

7. Dezember 2023

**WEINSÜDEN**

**B2B WEBINAR**

**TMBW + Badische Weinstraße + Weinwege Württemberg**

# WEINTOURISMUS BADEN-WÜRTTEMBERG

## BASICS, ZAHLEN & FAKTEN

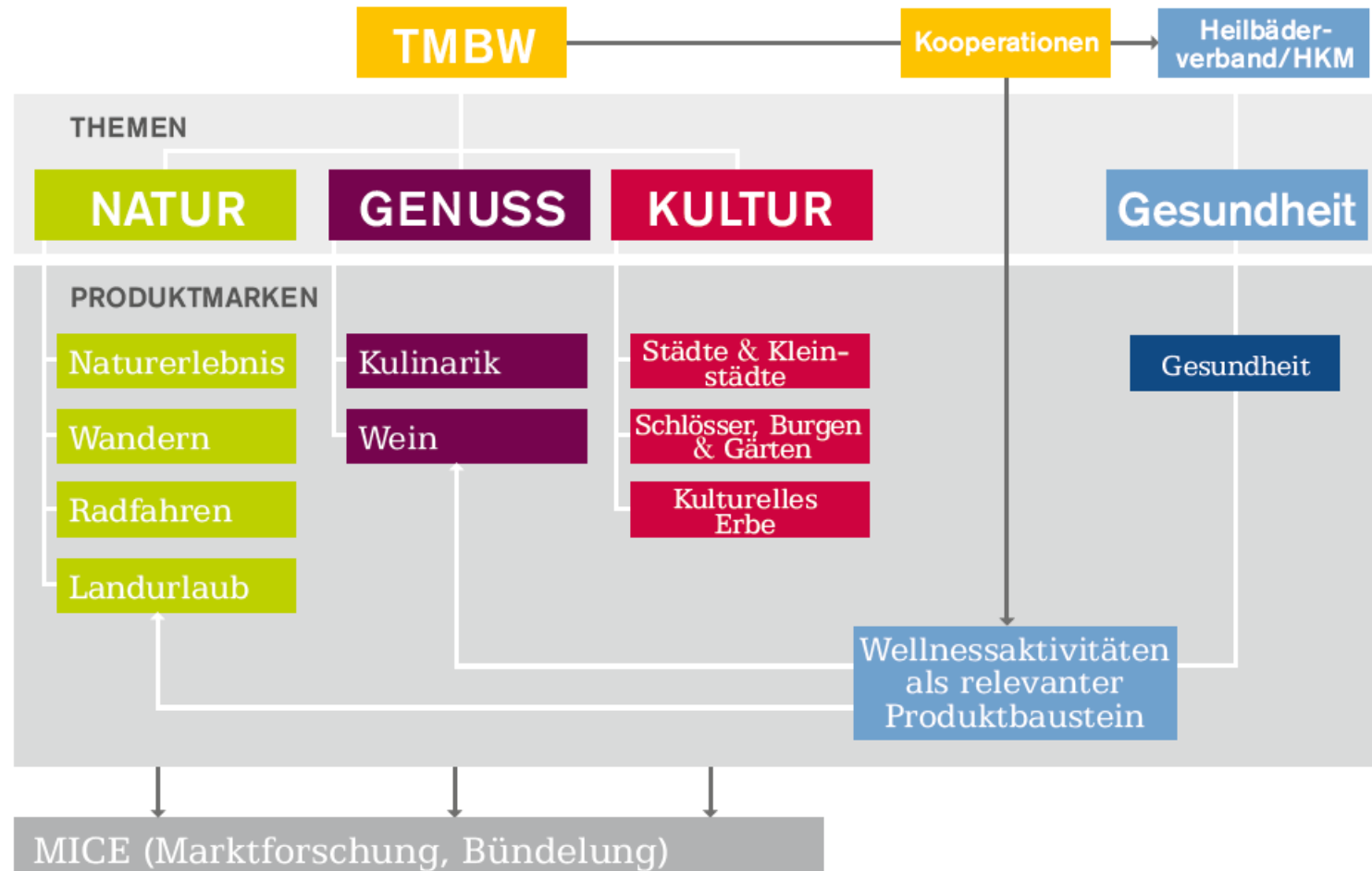


# Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

## Aufgaben:

- Übergreifende Vermarktung des Urlaubslandes Baden-Württemberg im In- und Ausland
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Marktforschung und Wissenstransfer
- Digitalisierung
- Koordination und Unterstützung bei (Weiter-) Bildungsangeboten
- Sicherstellung von Grundprinzipien mit Querschnittscharakter wie Qualität, Nachhaltigkeit, Inklusion und Innovation
- Stärkung des Tourismusbewusstseins und der Akzeptanz des Tourismus

# Tourismuskonzeption für BW: Themen und Produktmarken



MARKENRELAUNCH

WIR SIND SÜDEN

GE  
NUSS

 Wir sind  
**SÜDEN**  
Baden-Württemberg

## Alte vs. neue Dachmarke



2010



2024

 Wir sind Süden  
**NATUR**  
Baden-Württemberg

 Wir sind Süden  
**KULTUR**  
Baden-Württemberg

 Wir sind Süden  
**STÄDTE**  
Baden-Württemberg

 Wir sind Süden  
**GENUSS**  
Baden-Württemberg

 Wir sind Süden  
**WEIN**  
Baden-Württemberg

 Wir sind  
**SÜDEN**  
Baden-Württemberg

40%

der Befragten sind an  
Urlaubsaktivitäten zu Wein &  
Winzern (sehr) interessiert

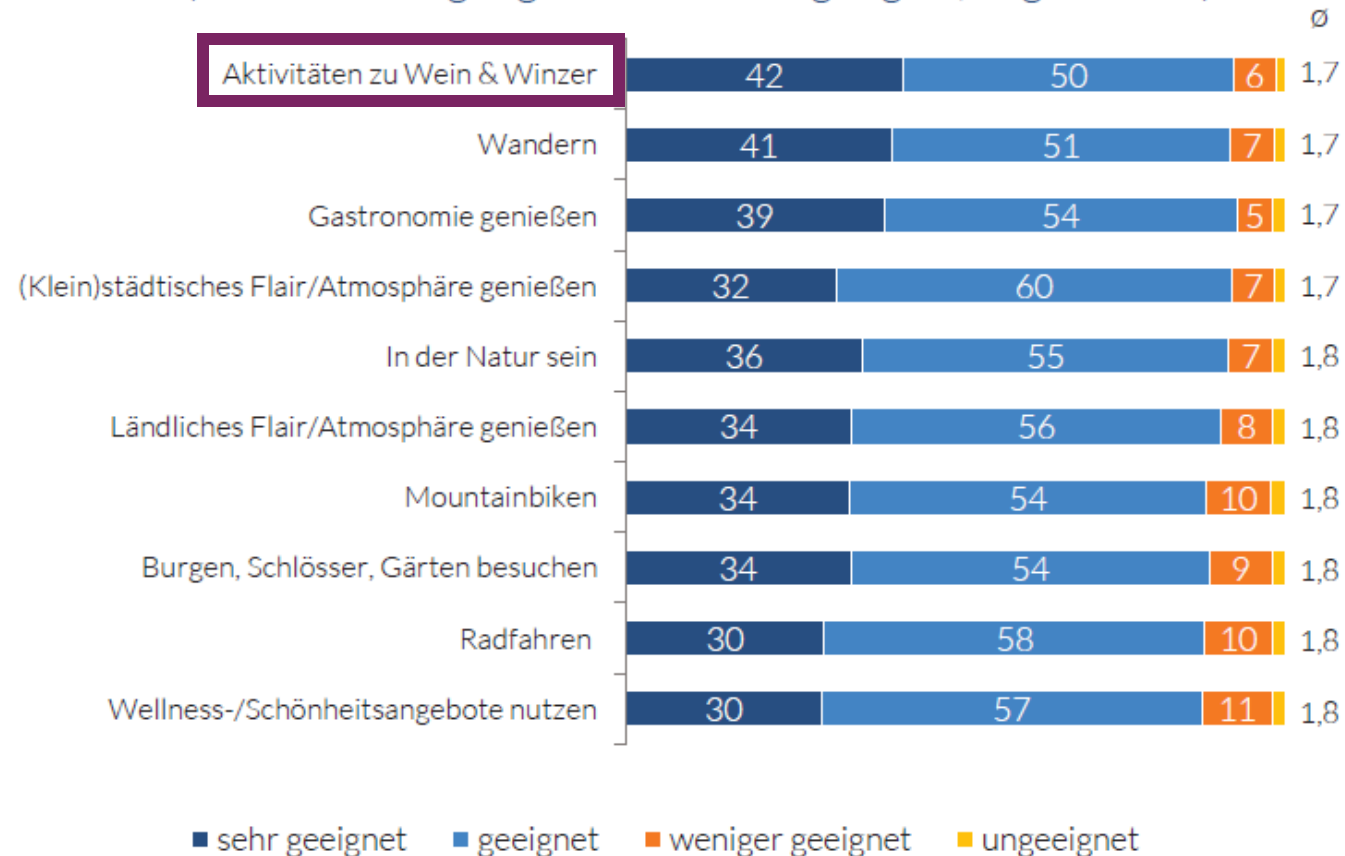
92%

halten Baden-Württemberg für  
Urlaubsaktivitäten zu Wein und  
Winzern für (sehr) geeignet



# Wie geeignet ist BW im Hinblick auf folgende Urlaubsaktivitäten?

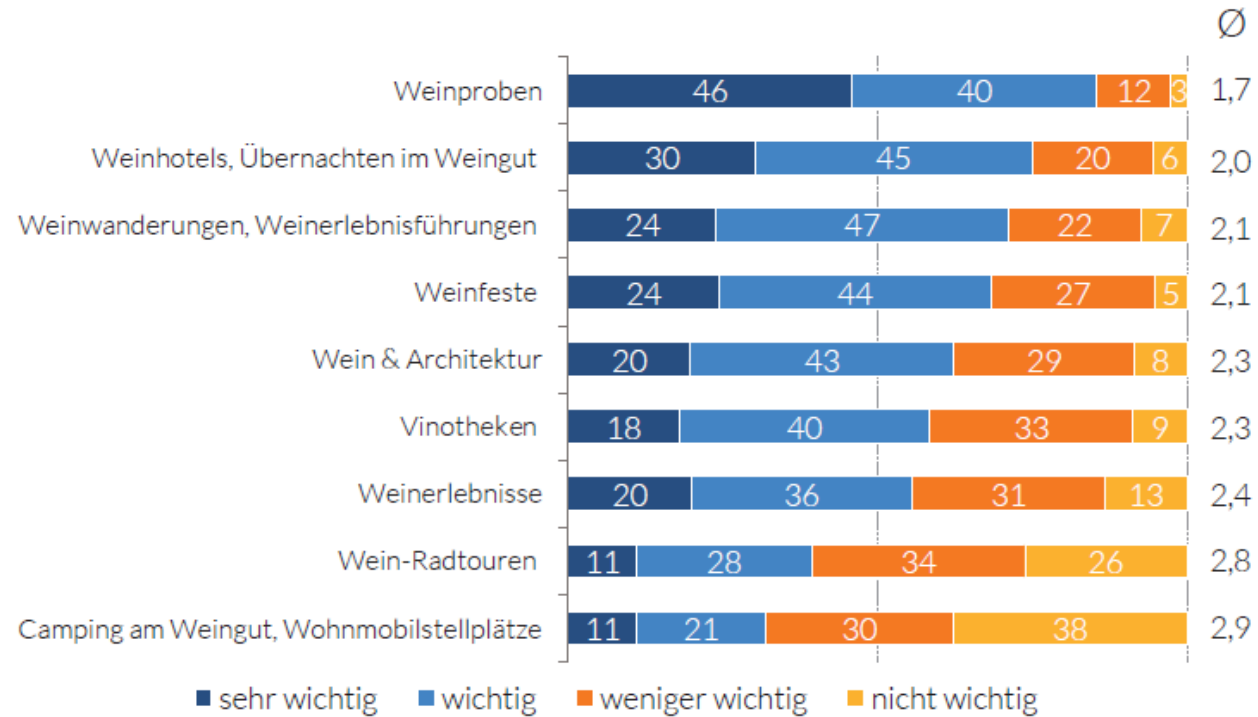
(Skala: 1 = sehr geeignet bis 6 = nicht geeignet; Angaben in %)



Quelle: dwif 2020, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung in Deutschland, n=3.026

# Wichtigkeiten Wein-Urlaub

Wie wichtig wären Ihnen folgende Aspekte bzw. Angebote bei einem Wein-Urlaub?  
(Angaben in %)



Quelle: dwif 2020, Datenbasis: Online-Befragung der Bevölkerung in Deutschland, n=3.026

**LANDESWEITES**

**WEINTOURISMUSKONZEPT**

**GE  
NISS**



# Runder Tisch Weintourismus

TMBW

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus

Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz

Projektstelle Badische Weinstraße

Projektstelle Weinwege Württemberg

Weinparadies Ortenau

Weinregion Bodensee

Kraichgau-Stromberg Tourismus

Stuttgart-Marketing



Runder Tisch  
Weintourismus

Badischer Weinbauverband

Weinbauverband Württemberg

Badischer Wein

Weininstitut Württemberg

Generation Pinot

Wein.im.Puls – junges Württemberg

Weinerlebnisführer Baden-Württemberg

Urlaub auf dem Winzerhof

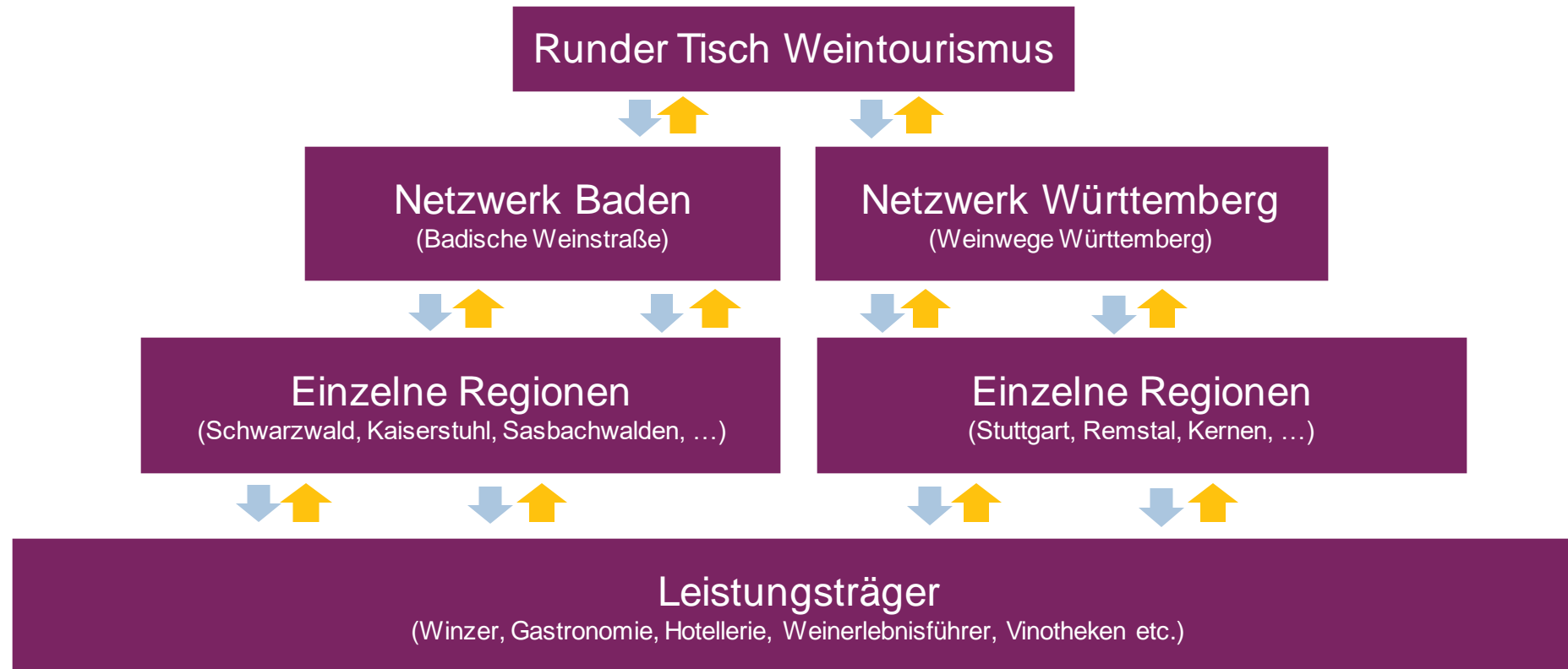
LVWO

IHK

DEHOGA Tourismus Baden-

Württemberg

# Aufgabe der TMBW: Vernetzung



# Ziele

- **Profilierung** des „Weinsüdens“
- Strategisches **Marketingkonzept** für das gemeinsame weintouristische Marketing
- Strukturierung der **Zusammenarbeit** auf Landesebene
- Bessere **Vernetzung** der Stakeholder des Weintourismus



# Ausblick: Fortschreibung Weintourismuskonzept

- Entwicklung seit 2017 + Aktualisierung Status Quo
- Feinjustierung der zukünftigen Ausrichtung:
  - Markensystem
  - Zielgruppen: von Sinus-Milieus auf BeST
  - Ergänzung Qualitätssiegel
  - Netzwerkmanagement + Wissenstransfer
  - Erweiterung der Kommunikationsstrategie um B2B



# Weinsüden

Der "Weinsüden" ist als eine **geografische Verortung** zu verstehen und kann im Weintourismus als **Synonym für "Baden-Württemberg"** verwendet werden.



# Alleinstellungsmerkmale

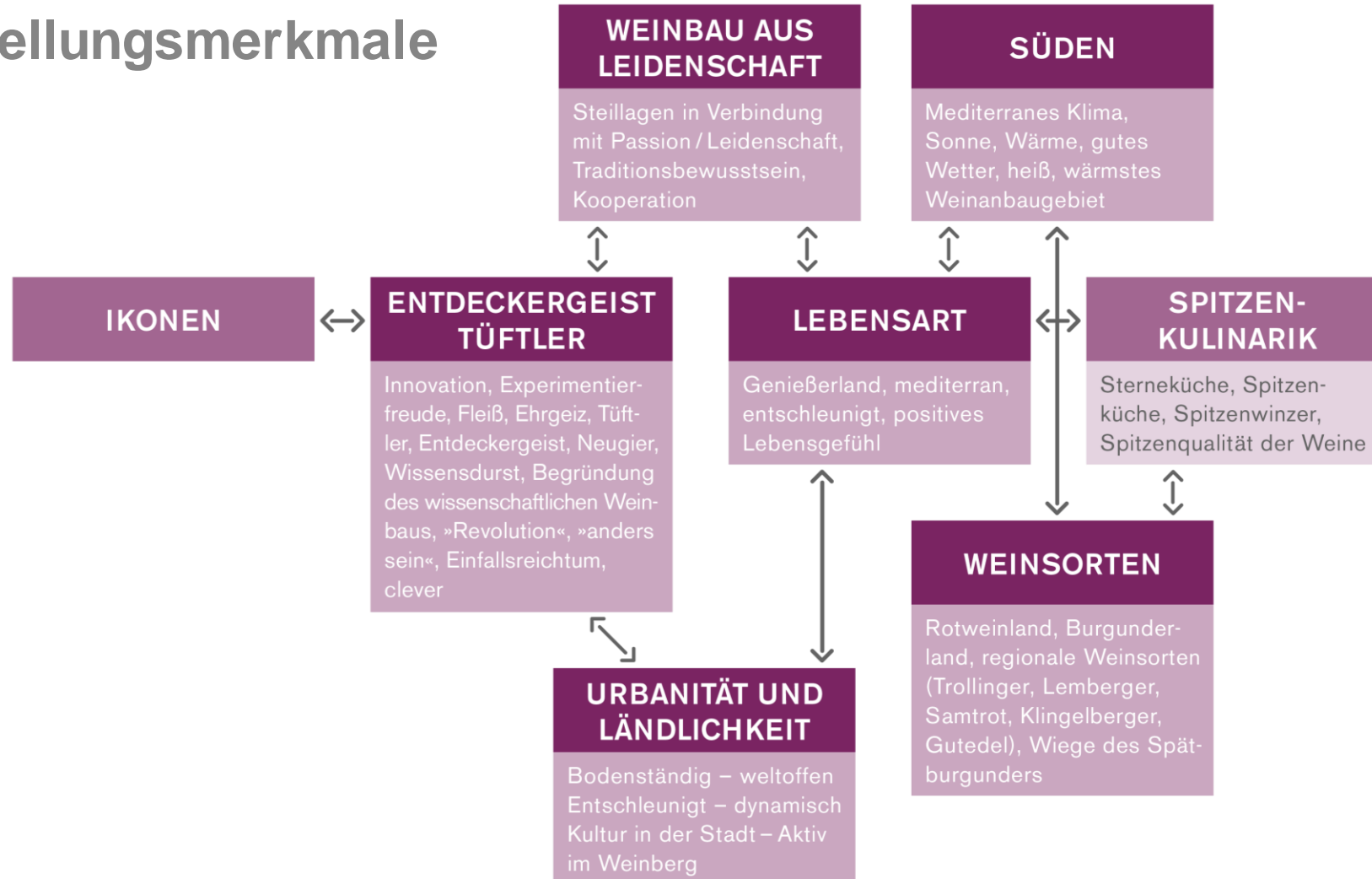


Abbildung 3: Alleinstellungsmerkmale des Weinsüdens  
Quelle: eigene Darstellung, tpB, 2017

# Customer Journey

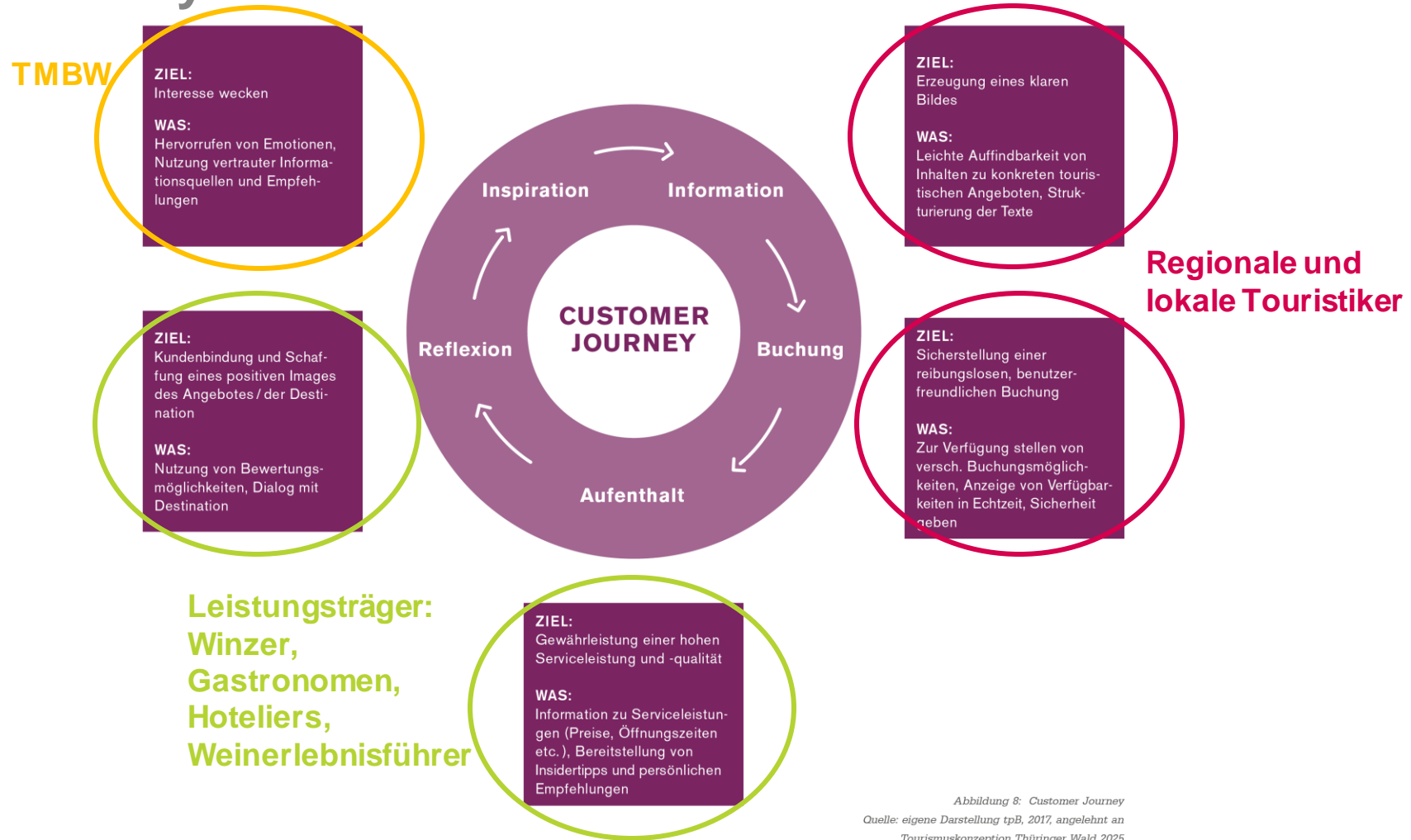
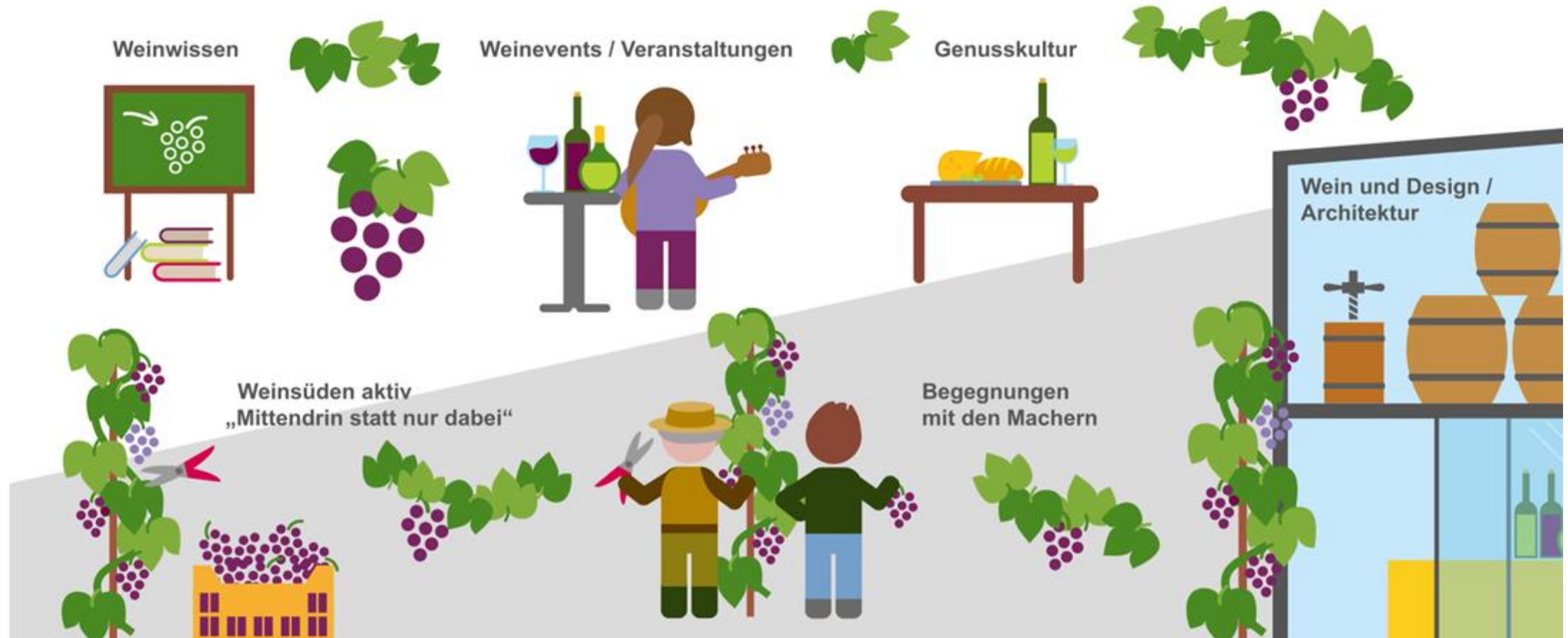


Abbildung 8: Customer Journey  
Quelle: eigene Darstellung tpB, 2017, angelehnt an  
Tourismuskonzeption Thüringer Wald 2025

# Produktstrategie / 6 Produktbereiche



WEINSÜDEN QUALITÄTSSIEGEL



# Qualitätskriterien

Allgemein:

1. Online Auffindbarkeit: der Betrieb ist digital erfasst und es besteht ein aktuell gepflegter mein.toubiz Eintrag.
2. Die Bereitschaft zur touristischen Vermarktung liegt vor.
3. Die Bereitschaft zur aktiven Logonutzung sowie der Verlinkung zur TMBW-Website (Weinsüden) und Verlinkung zur Weinregion auf der eigenen Website ist gegeben.
4. Mindestens 2 lizenzfreie Bilder werden der TMBW mit Bildrechteformular zur Verfügung gestellt.

Alle Kriterien finden sich im [Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg](#).

# Weinsüden Hotel

- Seit 2016
- Insgesamt 74 Siegelträger

## Kriterien:

- Enger Weinbezug
- Ansprechpartner mit hoher Weinkompetenz
- Angebote für Gäste wie Weinproben, Weinevents
- Zugriff auf qualitativ hochwertige regionale Weine
- Gastronomie mit hoher Weinkompetenz und Fokus auf regionale Weine
- ...



# Weinsüden Vinothek

- Seit 2018
- Insgesamt 14 Siegelträger

## Kriterien:

- Besucherfreundliche Öffnungszeiten
- Ansprechendes Ambiente
- Große Auswahl an hochwertigen regionalen Weinen min. 5 unterschiedlicher Erzeuger
- Verkostungen jederzeit möglich
- Hohe Weinkompetenz der Mitarbeiter
- Regelmäßige Weinproben/ Weinevents
- ...

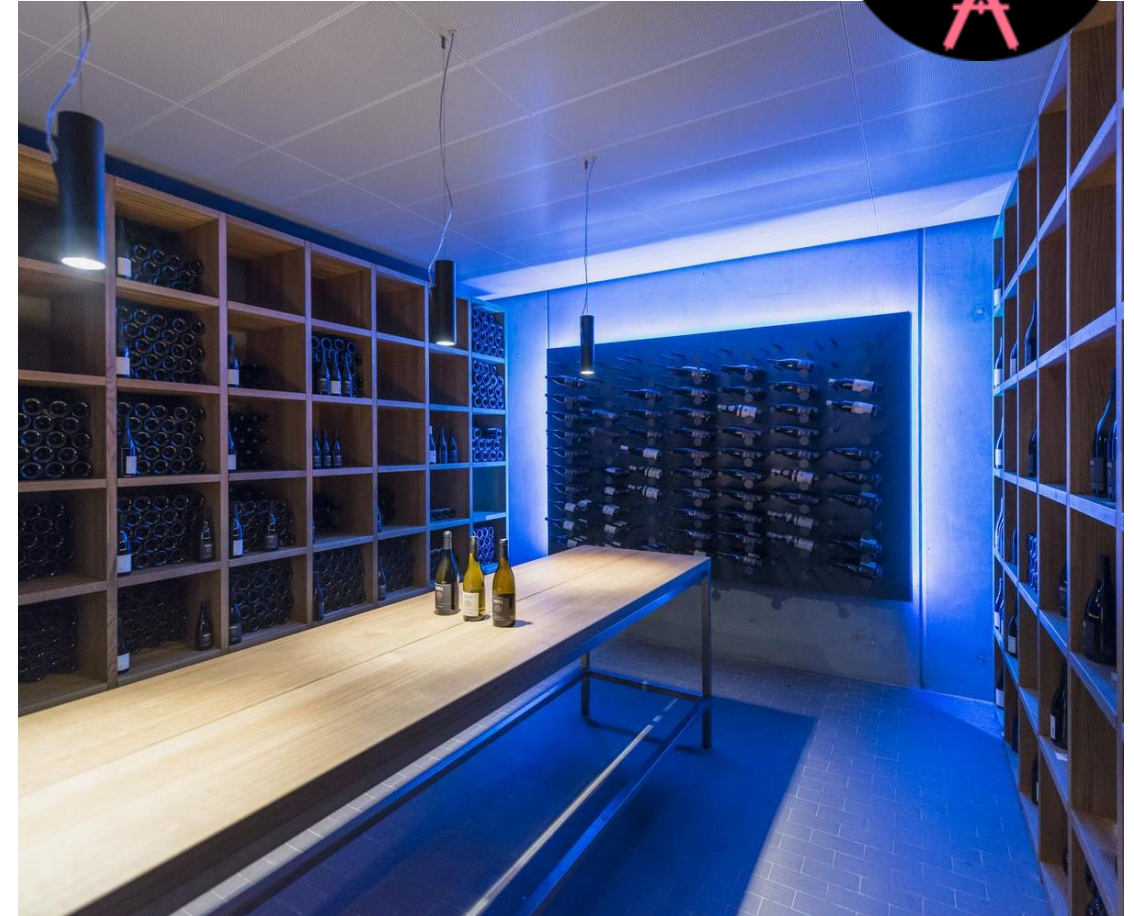


# Weinsüden Wein & Architektur

- Seit 2019
- In Kooperation mit der Architektenkammer Baden-Württemberg
- Insgesamt 30 Siegelträger

## Kriterien:

- Architektonisch: originärer Charakter, gewisse Zeitlosigkeit, äußere + innere Gestalt, Reaktion auf städtebauliches Umfeld, ...
- Touristisch: enger Bezug zu Weinbau, offen für Gäste, Erlebnischarakter, ...





# Weinsüden Weinort

- Seit 2020
- Insgesamt 60 Siegelträger

## Kriterien:

- Geschichte eng mit Weinbau verbunden
- Min. 2 ortsansässige Weinbaubetriebe
- Belebter Ortskern
- Gastronomie mit regionalen Speisen und Weinen
- Weintouristische Infrastruktur
- Straußen/Besen, Weinveranstaltungen, etc.
- ...



# Weinsüden Winzerinnen und Winzer

- Seit Oktober 2023
- Insgesamt 88 Siegelträger

## Kriterien:

- Regelmäßige Öffnungszeiten (auch am Wochenende) und Gäste sind jederzeit willkommen
- Vinothek oder Verkostungsmöglichkeit
- Regelmäßige Weinerlebnisse und –veranstaltungen
- ...



# Weinsüden Pop-ups

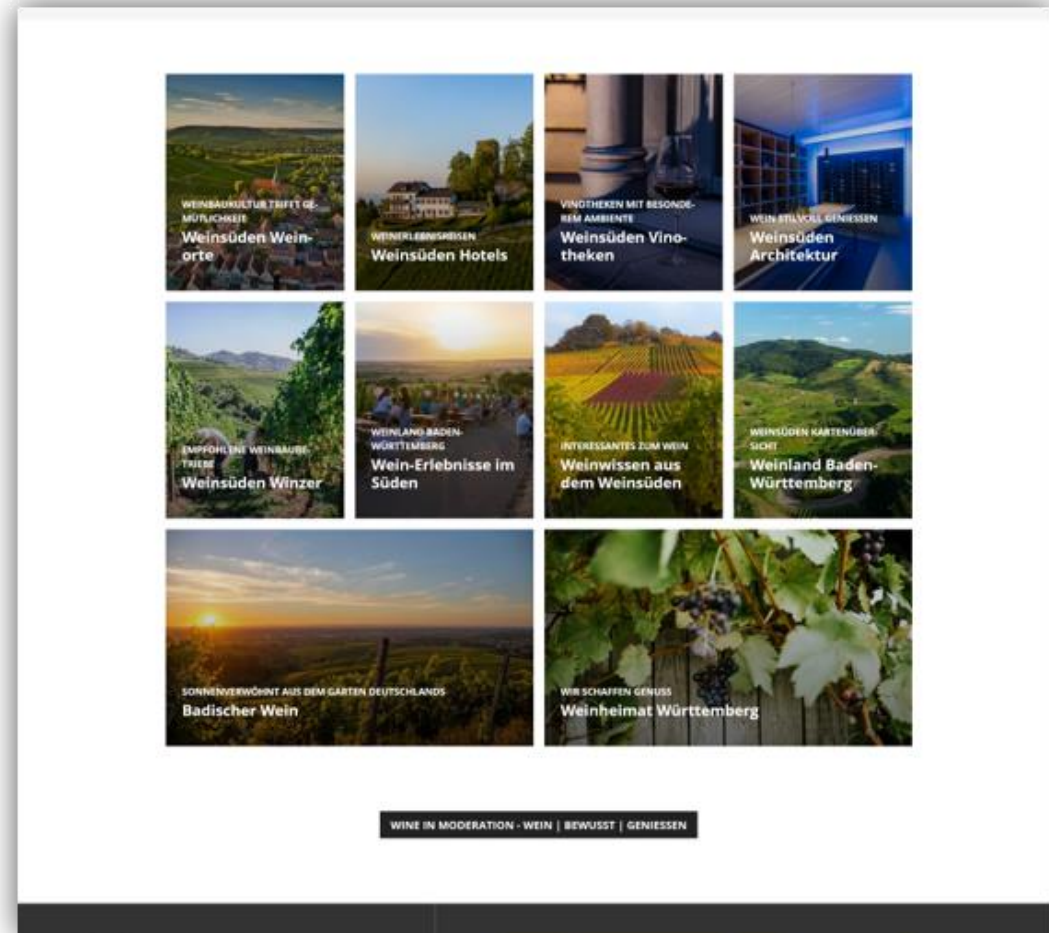
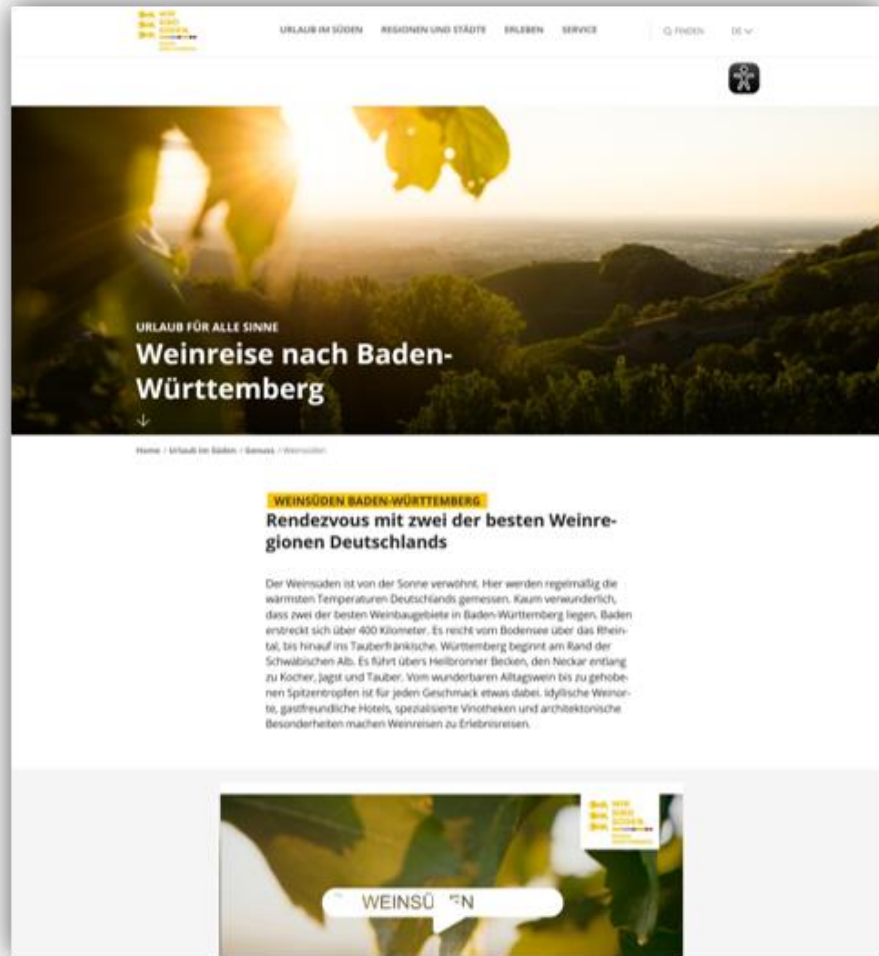
- Seit 2019
- Gemeinsame Veranstaltungsreihe mit den Jungwinzern der Vereinigungen Wein.im.Puls und Generation Pinot

## Kriterien:

- Min. 2 Jungwinzer
- Location mitten im Weinberg
- Wein, Kulinarik, Musik
- ...







**WEINSÜDEN**

**MARKETINGMAßNAHMEN**

**GE  
NUSS**



# Kooperationen mit Vinum, Falstaff und Co.

ADVERTORIAL

## Genießerland Baden-Württemberg Weinsommer im Weinsüden

Ausgesprochen sind die vorgestellten Weinhochburgen in doppelter Hinsicht. Einmal als «Weinsüden Weinorte» – ein Privileg für die Betten in Baden und Württemberg. Und dann, weil ihnen Charme, weinfeine Events, elegante Gewächse und historisch-kulturelle Vielfalt innewohnen.  
[www.weinsueden-ort.de](http://www.weinsueden-ort.de)



**Beisheim, Badgheim-Bözingen  
Wein erleben in 3B**

Beisheim, Badgheim-Bözingen  
Wein erleben in 3B  
... (text continues) ...  
[www.3b-tourismus.de](http://www.3b-tourismus.de)



**Vahingen an der Enz  
Sommerliches Wein-  
erlebnis in Roßwag**

Vahingen an der Enz  
Sommerliches Wein-  
erlebnis in Roßwag  
... (text continues) ...  
[www.vahingen-wein.de](http://www.vahingen-wein.de)



**Durbach  
Endloser Festkalender**

Durbach  
Endloser Festkalender  
... (text continues) ...  
[www.durbach.de](http://www.durbach.de)



**WEINSÜDEN  
Schwarzwüder  
Weinolymp**

Oberhoch hat seit rund 900 Jahren ein Synonym für Wein: Weinsüden wartet in der Halbschönen Altstadt, im Weinstadtkern weinlichen Premiumqualitäten verkosten und der Weinsüden lockt mit Kulturnak am Weisstrand.  
**mehr**



**WINE**

... (text continues) ...



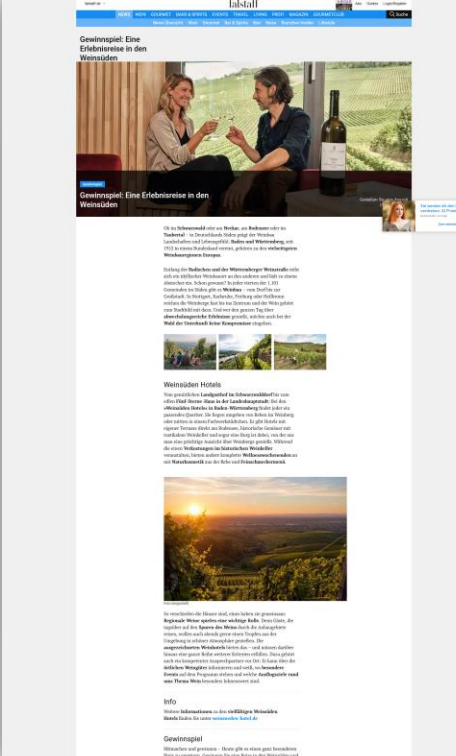
**Vinum**

vineum bodensee in Meersburg



**BADEN-WÜRTTEMBERG  
KULINARIK  
ERLEBEN**

Wer auf der Suche nach regionalen Köstlichkeiten nach dem passenden Wein ist, der muss im Weinsüden nicht lange suchen. Wir haben einige Weinsüden Weinorte einen Besuch wertvoll und was von der Genießbarkeit und der kulinarischen Vielfalt, die uns dort geboten wird, erzählen lassen.



**Falstaff**

**Gewinspiel: Eine Erlebensreise in den Weinsüden**

... (text continues) ...

**Info**

**Gewinspiel**

# Social Media

**Urlaubsland Baden-Württemberg**  
15 Apr 2023 7:30

Wein auf dem Radweg 🍷🚲

Auf 460km erstreckt sich der Badische Weinradweg von Basel bis Weinheim. Entlang des Weges erstrecken sich über 300 Weinbaubetriebe, Winzergenossenschaften und Vinotheken. Der Badische Weinradweg durchquert sieben der neun badischen Weinbaubereiche und lässt euch Weinreben, Obstbäume und ganz viel Genuss auf dem Fahrrad entdecken.

Mehr zum badischen Weinradweg findet ihr hier:  
▶ [http://fal.cn/Badischer\\_Weinradweg](http://fal.cn/Badischer_Weinradweg)

#wirsindsüden #visitbawu  
#weinradweg Badischer Wein






**Instagram** Anmelden Registrieren

**offthepath** Folgen Nachricht senden ...


3.287 Beiträge 57.700 Follower 593 Gefolgt

Sebastian Canaves // Off The Path

Persönlicher Blog  
 @scamones & @finchubon + Finley  
 FGASA & BGA Nature Guides  
 Abenteuer-Reiseblogger  
 Hamburg  
 linkin.bio/offthepath + 1

Gran Canaria #GravelAustria Namibia 2023 GuideAusbild... Mallorca Bikepacking Botswana

BEITRÄGE REELS MARKT



**wein\_verstehen** • Gefolgt

wein\_verstehen Danke für diesen gemalen Schutz-Wein-Nachmittag. Anja hat die Geocaching Schnitzjagd auf das Thema Wein umgemünzt und damit etwas wunderbares geschaffen. Lebendiger und spannender lassen sich die Weine kaum kennenzulernen.

...  
 Thank you for this brilliant Treasure Wine afternoon. Anja has turned the geocaching hunt into the topic of wine and thus created something wonderful. There is hardly a more lively and exciting way to get to know the wines.

@\_L\_L\_A\_R\_ @thegoldwib

Gefällt Weinwurm bei und 277 weiteren Personen



bringflavorworte

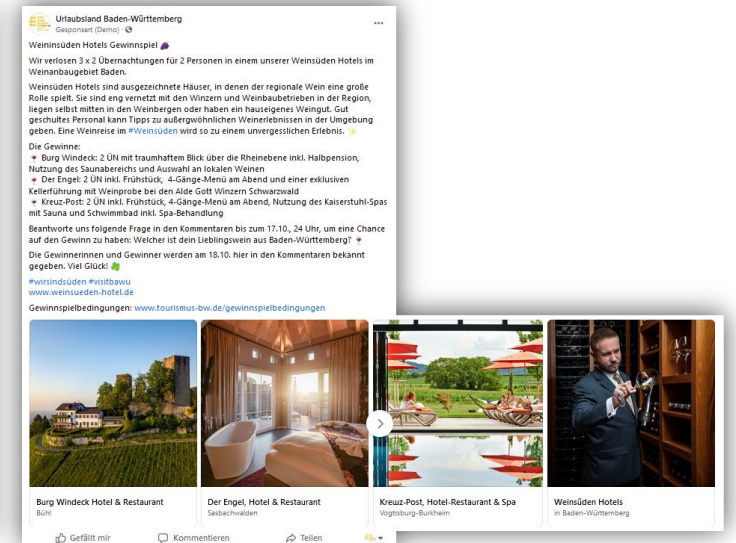
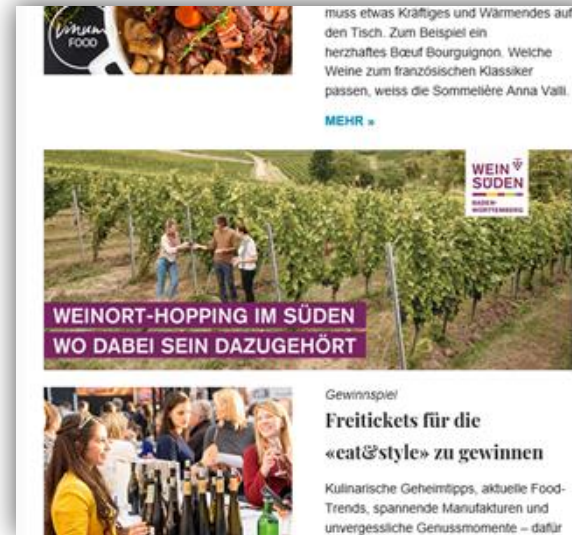
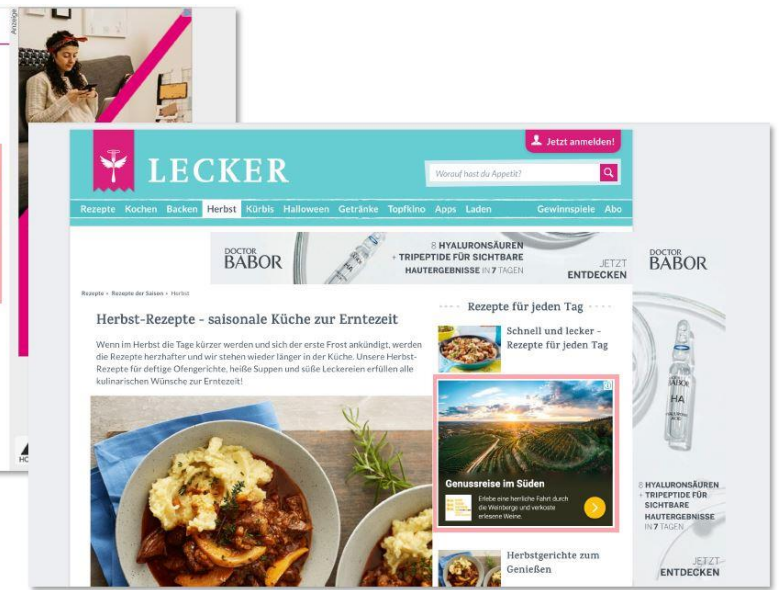
**REACTY**  
*Wine*  
 ...  
 ...  
 ...







# Kampagnen



# Printprodukte

Szenenklänge des Südens

## SCHÖNER REISEN MIT WEIN-BEGLEITUNG

Reben sind fantastische Pflanzen. Im Weinsüden bringen sie erstaunliche Früchte hervor – und sie prägen die Regionen. Weinberge wirken wie Wegweiser. Sie zeigen dir, wo besonders attraktive Landstriche liegen.

Allein dreht sich um vollkommene Weisheit.

www.weinsueden.de

Württemberg Die Senkrechtstarke: Steile Lagen, steile Karriern. Materisch formen sich die terrassenartigen Weinlagen entlang des Neckars und seiner Nebenflüsse. Geführt geht der Blick senkrecht nach oben. Das gilt auch für die Qualität der Erzeugnisse. Bevorzugte Rebsorten sind Trollinger, Lemberger, Schwarzriesling, Spätburgunder und Riesling. Aus diesem Raum haben fortschrittliche Genossenschaften geschöpft und das klassische Rotenland in einen weinwirtschaftlichen Hotspot verwandelt. Dazu kommt eine neue unabhängige Wengarten-Generation, die mit überragenden Tropfen von sich reden macht.

Wengarten-Generation

16

# MAN MUSS AUCH MAL WEIN SAGEN KÖNNEN.

WIR SIND SÜDEN.  
BADEN WÜRTTEMBERG

Everything happens for a Riesling.

WIR SIND SÜDEN.  
BADEN WÜRTTEMBERG

## Working from *Nine to Wine*

WIR SIND SÜDEN.  
BADEN WÜRTTEMBERG

Lust auf eine Reise in den Weinsüden?

Gewinne 1 von 3 Übernachtungsgästen in einem unserer Weinsüden Hotels. Scanne hierfür den QR-Code und reise wie eine typische Rebsorte, die in Baden-Württemberg angebaut wird. Tipps und Warnisssens gibt es auf [www.weinsueden.de](http://www.weinsueden.de)

Baden  
WIR SIND SÜDEN.  
BADEN WÜRTTEMBERG

#weinsueden

# Messen und Veranstaltungen



LANDESWEITE DATENBANK

MEIN.TOUBIZ

GE  
NUSS



# mein.toubiz

- Touristisches Datenmanagementsystem und Basis der Website der TMBW und anderer Destinationen und Partner in Baden-Württemberg

## Kategorien:

- POIs (Weinbaubetriebe, Vinotheken, Hotels, Restaurants, Weinerlebnisführer, ... )
- Strecken (Weinwanderrouen, Weinradwege, ...)
- Termine (Weinsüden Pop-ups, Weinverkostungen, Weinfeste, ...)
- Erlebnis (buchbare Angebote wie Weinerlebnisführungen)
  
- Pflege über Städte/ Gemeinden und Regionen, tlw. auch über Leistungsträger selbst
- Kostenfreie mein.toubiz Seminare gibt es [hier](#).

# BADISCHE WEINSTRASSE



# SCHWARZWALD TOURISMUS GMBH

- Destinationsmanagement- und marketingorganisation für die Ferienregion Schwarzwald
- Gesellschafter der STG sind die 12 Landkreise sowie die 4 Stadtkreise
- Die STG vertritt 321 Gemeinden in ihren touristischen Belangen im In- und Ausland
- Schwarzwald Card und KONUS Gästekarte
- ca. 30 Mitarbeiter
- Kompetenzzentrum Tourismus im Schwarzwald in Freiburg
- Verantwortlich seit 2013 für Badische Weinstraße





# BADISCHE WEINSTRASSE

- Seit 1954, gegründet in Baden-Baden
- 2014 im Norden verlängert
- Seit 2019 als Arbeitskreis bei der STG angesiedelt
- Über 500 km
- 8 Weinregionen
- Durchgehende Beschilderung
- [Imagevideo](#) der Badischen Weinstraße



# BADISCHE WEINSTRASSE



Werbegemeinschaften,  
Regionalvermarktung



Städte & Gemeinde

Beherbergungsbetriebe,  
Leistungsträger

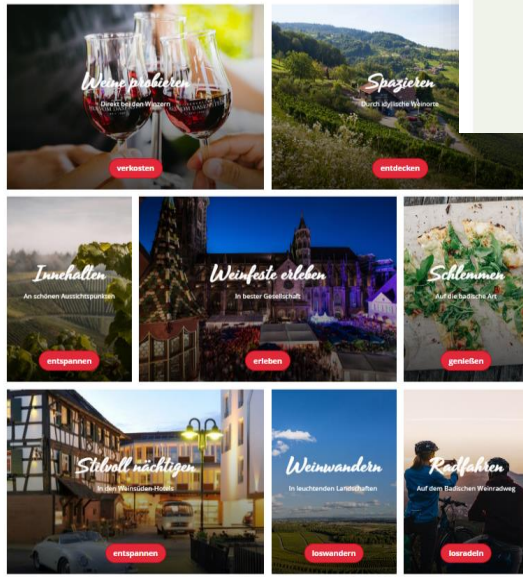
# BADISCHE WEINSTRASSE

Vision: Die touristische Nachfrage der Ferienstraße zu steigern und somit langfristig den Absatz vom Badischen Wein zu erhöhen

Marketing	Produkt	Innenkommunikation
<p>Förderung des weintouristischen Images des Weinland Baden &amp; verstärkte Positionierung als „Weinerlebnisregion“</p>	<p>Gemeinsame Weiterentwicklung der Projekte des „Weinsüdens“ zusammen im Kurs des landesweiten Weintourismuskonzepts</p>	<p>Steigerung der direkten und indirekten Wertschöpfung für die Leistungsträger entlang der Badischen Weinstraße</p>

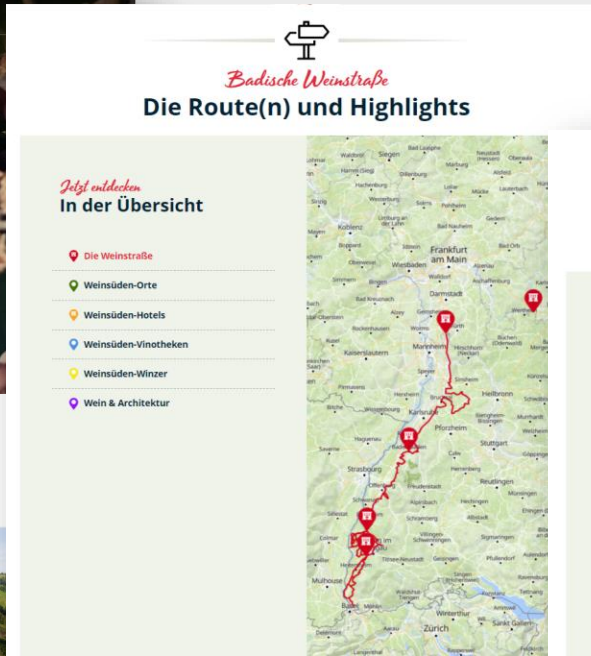


*Köstliche Inspirationen*  
**8 To Do's für die Reiseliste**  
 Spazieren, Entdecken und vor allem Genießen. Unsere 8 To Do's, die Du an der Badischen Weinstraße nicht verpassen solltest.



**Eine der coolsten Routen für einen Roadtrip in Deutschland.**

(www.reisereporter.de, 2020)



## Badische Weinstraße Die Route(n) und Highlights

*Jetzt entdecken*  
**In der Übersicht**

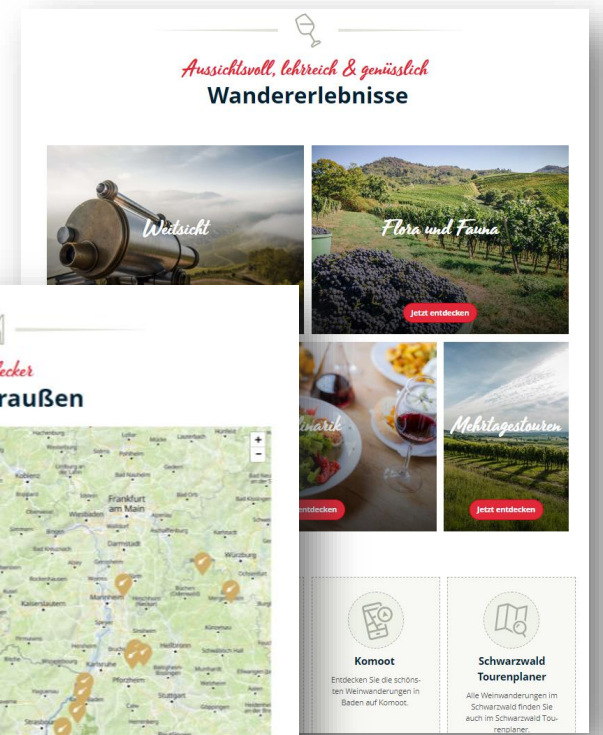
- Die Weinstraße
- Weinsüden-Orte
- Weinsüden-Hotels
- Weinsüden-Vinotheken
- Weinsüden-Winzer
- Wein & Architektur



## Einfach heimlich Übernachten

Nur einen Steinwurf von den Weinbaugebieten entfernt, oder oft auch mitten darin gelegen, findest Du die idealen Übernachtungsmöglichkeiten bei unseren Gastgebern. Lasse Dich inspirieren, suche & buche Deine Traum-Unterkunft an der Badischen Weinstraße.

Alle Orte   
  Adresse → Abreise   
  2 PERSONEN   



## Badischer Weinradweg

Der **Badische Weinradweg** verbindet auf rund 460 Kilometern die badischen Weinregionen **Markgräflerland, Kaiserstuhl, Tuniberg, Breisgau, Ortenau, Kraichgau** und **Badische Bergstraße**.



# BADISCHE WEINSTRASSE

## PRESSE



### Social Media

- Instagram & Facebook
- Community Management



### Audio

- VisitBlack Forest Podcast
- Organische Folgen



### Newsletter

- B2B Newsletter
- B2C Newsletter



### Artikel & Blogbeiträge

- Pressereisen
- Pressemitteilungen

# BADISCHE WEINSTRASSE

## MARKETING



### Social Media

- Anzeigen
- Influencermarketing



### Audio

- Podcast
- Native Ad



### Online Desktop

- Google Display Ads
- Responsive Design



### Advertorials & Anzeigen

- Print selektiert
- Crossmediale Advertorials

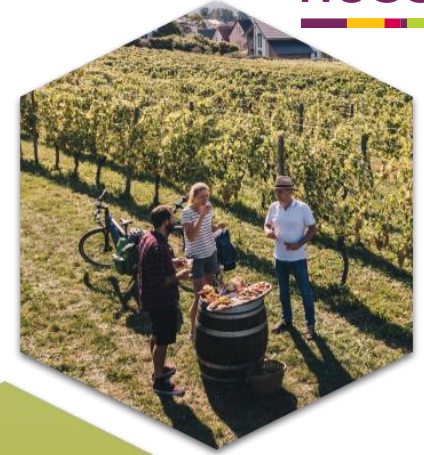
# PRODUKTBEREICHE



Wein &  
Feiern



Wein &  
Menschen



Wein &  
Kulinarik



Wein &  
Wandern



Wein &  
Campen



Wein &  
Design



# BADISCHER WEINRADWEG



Von Basel nach Weinheim

460 Kilometer

2020: „Wine & Bike“ Eröffnung

3.000 Höhenmeter

7 Weinregionen

Landesradfernweg

Etappe 1 Markgräflerland	Grenzach - Schallstadt	79 km
Etappe 2 Kaiserstuhl/ Tuniberg	Schallstadt - Riegel	52 km
Etappe 2 Freiburg/ Glottertal	Schallstadt - Riegel	43 km
Etappe 3 Breisgau	Riegel - Gengenbach	53 km
Etappe 4 Ortenau Süd	Gengenbach - Bühl	55 km
Etappe 5 Ortenau Nord	Bühl - Ettlingen	48 km
Etappe 6 Kraichgau Süd	Ettlingen - Oberderdingen	67 km
Etappe 7 Kraichgau Nord	Oberderdingen - Wiesloch	66 km
Etappe 8 Bad. Bergstraße	Wiesloch - Weinheim/Laudenbach	47 km





# WEINWEGE WÜRTTEMBERG



# WEINWEGE WÜRTTEMBERG

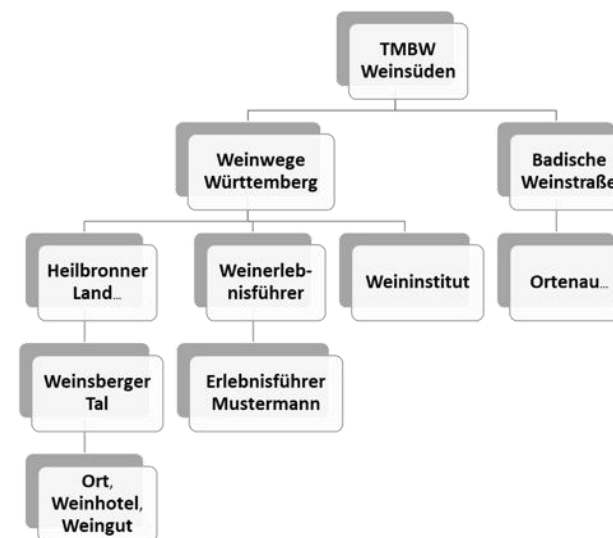
- 2015 erste Gespräche mit dem Ziel:  
Schaffung einer Koordinierungsstelle Weintourismus Württemberg
- Teilnehmer: Weinbauverband Württemberg, Weininstitut Württemberg, LVWO, Weinerlebnisführer, TMBW, DMOs und  
Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz
- Idee: Bewerbung von
  - Württemberger Weinstraße
  - Württembergischen Weinwanderweg
  - Württemberger Weinradweg

➔ 2016: Gründung der Projektstelle

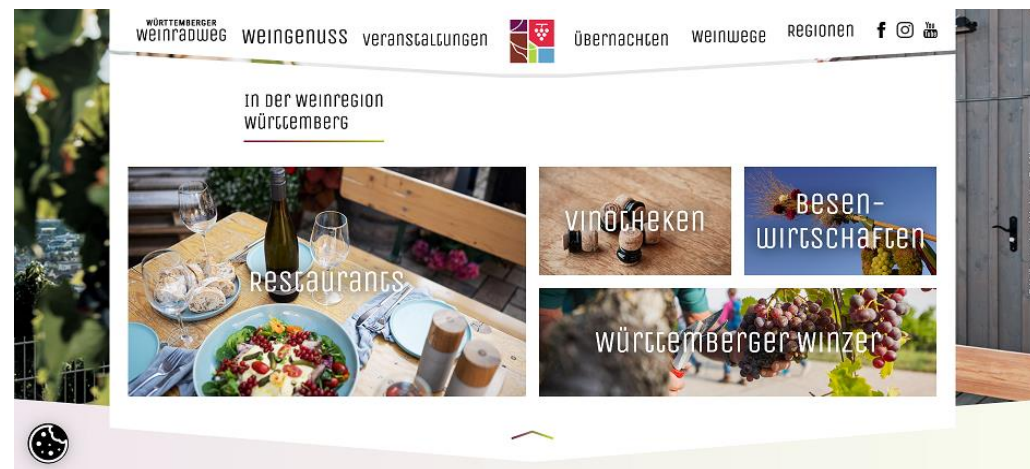


## PARTNER DER WEINWEGE WÜRTTEMBERG 2023

- Weininstitut Württemberg GmbH
- Weinbauverband Württemberg e.V.
- Heilbronn Marketing GmbH
- Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand e.V.
- Touristikgemeinschaft Hohenlohe e.V.
- Kraichgau-Stromberg Tourismus e.V.
- Tourismusgemeinschaft Marbach-Bottwartal
- Remstal Tourismus e.V.
- Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH
- Stuttgart-Marketing GmbH
- Tourismusverband "Liebliches Taubertal" e.V.
- Landratsamt Tübingen
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
- Verein der Weinerlebnisführer e.V.
- Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau, LVWO



# WWW.WEINWEGE-WUERTTEMBERG.DE & WWW.WÜRTTEMBERGER-WEINRADWEG.DE



# QUALITÄTSOFFENSIVE RADTOURISMUS BADEN-WÜRTTEMBERG

**Bundesweit einzigartige  
Qualitätsoffensive  
des Landes Baden-Württemberg:**

Alle 21 Landesradfernwege wurden als  
ADFC-Qualitätsradroute ausgezeichnet

Württembergischer Weinradweg mit 4\*  
ausgezeichnet.



# WÜRTTEMBERGER WEINRADWEG



Etappe 1:	Niederstetten - Ingelfingen	63km
Etappe 2:	Ingelfingen – Bretzfeld	48km
Etappe 3:	Bretzfeld – Heilbronn	28km
Etappe 4:	Heilbronn – Marbach	76km
Etappe 5:	Marbach – Esslingen	67km
Etappe 6:	Esslingen – Metzingen	51km
Etappe 7:	Metzingen – Rottenburg	61km



# WÜRTTEMBERGER WEINRADWEG

Württembergischer Weinradweg  
Produktschulung



Profitieren Sie und informieren Sie Ihre Gäste/Kunden/  
Partner über den Württembergischer Weinradweg.



Nützliches zur Bewerbung des Württembergischer Weinradwegs finden Sie hier:

<p><b>Bild- und Videomaterial</b></p>	<p><b>Prospektbestellung</b></p> <p>Genuss auf den württembergischen Weinwegen</p>	<p><b>Routenplaketten adfc Siegel</b></p> <p>Württembergischer Weinradweg</p>	<p><b>Tracks und Routenverlauf</b></p>	<p><b>adfc Pauschalreise</b></p> <p>RADREISE WÜRTTEMBERGER WEINRADWEG</p>	<p>Möchten Sie den bikeline kompakt vertreiben, dann schreiben Sie an <a href="mailto:info@weinwege-wuerttemberg.de">info@weinwege-wuerttemberg.de</a></p> <p><b>bikeline KOMPAKT</b></p> <p>Württembergischer Weinradweg</p> <p>Entlang der Flüsse Tauber, Jagst, Kocher und Neckar</p>
---------------------------------------	--	---	--	---	--

## Route und Etappen

Streckenverlauf



Etappen	Dauer	Distanz	Aufstieg	Abstieg	Höchster Punkt	Tiefster Punkt
7	22:00 h	396,4 km	2070 m	2030 m	478 m	154 m

**Startpunkt**  
Niederstetten, Kirchplatz  
(Niederstetten ist mit der Bahn und dem PKW gut erreichbar)

**Endpunkt**  
Rottenburg am Neckar  
(Rückfahrt mit dem Zug nach Niederstetten)

**Beschilderung**



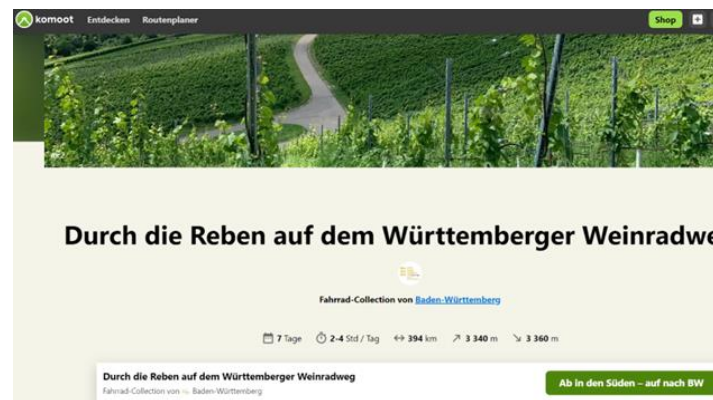
Weitere Informationen zur Strecke finden Sie [hier](#).

Treten Sie der KoRa-Gruppe "Württembergischer Weinradweg" im Tourismusnetzwerk BW bei, dann bleiben Sie informiert!

# MARKETING



weinwege\_wuerttemberg  
Gefällt neleee.ko und 53 weiteren Personen  
weinwege\_wuerttemberg HERBST in seinen schönsten FARBEN 🍂... mehr  
27. Oktober



**Fahrrad- & Wanderreisen**

**13. - 15.01.2024**  
1. CMT-Wochenende



# INNENMARKETING IM FACHMAGAZIN "REBE UND WEIN"

...TOURISMUS...

EINFLUSS AUF DEN WEINTOURISMUS

## Was bewirken gesellschaftliche Megatrends?

Sogenannte Megatrends bestimmen die Gesellschaft und ihr Konsumverhalten in erheblichem Maße. Das hat auch Auswirkungen auf den Weintourismus, wie Vanessa Hauert und Eva Niederhöfer aufzeigen.

### KOMPAKT

Die im Beitrag dargestellten Megatrends prägen die Gesellschaft und ihr Konsumverhalten maßgeblich. Die Beachtung dieser Megatrends im Rahmen der weintouristischen Angebotsgestaltung wird daher für die zukünftige Akzeptanz und den nachhaltigen Erfolg der Weinregion Württemberg als Weintourismusemion in nationalen und internationalen Wettbewerb von großer Bedeutung sein.

**T**rends werden als sogenannte Veränderungsprozesse in einer Gesellschaft beschrieben, die sich in verschiedenen Lebensbereichen (zum Beispiel Politik, Konsum, Wirtschaft) wiederholen. Gesamtgesellschaftliche Verhaltensmuster, Einstellungen und Werte verändern sich und werden direkt von diesen sogenannten Megatrends beeinflusst.

### Megatrends verändern die Gesellschaft

Dies wirkt sich unaußersächlich auf Verhaltensweisen innerhalb der Gesellschaft aus und spiegelt sich im Konsumverhalten der Verbraucher wider. Alle Branchen, so auch die Weinbranche, müssen diese Trends beobachten, um veränderte Kundenbedürfnisse langfristig befriedigen zu können und ihre

Produkte zielgerichtet und marktgerecht entwickeln und platzieren zu können. Dies gilt auch für Angebotsformen im Weintourismus. Neben der Möglichkeit Zusatzleistungen durch Übernachtungsangebote oder gastronomische Angebote zu gewinnen, ist das zentrale Ziel im Weintourismus, Kunden über weintouristische Erlebnisse für die eigenen Produkte zu begeistern und langfristig zu binden. Es stellt sich aber die Frage, was wollen Weintouristen tatsächlich erleben? Welche Megatrends beeinflussen das Konsum- und Reiseverhalten und mit welchen Angebotsformen kann den Entwicklungen Rechnung getragen werden?

Durch Megatrends kann der aktuelle gesellschaftliche Wandel und die damit veränderten Ansprüche der Konsumenten an neue Angebotsformen beschrieben werden. Es ist also sinnvoll, sich die aktuellen Treiber, Megatrends und gesellschaftlichen Veränderungen, welche für neue weintouristische Angebotsformen von Bedeutung sind, einmal etwas genauer anzusehen.

### Gesundheit als Megatrend

Einer der zentralen Megatrends, die vom Zukunftsinstitut für 2022 genannt wurden, ist das umfassende Thema Gesundheit. Gesundheit gilt dabei als Syno-

nym für eine hohe Lebensqualität und hat somit in den vergangenen Jahren einen immer höheren Stellenwert in unserer Gesellschaft erreicht. Die Auswirkungen dieses Megatrends sind in den Bereichen Bewegung, Selbstoptimierung und Ernährung deutlich. Letzteres zeichnet sich beispielsweise durch das verstärkte Aufkommen alternativer Ernährungsformen wie Vegetarismus oder Veganismus aus. Neben der Fokussierung auf die körperliche Gesundheit wird das allgemeine körperliche Wohlbefinden wichtiger. Dabei kommt

99...66  
EIN ZENTRALER  
MEGATREND  
IST DAS THEMA  
GESUNDHEIT  
Vanessa Hauert

dem Genuss beim Essen und Trinken hat eine Untersuchung des Unternehmens Tourismus Plan B wesentliche Bedeutung zu. Der Megatrend Gesundheit wird unter anderem durch die Konsumentengruppe der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) verkörpert, welche in der westlichen Welt rund ein Drittel der Konsumenten summt. Sie verfügen, wie auch Weintouristen, über eine überdurchschnittliche Bildung sowie

POTENZIALE IM RADTOURISMUS

## Wie aus Radtouristen Weinkunden werden

Radtouristen sind eine interessante Zielgruppe für den Weintourismus. Vanessa Hauert und Sonja Kocher zeigen am Beispiel des Neckartal-Radwegs, welche Potenziale in dieser Zielgruppe schlummern und wie die Weinbranche sie für sich nutzen kann.

### KOMPAKT

**S**eit 2020 ist laut dem Allgemeinen Deutschen Fahrradclub (ADFC) eine deutliche Veränderung im Mobilitätsverhalten hin zum fitorientierten Radverkehr erkennbar. Die Zunahme der Fahrradnutzung sowohl im Alltagsradverkehr als auch auf Tagesausflügen konnte bestätigt werden. Der Radtourismus ist somit eine Urlaubsform, die absolut im Trend liegt. Seit diesem Jahr ist der Württemberg Weinradweg Landesfernweg und zertifizierte 4 Sterne ADFC-Qualitätsradroute. Damit ist es ein zeitgemäßes Produkt, das es mit dem Thema Wein zu integrieren gilt. Auf 400km verbindet der Weinradweg zahlreiche Highlights des Weinbaugebietes Württemberg. Von Niederstetten bis nach Rotzenburg am Neckar schlingt er sich durch die Württemberg Weinregionen und lädt Besucher dazu ein, regionale Gastlichkeit und kulturelle Spitzenprodukte zu erleben. Insbesondere die Weinbaulandschaft lädt zum Radfahren durch die Weinberge und entlang spektakulärer Steillagen ein. Statt Radtouristen mit Verkehrschildern abzuschrecken, sollte alles versucht werden, um den Radfahrern ein rundum tolles (Wein-)Erlebnis zu bieten und sie im besten Fall von Radtouristen

direkt zu Weinkunden zu machen. Warum Radtouristen eine interessante Zielgruppe für den Weintourismus sind und wie man sie erreichen kann, wird anhand einer Wertschöpfungsanalyse für den Radtourismus in diesem Artikel dargestellt. Die Radverkehrsanalyse Baden-Württemberg 2019/2020 hat im Rahmen eines Pilotprojektes den Neckartal-Radweg genauer untersucht. Mit Radverkehrsanalysen wird die Radverkehrsnachfrage auf einem Radfernweg oder innerhalb einer Raddestination untersucht.

Auf diese Art können detaillierte Aussagen zu einem ausgewählten Landesfernweg getroffen und so beispielhaft eine modellhafte Herangehensweise dargestellt werden, die auf beliebige weitere Landesfernweg oder ausgewählte Räume und Radregionen übertragbar ist. Aufgrund der räumlichen und



Interessante Zielgruppe für den Weintourismus

Nicht nur für Besucher bietet der Württemberg Weinradweg zahlreiche Möglichkeiten, auch für Weinbaubetriebe, Kellereien, Genossenschaften, Weingüter und viele weitere Akteure der Weinwirtschaft bietet der neue Landesfernweg ein enormes Potenzial. Aufgrund seiner Auszeichnung wird er bis zur Radseason 2023 durch das Land Baden-Württemberg durchgehend neu beschildert und bietet nun mit seiner neuen Routenführung und dem Verbindungsstück zum Badischen Weinradweg noch mehr Radkilometer und Kontaktpunkte mit dem Württemberg Wein und seinen Machern.

...TOURISMUS...

RESONANZ-TOURISMUS

## Megatrend oder echte Chance für den Weintourismus?

Alle Branchen, so auch die Weinbranche, müssen Trends beobachten, um veränderte Kundenbedürfnisse langfristig befriedigen zu können und ihre Produkte zielgerichtet und marktgerecht entwickeln und platzieren zu können. Dies gilt auch für Angebotsformen im Weintourismus. Die attraktive Gestaltung von weintouristischen Angeboten unterliegt gesellschaftlichem Wandel. Es lohnt sich darum, aktuelle Trends zu betrachten.

### KOMPAKT

Resonanz-Tourismus gibt Antworten auf die wachsende Nachfrage von Touristen nach „echten“ Reiseerfahrungen und „authentischen“ Urlaubserlebnissen. Sie wollen auf Reisen „berührt“ werden und Lebensqualität erleben. Denn es geht im Tourismus gar um ein freudvolles, authentisches Angebot von Lebensqualität und gelingenden Beziehungen – und damit um das Erlebnis menschlicher Resonanz.

**V**on dem Zukunftsinstitut erarbeiteten aktuellen Megatrends spielen insbesondere Gesundheit, Neo-Ökologie, Konnektivität und Individualisierung eine Rolle für den Weintourismus. Die Entwicklung neuer Angebotsformen und Produkte entlang dieser Megatrends ist längst deutlich sichtbar. → Beim Thema **Gesundheit** findet nicht zuletzt durch die stetig steigenden Angebote an alkoholfreien Produkten ein deutliches Umdenken statt.

→ Die **Neo-Ökologie** beschreibt einen Trend, dem insbesondere jüngere Zielgruppen folgen – den hier deutlich veränderten Wertewandel hin zur Regionalität, Nachhaltigkeit und Naturnähe macht sich der Weintourismus an vielen Stellen zunutze. → Auch das Thema **Konnektivität** ist mittlerweile kein neues mehr für weintouristische Angebote. Gesellschaften entwickeln sich nicht zuletzt durch die steigenden digitalen Möglichkeiten hin zu Netzwerkgesellschaften, ohne dass reale Begegnungen notwendig sind – das zeigt sich bei digitalen Angeboten wie Online-Weinproben. → In Wechselwirkung damit steht die **Individualisierung** –

der Trend, der sich um persönliche Wahlverhalten, freie Persönlichkeitsentfaltung und Selbstbestimmung dreht. Damit in Verbindung steht der Wunsch nach gelebter Authentizität an die Umwelt. Auch diesen Trend greifen Akteure im Weintourismus durch Nähe zum Kunden und authentische „Staufaherprodukte“ immer wieder automatisch auf.

### Schnuscht nach Verbundenheit

Ein Team von Forschenden des Zukunftsinstituts bringt nun jedoch ein neues Phänomen zur Sprache. Ein Grundbedürfnis, dem weder durch Digitalisierung noch Individualisierung der Tourismusbranche begegnet werden kann. Das Phänomen heißt „Resonanz“ und beschreibt nach dem Soziologen Hartmut Rosa „die Schnuscht nach Verbundenheit und Gemeinschaft“. Resonanz beschreibt damit laut dem Soziologen einen Gegenentwurf zu Beschleunigung und Individualisierung und kann somit als Gegenentwurf zu diversen Phänomenen verstanden werden: Anonymität, Automatisierung der Dienstleistungsgesellschaft, Schnell- und Kurz-



Gäste wollen mehr Authentizität erleben.

99...66  
RESONANZ  
BESCHREIBT  
EINEN GEGEN-  
ENTWURF ZU  
BESCHLEUNIGUNG  
UND INDIVIDUALISIERUNG  
Gene Kujawa

Bei Fragen und Anregungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.



Natur. Kultur. Wein. ♣ Unendlich erleben.

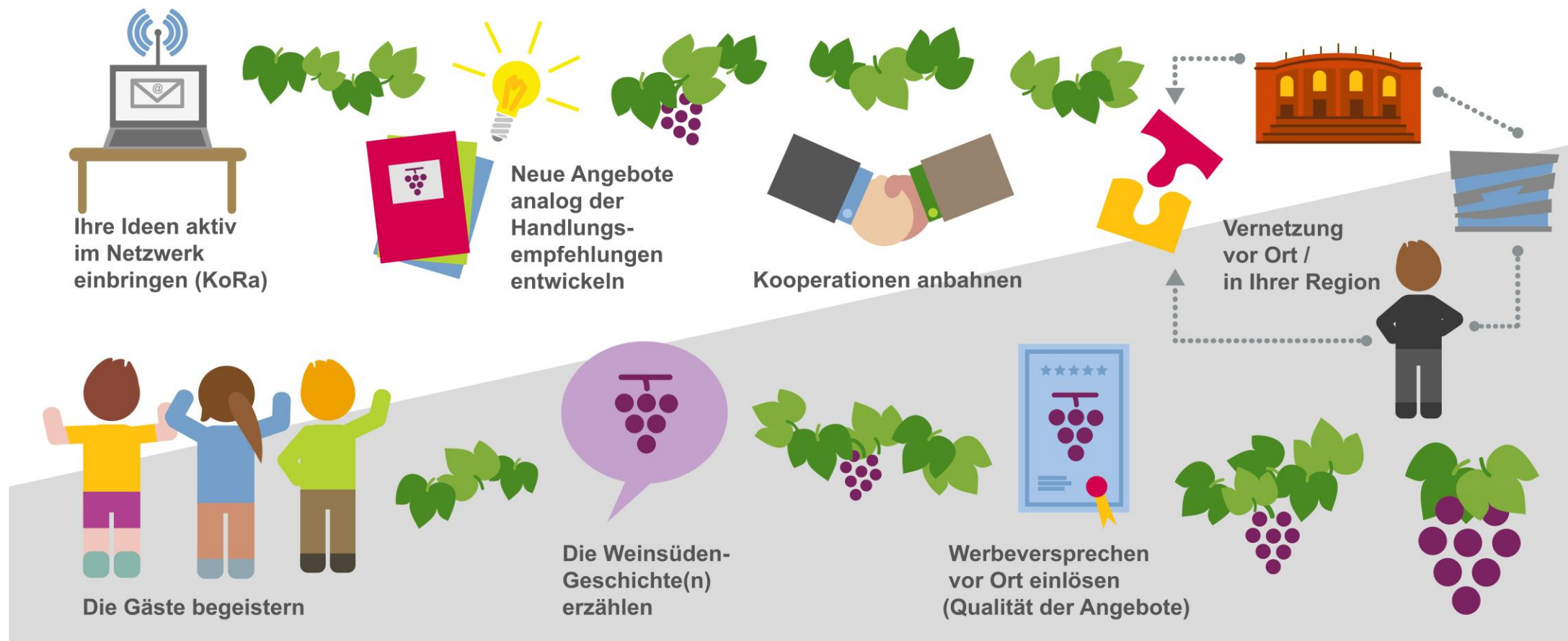


**... UND SO GESTALTEN SIE DEN WEINSÜDEN MIT**

**GE  
NUSS**



# So gestalten Sie den Weinsüden mit:



Hier gehts zur [KoRa-Gruppe Weinsüden](#) im Tourismusnetzwerk BW.

# Kontakt

## Baden

- Anna Maria Freitag: [freitag@schwarzwald-tourismus.info](mailto:freitag@schwarzwald-tourismus.info)
- Schwarzwald Tourismus GmbH, Projekt "**Badische Weinstraße**"

## Württemberg

- Sonja Kocher: [s.kocher@tourismus-bw.de](mailto:s.kocher@tourismus-bw.de)
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, Projekt "**Weinwege Württemberg**"

## Landesweite Koordination "Weinsüden"

- Svenja Hertweck: [s.hertweck@tourismus-bw.de](mailto:s.hertweck@tourismus-bw.de)
- Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg



**WIR  
SIND  
SÜDEN.**

---

**BADEN-  
WÜRTTEMBERG**