

22. Dezember 2025

Fribourgissima betraut den Freiburger Tourismusverband mit der Leitung seines Sekretariats sowie der Marke «Freiburg»

Der Verein Fribourgissima betraut den Freiburger Tourismusverband (FTV) mit der Leitung seines Sekretariats. Zudem steuert der FTV künftig die Massnahmen zur Bekanntheitsförderung des Kantons und seiner Marke. Die Generalversammlung von Fribourgissima hat somit beschlossen, die Synergien zwischen den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren der kantonalen Imageförderung zu verstärken.

Optimierte Synergien in der Sekretariatsleitung

Bis anhin wurde das Sekretariat von Fribourgissima von der Staatskanzlei geführt. Um Synergien und Mehrwerte rund um die Kommunikation und den Wissensaustausch in den Bereichen Imageförderung und Territorialmarketing zu nutzen, hat der Verein beschlossen, das Mandat für die Leitung des Sekretariats ab dem 1. Januar 2026 an den FTV zu übertragen. Um der neuen Organisation Rechnung zu tragen, hat die Generalversammlung einer entsprechenden Statutenänderung zugestimmt. Die Zusammenarbeit mit der Staatskanzlei und allen involvierten Staatsdiensten bleibt dank deren Engagements im Vereinsvorstand sowie in der Verwaltungskommission der Marke fest verankert.

Bekanntheitskampagne in der Deutschschweiz

Fribourgissima hat den FTV zudem beauftragt, eine Bekanntheitskampagne zu konzipieren, umzusetzen und zu evaluieren, um die Sichtbarkeit des Kantons Freiburg und seiner Territorialmarke zu stärken. Die für 2026 und 2027 geplante Kampagne wird über mehrere digitale Kanäle in der Deutschschweiz ausgespielt. Sie wird die Stärken des Kantons in zentralen Bereichen wie Wirtschaft, Bildung, Gastronomie, Sport, Kultur und Tourismus hervorheben. Eine erste Umsetzung wurde bereits im Jahr 2025 vom FTV realisiert.

Bestätigung der strategischen Achsen

An ihrer Generalversammlung haben die Mitglieder von Fribourgissima die beiden strategischen Achsen für die zukünftige Entwicklung des Vereins bestätigt. Die erste Achse betrifft die Bekanntheitsförderung, mit dem Ziel, mittels einer überkantonalen Kommunikationskampagne die Sichtbarkeit zu erhöhen und zum positiven Image des Kantons Freiburg und seiner Marke beizutragen. Die zweite Achse zielt darauf ab, die verschiedenen Freiburger Kreise rund um die grundlegenden Werte der Marke «Freiburg, Land der Werte» zu vereinen und ihr Engagement zugunsten der Markenförderung zu stärken. Dieser zweite Ansatz wurde 2025 zunächst als Pilotprojekt gestartet und wird 2026 offiziell lanciert.

Medienkontakte

Didier Castella, Staatsrat, Präsident des Vereins Fribourgissima
didier.castella@fr.ch, 079 578 35 22

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

Über Fribourgissima

Verein Fribourgissima hat zum Ziel, eine Partnerschaft zwischen dem Staat Freiburg sowie öffentlichen und privaten Akteurinnen und Akteuren zu schaffen, um das Image eines dynamischen und innovativen Kantons zu fördern, der sich an den neuen Technologien orientiert, eine nachhaltige Entwicklung befürwortet und sein kulturelles Erbe aufwertet. Fribourgissima ist die Dachorganisation der Marke «Freiburg, Land der Werte», die geschaffen wurde, um die Präsenz des Kantons Freiburgs gegen aussen zu stärken und seinen Bekanntheitsgrad und seine Attraktivität zu erhöhen. Die Website fribourg.ch bietet einen Überblick über die Aktivitäten von Fribourgissima.