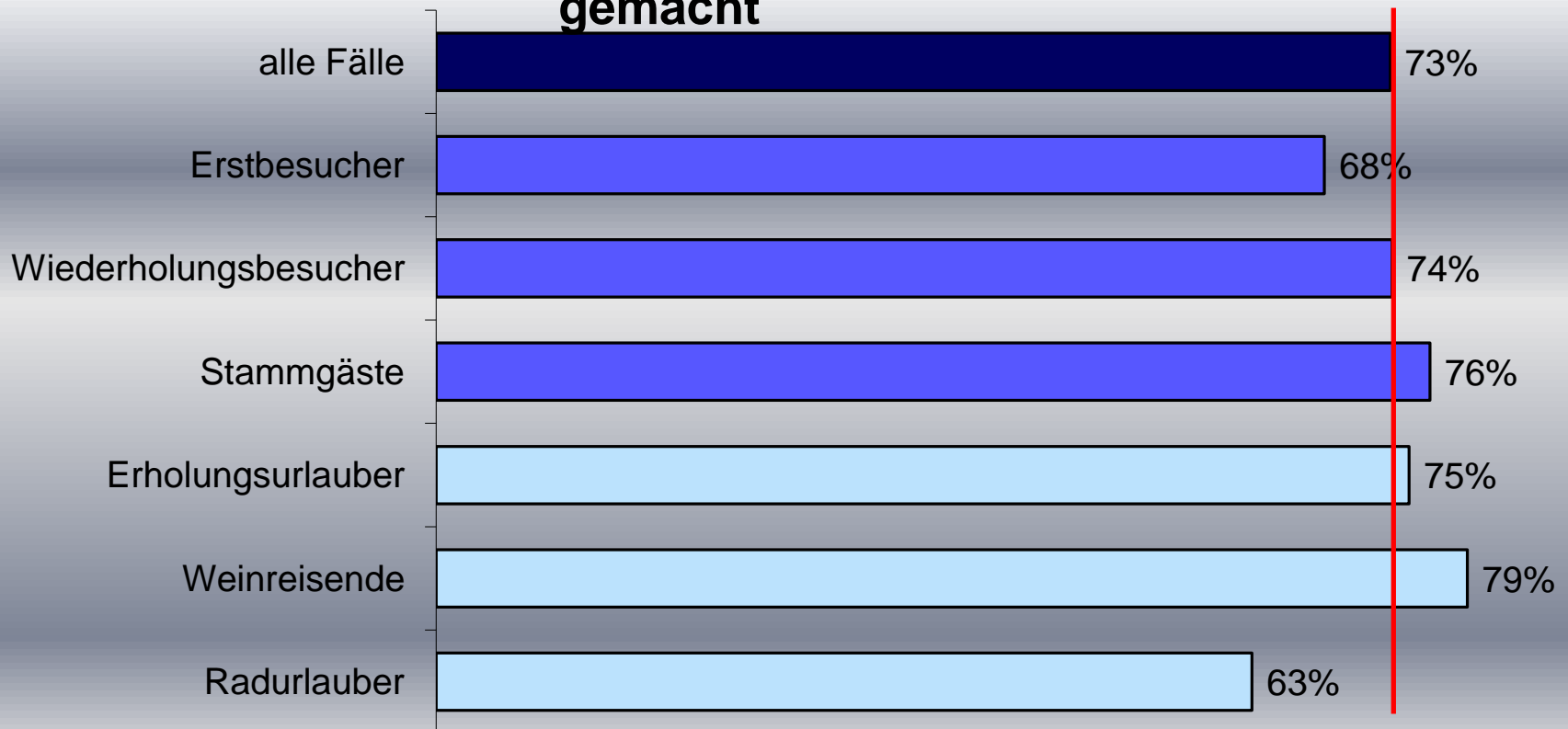


Was passiert eigentlich bei der Direktvermarktung von Wein ?

oder besser gesagt:
Was passiert beim Weintourismus ?

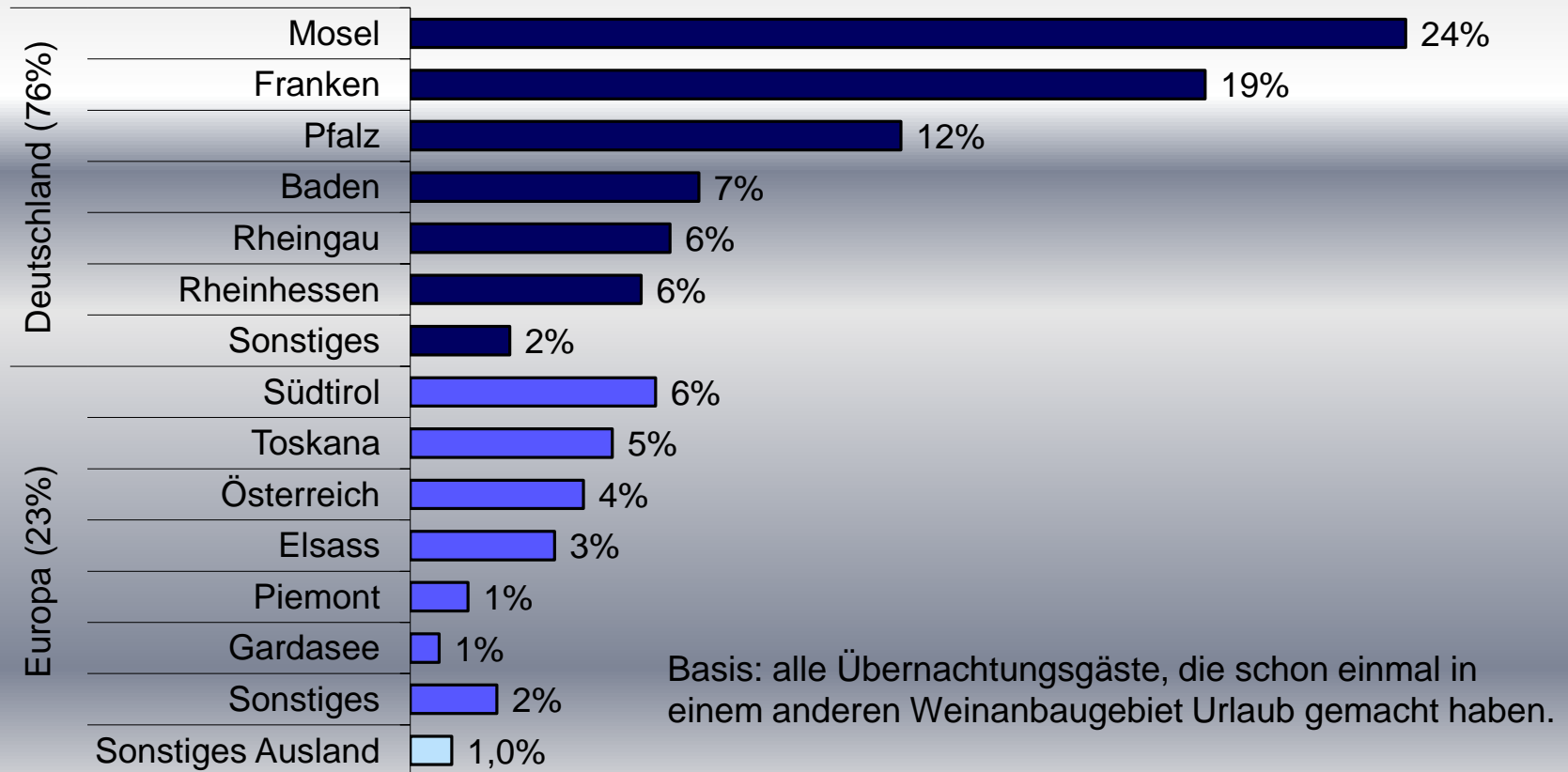
Reiseentscheidung

Bereits Urlaub in einer anderen Weinanbauregion gemacht



Weintourismus Reiseentscheidung

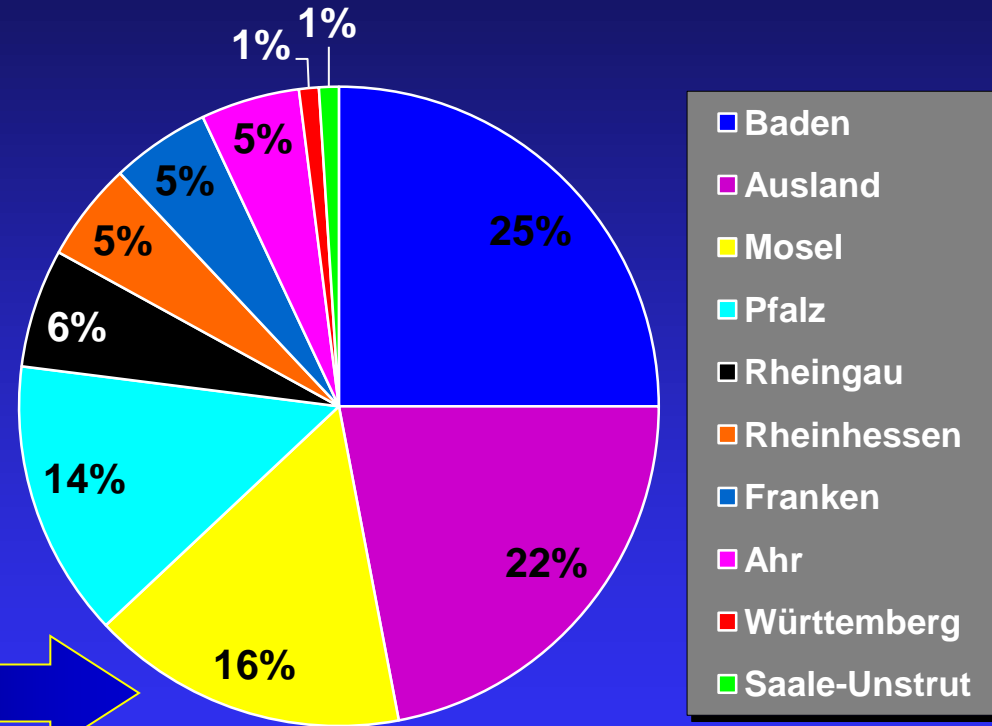
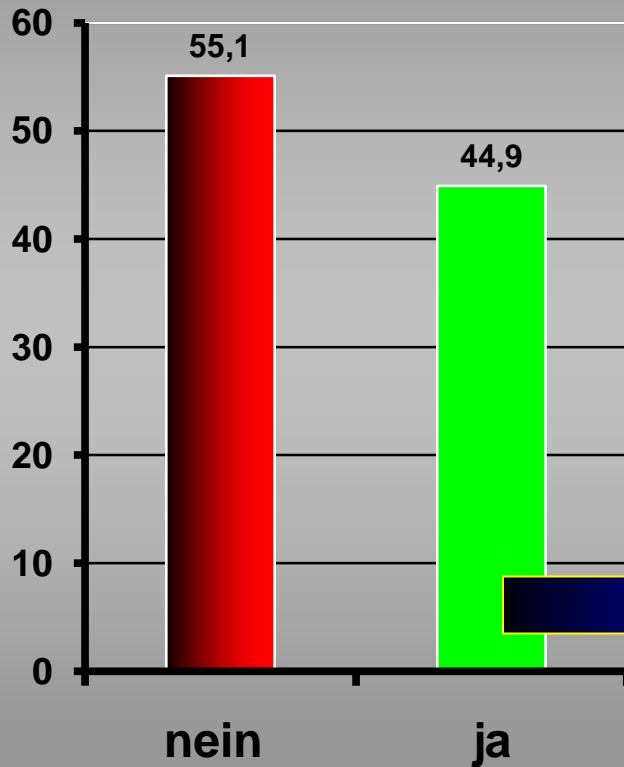
Lieblings-Weinanbauregionen 2007



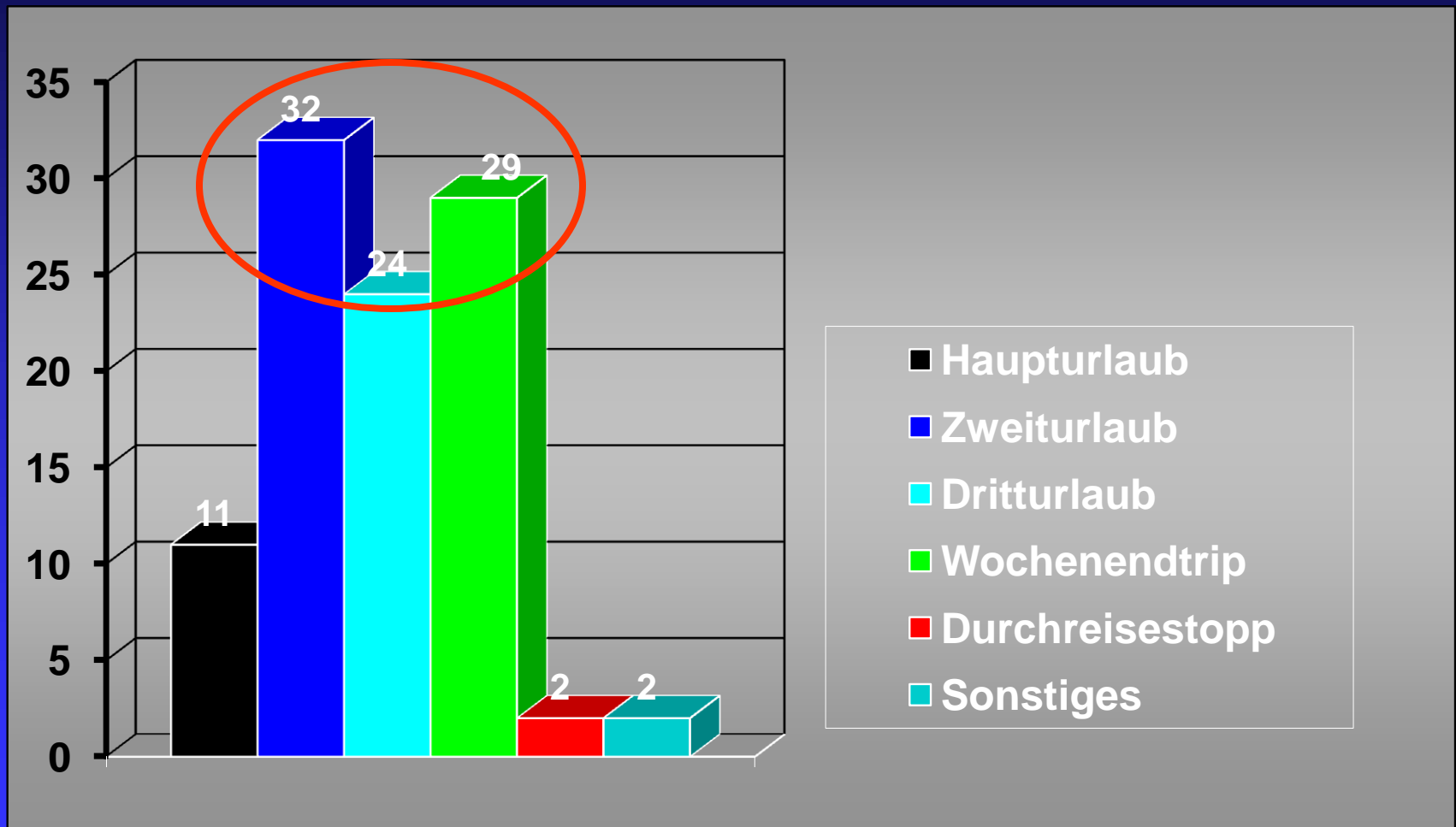
Weintouristen sind global orientiert !

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 ?

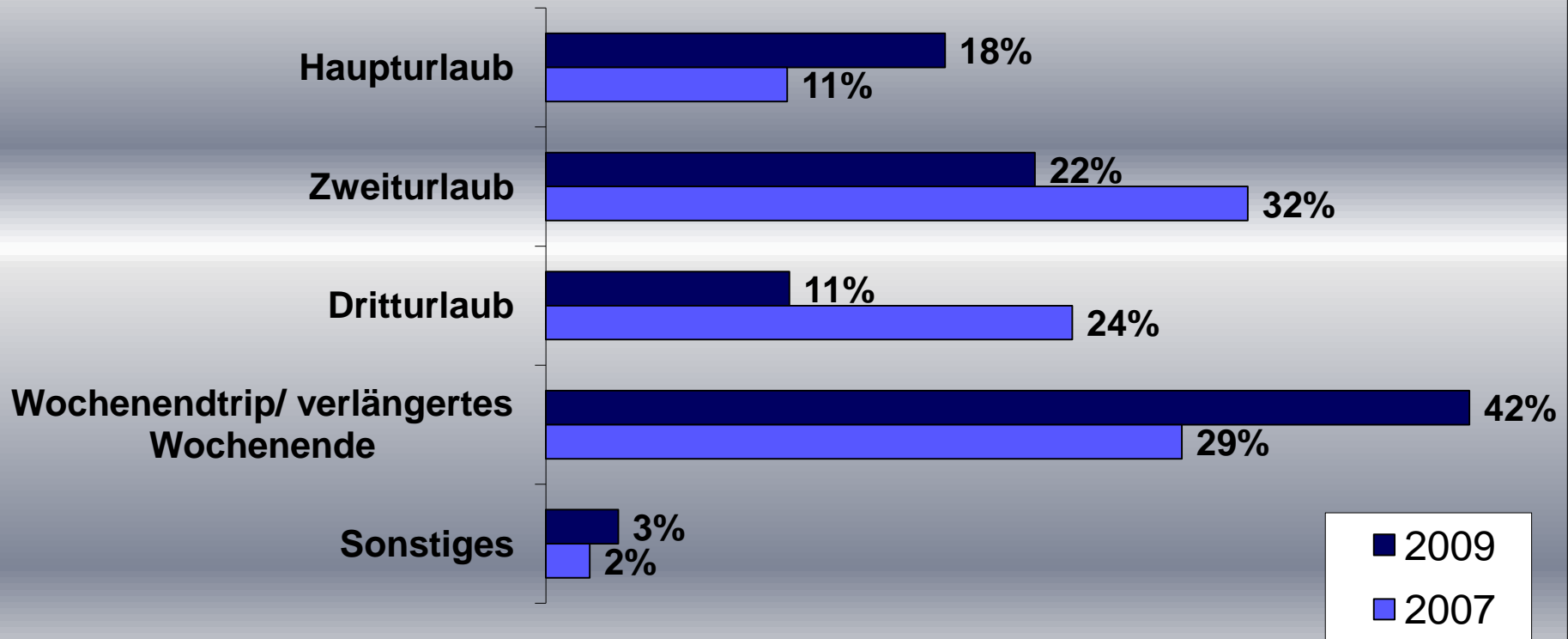


Stellenwert des Aufenthalts – Fränkisches Weinland



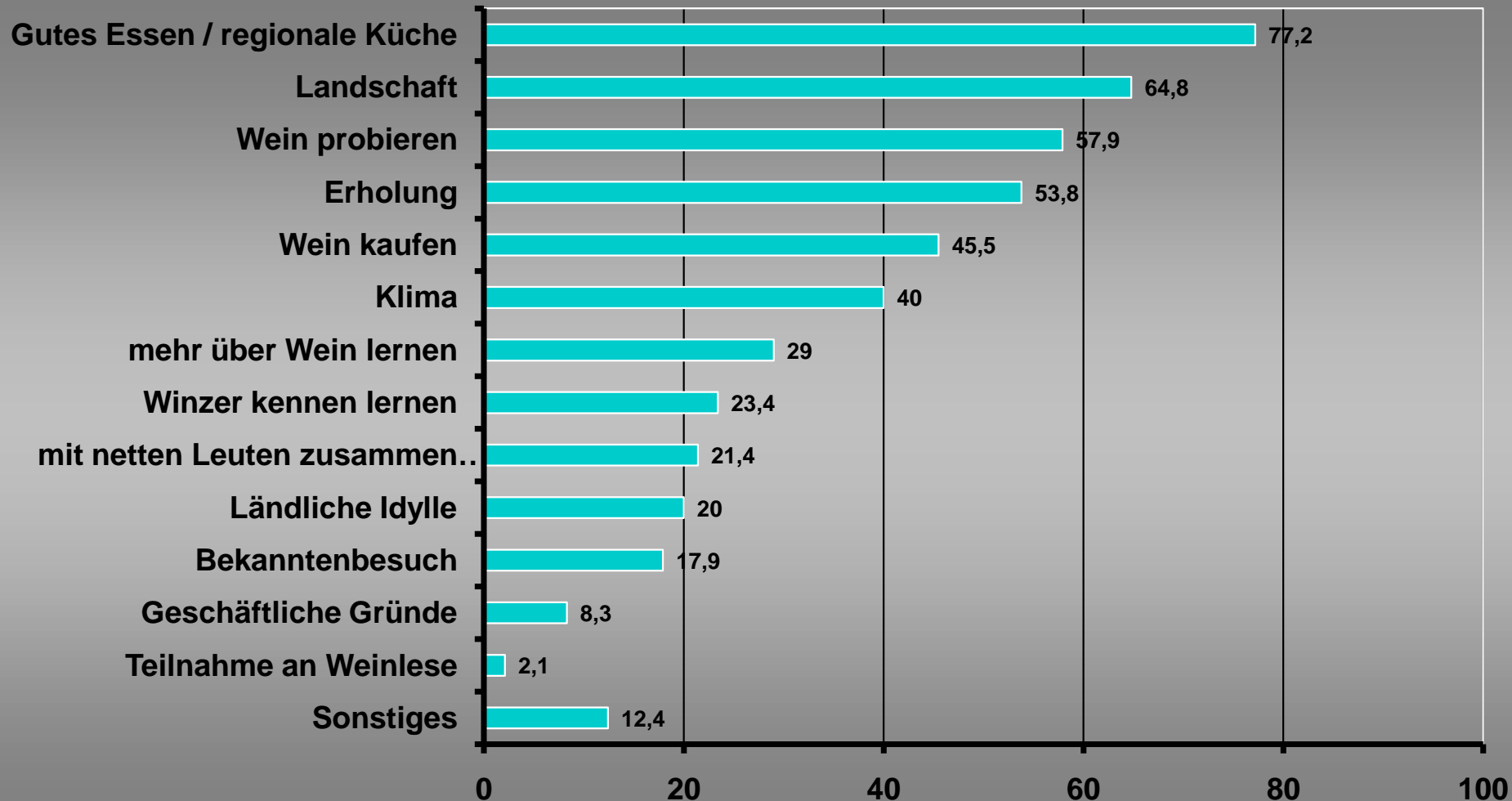
Fränkisches Weinland: Haupturlaub und Wochenendtrip steigen!

Stellenwert des Aufenthalts



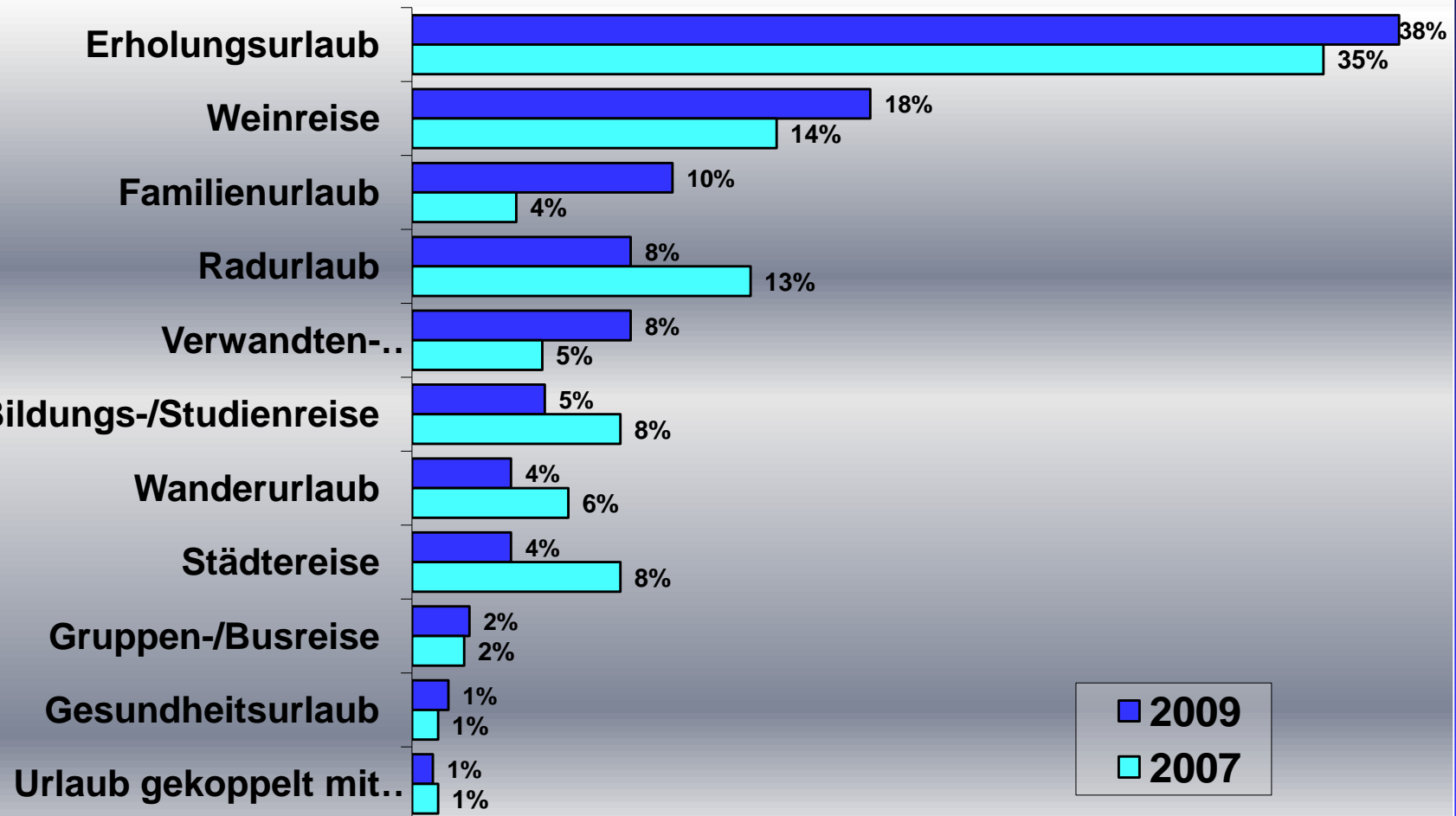
Motive für eine Weinreise

Wein- Fachhandelskunden München, n = 145, Mehrfachnennungen möglich

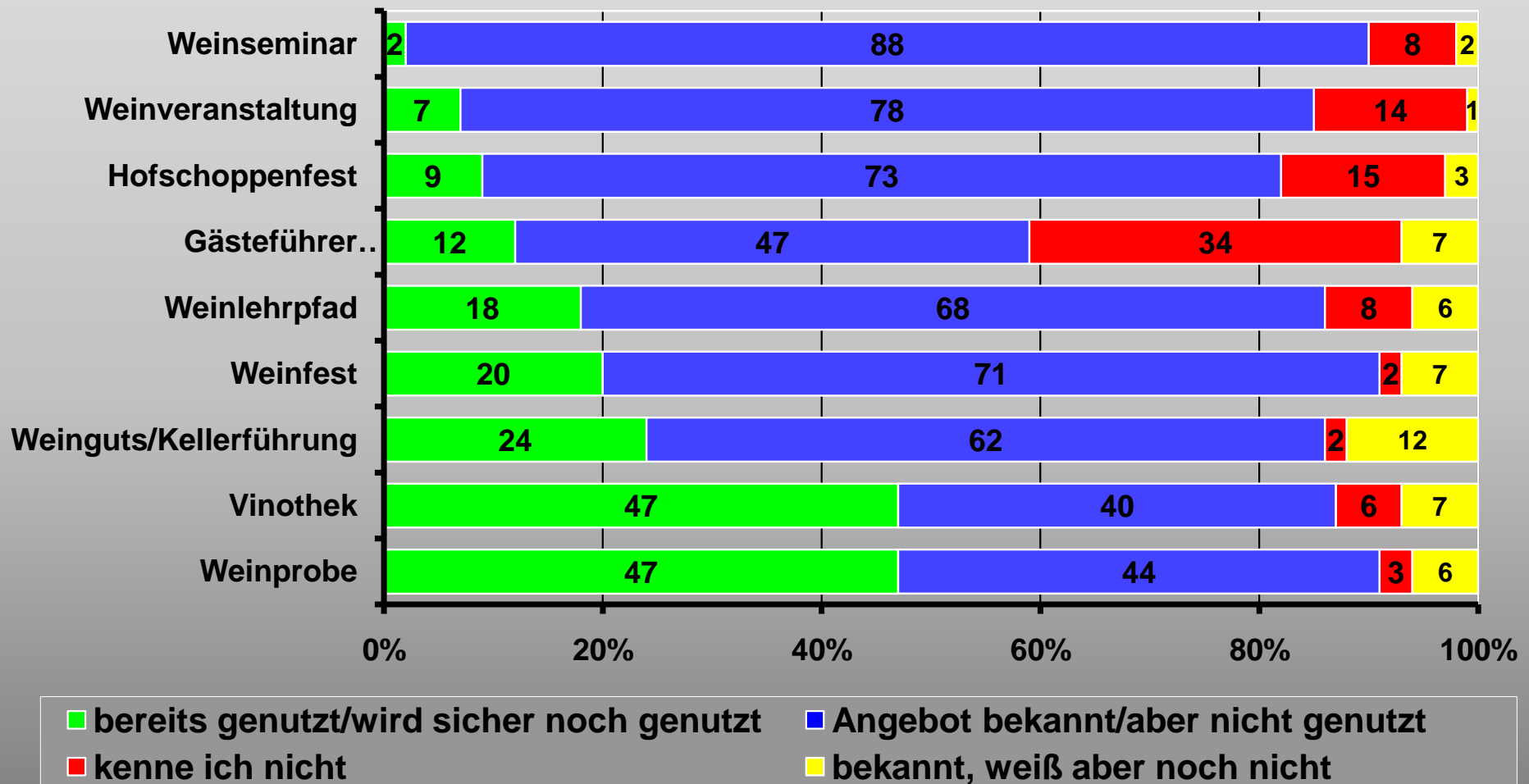


Reisemotive: Erholung, Wein, Radfahren und Freunde/Bekannte treffen

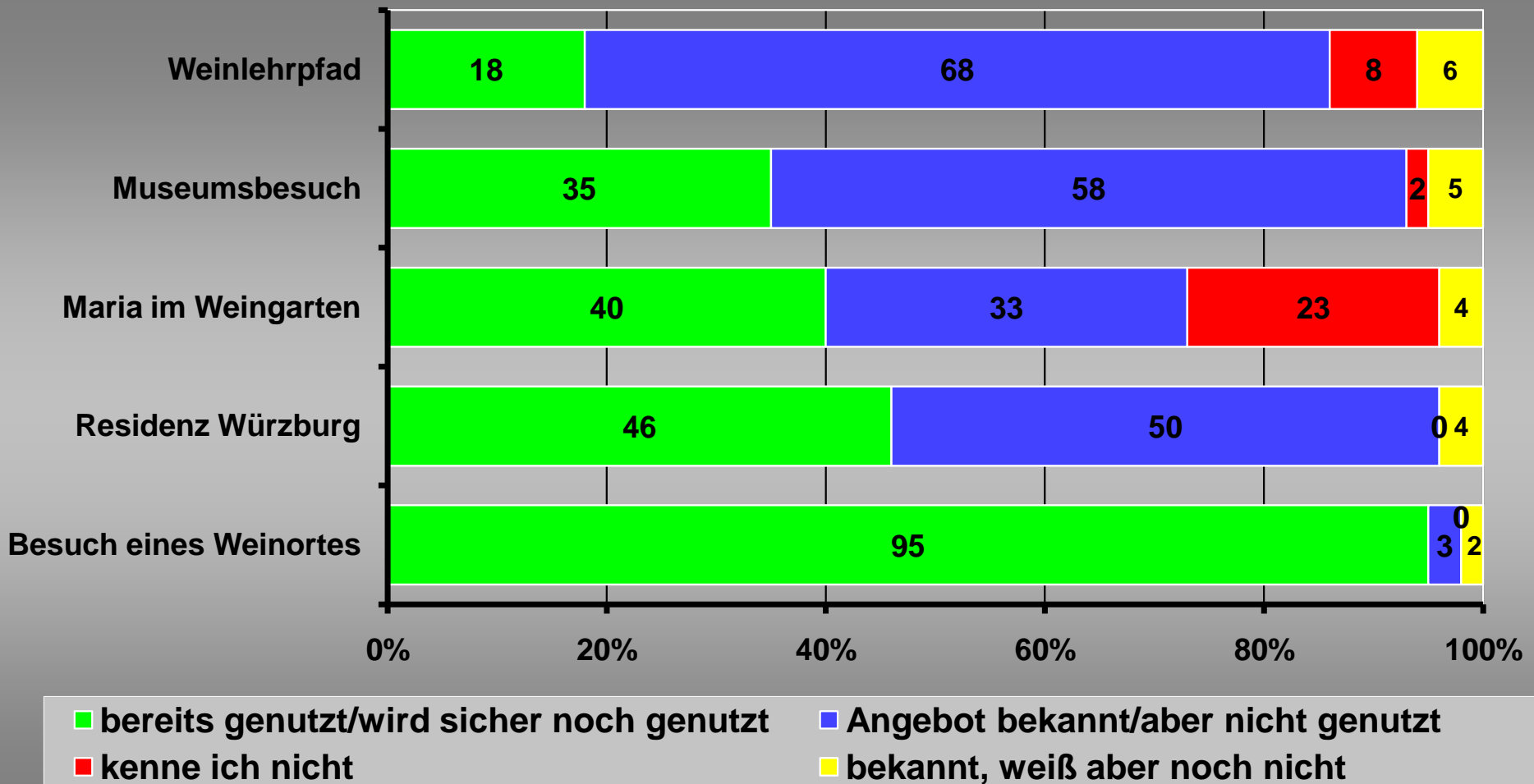
Urlaubsreisearten: Selbsteinschätzung der Gäste (n= 801)



Fränkisches Weinland: Nutzungsbereitschaft Wein

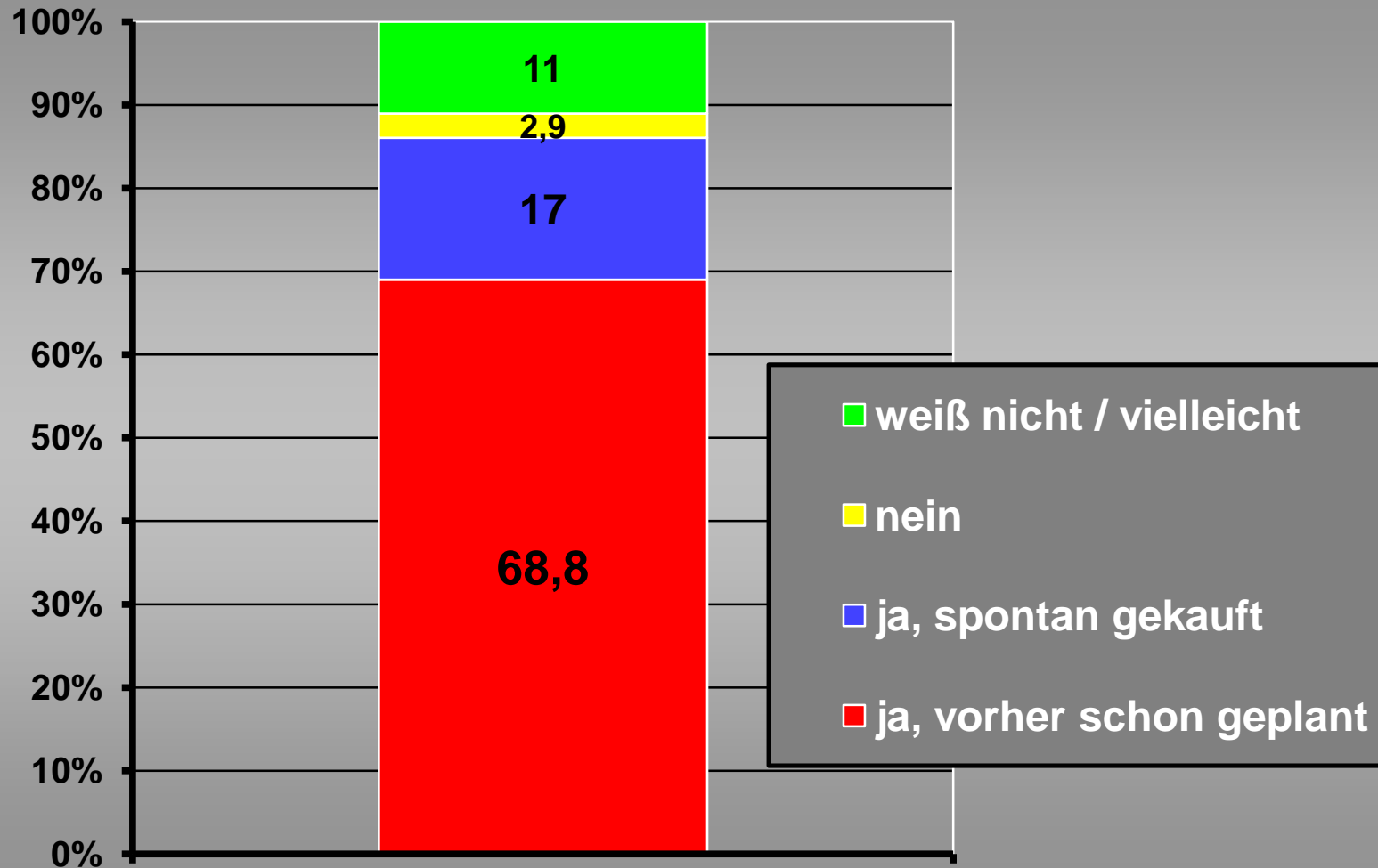


Fränkisches Weinland: Nutzungsbereitschaft Kultur

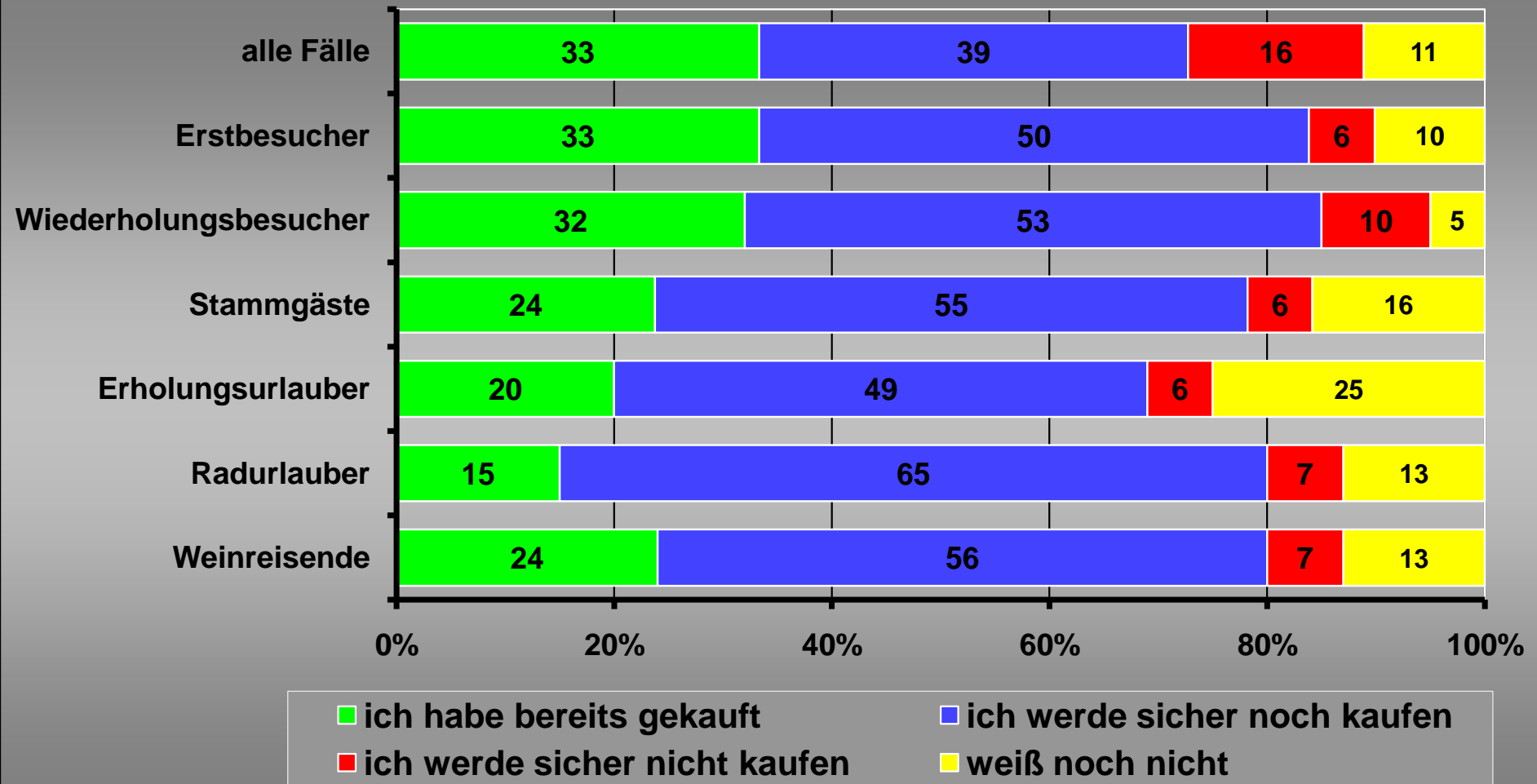


Weineinkauf ist Reiseziel!

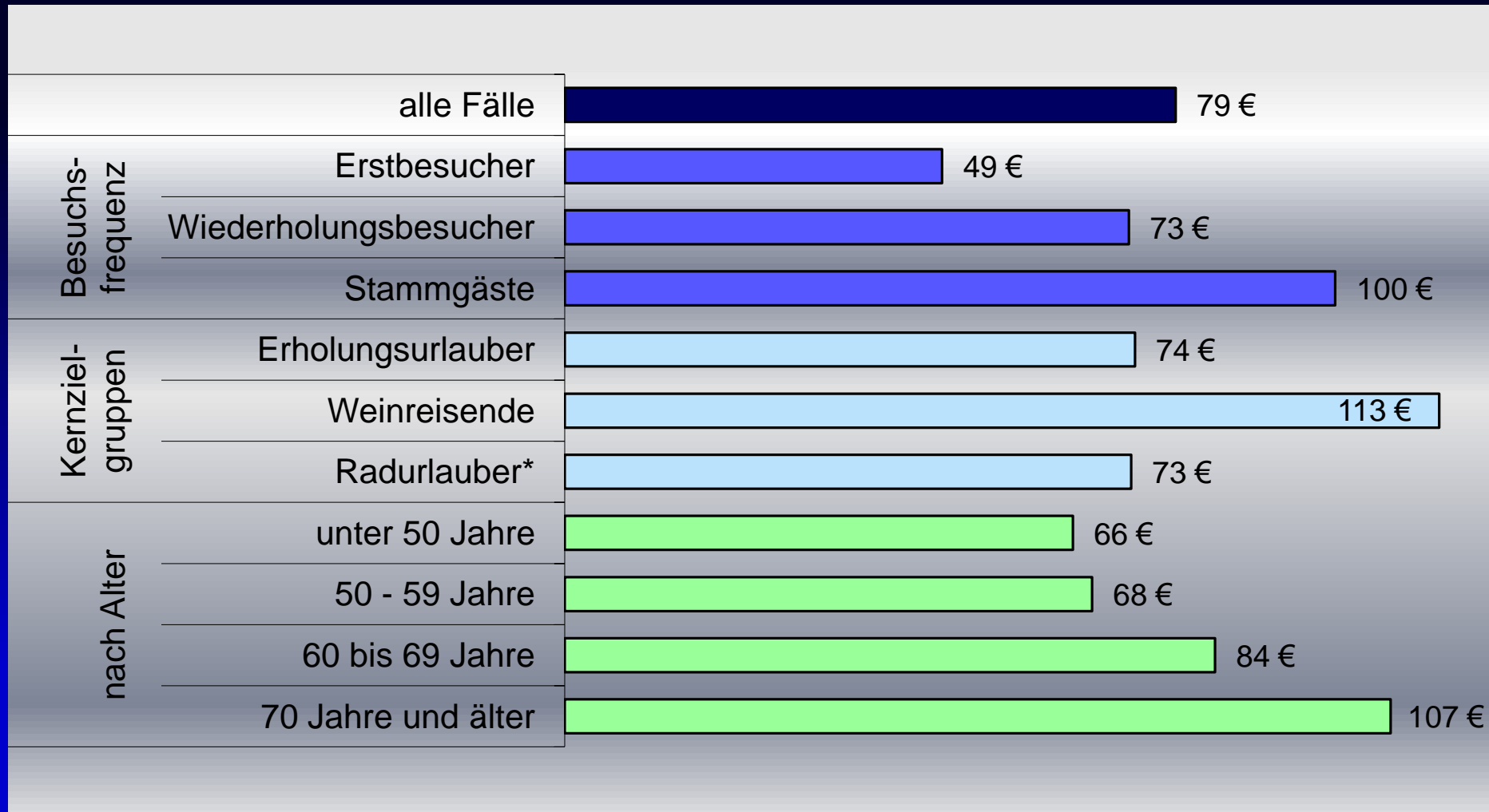
Kaufabsichten von Wein während des Aufenthaltes / Fränkisches Weinland



Fränkisches Weinland: Weineinkauf in der Region

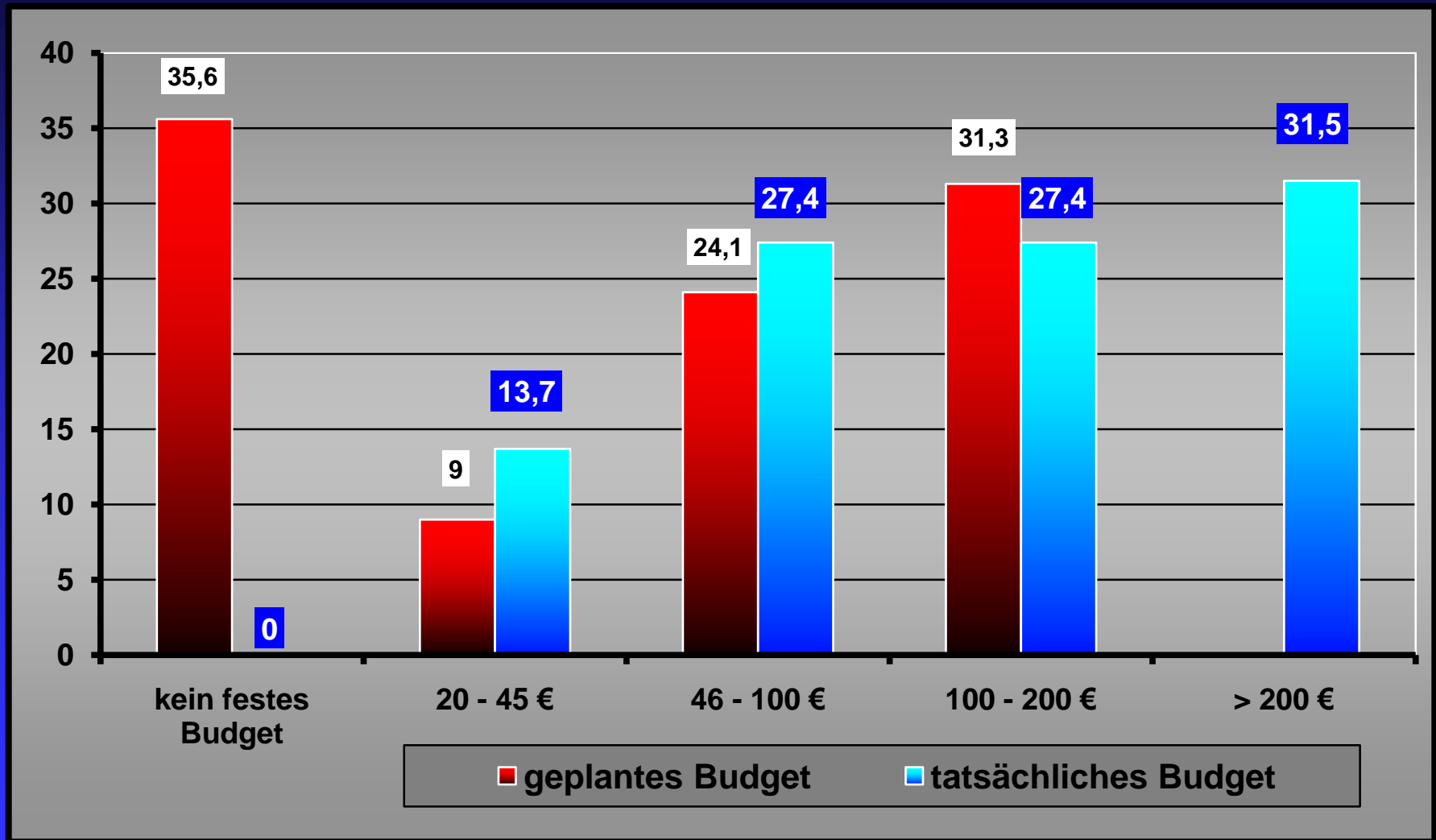


Ausgaben für Wein pro Person



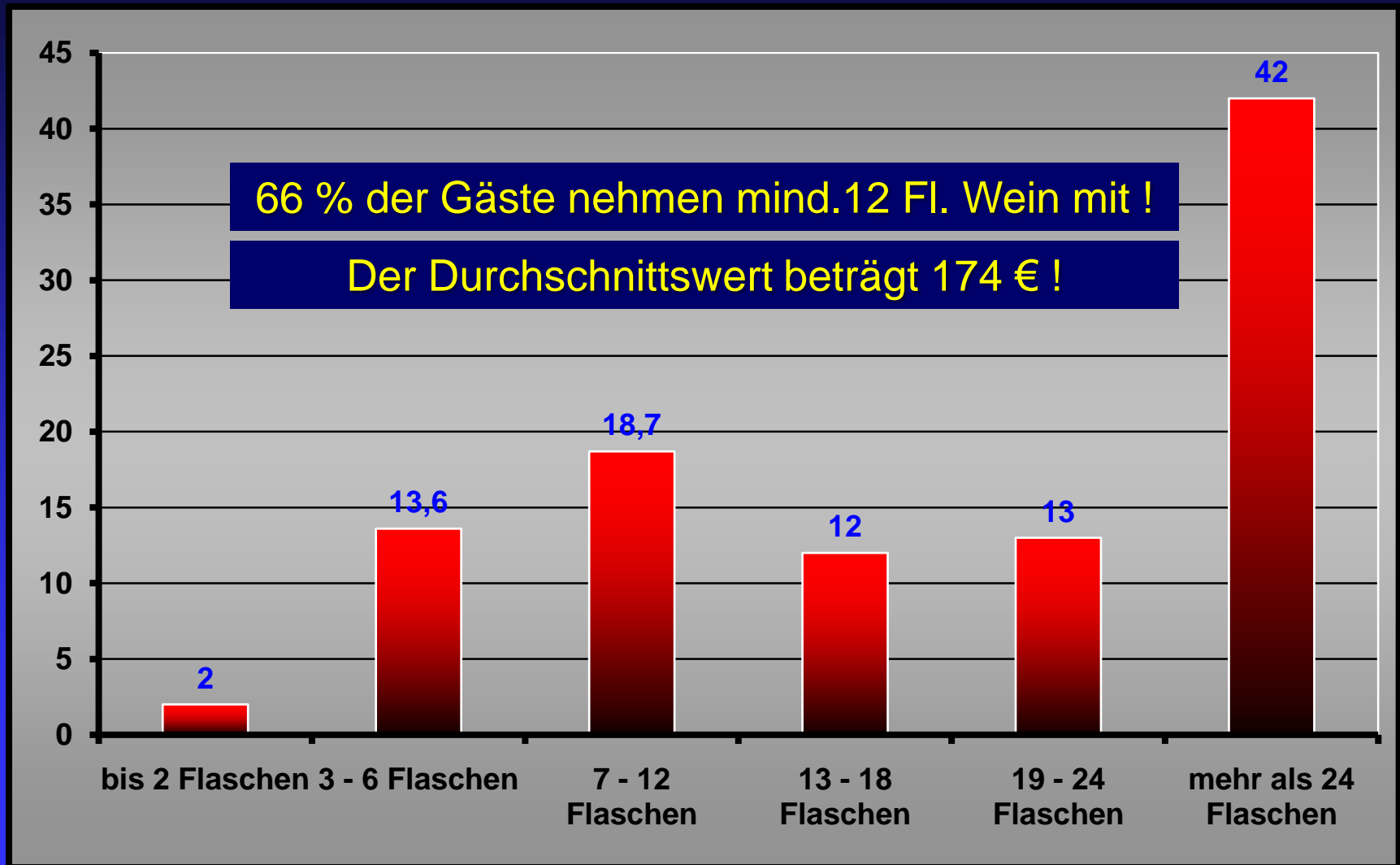
Ausgabebereitschaft für den Weineinkauf !

Eingeplantes und tatsächliches Budget für den Einkauf von Frankenwein



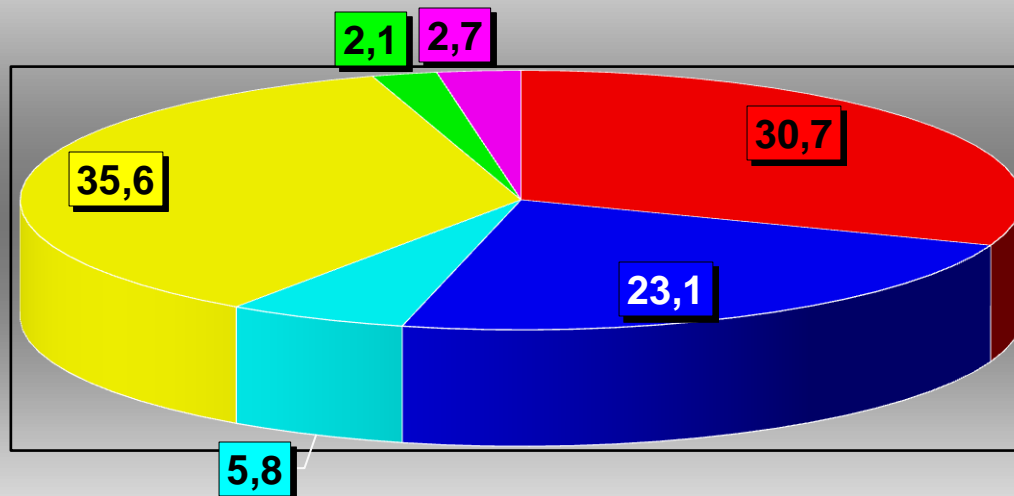
Reiseziel Weineinkauf !

Weineinkaufsmenge beim Winzer / Weingut im Fränkischen Weinland



Vermarktungsstruktur der direktvermarktenden Betriebe einer fränkischen Weinbaugemeinde

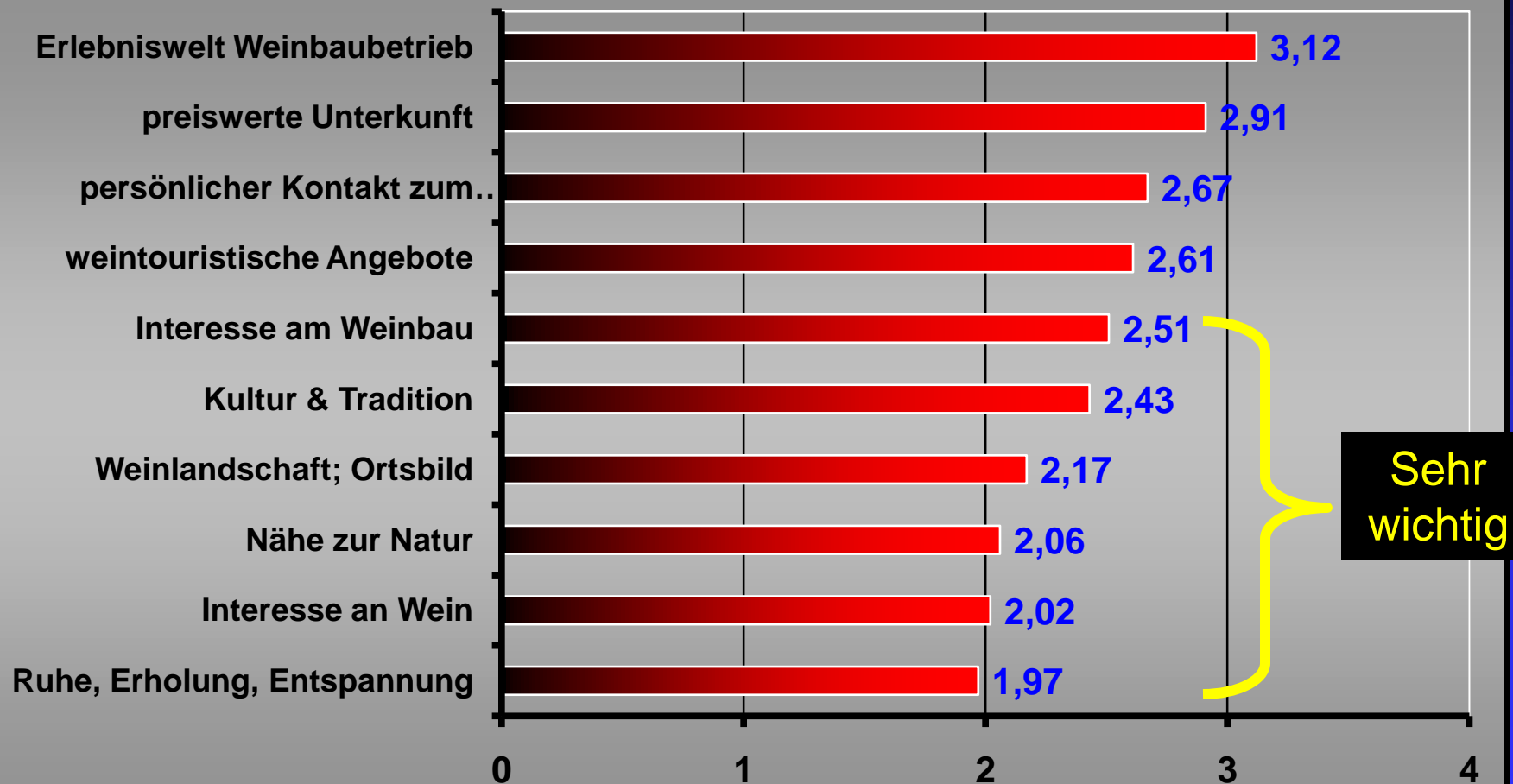
Angaben in %



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

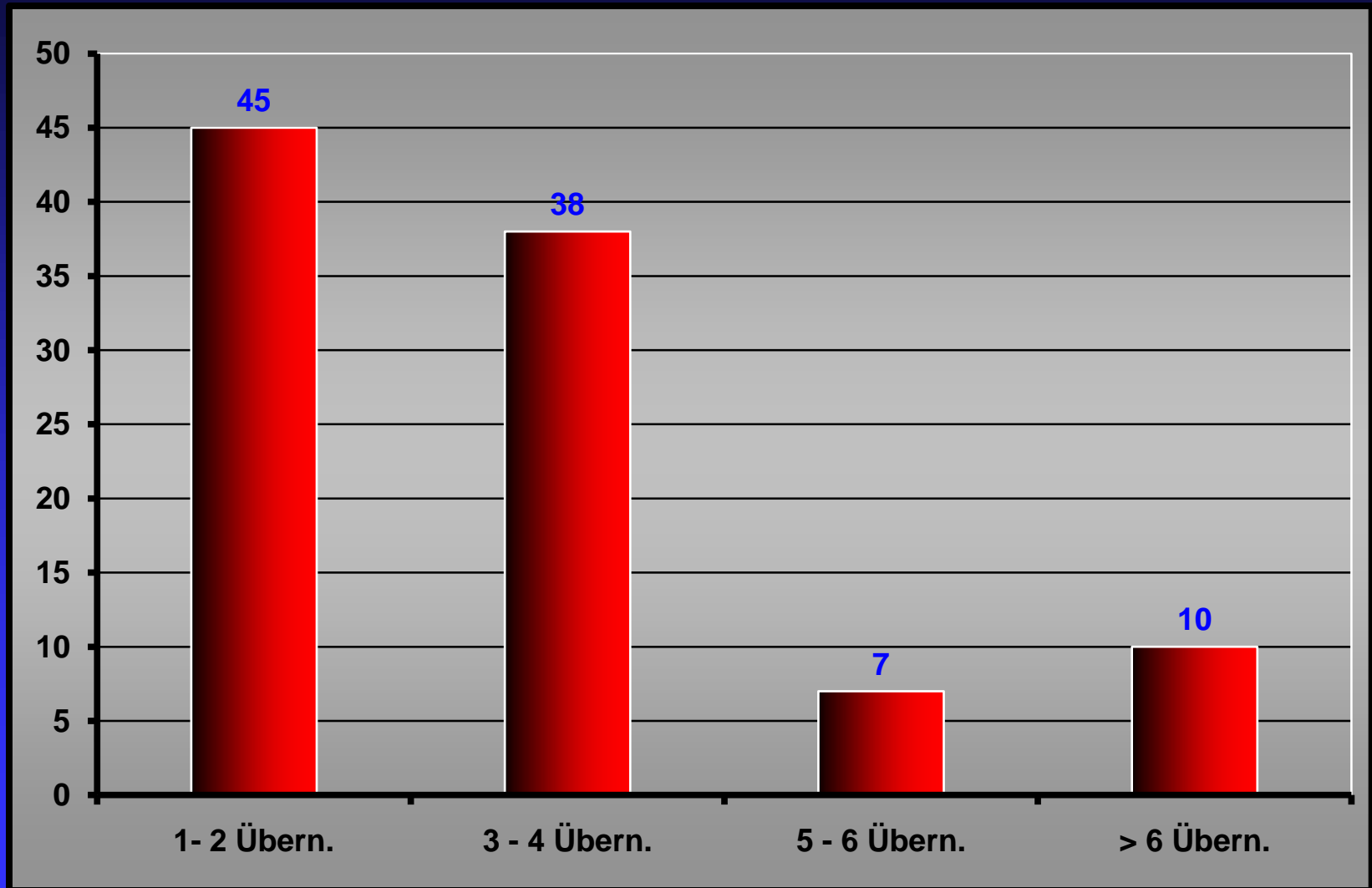
Motive für einen Kurzurlaub auf dem Winzerhof - Franken

durchschnittliche Intensitätswerte der Beurteilung auf einer Skala von 1 - 6

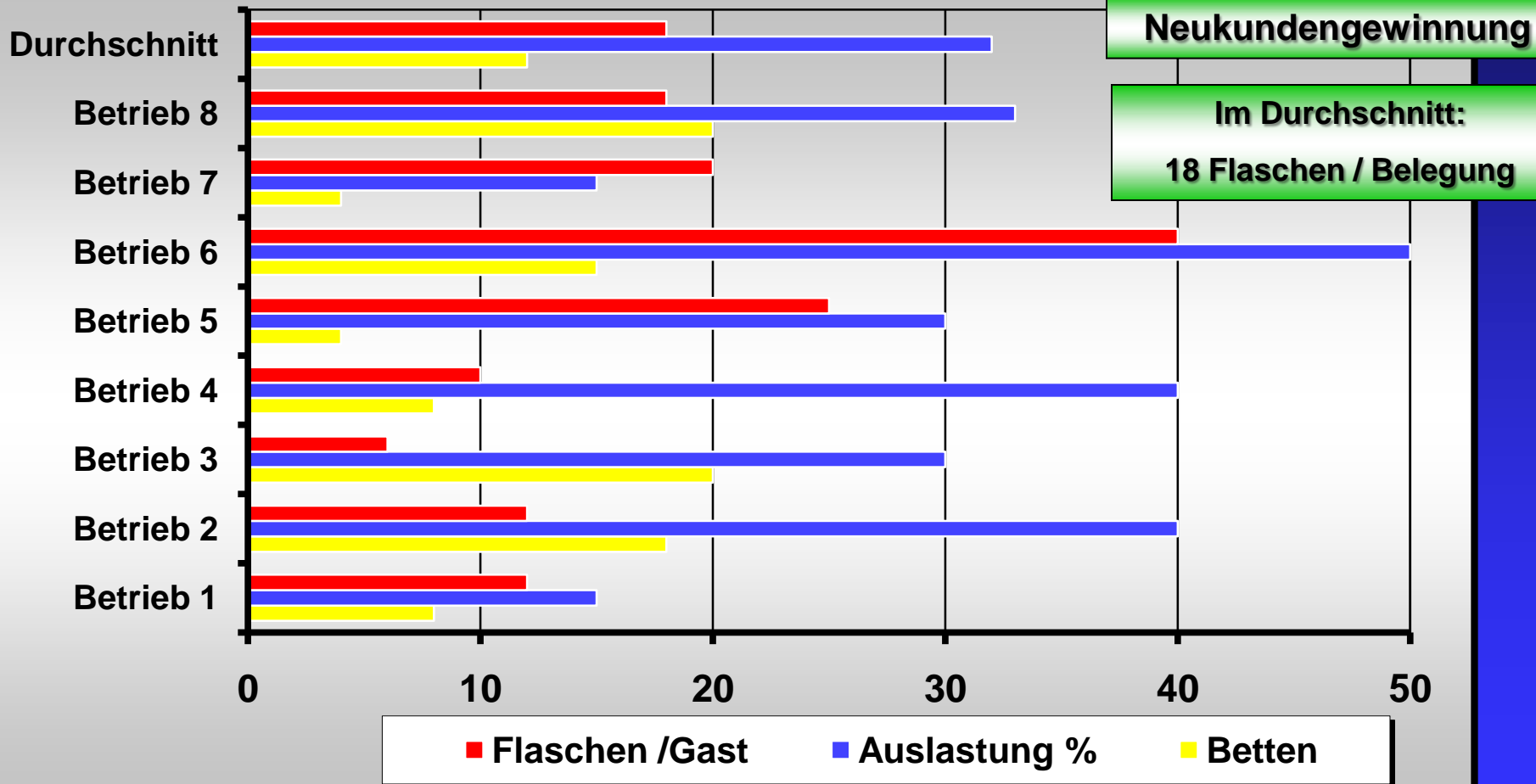


Weintourismus ist Kurzurlaub !

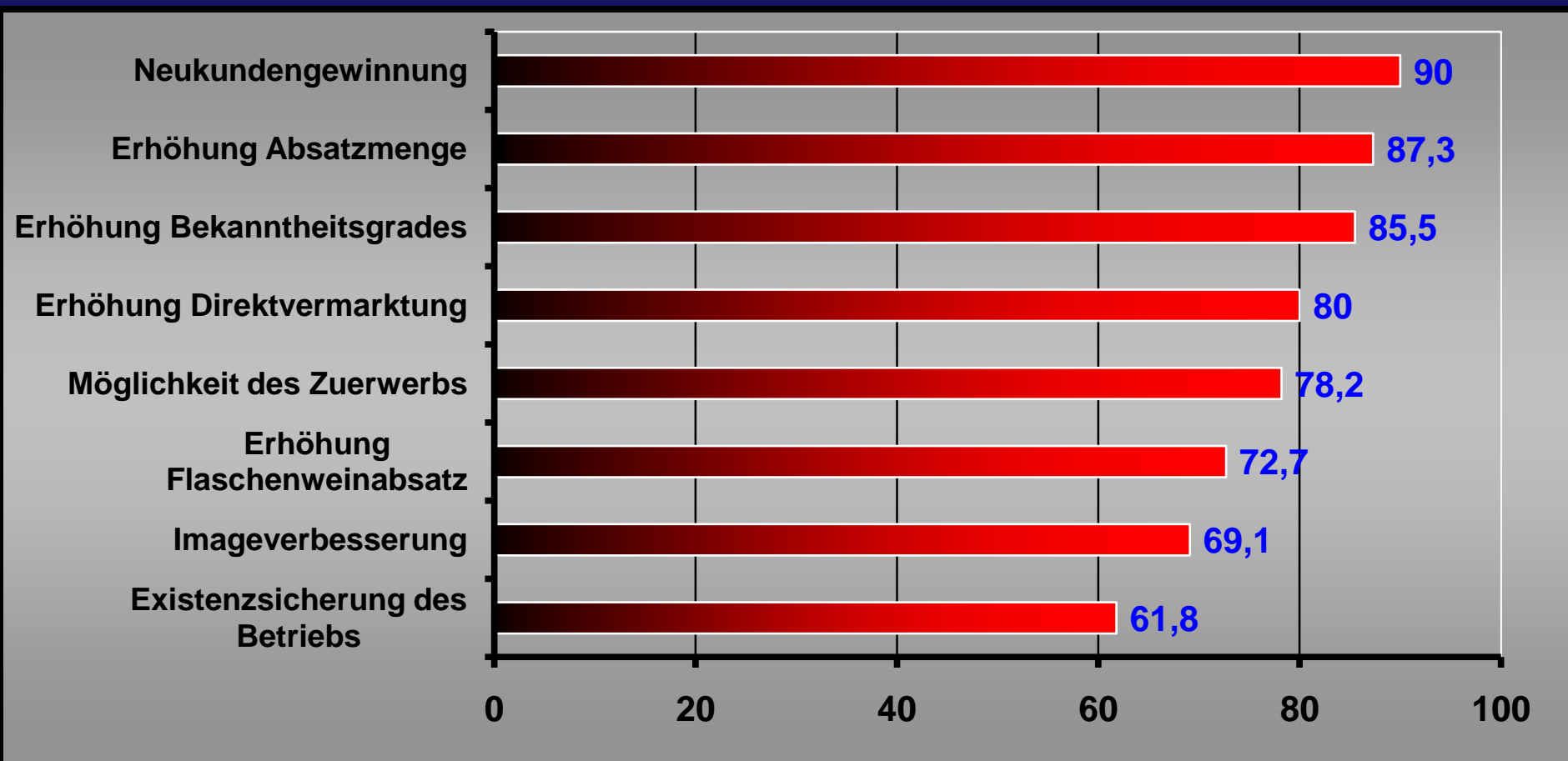
Anzahl der Übernachtungen auf dem Winzerhof / Fränkisches Weinland



Direktvermarktung durch Dienstleistung Gästebeherbergung

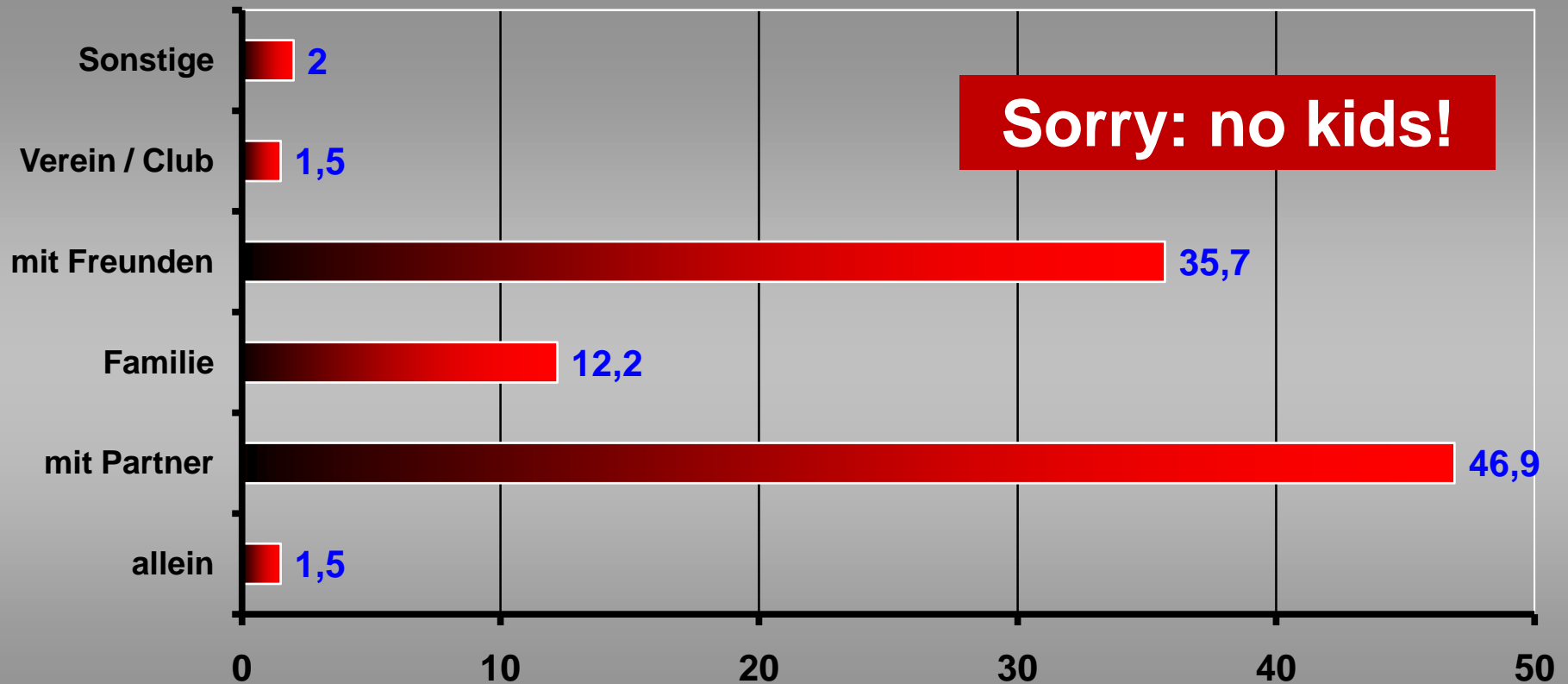


Positive Wirkungen der Gästebeherbergung auf den Weinbaubetrieb



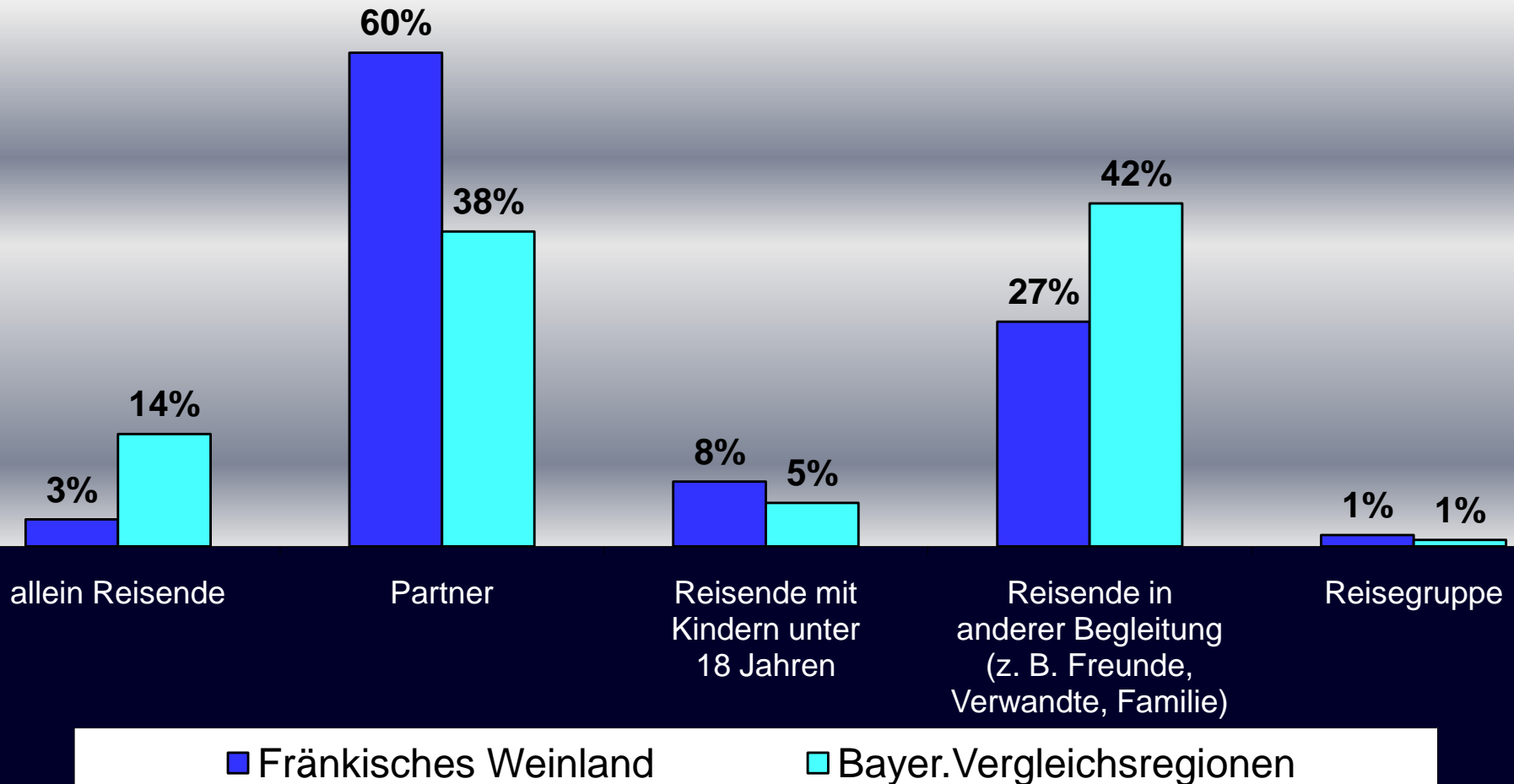
Weintouristen – Zusammensetzung der Gäste

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



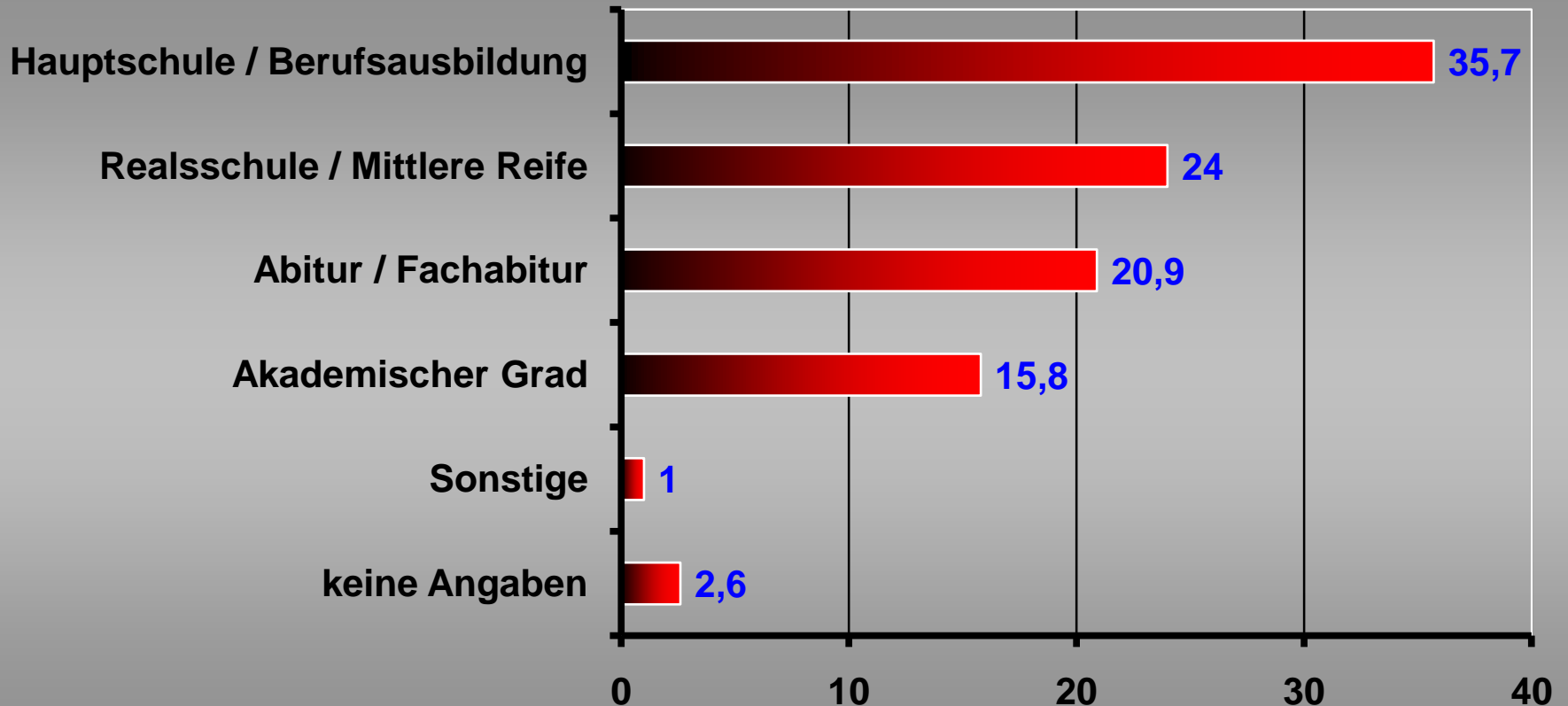
Reisebegleitung

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 %)

