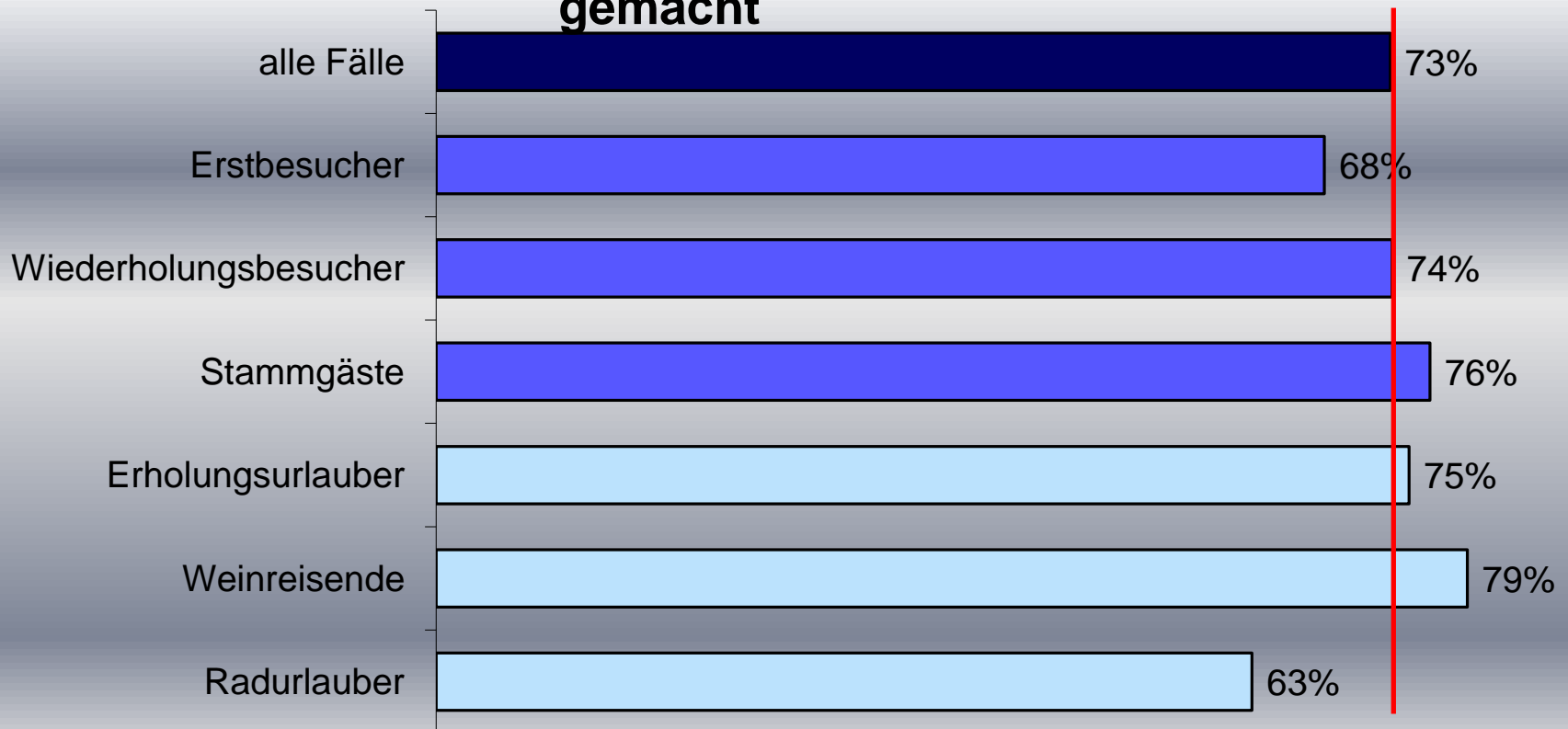


Was passiert eigentlich bei der Direktvermarktung von Wein ?

oder besser gesagt:  
Was passiert beim Weintourismus ?

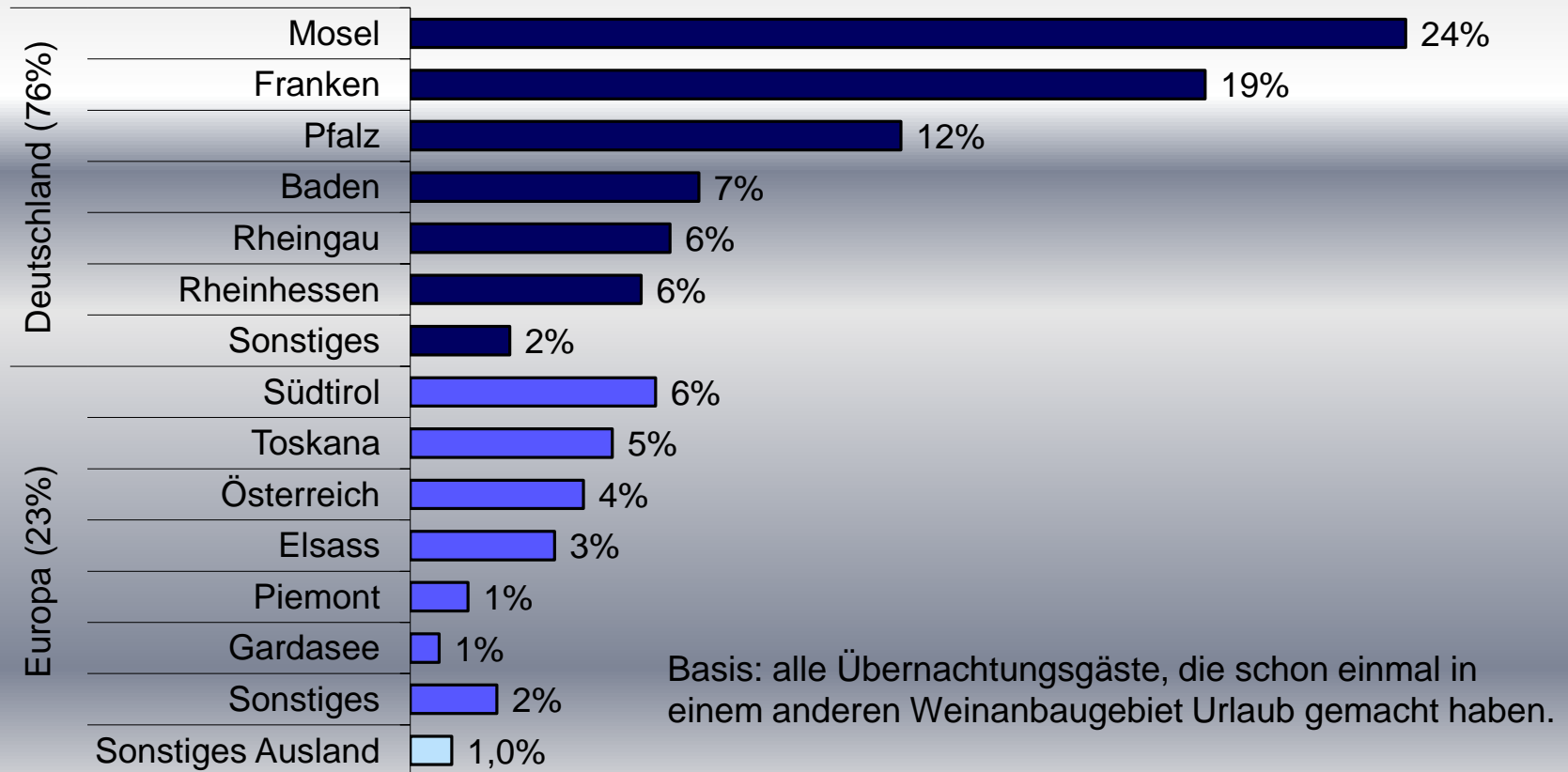
# Reiseentscheidung

## Bereits Urlaub in einer anderen Weinanbauregion gemacht



# Weintourismus Reiseentscheidung

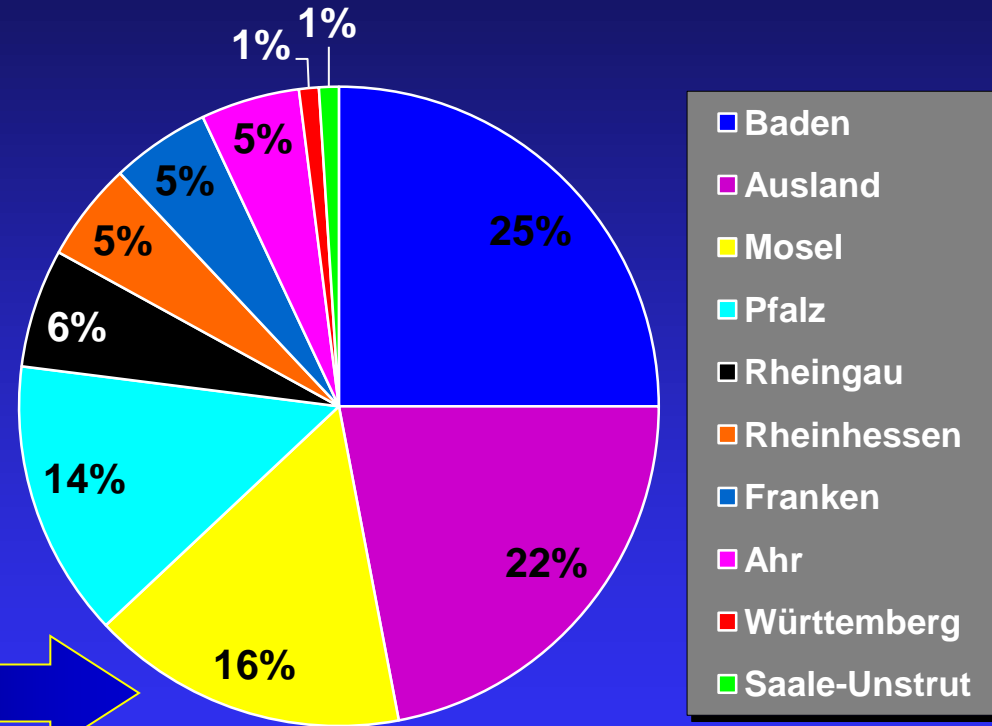
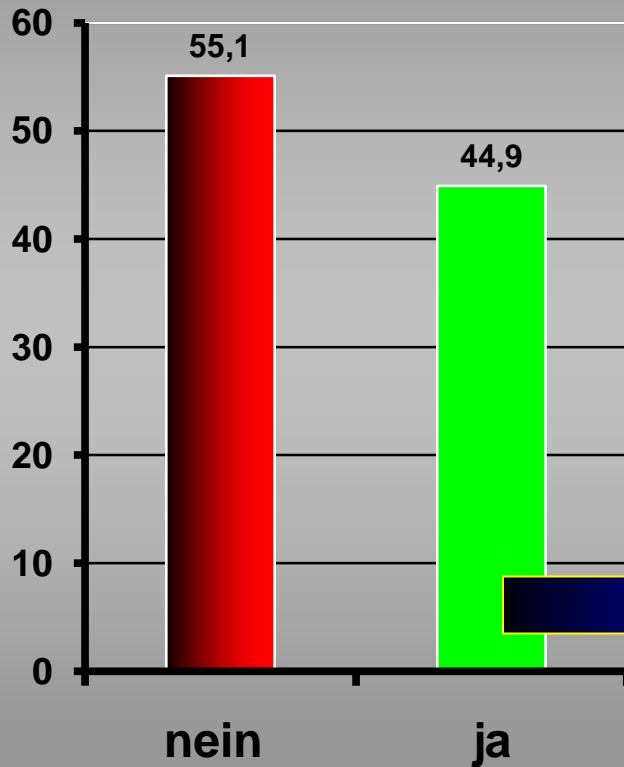
## Lieblings-Weinanbauregionen 2007



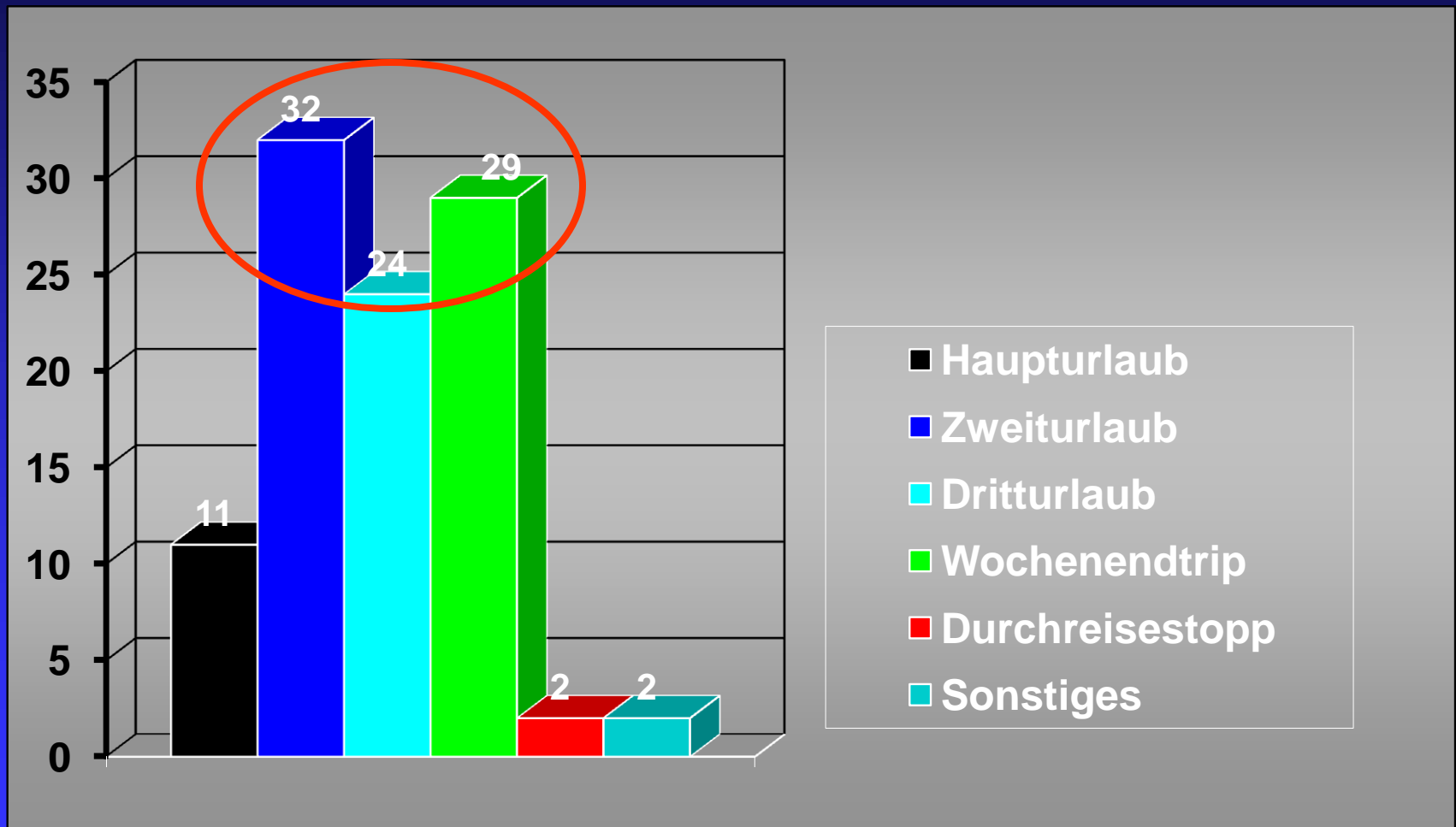
# Weintouristen sind global orientiert !

Fallstudie Iphofen, Franken, 40.000 Übernachtungen, 300 ha Rebfläche, 22 Direktvermarkter, 196 Befragungen

Haben Sie in den letzten 5 Jahren einen Kurzurlaub in einer anderen Weinregion verbracht ?

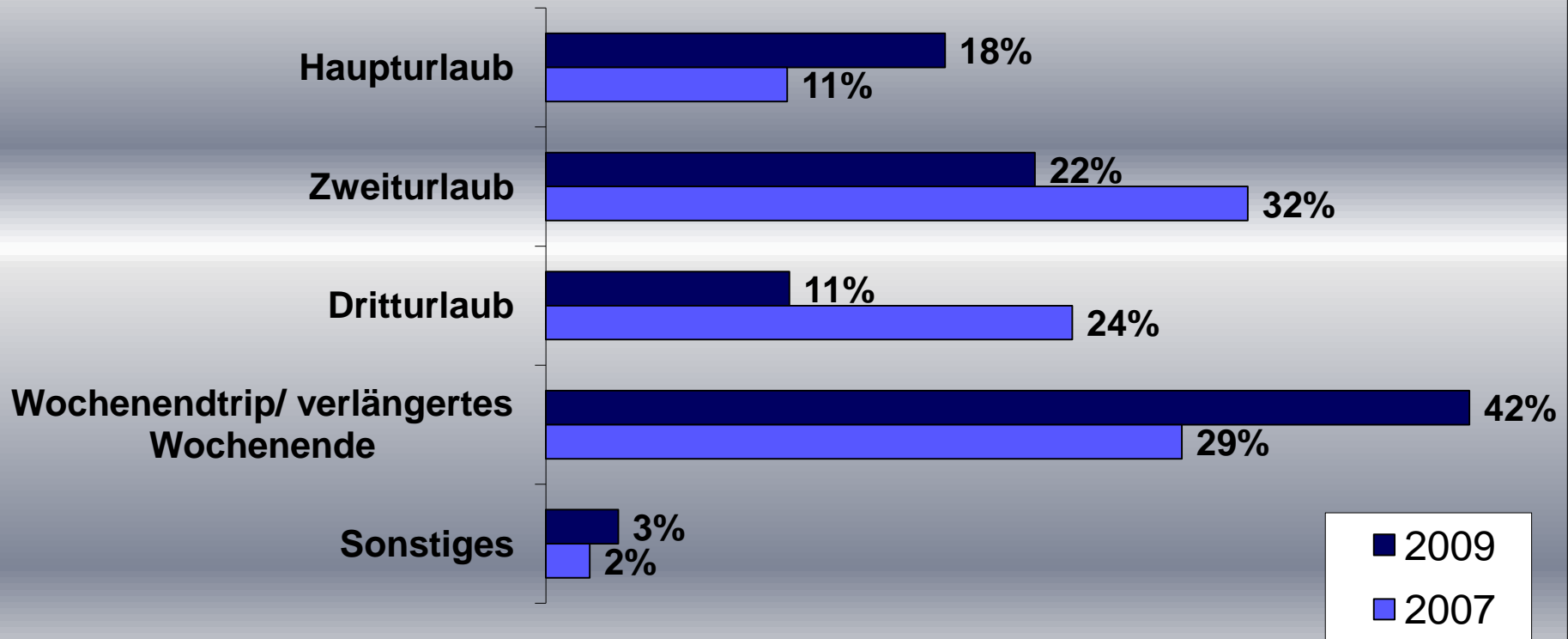


# Stellenwert des Aufenthalts – Fränkisches Weinland



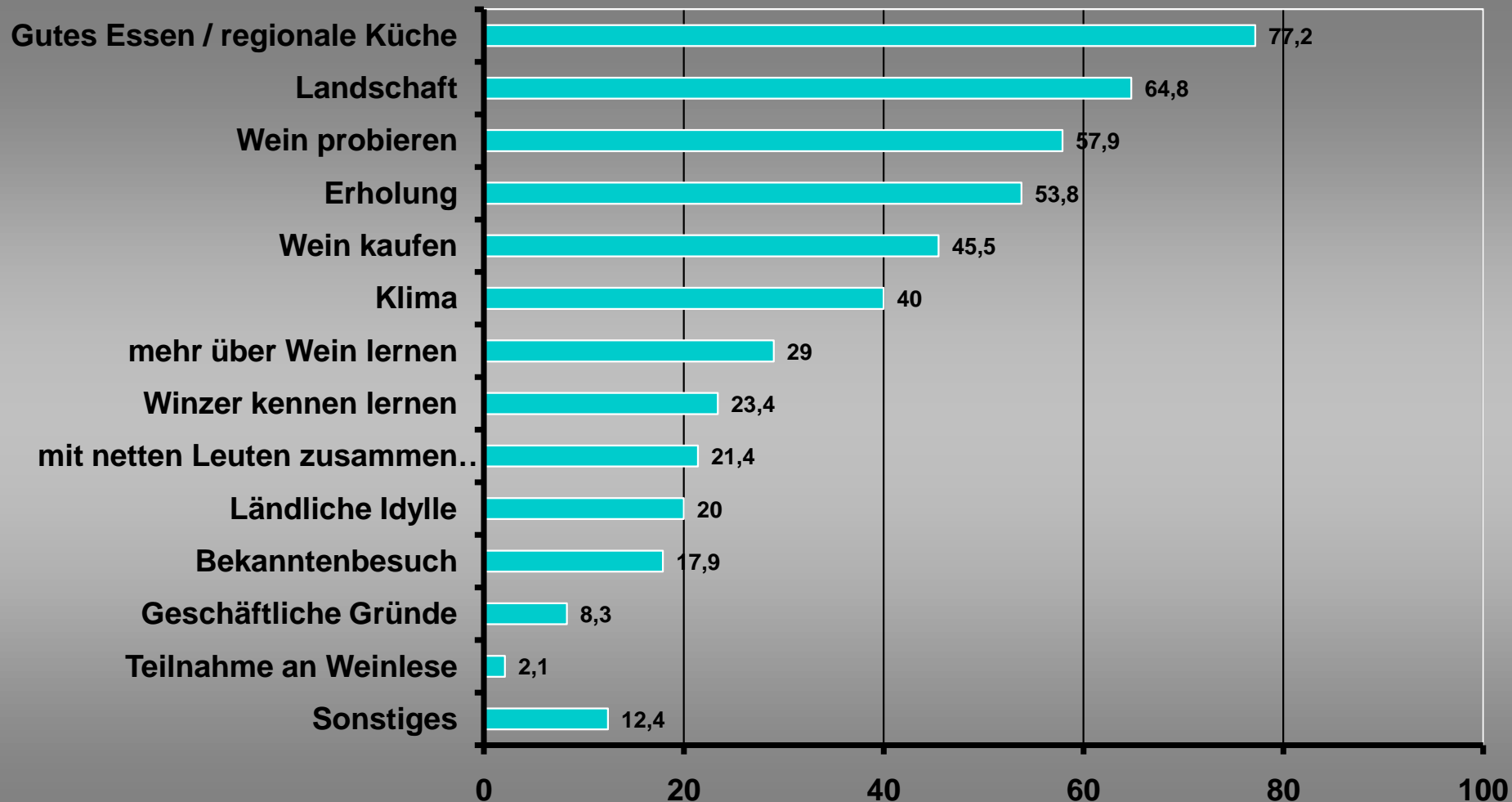
# Fränkisches Weinland: Haupturlaub und Wochenendtrip steigen!

## Stellenwert des Aufenthalts



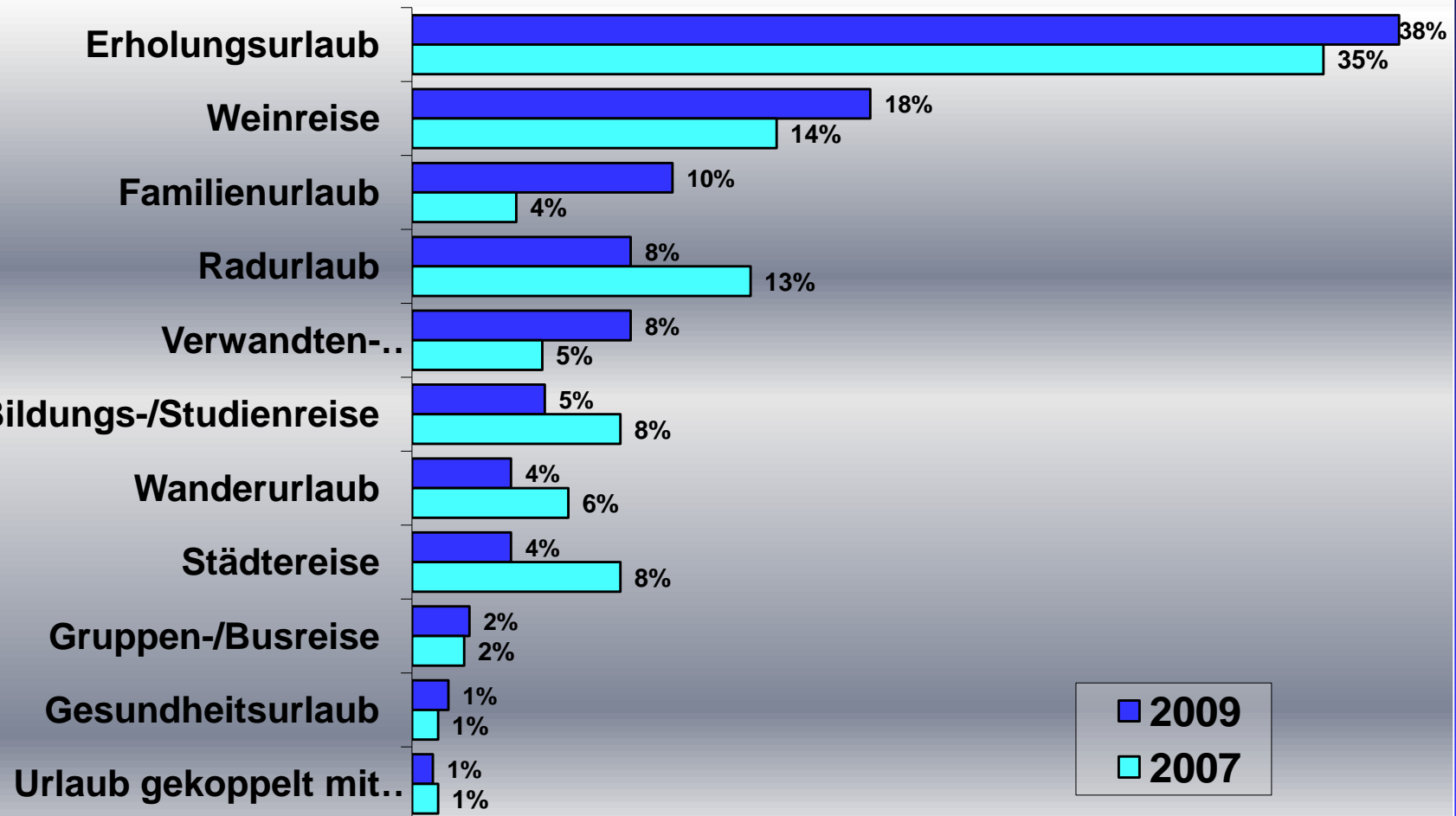
# Motive für eine Weinreise

Wein- Fachhandelskunden München, n = 145, Mehrfachnennungen möglich



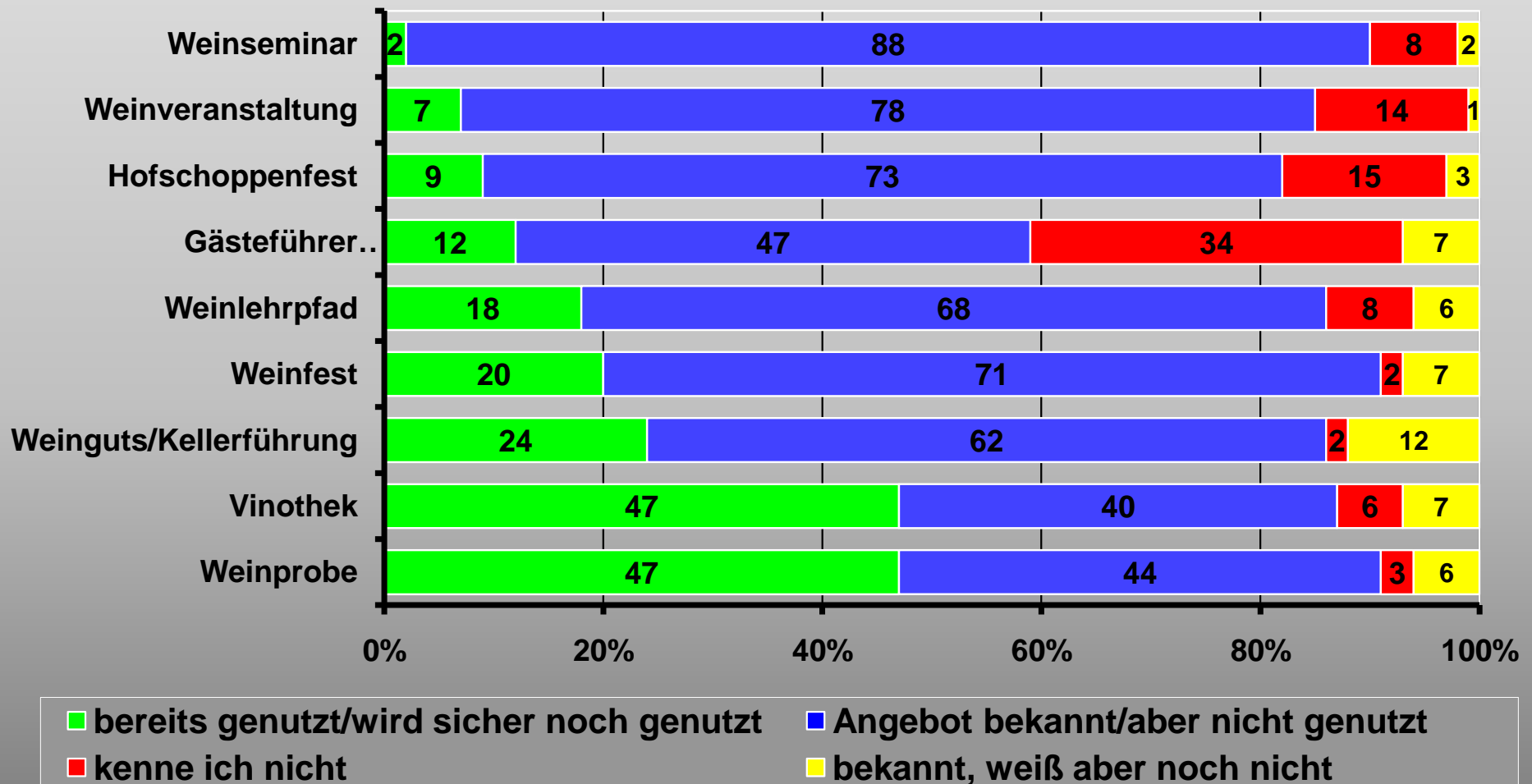
# Reisemotive: Erholung, Wein, Radfahren und Freunde/Bekannte treffen

Urlaubsreisearten: Selbsteinschätzung der Gäste (n= 801)

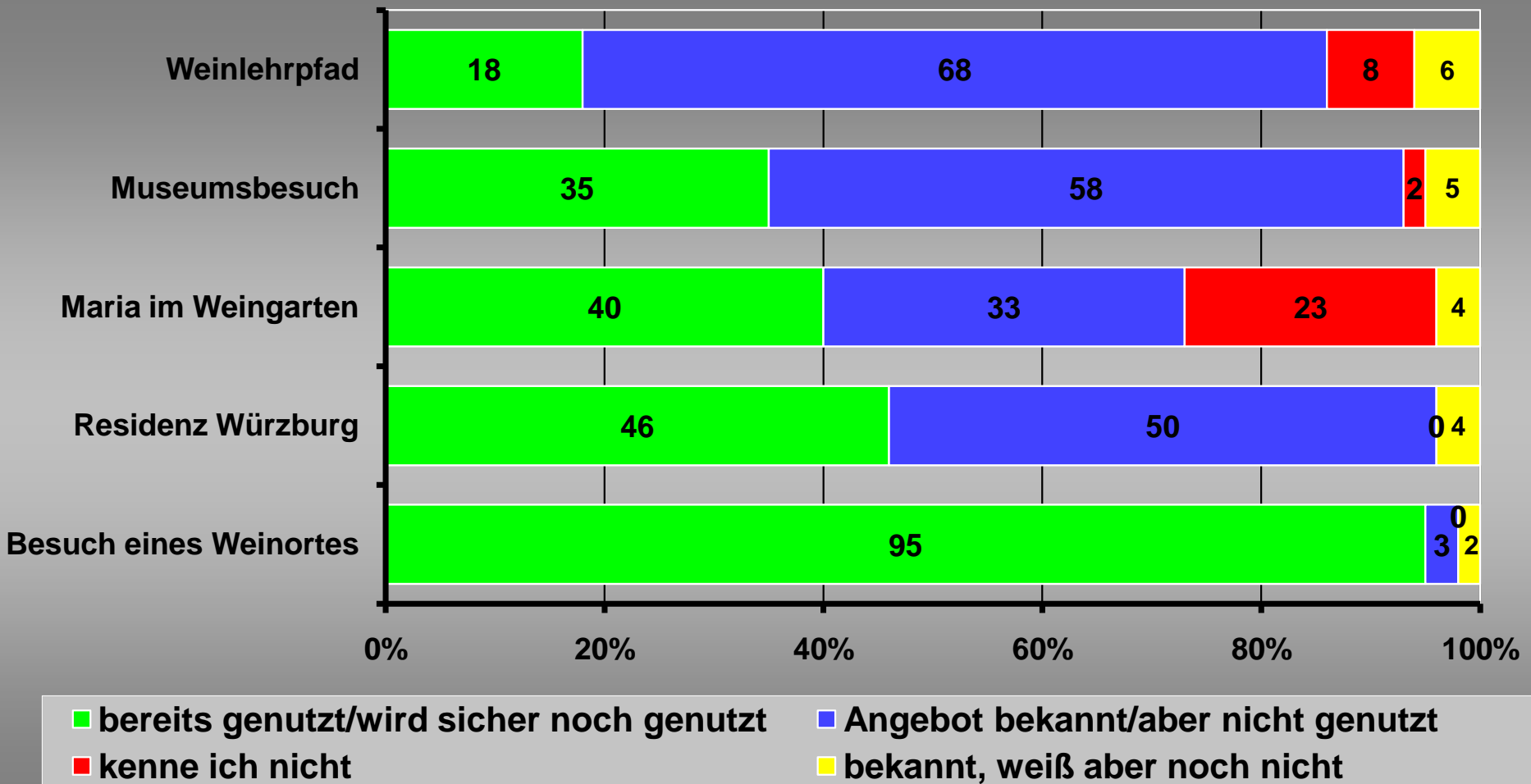




# Fränkisches Weinland: Nutzungsbereitschaft Wein

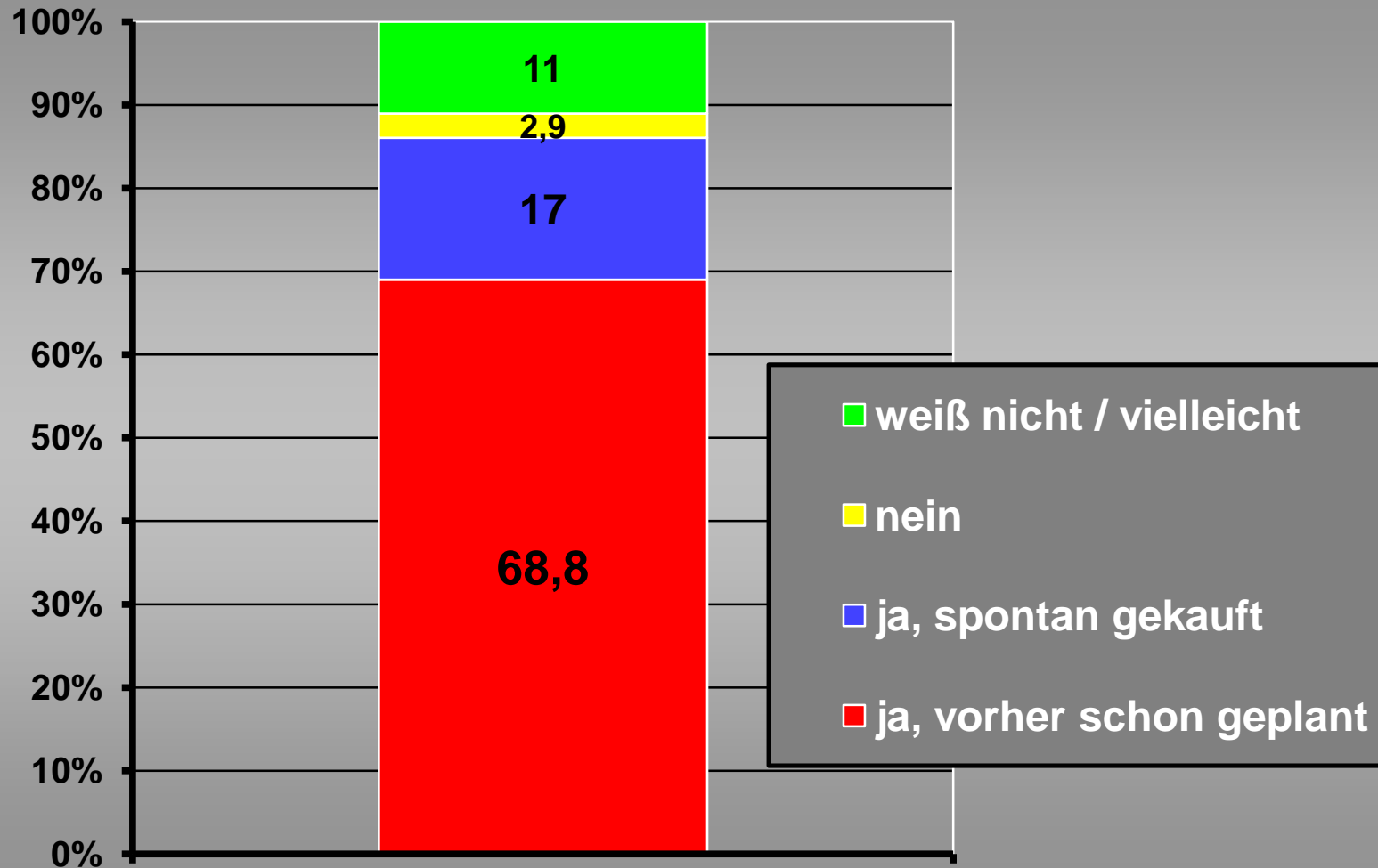


# Fränkisches Weinland: Nutzungsbereitschaft Kultur

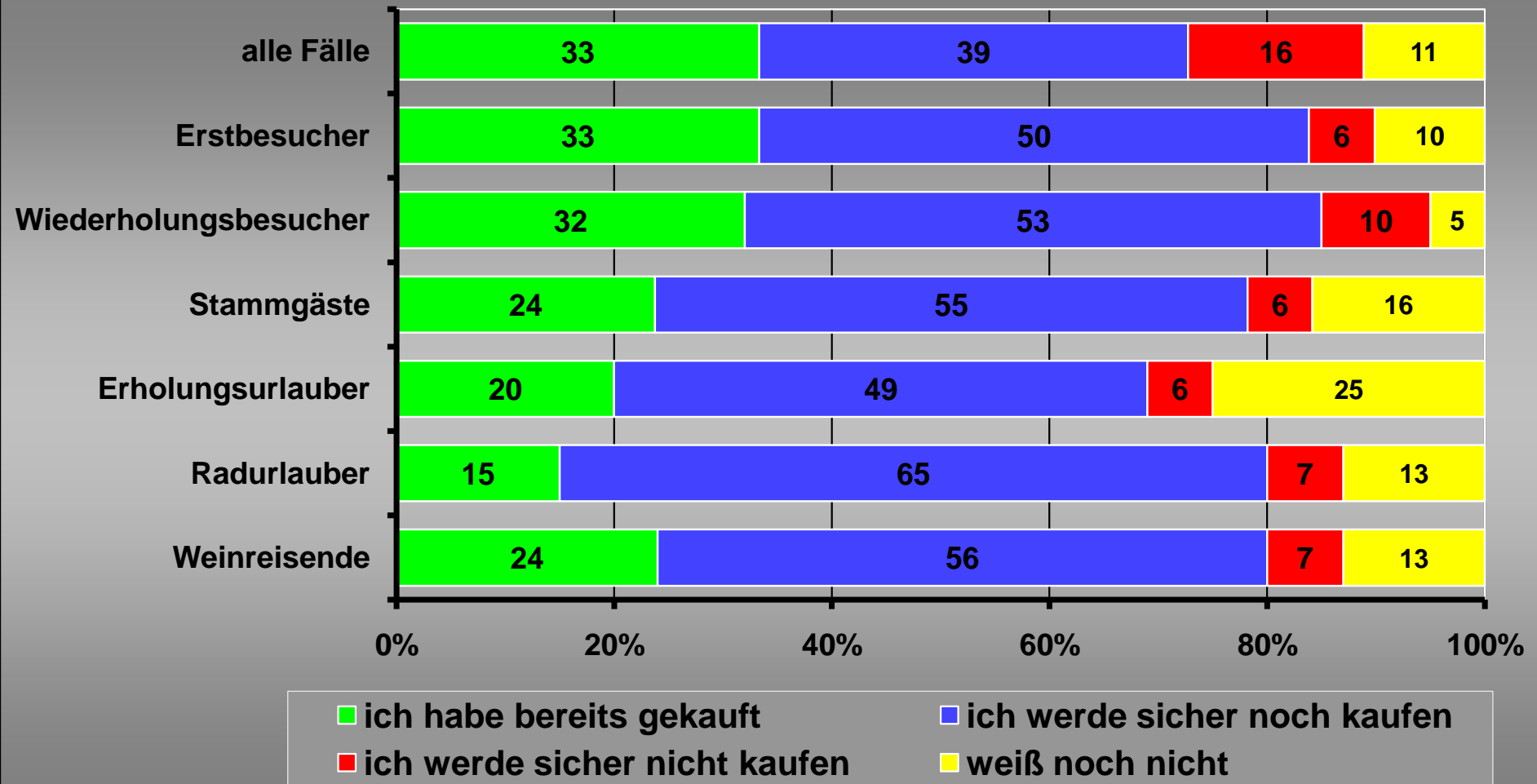


# Weineinkauf ist Reiseziel!

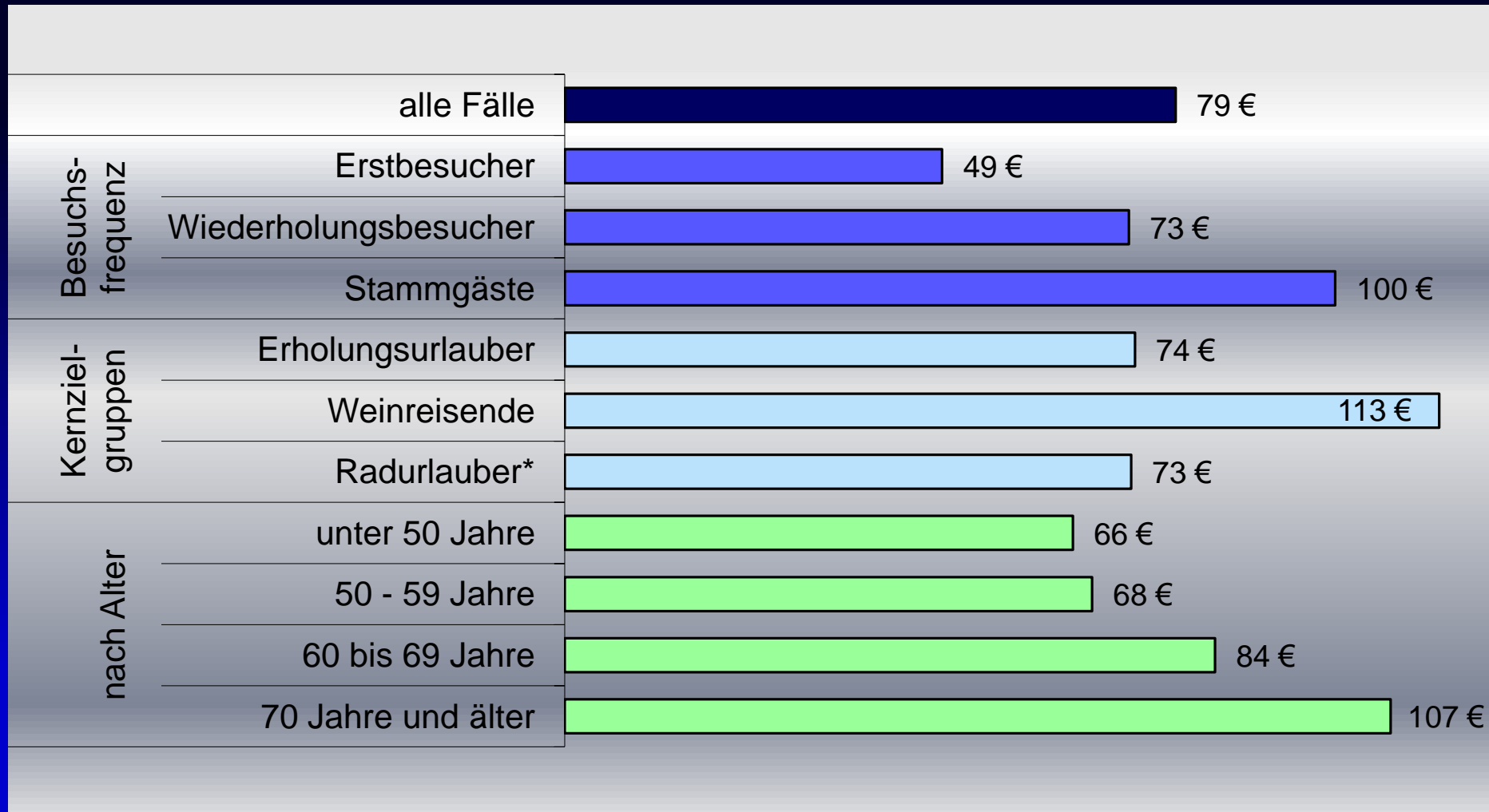
Kaufabsichten von Wein während des Aufenthaltes / Fränkisches Weinland



# Fränkisches Weinland: Weineinkauf in der Region

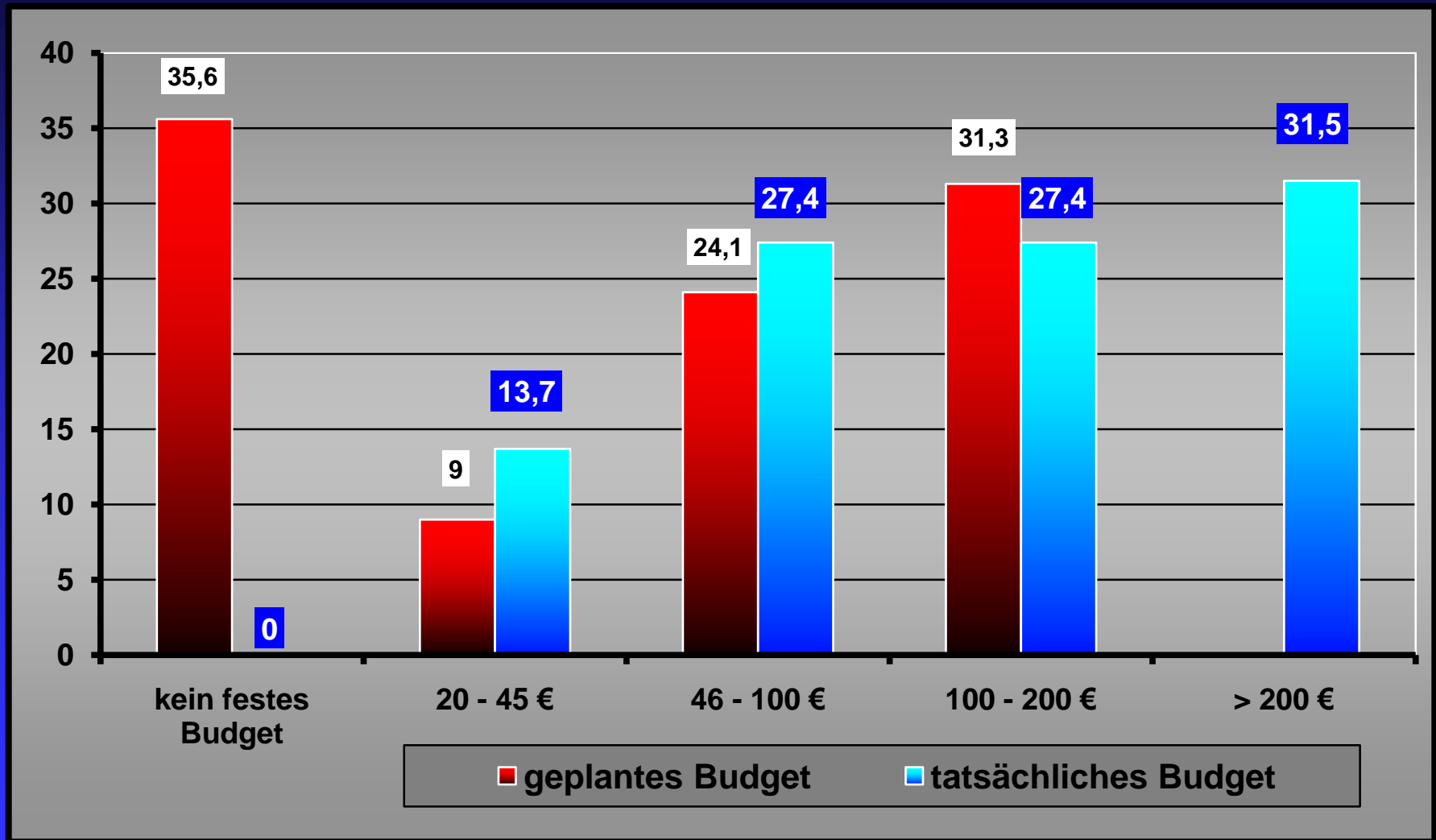


# Ausgaben für Wein pro Person



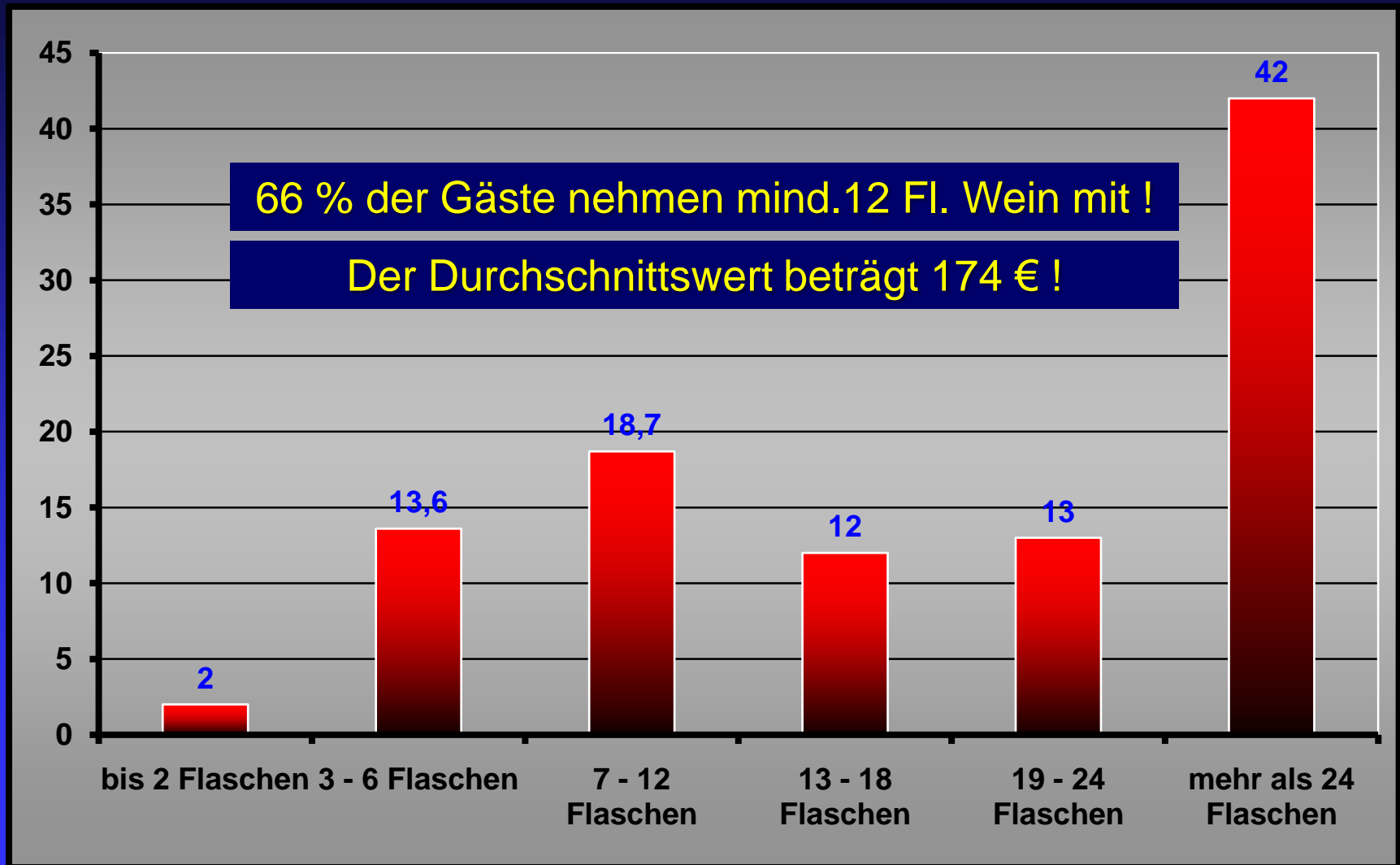
# Ausgabebereitschaft für den Weineinkauf !

Eingeplantes und tatsächliches Budget für den Einkauf von Frankenwein



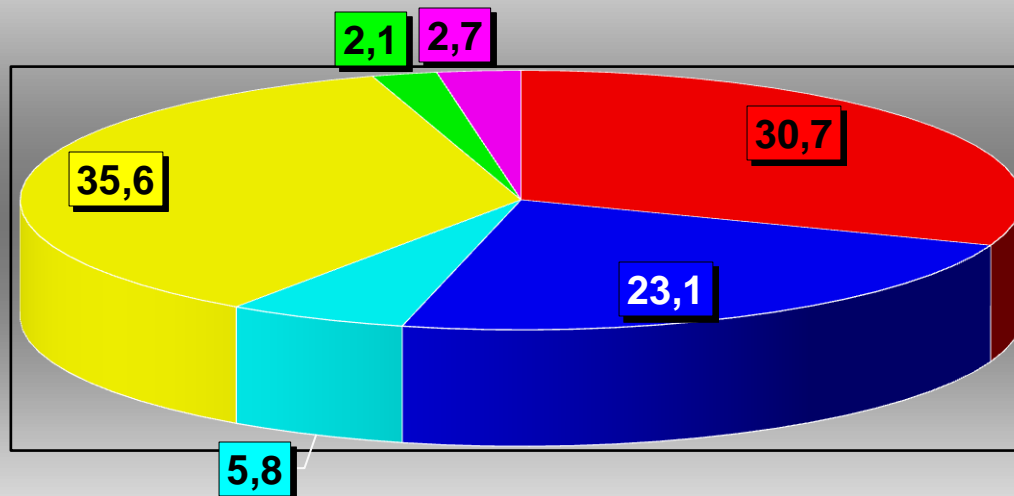
# Reiseziel Weineinkauf !

Weineinkaufsmenge beim Winzer / Weingut im Fränkischen Weinland



# Vermarktungsstruktur der direktvermarktenden Betriebe einer fränkischen Weinbaugemeinde

Angaben in %

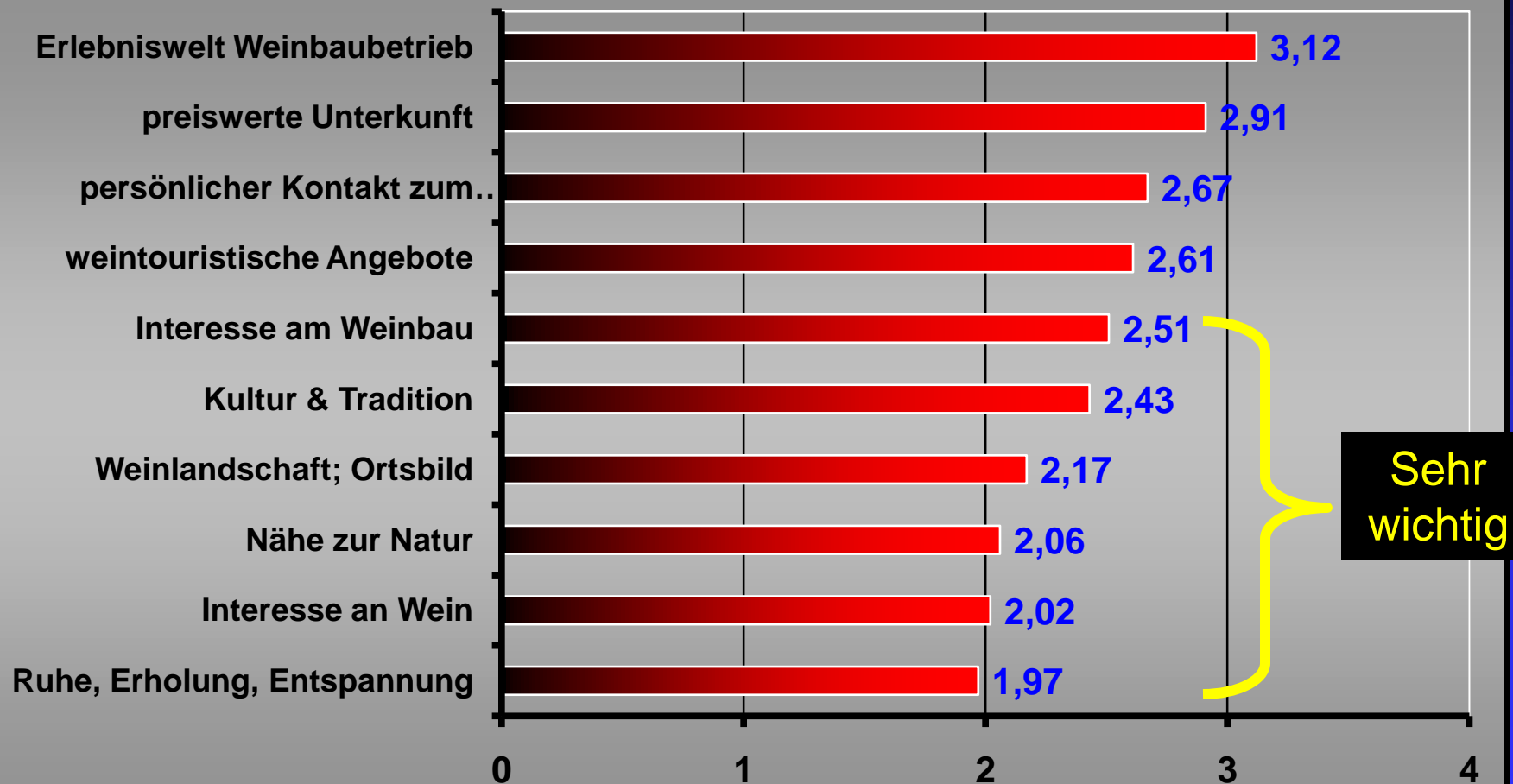


- Fachhandel, Gastronomie
- Vermarktung durch Laden
- Vermarktung durch Weinproben
- Vermarktung durch Beherbergung
- Vermarktung durch Events
- Vermarktung durch Ausschank



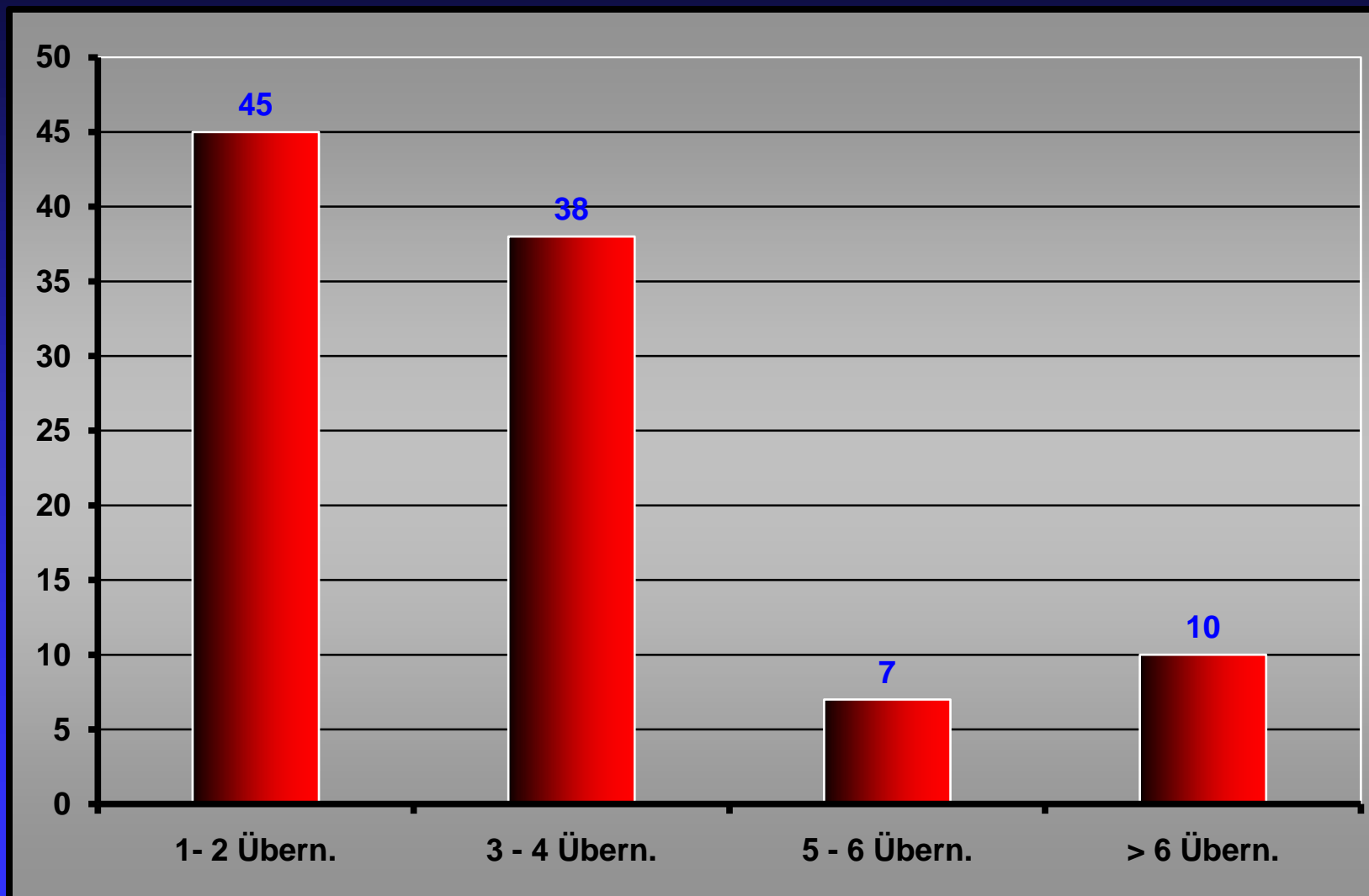
# Motive für einen Kurzurlaub auf dem Winzerhof - Franken

durchschnittliche Intensitätswerte der Beurteilung auf einer Skala von 1 - 6

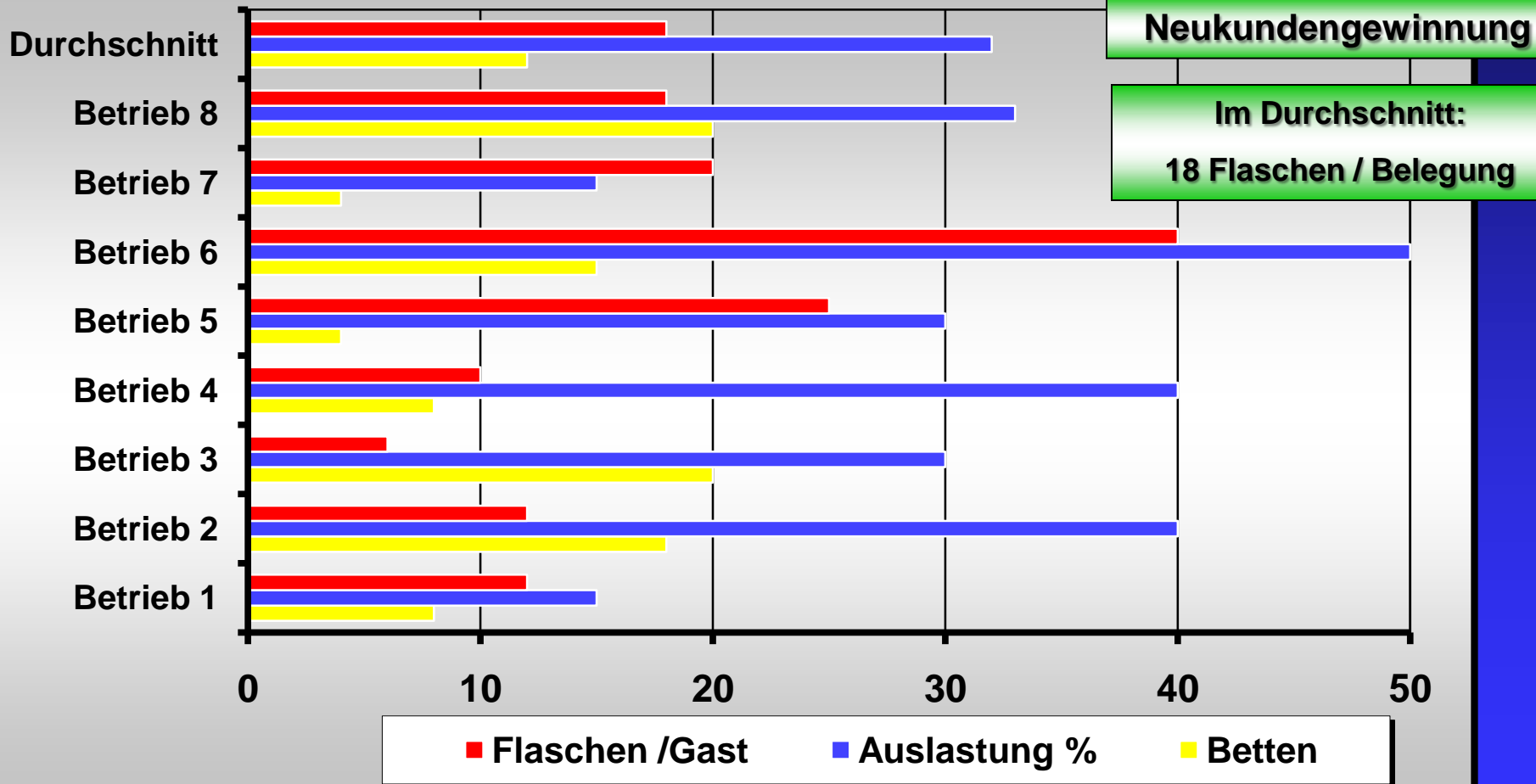


# Weintourismus ist Kurzurlaub !

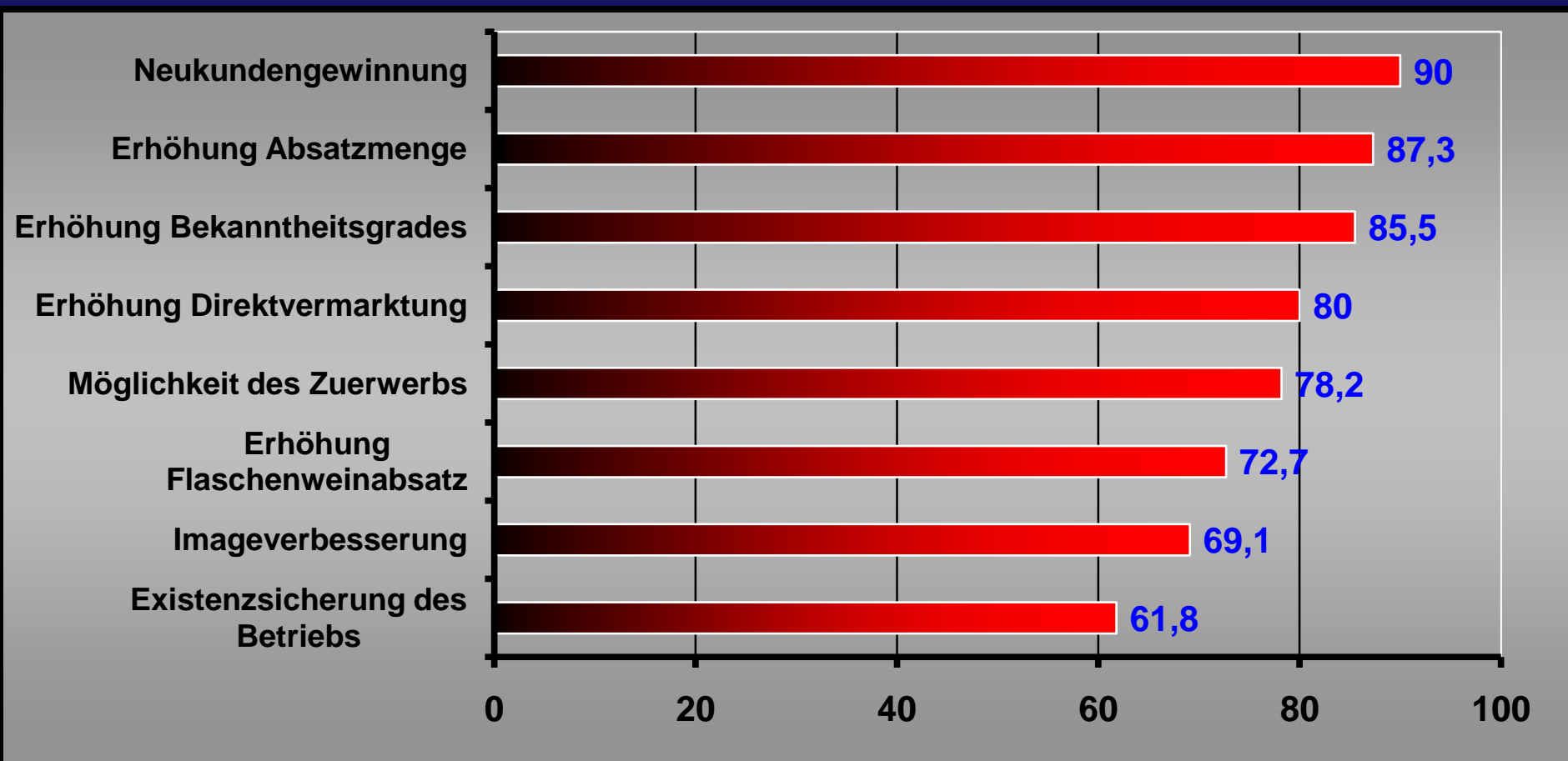
Anzahl der Übernachtungen auf dem Winzerhof / Fränkisches Weinland



# Direktvermarktung durch Dienstleistung Gästebeherbergung

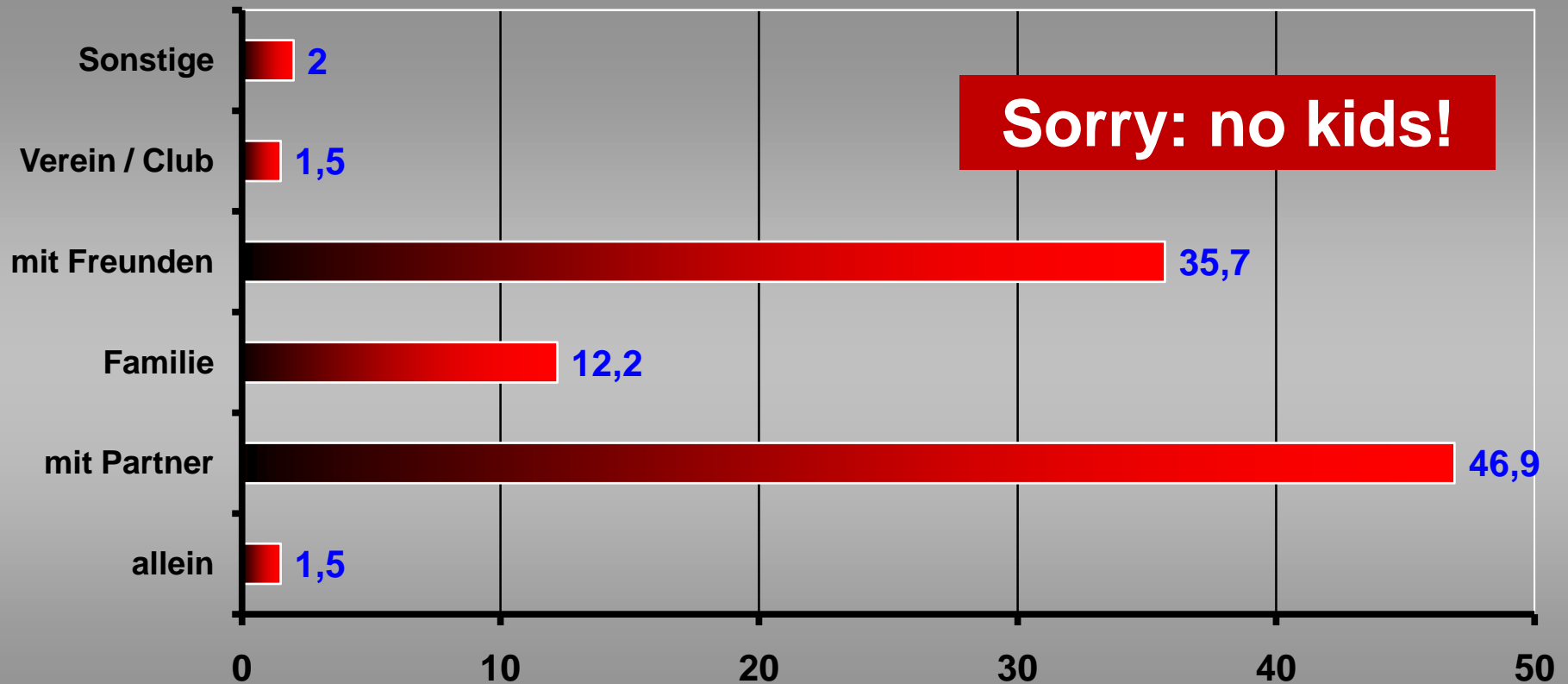


# Positive Wirkungen der Gästebeherbergung auf den Weinbaubetrieb



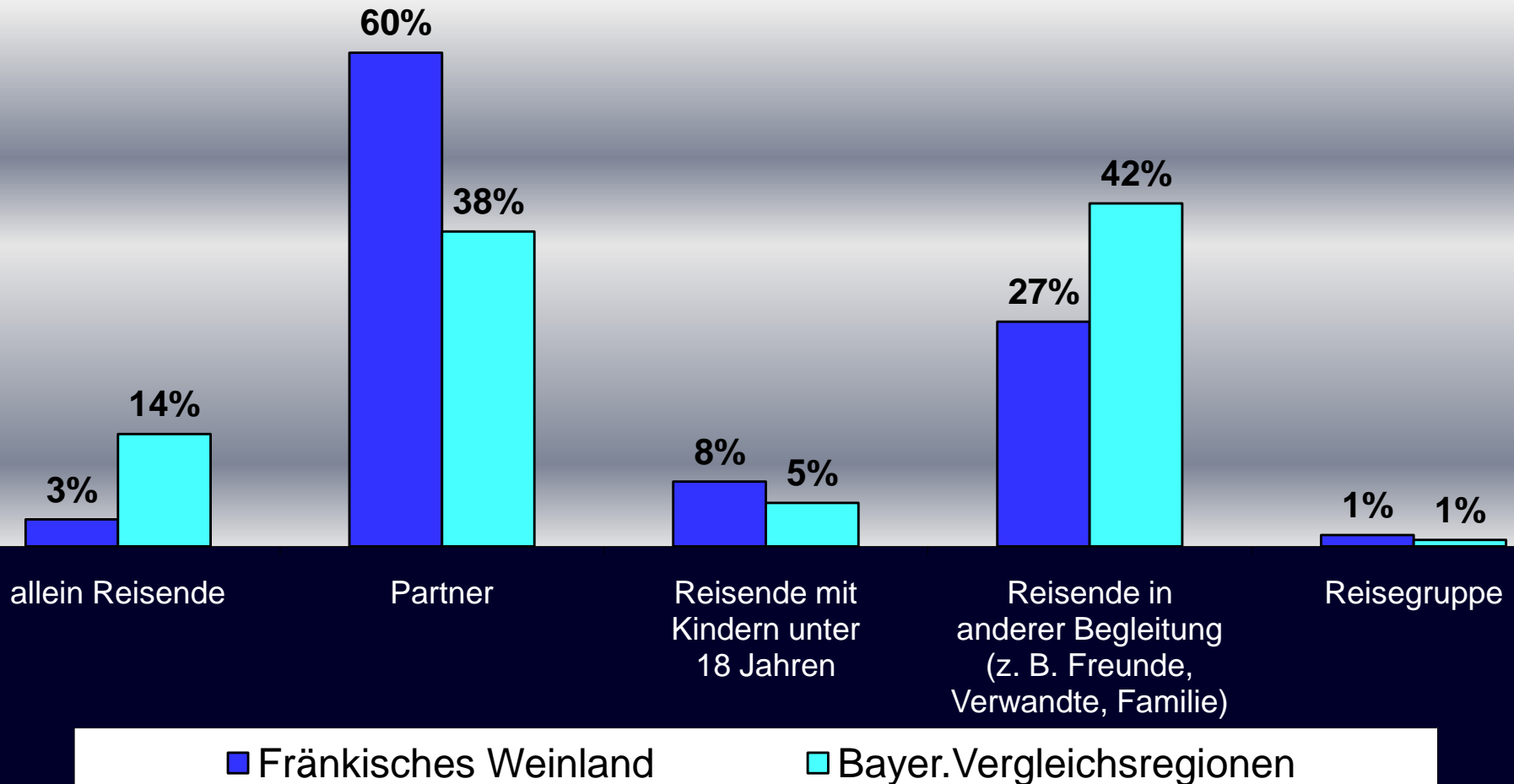
# Weintouristen – Zusammensetzung der Gäste

Fallstudie Iphofen, Franken, 40.000 Übernachtungen, 300 ha Rebfläche, 22 Direktvermarkter, 196 Befragungen



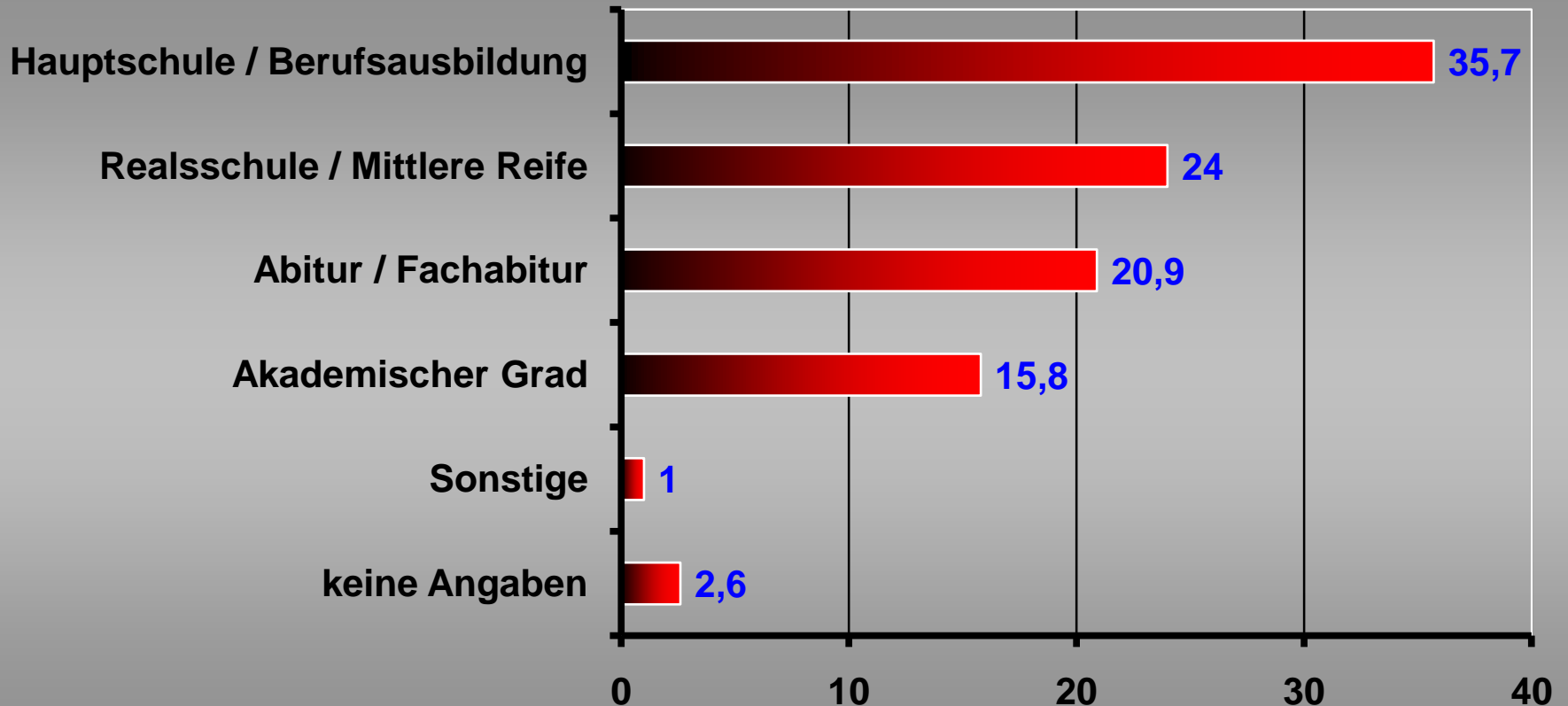
# Reisebegleitung

Im Fränkischen Weinland sind **87%** der Übernachtungsgäste **in Begleitung anderer Personen** (z. B. Freunden, Verwandten, Familie), aber ohne Kinder unterwegs – lediglich **3% reisen alleine**.



# Weintouristen – Bildungsstruktur der Gäste

Fallstudie Iphofen, Franken, 40.000 Übernachtungen, 300 ha Rebfläche, 22 Direktvermarkter, 196 Befragungen



**57 % der Weintouristen besitzen eine allgemeine Hochschul- bzw. Fachhochschulreife ( Bundesdurchschnitt 2004 = 22 % )**

