

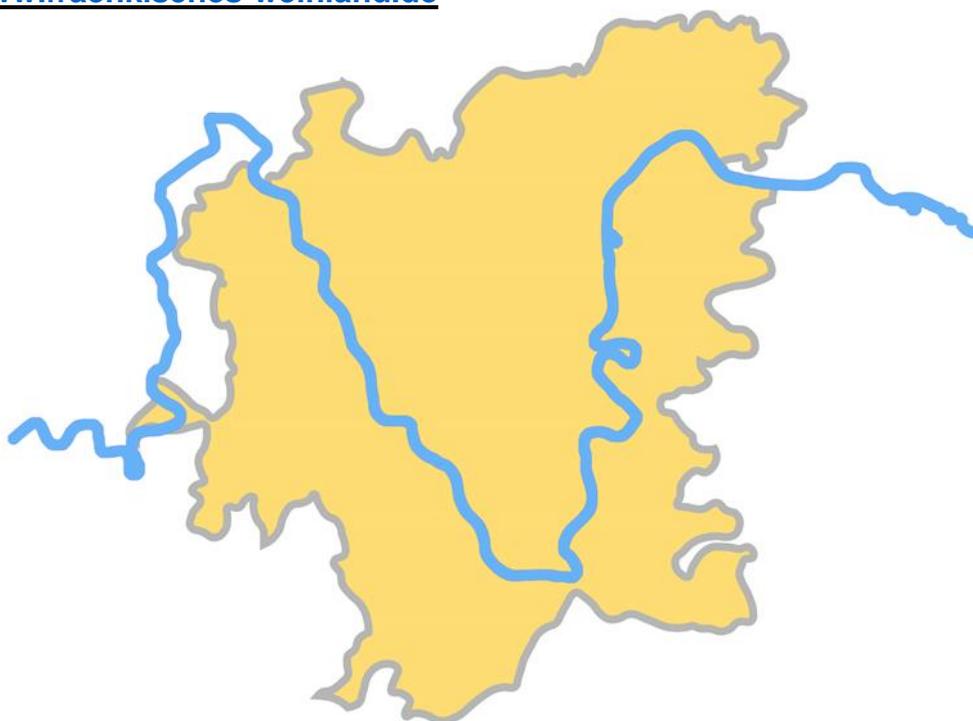


Fränkisches
Weinland
Tourismus

Geschäftsbericht 2023

**Fränkisches Weinland
Tourismus GmbH**

www.fraenkisches-weinland.de



Aufgabenprofil

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH ist in vielfältigster Weise für das Fränkische Weinland als touristische Dachmarketingorganisation für den Naherholungs, Tages- und Übernachtungstourismus tätig. Zu den Aufgabenprofil zählen neben der Kommunikationsarbeit, die touristische Interessenvertretung, die Beteiligung an Qualitätsinitiativen sowie Beratungs- und Serviceleistungen für touristische Leistungsträger und Partnerorte sowie Organisationen im Fränkischen Weinland.

Übernachtungs- & Gästeankünfte-Statistik

2023 konnte das Fränkische Weinland sowohl bei den Gästeübernachtungen, als auch bei den Gästeankünften ein Ergebnis auf vorpandemischen Niveau verzeichnen. Die Gästeübernachtungen (im gewerblichen Bereich einschließlich Campingtourismus) steigen um 11,7 Prozent auf 2.589.353, die Gästeankünfte um 14,9 Prozent auf 1.395.591.

Davon entfallen auf den Städtetourismus (Schweinfurt / Würzburg) 1.200.666 (2022: 1.044.484) Übernachtungen bzw. 726.687 (2022: 631.461) Gästeankünfte, auf den Tourismus im Ländlichen Raum 1.388.687 (2022: 1.273.391) Übernachtungen bzw. 668.904 (2022: 583.254) Gästeankünfte. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist unverändert und liegt bei 1,9 Tagen. Die durchschnittliche Bettenauslastung von 40,8 Prozent liegt leicht über dem Gesamtfränkischen Durchschnitt mit 40,6 Prozent.

Übernachtungen ausländischer Gäste 2023

Ausland Gesamt	334.659	+ 12 %
Niederlande	78.576	+ 6,3 %
Österreich	25.809	+ 14,3 %
Schweiz	24.730	+ 16,2 %
USA	18.654	+ 10,4 %
Dänemark	16.120	+ 8,4 %
Polen	18.050	- 1,6 %
Italien	14.360	+ 25,3 %
Großbritannien	13.941	+ 28,6 %
Belgien	11.818	+ 11,3 %
China	6.736	

Marketing

Die Kommunikationsstrategie umfasst aktuell folgende Bausteine:

- Marketing-Mix
 - > Klassische Werbung (Prospekte, Anzeigen, Messen, PR)
 - > Online (Website, SocialMedia, Mediaclips)
 - > Verkaufsförderung

- Kooperation

- Jahresthemen
 - > Präsentation herausragender Reiseanlässe (Jubiläen, Sonderausstellungen, etc.)

- Auslands-Marketing
 - > Generierung zusätzlicher Gästepotentiale
 - > Konzentration auf definierte Quellmärkte
 - > Kooperation (DZT, byTM GmbH, TVF)

- Destinations-Marketing
 - > Profilierung des Fränkischen Weinlandes als eigenständige Tourismusregion

- Produktlinien-Marketing
 - > Umsetzung themenbezogener Trends und zielgruppenspezifischer Angebote

Neuausrichtung der Marketinginstrumente:

Mit der Verabschiedung des Wirtschaftsplanes 2023/2024 im Rahmen der Gesellschafterversammlung am 13.07.2023 wurden neben den bekannten Marketingaktivitäten folgende Maßnahmen beschlossen:

- Neuausschreibung einer Grafikagentur
- Neukonzeption der Kommunikationsstrategie im Printbereich
- Neukonzeption der Druckerzeugnisse Urlaubsmagazin & Gastgeberverzeichnis /
Ergebnis: Fränkisches Weinland – der Atlas 2024
 - Steigerung der Druckauflage (12 000 statt 10 000 Exemplare)
 - Anpassung des Verteilerkonzepts
 - Verstärkte Einbindung touristischer Leistungsträger
- Intensivierung der SocialMedia-Aktivitäten
- Verstärkte Umsetzung von Marketingmaßnahmen in Form von Kooperationsprojekten



FAZIT: Prospektmaterial

Trotz der Wichtigkeit digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien ist das Prospektmarketing weiterhin aktuell! Allerdings kommt es auf den Inhalt und das Vermarktungskonzept für das jeweilige Druckereierzeugnis an. Je spezifischer das Erzeugnis ist bzw. je informativer desto mehr Akzeptanz erbringen Gäste und Einheimische für diese Werbemittel.

VIDEOCLIPS – Social-Media-Marketing

Um Plattformen wie YouTube, Facebook, Instagram geeignet für Marketingmaßnahmen nutzen zu können, ist der Einsatz von Videoclips wichtig.

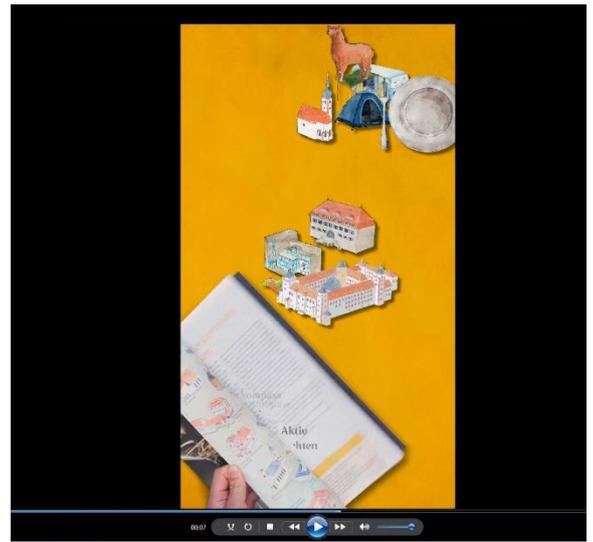
Im Herbst 2023 wurden deshalb die ersten Dreharbeiten für neue Videoclips zur Fränkisches Weinland-Werbung umgesetzt. Auch ein Clip zur Bewerbung der Printbroschüre "Der Atlas" wurde verwirklicht.

Social-Media Kanäle

Follower Instagram: 1980 (Stand: 31.12.2023)

Follower Facebook: 3759 (Stand: 31.12.2023)

In 2023 wird für die Reichweiten-Gewinnung bzw. für die Steigerung des Bekanntheitsgrades der beiden Profil-Seiten eine Social-Media-Web-Agentur mit ins Boot geholt. Als erste Maßnahme wird eine Follower-Gewinnungs-Kampagne geplant, welche im I. Quartal 2024 anlaufen soll.



TV- und Videoclip-Beiträge

2023 wurden folgende Clips in Zusammenarbeit regionalen Fernsehstationen produziert:

- Sat1.Bayern – Sendung „Hausbesuche“
Thema: Brotzeitkiste / Thüngersheim
- TV Oberfranken – Sendung „Freu dich auf Franken - Mainradweg“

Onlinebuchungs-Module „Erlebnisangebote“

2021 wurde der Onlineshop „Erlebnisangebote“ auf der Website www.fraenkisches-weinland.de freigeschaltet. Zum 31.12.2023 hatte der Shop 21 Vertragspartner (Vorjahr: 18 Partner) aus dem Fränkischen Weinland. In 2023 wurden 840 Buchungen über das System getätigt (Vorjahr: 589 Buchungen).

Der Gesamtumsatz betrug 12.989,99 € (Vorjahr: 7.985,55 €)



Messen

Nach der Pandemiephase ist das Messegeschäft im I. Quartal 2023 wieder angelaufen. Da Besucherprognosen und die Besucherakzeptanz für Messen nach der Pandemie noch unsicher waren, hat sich die Geschäftsführung 2023 für die Anmietung von Prospektstelen am Stand des Tourismusverbands Franken entschieden. Folgende Messen wurden hierbei bestückt:

- Januar 2023: CMT Stuttgart
- Februar 2023: Reisen Hamburg
f.r.e.e. München
- März 2023: Freizeit / Touristik & Garten Nürnberg
- Juni 2023: Velo Frankfurt
- September 2023: CaravanSalon Düsseldorf
- Dezember 2023: food & life München



Präsentationen vor Ort

Ergänzend zu den Publikumsmessen beteiligt sich die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH mit Prospektauslagen an der Städtetour „Frankenbus“ in Kooperation mit dem Tourismusverband Franken. Folgende Städte waren 2023 Bestandteil der Tour:

- Frankfurt, Mainz, Darmstadt, Wiesbaden
- Reutlingen, Stuttgart, Heilbronn, Ulm, Karlsruhe

Verkaufsförderung:

Die Zusammenarbeit mit der Reiseindustrie ist ein wichtiger Bestandteil der Marketingkommunikationsarbeit der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH. 2023 beteiligte sich die Geschäftsstelle am GTM (Germany Travel Mart) der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) in Essen.



Anzeigenwerbung

Die klassische sog. Katalog-Anzeige oder Imageanzeige in Tageszeitungen, Themenmagazinen etc. bleibt auch weiterhin ein Marketinginstrument. Kataloganzeigen dienen zur Gewinnung von konkreten Magazin-Anfragen.

2023 hat die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH in folgenden Medien geworben:

- Weltreise durch Deutschland (Katalogwerbung)
- Deutschlands schönste Reiseziele (Katalogwerbung)
- Landreise (Katalogwerbung)

Kosten: 7225,- € Netto



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist für die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH ein wichtiges Kommunikationsmittel. Regelmäßig veröffentlicht die GmbH mit Unterstützung einer PR-Agentur Pressemitteilungen über touristische Neuigkeiten im Fränkischen Weinland. Aus Budgetgründen ist eine umfassende Dokumentation durch einen sog. Clipping-Dienst nicht möglich.

Veröffentlichungen 2023: 316 Veröffentlichung wurden via Google-Clipping-Dienst auf Online-Portalen & Co. registriert.

Mit Unterstützung des Tourismusverbands Franken werden in regelmäßigen Abständen Presse-, Blogger- und Influencer-Reisen im Fränkischen Weinland durchgeführt. Vor Ort gilt es lokale touristische Leistungsträger und Touristinformationen in die PR-Infoarbeit mit einzubinden.

Termine 2023:

- März 2023: Spanische Blogger-Reise (C. Lopez & C. Motrel)
- August 2023: Fränkische Kulinarik-Reise (Tom Burson / National Geographic – UK)
- September 2023: Siebold-Rechercheise (Erik Brusten / Belgien)
Weinorte in Franken – Rechercheise (Johannes Quirin / Deutschland)
Mainradweg-Reise (Bert Sitters / Niederlande)

Marketingkooperationen / Qualitätsoffensive

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH beteiligte sich 2023 an folgenden Marketing-Kooperationsprojekten:

MainRadweg

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. 2023 wurden hierfür 8.712,00 € netto seitens der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH bereitgestellt.

Franken-Wein.Schöner.Land!

Das weintouristische Qualitäts-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. 2023 wurden hierfür 5.000,00 € netto seitens der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH bereitgestellt.

Das starke Engagement der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH an diesem Projekt in der Beteiligungsquote touristischer Leistungsträger sichtbar: Knapp 70 % der Partner sind im Gebiet Fränkisches Weinland beheimatet.

DTV Klassifizierung

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH ist eine zertifizierte Prüfstelle für die DTV-Klassifizierung. Zertifiziert werden Ferienwohnungen und Ferienhäuser.

Interessenvertretung

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 Geschäftsführung in folgenden Gremien vertreten:

- Marketingausschuss des Tourismusverbandes Franken
- Arbeitskreis „Franken-Wein.Schöner.Land!“ im Fränkischen Weinbauverband
- Beirat des Vereins „Gästeführer Weinerlebnis Franken“
- Sprecher der Gebiete im Weinland Franken / Kampagne „Franken. Wein.Schöner.Land!“
- Projektpartner bei „Franken-Wein.Schöner.Land!“
- Frankens Saalestück (Fachbeirat)
- Weinparadies Franken e.V. (Fachbeirat)

Innenmarketing für Partnerorte

Die neue Geschäftsführung der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH hat 2023 nahezu alle hauptamtlichbesetzten Touristinformationen vor Ort für ein Informationsgespräch und eine Informationstour besucht. Die Infotouren im persönlichen Austausch vor Ort sollen im zweijährigen Turnus beibehalten werden.

Neu eingeführt wurden 2023 die Touristikertreffen mit Impuls-Partnervorträgen. 2023 fanden folgende Treffen statt:

- Mai 2023: Veitshöchheim – Vorstellung der neuen Geschäftsführung mit Arbeitsagenda
- Oktober 2023: Schweinfurt – Frankens meets... - Informationsaustausch mit dem Tourismusverband Franken
- Dezember 2023: Kitzingen – Nachhaltigkeit im Tourismus / Workshop

Verwaltung / Zusammenfassung

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH wurde 2011 zur touristischen Vermarktung des Fränkischen Weinlandes gegründet. Ab 1. Januar 2012 hat die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH alle operativen Aufgaben des "Gebietsausschusses Fränkisches Weinland im Tourismusverband Franken e.V." übernommen.

- **Gesellschafter**

Landkreis Würzburg / Landkreis Schweinfurt / Landkreis Kitzingen / Landkreis Main-Spessart / Landkreis Bad Kissingen / Stadt Schweinfurt / Stadt Würzburg

- **Gesellschafterversammlung**

> Vorsitzender: Landrat Thomas Eberth (Landkreis Würzburg)

- **Aufsichtsrat**

> Vorsitzender Michael Dröse (Landkreis Würzburg)

- **Gremien-Termine 2023**

- > 20.06.2023: Aufsichtsratssitzung (Kitzingen)
- > 15.09.2023: Aufsichtsratssitzung (Schweinfurt)
- > 13.07.2023: Gesellschafterversammlung (Würzburg)

- **Personal**

- > Susanne Müller (Geschäftsführung – bis 31.03.2023)
- Marco Maiberger (Geschäftsführung – seit 01.04.2023)
- > Gabi Walter (Vollzeit)
- > Beata Wagner (Teilzeit)

Jahresabschluss 2023

Der Jahresabschluss zum 31. Dezember 2023 der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH wurde auf der Basis der Ergebnisse der Steuerberatungsfirma ADS (Würzburg) durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Rosengarth & Partner (Würzburg) testiert. Zu den wirtschaftlichen Verhältnissen werden u.a. folgende Hinweise ausgewiesen:

• Gezeichnetes Kapital	28.000,00 €
• Jahresüberschuss	41.675,33 €
• Gesamtertrag	406.169,32 €
• Sonstige Erlöse	57.543,29 €
• Marketingbeiträge	162.081,02 €
• Personalkostenzuschuss	186.545,01 €
• Löhne und Gehälter	149.855,82 € (Geschäftsführung: 57.532,51 €)
• Soziale Abgaben	37.222,06 € (Geschäftsführung: 15.631,19 €)

Abschlussbemerkung

2023 stand ein Wechsel auf Geschäftsführungsebene an. Susanne Müller wurde zum 31.03.2023 in den Ruhestand verabschiedet. In der Gesellschafterversammlung wurden Ihre Verdienste zur positiven Tourismusentwicklung im Fränkischen Weinland durch alle Gesellschafter gewürdigt. Auch das Team der Geschäftsstelle sagt DANKE für die Jahrzehntelange erfolgreiche Zusammenarbeit.

Zum 01.04.2024 wurde Marco Maiberger als neuer Geschäftsführer der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH berufen.

Für die erfolgreiche Entwicklung der Tourismusmarketingarbeit im Fränkischen Weinland ist das positive Zusammenspiel vieler Partner, touristischer Leistungsträger, Partnerorte und Gesellschafter sehr wichtig. An dieser Stelle danken wir im Namen der Geschäftsstelle sehr herzlich für die Unterstützung, die positive Kommunikation untereinander und den gemeinsamen Willen das Tourismusgebiet Fränkisches Weinland für die Übernachtungs- und Naherholungstourismus weiterzuentwickeln.

Würzburg, den 12. März 2024



Marco Maiberger
Geschäftsführer