

Medienmitteilung

Die Freiburger Gäste unter der Lupe

3. März 2023. Die Schönheit der Landschaften, die kulturellen Besonderheiten und die touristischen Attraktionen sind die ausschlaggebenden Faktoren für einen Aufenthalt im Kanton Freiburg. Die Ergebnisse der vom Freiburger Tourismusverband in Auftrag gegebenen Verhaltensstudie untermauern die strategischen Entscheidungen, mit denen die neuen Erwartungen und Bedürfnisse der Gäste erfüllt werden sollen. Die Tourismusakteure verfügen nunmehr über ein Referenzdokument für die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus mit einem hochwertigen Angebot. Punkto Logiernächte zeigt die Bilanz 2022 eine erfreuliche Annäherung an die Zahlen des Rekordjahrs 2019.

Um sich ein besseres Bild von den Erwartungen und dem Verhalten der Gäste machen zu können, beauftragte der Freiburger Tourismusverband (FTV) die Beratungsagentur M&BD Consulting mit der Durchführung einer Verhaltensstudie. Die Analyse, die parallel zur Totalrevision des Gesetzes über den Tourismus und seines Reglements stattfand, bekräftigt den Inhalt mehrerer strategischer Dokumente, namentlich des White Papers über den Schweizer und Freiburger Tourismus, der Entwicklungsstrategie für den Freiburger Tourismus sowie der Marketing- und Kommunikationsstrategie.

Erhebung von qualitativen und quantitativen Daten

Als Grundlage der Studie dienten 106 Einzelgespräche, eine Beobachtung des Gästeverhaltens an wichtigen Orten sowie 1'249 Antworten auf Fragebögen, die online verbreitet wurden. Um ein möglichst repräsentatives Panel sicherzustellen, wurden die Daten in zwei Etappen gesammelt, während eines Zeitraums von sechs Monaten im Jahr 2021 und von drei Monaten im Jahr 2022. Die Studie identifiziert namentlich drei Hauptfaktoren, die den Ausschlag für einen Aufenthalt im Kanton geben: Aktivitäten, Gastronomie und Unterkunft.

Bei den Höhepunkten ist ohne grosse Überraschung festzustellen, dass das Image der Region mit Gruyères, dem gleichnamigen Käse, den Seen und der Stadt Freiburg assoziiert ist. Die befragten Gäste kamen hauptsächlich aus den Nachbarkantonen Bern und Waadt, während Frankreich und Deutschland die wichtigsten ausländischen Märkte sind. 46 % der Besuchenden waren Tagesausflügler/-innen, Hotels sind jedoch weiterhin der wichtigste Unterkunftstyp, vor Campingplätzen und kostenlosen Unterkünften bei Freunden oder Familie. Die Gastronomie und die regionalen Produkte überzeugten die Gäste, 48 % nahmen eine oder zwei Mahlzeiten im Restaurant ein. Bei den zwei bis drei täglichen Aktivitäten führte die Verkostung regionaler Speisen die Rangliste an (69 %), vor dem Besuch einer natürlichen Sehenswürdigkeit (66 %).

Die gemeinsame Website, eine begehrte Informationsquelle

Die Gäste informierten sich vor ihrem Aufenthalt bevorzugt auf den Internetseiten der Freiburger Tourismusorganisationen. Dieses Verhalten bestätigt die Aufschaltung der gemeinsamen Website des FTV und seiner Destinationen im vergangenen Jahr. Mundpropaganda, ein personalisierter Empfang und mobile Info-Punkte sind ebenfalls beliebte Informationsmittel bei den Gästen. In allen Altersgruppen gaben 83 % der Kundinnen und Kunden während und nach ihrem Aufenthalt jedoch keine Bewertung in den sozialen Netzwerken oder auf einer Bewertungsplattform ab.

Die Schönheit der Landschaften, das Sicherheitsgefühl und das historische Erbe erreichten bei der Zufriedenheit des Aufenthalts mit mehr als 8,9 Punkten auf einer Skala von 1 bis 10 die höchsten Werte. Die Tourismusakteurinnen und -akteure müssen die Elemente, welche bei den Gästen für die grösste Zufriedenheit sorgen, somit weiterhin fördern und dabei gleichzeitig diejenigen verbessern, die niedrige Ergebnisse erzielen. Damit wird die Gesamtqualität des

Angebots verbessert. Erfreulicherweise geben 80 % der Befragten an, dass sie den Kanton Freiburg erneut als Ziel für einen Tagesausflug oder einen Aufenthalt wählen würden.

Ein breites Spektrum an Empfehlungen

Die Erkenntnisse, die im Rahmen der Studie zum Verhalten der Gäste gewonnen wurden, liefern eine wichtige Grundlage für die Entwicklung des Freiburger Tourismus. Dies macht die Analyse zu einem kostbaren strategischen Tool für die kantonalen und regionalen touristischen Einheiten. Die Marketingmassnahmen müssen abhängig von ihrer Durchführbarkeit und dem möglichen Einfluss auf ihre Umsetzung, die bisweilen allein bei den Leistungserbringenden liegt, mit stichhaltigen Empfehlungen bereichert werden. Erschliessung durch den öffentlichen Verkehr, Sensibilisierung für den nachhaltigen Tourismus, Qualität und Taktung des Angebots – all diese Ansätze müssen in den nächsten Jahren verfolgt werden.

Den vollständigen Bericht zum Besucherverhalten finden Sie anbei.

Bilanz der Logiernächte 2022: erfreuliche Rückkehr der Gäste

Obwohl sanitäre Massnahmen in den ersten vier Monaten des Jahres noch einen starken Einfluss auf die kommerziellen Logiernächte hatten, zeigt die Gesamtbilanz 2022 eine erfreuliche Zunahme von nahezu 22 % im Vergleich zum Vorjahr (903'419 Übernachtungen). Die Freiburger Hotellerie erreicht mit 473'639 Übernachtungen das Niveau des Spitzenjahrs 2019. Die Schweizer Gäste bleiben dem Kanton treu und halten mit 73,6 % erneut den grössten Marktanteil an den Hotelübernachtungen, während sich der Anteil an Gästen aus dem näheren Ausland weiter sehr positiv entwickelt.

Die Entwicklung der Übernachtungen in der Parahotellerie variiert je nach Unterkunftstyp, bleibt aber generell wachsend. Die spektakuläre Zunahme der Übernachtungen in Gästezimmern (+85,7 % zwischen 2019 und 2022) wirkt sich besonders auf die Ergebnisse aus. Gruppenunterkünfte sowie die Vermietung von Ferienhäusern und -wohnungen sind im Aufwind, während die Anzahl der Übernachtungen auf Campingplätzen stabil bleibt.

Besucherzahlen von Sehenswürdigkeiten steigen stark an

Die Besucherzahlen von Museen, Sehenswürdigkeiten und touristischen Attraktionen steigen nach Aufhebung der sanitären Massnahmen sprunghaft an. Die wichtigsten touristischen Sehenswürdigkeiten, wie etwa das Maison Cailler oder La Maison du Gruyère, bleiben 2022 jedoch hinter den Zahlen von vor der Pandemie zurück, da insbesondere Gäste aus fernen Märkten noch vorsichtig zurückkehren.

Eine Auswahl an Videos und Fotos finden Sie anbei.

Unter www.fribourgregion.ch/medien, respektive auf der [flickr-Bilddatenbank](#), finden Sie eine grosse Auswahl an Pressefotos, die wir Ihnen gerne in hoher Auflösung zustellen.

Kontaktpersonen:

Pierre-Alain Morard, Direktor des Freiburger Tourismusverbands

Tel. 075 434 97 96, secretariat@fribourgregion.ch.

Christophe Renevey, stellvertretender Direktor des Freiburger Tourismusverbands

Tel. 079 321 03 45, christophe.renevey@fribourgregion.ch.

Elvis Gonzalez, CEO M&BD Consulting

Tel. 078 766 33 33, eg@mbdconsulting.ch.