis, Radio Arabella, Wien
- 17. bis 20. Juni 2018:  
Zixuan Cao, Influencer, China

4. bis 5. Juli 2018:  
Michael Schoepperl, Super Illu

13. bis 14. Juli 2018:  
TV Franken-Gruppenpressereise für deutsche Journalisten

17. bis 22. Juli 2018:  
Radpressereise Magazin „bici“, Italien

30. Juli bis 2. August 2018:  
DZT-Influencerreise „Culinary Germany“ in Kooperation mit Falstaff, Österreich

25. bis 28. August 2018:  
Anja Nilsson, bucketlist.se, Schweden



## **Marketingkooperationen**

Da die Bedeutung kleinräumiger Gebiete mehr und mehr zugunsten größerer Einheiten abnimmt, werden Marketingkooperationen immer wichtiger. Zudem können aufgrund der finanziellen und personellen Ausstattung der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH die Leistungen nicht alleine erbracht werden. Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH beteiligt sich an folgenden Projekten:

### **Main Radweg**

Der Main Radweg wird unter der Federführung des Tourismusverbands Franken für alle am Weg liegenden Gebiete beworben. Die Maßnahmen werden mit einem gemeinsamen Etat finanziert und zentral vom Tourismusverband Franken koordiniert. Für das Fränkisches Weinland ist der Main Radweg Zugpferd und Aushängeschild zur Bewerbung des Radtourismus im Gebiet. Aus dem gemeinsamen Etat wurden neben dem Serviceheft, der Website, dem Facebook Auftritt, der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Anzeigen und Werbemittel auch die jährliche Überprüfung durch einen Qualitätsbeauftragten finanziert.

## Franken-Wein.Schöner.Land!

Das weintouristische Angebot ist ein gemeinschaftliches Konzept der Partner Tourismusverband Franken, Tourismusgebiete im Weinland Franken, Fränkischer Weinbauverband und Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau. Das touristische Marketing erfolgt über den Tourismusverband Franken. Koordinierend für die Tourismusgebiete im Weinland Franken ist die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH tätig. Ziel der Kampagne ist die Schaffung eines einzigartigen Premiumangebotes in Form einer Vernetzung relevanter Bereiche für den genussorientierten Gast bzw. Weinfreund. Als Basiswerbemittel dient neben der spezifischen Website, und dem Facebookauftritt vor allem die hochwertige Broschüre „Franken-Wein.Schöner.Land! – Reisen zum Frankenwein“.

Das starke Engagement der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH an diesem Projekt wirkt sich auch auf die Beteiligungen aus. Von insgesamt 239 Angeboten kommen 179 aus dem Gebiet Fränkisches Weinland.

## Landesgartenschau 2018 in Würzburg

Gemeinsam mit Congress-Tourismus Würzburg beteiligte sich die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH mit einem Informationscounter im Pavillon von Stadt und Landkreis Würzburg bei der Landesgartenschau 2018. Auch wenn die Besucherzahl der Landesgartenschau geringer war als erhofft, konnten dennoch zahlreiche Gäste mit touristischen Informationen versorgt werden. So wurden allein 60.000 Flyer, die eigens für diesen Zweck hergestellt wurden, an interessierte Besucher ausgegeben.



## Marktforschung

Voraussetzung für eine erfolgreiche Marktbearbeitung ist das frühzeitige Erkennen von Trends, Chancen und Risiken. 2018 wurden die neuesten Ergebnisse der DWIF Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ vorgestellt. Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH beteiligt sich alle drei Jahre mit einer Sonderauswertung an dieser Untersuchung. Mit

dem Tourismus im Fränkischen Weinland konnte demnach in 2017 ein Bruttoumsatz von annähernd 1.600 Millionen Euro erwirtschaftet werden. Hiervon profitieren die unterschiedlichsten Wirtschaftszweige, wie zum Beispiel der Einzelhandel, die Winzer und Weingüter oder die Dienstleistungsbranche und nicht nur das Gastgewerbe.



## **Zusammenarbeit mit Mitgliedern, Verbänden, Institutionen**

Neben der Deutschen Zentrale für Tourismus, der Bayern Tourismus Marketing GmbH und insbesondere dem Tourismusverband Franken werden enge Kontakte gepflegt zum Fränkischen Weinbauverband, zur Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau, zum Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband sowie zu den benachbarten Tourismusverbänden und Gebietskörperschaften.

Weiterhin ist der Tourismusverband über die Geschäftsführerin in folgenden Gremien vertreten:

- Marketingausschuss des Tourismusverbandes Franken
- Fachbeirat der Fränkischen Tourismus Akademie
- Projektgruppe „Franken-Wein.Schöner.Land!“ im Fränkischen Weinbauverband

- Beirat des Vereins „Gästeführer Weinerlebnis Franken“
- Qualitätsteam der Kampagne „Franken. Wein.Schöner.Land!“
- Projektpartner bei „Franken-Wein.Schöner.Land!“

### **Dank für Zusammenarbeit**

Abschließend gebührt zwei Tourismusorganisationen besonderer Dank für die gute Zusammenarbeit im Jahr 2018.

Herzlichen Dank an Congress Tourismus Würzburg für die Bereitstellung der Räumlichkeiten für die Geschäftsstelle der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH und für die kollegiale Zusammenarbeit.

Ein weiteres herzliches Dankeschön gebührt dem gesamten Team des Tourismusverbands Franken für die hervorragende Arbeit im vergangenen Jahr.



Susanne Müller  
Geschäftsführerin