



Fränkisches
Weinland
Tourismus

Fränkisches Weinland Tourismus GmbH

Statistik • Kommunikation • Innenmarketing •
Marktforschung • Qualitätsmanagement • Ausblick

20. Oktober 2020

Sachbericht

Fränkisches Weinland Tourismus GmbH

20. Oktober 2020



Fränkisches Weinland Tourismus GmbH

Turmstraße 11, 97070 Würzburg
Telefon 0931/372335, Telefax 0931/373793
tourismus@fraenkisches-weinland.de
www.fraenkisches-weinland.de

Registergericht: AG Würzburg HRB 11309

© Fränkisches Weinland Tourismus GmbH, 2020/10

1.	Vorwort	3
2.	Tourismusstatistik (Januar bis August 2020)	4
3.	Kommunikation (Arbeitsprogramm)	5
	Werbemittelproduktion (Print, Photos, Videoclips)	6
	Messen und sonstige Publikumsveranstaltungen	7
	Anzeigen	8
	Kampagnen	10
	Online (Web, SocialMedia)	15
	Pressearbeit	19
	Online-Buchungsservice	28
	Verkaufsförderung	30
	Werbemittelversand	31
4.	Qualitätsmanagement	32
5.	Innenmarketing, Marktforschung	33
6.	Ausblick	34

1) Vorwort

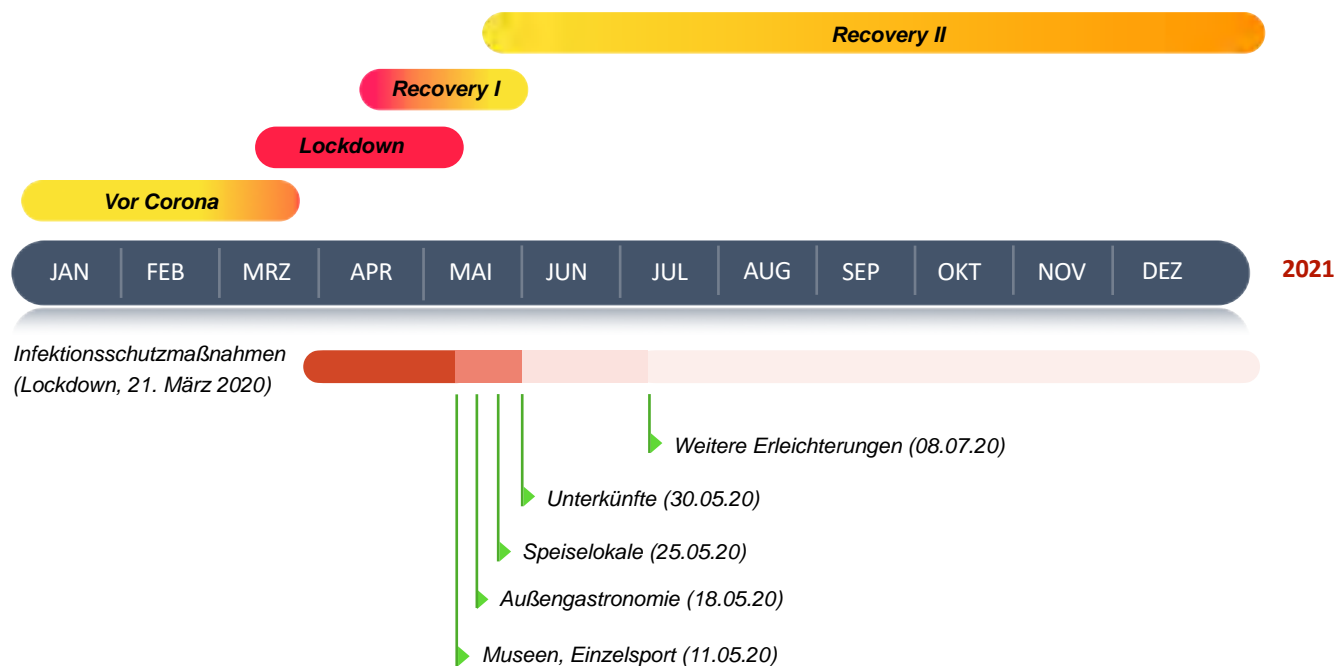
Im Fränkischen Weinland setzte sich die positive Entwicklung der letzten Jahre auch in den ersten beiden Monaten des Jahres 2020 mit Zuwachsraten bei den Übernachtungen und Gästeankünften fort. Seit Ende Februar 2020 stellt nun die Corona-Pandemie insbesondere auch die Tourismusbranche global auf allen Ebenen vor größte Herausforderungen. In diesem Zusammenhang führte der sogenannte Lockdown (21. März bis 1. Juni 2020) mit vielfältigsten Einschränkungen des öffentlichen Lebens (Kontaktbeschränkungen, Hygienevorgaben, Besuchsverbote, Reisebeschränkungen, etc.) zu dramatischen Rückgängen in den Tourismusstatistiken mit entsprechenden wirtschaftlichen Auswirkungen auf alle touristischen Segmente (Tagesausflugsverkehr, Gastronomie, Messen, Tagungen, etc.).

Mit den sukzessiven Lockerungen der Reisebeschränkungen zeichnet sich seit Juni 2020 eine leichte Erholung in einzelnen Segmenten des Deutschland-Tourismus ab. Zu nennen sind u.a. der "ländliche Raum" und der Bereich "Camping / Wohnmobiltourismus". Als problematisch sind nach wie vor die Segmente "Städtetourismus", "Kongresse, Tagungen, Messen" und "Ausländerreiseverkehr" sowie die Einschränkungen im Veranstaltungsbereich zu bezeichnen.

Als Dachorganisation für die touristische Vermarktung des Fränkischen Weinlandes hat die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH frühzeitig mit einem dreistufigen Arbeitsprogramm auf die Herausforderungen reagiert.

Im Bericht "Sachstand und Planungen in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie" (13. Juli 2020) wurden bereits die diesbezüglichen Maßnahmen - ergänzt mit einer Zusammenfassung der Projekte bis zum Lockdown (21. März 2020) - dargestellt.

Der vorliegende Bericht (20. Oktober 2020) umfasst einen Überblick über die Maßnahmen vom 1. Januar bis 30. September 2020 sowie einen Ausblick auf das Arbeitsprogramm für Zeitraum "November 2020 bis März 2021" basierend auf den Beschlüssen der Gesellschafterversammlung vom 15. Juni 2020 der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH.

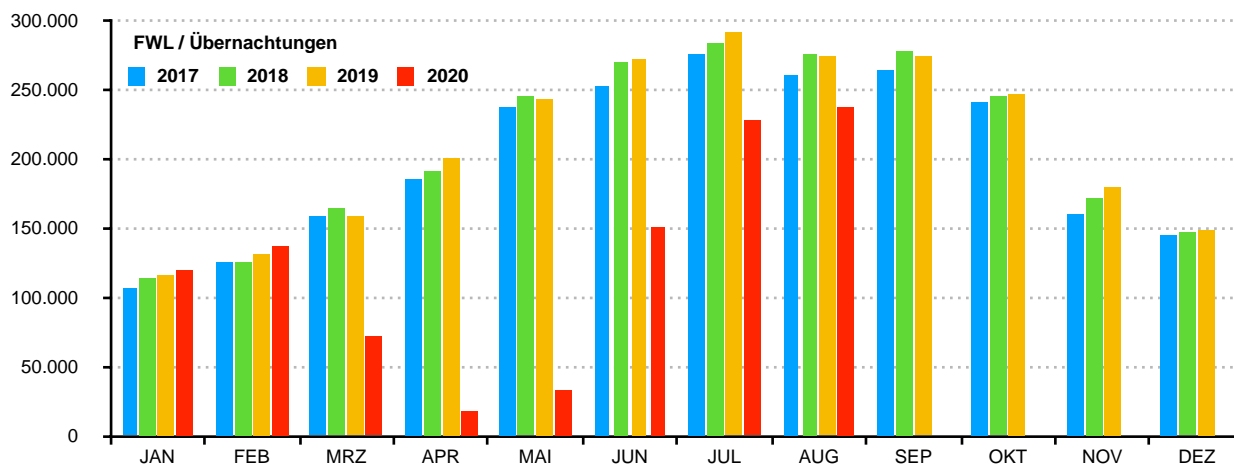


2) Tourismusstatistik

Januar bis August 2020

Die überaus positive Entwicklung der letzten Jahre mit kontinuierlichen Zuwachsraten setzte sich im Fränkischen Weinland auch in den ersten beiden Monaten des Jahres 2020 fort.

Mit Beginn der Corona-Pandemie und dem "Lock-down" (Reisebeschränkungen, etc.) am 21. März 2020 wurde die Tourismusbranche auf allen Ebenen massiv in Mitleidenschaft gezogen. Neben den gravierenden Übernachtungsrückgängen sind vor allem die Umsatzauffälle in allen touristisch Bereichen (Gastronomie, Tagungen, etc.) anzuführen. Seit Juni 2020 sind im "ländlichen Raum" wieder Steigerungsraten - allerdings unter dem Niveau des Vorjahres- zu registrieren. Als problematisch sind nach wie vor die Segmente "Städte-tourismus" und "Ausländerreiseverkehr" zu bezeichnen.



FWL / Gästeankünfte / Januar bis August 2020

Inland	%	Ausland	%	Gesamt	%
464.188	-41,3	67.032	-59,1	531.220	-44,3

FWL / Übernachtungen / Januar bis August 2020

Inland	%	Ausland	%	Gesamt	%
896.410	-37,4	109.695	-57,9	1.006.105	-40,6

FWL / Tourismus "Städte - ländlicher Raum" / Jan-Aug 2020

	Gästeankünfte	%	Übernachtungen	%
Städte *	254.867	-48,4	409.524	-48,7
ländl. Raum	276.353	-39,9	596.581	-33,2
FWL	531.220	-44,3	1.006.105	-40,6

* Schweinfurt, Würzburg

FWL / Übernachtungen "Ausland" / Januar bis August 2020

Land	Übernachtungen	%
Niederlande	31.419	-47,5
Österreich	8.813	-53,1
Schweiz	8.433	-52,5
Polen	8.178	-41,2
Dänemark	7.101	-48,2
Großbritannien	4.226	-59,0
Italien	3.545	-69,8
USA	2.484	-81,9
Schweden	1.535	-82,3
China	836	-90,3
Sonstige	33.125	
Ausland Gesamt	109.695	-57,9

FWL / Betriebe, Betten, Auslastung / August 2020

Betriebe * "geöffnet"	Betten ** "angeboten"	Betten Auslastung	Ø Aufent- haltungsdauer
320	14.414	38,5	2,0

* Jahresdurchschnitt pro Monat

** Jahresdurchschnitt pro Monat ohne Camping

Quelle / Ergebnisse:
Bayerisches Landesamt für Statistik,
nur Betriebe mit mindestens 10 Betten inklusive Camping-Touristik

3) Kommunikation

.....

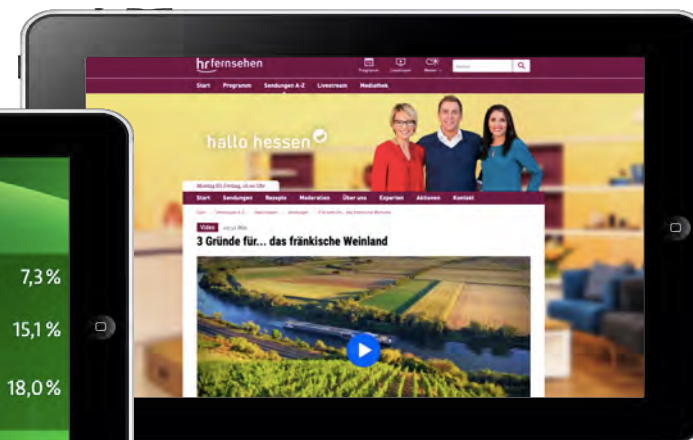
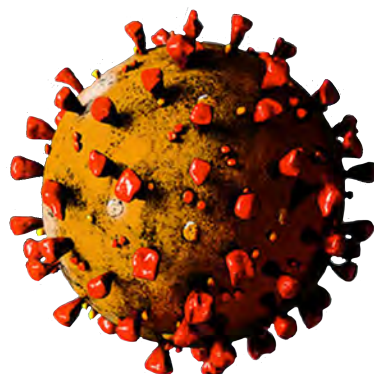
Die Kommunikationsarbeit der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH wurde bereits vor dem Lockdown am 21. März 2020 an die aktuellen Entwicklungen angepasst. Mit der Beendigung des Lockdowns und der sukzessiven Lockerung der Einschränkungen des öffentlichen Lebens ab Mitte/Ende Mai 2020 erfolgte auf der Basis der Beschlüsse der Gesellschafterversammlung der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH (15. Juni 2020) eine weitere Aktualisierung des Arbeitsprogramms.

Weiterhin wurden mit der Verabschiedung des Wirtschaftsplanes 2021 die Weichenstellungen für das weitere Arbeitsprogramm vorgenommen.

Neben der Beibehaltung der bisherigen Kommunikationsstrategie (siehe Geschäftsbericht 2019, Seite 6) sind in Zusammenhang mit dem Neustart des Tourismus im Fränkischen Weinland insbesondere folgende Maßnahmen zu nennen:

- **Einbindung einer Kommunikationsagentur (Wilde & Partner, München)**
- **Intensivierung der SocialMedia-Aktivitäten**
- **Verstärkte Umsetzung von Marketingmaßnahmen in Form von Kooperationsprojekten**

Im Folgenden werden die bisherigen Maßnahmen bzw. Planungen der Kommunikationsarbeit mit Kenntnisstand zum 15. Oktober 2020 dargestellt. Integriert sind dabei die bereits im Sachbericht vom 13. Juli 2020 vorgestellten Projekte ("Wein.Land.-Lese", "Kulinarische Deutschlandreise", etc.) während des Lockdowns und der Recoveryphase.



3) Kommunikation

Werbemittelproduktion



PRINT

- **Genusstouren zu Main und Wein**
- **Balthasar Neumann - ein barockes Genie**
- **Autofreier Sonntag 2020**
- **Lust auf Vielfalt - Gebietskarte (D, E)**
- **Urlaubs Magazin 2021**
51 Beteiligungen (2020: 53 Beteiligungen)
Umstellung auf Rabattsystem
- **Gastgeberverzeichnis 2021**
89 Beteiligungen (2020: 81 Beteiligungen)
Umstellung auf Rabattsystem

PHOTOS

Ein aktuelles Bildarchiv ist entscheidend für eine erfolgreiche Marketingarbeit mit seinen unterschiedlichsten Aufgabenstellungen (Pressearbeit, Social-Media, Internet, Prospekte, etc.). Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH lässt daher jährlich - vielfach auch in Kooperationen mit Partnern - Bildmotive produzieren, die u.a. auch Tourismusorganisationen (TV Franken, etc.) zur Verfügung stehen.

- **Holger Leue**
16. und 22. September 2020

VIDEOCLIPS "Wein.Land.Blick"

Das Online-Marketing ist heute mit einer nach wie vor steigender Bedeutung ein wesentlicher Bestandteil des Marketing-Mix. Zur Nutzung entsprechender Plattformen (YouTube, etc.) sind Videoclips zu den touristisch relevanten Themen einer Destination erforderlich. Das bisherige Portfolio des Fränkisches Weinland GmbH (eigener YouTube-Kanal, Mediathek) mit der Präsentation von "Kooperations-Videos" (vielweib.de, etc.) wird nun auch mit "Auftragsproduktionen" ergänzt.

- **Clip "Radeln"**
11. August 2020
- **Clip "Wandern"**
19. August 2020
- **Clip "Kultur"**
10. September 2020
- **Clip "Wein"**
21. September 2020

3) Kommunikation

Messen und sonstige Publikumsveranstaltungen

Messen sind seit vielen Jahren Bestandteil des Destinationsmarketings. 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 von unterschiedlicher Anschließermustern am Messestand des Tourismusverbandes Franken.

Ergänzend zu den Publikumsmessen beteiligt sich die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH mit Prospektauslagen an der Werbeaktion "Franken on Tour" des Tourismusverbandes Franken. Mit einem „mobilen Frankenstand“ werden fränkische Reiseziele auf stark frequentierten Plätzen und in Fußgängerzonen in Deutschland präsentiert.

Aufgrund des Corona-Pandemie wurden alle relevanten Messen und Werbeaktionen im Zeitraum "März bis Juni 2020" abgesagt.

Ob und in welcher Form touristischen Messen im Jahr 2021 stattfinden werden, hängt von der weiteren Corona-Entwicklung ab. Unabhängig hiervon wird sich die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH bei den disponierten Beteiligungen im Jahr 2021 auf eine Prospektauslage ohne persönliche Präsenz beschränken.

MESSEN

- **CMT, Stuttgart**
11.01. bis 19.01.2020
Counter TVF, eigenes Personal
- **Reisen, Hamburg**
05.02. bis 09.02.2020
Prospektstele TVF
- **f.re.e, München**
19.02. bis 23.02.2020
Counter TVF, eigenes Personal
- **Freizeit, Nürnberg**
26.02. bis 01.03.2020
Prospektauslage TVF
- **ITB, Berlin**
04.03. bis 08.03.2020
Counter TVF in der "Bayern-Halle",
eigenes Personal
- **LEIF, München**
17.04. bis 19.4.2020
Prospektauslage TVF
- **Velo, Frankfurt a.Main**
20.06. bis 21.06.2020
Prospektauslage TVF

- **Tour Natur, Düsseldorf**
04.09. bis 06.09.2020
Prospektauslage TVF
- **Food & Life, München**
25.11. bis 29.11.2020
Prospektstele TVF



SONSTIGE PUBLIKUMSVERANSTALTUNGEN

- **Franken on Tour**
Hessen, Rheinland Pfalz
20.04. bis 24.04.2020, Prospektauslage
- **Franken on Tour**
Nordrhein-Westfalen
06.07. bis 10.07.2020, Prospektauslage
- **Franken on Tour**
Baden-Württemberg
24.08. bis 28.08.2020, Prospektauslage



3) Kommunikation

Anzeigen

- **Weltreise durch Deutschland**
Katalogwerbung
- **Deutschlands schönste Reiseziele**
Katalogwerbung
- **Sonntag aktuell**
Katalogwerbung
- **Beilage "Radeln in Franken" (TVF)**
- **Beilage "Wandern in Franken" (TVF)**
- **Bunte Spezial "Reisen in Deutschland"**
- **Beilage "FAZ"**



2020	Kosten *	Anfragen	Kosten/Anfrage
Sonntag Aktuell	2.023,00 €	249	8,12 €
Weltreise Deutschland	2.080,00 €	892	2,33 €
D schönste Reiseziele	2.196,40 €	913	2,41 €
	6.299,40 €	2.054	3,07 €

3) Kommunikation

Anzeigen

Freu Dich auf Francken
Genuss RADELN
Entspannt unterwegs zu Natur, Kultur und Kulinarik

Fränkisches Weinland

Auf Tour zur Weinkultur
Im Fränkischen Weinland führt der Weg immer zum Genuss: Das gilt selbstverständlich auch für die Radwege, die die Radler zu den schönsten Seiten der fränkischen Weinkultur bringen.

Bei blauer Hand des Mainz, die steilen Weinberge und die Weiler, die sich schützend auf den Berghängen ausbreiten, machen das Fränkische Weinland zu einer besonderen Weinkulturlandschaft. Wegweiser sind hier die Gastfreundschaft, die die Radler auf all Ihren Touren begehen, die Kulturschätze, die unterwegs auf die warten, und natürlich der Frankenwein selbst.

Im Fränkischen Weinland haben die Radler die Wahl zwischen herrlich entspannenden Touren, die ganz im Zeichen des Genusses stehen. Jede von ihnen widmet sich einem bestimmten Thema, durch das man ganz unkompliziert die Besonderheiten dieser Urlaubslandschaft kennenlernen.

Alabaster, Spargel und Kirchenburgen

„Muschelkalk und Alabaster“ etwa ist der Name einer 120 Kilometer langen Route von Würzburg über die Räder des Steingewalts zurück zum Maindreieck nach Marktweil. Sie zeigt, wie sehr der Boden den Wein beeinflusst. „Silvaner und Spargel“ – eine 66 Kilometer lange Rundtour – hingegen widmet sich der köstlichen Kombination des frühlinghaften Königsgemüses mit den Schätzen aus den Weinbergen. „Kirchenburgen und große Weine“ steuern die Radler von Iphofen aus an. Auf der 36 Kilometer langen Route machen sie unter anderem in Mitterheim Station an der besterhaltenen **Gastkutschengasse** Frankens.

Vorgefahrt werden diese Touren sowie viele weitere auf der Website des Fränkischen Weinlands: mit Wegbeschreibung, GPS-Daten und Höhenprofil. Ein praktischer Wegbegleiter ist die Broschüre „Genusstouren zu Main und Wein“, die kostenlos über die Website bestellt werden kann und als E-Book heruntergeladen werden kann.

Alabaster, Spargel und Kirchenburgen

„Muschelkalk und Alabaster“ etwa ist der Name einer 120 Kilometer langen Route von Würzburg über die Räder des Steingewalts zurück zum Maindreieck nach Marktweil. Sie zeigt, wie sehr

Fränkisches Weinland Tourismus GmbH
Turmgasse 11, 97070 Würzburg
Tel. +49 (0) 931 2335
www.frankisches-weinland.de

Freu Dich auf Francken
Genuss WANDERN
Die schönsten Wege zum fränkischen Naturerlebnis

TOLLE TOURENTIPPS ZU WANDERROUTEN IN DER NATUR!

Fränkisches Weinland

Traumwege zur Weinkultur
Im Fränkischen Weinland heißt das Ziel für Wanderer ganz klar Genuss. Wasser, Wein und herrliche Routen wie die „Wege zum Wein“, die Touren der „Schweinfurter Wanderlust“ oder die „TraumRunden im Kitzinger Land“ geben dafür die Richtung vor.

„Wege zum Wein“: Diese Signale tragen Wanderer, bei denen der Fränkische Wein und die Naturerlebnisse, die er prägt, die Hauptrolle spielen – herrliche Ausblicke über Weinberge, Weinstetten und Flussläufe. 17 Routen im Fränkischen Weinland wurden bisher mit diesem Qualitätsiegel zertifiziert.

Jede von ihnen bringt den Wanderer die Weinkultur ganz nah: Das Siegel erhalten ausschließlich Strecken, von denen mindestens die Hälfte des Weges direkt durch die Weinberge führt. Da Wein eine gemütliche Sache ist, geht es auch bei den „Weigen zum Wein“ nicht darum, möglichst viel Strecke zu machen. Deshalb liegt die Mindestlänge der Routen bei entspannten 3 Kilometern, die längste meist 10 Kilometer. Dem Wein begegnen die Wanderer auf dem meist als Rundtour angelegten und zweifach beschützten Wegen immer – sowie Naturdenkmälern, Kapellen, Weinstetten, Weinstadlgeräusen oder Weinlängstragen. Alle Touren werden in der Broschüre „Wege zum Wein“ beschrieben und sind auf der Website des Fränkischen Weinlands zu finden.

Wanderer sind auf verwinkelten Pfaden im romantischen Hilsenthal unterwegs, entdecken die Ausläufer der Schweinfurter Mainhöfen und steigen hinauf zu herrlich ruhigen Höhen. Weinberg. Kulturelle Einblicke bilden unterwegs beispielsweise das Fränkische Hilsenthalzentrum, historische Hilsenthaler, Schöne Weineck oder der Pensionatshof Hilsenthal.

Fränkisches Weinland Tourismus GmbH
Turmgasse 11, 97070 Würzburg
Tel. +49 (0) 931 2335
www.frankisches-weinland.de
www.wanderwege-kitzingerland.de
www.achweinfurt360.de

BUNTE REISEN SPECIAL
Sommer 2020 € 4,90

DIE SCHÖNSTEN DEUTSCHEN ZIELE

- Top-Adressen
- Geheimtipps der Promis
- Sehnsuchts-Orte

FRANZISKA KRUPPE
Best Boots-Ferien an der Ostsee

Urlaub in Deutschland

Fränkisches Weinland

Lebenslust, die beflügelt!

IPHOFEN
Genuss und Kultur

Volkacher Mainschleife

Infomaterial über das Fränkische Weinland mit Iphofen und der Volkacher Mainschleife:
Fränkisches Weinland Tourismus GmbH · Turmgasse 11 · 97070 Würzburg · Tel. 0931/372335
www.frankisches-weinland.de · www.iphofen.de · www.volkach.de

Beilage "... in Franken"	Anfragen bei TV Franken
Genuss Radeln	60
Genuss Wandern	105
> Fränkisches Weinland	55
> Kitzingen Land	35
> Schweinfurt 360	15

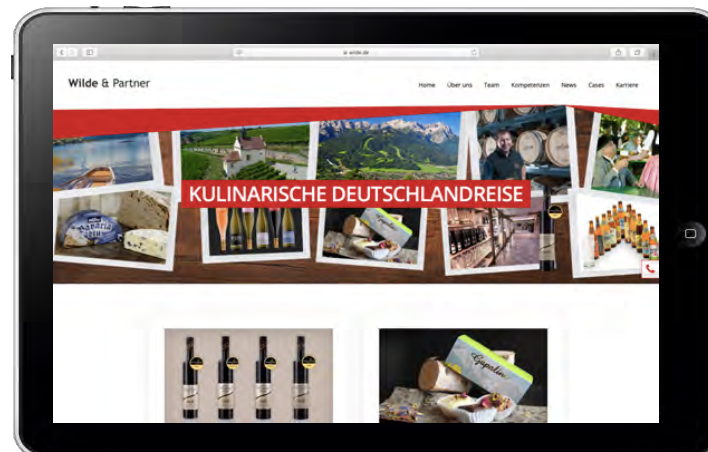
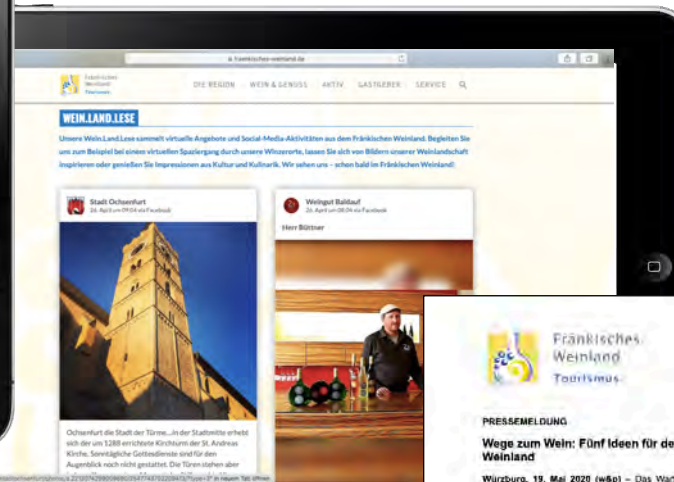
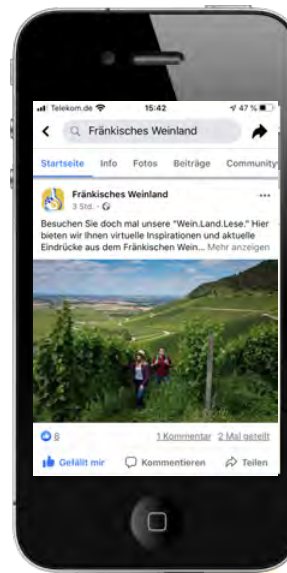
3) Kommunikation

Kampagnen

Das crossmediale Marketing gehört zu den wichtigsten Elementen der Kommunikationsarbeit. Dabei werden klassische Werbekanäle wie Anzeigen, TV oder Radio mit anderen Kommunikationsinstrumenten (Mailing, Website, E-Mail, SocialMedia, etc.) kombiniert bzw. parallel eingesetzt.

Während des "Lockdowns" und der "Recovery-Phase" wurden folgende crossmediale Maßnahmen umgesetzt:

- **Kampagne "Wein.Land.Lese"**
(Website mit Fancybox, SocialMedia)
- **Kampagne "Kulinarische Deutschlandreise"**
(Wilde&Partner / Microsite, SocialMedia, PR)
- **Kampagne "Fünf Ideen für den Kurzurlaub im Fränkischen Weinland"**
(Wilde&Partner / SocialMedia, PR)

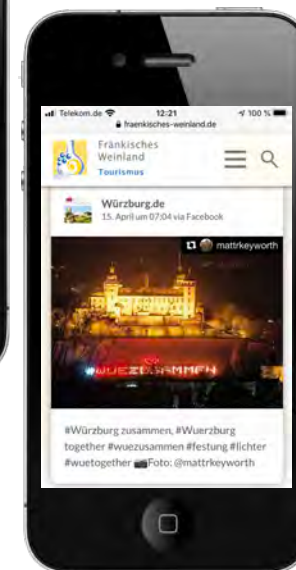
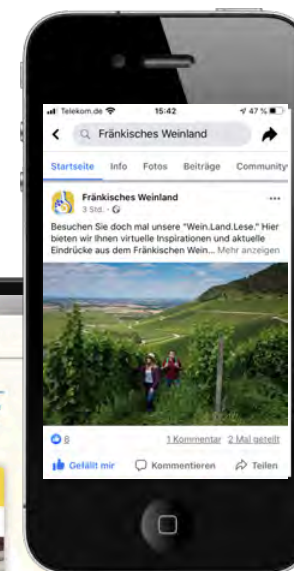
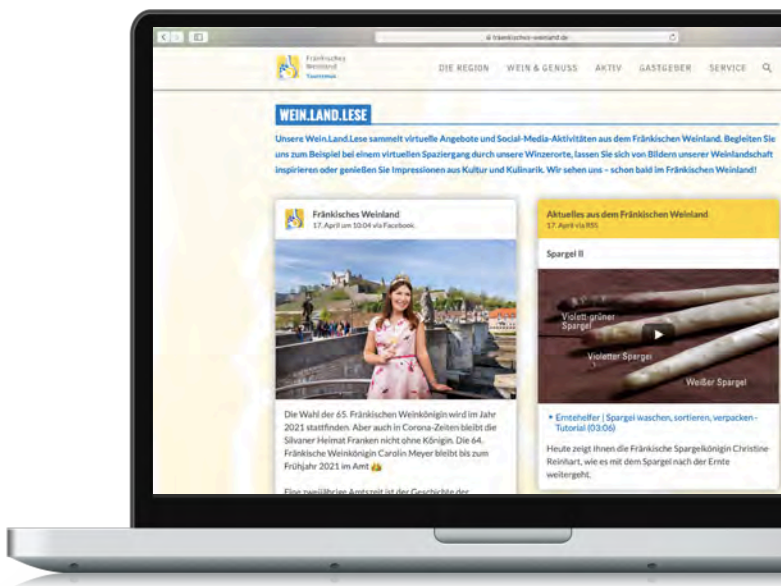
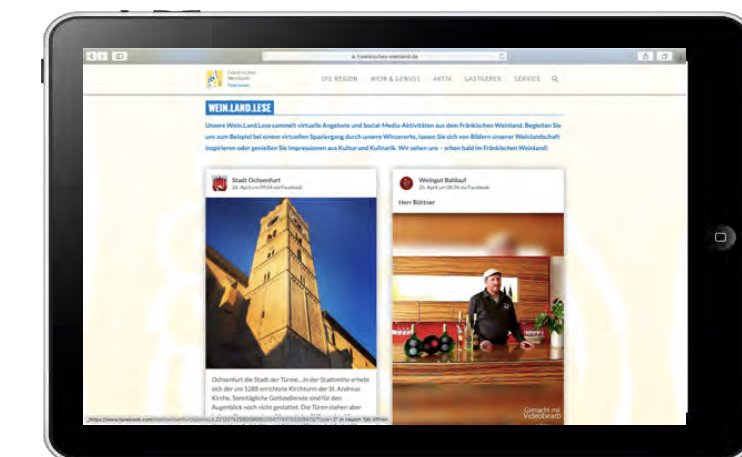
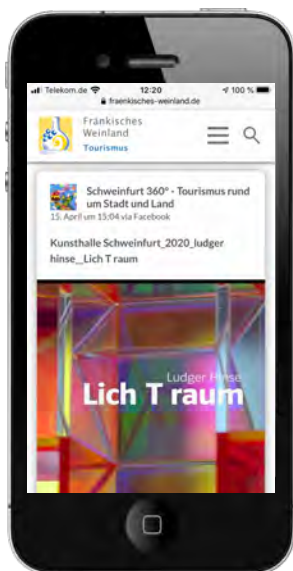
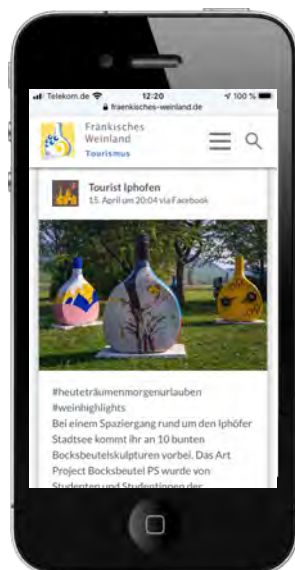


3) Kommunikation

Kampagne "Wein.Land.Lese"

Die Kampagne "Wein.Land.Lese" wurde aufgrund des Lockdowns als Kommunikationsinstrument zur Bündelung bzw. Präsentation von Informationen aus dem SocialMediabereich der Mitgliedskommunen auf der Website www.fraenkisches-weinland.de konzipiert.

Mit Blick auf die sehr hohen Zugriffszahlen wird dieser Service fortgeführt und als "Wein.Land.Lese" in das Marketing-Portfolio übernommen.

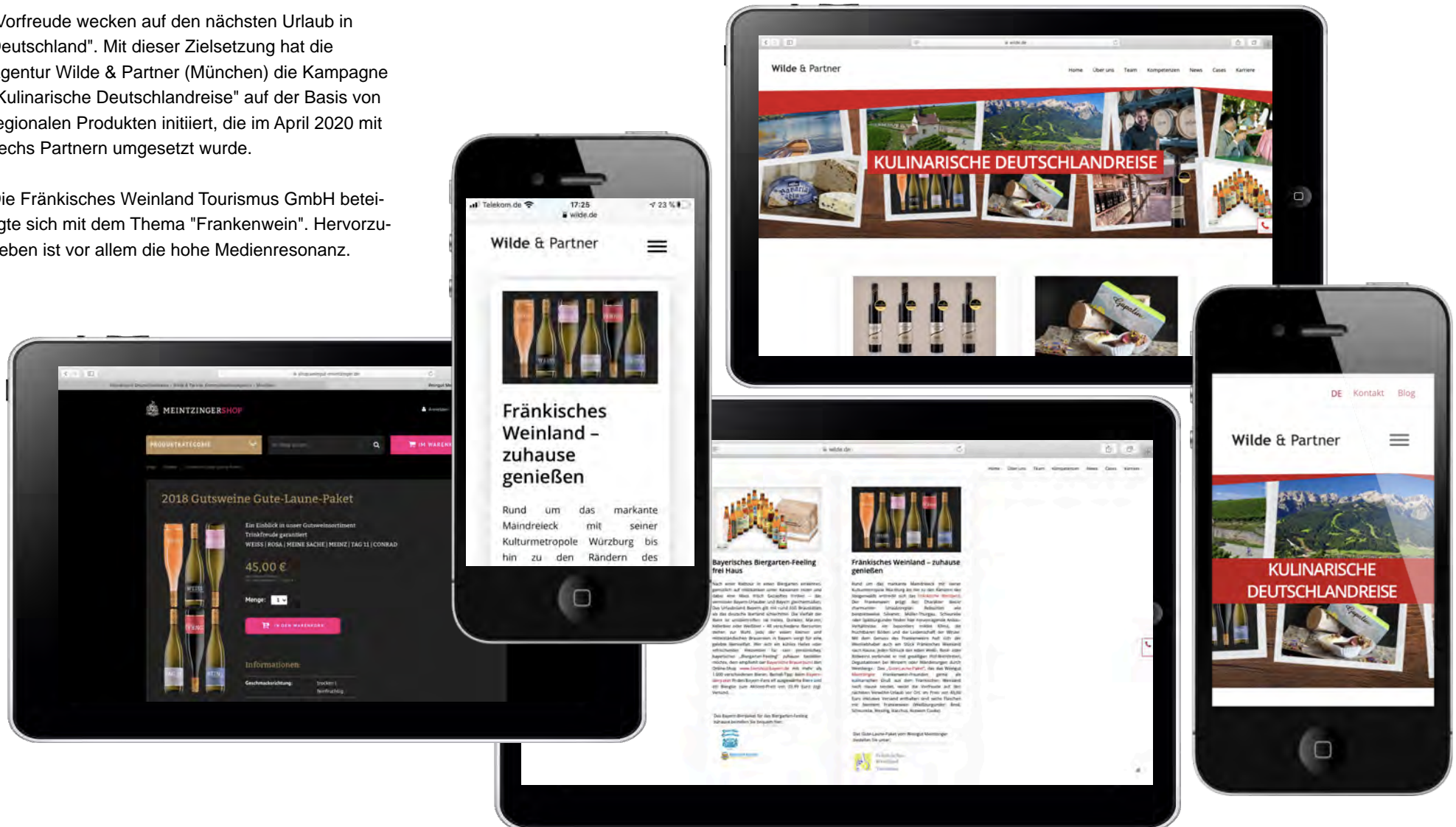


3) Kommunikation

Kampagne "Kulinarische Deutschlandreise"

"Vorfreude wecken auf den nächsten Urlaub in Deutschland". Mit dieser Zielsetzung hat die Agentur Wilde & Partner (München) die Kampagne "Kulinarische Deutschlandreise" auf der Basis von regionalen Produkten initiiert, die im April 2020 mit sechs Partnern umgesetzt wurde.

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH beteiligte sich mit dem Thema "Frankenwein". Hervorzuheben ist vor allem die hohe Medienresonanz.



3) Kommunikation

Kampagne "Kulinarische Deutschlandreise"

Portale	Links	Reichweite in Mio. Unique User	Online Anzeigen-Äquivalenzwert in Euro	Zusammenfassung
	https://bit.ly/3cUCZby	33,6	15.000 €	Online-Portale: 12
	https://bit.ly/2y6HtwX	20,9	10.000 €	Reichweite: 104,39 Mio.
	https://bit.ly/2Yah38k	9,3	5.000 €	Äquivalenzwert: 49.100,00 €
	https://bit.ly/2yTyZCY	7,5	5.000 €	Verfügbarkeit: dauerhaft
	https://bit.ly/2WALhpg	7,0	5.000 €	
	https://bit.ly/2y6HlgX	5,4	1.500 €	
	https://bit.ly/3cRGcZw	8,2	1.500 €	
	https://bit.ly/3eYDdQU	5,8	1.500 €	
	https://bit.ly/3altwCR	3,4		
	https://bit.ly/3cRtXMw	2,9		
	https://bit.ly/2YdeVwI	0,2		
	https://bit.ly/2KS3DGI	0,2		

Reichweite: Quelle: AGOF digital facts, 2019-11 Erw. ab 16 Jahren und älter, Nettoreichweite in Unique User pro MC Basis von Landau Media Monitoring.

Rätsel-Magazin Print / DACH 150.000 Auflage

28.04.2020

Wilde & Partner
Kulinarische Reise durch Süddeutschland

Brozeit machen wie am Bergeee: Weiß-blauer Käsegenuss

Weiß-blau, so wie der Himmel über Bayern, weiß-blau, so wie die schneebedeckten Gipfel und die glasklaren Alpengseen. Einer von ihnen ist der Waginger See im oberbayerischen Ruppertwinkel. Dort hat auch die Privatkäserei Bergader ihren Sitz. Einer der bekanntesten Weichkäse der Käse- und Bergader ist der Bavaria blu. 1979 wurde der Käse in der Fachwelt gewürdigt – als „Jahresbestkäse“ erhielt die Käsespezialität die begehrte Auszeichnung „Goldener Zuckerhut“. Heute gibt es den Käse in drei verschiedenen Geschmacksvarianten: mild, würzig und scharf.

www.bergader.de

Verlost werden 3 x 1 Wertgutschein von je 30 Euro.

Reb-Tour für die heimische Couch: Fränkische Weine nach Hause geholt

Rund um das markante Maindreick mit seiner Kulturlandschaft Würzburg bis hin zu den Rändern des Steigerwalds erstreckt sich das Fränkische Weinland. Der Frankenwein prägt den Charakter dieser charmanten Urlaubsregion. Das „Gute-Laune-Paket“, das das Weingut Meintzinger Frankenwein-Freunden gerne als kulinarischen Gruß aus dem Fränkischen Weinland nach Hause sendet, weckt die Vorfreude auf den nächsten Verweil-Urlaub vor Ort. Freuen darf man sich auf sechs Flaschen mit feinsten Frankenwein: Weißburgunder, Rotk., Scheurebe, Riesling, Bacchus, Rotwein Cuvée.

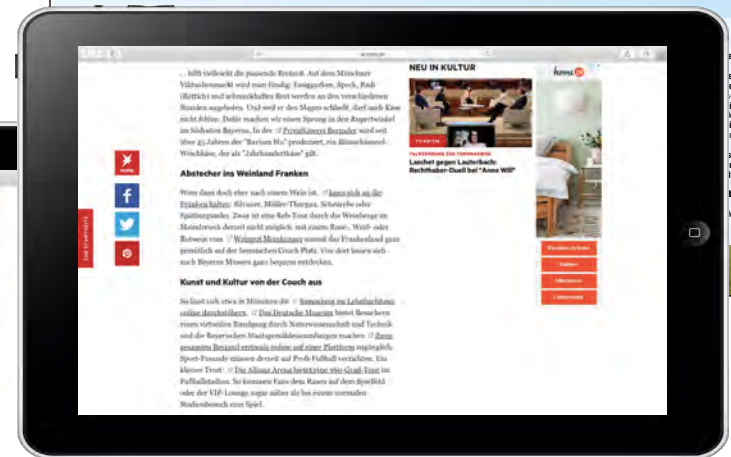
www.weingut-meintzinger.de

Verlost werden 3 x 1 Gute-Laune-Paket.

hmanckerreise durch Bayern

Die Welt kann nicht reisen und sucht nach Alternativen, um die Urlaubs-Sehnsucht zu stillen. In Zeiten der Corona-Krise bleibt Urlaubsreisen der Gaumen, um auf Reisen zu gehen. So verbindet der eine mit einem Urlaub in den Bergen die zünftige Alm-Jause, der andere mit dem Genuss eines Krabbenbrötchens die Ferientage an der Nordsee. Der Deutsche Rätsel Verlag stellt in der Serie „Kulinarische Deutschlandreise“ lokale Spezialitäten vor, die original Urlaubsgefühle wecken und die online bestellbar sind. Der erste Teil der Serie ist eine Geschmacks-Reise durch Bayern für zu Hause.

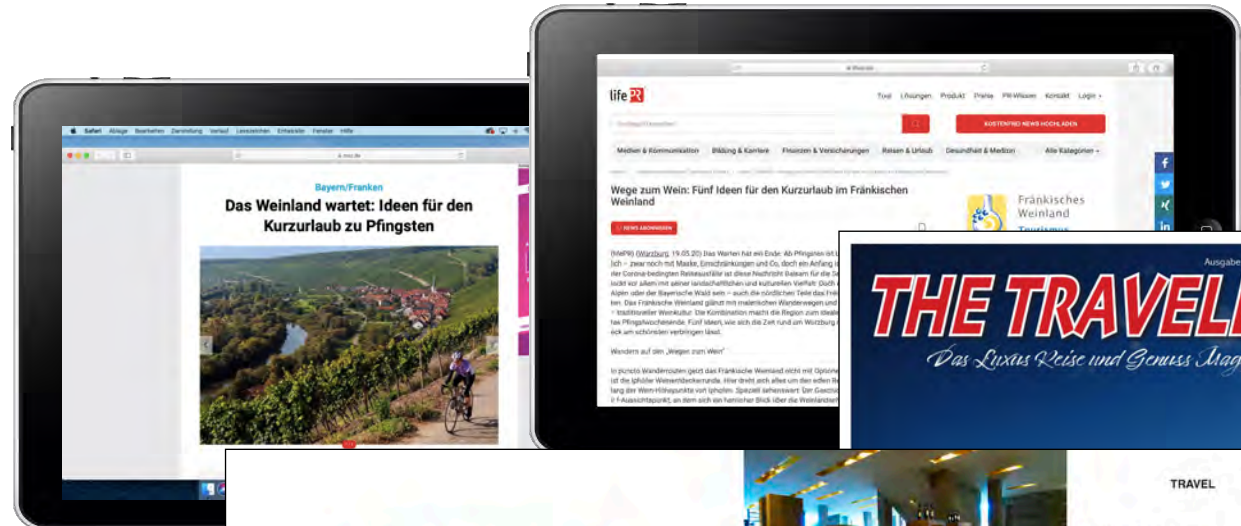
Weitere Informationen zur „Kulinarischen Deutschlandreise“ sowie zu den einzelnen vorgestellten Produkten finden Interessierte auf: www.wilde.de/kulinarische-deutschlandreise/ und auf Instagram #WildeGenusstour



3) Kommunikation

Kampagne "Fünf Ideen für den Kurzurlaub im Fränkischen Weinland"

Mit Blick auf die sich lockernden Reisebeschränkungen hat die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH im Mai 2020 die crossmediale Kampagne "Fünf Ideen für den Kurzurlaub im Fränkischen Weinland" umgesetzt. Auch bei dieser Kampagne war eine überproportional hohe Resonanz zu registrieren.



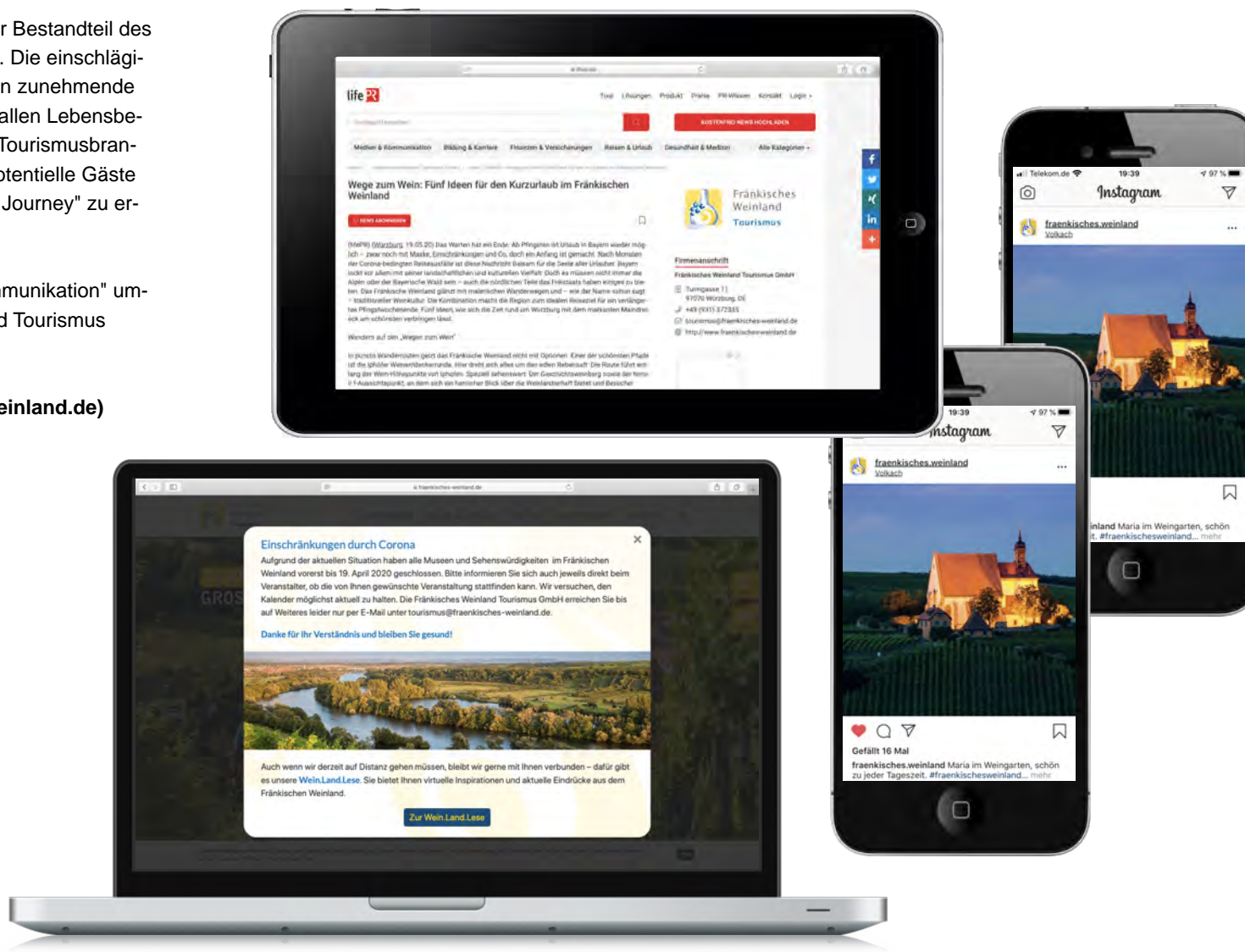
3) Kommunikation

Online

Das Internet ist heute ein integraler Bestandteil des privaten und beruflichen Umfeldes. Die einschlägigen Studien spiegeln eine weiterhin zunehmende Bedeutung der Online-Nutzung in allen Lebensbereichen und insbesondere auf die Tourismusbranche wider. Hier gilt es vor allem, potentielle Gäste über alle Stationen der "Customer Journey" zu erreichen.

Der Aufgabenbereich "Online-Kommunikation" umfasst bei der Fränkischen Weinland Tourismus GmbH aktuell folgende Bausteine:

- **Website** (www.fraenkisches-weinland.de)
- **SocialMedia**
 - > Facebook
 - > YouTube
 - > Instagram



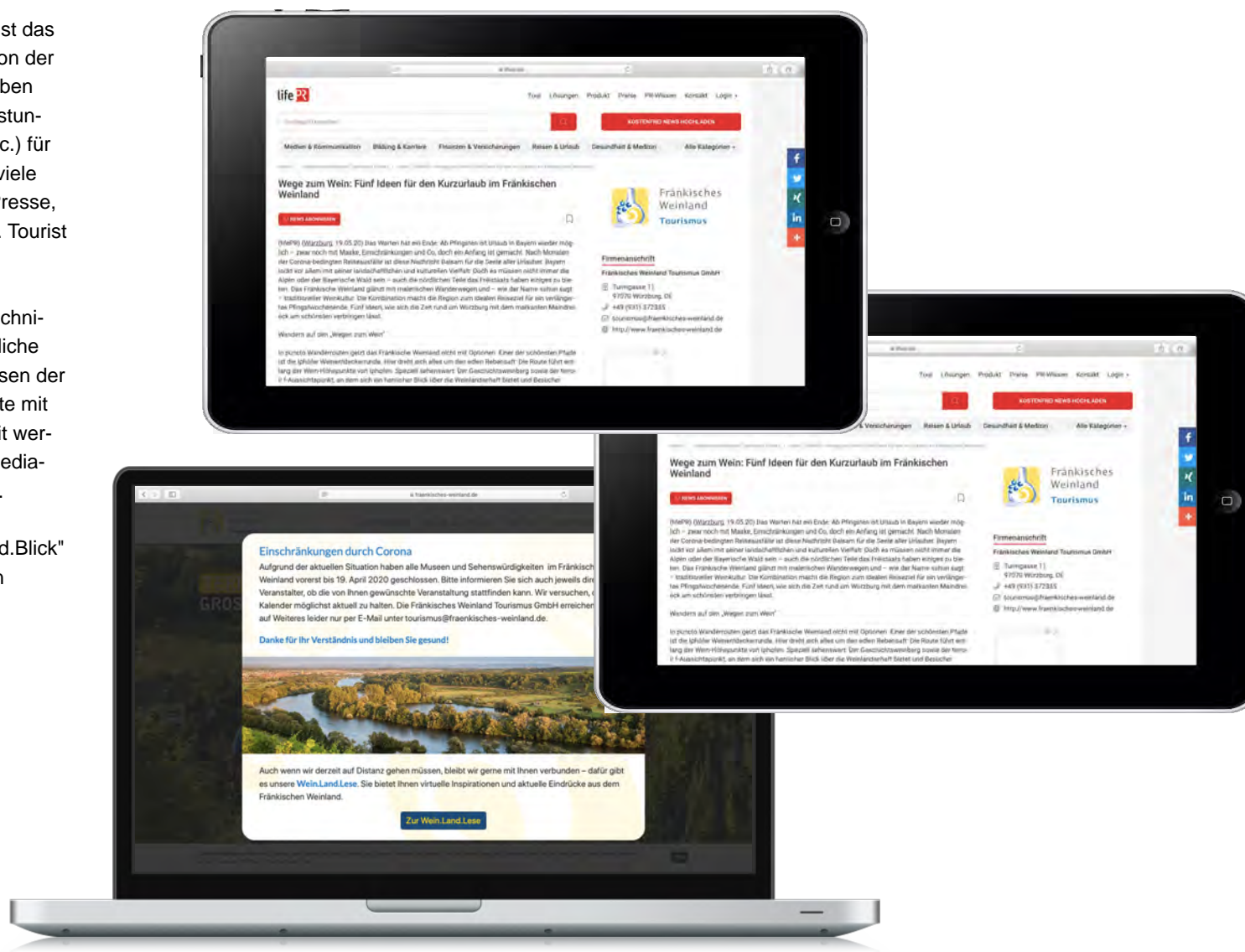
3) Kommunikation

Online / Website

Die Website www.fraenisches.weinland.de ist das zentrale Instrument der Online-Kommunikation der Fränkischen Weinland Tourismus GmbH. Neben umfangreichen Informationen und Serviceleistungen (Prospektbestellung, Buchungsportal, etc.) für potentielle Gäste bietet diese Website auch viele Nutzungsmöglichkeiten für Multiplikatoren (Presse, Reiseindustrie) und touristische Partner (z.B. Tourist Informationen).

Ständige Änderungen im Nutzerverhalten, technische Weiterentwicklungen oder neue gesetzliche Vorgaben erfordern ein regelmäßiges Anpassen der Online-Instrumente. Aktuell wurde die Website mit der Rubrik "Wein.Land.Lese" erweitert. Damit werden nun sowohl eigene als auch die SocialMedia-Beiträge der Mitgliedskommunen präsentiert.

In Vorbereitung sind die Rubriken "Wein.Land.Blick" und "Wein.Land.Zeiten" zur Präsentation von Videoclips bzw. buchbaren Angeboten.



3) Kommunikation

Online / SocialMedia

Die Nutzung sozialer Medien (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, WhatsApp, etc.) ist heute ein fester Bestandteil des täglichen Lebens. Unter touristischen Aspekten ist daher eine permanente Anpassung der Kommunikationsarbeit mit einem zusätzlichen organisatorischen und finanziellen Aufwand erforderlich.

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH hat daher die SocialMedia-Aktivitäten intensiviert. Dies umfasst vor allem auch die Einrichtung eines Instagram-Accounts.



INSTAGRAM

Die Betreuung des Instagram-Accounts "fraenkisches.weinland" erfolgt auf der Basis eines definierten Redaktionsplan mit regelmäßigen Posts zu touristischen Themen aus dem Fränkischen Weinland. Dabei werden neben relevanten Hashtags (Orts- oder Betriebsnamen) grundsätzlich die Hashtags "#fwlgroessemomente" und "#fraenkischesweinland" verwendet. Natürlich werden auch die Möglichkeiten zum "reposten" genutzt.

- Beiträge: 62 (Stand: 30.09.2020)
- Abonnenten: 632 (Stand: 30.09.2020)
- Hauptnutzer: 25 Jahre - 34 Jahre (30.09.2020)

FACEBOOK

Die Intensivierung der SocialMedia-Aktivitäten beinhaltet auch die Einbindung in den Redaktionsplan mit einer Erhöhung der Frequenzen der Posts. Festzuhalten ist in diesem Zusammenhang auch eine Veränderung der Nutzergruppen hin zu einer höheren Nutzung durch ältere Personengruppen (Hauptnutzung: 45 Jahre - 54 Jahre).

- Abonnenten: 2.181 (Stand: 30.09.2020)
- Likes: 1.903 (Stand: 30.09.2020)

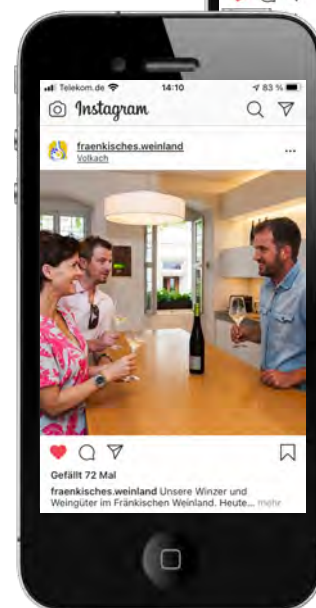
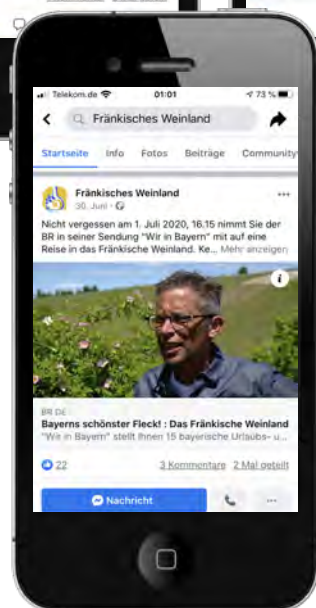
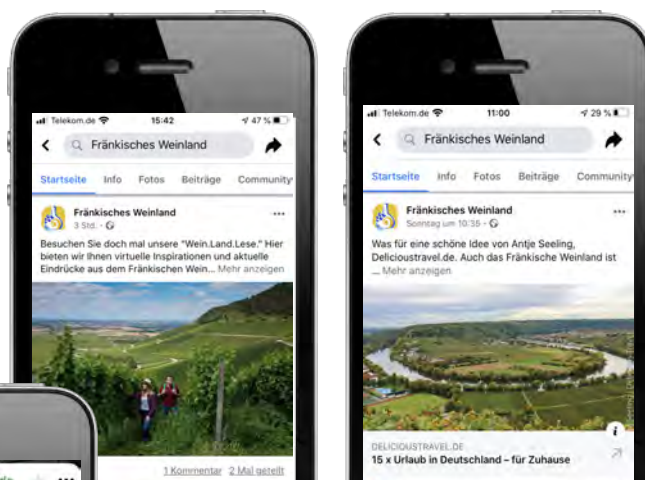
YOUTUBE

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH verfügt seit Juni 2019 über einen eigenen YouTube-Kanal zur Präsentation von Videos. Mit der Produktion von Videoclips (siehe Seite 6) wird das Angebot sukzessive ausgebaut. Bei Einräumung entsprechender Nutzungsrechte können über diesen Kanal auch Videos von Partnern präsentiert werden.



3) Kommunikation

Online / SocialMedia



3) Kommunikation

Pressearbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat für die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH einen sehr hohen Stellenwert. Festzuhalten ist allerdings, dass sich aufgrund der Corona-Pandemie die Rahmenbedingungen drastisch verändert haben. Neben Absagen und Terminverschiebungen von Einzel- und Gruppenpressereisen ist insbesondere ein verstärkter Wettbewerbsdruck in diesem Marketingsegment zu registrieren. Anzuführen sind vor allem auch die Veränderungen in der Medienlandschaft (Mediennutzungsverhalten, SocialMedia-Netzwerke, etc.).

Die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH reagierte auf diese Herausforderungen mit der Einbindung einer Kommunikationsagentur (Wilde & Partner, München), die seit 1. Juli 2020 die Pressearbeit (Medienkontakte, etc.) unterstützt. Fortgeführt werden selbstverständlich die bisherigen Serviceleistungen für Medienvertreter (Unterstützung bei Recherchen, Mediathek, etc.).

In diesem Zusammenhang danken wir unseren Partnern für die Unterstützung bei der Realisierung der Journalistenreisen.

JOURNALISTENREISEN

- **Bloggerreise "A. Seling"**
(Delicious Travel), 24.06. bis 27.06.2020
- **Gruppenpressereise "Weinland Franken"** ✕
(TV Franken), Juli 2020
- **SAT 1 Bayern "Ferien in Bayern"**
20. Juli 2020
- **Bloggerreise "H. Müller"**
(People abroad), 21.07. bis 24.07.2020
- **Podcast-Produktion "Franken"**
(travelooptimizer), 29.07.2020
- **MainRadweg Pressereise "W. Kochner"**
04.08. bis 08.08.2020
- **MainRadweg Pressereise "C. und J. Faber"**
(Journalist, Tipps for Trips)
10.08. bis 16.08.2020
- **MainRadweg Pressereise "C. Schreiber"**
(Journalist, Sonntagszeitung Schweiz)
17.08. bis 20.08.2020
- **Instameet "igersfranconia"**
(TV Franken, 15 Teilnehmer)
23.08.2020

- **Bloggerreise "A. Seling"**
(Delicious Travel), 26.08. bis 29.08.2020
- **SAT 1 Bayern "Ferien in Bayern"**
14. Oktober 2020

PRESSE-MAILINGS

- **PM "5 Ideen für den Kurzurlaub"**
19. Mai 2020
- **PM "Tourismus ist systemrelevant"**
21. Juni 2020
- **PM "Aktiv im Fränkischen Weinland"**
6. August 2020
- **PM "Genießen mit Abstand & To Go"**
3. September 2020

3) Kommunikation

Pressespiegel

Der Pressespiegel für den Zeitraum "Januar bis September 2020" enthält Berichterstattungen aus den Bereichen "Print", "Funk", "Fernsehen" und "Online" auf der Basis übermittelter Belegexemplare bzw. diesbezüglicher Hinweise.

Da aus Kostengründen keine umfassende Dokumentation durch einen Ausschnittdienst möglich ist, ist davon auszugehen, dass die tatsächliche Anzahl der Medienbeiträge wesentlich höher liegt.



PRINT

- 01/2020 KaffeeTee ABC
- 01/2020 Land & Berge
- 02/2020 Vintage
- 03/2020 Caravanning
- 03/2020 Bucked List (Schweiz)
- 03/2020 Omnibusrevue
- 05/2020 Outdoor Welten
- 05/2020 Rätselmagazin
- 06/2020 Bunte Special "Reisen"
- 06/2020 Traveller
- 02.07.2020 MainPost
- 02.07.2020 Elle Decoration
- 04.07.2020 Aktiv in Bayern
- 28.07.2020 Emders Zeitung
- 07/2020 Glüxmagazin
- 15.08.2020 Badische N. Nachrichten
- 08/2020 Bayern Bestes
- 05.09.2020 FAZ
- 19.09.2020 Sonntag Aktuell
- 09/2020 Bergwelten
- 10/2020 Funkuhr

FUNK

- 11.05.2020 Radio Group (17 lokale Sender)
- 23.06.2020 BR 1
- 10.10.2020 BR 1

FERNSEHEN

- 01.07.2020 BR, Wir in Bayern
- 09.07.2020 HR
- 20.07.2020 SAT 1 Bayern



3) Kommunikation

Pressespiegel



3) Kommunikation

Pressespiegel

w 10

REISEN

Reise-Notizen

Fränkische Wein- und Brotzeit

Im Hauptweinanbaugebiet des Frankenweins, rund um das Maindreieck und die Stadt Würzburg, können sich Wanderer und Radfahrer wie in Schlaraffia fühlen: Essen und Trinken werden ihnen in die Tasche gesteckt oder sogar nachgetragen. Weil noch viele kleine Gaststuben und Heckenwirtschaften geschlossen sind, haben Winzer, Gastronomen und Gemeinden aus der Not eine Tugend gemacht. Bevor Wanderer rund um Thüningersheim ihre „Wege zum Wein“-Tour starten, können sie eine Brotzeitkiste bei der Winzerfamilie Bauer mit Produkten nach Wunsch und gekühltem Wein bestellen und sich dann per Anruf oder Nachricht zu einem der Rastplätze liefern lassen (www.wein-traeume.de). In der Weinstadt Iphofen bietet der Bio-Bäcker Gästen an, ihre Rucksäcke mit Leckereien zu befüllen (www.franzenbaeck.de). Und in Kitzingen gibt es den Überraschungspicknickkorb (www.kitzingenkanns.de). Mehr Infos gibt es unter: www.fraenkisches-weinland.de, AE



Die Wege zum Wein führen auch ins Städtchen Kitzingen. Foto: imago/Westend61

Dienstag, 28. Juli 2020
EMERZ ZEITUNG, NR. 174

Urlaub und Reisen

Aktiv sein und urlauben im Fränkischen Weinland

TOURISMUS Die besten Tipps für den vitalen Sommerurlaub / Die passende Freizeitaktivität für jeden Geschmack

WÜRZBURG – Im Fränkischen Weinland eröffnet sich Urlaub eine Vielzahl an Möglichkeiten, die Landschaft rund um das markante Maindreieck auf sportlich-genußvolle Weise zu erleben. Die zahlreichen Wander- und Fahrradrouten führen entlang malerischer Flussufer, durch sonnige Weinberge oder charmanter Dörfer. Dabei erleben Sportler und Genießer die gesamte Vielfalt des Fränkischen Weinlands – von unberührter Natur bis hin zu kulturellen Höhepunkten und abwechslungsreicher Kulinarik.



Tagsüber den Weinbau bestaunen und abends die Erzeugnisse genießen – so sieht Urlaub in Franken aus. www.fraenkisches-weinland.de

■ **Wandern im Weinland**
Das Fränkische Weinland eignet sich bestens als Ausgangspunkt für einen genußvollen Wanderurlaub. Ein weit verzweigtes Wegenetz führt quer durch die Region und bietet Strecken für jeden Schwierigkeitsgrad. Besucher folgen den zertifizierten Wegen zum Wein ins Herz der Weinkultur, entdecken die **Teambanden** im

Kitzinger Land oder erfahren die Schweinfurter Wanderlust am eigenen Leib. Daneben gibt es viele weitere Tourenvorschläge rund um Weinberge, kühle Wälder und duftende Wiesen – für ausreichend Inspiration ist gesorgt. Eine besonders schöne Tour ist die **Teambände Kitzingen-Sulzfeld**. Wanderer betreten Zeitzonen der wehrhaften Vergangenheit der Ge-

gend, spazieren durch verwunschene Wälder und genießen die Ausblicke auf die umliegenden Weinberge. Das beschauliche Sulzfeld selbst besticht durch entzückende Kopfsteinplastergassen und historischen Charme. ■ **Entdeckungstouren auf zwei Rädern**
Der berühmte Main-Radweg führt auf rund 600 Kilo-

metern von den Quellen bis zur Mündung des Flusses in den Rhein und ist weit über die Grenzen Deutschlands hinaus bekannt. Die Region bietet aber noch einiges mehr: Im Fränkischen Weinland locken zahlreiche Fahrradwege, die ihrem großen Pendant in nichts nachstehen. Die Route zum Wein an Wert und Fränkischer Saale garantiert eine abwechslungsreiche Fahrt durch idyllische Flusslandschaften, sonnige Weinberge und geschichtsräumliche Dörfer. Die zwei- bis dreitägige Tour beginnt und endet in Karlstadt und schlängelt sich auf ihrem Weg entlang der Wert sowie der Fränkischen Saale unter anderem vorbei an Schweinfurt und Hammelburg. Für kulturbegeisterte Genussradler eignet sich die Strecke Kirchenbergen und große Weine, um entspannt das Fränkische Weinland per Fahrrad zu erkunden. Der Marktplatz von Iphofen dient als Start- und Zielpunkt der Tour. Von dort führt der

Weg die Radler in das „Weinparadies Franken“, zu zahlreichen Kirchenbergen und bekannten Weinlagen. ■ **Auf dem Wasser und in der Luft - Aktivurlaub mal anders**
Auch für Abenteuer, die etwas mehr Action bezaubern, bietet das Fränkische Weinland die passenden Freizeitaktivitäten. Auf dem Stand-up-Paddle-Board oder mit einem Kajak lässt sich die Region vom Wasser aus erkunden. Auf der Mainschleife padeln Wassersportler bequem in zwei bis drei Stunden von

Volkach zum Sommerloch
Hoch hinaus geht es im Hochgelegenen Frankenturm in Kitzingen. Kletterbegeisterte können hier ihre Grenzen ausloten. Die innovative Architektur der Anlage ermöglicht eine große Vielfalt an Kletterrouten. Die unterschiedlichen Strecken sind zudem etwas kürzer als in gewöhnlichen Klettergärten, um den Spaß an der Bewegung in den Fokus zu rücken. → Weitere Informationen unter www.fraenkisches-weinland.de/aktiv.

75 IMKEN
Gemeinschaftliche Urlaubstage in Oben Altmühl

- 71 Zillertal 27 Hektar, 4 Auslässe, 10.198, 17.224, 24.382, 27.120 € 629,-
- 72 Oster Saal 2 Hektar 10 Auslässe 400000 m² 7.193 € 609,-
- 73 Maria Alm 2 Hektar, 5 Auslässe 100000 m² 20.269 € 678,-
- 74 Schindling 2 Hektar in Kitzingen, 4 Auslässe 20000 m² 7.193 € 729,-
- 81 Hainberg 2 Hektar in Kitzingen, 4 Auslässe 20000 m² 7.193 € 729,-
- 81 Ried im Oberland 2 Hektar, 4 Auslässe 20000 m² 13.200 € 629,-

Alle Immobilien sind bis September 2020 für 10% reduziert.
BANKEN Kontakt: 092419 Wolfstraße 1 Mailberg 2 • 04302 90500

Flott zu Fuß durchs Bocksbeutelland

Edle Weine und das milde Klima prägen das Fränkische Weinland

Das Fränkische Weinland umfasst über 6.000 Hektar Rebfläche zwischen Bamberg und Aschaffenburg, rund ein Drittel befindet sich an der Volkacher Mainschleife. Hier umschlingen der stark mäandrierende Main und der Mainkanal die sogenannte Weinsäule mit den Winzerdörfern Nordheim und Sommerach. In den Weinlagen wachsen größtenteils weiße Sorten, etwa der Müller-Thurgau sowie die klassische „Franken-Traube“, der Silvaner. Erkennungszeichen des klassischen Frankenweins ist die bauchige Flasche. „In den Bocksbeutel dürfen alle Frankenweine abgefüllt werden, die ein Mindestmengen von 72° Oechsle und mindestens zwei von fünf Punkten bei der amtlichen Qualitätsweinprüfung haben“, erklärt Susanne Müller vom Fränkischen Weinland Tourismus.

490 Kilometer misst der Mainwanderweg, der mit einem blauen „M“ gekennzeichnet ist. Schon bald ist das erste Etappenziel zu sehen. Die Vogelsburg thront hoch über der Weinlage „Eschendorfer Lump“ und gehört zum Würzburger Weingut Juliuspital. Von hier oben

Mikroklima mit „Fußbodenheizung“, wie sie den Boden aus tiefgründigem Muschelkalk nennt. Das Gestein speichert die Wärme und gibt sie in kühlen Nächten an die Trauben weiter. Dieser spektakuläre Aussichtspunkt ist einer von zehn außergewöhnlichen „Terroir“-Punkten. Sie wurden mitten in den Weinbergen angelegt und bieten neben einer fantastischen Aussicht auch Gestaltungselemente und digitale Medienpräsentationen. Ob Klima, Weltweinbau, Kunst, Boden oder Rebsorten, an jedem dieser Aussichtspunkte wird ein anderes Weinthema aufgegriffen. An den heißen Stellflächen dreht sich alles um den Klimawandel. Der Weg führt hinab nach Eschendorf und weiter mit der Fähre auf die Weinsäule nach Nordheim.

Bei der großen Anzahl der Winzer an der Mainschleife fällt die Wahl schwer: Einen Abstecher lohnt die moderne Vinothek der DIVINO Winzergenossenschaft in Nordheim, besonders familiär geht es bei Waldemar Braum in der Langgasse zu. Bei der Verkostung erklärt Heidi Braum die verschiedenen Rebsorten – Qualitätsstufen. „Zum Abschluss ist ihr den edelsten Vögabund probieren“, rät die sympathische Weinexpertin. „Das ist unsere fränkische Antipasta auf den Portwein.“

Der auch ein beliebtes Ziel für Flussfahrten ist. Mit mittelalterlichem Antlitz präsentiert sich das unterfränkische Frickenhausen mit seinen Fachwerk- und Barockgebäuden, die von einer im 15. Jahrhundert erbauten Stadtmauer umschlossen sind. Im nicht weit entfernten Iphofen abseits des Main warten Kopfsteinpflaster und das Mainberheimer Stadttor zur Altstadt. Das Altstadtensemble blieb fast vollständig erhalten, weil es im Zweiten Weltkrieg als Lazarettstadt diente und deshalb nicht bombardiert wurde. Im 16. Jahrhundert wurde das Bierbrauen innerhalb der Stadtbefestigung offiziell von damaligen Bischof und Stadtherrn Julius Echter verboten. So durfte auch Fremder Wein von außerhalb nicht eingeführt werden. Damit garantierte er seinen Winzern in Iphofen, dass sie sich von den Einmännern ihres Weines ernähren konnten. Wer an einer Stadtführung teilnehmen möchte, findet ab 1735 die Brötchen von Bäckermeister Philip Spenkuchs reißenden Absatz fanden – bis heraus kam, dass er sie mit „Nachwasser“ bestrich, um den besonderen Knusprigkeit zu bekommen. Im Westen des Naturparks Steigerwald liegt Abtswind. Dort präsentiert Ingrid Behringer Besuchern bei einer kleinen Weinbergwanderung die Schätze und Schönheiten ihrer Heimat. Sie ist nicht



Genußvolle Auszeit: Volkach mit seiner Mainschleife ist einer der schönsten Orte im Fränkischen Weinland. Foto: Sbkowski

nur Gästeführerin von „Weinerlebnis Franken“ und Dozentin für „Wein- und Geschmackskultur“, sondern auch eine begeisterte Käse-Sommelier. Jetzt zieht sie in einem kleinen „Boilerwagen“ nicht nur gekühlte Weißweinschätze hinter sich her, sondern hat auch für jungen Teilnehmer Limo und Saft für unterwegs gebunkert. Da es hier auch die Sonne mit den Rebentugenden ist, die Bewässerung ein zentrales Thema „Und da wir unsere jungen Leute, wie die taife Gästeführerin verkündet, „hinaus in alle Welt bis

hinüber nach Neuseeland schicken, können sie mit guten Ideen wieder zurück nach Hause.“
Brigitte Bondler/ Gerd Krauskopf
Informationen
Ankünfte Fränkisches Weinland, Turmstraße 11, 97070 Würzburg, www.fraenkisches-weinland.de
Tourismusverband Franken, Pretzfelder Straße 15, 90425 Nürnberg, www.frankentourismus.de

SONDERVERÖFFENTLICHUNG **BUNTER REISEHERBST**

Reisen im Herbst
Stadtsparnwagen, Weinverkostung oder Moorbad. Ein Urlaub in der goldenen Jahreszeit lässt sich im eigenen Land abwechslungsreich gestalten.

VON BRIGITTE BONDLER

Im Herbst sorgen Wanderungen durch bunte Weinberge für eine aktive und genussvolle Auszeit im Alltag. Auf den zertifizierten „Wege zum Wein“ in Franken erleben die Ausflügler die Besonderheiten der Region und spazieren entlang von Trockenmauern oder Weinbergterrassen zu Kulturstätten wie Kapellen oder Bildstöcken. Die 17 Qualitätswege sind zwischen drei und 14 Kilometern lang und führen vom Großteil durch die Weinberge. Eingebettet sind im traditionellen Freizeitsportarten Weinstraßen.

Der schönsten „Weinstraßen Deutschlands“ führt der Wanderweg „3 bei Cassel, der Ausblicke über den Kitzinger Ort mit Kirche und Schloss eröffnet. Eine Tour auf dem Weinsteigelpfad Hammelburg, warum Franken kleine Weinstraßen und das historische Flößereilbegeisterung, die in der Region für den Weinbau wichtig ist. Das Flößereilbegeisterung, die in der Region für den Weinbau wichtig ist. Das Flößereilbegeisterung, die in der Region für den Weinbau wichtig ist.

In der goldenen Jahreszeit lockt auch die Osterländer Auszeitbegeisterung mit großer Vielfalt. Wanderer spazieren durch die gefälligen Buchenwälder auf Bügen und genießen den Ausblick vom Klausenpfad. Radfahrer erleben die wunderschöne Landschaft zwischen dem Obersteigerwald. Besonders abwechslungsreich ist der Abenteuer auf Oberland. Bei allen Freizeitsportarten sind wir Ihnen dabei. Wir sind Ihr Partner für alle Aktivitäten im Fränkischen Weinland. Wir sind Ihr Partner für alle Aktivitäten im Fränkischen Weinland.

Reise
VIELE GUTEN ANGESICHEN

3) Kommunikation

Pressespiegel



ONLINE

- 12.04.2020 reiseblog-kurzurlaub.de
- 28.04.2020 "Kulinarische Deutschlandreise"
diverse Portale (focus.de, etc.),
siehe Sonderauswertung
- 05/2020 reisetipps.cc
- 20.05.2020 maerkische-oderzeitung.de
- 22.05.2020 vivanty.de
- 28.06.2020 delicioustravel.de
- 06/2020 kommot.de
- 02.07.2020 mainpost.de
- 06.07/2020 raushier-reisemagazin.de
- 09.07/2020 hr-fernsehen.de
- 15.07/2020 pr-journal.de
- 16.07/2020 publicmarketing.de
- 21.07.2020 lifepre.de
- 20.07/2020 mynewschannel.net
- 20.07.2020 immittelstand.de
- 20.07/2020 it-it-profi.de
- 20.07.2020 newsonline24.net
- 20.07/2020 news-research.net
- 22.07.2020 people-abroad.de
- 26.07.2020 tambiente.de
- 29.07.2020 traveloptimizer.de
- 31.07.2020 businessinsider.de
- 04.08.2020 travel4news.at
- 17.08.2020 newsonline24.net
- 17.08.2020 immittelstand.de
- 17.08.2020 mynewschannel.net
- 17.08.2020 news-blast.com
- 18.08.2020 bayer-online.de
- 18.08.2020 lifer.de
- 19.08.2020 like-online.de
- 20.08.2020 it-it-profi.de
- 28.08.2020 localbookmarktplatz.de
- 02.09.2020 Sammelmeldung (37), "So klappt
es noch mit der Reise im Herbst"
- 02.09.2020 presseblog.de
- 02.09.2020 it-it-profi.de
- 02.09.2020 tambiente.de
- 02.09.2020 immittelstand.de
- 02.09.2020 news-blast.com
- 02.09.2020 newsonline24.net
- 26.09.2020 rheinischepost.de
- 26.09.2020 people-abroad.de

InstaMeet im Fränkischen Weinland

Kooperation mit Community-Account @igersfranconia

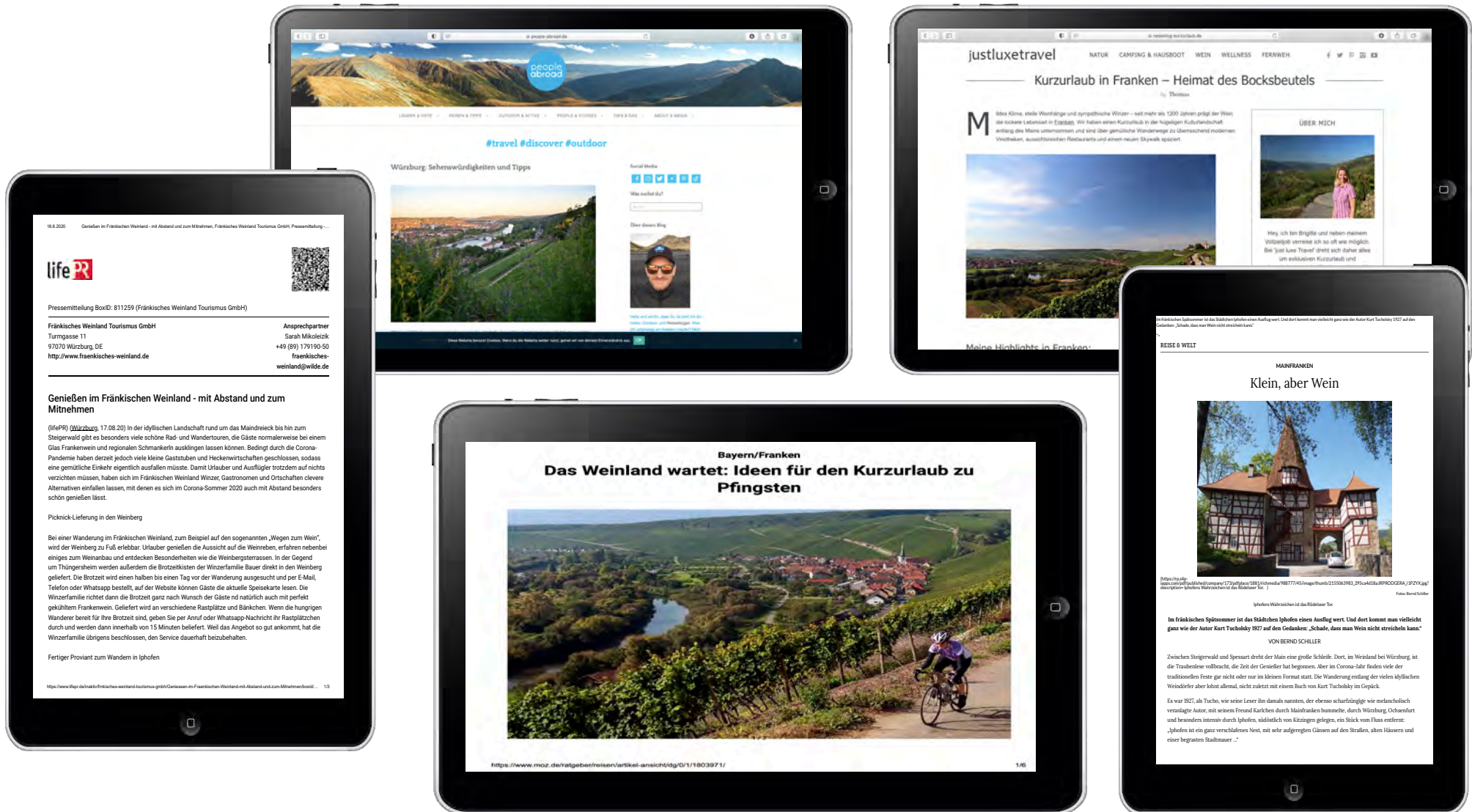
Die erfolgreiche Reihe der InstaMeets in den 16 fränkischen Reiselandchaften fortsetzend, fand am 23. August 2020 in Kooperation mit dem Community-Account @igersfranconia ein weiterer InstaMeet statt. In Sommerhausen (Fränkisches Weinland) ging es nach einer Stadtführung und einer Weinkellerbesichtigung des Weinguts Schloss Sommerhausen in die Weinberge zu einem Picknick. Vom Aussichtspunkt "Schnecke" sowie dem terroir f Sommerhausen bot sich ein Ausblick auf die umliegenden Weinberge. Die Veröffentlichungen sind unter dem Hashtag #InstaMeet_FraenkischesWeinland und im Account @igersfranconia im Feed und in den Story-Highlights zu finden. Mit dieser Kooperation verfolgt der Tourismusverband Franken u.a. das Ziel, die landschaftliche und kulturelle Vielfalt Frankens auf Instagram zu präsentieren.



Wir danken unseren Partnern vor Ort für die Unterstützung.

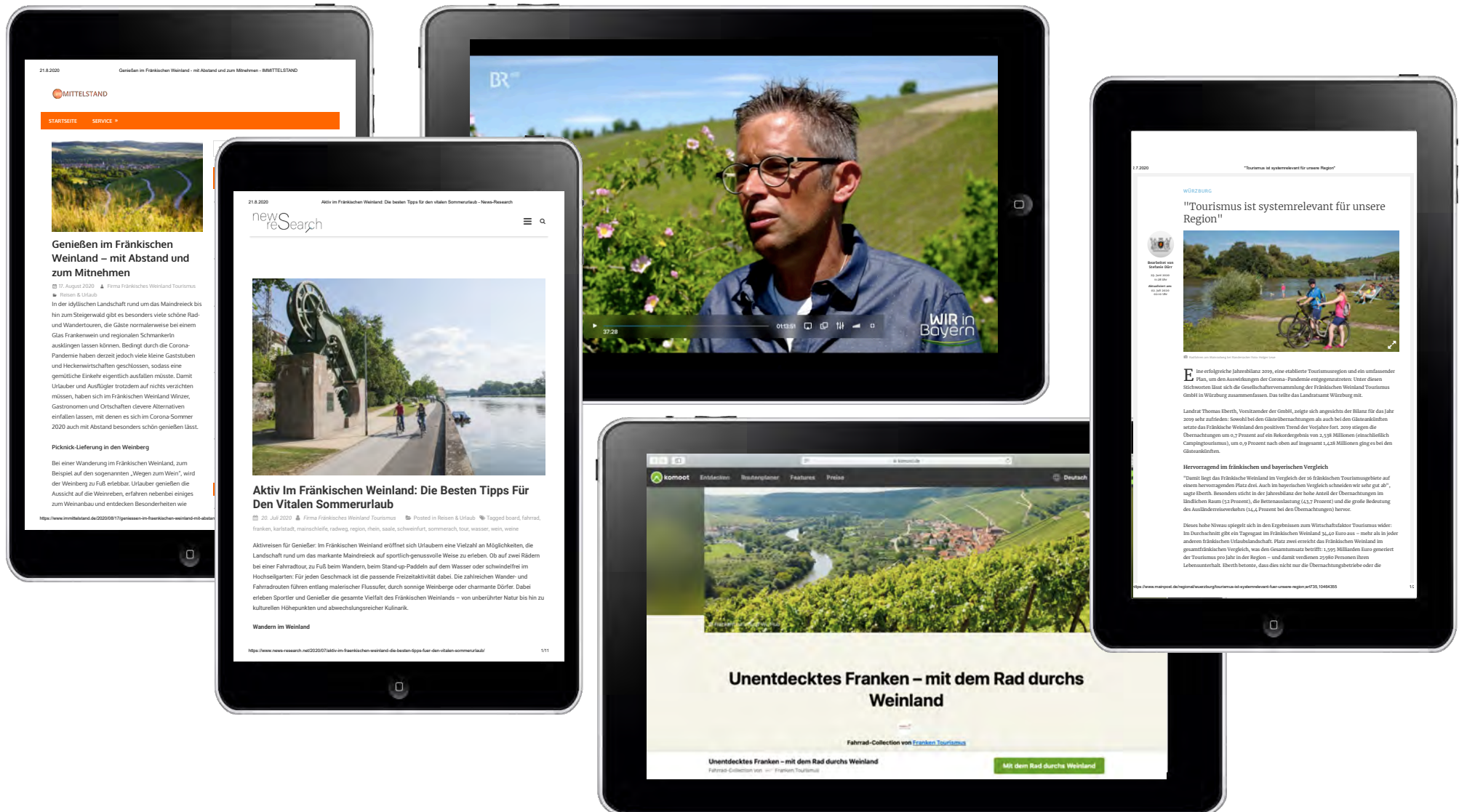
3) Kommunikation

Pressespiegel



3) Kommunikation

Pressespiegel



3) Kommunikation

Pressespiegel

"Unbekannte Wege" (www.komoot.de)

- Kooperation mit TV Franken
- Termin: 1. Juni bis 30. Juni 2020
- Interaktionen: 1.241
- Absprungrate: 31,2 %
- durchschnittlich betrachtete Touren: 4,7
- Views: 99.412
- Clicks: 2.673
- CTR: 2,69 %



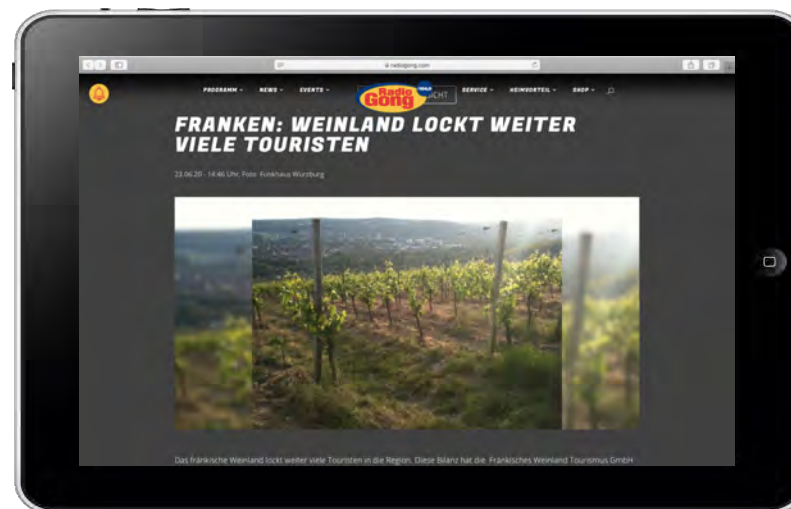
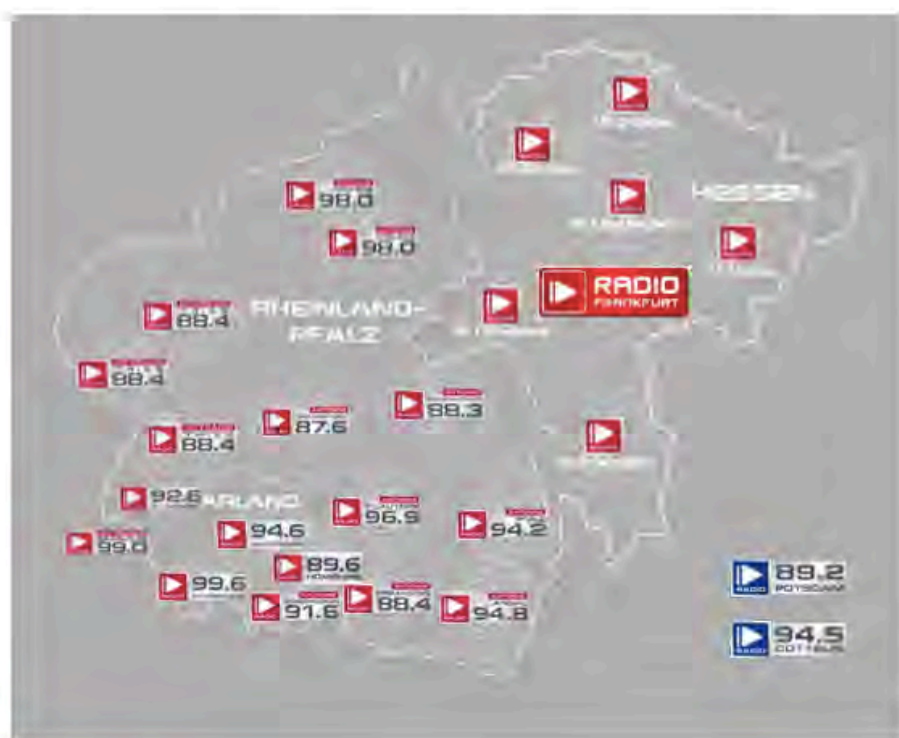
3) Kommunikation

Pressespiegel

"Radio Group" / Interview (11. Mai 2020)

Die "Radio Group" ist eine mittelständiges, von Verlagen unabhängige, inhabergeführte Mediengruppe. Sie betreibt direkt oder über ihre Gesellschafter insgesamt 17 lokale Stadtradios und ist mit diesen in den jeweiligen Regionen zumeist Marktführer.

- Hörer pro ø-Stunde: 68.000
- Hörer pro Tag: 489.000
- WHK: 1.519.000



3) Kommunikation

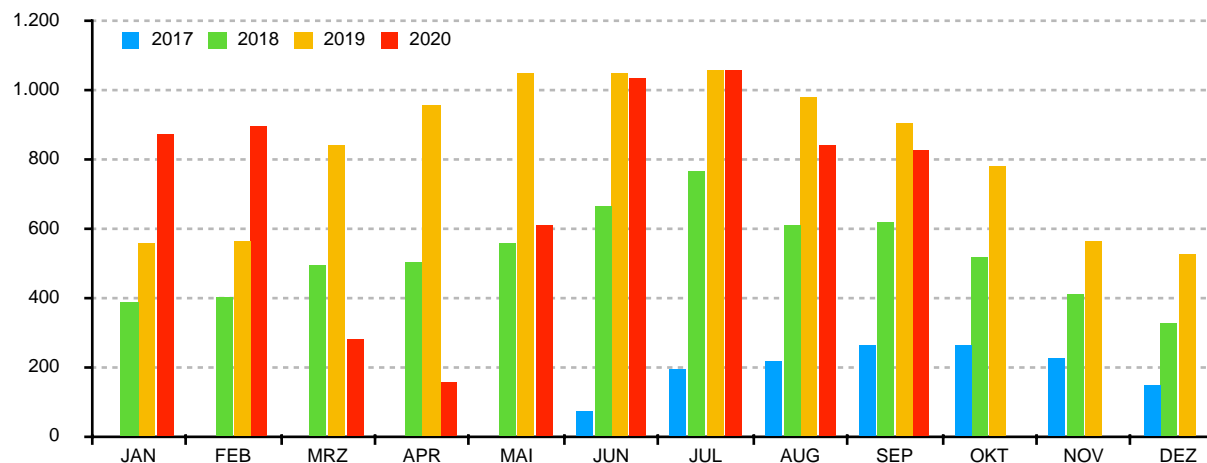
Online-Buchungsservice (Januar bis September 2020)

An der 2017 auf Initiative der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH eingeführten Online-Buchungsmöglichkeit für Unternehmern im Fränkischen Weinland beteiligen sich über das Channel-Management-Tool der Online-Buchungs-Service GmbH (OBS) aktuell (30.09.2020) 176 Unternehmernbetriebe. Hinzu kommen die Angebote von Orten mit eigenen Online-Vertriebsplattformen.

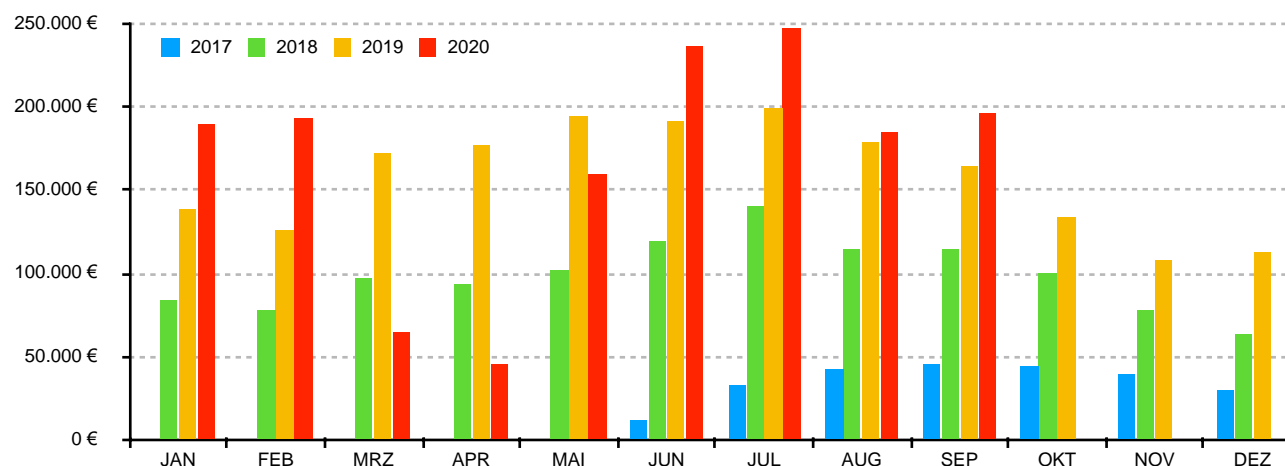
Die bisherigen Ergebnisse bestätigen nachhaltig die Notwendigkeit zur Präsenz auf Online-Vertriebsplattformen. Im Berichtsjahr 2019 wurde im Fränkischen Weinland über OBS ein Umsatz von Euro 1.898.988,14 (+60,4 %) bei 9.814 Buchungen (+57,1 %) mit 49.234 Übernachtungen (+50,2 %) generiert.

Diese Entwicklung setzte sich im Januar 2020 und Februar 2020 mit einem Umsatzplus von 37,0 Prozent bzw. 41,7 Prozent fort. Die Reisebeschränkungen in Verbindung mit der Corona-Pandemie führten in den folgenden Monaten zu einem dramatischen Rückgang der Umsatzzahlen. Seit der sukzessiven Lockerung der Reisebeschränkungen seit Anfang Juni ist die leichte Erholung im innerdeutschen Tourismus insbesondere im Online-Vertrieb verifizierbar, der für die OBS-Vertriebsplattform im Fränkischen Weinland beispielsweise für den Monat Juli 2020 einen generierten Rekordumsatz von Euro 248.000,80 (+24,0 %) ausweist.

Fränkisches Weinland (G) / Buchungen / 2017, 2018, 2019, 2020



Fränkisches Weinland (G) / Umsatz / 2017, 2018, 2019, 2020



3) Kommunikation

Online-Buchungsservice (Januar bis September 2020)

Für die Teilnahme an dem Online-Buchungs-System spricht insbesondere die Möglichkeit zur Ansprache von Zielgruppen, die für viele Unter- kunftsbetriebe nur bedingt erreichbar sind. Gerade mit Blick auf die Auswirkungen der Corona-Pande- mie kommt der Online-Buchung eine weiterhin stei- gende Bedeutung zu. Zu nennen sind vor allem die Aspekte "steigende Internetnutzung", "Kurzfristig- keit der Buchungen", "flexible Stornierungskonditio- nen" und "Auffindbarkeit im Netz".

Wir empfehlen daher allen Gastgebern im Fränki- schen Weinland die Teilnahme an der kostengüns- tigen OBS-Vertriebsplattform. Auch für Unter- kunftsbetriebe mit bereits bestehenden Verträgen mit Vertriebsplattformen wie "booking.com" ist die Ein- bindung in das Online-Buchungssystem im Fränki- schen Weinland zur Erschließung zusätzlicher Ver- triebsschienen einschließlich einer Präsenz auf gebietlicher und örtlicher Ebene sinnvoll. Hierfür bietet OBS entsprechende Lösungen (Selektion von Vertriebsplattformen, etc.) an.

Fränkisches Weinland (G) / 2020, Januar - September / Quellmärkte "Buchungen, Übernachtungen, Umsatz"

Quellmarkt	Buchungen	Anteil	Übernachtungen	Anteil	Umsatz	Anteil
Inland	5.931	90,27 %	34.619	91,04 %	1.397.465,38 €	91,95 %
Ausland	639	9,73 %	3.407	8,96 %	122.414,84 €	8,05 %
	6.570	100,00 %	38.026	100,00 %	1.519.880,22 €	100,00 %

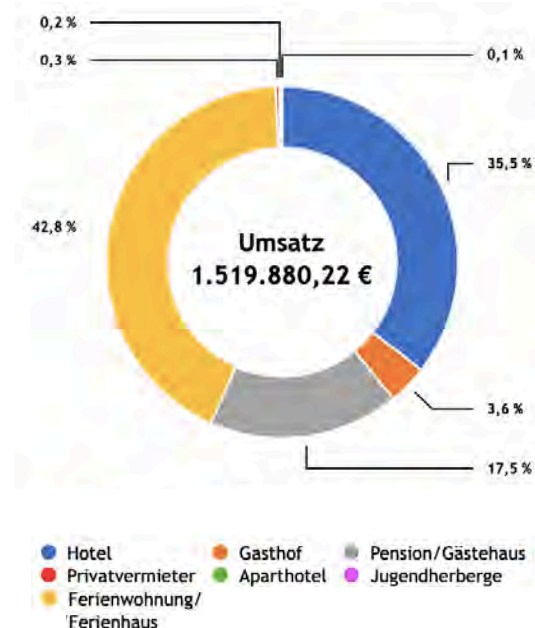
Fränkisches Weinland (G), Franken / 2020, Januar bis September
Buchungen, Übernachtungen, Umsatz, Betriebe, Vertrieb

2020	FWL (Gesamt)	Franken	Anteil FWL
Buchungen	6.570	25.422	25,8 %
<i>Buchungen zu 2019 (%)</i>	<i>-17,4 %</i>	<i>-5,9 %</i>	
Übernachtungen	38.026	166.689	22,8 %
<i>Übernachtungen zu 2019 (%)</i>	<i>-4,4 %</i>	<i>10,5 %</i>	
Umsatz (€)	1.519.880,22 €	5.594.932,03 €	27,2 %
<i>Umsatz zu 2019 (%)</i>	<i>-1,5 %</i>	<i>8,9 %</i>	
Betriebe	176	885	19,9 %
<i>Betriebe zu 2019 (%)</i>	<i>5,4 %</i>		

Umsatz je Buchung	231,34 €	220,08 €
Umsatz je Übernachtung	39,97 €	33,57 €
Umsatz je Betrieb	8.635,68 €	6.321,96 €
Übernachtungen je Buchung	5,79	6,56
Übernachtungen je Betrieb	216,06	188,35
Buchungen je Betrieb	37,33	28,73

<i>Umsatz Channel / %</i>	<i>86,2 %</i>
<i>Umsatz Call-Center / %</i>	<i>1,6 %</i>
<i>Umsatz Web / %</i>	<i>3,4 %</i>
<i>Umsatz Web Betriebe / %</i>	<i>8,8 %</i>

Fränkisches Weinland (G) / 2020, Januar bis September
Umsatz "Betriebsarten"



3) Kommunikation

Verkaufsförderung

Im Rahmen des Marketing-Mix wird das Instrument "Verkaufsförderung" primär in der Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern, Reisebüros und Transportunternehmen eingesetzt. Ziel ist es dabei, Produkte aus dem Fränkischen Weinland in den Vertriebskonzepten von inländischen und ausländischen Unternehmen zu platzieren.

Aufgrund der Reisebeschränkungen in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie sind insbesondere im Ausländerreiseverkehr drastische Rückgänge zu registrieren. Da derzeit eine Prognose über die weitere Entwicklung der globalen Auswirkungen nicht möglich ist, wurden seitens der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH bis auf weiteres alle Planungen zur Bearbeitung ausländischer Märkte zurückgestellt.

VERKAUFSFÖRDERUNG

- **Akquisitionstour "Schweden"** ✗
19.04. bis 24.04.2020
- **Germany Travel Mart, Rostock** ✗
10.05. bis 12.05.2020





› Fahrradrouten durch Tauber- und Maintal
› Entlang der beliebtesten Frankenweinanbaugebiete
› UNESCO-Weiterbestände Würzburg

Die Bocksbeutelstraße – eine Reise zum Frankenwein

Auf dieser Tour sind Sie – soweit möglich – bei Winzern oder in Gasthöfen und Hotels untergebracht, die sich dem Wein in besonderer Weise verpflichtet haben. Sie durchstreifen die verschiedenen Regionen des fränkischen Weinbaugesbietes und werden feststellen. Jede Region bringt selbst bei gleichen Rebsorten ihre ganz eigene Geschmacksrichtung hervor.

1. Tag: Anreise nach Volkach
Volkach ist zwar nur ein kleines Städtchen, aber der Ort hat eine ganze Menge an Sehenswürdigkeiten zu bieten. Vielleicht unternehmen Sie auch einen Spaziergang zu der Wallfahrtskirche Maria im Weingarten. Oder Sie setzen sich einfach vor eines der zahlreichen Gasthäuser und beobachten das muntere Treiben im Ort.

2. Tag: Volkach – Iphofen
Von Volkach aus machen Sie zunächst eine Runde am Altmain nach Münster-schwarzach. Am Weg liegen bekannte Weindörfer wie Nordheim, Escherndorf und Sommerach. Danach durchstreifen Sie die Domänen der Grafen Schönborn und der Fürsten von Castell. Beste Weinlagen und Wälder machten den Bau von herrschaftlichen Schlössern möglich. Die Bewohner der mittelalterlichen Siedlungen versuchten sich durch trutzige, heute noch gut erhaltene Wehrtürme um ihre Orte zu schützen. Streckenlänge ca. 42 km; Fahrzeit ca. 3½ Stunden. Leichte Etappe (kurze Steigungen). (F)

3. Tag: Iphofen – Röttingen
Einen ersten Höhepunkt des Tages bilden die ehemaligen Kirchenburgen von Markt Erenheim und Mönchsodheim. Dem folgen zahlreiche namhafte Weinorte der Keuperregion. Entlang der Gollach geht's ins Taubertal und nach Röttingen. Die Stadt der Sonnenruhen. Streckenlänge ca. 50 km; Fahrzeit ca. 4½ Stunden. Leichte bis mittlere Etappe. (F)

4. Tag: Röttingen – Beckstein
Im Taubertal wandeln Sie auf den Spuren der Grafen von Hohenlohe. Und natürlich waren auch diese Kosteverächter, deshalb darf auch hier ein guter Tropfen nicht fehlen. Marktböhrmer sei empfohlen. Schließlich wussten schon die Deutschherren in Bad Mergentheim und

die Amtmänner von Tauberbischofsheim den Wein der Region zu schätzen. Streckenlänge ca. 36 km; Fahrzeit ca. 3 Stunden. sehr leichte bis leichte Etappe. (F)

5. Tag: Beckstein – Homburg am Main
Lässt man sich weiter von adeligen Gäumen leiten, waren auch die Grafen von Wertheim keine Kostverächter. Sie beziehen ihre Weine gleichermaßen aus dem Tauber- wie aus dem Maintal. Die bekannteste Weinlage des heutigen Tages ist zweifellos der Homburger Kallmuth. Kloster Bronnbach, Schloss und Stadt Wertheim, Schloss Homburg und anderes bietet den historisch-kulturellen Rahmen. Streckenlänge ca. 52 km; Fahrzeit ca. 4½ Stunden. Leichte Etappe. (F)

6. Tag: Homburg am Main – Erlabrunn
Der Streckenverlauf zeigt, dass nicht nur im Maintal Wein angebaut wird, wie die Orte Erlabach und Leinach beweisen. Allerdings überwiegt auf der Golläufliche zwischen Mainviereck und Maindreieck die Landwirtschaft. Bei Zeltingen zurück im Maintal ist man recht schnell davon überzeugt, sich noch auf der Bocksbeutelstraße zu bewegen. Und wenn Sie für den Nachmittag noch etwas Kultur suchen, dann machen Sie doch einen Ausflug nach Veitshöchheim in den Rokokoanlagen (ca. 4 km einfach). Streckenlänge ca. 39 km; Fahrzeit ca. 3¼ Stunden. Leichte Etappe (etwas hügelig). (F)

7. Tag: Erlabrunn – Sulzfeld
Wenn Sie heute versuchen sollten, auch nur ein Achtel Liter von jeder bekannten Weinlage zu probieren, Sie würden Ihren Zielort wahrscheinlich nicht erreichen. Zudem verdienen die vielen historischen Orte am Weg ein waches und klares

Auge. Streckenlänge ca. 46 km; Fahrzeit ca. 3¼ Stunden. Mittlere Etappe. (F)

8. Tag: Sulzfeld – Volkach
Auch wenn es schwer fällt, das Maintal zu verlassen, tun Sie sich die Steigung von Dettelbach nach Heuses am Berg an. Sie werden für diese Mühe mit einem herrlichen Blick ins Maintal und auf den Steigerwald belohnt. Zudem haben Sie sich damit eine lange Abfahrt erarbeitet. Entlang des Altmainns erreichen Sie den Etappenort Volkach. Streckenlänge ca. 44 km; Fahrzeit ca. 3½ Stunden. Mittlere Etappe. (F)

9. Tag: Volkach, individuelle Abreise
Bestens erholt und mit vielen neuen Eindrücken werden Sie nach dieser interessanten Tour die Heimreise antreten. (F)

PM1441 - Stand: 22.08.2020
Golfing 31.12.20, ab 05.01.21

3) Kommunikation

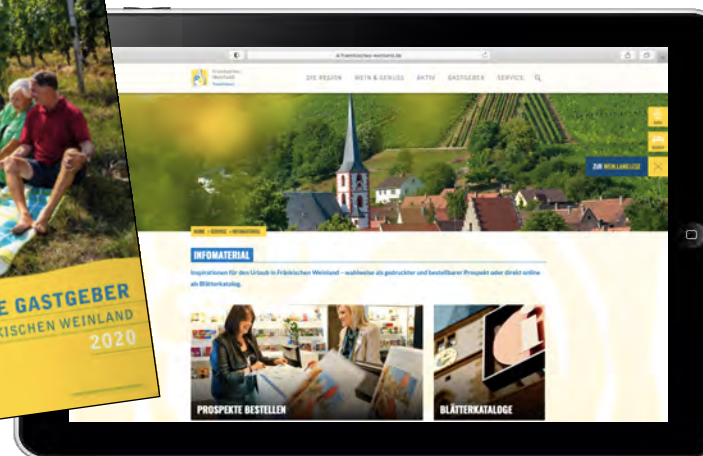
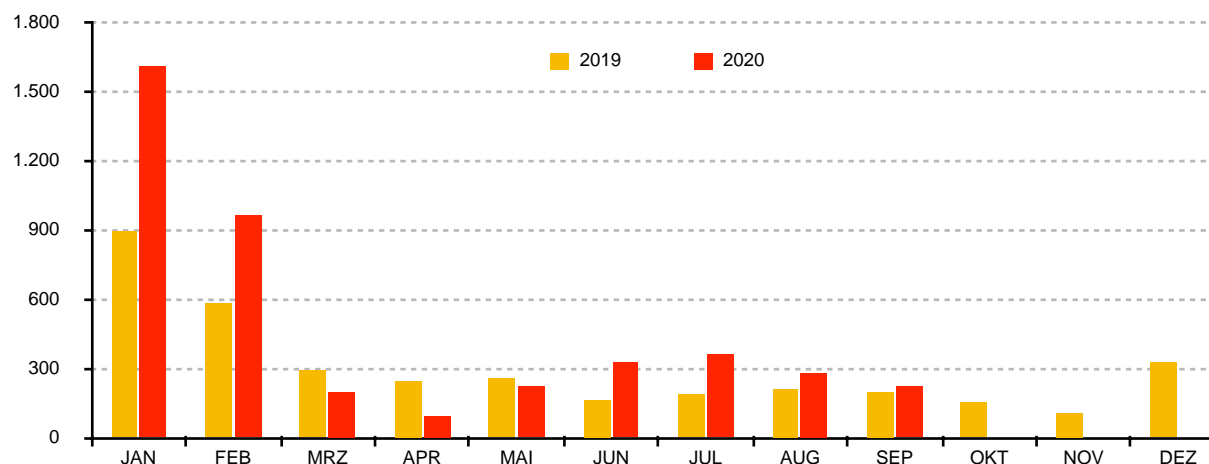
Prospektversand

Für die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH ist die Anzahl der Anforderungen von Prospekten per Telefon, E-Mail oder über die Website ein wichtiger Parameter der Marketingarbeit. Bei der Bewertung der über ein Bestell-Tool erfassten Bestellungen ist allerdings auch das zur Verfügung stehende Budget zu berücksichtigen. Der Verbrauch bei Messen und Publikumsveranstaltungen sowie die Anforderungen von Partnern auf örtlicher und regionaler Ebene werden in einer Sonderstatistik erfasst.

Bedingt durch den Lockdown in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie wurden im März, April und Mai weniger Prospektanforderungen registriert. Kumuliert ergibt sich bis einschließlich September 2020 ein Zuwachs von 40,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, der neben der erfolgreichen Werbearbeit im Januar und Februar 2020 u.a. mit den Beschränkungen bei Auslandsreisen nach Beendigung des Lockdowns zu erklären ist.

Bis Ende August 2020 konnte die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH kostenlos Lagermöglichkeiten für das Werbematerial im Landratsamt Würzburg nutzen. Aufgrund des Eigenbedarfs wurde ein Mailinghouse mit der Lagerhaltung beauftragt, das nun unter anderem auch für die Belieferung von Messen zuständig ist. Damit verbunden ist auch eine neue Regelung des Services für Kommunen zur Abholung von Prospekten in der Geschäftsstelle auf der Basis von Terminvereinbarungen.

Prospektversand / 2019, 2020




4) Qualitätsmanagement

...

Das Qualitätsmanagement ist ein wesentlicher Bestandteil des Arbeitsprogramms der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH. Dabei bezieht sich diese Aufgabenstellung nicht nur auf infrastrukturelle Aspekte sondern auch auf eine kundenorientierte Service- und Erlebnisqualität aller Facetten des touristischen Angebotes.

Anzuführen ist vor allem das nachhaltige Engagement bei den Projekten "Franken - Wein.Schöner.Land!" (Mitarbeit im Qualitätsteam, Beratung und Zertifizierung weintouristischer Anbieter) und "MainRadweg" (Streckenführung, Beschilderung, fahrradfreundliche Gastgeber). Wichtig sind weiterhin die Tätigkeit als zertifizierte Prüfungsstelle für die DTV-Privatzimmerklassifizierung, die Durchführung von Workshops, Seminaren und Informationsveranstaltungen sowie Beratungen auf betrieblicher und kommunaler Ebene.

- **Seminar "Fit in die Saison"** 
 - 25. März 2020, Karlstadt
- **Produktschulung "Franken - Wein.Schöner.Land!"**
 - 23. Juni 2020 (Online, OBS GmbH)
- **Workshop "Corona - und was nun?"**
 - 19. Oktober 2020, Iphofen
- **Coaching für Kleinbetriebe**
 - (Kooperation mit TVF, Umsetzung: OBS GmbH)
 - > 9 Schulungen bis 30.09.2020 durchgeführt
 - > 3 Schulungen disponiert
- **Franken - Wein.Schöner.Land!**
 - Aufgrund der Corona-Pandemie finden 2020 keine Überprüfungen/Zertifizierungen statt.
- **MainRadweg**
 - Koordination von Maßnahmen zur Qualitätssicherung im Fränkischen Weinland

- **DTV-Privatzimmerklassifizierung**
 - 17.06.2020, Sommerach
 - 02.07.2020, Sommerach
 - 15.07.2020, Iphofen
 - 23.09.2020, Volkach

Von: Fränkisches Weinland Tourismus GmbH tourismus@faenkisches-weinland.de
Betreff: Einladung Workshop
Datum: 18. September 2020 um 10:10
An: Fränkisches Weinland Tourismus GmbH tourismus@faenkisches-weinland.de

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

aufgrund der speziellen Corona bedingten Herausforderungen im Tourismus möchten wir in diesem Jahr unser „Touristiker*innentreffen“ in anderer Form durchführen.

Daher laden wir Sie zu einem **Workshop** ein.

Thema:
CORONA – WAS NUN?
Herausforderungen für die Tourist Information – Aktuelle Angebotsgestaltung

Moderation: Dr. Andrea Möller, DWIF

Termin: 19. Oktober 2020, 9 bis 17 Uhr

Ort: Karl-Knauf-Halle, Schützenstraße 3a, 97346 Iphofen

Ziel des Workshops:

- > Erarbeitung von Angeboten zur Vermarktung für den Zeitraum Herbst/Winter 2020/2021
- > Impuls für leitende Touristiker*innen in den Mitgliedsgemeinden und bei deren Leistungsträger*innen setzen

Die Teilnahme am Workshop ist kostenfrei, die Mittagspause ist zur freien Verfügung (auf eigene Kosten)

Um Ihre Anmeldung per E-Mail an tourismus@faenkisches-weinland.de bzw. mit beiliegendem Formular bis spätestens **30. September 2020** wird gebeten. Bitte geben Sie unbedingt Ihren Namen, Telefonnummer und E-Mail-Adresse an!

Corona bedingt kann pro Tourist Information grundsätzlich **nur eine Person** teilnehmen! Weitere Teilnehmer*innen nur auf Anfrage.

Bitte beachten Sie unbedingt folgende Hinweise:

Eine Teilnahme am Workshop ist nicht möglich, wenn

- > Sie zum Zeitpunkt des Workshops bzw. in den 14 Tagen vor der Veranstaltung Symptome einer SARS-CoV-Infektion haben/hatten (Husten, Halsschmerzen, Fieber/erhöhte Temperatur ab 38° C, Geruchs-/Geschmacksstörungen, allg. Krankheitsgefühl, Muskelschmerzen)
- > bei Ihnen der Nachweis einer SARS-CoV-Infektion innerhalb der letzten 14 Tage vor der Veranstaltung erbracht wurde
- > Sie in den letzten 14 Tagen vor der Veranstaltung Kontakt zu einer Person hatten, die positiv auf SARS-CoV getestet wurde.

5) Innenmarketing, Marktforschung

...

Die Vernetzung mit allen Partnern (Anbieter, Orte, etc.) sind zusammen mit einem regelmäßigen Austausch die Basis für eine erfolgreiche Destinationsarbeit. Zu nennen sind neben Gesprächen der Geschäftsführerin der Fränkische Weinland Tourismus GmbH mit Mandatsträgern und Vertretern von Organisationen die Teilnahme an relevanten Veranstaltungen.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Marktbearbeitung ist das frühzeitige Erkennen von Trends, Chancen und Risiken. Gleichzeitig dienen die Ergebnisse der Marktforschung auch der Meinungsbildung der Entscheidungsträger. Mit Blick auf die hohen Kosten ist für die Fränkisches Weinland Tourismus GmbH die Erstellung eigener Studien nicht realisierbar. Stattdessen werden verfügbare Quellen (Reiseanalyse, etc.) genutzt. Ergänzend erfolgt bei relevanten Themen eine Einbindung als Projektpartner mit primär organisatorischen Leistungen.

INNENMARKETING

- **Termine "Mandatsträger / Organisationen"**
 - 18.05.2020, Karlstadt, Erster Bürgermeister
 - 28.05.2020, Marktbreit, Erster Bürgermeister
 - 25.06.2020, Volkach, Erster Bürgermeister
 - 17.07.2020, Bayerische Landesanstalt für Wein- und Gartenbau, Präsident
 - 01.09.2020, Iphofen, Erster Bürgermeister
 - 07.09.2020, Dettelbach, Erster Bürgermeister
 - 07.10.2020, Werneck, Erster Bürgermeister
 - 21.10.2020, Sulzfeld a.M., Erster Bürgermeister
 - 29.10.2020, Rimpar, Erster Bürgermeister
 - **Termine "Beratung gewerbliche Wirtschaft"**
 - 24.06.2020 *
 - 13.10.2020 *
- * keine Detailangaben aufgrund Vorgaben des Datenschutzes
- **Sonstige Termine**
 - 20.07.2020, Hotel-ERFA-Gruppe Würzburg
 - 23.09.2020, Nahverkehrsbeirat
 - 13.10.2020, CSU-Fraktion Stadt Würzburg
 - 29.10.2020, Landkreis Kitzingen (Wirtschafts- und Kulturausschuss)

MARKTFORSCHUNG

- **Studie "Wirtschaftsfaktor Tourismus im Fränkischen Weinland"**
 - > Kooperationsprojekt mit dem TV Franken
 - > Neuauflage der Studie aus dem Jahr 2018 auf der Basis der Ergebnisse des Jahres 2019
 - > Vorstellung: Mai/Juni 2021 (geplant)
- **Webanalyse von Unterkünftsbetrieben im Fränkischen Weinland**
 - > Kooperationsprojekt mit OBS GmbH
 - > Vorstellung: November 2020 (geplant)

6) Ausblick

Das Fränkische Weinland mit seiner heterogenen Struktur und spezifischen Ausprägungen ist eine starke Tourismusdestination mit einer hohen Bedeutung nicht nur für die einheimische Wirtschaft. Die Corona-Pandemie mit ihren dramatischen Auswirkungen verdeutlicht nachhaltig die Verflechtungen der Tourismusbranche im Fränkischen Weinland mit vielen Bereichen des öffentlichen Lebens.

Prognosen zur weiteren Entwicklung sind derzeit kaum möglich. Es ist allerdings davon auszugehen, dass es bis zur "alten touristischen Normalität" noch lange dauern wird.



In diesem Zusammenhang sind neben dem Schutz der Bevölkerung insbesondere auch gesellschaftliche Aspekte wie Sicherheit und Vertrauen, die finanzielle Situation oder das Grundbedürfnis nach "Freiraum" (Erholung, Abwechslung, Genuss, Aktivitäten, Geselligkeit, etc.) anzuführen.

Aktuell sind für das Fränkische Weinland folgende Sachverhalte festzuhalten:

- Seit Juni 2020 überproportionale Zuwachsraten beim OBS-OnlineBuchungsservice im Vergleich zu den Vorjahresmonaten
- Seit Mitte Mai 2020 verstärkte Zugriffszahlen auf die Website und die SocialMedia-Kanäle
- Seit Mitte/Ende Mai 2020 Anstieg der Prospektbestellungen
- Hohe Nachfrage für das Segment "Ferienwohnungen, Ferienhäuser"
- Boom im Wohnmobiltourismus
- Starker Tagesausflugsverkehr
- große Probleme im Städtetourismus
- kein nennenswerter Ausländerreiseverkehr
- Tourismusstatistik "Juni - August 2020" unter Vorjahresniveau

Weiterhin sind bei den Planungen folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Entwicklung der Pandemie mit entsprechenden Auswirkungen (z.B. Beherbergungsverbot)
- fehlende Reiseanlässe (z.B. Weinfeste)
- Überproportional hoher Konkurrenzdruck von Mitbewerbern aus dem Inland einschließlich steigender Medienpräsenz europäischer Destinationen
- Verändertes Gästeverhalten (Ansprüche, etc.)

Damit sich der Tourismus im Fränkischen Weinland neu und erfolgreich etablieren kann, bedarf es eines nachhaltigen Engagements aus allen Bereichen (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft).

In diesem Sinn danke ich namens der Fränkisches Weinland Tourismus GmbH allen Kommunen und Partnern für die Unterstützung. Wir freuen uns auf eine weiterhin erfolgreiche Zusammenarbeit und hoffen auf eine zeitnahe Rückführung des Tourismus von den noch sehr eingeschränkten Formaten bis hin zur Normalität.



Susanne Müller, Geschäftsführerin
Fränkisches Weinland Tourismus GmbH