

Tätigkeitsbericht 2023

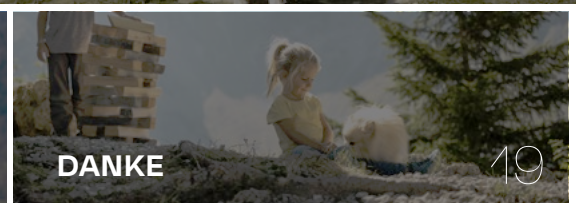
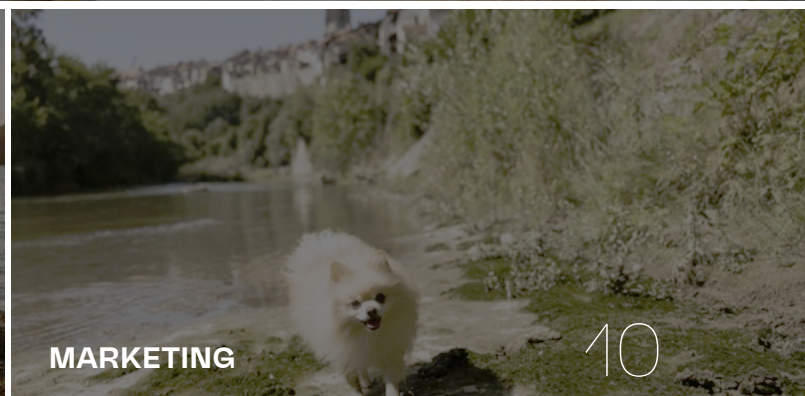
Freiburger Tourismusverband – 99. Geschäftsjahr



FRIBOURG

SUISSE SCHWEIZ
SWITZERLAND

INHALT





JEAN-PIERRE DOUTAZ
Präsident des FTV

PIERRE-ALAIN MORARD
Direktor des FTV

2023 IM RÜCKBLICK

Der Präsident und der Direktor des FTV lassen das Jahr 2023 Revue passieren und geben sich angesichts der Innovationskraft des Freiburger Tourismus zuversichtlich.

Gehört die Pandemie in Anbetracht der grossartigen Ergebnisse 2023 der Vergangenheit an?

Jean-Pierre Doutaz: Die Pandemie geht als prägendes Ereignis in die Geschichte des Freiburger Tourismus ein. Dank der Anpassungsfähigkeit und der Resilienz der touristischen Leistungserbringenden und Organisationen konnte sich dieser jedoch rasch und besser erholen als erwartet.

Pierre-Alain Morard: Es gibt angenehmere Erinnerungen, aber zum Glück ist wieder Normalität in unser Leben eingekehrt. Die hervorragenden Ergebnisse 2023 sind die Belohnung für eine echte Teamdynamik und die grosse Vielfalt des Angebots im gesamten Kanton.

Welches Projekt hat den Tourismus im letzten Jahr besonders geprägt?

JPD: Die Bestimmungen im Zusammenhang mit der Aufenthaltstaxe schliessen das Inkrafttreten des neuen Gesetzes über den Tourismus ab. Auch die Annäherung von Kultur und Tourismus eröffnet neue Chancen für die Veranstaltungsbranche und ihre verschiedenen Akteurinnen und Akteure.

PAM: Die Fähigkeit der Leistungserbringenden, sich ungeachtet aller Stolpersteine wieder voll auf das Geschäft zu konzentrieren. Mein prägendstes Ereignis war jedoch das Fest anlässlich der Eintragung der Alpsaison in die Liste des immateriellen Kulturerbes der UNESCO, das war ein emotionaler Anlass.

Wie lassen sich Nachhaltigkeit und Touristenströme vereinbaren?

JPD: Das eine darf das andere nicht behindern. Im Zuge der nachhaltigen Entwicklung müssen Leistungserbringende die sanfte Mobilität in ihr Angebot aufnehmen, um es Gästen zu ermöglichen, den Reichtum unserer Region zu entdecken. Die direkte Bahnverbindung Bern–Broc–Chocolaterie, die von Norden nach Süden durch den Kanton führt, wird dem sehr gut gerecht.

PAM: Damit dies gelingt, braucht es – nebst viel gesundem Menschenverstand und Taktgefühl – eine gute Kenntnis der Produkte und der Anforderungen der Gäste. Die Ergebnisse der Studie zum Besucherverhalten helfen uns dabei und leiten unsere strategischen Entscheidungen.

Die Region Freiburg hat viele wertvolle Trümpfe, auf welche Karte sollte sie vorrangig setzen?

JPD: Die kleinste Tourismusregion der Schweiz muss sich solidarisch und vereint zeigen, um auf nationaler Ebene präsent und attraktiv zu sein. Die Massnahmen, die während der Pandemie umgesetzt wurden, haben gezeigt, dass nur ein koordiniertes Vorgehen und eine Zusammenlegung der Mittel eine grössere Schlagkraft sicherstellen können.

PAM: Auf Einzigartigkeit, Authentizität, Digitalisierung und Ambition, die den Takt unseres Handelns vorgeben. Zudem sollte sie noch ein paar Asse im Ärmel haben, um dafür zu sorgen, dass die Gäste wiederkommen wollen: Der Kanton Freiburg ist ein Land der Herausforderungen!

1. WICHTIGE ZAHLEN

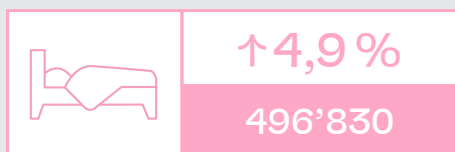
2023 – ein Rekordjahr!

Ähnlich wie der Schweizer Tourismus weist auch die Freiburger Bilanz 2023 Rekordergebnisse auf, dies sowohl bei den Logiernächten als auch bei den Besucherzahlen der Sehenswürdigkeiten. Die Zahlen übertreffen jene von 2019, das bisher als Spitzenjahr galt.

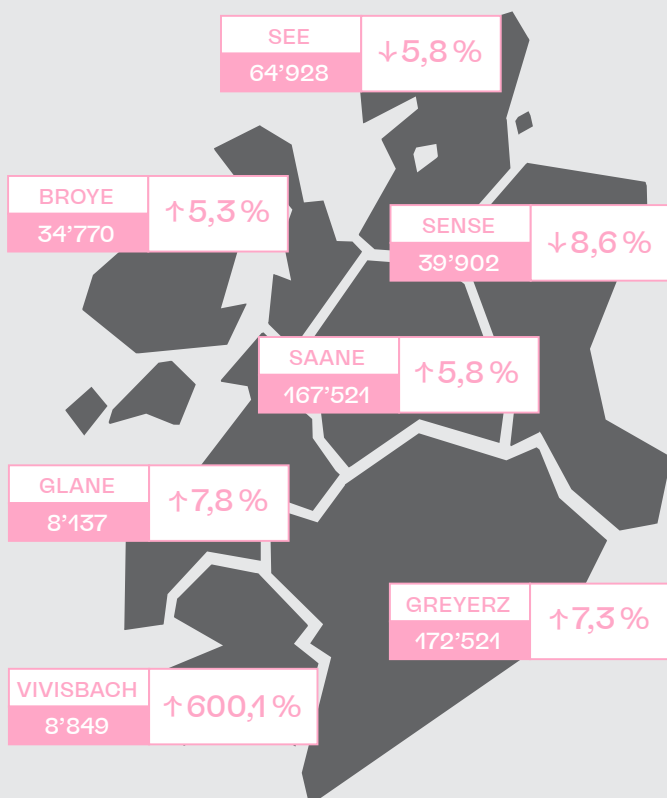
HOTELLERIE

Mit fast 500'000 Logiernächten verzeichnete die Hotellerie einen Anstieg um 5 %, wobei in den meisten Bezirken eine erfreuliche Entwicklung festzustellen ist. Im Greyerzbezirk war die Zunahme besonders deutlich, die positive Entwicklung bestätigte sich jedoch vor allem auch in den Bezirken Saane, Glane und Vivisbach.

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE



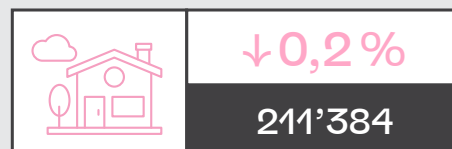
LOGIERNÄCHTE NACH BEZIRK



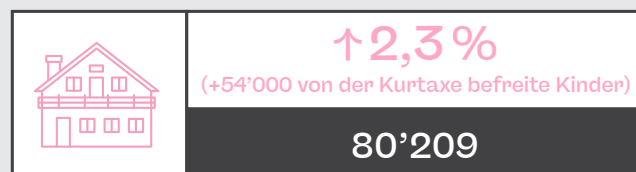
PARAHOTELLERIE

Die kommerzielle Parahotellerie verzeichnete fast 365'000 Logiernächte. Während bei den Gästezimmern eine gewisse Stabilität herrscht, weisen die Campingplätze seit der Pandemie einen starken Anstieg der Durchreisegäste auf. Die Zahlen für die Kollektivunterkünfte enthalten nun keine Übernachtungen von Kindern bis zum vollendeten 16. Altersjahr mehr, da diese seit dem Inkrafttreten des neuen Gesetzes über den Tourismus von der Aufenthaltstaxe befreit sind. Fürs Jahr 2023 werden sie auf 54'000 geschätzt.

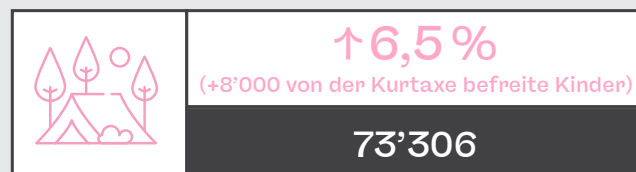
MIETWOHNUNGEN / B&B / AIRBNB



KOLLEKTIVUNTERKÜNFTE



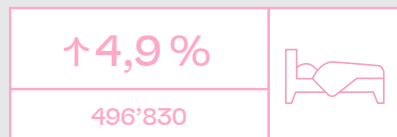
CAMPINGPLÄTZE (DURCHREISENDE)



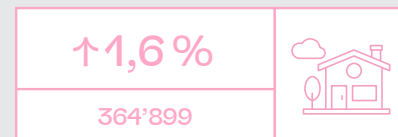
KOMMERZIELLE LOGIERNÄCHTE

Die globalen kommerziellen Logiernächte verzeichneten einen Anstieg um 3,5% (861'729 Logiernächte). Die Vielfalt des Unterkunftsangebots bietet eine Alternative zur Hotellerie.

HOTELLERIE



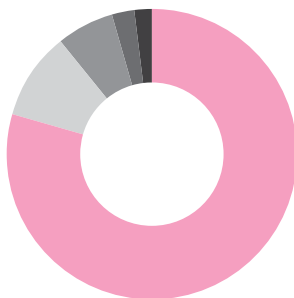
PARAHOTELLERIE



TOTAL 861'729 ↑3,5%

GÄSTEHERKUNFT UND MARKTANTEILE IN DER HOTELLERIE

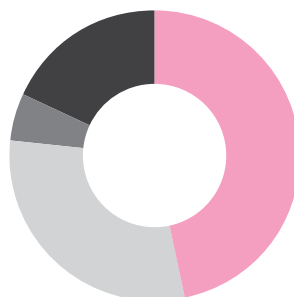
Die Schweizer Gäste blieben dem Kanton mit einem Marktanteil von fast 70% treu. Die Zunahme der Gäste aus dem Nachbarland Frankreich und anderen Ländern der Eurozone ist erfreulich.



Land	Logiernächte	Marktanteile
 Schweiz	343'047	69%
 Frankreich	42'595	8,6%
 Deutschland	26'649	5,4%
 Italien	11'081	2,2%
 Spanien	7'927	1,6%

ZWEITWOHNUNGSSEKTOR

Im Zweitwohnungssektor entfiel fast die Hälfte der 6'000 Pauschaltaxen für Eigentümerinnen und Eigentümer auf Chalets und Ferienwohnungen.



 Zweitwohnungen	2'860
 Wohnmobile	1'834
 Wohnwagen	317
 Wohnschiffe	1'104
TOTAL	6'115

MUSEEN, ATTRAKTIONEN UND TOURISTISCHE SEHENSWÜRDIGKEITEN

Dank der Rückkehr der Gäste aus den Fernmärkten und einem ganzjährigen Betrieb waren die Besucherzahlen der Museen, Attraktionen und touristischen Sehenswürdigkeiten deutlich höher als vor der Pandemie. Im Durchschnitt wurde ein Anstieg von 15% verzeichnet, die Top 5 empfingen sogar mehr als 1,4 Millionen Besuchende, ein Plus von 20%.

MAISON CAILLER, BROCC



PAPILIORAMA, KERZERS



LES BAINS DE LA GRUYÈRE, CHARMEY



LA MAISON DU GRUYÈRE, PRINGY



SCHLOSS GREYERZ, GRUYÈRES





2. STRATEGIE UND ENTWICKLUNG

Zwei strategische Projekte sind von nationaler Bedeutung, auf die die kleinste Schweizer Tourismusregion stolz sein kann.

So nutzen mehrere Regionen und Tourismusorte in der Westschweiz nun vollumfänglich oder teilweise die Funktionen der Online-Plattform «CheckIn-FR». Mehr als 460 Freiburger Unterkunftsanbieter nehmen an dem vom FTV initiierten Projekt zur Erfassung und Übermittlung der Gästedaten teil. Es ermöglicht insbesondere den automatischen Versand der kantonalen Gästekarte, mit der Gäste, die einen Aufenthalt in der Region verbringen, in den Genuss von insgesamt 33 Angeboten kommen.

Zudem stiess das von Innotour unterstützte Projekt «Data Warehouse» aufgrund seines innovativen Charakters auf grosses Interesse beim SECO. Es wird mit der Einführung einer Lösung für die Integration der verschiedenen Datenquellen fortgesetzt. Konkret konnten mit diesen Daten in einem ersten Schritt Reportings für die sozialen Netzwerke erstellt werden. Durch «Business Intelligence» ermöglicht

es das Projekt insbesondere, sich mit der Frage des Umgangs mit künstlicher Intelligenz zu befassen.

In diesem Zusammenhang erleichtert das neue Digital Asset Management-System (DAM) der Plattform Frontify die Bearbeitung digitaler Inhalte wie Bilder, Videos und Audio-Dateien. Das Listing und die Integration der Metadaten von mehr als 7'000 Fotos im Jahr 2023 bildet eine wertvolle Arbeitsgrundlage. Dieses professionelle Werkzeug, das den RTO und Terroir Fribourg zur Verfügung steht, wird auch den Anforderungen der Medien gerecht.

Die Entwicklungsstrategie des Freiburger Tourismus 2024–2030 knüpft an das White Paper «Schweizer und Freiburger Tourismus» und das Inkrafttreten des neuen Gesetzes über den Tourismus (TG) und seines Reglements (RT) an. Mit 12 Achsen stärkt sie die Entwicklung und die Professionalisierung der vom TG anerkannten Rechtseinheiten und trägt dabei gleichzeitig der gesellschaftlichen Entwicklung, der Digitalisierung und der Nachhaltigkeit Rechnung.

Aus dieser Strategie wird die evolutive Marketing- und Kommunikationsstrategie abgeleitet, die in Zusammenarbeit mit den RTO und den Dachverbänden des Tourismussektors erstellt wird.

Den im März präsentierten Ergebnissen der Studie zum Gästeverhalten liegen Daten zugrunde, die in den Jahren 2021 und 2022 gesammelt wurden, um sich auf ein möglichst repräsentatives Panel stützen zu können. Der Schlussbericht unterstreicht, dass das Angebot für die Nachfrage angemessen ist, und hebt die von den Leistungserbringenden in den sieben Bezirken geleistete Arbeit hervor. 94 % der Gäste, die Natur, Traditionen und kulinarische Erlebnisse suchen, sind mit ihrem Aufenthalt im Kanton zufrieden. Die Entwicklung des Angebots der öffentlichen Verkehrsmittel und der sanften Mobilität dürfte das Verhalten der Gäste, von denen 61 % mit einem privaten oder gemieteten Fahrzeug anreisen, früher oder später ändern. Zahlreiche Empfehlungen werden zurzeit analysiert und umgesetzt.

Das gemeinsame digitale System für die Finanzbuchhaltung und die analytische Buchhaltung, das aus dem Projekt FIT'NG 2021 (Fribourg Innovation Tourism for Next Generations) hervorgegangen ist, nimmt Form an. Dem FTV wurde 2023 das Mandat für die betriebliche Verwaltung der Buchhaltung der RTO Romont und Schwarzsee-Senseland Tourismus anvertraut, 2024 kommt die Association Touristique de la Broye dazu. La Gruyère Tourisme nutzt das Buchungssystem, kümmert sich jedoch weiterhin selbst um die Verwaltung.

Am 5. Dezember 2023 nahm die UNESCO die Alpsaison in die Repräsentative Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit auf. Der FTV beteiligte sich an der Organisation der offiziellen Feier, an der auch Bundespräsident Alain Berset teilnahm. Die Eintragung der Alpsaison stärkt die Zusammenarbeit zwischen den Kantonen und den Tätigkeitsbereichen mit dem Ziel, diese lebendige Tradition aufzuwerten und zu bewahren.





3. INSTITUTIONELLE AKTIVITÄTEN

3.1. STATUTARISCHE AKTIVITÄTEN

Die 98. Generalversammlung des FTV, die in Estavayer-le-Lac stattfand, verlängerte das Mandat der Vorstandsmitglieder und ihres Präsidenten Jean-Pierre Doutaz für weitere vier Jahre. An der Versammlung nahmen ausserdem zwei besondere Gäste teil, die den Werten des Kantons verbunden sind: Thierry Jobin und Gustav. Die neue Markenbotschafterin Mathilde Gremaud grüsste die Versammlung per Videobotschaft.

Gemäss den Statuten genehmigte der Vorstand die Ernennung von Vizepräsident Daniel Lehmann, Präsident des Regionalverbands See. Er bestätigte die Zusammensetzung der Kommission für Marketing und Tourismusförderung sowie jene der Finanzkommission. Die Arbeitsgruppen «Kostenlose öffentliche Verkehrsmittel» und «Unterstützung für Veranstaltungen» versammelten sich jeweils einmal. Der Vorstand verlängerte die Marketingvereinbarung mit Jura & Drei-Seen-Land, die auch deren Entwicklungsstrategie 2024–2027 umfasst.

Unter dem Vorsitz von Serge Collaud und seiner Stellvertreterin Johanna Gapany begrüsst die Kommission für Marketing und Tourismusförderung zwei neue Mitglieder: Terroir Fribourg und den Freiburger Verband für Freizeit und Sport (FVFS). Sie unterstützte die Einweihung der Direktverbindung Bern–Broc-Chocolaterie (Maison Cailler) und arbeitete mit der COD an den verschiedenen Marketingkampagnen. Die Kommission befasste sich ausserdem mit ihrem Entscheidungs-, Verantwortungs- und Finanzierungsprozess.

3.2. INSTITUTIONELLE KOMMUNIKATION

Der Tätigkeitsbericht des FTV wird nicht mehr gedruckt, sondern steht nunmehr als PDF-Version und als animierte Version, die die Höhepunkte des Jahres 2023 hervorhebt, zur Verfügung. In acht Rubriken präsentiert die neue institutionelle Website uft-ftv.ch, die seit dem 1. April 2023 online ist, die Tätigkeiten der Dachorganisation des Freiburger Tourismus.

Pressefrühstück, Pressereisen und Medienmitteilungen – insgesamt wurde ein Dutzend Mitteilungen an Medien und institutionelle Empfängerinnen und Empfänger gesendet. Diese generierten sowohl im Internet als auch in der traditionellen Presse ein gutes Medienecho.

3.3. NACHHALTIGKEIT

Das Thema nachhaltiger Tourismus war nie aktueller. Der FTV erreichte 2023 Level 2 des Programms Swisustainable von Schweiz Tourismus (ST), an dem 60 Freiburger Unternehmen teilnehmen. Er leitet die Programmziele an Dachverbände weiter, um sie zu ermutigen, sich offiziell der Nachhaltigkeit zu verpflichten.

Der Schwerpunkt liegt auf der Zugänglichkeit des touristischen Angebots und wird durch die Unterzeichnung einer Charta der Initiative OK:GO und die Fortsetzung einer Zusammenarbeit mit Pro Infirmis Freiburg besiegelt. Die Website des FTV umfasst auf mehr als 300 Points of Interest, die von der Fachorganisation für Menschen mit Behinderung geprüft wurden, Piktogramme, die über die Zugänglichkeit Auskunft geben.

Der FTV wurde mit dem Label Carbon Fri der gleichnamigen Stiftung ausgezeichnet und erstellte einen Mobilitätsplan, um die CO₂-Ausstösse aus dem Geschäfts- und Pendelverkehr zu reduzieren. Er setzte zudem mehrere interne Massnahmen um: Reduzierung des E-Mail-Verkehrs um 21 % und der auf dem Server gespeicherten Dateien um 33 %, Rekordteilnahme an «Bike to work» und in die Marketingmassnahmen integrierte Sensibilisierungskampagne.

3.4. VERANSTALTUNGEN

Der Mitgliederabend des FTV am 6. September fiel mit dem Treffen der Präsidentin, der Vorstandsmitglieder und der Direktion von Schweiz Tourismus zusammen. Er fand im Maison Cailler statt und bot eine einzigartige Gelegenheit zum Austausch mit der nationalen Tourismusorganisation sowie zur Identifizierung gemeinsamer Probleme und möglicher Synergien.

Das Rendez-vous PROtourism, an dem Branchenfachleute teilnehmen, fand im August im Rahmen des LAC NOIR Schwarzsee Festivals statt. Im Jahr 2023 profitierten mehr als 800 Akteurinnen

und Akteure des Freiburger Tourismus vom Pass PROtourism, der vergünstigten oder kostenlosen und unbegrenzten Zugang zu 72 Angeboten bietet.

3.5. TOURISMUSFÖRDERUNGSFONDS DES KANTONS FREIBURG (TFF)

Unter dem Vorsitz von Staatsrat Olivier Curty trat der Verwaltungsausschuss des TFF, dessen Sekretariat vom FTV betrieben wird, 2023 dreimal zusammen. Er bestätigte die Fortsetzung der Finanzierung von 25 touristischen Infrastrukturprojekten und die Unterstützung der Erneuerung der elektrischen Anlagen der Standseilbahn Moléson. Der Ausschuss genehmigte drei Bau- oder Vergrößerungsprojekte für Hotels, gemäss den Kriterien des neuen Gesetzes über den Tourismus. Insgesamt verpflichtete sich der Fonds für das Berichtsjahr zur Bereitstellung von Mitteln in Höhe von 1,7 Millionen Franken.

Auf der Plattform www.fet-tff.ch können die verschiedenen Hilfen für kleine und grosse Projekte sowie Projekte von kantonaler Bedeutung beim TFF beantragt werden.

3.6. FREIBURGER ZENTRAKKASSE FÜR DIE AUFENTHALTSTAXE

Durch die Vereinheitlichung der Tarife der Aufenthaltstaxe per 1. Januar 2023 wurden die Mittel, die den RTO und dem FTV zur Verfügung stehen, erhöht. Kinder bis zum vollendeten 16. Altersjahr sind nun von der Zahlung der Taxe befreit.

Die Freiburger Zentralkasse für die Aufenthaltstaxe, die für das Inkasso der Aufenthaltstaxen im ganzen Kanton zuständig ist, überweist die regionale Aufenthaltstaxe monatlich an die RTO zurück. Die Einnahmen aus den kantonalen und regionalen Aufenthaltstaxen beliefen sich im Jahr 2023 auf 5,1 Millionen Franken, je 2,55 Millionen davon zugunsten der RTO bzw. des FTV.

Zum Dank für ihre Treue erhielten Zweitwohnungsbesitzende 6'200 GastroFribourg-Gutscheine im Wert von 25 Franken. Diese Sensibilisierungsmassnahme, die nach der Pandemie mit dem Versand von Gutscheinen und Tickets für die Bergbahnen und die Schifffahrtsgesellschaften eingeführt wurde, wird 2024 wiederholt.



4. MARKETING

KAMPAGNEN UND MÄRKTE: HÖHEPUNKTE

Die neue Territorialmarke «Freiburg» versammelt Akteurinnen und Akteure aus den Bereichen Tourismus, Gastronomie, Kultur und Sport unter einer Identität und soll das Image des Kantons fördern. Sie wird nun auf allen Informationsträgern und bei allen Werbemassnahmen der Region Freiburg verwendet.

Der FTV stärkte in diesem Zusammenhang im Jahr 2023 seine Zusammenarbeit mit Fribourgissima Image Fribourg und übernahm insbesondere die Leitung des Sekretariats während des Mutterschaftsurlaubs der Projektleiterin. Durch den engen Bezug zu den Tätigkeiten von Terroir Fribourg kümmert sich der FTV seit vergangenem Mai um die digitale Kommunikation des Vereins.

Die strategischen Kampagnen werden durch den Fonds für koordiniertes Tourismusmarketing finanziert und in Abstimmung mit der COD (Konferenz der Direktorinnen und Direktoren der RTO) beschlossen. Für jede Jahreszeit wird nunmehr eine eigene Marketingkampagne für die Schweizer Zielgruppe umgesetzt, mit Schwerpunkt auf der Deutschschweiz. Der FTV schliesst sich den Fördermassnahmen von Schweiz Tourismus auf den ausländischen Märkten an, nur für den deutschen Markt arbeitet er mit einer PR-Agentur zusammen.

Frühlingskampagne

Nachdem sie zwei Jahre in Folge vom Wiederankurbelungsplan profitiert hatte, wurde die Frühlingskampagne 2023 autonom durchgeführt. Es war die erste Kampagne mit der Marke «Freiburg», dementsprechend wurde deren Angebot auch auf der neuen Website fribourg.ch präsentiert.



6,5
Millionen

6,5 Millionen zusätzliche Ad Impressions dank programmatischem Marketing mit Bannern und Artikeln in den Online-Ausgaben zahlreicher Schweizer Medien

Herbstkampagne

Die digitale Kampagne «Herbst und Genuss» wurde zum dritten Mal in Zusammenarbeit mit Terroir Fribourg durchgeführt. Das erklärte Ziel lautete, die Sommersaison durch Kurzaufenthalte zu verlängern. Die Kohlenstoffemissionen bei der Vorbereitung der mit dem Label Carbon Fri ausgezeichnete Kampagne konnten um 8% reduziert werden.



4,6
Millionen

4,6 Millionen Ad Impressions in den sozialen Netzwerken, einschliesslich jener von Terroir Fribourg



21
Massnahmen

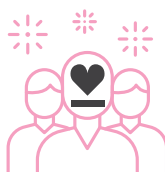
21 digitale Massnahmen generierten mehr als 23 Millionen Ad Impressions

Schweizer Sommerkampagne

Die Entdeckungsreise des kleinen Hundes Louki, der in den 7 Regionen des Kantons unterwegs war, diente der Sommerkampagne als roter Faden. Das originelle Videokonzept führte zu hervorragenden Ergebnissen beim Traffic auf der Landingpage, in den sozialen Netzwerken sowie bei anderen digitalen Massnahmen.

Winterkampagne

Die eigene Winterkampagne der Region Freiburg, die jeweils mit einem kleinen Budget auskommen muss, wurde 2023 nach demselben Konzept durchgeführt wie jene der drei anderen Jahreszeiten. Der Erfolg des «Guttjaar-Kalenders» erhöhte die einzelnen Besuche der Kampagnenseite und stellte einen neuen Winterrekord auf.



55'000
Teilnehmende

Mehr als 55'000 Teilnehmende am «Guttjaar-Kalender» im Januar

Internationale Kampagnen



556'000
Aufrufe

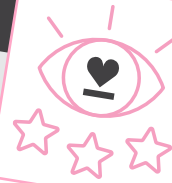
Rund 556'000 Aufrufe des Videos «Moitié-moitié – Die Mischung macht's» mit Gustav auf YouTube

Sommer

Die Sommerkampagne von Schweiz Tourismus (ST) bot der Region Freiburg eine Plattform erster Wahl, sowohl digital als auch im Printbereich. Die Multimedia-Story von Gustav, in der er unter anderem ein Fondue «moitié-moitié» genießt, kam auf YouTube sehr gut an. In Abstimmung mit Freiburg Tourismus und Region führte ST im Rahmen der Kampagne «Summer in the city» einige Werbeaktionen durch.

Winter

Die Winterkampagne, die von ST produziert und online in sechs Sprachen verbreitet wurde, umfasste vier Key Visuals der Region Freiburg. Mit Humor und Nachhaltigkeit wollte die für die Förderung des Schweizer Tourismus zuständige Organisation die Generation Z ansprechen.



6,9
Millionen

Insgesamt 6,9 Millionen Ad Impressions für die Region Freiburg auf den Print- und Online-Multichannels von ST

Kampagne Deutschland

Für die eigene Kampagne auf dem deutschen Markt arbeitete die Region Freiburg zum

letzten Mal mit der Münchener Agentur Wächter&Wächter zusammen.



17
Millionen

Publireportage in den verschiedenen digitalen Kanälen der Stuttgarter Zeitung mit 17 Millionen monatlichen Besuchen



4,6
Millionen

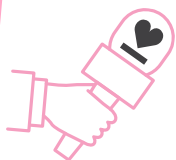
4,6 Millionen Ad Impressions in den sozialen Netzwerken durch 3 Influencerinnen und Influencer in Zusammenarbeit mit dem Online-Guide «Le Fooding»

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Frankreich

ST Frankreich setzte auf Massnahmen, die in Zusammenarbeit mit renommierten Medien,

Influencerinnen und

Bloggern durchgeführt wurden. Anlässlich der eigenen Kampagne der Region Freiburg fand in Paris ein exklusives Essen mit einem Menü vom Sternekoch der Pinte des Mossettes statt.



15
Medienschaffende

Empfang von 15 Journalistinnen und Journalisten bei einem Medienanlass in Barcelona

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Spanien

Die Massnahmen für Spanien konzentrierten sich auf die Medienarbeit, darunter eine Präsenz in den Online-Ausgaben mehrerer Zeitschriften. Eine Road Map lud Spanierinnen und Spanier mit einer Leidenschaft für Roadtrips ein, die nachhaltigen Versionen der Grand Tour of Switzerland zu entdecken.

BEZIEHUNGEN MIT MEDIEN, INFLUENCERINNEN UND INFLUENCERN

In Zusammenarbeit mit ST und den betroffenen Partnerinnen und Partnern empfing der FTV mehr als achtzig Vertreterinnen und Vertreter touristischer Medien sowie Influencerinnen und Influencer. Drei eigene Pressereisen für Schweizer Medien wurden initiiert.



404
Artikel

404 beeinflusste Artikel mit einer Reichweite von mehr als 140 Millionen Personen, davon mehr als ein Viertel in der Schweiz



84
Medienschaffende

Empfang von 84 Journalistinnen und Journalisten an 38 Multi-Destinations-Pressereisen, darunter drei vom FTV initiierte Gruppenreisen



5,2
Millionen

29 von Susi Schildknecht, die für die Medienbeziehungen in der Deutschschweiz zuständig ist, beeinflusste Artikel mit einer Leserschaft von 5,2 Millionen Personen

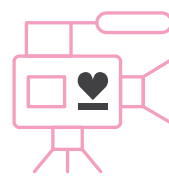
PUBLIKATIONEN

Die Abkehr von Messen und Tourismusinformationsstellen an den Autobahnraststätten A1 und A12 begrenzte die Abgabe von Broschüren auf die Tourismusbüros und die Partnerorganisationen der Region Freiburg.



17'000
Broschüren

Abgabe von insgesamt fast 17'000 Broschüren, darunter hauptsächlich jene mit den Highlights der Region Freiburg

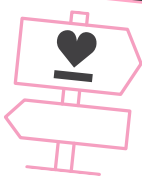


200
Videos

Dreh und interner Schnitt von 200 Videos und 2'000 Fotos in geeigneten Formaten für die verschiedenen sozialen Netzwerke

AUTOBAHNSCHILDER

Die Aufstellung von touristischen Hinweisschildern auf den Autobahnen dauert wegen des Genehmigungsprozesses länger als geplant, kann jedoch umgesetzt werden. Die acht von den RTO genehmigten Sujets für die Tourismusregionen des Kantons entsprechen den gesetzlichen Normen.



- Beim ASTRA zur Genehmigung eingereichtes technisches Dossier
- Anpassungen im Zusammenhang mit den Standorten erfordern die Einreichung eines zusätzlichen Dossiers
- Aufstellung der Schilder im Herbst 2024

BILD- UND VIDEOMATERIAL

Dank eines Content-Creator-Teams, das über hochmodernes Arbeitsmaterial verfügt, produzierte der FTV den Grossteil der Fotos und Videos hausintern.

MARKETINGKOMMUNIKATION UND INFORMATION

Internetseite

Im März 2023 wurde die neue, in Zusammenarbeit mit Fribourgissima Image Fribourg und den RTO erarbeitete Website fribourg.ch aufgeschaltet. Die Umstellung auf die neue URL führte zu einem leichten Rückgang bei den Besucherzahlen.

Im Frühling ging zudem die neue institutionelle Website uft-ftv.ch online, die die Tätigkeiten der Dachorganisation des Freiburger Tourismus präsentiert.



**3,7
Millionen**

Mehr als 3,7 Millionen Besuche auf der Website fribourg.ch, die die 7 Tourismusregionen umfasst



70%
mobiler Traffic

Nutzung der Website grösstenteils in der mobilen Version mit 70% des globalen Traffics

Blog Fribourg

Mit einem Plus von 120% erfreut sich der Blog der Region Freiburg seit der Integration in die vereinheitlichte Website und der Migration auf fribourg.ch, wo er über die Menüleiste aufgerufen werden kann, immer grösster Beliebtheit.



**32'000
Besuche**

Fast 32'000 Besuche auf dem Blog, mit einer Präferenz für Gastronomie bei der französischen Version und für Familienspaziergänge bei der deutschen Version.



**28'000
Empfängerinnen und Empfänger**

Der Newsletter wurde 11-mal an über 28'000 Empfängerinnen und Empfänger versendet. Unique-Öffnungsrate von 39% für die französischen und deutschen Versionen

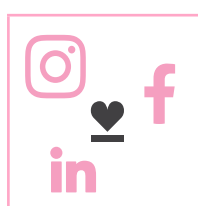
Marketing-Newsletter

Der Inhalt des Marketing-Newsletters konzentrierte sich auf die Aktionen der Werbekampagnen und wurde jeweils mit einem Blog-Artikel und einem Highlight-Foto des Monats auf Instagram ergänzt. Die Gewinnspiele, bei denen attraktive Preise verlost wurden, stossen bei den Abonnierten auf immer grösseres Interesse.





MARKETINGKOMMUNIKATION UND INFORMATION



Soziale Netzwerke	Community	Posts	Stories	Reichweite	Engagement Rate
Facebook					
Seite Westschweiz	79 290	161		8 276 987	9,14%
Seite Deutschschweiz	16 414	162		4 107 473	9,75%
Seite Frankreich	65 891	157		5 464 686	10,06%
Seite Deutschland	26 861	109		2 100 176	10,90%
TOTAL	188 456			19 949 322	
Instagram	33 917	194	490	8 213 659	10,54%
LinkedIn	3 618	91			12,55%

Soziale Netzwerke

Die Communities auf Facebook und Instagram zählen zu den grössten des Kantons. Der Fokus der internen Content-Erstellung liegt auf Qualität und regelmässigen Posts.



5. OFFIZIELLE FREIZEITROUTEN

5.1. Mobilitätsgesetz (MobG)

Nach seinem Inkrafttreten am 1. Januar 2023 umfasst das Mobilitätsgesetz (MobG) nunmehr alle Aktivitäten im Bereich der sanften Mobilität, die unter dem Begriff «Offizielle Freizeitroutes» zusammengefasst sind. Die Wanderrouen und Velowege wurden darin insbesondere durch die Mountainbike-Netze (MTB), die Reitwege, die Winterwanderrouen und die historischen Routen ergänzt. Der FTV und der Kanton finanzieren die Ausschilderung von nun an vollständig, die Gemeinden bleiben für die Instandhaltung der Wege und Infrastrukturen zuständig. Im Jahr 2023 unterstützte der FTV die regionalen Tourismusorganisationen und Gemeinden insbesondere beim Ganzjahresangebot und seiner Kommunikation.

Mit dem MobG kann sich der FTV auf klare Grundlagen stützen, um das offizielle kantonale MTB-Routennetz zu definieren und aufzubauen. Bevor sie als offizielle Wege anerkannt werden, müssen die MTB-Routen zwei Phasen durchlaufen: eine erste interne Anhörung bei den betroffenen staatlichen Dienststellen, gefolgt von einer öffentlichen Auflage. Nach der Genehmigung in diesen beiden Phasen werden die Routen ins offizielle kantonale MTB-Routennetz aufgenommen.

5.2. Wanderwegnetz Sommer und Winter Organisation

Das MobG beauftragt den FTV mit der Ausschilderung der offiziellen Freizeitroutes, das heisst mit der Kontrolle und dem Unterhalt der

Wegweiser. Im Sommer ist ein 38-köpfiges Beschilderungsteam im Einsatz, das die Kontrolle der Wanderwege und die Instandhaltung der Schilder mit viel Engagement sicherstellt.

Für die Winterwander- und Schneeschuhrouten wird diese Aufgabe von Teams in den Regionen übernommen. Der FTV koordiniert alle Fragen auf kantonaler Ebene und organisiert Austausch- und Informationssitzungen, um eine einheitliche Beschilderungsqualität sicherzustellen.

Die Verwaltung der verschiedenen Freizeitrouennetze ist zudem mit zahlreichen Aufgaben verbunden, um ihre Planung und Umsetzung gemäss den gesetzlichen Vorgaben, den geltenden Standards und den Empfehlungen der verschiedenen nationalen Stellen sicherzustellen.

Beratungen

- 26 Stellungnahmen im Rahmen von Anfragen auf Kantonsebene, 6 davon im Zusammenhang mit Infrastrukturprojekten
- Beratung von kantonalen und kommunalen Diensten, Unternehmen, Organisationen und Privatpersonen
- Datenaktualisierung in 9 Fällen durch die Übermittlung an SchweizMobil, swisstopo und den Kanton
- Beratung von verschiedenen Vereinen und Dritten bei der Erstellung neuer Routen

Planung - Raumplanung - Finanzierung

- Wanderwegnetz und offizielles Freizeitroutronnnetz mit dem Ziel, die Attraktivität der Routen zu verbessern, indem Hartbeläge, Verkehrsgefahren und Nutzungskonflikte reduziert werden
- Unterstützung von 2 Projekten durch den Instandhaltungsfonds von Schweizer Wanderwege und den «Mobilier Fonds Brücken und Stege»
- Kurs zum Bau und zur Instandhaltung von Wanderwegen (2 Tage) in Zusammenarbeit mit Schweizer Wanderwege und der Gemeinde Val-de-Charmey

Signalisation

- Planung der Weiterbildung des 38-köpfigen Beschilderungsteams in Zusammenarbeit mit Schweizer Wanderwege
- Organisation von Koordinationssitzungen im Zusammenhang mit den Sommer- und Wintersaisons
- Kontrolle und Instandhaltung von 1'830 km Wanderwegen
- Koordination der Finanzierung der Beschilderung des Wanderwegnetzes und der Installation der Wegweiser
- Vereinheitlichung der Beschilderung der Schneeschuh- und Winterwanderwege

Kommunikation

- Übermittlung der Informationen für Wegschliessungen in 28 Fällen an swisstopo, Schweizer Wanderwege, SchweizMobil und die Website fribourg.ch
- Artikel zu den Winterwander- und Schneeschuhrouten der Region Freiburg im Magazin WANDERN.CH von Schweizer Wanderwege
- Aktualisierung der Daten und des Wanderangebots auf der Website fribourg.ch

Wichtige Zahlen 2023

- 1'830 km Wanderwege
- 1'599 km (87 %) Wanderwege – gelbe Wegweiser
- 219 km (12 %) Bergwanderwege – weiss-rot-weisse Wegweiser
- 12 km (1 %) Alpinwanderwege – weiss-blau-weisse Wegweiser
- 1'146 km (63 %) mit natürlichem Bodenbelag
- 684 km (37 %) mit Hartbelag
- 1'400 Standorte für Wegweiser
- 130 km Schneeschuhwanderwege (SchweizMobil)
- 12 km Winterwanderwege (SchweizMobil)

5.3. Offizielles kantonales MTB- und Freizeitvelonetz Organisation

Seit Juni 2023 ist Frédéric Perritaz als MTB- und Freizeitvelo-Koordinator für den FTV tätig und setzt die mit FRide begonnene Arbeit fort. Das Unternehmen bleibt jedoch aktiv, um das Projekt bei spezifischen Aufgaben, die der FTV nicht übernehmen kann, zu unterstützen.

Der innerhalb des FTV eingerichtete Bereich der sanften Mobilität ist angesichts zahlreicher und grosser Synergien zwischen den Themen Wandern, MTB und Freizeitvelo zweckmässig. So kann den berechtigten Bedenken der Akteurinnen und Akteure im Bereich des Wanderns Rechnung getragen und die Umsetzung des offiziellen kantonalen MTB-Netzes ideal koordiniert werden.



Das neue Netz muss attraktiv und nachhaltig sein, um den Erwartungen der Mountainbikerinnen, aber auch jenen der anderen Personen, die sich in der Natur aufhalten, gerecht zu werden. Hierzu wurde das Projekt Bike-In FR25 ins Leben gerufen.

Lagebericht des Projekts Bike-In FR25 und des offiziellen kantonalen MTB-Netzes

- Kantonale MTB-Planung mit 12 Zielen zu 4 Schwerpunktthemen (trails, identity, services, organisation)
- Inventar der häufig genutzten MTB-Routen im Kanton
- Vorlage des 1. Entwurfs des offiziellen kantonalen MTB-Netzes zur Vernehmlassung beim Amt für Wald und Natur (WNA) und beim Landwirtschaftlichen Institut Grangeneuve
- «Modell-MTB-Routen» in der Region Grossfreiburg in Zusammenarbeit mit dem WNA
- Neue Beschilderkategorie mit SchweizMobil – nationales Pilotprojekt
- Interessengemeinschaft mit den vom MTB betroffenen Akteurinnen und Akteuren (Dachorganisationen)
- Lancierung des MTB-Events «ÖKK Bike Revolution Gruyère»
- MTB-Sensibilisierungskampagne «Koexistenz»

Ausbau des Freizeitvelonetzes

Das Freizeitvelonetz ist ausserdem Gegenstand des Projekts «Zukunft Veloland Schweiz», das in Zusammenarbeit mit SchweizMobil durchgeführt wird. Es geht in erster Linie darum, ein Gleichgewicht zwischen einem attraktiven Freizeitvelonetz und einem sicheren Velowegnetz für den Alltags- und Pendlerveloverkehr sicherzustellen.

Wichtige Zahlen 2023

- 5'000 km erfasste Routen, die häufig von Mountainbikerinnen und -bikern genutzt werden
- 2'900 km inventarisierte MTB-Routen, die zur offiziellen Freigabe eingereicht wurden
- 1'000 km ausgeschilderte Freizeitvelo- und MTB-Routen
- 5 neue MTB-Routen in der Region Grossfreiburg
- 1 einzige ausgeschilderte SchweizMobil-MTB-Route, wird zurzeit verbessert (Panorama Bike Nr. 2, 67 km in FR)

5.4. Zusammenarbeit Sanfte Mobilität Schweizer Wanderwege

Der Dachverband Schweizer Wanderwege leistete den kantonalen Verbänden, darunter auch dem FTV, wertvolle Unterstützung bei den Massnahmen rund ums Wandern. Die Kurse für das Beschilderungsteam stellen insbesondere die Qualität und die Konformität der Signalisation sicher.

Im Auftrag der Kantonalen Wanderweg-Fachorganisationen (WW-FO) akquirieren und betreuen die Schweizer Wanderwege Gönnerinnen und nationale Sponsoren. Dies erfolgt über ein zentrales Fundraising. Damit werden Aufgaben der Schweizer Wanderwege finanziert und diejenigen der kantonalen WW-FO unterstützt.

Die kantonalen WW-FO erhalten einen einheitlichen Sockelbetrag und einen variablen Beitrag, welcher sich nach der Einwohnerzahl



und Länge des Wanderwegnetzes berechnet. Die Anteile werden zur Förderung eines attraktiven, sicheren und einheitlichen signalisierten Wanderwegnetzes sowie zur Förderung des Wanderns verwendet.

SchweizMobil

SchweizMobil erfasst auf seiner Online-Plattform und in seiner App die offiziellen Wander-, Freizeitvelo-, MTB- und Winterangebote des Kantons. Die kartografischen Optionen von swisstopo enthalten viele Informationen zu den gewählten Routen.

ASTRA

Unter der Schirmherrschaft des Bundesamts für Strassen ASTRA finden ein regelmässiger Austausch sowie Fachtagungen mit den Nachbarkantonen und den kantonalen Wandervereinen (Sommer und Winter), MTB- und Freizeitvelo-Vereinen statt. Die Fachapplikation für den Langsamverkehr MISTRA ermöglicht es, grundlegende Geodaten zum Langsamverkehr für den Kanton Freiburg zu erheben, zu aktualisieren und bereitzustellen, gemäss den einheitlichen Schweizer Richtlinien und den Karten von swisstopo.

Fribourg Rando

Der FTV unterstützt Fribourg Rando bei der Förderung des Wanderns und den Angeboten für geführte Wanderungen. Er arbeitete auch an der Verteilung des «Wanderprogramms 2023» mit. Fribourg Rando beteiligt sich an der Verwaltung der Meldungen von auf den Wanderwegen festgestellten Schäden.

Zivilschutz

Die Teams des Zivilschutzes helfen bei der Instandhaltung der Wanderwege mit. Sie waren an sieben von den Gemeinden initiierten Projekten beteiligt.

Arbeitsgruppen und Kommissionen

Das für die sanfte Mobilität zuständige Team engagiert sich in mehreren Arbeitsgruppen und Kommissionen der Bundesverwaltung und der Freiburger Kantonsverwaltung:

- Bau- und Raumplanungsamt (BRPA) im Rahmen der Beratung der mit dem Tourismus verbundenen Dossiers
- Amt für Mobilität (MobA) für die Umsetzung verschiedener Projekte im Bereich der sanften Mobilität und der beratenden Kommission Velo
- Geografisches Informationssystem (GIS) für die Verwaltung der Geodaten
- Amt für Landwirtschaft (LwA) für die Sanierung oder Instandsetzung von land- und alpwirtschaftlichen Erschliessungen
- Amt für Wald, Wild und Fischerei (WNA) in der Koordinationsgruppe «Grossraubtiere», der Kommission für Umwelt-, Natur- und Landschaftsschutz, der Konsultativkommission für den Wald und der Arbeitsgruppe «Inventar der Landschaften von kantonaler Bedeutung»
- Amt für Umwelt (AfU) in der Konsultativkommission für die Gewässerbewirtschaftung



DANKE

Die hervorragenden Ergebnisse des Jahres 2023 sind eine schöne Belohnung für die Freiburger Akteurinnen und Akteure. Unser Dank gilt allen Mitgliedern der Organe des FTV für ihren wertvollen Einsatz: dem Vorstand unter dem Vorsitz von Jean-Pierre Doutaz, der Kommission für Marketing und Tourismusförderung unter dem Vorsitz von Serge Collaud und den verschiedenen Kommissionen und Arbeitsgruppen.

Mit einem Durchschnittsalter von 37 Jahren vereint das Team des FTV jugendliche Frische und Erfahrung. Unter der Leitung von Pierre-Alain Morard ist es fest entschlossen, die Herausforderungen eines Sektors im ständigen Wandel zu meistern. Unser Dank geht auch an die 38 technischen Mitarbeitenden, die die Qualität der Wanderwegrouen sicherstellen.

Um die Region Freiburg auf die Schweizer Tourismuslandkarte zu bringen, ist eine enge Zusammenarbeit mit den Mitgliedern, Dachverbänden und Leistungserbringenden des Tourismussektors unverzichtbar. Auch bei ihnen, ebenso wie bei den regionalen Tourismusorganisation, die mit dem Inkrafttreten des neuen Gesetzes über den Tourismus mit zusätzlichen Mitteln ausgestattet wurden, möchten wir uns bedanken.

Die Unterstützung des Staates Freiburg und seiner Dienststellen trägt zum guten Geschäftsgang des FTV bei. Unser Dank geht an die Volkswirtschafts- und Berufsbildungsdirektion (VWBD) und die Direktion für Raumentwicklung, Infrastruktur, Mobilität und Umwelt (RIMU), deren effizienter Beitrag es ermöglicht, ambitionierte Projekte mit erheblichen wirtschaftlichen Auswirkungen fortzusetzen.

Der FTV dankt allen Beteiligten und wird sich auch weiterhin dafür einsetzen, Freiburg zu einem authentischen, attraktiven Reiseziel mit einem grossen Herz zu machen!



6. JAHRESRECHNUNG

BILANS / BILANZEN				
ACTIFS / AKTIVEN		31.12.2023	31.12.2022	
Caisses / Kassa		726	1 334	
PostFinance 17-1056-7		69 560	256 720	
PostFinance 17-7212-5		145 366	469 496	
Banques / Banken		1 617 998	956 278	
Actifs transitoires / Transitorische Aktiven		0	28 056	
Titres / Wertschriften		1	1	
Débiteurs / Debitoren		755 412	648 948	
Machines et mobilier UFT / Maschinen und Mobiliar FTV		1	1	
Machines et mobilier Point Info A12 Maschinen und Mobiliar Info-Stelle A12		1	1	
Immeuble UFT / Gebäude FTV	31.12.2023	1 034 161	1 053 161	31.12.2022
Immeuble UFT / Gebäude FTV		2 030 058		2 030 058
./. Amortissements ./ . Abschreibungen		995 897		976 897
Points Info A1 et A12 / Info-Stellen A1 und A12	31.12.2023	1	1	31.12.2022
Réaménagements Points Info A1 et A12 / Neugestaltung A1 und A12		322 178		322 178
./. Amortissements ./ . Abschreibungen		322 177		322 177
Point Info A12 / Info-Stelle A12	31.12.2023	43 000	54 000	31.12.2022
Servitude / Dienstbarkeit		300 000		300 000
./. Amortissements ./ . Abschreibungen		257 000		246 000
Total des actifs / Total der Aktiven		3 666 227	3 467 998	
PASSIFS / PASSIVEN				
		31.12.2023	31.12.2022	
Créanciers / Kreditoren		489 919	477 329	
Passifs transitoires / Transitorische Passiven		121 840	201 440	
Emprunts immobiliers UFT / Hypothekendarleihen		725 000	755 000	
Fonds affectation limitée «NPR» + «Innotour» Fonds zweckbestimmt «NRP» und «Innotour»		194 980	399 637	
Réserve ordinaire / Ordentlicher Reservefonds		614 164	533 810	
Provisions / Provisionen		653 472	361 833	
Réserve prestations en faveur des hôtes» / Fonds «Leistungen zugunsten der Gäste»		628 595	628 595	
Capital / Kapital		30 000	30 000	
Résultat de l'exercice / Jahresergebnis		208 257	80 354	
Total des passifs / Total der Passiven		3 666 227	3 467 998	

Remarques / Bemerkungen

Engagement hors bilan envers la Caisse de prévoyance du personnel de l'Etat de Fribourg : les montants des engagements de l'UFT tels que mentionnés dans la convention et valables au 31.12.2022 sont de CHF 2'355'540 en cas de résiliation de l'affiliation par l'UFT et de CHF 1'819'298 en cas de résiliation par la Caisse.
Eine ausserbilanzielle Verpflichtung besteht gegenüber der Pensionskasse des Staatspersonals Freiburg wie in der Vereinbarung vermerkt per 31.12.2022 für einen Betrag von CHF 2'355'540 im Falle einer Kündigung des Anschlusses durch den FTV und von CHF 1'819'298 im Falle einer Kündigung durch die Kasse.

COMPTE DE FONCTIONNEMENT / BETRIEBSRECHNUNG

	COMPTES / KONTEN 2023		BUDGET 2023		COMPTES / KONTEN 2022	
Contributions de l'Etat de Fribourg / Staat Freiburg: ordentl. Beiträge		2 125 000		2 225 000		2 025 000
Contribution de l'Etat Vision 2030 / Staat Freiburg: Vison 2030		200 000		200 000		200 000
Cotisations des membres collectifs / Mitgliederbeiträge		41 100		42 000		38 400
Taxe cantonale de séjour / Kantonale Aufenthaltstaxe	1 572	2 555 581	2 000	2 450 000	2 509	2 172 596
Recettes / Einnahmen	1 572	4 921 681	2 000	4 917 000	2 509	4 435 996
Encaissement TS / Erhebung Kurtaxe	10 595	91 283	21 000	70 000	17 166	66 128
Part à la recherche de fonds centrale de Suisse Rando / Anteil am zentralen Fundraising Schweizer Wanderwege		111 324		100 000		110 196
Centre de services comptabilité / Servicezentrum Buchhaltung	40 015	72 000				
FET & Préavis & OPCR Gastro / TFF & Stellungnahmen & KWPV-Gastro	2 192	6 272		2 000		2 160
Commissions et prestations de services / Kommissionen und Serviceleistungen	52 802	280 879	21 000	172 000	17 166	178 484
Publications / Publikationen	14 458		13 000		16 473	
Salons / Messen	16 531		42 500		46 827	
MICE	3 231		60 000		28 484	
Marketing Digital / Digitales Marketing	244 183	35 000	264 000	35 000	217 129	
Participations FM / Beteiligungen FM	518 000	60 392	518 000	60 000	375 000	140 000
Autres partenariats / Weitere Partnerschaften	219 864		266 500		189 746	
Marketing	1 016 267	95 392	1 164 000	95 000	873 659	140 000
Gestion institutionnelle / Institutionelles Management	56 800		66 000		113 352	
RP relations publiques / PR Öffentlichkeitsarbeit	54 597		54 000			
Vision 2030 & DD / Vision 2030 & Nachhaltige Entwicklung	127 665		186 000		141 060	
Développement touristique / Tourismussensibilisierung	239 062	0	306 000	0	254 413	0
Evénements & animations de tiers / Veranstaltungen & Animationen von Dritten	126 712	546	110 000	10 000	143	523
Accueil & outils d'information / Empfang & Informationstools	284 410		307 500		402 011	
Itinéraires officiels de loisirs / Offizielle Freizeitrouen	168 241		282 000		286 513	
Prestations en faveur des hôtes / Leistungen zugunsten der Gäste	579 362	546	699 500	10 000	688 668	523
Salaires & charges sociales / Gehälter & Sozialleistungen	2 785 095	52 004	2 737 000		2 557 888	
Formation & frais RH / Ausbildung & HR-Kosten	19 787		39 000		26 849	
Personnel / Personal	2 804 882	52 004	2 776 000	0	2 584 737	0
Charges administratives / Verwaltungskosten	75 359		49 500		42 055	
Informatique & IT / Computer & IT	108 915		86 000		142 498	
Assurances / Versicherungen	12 686		13 000		11 685	
Loyer & charges locatives / Miete & Nebenkosten	106 189		107 000		102 671	
Logistique / Logistik	3 468		3 000		2 129	
Frais financiers & TVA / Finanzaufwände & MWST	14 783	9 835	21 000		16 419	
Autres charges d'exploitation / Sonstige Betriebskosten	321 400	9 835	279 500	0	317 456	0
Charges & produits extraordinaires / Sonderbelastungen und -erträge	100 000	0	5 000	0	0	0
Charges & produits immobiliers / Liegenschaftsbelastungen und -erträge	172 614	135 883	73 000	132 000	68 191	132 150
Total intermédiaire / Zwischentotal	5 287 962	5 496 219	5 326 000	5 326 000	4 806 799	4 887 153
Résultat de l'exercice / Jahresergebnis	208 257		0		80 354	
TOTAL	5 496 219	5 496 219	5 326 000	5 326 000	4 887 153	4 887 153

Proposition à l'Assemblée générale / Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:

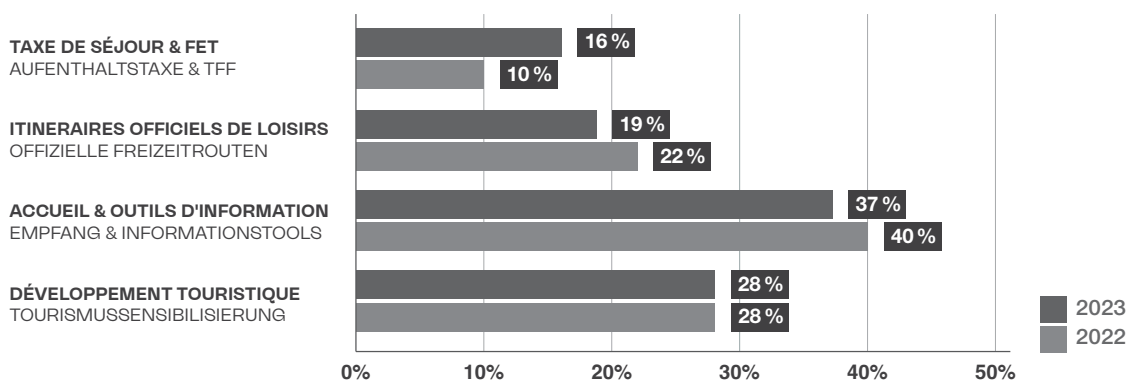
Bénéfice de l'exercice 2023 de CHF 208'257.35 : affectation au fonds de réserve en faveur des hôtes

Saldo 2023 von CHF 208'257.35 an Einnahmeüberschuss: Zuweisung an den Reservefonds zugunsten der Gäste

**UTILISATION DE LA TAXE CANTONALE DE SEJOUR
VERWENDUNG DER KANTONALEN AUFENTHALTSTAXE**

	31.12.2023		31.12.2022	
Taxe cantonale de séjour / Kantonale Aufenthaltstaxe	2 555 581		2 172 596	
+/- Annulations, amortissements, remboursements +/- Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	-1 572		-2 509	
Total encaissé / Gesamtbetrag	2 554 009	0	2 170 087	0
<i>Budget</i>	<i>2 450 000</i>		<i>2 020 000</i>	
Utilisation / Anwendung	CHF₁₎	2023	CHF₁₎	2022
Développement touristique / Tourismussensibilisierung	657 642	28%	693 036	28%
Accueil & outils d'information / Empfang & Informationstools	849 306	37%	973 895	40%
Itinéraires officiels de loisirs / Offizielle Freizeitrouten	435 749	19%	536 938	22%
Taxe de séjour & FET / Aufenthaltstaxe & TFF	375 703	16%	239 300	10%
Total	2 318 400	100%	2 443 169	100%
Affectation au compte de «réserve pour prestations en faveur des hôtes» Zuweisung an den Fonds «Leistungen zugunsten der Gäste»	208 257		0	

1) Charges effectives plus salaires & charges administratives (selon clé de répartition)
Effektiver Aufwand plus Löhne & Verwaltungsaufwand (nach Verteilungsschlüssel)


**GESTION DU FONDS DE MARKETING TOURISTIQUE COORDONNÉ
VERWALTUNG DES FONDS FÜR KOORDINIERTES TOURISMUSMARKETING**
BILANS / BILANZEN

ACTIFS / AKTIVEN	31.12.2023	31.12.2022	PASSIFS / PASSIVEN	31.12.2023	31.12.2022
BCF / FBK	58 008	77 308	Créanciers / Kreditoren	11 873	15 148
Débiteurs / Debitoren	4 070	939	Passifs transitoires / Transitorische Passiven	43 745	23 000
Actifs transitoires / Transitorische Aktiven	6 462		Réserve / Reservefonds	40 100	24 915
Perte / Verlust	27 178		Bénéfice / Gewinn		15 186
Total des actifs / Total der Aktiven	95 718	78 248	Total des passifs / Total der Passiven	95 718	78 248

COMPTABILISATION PAR PROJET ABRECHNUNG NACH PROJEKTEN	FINANCEMENT / FINANZIERUNG			TOTAL CHARGES	TOTAL RECETTES
	UFT / FTV ¹⁾	OTR / RTO ²⁾	FONDS ²⁾	TOTAL AUSGABEN	TOTAL EINNAHMEN
Contribution de l'Etat de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg					550 000
Participation de l'UFT / Beteiligung FTV ¹⁾					518 000
Participation des OTR / Beteiligung RTO ²⁾					550 000
Participation Terroir Fribourg / Beteiligung Terroir Fribourg					20 000
FRIBOURG Eté Suisse / Sommer Schweiz	139 584	139 584	139 584	418 752	
ST Eté / Sommer	72 006	45 004	45 004	162 014	
FRIBOURG Automne Suisse / Herbst Schweiz	45 304	39 641	39 641	124 587	
FRIBOURG Hiver Suisse / Winter Schweiz	36 125	18 063	18 063	72 250	
ST Hiver / Winter	0	21 913	21 913	43 826	
FRIBOURG Printemps Suisse / Frühling Schweiz	51 248	51 249	51 249	153 745	
FRIBOURG Allemagne / Deutschland	57 173	32 985	32 985	123 142	
ST France / Frankreich	81 848	35 366	35 366	152 581	
Médias / Medien	31 532	23 649	23 649	78 831	
TVA et frais financiers / MWST und Finanzaufwände	3 483	3 483	3 483	10 450	
Total campagnes stratégiques / Total strategische Kampagnen	518 304	410 937	410 937	1 340 178	
Projets propres OTR / Eigene Projekte RTO		162 500	162 500	325 000	
Solde 2023 à reporter / Übertrag Saldo 2023				-27 178	
Total				1 638 000	1 638 000

COMPTABILISATION PAR OTR ABRECHNUNG NACH RTO	FINANCEMENT / FINANZIERUNG			TOTAL CHARGES	TOTAL RECETTES
	UFT / FTV ¹⁾	OTR / RTO ²⁾	FONDS ²⁾	TOTAL AUSGABEN	TOTAL EINNAHMEN
Contribution de l'Etat de Fribourg / Beitrag des Staats Freiburg					550 000
Participation de l'UFT / Beteiligung FTV ¹⁾					518 000
Participation des OTR / Beteiligung RTO ²⁾					550 000
Participation Terroir Fribourg / Beteiligung Terroir Fribourg					20 000
Les Paccots – La Veveyse Tourisme		54 617	54 617	109 233	
Association Touristique de la Broye		55 894	55 894	111 788	
Fribourg Tourisme et Région / Freiburg Tourismus und Region		60 937	60 937	121 873	
La Gruyère Tourisme		78 180	78 180	156 361	
Association régionale du Lac / Regionalverband See		63 897	63 897	127 793	
OTR de Romont et sa région		43 451	43 451	86 901	
Schwarzsee-Senseland Tourismus		53 962	53 962	107 925	
Solde technique / Übertrag		-1	-1	-1	
Financement OTR & Fonds / Finanzierung RTO & Fonds		410 937	410 937	821 873	
Financement UFT / Finanzierung FTV	518 305			518 305	
Total campagnes stratégiques / Total strategische Kampagnen				1 340 178	
Projets propres OTR / Eigene Projekte RTO		162 500	162 500	325 000	
Solde 2023 à reporter / Übertrag Saldo 2023				-27 178	
Total				1 638 000	1 638 000

En raison de la crise sanitaire liée au COVID 19 Suisse Tourisme a accordé aux régions une note de crédit globale à hauteur de CHF 200'013.90. Il s'agit de la distribution des contributions d'aide pour soutenir les partenaires touristiques de Suisse Tourisme, conformément à la décision des chambres fédérales prise à l'occasion de la session extraordinaire de mai 2020.
Wegen der COVID-19-Gesundheitskrise hat Schweiz Tourismus den Regionen eine globale Gutschrift in Höhe von CHF 200'013.90 gewährt. Es handelt sich um die Verteilung der Hilfen zur Unterstützung der touristischen Partner von Schweiz Tourismus, gemäss des Entscheids der eidgenössischen Räte anlässlich der ausserordentlichen Sitzung im Mai 2020.

Remarques / Bemerkungen:

- Dans le cadre de ses propres plan d'activité et budget, l'UFT s'est associée aux projets du Fonds à hauteur de CHF 518'000.
Im Rahmen seines eigenen Tätigkeitsplans und Voranschlags beteiligte sich der FTV an den Projekten des Fonds mit CHF 518'000.
- Chaque franc investi par le Fonds est également investi par les régions. / Für jeden vom Fonds investierten Franken wird auch von den RTO ein Franken investiert.
- En plus de la gestion du Fonds, les services de l'UFT assument – dans le contexte des travaux de la Conférence des directeurs régionaux (COD) – l'ensemble des tâches de planification, de coordination et de conduite des projets.
Neben der Verwaltung des Fonds tragen die Dienststellen des FTV – im Kontext der Arbeiten der Regionaldirektorenkonferenz (COD) – die gesamte Planung, Koordination und Leitung der Projekte.
- Les OTR exécutent leurs projets propres de manière autonome. / Die RTO führen ihre eigenen Projekte selbstständig aus.
- Selon la loi sur le tourisme, la perte à la fin 2023 sera affectée au compte «Réserve» du Fonds / Laut Gesetz über den Tourismus wird der Verlust Ende 2023 dem Konto «Reserven» des Fonds zugewiesen.

Rapport de l'organe de révision sur le contrôle restreint à l'assemblée générale de

UNION FRIBOURGEOISE DU TOURISME, FRIBOURG

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de fonctionnement) de l'Union Fribourgeoise du Tourisme pour l'exercice 2023 arrêté au 31 décembre 2023.

La responsabilité de l'établissement des comptes annuels incombe au Comité alors que notre mission consiste à contrôler ces comptes. Nous attestons que nous remplissons les exigences légales d'agrément et d'indépendance.

Notre contrôle a été effectué selon la Norme suisse relative au contrôle restreint. Cette norme requiert de planifier et de réaliser le contrôle de manière telle que des anomalies significatives dans les comptes annuels puissent être constatées. Un contrôle restreint englobe principalement des auditions, des opérations de contrôle analytiques ainsi que des vérifications détaillées appropriées des documents disponibles dans l'entreprise contrôlée. En revanche, des vérifications des flux d'exploitation et du système de contrôle interne ainsi que des auditions et d'autres opérations de contrôle destinées à détecter des fraudes ou d'autres violations de la loi ne font pas partie de ce contrôle.

Lors de notre contrôle, nous n'avons pas rencontré d'élément nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi suisse et aux statuts.

FDA Fiduciaire FR SA



Joël Frossard
Expert-réviseur agréé ASR
Réviseur responsable



Stefan Forino
Expert-réviseur agréé ASR



Givisiez, le 9 février 2024

Annexe :

- comptes annuels



ORGANE UND MITGLIEDER

Die Organe des FTV arbeiten eng mit der Direktion zusammen und profitieren von der Unterstützung der Mitglieder des Verbandes, um die festgelegten Ziele zu erreichen.

Mehr:

fribourg.ch/de/uft-ftv/organe-mitglieder/



TEAM

Das Team des FTV besteht im Jahr 2023 aus 33 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ein 38-köpfiges Beschilderungsteam ist mit der Kontrolle der Wanderwege und der Pflege der Signalisation beschäftigt.

Mehr:

fribourg.ch/de/uft-ftv/team-uft/



**FREIBURGER
TOURISMUSVERBAND**

Route de la Glâne 107
Postfach
1701 Freiburg

+41 (0)26 407 70 20
secretariat@fribourg.ch

fribourg.ch
uft-ftv.ch

f facebook.com/FribourgCHDE
@ instagram.com/fribourgch
tiktok.com/@fribourgch
in linkedin.com/company/uft-ftv
pinterest.com/fribourgch
youtube.com/@Fribourg_CH
library.fribourg.ch
fribourg.ch/de/blog

HERAUSGABE UND REDAKTION

Freiburger Tourismusverband

GRAFISCHE GESTALTUNG

Parallele.ch, Bulle

COPYRIGHTS FOTOS

UFT/FTV, Switzerland Tourism/Nicole Schafer, Pascal Gertschen,
Aurèle Nicolet, Nicole Schafer photo & film, Switzerland Tourism/
Dominik Baur

**Vervielfältigung der Texte und Tabellen unter Angabe
der Quelle gestattet.**

