

## Medienmitteilung

**Sperrfrist: Mittwoch, 26. April 2017, 17.30 Uhr**

### Investitionen, die den Anforderungen entsprechen

26. April 2017. Die Generalversammlung 2017 des Freiburger Tourismusverbandes fand heute Mittwoch in Murten statt. Dabei wurde die Wichtigkeit des Beitrages des Tourismus zum BIP des Kantons bestätigt. Dieser Beitrag beläuft sich momentan auf 1,3 Milliarden. Um ihn zu vergrössern, müssen in den kommenden 15 Jahren umfangreiche Investitionen getätigt werden. Das Freiburger Tourismus-Observatorium seinerseits erhält durch die Daten der neuen kantonalen Gästekarte noch präzisere Informationen. Und obwohl die Logiernächte einen leichten Rückgang von 1,3 % erfahren, können mehr Gäste aus Frankreich und Italien verzeichnet werden.

Um den Jahresbeitrag des Tourismus zur kantonalen Wirtschaft bis 2030 auf zwei Milliarden Franken zu verdoppeln, sind verstärkte Investitionen notwendig. Diese Feststellung geht aus einer Studie hervor, welche im November 2016 als Antwort auf das Postulat der Grossräte Nadine Gobet und Yvan Hunziker an den Grossen Rat übergeben wurde. Gemeinsam mit der Fachhochschule Westschweiz in Siders führte der Freiburger Tourismusverband (FTV) diese Studie durch, welche ein grosses Bestandsverzeichnis der zukünftigen Entwicklungsprojekte in Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusorganisationen des Kantons umfasst.

Die 92. Generalversammlung des Freiburger Tourismusverbandes war für seinen Direktor Pierre-Alain Morard auch Gelegenheit, die Daten aus dem Freiburger Tourismus-Observatorium zu kommentieren. Dieses wertvolle Analyse-Tool konnte schon das zweite Jahr in Folge wertvolle Zahlen über das Verhalten der Gäste in Fribourg Region liefern. Im 2016 kamen noch die Daten der kantonalen Gästekarte « Be my Guest » dazu. Das interaktive Armband liefert Kennzahlen (Herkunft, Reisemotiv und -dauer, Unterkunftsart, besuchte Aktivitäten) von über 120'000 Logiernächten in der Hotellerie und der Parahotellerie.

### Eine neuer kantonale Internet-Auftritt

Die Neugestaltung des kantonalen Internet-Auftrittes [www.fribourgregion.ch](http://www.fribourgregion.ch) war eines der grossen Projekte der Marketing-Abteilung. Im Herbst wurden die neuen Websites von Fribourg Region und den sieben regionalen Tourismusorganisationen gestaffelt online geschaltet. Neben dem neuen Design wurden die Websites mit einem neuen Managementsystem ausgestattet, um den Besuchern spezifische, an ihre Suchanfragen angepasste Inhalte anzubieten. 2016 besuchten über 3,5 Millionen Benutzerinnen und Benutzer die zehn Websites von Fribourg Region. Dies entspricht einem Zuwachs von insgesamt 1,21 %. Sie verbrachten 2 Minuten auf der Website und schauten drei Seiten an, was ein guter Durchschnitt ist.

Fribourg Region stellte das Jahr 2016 – wie auch Schweiz Tourismus – ganz ins Zeichen der « Grand Tour of Switzerland ». Lonely Planet veröffentlichte einen 76-seitigen Mini-Guide zum Thema für den französischen Markt. Das grösste deutsche Verlagshaus « Gruner & Jahr » veröffentlichte eine Sonderbroschüre über Fribourg Region als Beilage der Zeitschriften GEO und Stern und erreichte damit 1,48 Mio. Leser. Fribourg Region war auch auf den Märkten Belgien und Spanien aktiv. Dazu kam die eigene Schweizer Kampagne unter dem Motto « So schmeckt der Sommer in Fribourg Region ». Die Medienarbeit ergab im 2016 total 72,2 Mio. Kontakte aus rund 26 Medienreisen.

### **Schweizer Gästezahlen stabil**

Die Logiernächte in der Hotellerie verbuchten 2016 einen leichten Rückgang von 1,3 %. Mit einem Marktanteil von 63,4 % in der Hotellerie bleibt die Zahl der nationalen Gäste stabil. Bei den Nahmärkten fallen Frankreich (+ 3,6 %) und Italien (+14,4 %) positiv auf. Die Gästezahlen aus Deutschland hingegen – wie übrigens in der gesamten Schweiz – sinken stetig. Für alle Unterkunftstypen zusammengenommen zählt Fribourg Region 1'701'886 Übernachtungen; der Rückgang um 3,7 %, lässt sich durch den starken Rückgang der Gästezahlen der Campingplätze erklären: Im Jahr 2015 fanden zwei Ferienlager statt, die allein mehr als 27'000 Übernachtungen generierten.

Zu den wichtigsten Ereignissen im 2016 gehörte auch die Übernahme der Führung des FTV bei der Vereinfachung der touristischen Strukturen. Mit dem Projekt « DMO X - Lean Destination Management » nimmt die Vernetzung aller touristischen Kompetenzen von Fribourg Region Form an. Dieses von Innotour unterstützte Projekt konzentriert sich auf das, was für den Kunden Mehrwert schafft, und lässt den Rest aussen vor.

Der Tätigkeitsbericht 2016 kann hier eingesehen werden: <http://www.fribourgregion.ch/de/Z5237>

### **Weitere Informationen:**

**Pierre-Alain Morard, Direktor Freiburger Tourismusverband**

Tel. 075 434 97 96, E-Mail [secretariat@fribourgregion.ch](mailto:secretariat@fribourgregion.ch)