

5. Mai 2025

Gemeinsam im Zentrum des Wandels

Der Freiburger Tourismusverband (FTV) blickte an seiner 100. Generalversammlung, die heute in der BCF Safe Gallery in Freiburg stattfand, auf erfolgreiche Kooperationen zurück. Mit strategischen Projekten für einen nachhaltigen und innovativen Tourismus, digitalen Neuheiten und einer gestärkten Marke «Fribourg» rüstet sich die Dachorganisation des Freiburger Tourismus für die Zukunft.

Eine Entwicklungsstrategie mit 12 Achsen und ambitionierte Projekte

Als Meilenstein des Jubiläumsjahrs hob Präsident Jean-Pierre Doutaz in seinem Bericht die im Februar vom Staatsrat genehmigte Entwicklungsstrategie des Freiburger Tourismus 2024–2030 hervor. «Die Zukunftsvision mit ihren 12 strategischen Hauptachsen ermöglicht es, die Zusammenarbeit mit allen Akteurinnen und Akteuren der Branche fortzusetzen», freut er sich.

Wichtige strategische Projekte wie die Plattform EasyCheckIn, die als Freiburger Initiative startete und mittlerweile von 12 Destinationen genutzt wird, sowie das «Data Warehouse» wurden 2024 fortgesetzt. Zudem fiel der Startschuss für zwei weitere Projekte: eine neue Studie zu den wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus sowie die Förderung von Nachhaltigkeitsbemühungen bei touristischen Leistungserbringenden. Der FTV arbeitet in diesen Vorhaben eng mit Innotour, der Neuen Regionalpolitik, der Hochschule für Wirtschaft Freiburg sowie mit weiteren kompetenten Partnerorganisationen zusammen.

«Fribourg» – eine starke Marke

Die Territorialmarke «Fribourg», die in sämtlichen Werbemassnahmen des FTV eingesetzt wird, erfreute sich 2024 wachsender Bekanntheit. Ihre erweiterte Anwendung in Kultur, Wirtschaft, Bildung und Sport steigerte die Sichtbarkeit markant. So wurde die Marke im Dezember am Spengler Cup in Davos einem breiten sportbegeisterten Publikum präsentiert. Die Eishockey-Weltmeisterschaft 2026, die in Freiburg und Zürich stattfindet, bietet eine weitere Möglichkeit, «Fribourg» national und international zu positionieren.

Digitales Marketing der Spitzenklasse

Mehr als 3,9 Millionen Besuche verbuchte die Website fribourg.ch. Die Online-Präsenz wurde auch auf sozialen Plattformen wie Facebook (194'000 Fans) und Instagram (47'400 Follower) ausgebaut, deren Communities zu den grössten im Kanton gehören. Die Lancierung des neuen TikTok-Kanals durch eine originelle Challenge stiess auf grosse Begeisterung. In den vier saisonalen Marketingkampagnen, die mit den regionalen Tourismusorganisationen umgesetzt wurden, sorgten Zusammenarbeiten mit verschiedenen Partnerinnen und Partnern – etwa Terroir Fribourg, GastroFribourg, den Freiburger Verkehrsbetrieben TPF und diversen Medien – für zusätzliche Reichweite.

Vielversprechende Zukunft trotz rückläufiger Zahlen für 2024

Trotz des leichten Rückgangs der Übernachtungen in der Hotellerie (-2,5 %) und Parahotellerie (-2,0 %) im Vergleich zum Rekordjahr 2023 bleibt der Freiburger Tourismus auf Erfolgskurs. Erfreuliche Entwicklungen verzeichneten insbesondere die Top-

Besuchsorte (+5 % Besuchende) sowie Airbnb-Unterkünfte (+13,5 %). Neue Hotel- und Freizeitprojekte sorgen zudem für frische Impulse.

Entsprechend dem Budget schloss der FTV das Jahr 2024 mit einem leichten Gewinn von CHF 582.74 ab. Die Generalversammlung genehmigte sowohl den Jahresabschluss als auch den Tätigkeitsbericht 2024. Letzterer wurde erstmals vollständig digital erstellt und ist das Resultat einer koordinierten, FTV-internen Gemeinschaftsarbeit.

Sanfte Mobilität – immer beliebter

Die Abteilung sanfte Mobilität des FTV plant und koordiniert das 1830 Kilometer umfassende Wanderwegnetz, das in Zusammenarbeit mit den Gemeinden und dem 40-köpfigen, freiwillig engagierten Beschilderungsteam unterhalten wird. Sie hatte 2024 gleich mehrfach Grund zum Feiern: Zum einen ging der von Schweizer Wanderwege verliehene Prix Rando an die Association du Sentier du Lac de la Gruyère für den Bau einer 110 Meter langen Hängebrücke in der Nähe der Staumauer von Rossens, den der FTV massgebend unterstützt hatte. Im Mai wurde zudem der Verein Fribourg Bike Friendly zur Unterstützung fahrradaffiner Organisationen gegründet. Ein praxisorientierter Leitfaden mit Ratschlägen bezüglich Service und Infrastruktur sowie ein Produktkatalog stehen den Mitgliedern zur Verfügung.

Neue Räumlichkeiten für das 100-jährige Jubiläum

Zum 100. Geburtstag genehmigte der Vorstand des Freiburger Tourismusverbands den Umzug der Institution mitten ins Herz der Stadt Freiburg, an die Rue Saint-Pierre 6. Dieser Standortwechsel sowie das Inkrafttreten des internen Mobilitätsplans, der etwa eine Ökomobilitätsprämie für die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln und sanfter Mobilität umfasst, bezeugen das Engagement der Freiburger Tourismusdachorganisation in Sachen nachhaltiger Entwicklung. Gleich 17 neue JobAbos wurden in Zusammenarbeit mit den TPF für die FTV-Mitarbeitenden ausgestellt.

Der Tätigkeitsbericht 2024 des Freiburger Tourismusverbands enthält Statistiken zu den Logiernächten sowie Highlights aus institutionellen Aktivitäten und Marketingkampagnen. Er ist neu auf einer eigenen Website verfügbar: rapport.uft-ftv.ch

Kontakt für Medienschaffende

Pierre-Alain Morard, Direktor des Freiburger Tourismusverbands
075 434 97 96, media@fribourg.ch