

Anwendung von GIS und Geomarketing im Weintourismus

Zusammenfassung der Diploma - Arbeit

Motivation

Berufsbedingt befasse ich mich schon seit mehr als 15 Jahren mit verschiedenen Anwendungen von Geoinformationssystemen (GIS). In diesem sehr dynamischen Umfeld ist in den letzten Jahren eine rasant steigende Verfügbarkeit an den verschiedensten räumlichen Daten zu beobachten. Das Nutzen der räumlichen Informationen in den meisten Planungsprozessen ist enorm – so auch bei der Planung der Angebote im Bereich des Weintourismus. Die Fähigkeit, diese Informationen richtig nutzen und analysieren zu können erweist sich in diesem Bereich als bedeutend, um erfolgreich zu sein.

Die Weinbauregion Zürichsee ist als Untersuchungsgebiet daher sehr interessant, weil sie trotz ihrer Nähe zum einem der großen Touristenziele in der Schweiz, Zürich, sehr lokal geprägt geblieben ist. Außerdem sind für dieses Gebiet eine Vielzahl an kostenlosen räumlichen Daten verfügbar, die online auf den Webseiten der zuständigen Behörden zugänglich sind und die für die angedachte Analyse grundlegend sind. Mit der Weinbauregion Zürichsee bin ich insofern persönlich sehr verbunden, als dass ich hier schon seit einigen Jahren lebe und viele Zürichsee Winzer persönlich kenne und schätze.

Fragestellung / Zielsetzung

Das Ziel war, ein GIS für die Weinbauregion Zürichsee zu erstellen. Dieses soll zunächst das aktuelle Angebot der Weinregion Zürichsee darstellen. Im nächsten Schritt sollen verschiedene räumliche Analysen im eigens erstellten GIS Projekt dabei helfen, das weintouristische Angebot der Region optimal planen zu können, abhängig von den folgenden Zusammenhängen in der Weinbauregion: wo befinden sich die Weingüter, wer sind die Kunden der Weinbauregion und wo befinden sie sich, wo befinden sich die aktuelle weintouristische Inhalte, was fehlt dabei noch und wo und wie kann man das Angebot so gestalten und ausweiten, dass es sich räumlich optimal ergänzt sodass es den größten Nutzen für alle hat?

Methodik

Zu aller erst wurde eine umfassende Recherche zu Weintourismus selber und dann ebenfalls deren Verbindung zu Geomarketing und GIS durchgeführt. Dafür wurden verschiedene Fachzeitschriften und Fachliteratur sowie Studien zum gegebenen Thema und darüber hinaus Internetseiten von Weinvereinigungen und Tourismusverbänden studiert. Die praktische Anwendung der aufgezeigten Methodologien wurde am Beispiel der Weinregion Zürichsee gezeigt. Dafür wurde das weintouristische Angebot dieser Region detailliert untersucht: es wurden Internetseiten vom Branchenverband Zürcher Wein, Swiss Wine Promotion und des Vereins Zürich Tourismus

Zusammenfassung: Anwendung von GIS und Geomarketing im Weintourismus

Klaudija Scitovski, Kandidatennummer: 200012, Mai 2022

recherchiert. Außerdem wurde ein Interview mit dem Winzer Erich Meier und verschiedene inoffizielle Gespräche mit anderen Winzern aus der Weinregion Zürichsee geführt.

Mit Hilfe dieser Erkenntnisse und dazugehörigen relevanten räumlichen Daten wurde ein GIS Projekt des weintouristischen Angebotes der Weinregion Zürichsee in der opensource GIS Software QGIS erstellt.

Inhalt

Im ersten Teil der Arbeit werden die Zielsetzung und die Methodologien definiert. Nachfolgend wird eine Analyse des aktuellen Weintourismus-Angebotes der Weinregion erstellt. Schließlich wird ein GIS Projekt des weintouristischen Angebotes der Weinbauregion Zürichsee in der opensource GIS Software QGIS erstellt. Die dazugehörigen räumlichen Daten werden dafür vom Kanton Zürich und Swisstopo bezogen, die online frei verfügbar sind und ein Teil der räumlichen Daten wird selbst digitalisiert. Mit Hilfe des GIS Projektes, das mit diesen Daten aufgebaut wurde und einigen räumlichen Analysen sowie Methoden des Geomarketing wird der aktuelle Stand des weintouristischen Angebotes der Weinbauregion analysiert und ein Vorschlag zur Optimierung der Planung des Angebotes gegeben. Ebenfalls wird anhand der gewonnenen Erkenntnisse das Nutzen des GIS und Geomarketing für die Weiterentwicklung des weintouristischen Angebotes der Weinbauregion erläutert.

Fazit

Vieles macht die Weinbauregion Zürichsee schon richtig: dessen Motto ist im Sinne des heutigen Trends «*Think global, drink local*». Die Weinbauregion ist klein, lokal geprägt, obwohl sie sich in der Nähe der Metropole Zürich befindet und bietet lokale, ehrliche Produkte an sowie kleine, traditionsreiche Veranstaltungen. Die Qualität der Produkte und des weintouristischen Angebotes wird hier großgeschrieben und es wird immer mehr auf Nachhaltigkeit und Innovation gesetzt.

Obwohl das weintouristische Angebot der Region schon gut aufgestellt ist, besteht trotzdem noch Optimierungspotenzial: es fehlen Themenwander- und Radwege auf das Thema Weinbau in der Nähe der Weingüter und der Weinberge. Diese könnten im GIS so geplant werden, dass sie in der Nähe einiger Weingüter verlaufen. Auf diese Weise könnten noch weitere weintouristische Angebote geplant werden.

Ein gut aufgestelltes GIS könnte außerdem zur optimalen Nutzung der gegebenen Infrastruktur und zur Kostenoptimierung im weintouristischen Segment genutzt werden.