



**Dr. Hermann Kolesch**

Beratung und Strukturentwicklung im Weinbau

Bayer. Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau Veitshöchheim

englisch: Cluster , gesprochen „Klasster“

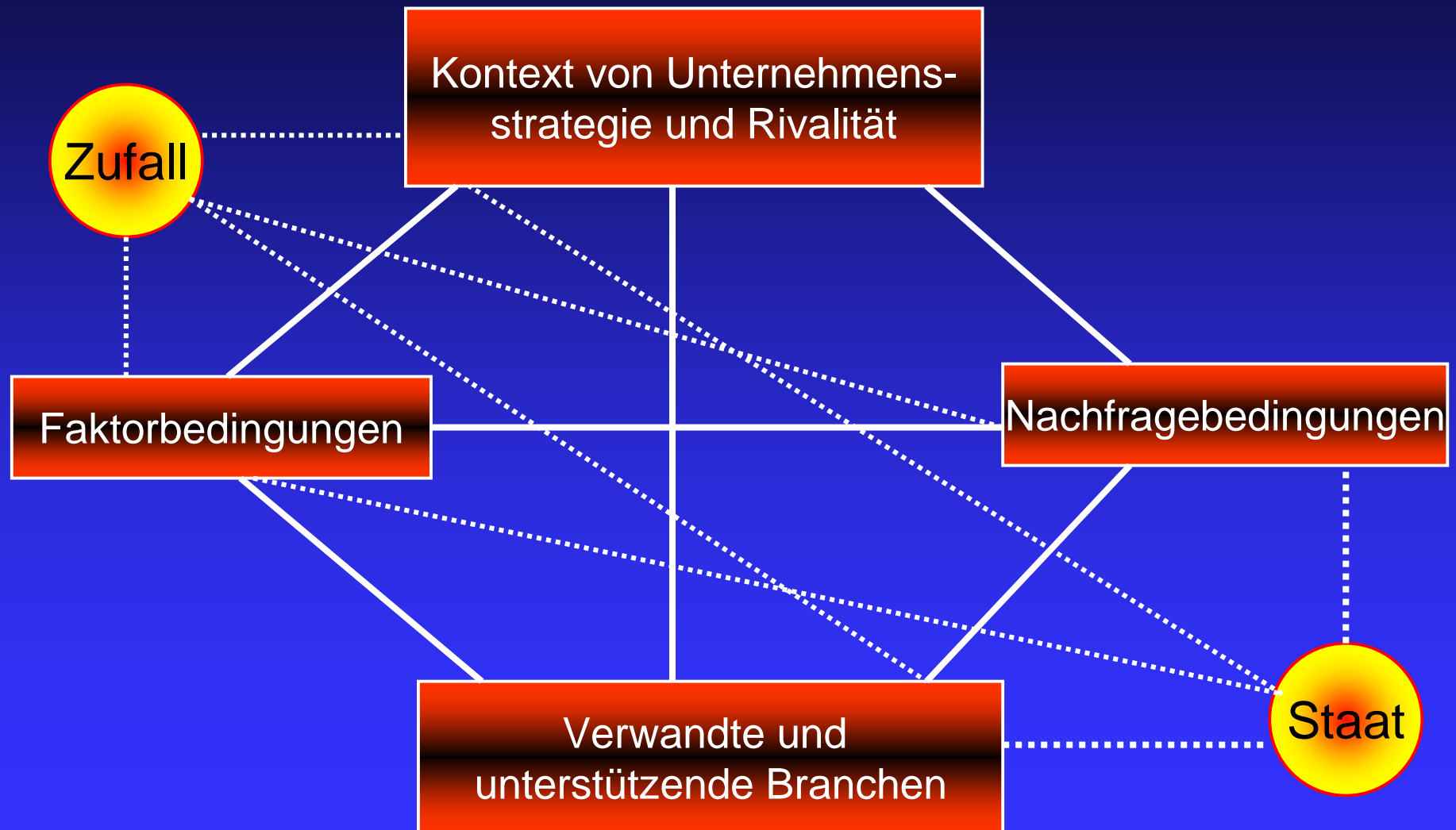
fränggisch: „Glasdder“

## Definition „Cluster“

- Englisch: Haufen, Anhäufung, Ballen, Klumpen, Traube
- Nach PORTER:
  - ....eine geografische Konzentration von Unternehmen, spezialisierten Lieferanten, Dienstleistungsanbietern, Unternehmen in verwandten Branchen und verbundenen Einrichtungen (Universitäten, staatl. Stellen, Wirtschaftsverbände), die in bestimmten Feldern untereinander verbunden sind und gleichzeitig miteinander konkurrieren und kooperieren → Coopetition

# Wechselwirkungen im Cluster

Diamantenmodell nach PORTER, 1999



# Frankens Herausforderungen

- Globalisierung → Markenbildung, Wettbewerb der Regionen,
- Qualität → Weinstile, Qualitätspyramide
- Direktvermarktung unter Druck → LEH, Discount, E-Commerce → Strukturwandel → Einkommensalternativen
- Export → Franken liegt weit zurück!
- Image → Neues Bild erforderlich → Kommunikation, Medien
- Ländlicher Raum → Stabilisierung und Weiterentwicklung der Strukturen → Weinbau, Tourismus, Gastronomie, Handel und Gewerbe



# Vorteile eines „Clusters“

- Erhöhung der **Produktivität**
- Generierung und Verbreitung von **Innovationen**
- Standortvorteile durch **räumliche Konzentration**
- **Coopetition** → Kooperation & Competition (Wettbewerb)
- **Gründung** neuer Unternehmen
- Beschaffung **qualifizierter Mitarbeiter** → Ausbildung im Standortverbund
- Besserer und schneller Zugang zu **zeitgerechten und spezialisierten Informationen**
- Erhöhung des **Qualitätsdrucks**
- Aufbau einer **spezialisierten Infrastruktur** für Bildungs- Qualifizierungs-, Beratungs- und Organisationsdienstleistungen

## Die Fränkische Weinwirtschaft im Kontext zur Regionalentwicklung und Wettbewerbsfähigkeit

- Die räumliche Einheit „Region“ wird zusehends zu einem wesentlichen Faktor im Rahmen wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Aktivitäten
- Die erfordert, um im internationalen Wettbewerb vorne dabei zu sein, die **Entwicklung integrierter, kompetenzorientierter Standortstrategien** → **„Clusteransatz“**
- Deshalb sind „regionale Kompetenzen“ zu erkennen zu entwickeln und zu fördern
- Kommunen, Weinwirtschaft, Gastronomie, Tourismus sowie vor- und nachgelagerte Bereiche des Handels und des Handwerks, sind gefordert, in diese Kompetenzen zu investieren

# Allianz Bayern Innovativ : Cluster - Ansatz Franken






# Allianz Bayern Innovativ : Cluster - Ansatz Franken



# Allianz Bayern Innovativ : Cluster - Ansatz Franken





**„Die Weinindustrie und der Weintourismus verfolgen ein gemeinsames wichtiges Ziel, indem sie die Wahrnehmung eines Ortes für den Konsumenten einzigartig einfangen und präsentieren, sei er nun Weintrinker oder ein Tourist“**



**Quelle: Strategie der Australischen Weinindustrie 2025**



# Weintourismuskonzept Franken – Projektgruppe

Gebietsweinwerbung

Weinbauverband

Bezirk Unterfranken

Bayer. Staatministerium  
für Landwirtschaft  
und Forsten

Weinbauring  
Franken

Amt für ländliche  
Entwicklung

Tourismuszentrale  
Würzburg

Universität  
Würzburg

Gästeführer Weinerlebnis  
Franken

Fränkisches  
Weinland

Bayer. Landesanstalt f.  
Weinbau u. Gartenbau

Bayer. Hotel- u.  
Gaststättenverband

Vernetzung  
aller Akteure  
des ländlichen  
Raumes

## Ziele des Fränkischen Weintourismuskonzeptes:

- Positionierung Frankens als hochattraktive, moderne Region für den Weintouristen → **Genuss, Kultur, Landschaft, Kulinarik, Wellness**
- Imageförderung der Region und des Frankenweins → **Neues „emotionales“ Bild → Nachkauf am Regal**
- Aufbau von touristischen Mehrwert und Zusatznutzen für das Produkt Wein → **Emotion, Erlebnis, Service → Dienstleistungsorientierung**
- Strukturelle Weiterentwicklung des ländlichen Raumes → **Innovation, Lebensqualität → Wertschöpfung**
- Aufbau neuer Partnerschaften → **„Coopetition“**
- Entwicklung einer leistungsfähigen Infrastruktur → **Netzwerk → Cluster**

# Das Produkt Fränkischer Weintourismus

## Strategiekonzept

### Infrastruktur:

- Wanderwege
- Radwege
- Vinotheken
- Leitsysteme, etc....

### Partnerschaft:

- Fränkisches Weinland
- Tourismusverband Franken
- Hotel- u. Gaststättenverband
- Partnerregionen Mosel, Steiermark

### Dienstleistung:

- Gästeführer
- Weindozent
- Veranstaltungen
- Winzerzimmer

### Information:

- Symposien
- Seminare
- Versammlungen
- Beratung

### Qualifikation:

- Lehrgänge
- Seminare
- Schulen
- Workshops

### Zertifizierung:

- Weinfeste
- Gästezimmer
- Gastronomie
- (Weinorte)

### Kommunikation:

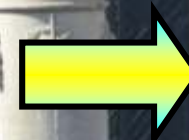
- Dachmarke
- Werbung
- Öffentlichkeitsarbeit
- Messen, etc.....

Fränkische Weinwirtschaft: Winzer, Weingüter, Handel, Erzeugergemeinschaften, Verbände, Vereine, Staatl. Einrichtungen, Tourismus, Gastronomie, Kommunen



# Diversifizierung der Betriebe: Weintourismuscluster Franken

## Dienstleistungskultur Wein – Infrastruktur Weintourismus



**Gast**



## Maßnahmen im Bereich der Cluster – Entwicklung Konzeptionelle Entwicklung

- (1) Marktforschung:
  - 2006 → SINUS- Studie zur Definition und Beschreibung der Zielgruppen
  - 2007 und 2009 → TOURISMUS-BAROMETER Studien zur Überprüfung der Maßnahmen
- (2) Qualitätsmanagement (QMS)
  - Qualifizierungsmaßnahmen
  - Zertifizierungsmaßnahmen
- (3) Strategie – Workshops Fränkische Weinwirtschaft

## Maßnahmen im Bereich der Cluster – Entwicklung Kommunikationsmaßnahmen

- (1) Entwicklung Dachmarke
  - 2006/2007: Auf der Grundlage der &EQUITY-Studie zum „Bild des Frankenweins“ und der SINUS- Studie zum Weintourismus wird für das Produkt Frankenwein eine neue Dachmarke entwickelt
  - Ziel: Subsummierung der Einzelmarken (Frankenwein, Weinwerbung, Tourismuswerbung, Gästeführer etc.) unter der neuen Dachmarke
- (2) „Leuchtturmstrategie“ in der Kommunikation
  - „Premium- Genuss- Führer Frankenwein“
  - „Sog – Wirkung“ für andere Anbieter
- (3) PR / Öffentlichkeitsarbeit
  - Informationsstand; Prints, etc..

## Maßnahmen im Bereich der Cluster – Entwicklung Einzelprojekte

- (1) Zusammenarbeit im Hochschulbereich:
  - 2006/2007 Projekt „Bocksbeutel- Logistik“
  - 2007/2008 Projekt „Weinfest – Logistik – Outsourcing“
- (2) Markterschließung
  - Round-table Gespräche im LEH
  - Partnerschaften im Export
- (3) Weinwirtschaftsmesse Kitzingen
  - Konversionsmaßnahme → konzeptionelle Entwicklung

## Maßnahmen im Bereich der Cluster – Entwicklung Cluster – Verdichtung und Erweiterung

### (1) Internationaler Austausch

- Nutzung von Synergien und Potenzialen
- Bildung einer strategischen Allianz → INTERREG III
- Ziel: „europäische Premium Regionen im Weintourismus: Franken-Steiermark-Wachau-Mosel-Südtirol“

### (2) Neue Partnerschaften vor Ort:

- Ab 2007: Einbindung der direktvermarktenden Landwirte → Dachmarke, Zertifizierung, Kommunikation
- Einbindung „SLOW FOOD“

### (3) 3. Internationales Weintourismussymposium 2009

- Franken als Qualitäts- und Meinungsführer im Weintourismus

# Zeithorizont

Erweiterung  
Überprüfung / Controlling

Kommunikationsphase  
PR, Werbung,  
Öffentlichkeitsarbeit

Zertifizierungsphase Anbieter  
Marktforschung → SINUS Studie  
Entwicklung Dachmarke

Test- und Informationsphase  
Qualifizierungsphase

Konzeptionelle Entwicklung  
Informationsphase

2004

2005

2006

2007

2008





**Alte Werte + neues Denken  
=  
Das Neue Bild vom Frankenwein**

