Weinakademiker Diploma-Arbeit

Vom Terroir zur Destination – Die Synergien im fränkischen Weintourismus

2-seitige Zusammenfassung

Verfasser: David Amper

Kandidatennummer: 15032918

1. Motivation für die Arbeit

Als Absolvent der Tourismusschulen Salzburg war für mich die Verbindung von Wein und Tourismus naheliegend. Während meiner frühen Berufsjahre in Gastronomie und Hotellerie wurde der Wein zu einem immer wiederkehrenden Motiv, das mich besonders im kulinarischen Kontext begleitete. Schon zu dieser Zeit verstand ich, dass der Wein vielfältig kombiniert werden kann. Nicht nur mit Speisen, sondern im weiteren Sinne mit Festen und Freunden.
Das Konzept des Weintourismus lernte ich zum ersten Mal in Südtirol, später im Elsass und schließlich in Franken kennen. Dabei faszinierten mich vor allem die Traditionen des Weinbaus und die Weinlandschaften. Als ich später in den Weinhandel wechselte und somit den Wein endgültig zu meinem Beruf machte, begann ich beinahe gleichzeitig mit der WSET-Ausbildung. Als mein Wissen über die Weinregionen der Welt anwuchs, entdeckte ich wie eng der Weinbau mit dem Tourismus allerorts verflochten ist.
Diese Aspekte inspirierten mich schließlich dazu, meine Weinakademiker Diploma-Arbeit zu diesem Thema zu verfassen, zumal ich mich schon vorher damit beschäftigt hatte.

2. Fragestellung / Zielsetzung

Die Fragestellung der Diplomarbeit liegt darin, ob das fränkische Weintourismuskonzept anderen Weinbauregionen als Modell dienen kann.
So ist es die Zielsetzung, Erfolgsfaktoren in einem ganzheitlichen weintouristischen Konzept am Beispiel Frankens zu beleuchten und dessen Zukunftsperspektiven aufzuzeigen. Dabei wird der Fokus auf der Entwicklung und Entfaltung von Synergien liegen, die der Frankenwein einerseits mit der Natur- und Kulturlandschaft und andererseits mit den touristischen Akteuren der Region eingeht.

3. Methodik

Eine Reise in die fränkische Weinbauregion im Herbst 2025 war für mich der Beginn der Recherchen zu diesem Thema. Dabei war es mein Ziel, erste Eindrücke als Weintourist in der Region zu gewinnen und Informationsmaterial vor Ort zu sammeln.
In meinen weiteren Untersuchungen begann ich Literatur über den Weintourismus und die Geschichte Mainfrankens zu lesen. Um einen Überblick über mögliche Themenfelder zu erhalten, begann ich eigene Gedanken schriftlich auszuformulieren. In dieser Zeit fiel mir das 2021 erschienene Buch *Reisen zum Wein* von Prof. Axel Dreyer in die Hände. Durch die große Durchdringung der Materie Weintourismus in allen Aspekten wurde es mein erster Brückenpfeiler für die Arbeit. Gleichzeit folgte eine Internet-Recherche, die mir viel Material über die fränkischen Weintourismus-Konzepte einbrachte. Dort stieß ich auch zum ersten Mal auf Dr. Hermann Kolesch, der dort häufig als Verfasser von Schriften über die fränkische Weinkulturlandschaft genannt wurde. Ich kontaktierte ihn mit der Bitte um ein Interview, dass letztlich das Format eines hochinformativen Fachgesprächs annahm.
So wurde dieser inspirierende Austausch zum zweiten Brückenpfeiler meiner Arbeit – vor allem was ihren „fränkischen“ Kern betrifft.

4. Inhalt

Zunächst wird in die zwei großen Themenfelder der Arbeit eingeführt, um die Rolle Frankens als Prototyp für ein besonders erfolgreiches weintouristisches Konzept zu zeichnen: Den Weintourismus und die fränkische Weinkulturlandschaft.
Nach einer Definition des Weintourismus und Weintouristen in Kapitel 2 wird schnell die Problemstellung klar, dass sich viele Überschneidungen mit anderen Arten des Tourismus ergeben. Die Reisemotivation des Einzelnen ist also oft nicht eindeutig zu erkennen.

Um später das Thema mit dem Fränkischen Weintourismuskonzept zu verknüpfen, ist es in Kapitel 3 geboten, sich mit der Geschichte, den wichtigsten Kennzahlen sowie mit den besonderen Merkmalen Frankens auseinanderzusetzen. Dabei wird ein grober Umriss der fränkischen Weinkultur gegeben, in dem sich der schwierige Weg des Frankenweins bis zum heutigen Tage zeigt. Die Betrachtung der besonderen Gegebenheiten bringt eine gewisse Anzahl an Flaggschiffen hervor, insbesondere die lange Silvanerkultur und die einmalige Bocksbeutelform. Dabei soll deutlich werden, dass Eigenarten im Vermarktungskonzept ein starkes Regionsprofil kreieren.

Kapitel 4 stellt nun Synergien vor, die Attraktivitätsfaktoren einer Weinregion ausmachen. Mit Blick auf das Modell der 4 Erlebnissphären wird schnell klar, das Synergien weit über reine wirtschaftliche Synergien verschiedener Akteure hinausreichen müssen, um ein erfolgreiches Konzept des Weintourismus zu etablieren. Ein bloßes Geflecht aus wechselseitig nützlichen Kooperationen, wie es in vielen Weinregionen vorherrscht, würde nicht ausreichen, um eine Vorreiterrolle als Destination einzunehmen.
So wird im weiteren Verlauf der Fokus mehr auf die großen Synergien gelegt, die mit ihrem Zusammenspiel eine Weinkulturlandschaft entstehen lassen. Es folgt die Vorstellung zweier fränkischer Erfolgskonzepte, die als beispielhaft gelten können.
Im kleineren Kontext wird anschließend dieses Synergienspiel am Beispiel eines Weingutes umrissen.

Schließlich folgt in Kapitel 5 ein Blick auf die Zukunftsperspektiven, die auf den heutigen Veränderungen und Herausforderung begründet sein müssen und nicht auf einer Weintourismus-Utopie. Für einen Ausblick werden zukünftige Trends im Weintourismus betrachtet.

5. Fazit

Im Fazit wird schließlich die Anfangsfrage wieder gestellt, ob Franken im Kontext des Weintourismus als Modell für andere Regionen dienen kann. Anhand des umfangreichen, ganzheitlichen Konzeptes, das dort entstanden ist, muss diese Frage klar bejaht werden.
Vor allem Wein.Schöner.Land. und terroir.f sind herausragende Beispiele für Strategien zur Entwicklung des Tourismus. Hinzu kommt eine allumfassende Online-Präsenz sowie die besondere Zusammenarbeit des Weinlands Franken mit dem Bundesland Bayern.