

Tätigkeits- bericht

94. Geschäftsjahr | Freiburger Tourismusverband
2018



www.fribourgregion.ch

 **FRIBOURG REGION**
SUISSE - SCHWEIZ - SWITZERLAND

03

Avant-propos

04

Observatoire fribourgeois du tourisme

06

Activités institutionnelles

10

Marketing

14

Portrait Dzin

Sommaire

16

Faits marquants 2018

18

Service « Réseaux de randonnée »

20

Portrait Dzin

22

Mot de la fin

24

Organes et membres

26

Comptes 2018

VORWORT



Jean-Jacques Marti
Präsident des FTV

Zwölf Jahre, um Kontakte zu knüpfen

2007 trat ich dem Vorstand des FTV bei, drei Jahre später wurde ich zum Präsidenten ernannt. Was bleibt von all diesen Jahren in der Tourismusbranche, in der sich alles so rasant entwickelt – vom Web 2.0 zu einer Gesellschaft 5.0 – in Erinnerung?

Während meines Mandats gab die Einführung des nationalen Programms «Enjoy Switzerland», das für die gesamte Region Freiburg umgesetzt wurde, den Ton an: Es ging darum, die wichtigsten touristischen Akteure mit dem FTV zusammenzuführen. Der Gründung des Netzwerks PROtourism im Jahr 2013, das heute über 1'500 Mitglieder hat, lag dieselbe Logik zugrunde.

Das Freiburger Tourismus-Observatorium, ein leistungsstarkes Instrument zur Erhebung von Daten, bietet unseren Partnern seit Januar 2014 wertvolle Informationen zum Verhalten der Gäste. Angesichts eines hart umkämpften Marktes hat der Freiburger Tourismus seine Strukturen im Rahmen des Projekts «DMO X – Lean Destination Management» neu überdacht. Im Rahmen dieser weitreichenden Überlegung mit den Regionen wurde das grosse Optimierungspotenzial unserer Organisationen aufgezeigt, das durch die Vernetzung der Kompetenzen erschlossen werden kann.

Die Zahl 12 steht für das Ende eines Zyklus... Der Freiburger Tourismus nähert sich dem Reifestadium, ich wünsche ihm, dass er seinen Wandel gelassen und effizient fortsetzen kann.

Der Freiburger Tourismus teilt alles gerne mit Ihnen

In Einklang mit dem Thema unserer Schweizer Kampagne widmeten die Akteure des Freiburger Tourismus 2018 einen grossen Teil ihrer Energie dem Teilen. Unsere Partner und Leistungserbringer bereiteten den Gästen einen kompetenten und hochwertigen Empfang. Die originellen Angebote der passionierten Dzin verdienen künftig jedoch noch bessere Sichtbarkeit. Weiter verpflichteten sich die Teams der Tourismusorganisationen im Rahmen des ehrgeizigen Projekts zur Vereinfachung der Strukturen des Freiburger Tourismus.

Teilen von Stärken und Schwächen, von guten und von weniger guten Vorgehensweisen, Berücksichtigung von Chancen und von Risiken ... jeder bekundete den Willen, gemeinsam voranzuschreiten. Wir möchten auf einem gemeinsamen Weg weitergehen, die touristischen Schätze der Region Freiburg kohärent nutzen und dabei die Besonderheiten und die Unterschiede respektieren.

Eine Vision, die auf die Erwartungen von vernetzten, mobilen Kunden abgestimmt werden muss, die jederzeit und überall auf der Suche nach unvergesslichen Erlebnissen sind. Durch sein neues Verhalten wird der Gast zu einem zentralen Akteur des Tourismus und kann seine Erlebnisse und Reiseberichte mit nur einem Klick teilen!



Pierre-Alain Morard
Direktor des FTV

Video-Interviews in der digitalen Version:
www.fribourgregion.ch/tbe2018



1. Freiburger Tourismus-Observatorium

WICHTIGE ZAHLEN

Das Freiburger Tourismus-Observatorium liefert seine Ergebnisse auf der Grundlage von quantitativen und qualitativen Daten. Die Statistiken dienen dazu, die Kunden der Region Freiburg besser zu kennen und die Zielgruppen der Werbeaktionen genauer zu definieren. Die Teilnahme aller touristischen Leistungserbringer ist wesentlich für eine bessere Qualität der Ergebnisse.

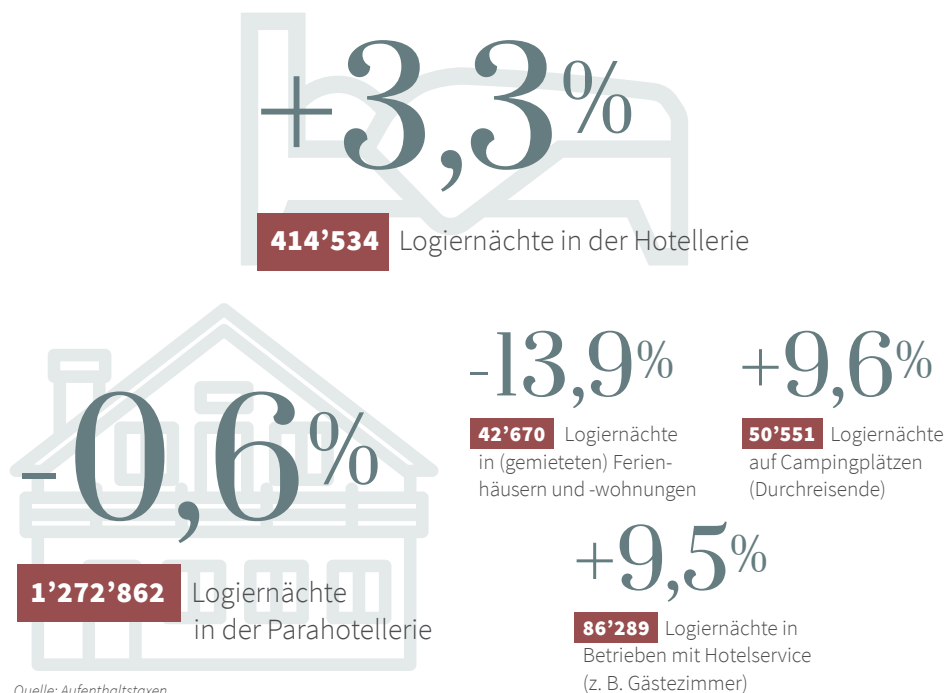
Detaillierte Tabellen finden Sie in der digitalen Version:
www.fribourgregion.ch/tbe2018



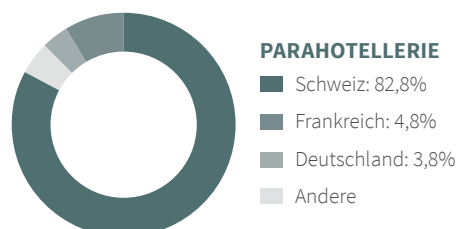
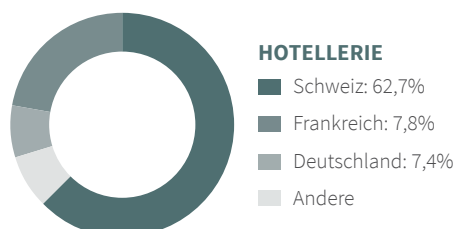
ÜBERNACHTUNGEN NACH UNTERKUNFTSTYP

Die Hotellerie-Bilanz 2018 der Region Freiburg ist mit 1'687'396 Logiernächten (+0,3 %) stabil. Aus den Daten der Aufenthaltstaxe geht hervor, dass die Hotellerie insbesondere in den Städten einen erfreulichen Anstieg der Logiernächte verzeichnete.

In der Parahotellerie gab es einen Rückgang bei der Vermietung von Ferienhäusern und -wohnungen, wohingegen die Übernachtungen von Durchreisenden auf Campingplätzen und in Gästezimmern zunahmen.



HERKUNFT DER GÄSTE UND MARKTANTEILE



Der grösste Marktanteil, jener der Schweizer Gäste, war leicht rückläufig (-2,8%). Bei den Logiernächten von französischen Gästen ist eine positive Entwicklung festzustellen (+12%), die Zahl der Gäste aus Deutschland ging leicht zurück. Gemäss einer Stichprobe von 344'648 Logiernächten kamen die meisten Kunden aus der Schweiz, gefolgt von Frankreich und Deutschland.

Quelle: BFS, Tourismus-Observatorium

AKTIVITÄT NACH BEZIRK

In den Bezirken Greyerz und Saane nahmen die Logiernächte in der Hotellerie und die Aufenthalte in Gruppenunterkünften zu.

Logiernächte in der Hotellerie

+4,1% +4,1%

GREYERZBEZIRK
131'803

SAANEBEZIRK
167'402

Logiernächte in Gruppenunterkünften

+7,6% +2,6%

GREYERZBEZIRK
99'838

SENSEBEZIRK
26'340

Der schöne Sommer führte dazu, dass mehr Kurzzeitmieter auf den Campingplätzen übernachteten, der Rückgang bei den Pauschalen lässt sich damit erklären, dass Eigentümer von Mobilhomes ihren Hauptwohnsitz auf die Campingplätze verlegten.

Logiernächte auf Campingplätzen (Kurzzeitmieter)

+10,1% +21,4%

BROYEBEZIRK
20'335

SENSEBEZIRK
8'291

Logiernächte auf Campingplätzen (Pauschale)

-0,6% -2,4%

BROYEBEZIRK
132'330

SEEBEZIRK
100'080

Quelle: Aufenthaltstaxen

BESUCHERZAHLEN FÜR MUSEEN UND ATTRAKTIONEN

399'143

Maison Cailler, Broc

246'259

Papiliorama, Kerzers

204'817

Les Bains de la Gruyère, Charmey

171'631

La Maison du Gruyère, Pringy

163'833

Schloss Greyerz, Gruyères

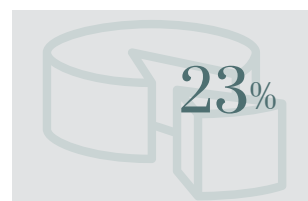
Der sonnige Sommer und der schöne Herbst wirkten sich auf die Besucherzahlen der Indoor-Aktivitäten aus. Die Besucherzahlen des Maison Cailler und des Papilioramas waren leicht rückläufig, die Bains de la Gruyère, La Maison du Gruyère und das Schloss Greyerz standen bei den Besuchern jedoch weiterhin hoch im Kurs.

BESUCHTE AKTIVITÄTEN MIT DER GÄSTEKARTE

Unter den fast 10'000 Eintritten liegen die drei wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Region La Gruyère an der Spitze der besuchten Attraktionen.



Maison Cailler



La Maison du Gruyère



Schloss Greyerz



Andere



2. Institutionelle Aktivitäten

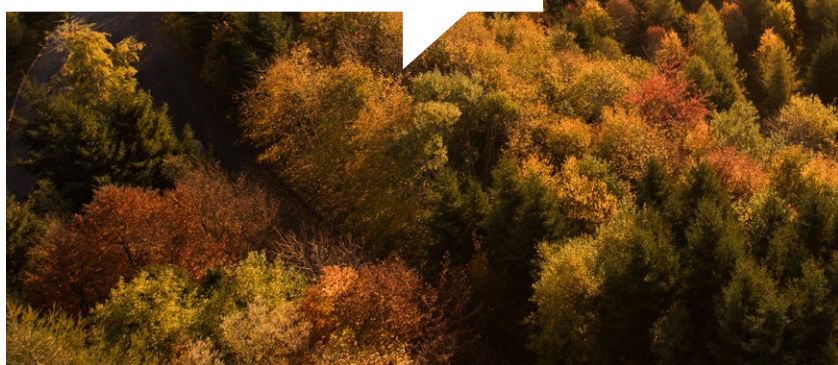
2.1 KANTONALE POLITIK FÜR DIE TOURISTISCHE ENTWICKLUNG

Der Fünfjahresplan 2016-2020 für die Umsetzung der Vision 2030 konzentriert sich auf drei Schwerpunkte: die Wiederbelebung der Entwicklung der Infrastrukturen, die Vereinfachung der touristischen Instanzen und die Nutzung der Freiburger Besonderheiten.

Ziel des von Innotour unterstützten Projekts „DMO X – Lean Destination Management“ ist es, Kompetenzen zu vernetzen und die touristischen Strukturen des Kantons zu vereinfachen. Ende 2018 gingen die vier ersten Phasen zu Ende, nämlich die Formalisierung des Ansatzes, die Analyse der touristischen Organisationen, die Optimierung der Strukturen und ein Vorschlag für den organisatorischen Aufbau. Diese Überlegung waren mit einer starken Mobilisierung der Ressourcen der touristischen Organe verbunden, zeigten jedoch auch das grosse Optimierungspotenzial bei der Funktionsweise der Organisationen auf. Das Projekt geht mit der für drei Jahre geplanten Implementierungsphase weiter.

Im Rahmen der Revision des kantonalen Richtplanes beteiligte sich der FTV an der Erarbeitung von strategischen und operativen Bereichen zum Thema Tourismus und Mobilität. Der in die Vernehmlassung geschickte Entwurf ermöglicht es ihm ausserdem, Stellung zu den touristischen Projekten zu nehmen.

Das strategische Projekt „CheckIn-FR“ soll die Erfassung und die Übermittlung von Gästedaten zwischen den verschiedenen beteiligten Stellen vereinfachen: Bundesamt für Statistik, Kantonspolizei, Freiburger Tourismus-Observatorium und Zentralkasse für die Aufenthaltstaxe. Sein Ziel ist es, das Check-in für den Unterkunftsbesitzer und den Gast zu vereinfachen, während gleichzeitig die Qualität und die Quantität der verfügbaren Statistiken im Vordergrund stehen. Innotour unterstützt das gemäss den Datenschutzbestimmungen entwickelte Projekt während zwei Jahren.



Mit Unterstützung der Neuen Regionalpolitik (NRP) wurde die im Greyerzbezirk durchgeführte Studie zur Abschätzung der wirtschaftlichen Folgen auf die sechs anderen Bezirke ausgedehnt. Die elektronische oder schriftliche Erhebung der Daten endete im Sommer. Das Tourismusinstitut Siders wird die Ergebnisse auswerten, letztere werden in einem für 2019 geplanten Schlussbericht erfasst. Die Analyse wird ein besseres Verständnis des Gästeverhaltens sowie die Priorisierung der Investitionen in touristische Infrastrukturen ermöglichen.

Die Analyse „Voralpen Vision 2030“, die in Koordination mit der Volkswirtschaftsdirection, Seilbahnen Freiburger Alpen (SBFA), Remontées mécaniques fribourgeoises SA (RMF SA), Télégryère SA und dem FTV getragen wird, umfasst drei Teilbereiche: Situation der Bergbahnen des Kantons, Unterstützungskriterien einschliesslich der Ergebnisse der Klimaanalyse und Evaluation der Produkte. Im Hinblick auf einen neuen Investitionszyklus wird der Schlussbericht die Grundlagen für öffentliche Gelder zugunsten der Bergbahngesellschaften bestimmen, um diese wettbewerbsfähig und zukunftssicher zu machen.

2.2. STATUTARISCHE AKTIVITÄTEN

Die 93. Generalversammlung des FTV fand am 25. April 2018 in Schwarzsee unter dem Vorsitz von Jean-Jacques Marti statt, 140 Personen nahmen teil. Dominique de Buman, der erste Schweizer Bürger und Präsident des Schweizer Tourismus-Verbands und der Schweizerischen Bergbahnen, brachte seinen Stolz zum Ausdruck, in einem Kanton heimatberechtigt zu sein, der den Tourismus als entscheidenden Faktor für seine Wirtschaft betrachtet.

Der Vorstand des FTV, der strategische Vorstand und die Finanzkommission traten 2018 sechzehnmal zusammen. Es war ein intensives Jahr, in dem



der Vorstand mit der Suche nach einem Nachfolger für Jean-Jacques Marti begann; der scheidende Präsident legt sein Amt nach 12-jähriger Tätigkeit beim FTV nieder. Ende August wurde Jean-Pierre Doutaz, Grossrat und Ammann von Gruyères, zum Präsidentschaftskandidaten ernannt.

2.3. INSTITUTIONELLE KOMMUNIKATION

Der Tätigkeitsbericht des FTV ist in zwei Versionen verfügbar, einer gedruckten und einer digitalen Version. Die kürzere Printversion legt den Schwerpunkt auf Erfahrungsberichte, wichtige Ereignisse und Zahlen in Form von Infografiken. Die digitale Version wird durch Interviews, Videos und Grafiken, die anhand der Daten des Freiburger Tourismus-Observatoriums erstellt werden, komplettiert.

Der institutionelle Newsletter „Tourismus Info“ des FTV erschien 2018 dreimal. Er wurde per E-Mail an über 1'000 Partner und Dienstleister versandt und im Internet veröffentlicht. Mit bis zu 53% war die Öffnungsrate sehr gut. Die Porträts von Persönlichkeiten des Freiburger Tourismus, die gleichzeitig auch Vertreter und Botschafter der Region Freiburg sind, verzeichneten jeweils am meisten Klicks.

Im Rahmen der Medienbeziehungen wurden erfolgreich zwei gezielte Pressemitteilungen an die regionalen und nationalen Medien und die Fachpresse verschickt. Die 93. Generalversammlung des FTV sorgte für ein grosses Medienecho. Durch eine starke

Online-Präsenz und eine gute Berichterstattung im Radio und im TV erreichte sie mehr als eine Million Personen. Im Laufe des Jahres bezogen sich die institutionellen Medienanfragen auf die Aktualität und verschiedene Themen wie beispielsweise Wildcamping, den Einfluss der Hitzewelle auf den Tourismus und die Öffnungszeiten von Betrieben an Tourismusorten.

2.4. LABELS

Im Tourismus spielt Qualität eine entscheidende Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit. Mit seinem Qualitäts-Programm fördert der Schweizer Tourismus-Verband (STV) die Entwicklung und die Gewährleistung der Qualität in den Tourismusbetrieben, um die immer spezifischeren Erwartungen der Gäste zu erfüllen.

Erneut unterstützte der FTV die touristischen Leistungserbringer des Kantons bei den Verfahren für den Erhalt des Labels, so auch die Bergbahngesellschaften. Vier Freiburger Unternehmen erhielten 2018 erstmals die „Stufe I“ des Qualitätslabels: Musée Gruérien, SportCafé Fribourg, Télécabine Charmey – Les Dents-Vertes en Gruyère SA und Vully Tourisme; die Domaine Notre-Dame de la Route/CIS und das Maison Cailler erhielten die „Stufe III“. Fünf Unternehmen erneuerten ihre Zertifizierung der „Stufe I“, „Stufe II“ oder „Stufe III“.

In Sachen nachhaltige Entwicklung beteiligte sich der FTV erneut an der Aktion „Bike to work“, welche die Nutzung des Velos für die Fahrt zur Arbeit fördert. 2018 legten acht Mitarbeiterinnen des FTV eine Strecke von 781 km zurück, wodurch 112 kg CO₂-Emissionen vermieden werden konnten. Für Fahrten innerhalb der Stadt Freiburg und der Umgebung steht ausserdem ein E-Bike zur Verfügung. Seit Januar umfasst das Personalreglement die Möglichkeit, maximal zwei Tage pro Woche von Zuhause aus zu arbeiten.

2.5. SENSIBILISIERUNGSMASSNAHMEN

Der Pass PROtourism bietet den im Freiburger Tourismus tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 80 unbeschränkt gültige Gratisangebote im Gesamtwert von CHF 1'200.-. Nur Mitarbeiter jener Leistungserbringer mit eigenem Angebot können vom Pass profitieren. 2018 machten 780 Mitglieder vom Angebot Gebrauch, die Vorzüge der anderen Anbieter der Region kennenzulernen.

Das Netzwerk PROtourism, dessen Ziel es ist, Möglichkeiten für den Erfahrungsaustausch zwischen Tourismusfachleuten zu schaffen, zählt 1'580 Mitglieder. Das 10. Jubiläum des Rendez-vous PROtourism wurde am Strand von Estavayer-le-Lac gefeiert, das Thema des Anlasses lautete „Ensemble in the green“. Im November nahmen rund 150 Personen am 11. Rendez-vous PROtourism teil, bei dem die ersten Ansätze für den Freiburger Tourismus der Zukunft bekanntgegeben wurden.

Das Ziel der Massnahme FTV@school ist es, die Bevölkerung schon im Kindesalter für die Thematik des Tourismus zu sensibilisieren. In Zusammenarbeit mit der Sektion Freiburg der Schweizer Wanderleiter begaben sich die Kinder der Stadt Freiburg im Rahmen des Ferienpasses auf ein Abenteuer in Illens, die Murtner Schüler folgten den Spuren des Bibers im Naturzentrum La Sauge und Schulkinder aus Plaffeien konnten Pflanzen sammeln und deren heilende Kräfte kennenlernen.



2.6. TOURISMUSFÖRDERUNGSFONDS DES KANTONS FREIBURG (TFF)

Der Verwaltungsausschuss des Tourismusförderungsfonds trat 2018 dreimal zusammen und bestätigte früher eingegangene mehrjährige Verpflichtungen in der Höhe von CHF 616'652. Nach der Überprüfung der Dossiers, die beim vom FTV geleiteten Sekretariat des TFF eingegangen waren, gewährte er folgenden Betrieben ordentliche Finanzhilfen (Teilübernahme der Zinsen):

- Les Bains de Charmey en Gruyère SA: Umbau der Hauptrezeption und des Empfangs für die Pflegebehandlungen
- Bildungs- und Gesundheitszentrum Schwarzsee: Schaffung eines Ausbildungs- und Wellness-Zentrums
- Résidence Chavacots in Les Paccots: vollständige Renovierung und vollständiger Umbau des Betriebs
- Hotel Seepark in Murten: vollständige Renovierung des Hotels

“

Das Netzwerk PROtourism, dessen Ziel es ist, Möglichkeiten für den Erfahrungsaustausch zwischen Tourismusfachleuten zu schaffen, zählt 1'580 Mitglieder.

”

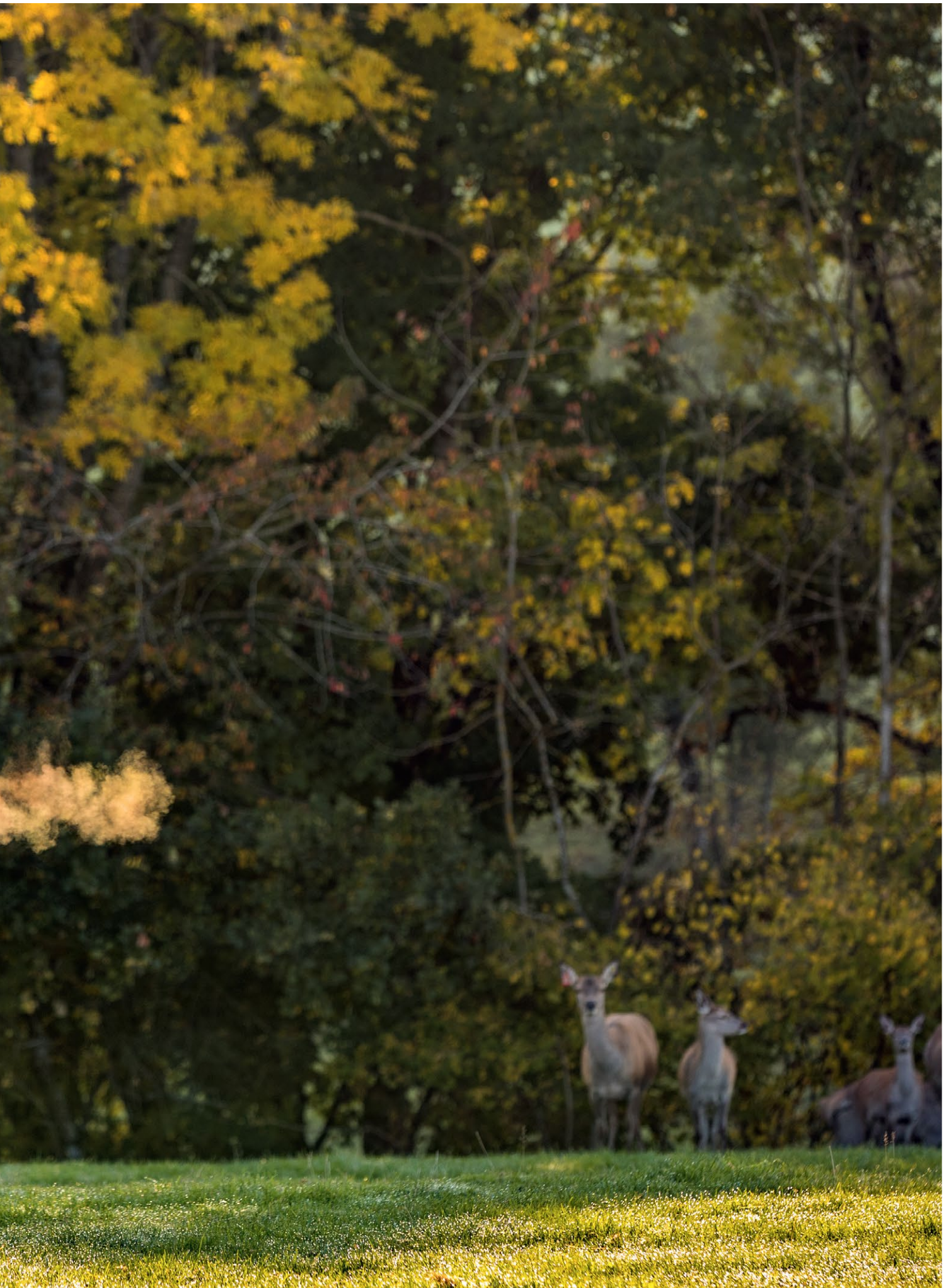
2.7. FREIBURGER ZENTRAKKASSE FÜR DIE AUFENTHALTSTAXE

Der Ertrag der kantonalen Aufenthaltstaxe beläuft sich auf 2,14 Mio. Franken. Er brachte dem FTV die nötigen Mittel zur Finanzierung der Dienstleistungen für die Gäste im ganzen Kanton ein, in den Bereichen Information, Unterhaltung der Gäste sowie touristische Anlagen.

Die Freiburger Zentralkasse für die Aufenthaltstaxe konnte wiederum die Effizienz und die Attraktivität ihrer Leistungen unter Beweis stellen: 16 von 17 Verkehrsvereinen (VV) erteilten ihr ein Inkassomandat. Ab 2019 nehmen alle 17 Verkehrsvereine die Dienste der Zentralkasse für das Inkasso der Aufenthaltstaxe in Anspruch.

Die Unterzeichnung eines Abkommens mit Airbnb sollte es der Reservierungsplattform ermöglichen, die Aufenthaltstaxe direkt zu erheben, um sie dem FTV anschliessend zurückzuerstatten.





3. Marketing

3.1. KAMPAGNEN UND MÄRKTE: DIE WICHTIGSTEN FAKTEN

Schweizer Kampagne

Die Schweizer Kampagne wurde vom FTV in Partnerschaft mit den sieben regionalen Tourismusorganisationen (RTO) entwickelt. 523'000 Exemplare des Magazins FRIBOURG REGION wurde auf lagenstarken Zeitschriften und Zeitungen beigelegt. Über zwanzig Publireportagen und mehr als zehn Anzeigen erreichten rekordverdächtige 10,2 Millionen Leser. Die Kampagne umfasste ausserdem gezielte Online-Aktionen, die 12,1 Millionen Kontakte generierten.

Internationale Kampagnen von Schweiz Tourismus

Sommer / Winter

Schweiz Tourismus (ST) widmete das Jahr 2018 dem Velo, egal ob Tourenvelo, Rennrad oder Mountainbike. Im Segment „Nature Lover“ entschied sich die Region Freiburg für eine Keystory, in welcher der Winzer und begeisterte Velofahrer Bernard Derron aus dem Vully eine Hauptrolle spielte. Das Angebot wurde von 13 Tipps der Destinationen und einem Video ergänzt. Weitere Velo-Tipps und Videos standen auf der Website cyclingtips.com zur Verfügung, die von 700'000 englischen und amerikanischen Velofahrern genutzt wurde.

Ebenfalls auf der Basis des Storytellings konzentrierte sich die Winterkampagne auf das Segment „Snow Sports Enthusiast“, mit den Vitaski-Skitouren, die in den vier Skigebieten der Freiburger Vor-alpen angeboten werden. Didier Moret, ehemaliger Gewinner der Patrouille des Glaciers, lud Anfänger und erfahrene Skifahrer ein, ihr Können auf diesen Routen mit Zeitmessung unter Beweis zu stellen.

Herbst

Die Region Freiburg schloss sich als Premiumpartner der neuen Herbstkampagne von ST namens „Wecke deine Sinne“ an. Sie



wurde am 30. August in Freiburg für die Westschweiz lanciert und ist in erster Linie auf den nationalen Markt ausgerichtet, mit einem Budget von insgesamt CHF 3,5 Millionen. Die Herbstbroschüre mit einer Druckauflage von 829'000 Exemplaren war bereits nach drei Wochen vergriffen.

Wellness

Die Broschüre „Spa & Vitality“ wurde in 62'000 Exemplaren herausgegeben und verschaffte Charmey durch die Präsenz des Hôtel Cailler und der Bains de la Gruyère grosse Sichtbarkeit. Sie lag hauptsächlich in den Wartezimmern von Ärzten und Kliniken in Süddeutschland auf.

Kampagne Deutschland

Die Sonderausgaben „Fribourg Region & Genferseegebiet“, die der Süddeutschen Zeitung und den Stuttgarter Nachrichten beigelegt wurden, wurden in einer Auflage von 507'000 bzw. 468'000 Exemplaren gedruckt. Jede Broschüre umfasste rund zehn Seiten über die Region Freiburg, ihre Destinationen, Veranstaltungen, die wichtigsten Sehenswürdigkeiten und die Gastronomie. Parallel dazu generierte die digitale Kampagne auf der Website der Stuttgarter Nachrichten nahezu 800'000 Ad Impressions. Das Freiburger Angebot wurde zudem an der Publikumsmesse CMT in Stuttgart präsentiert, die mit 265'000 Besuchern einen neuen Rekord verzeichnete.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Frankreich

Die Einzelaktion „Racontez-nous Fribourg Region“, die mit dem Courier International, der grössten Redaktion der Welt, durchgeführt wurde, generierte fast 14,5 Millionen Kontakte. Fünf Tage lang konnten vier aufstrebende Blogger, die im Rahmen eines Gewinnspiels ausgewählt wurden, Fribourg Region entdecken. Ihre Reiseberichte wurden auf vier Seiten in den Druck- und Onlineversionen veröffentlicht.

Auf 116 Seiten, von denen 23 der Region Freiburg gewidmet waren, veröffentlichte das Magazin „Voyager Ici & Ailleurs“ eine Kleinserie über die



Schweiz. Die E-Marketing Kampagne generierte ca. 12'600 einzelne Besuche auf der TripAdvisor Microsite.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Spanien

Bei drei Workshops in Madrid, Bilbao und Barcelona kamen die wichtigsten 150 Tour Operators (TO) und Reiseagenturen Spaniens zusammen. Dank Virtual Reality und 360°-Videos konnten die Teilnehmer mehr als 20 Schweizer Regionen entdecken.

Eine exklusive Beilage in La Vanguardia, einer der ältesten Tageszeitungen, die auf Spanisch und Katalanisch erscheint, verschaffte der Region Freiburg eine hervorragende Sichtbarkeit. Unter dem Titel „La auténtica esencia suiza“ präsentierte die Zeitung 10 Highlights und Unterkunftsmöglichkeiten. Die führende spanische Reisezeitschrift Travel Viajar widmete dem Velotourismus-Angebot des Kantons sechs Seiten.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Benelux

RTL-TVI, der wichtigste private TV-Sender Belgiens, strahlte während der Hauptsendezeit die Sendung „Tout s'explique“ aus. Die 20-minütige Sendung wurde im Januar in La Gruyère gedreht und erreichte eine halbe Millionen Fernsehzuschauer, was einem Marktanteil von 26,6% entspricht. Auf dem digitalen Fernsehsender Evenaar berichtete die Journalistin Joyce Colfs in vier Folgen über einmalige Erlebnisse in der Region Freiburg.

Im Bike Guide, der 84 Seiten umfasste, waren acht Seiten der Region Freiburg gewidmet und dabei die besten Velotouren vorgestellt. Die Broschüre mit einer Druckauflage von 100'000 Exemplaren lag dem National Geographic Magazine bei und die Inhalte waren ebenfalls in den sozialen Netzwerken abrufbar.

3.2. GESCHÄFTSTOURISMUS / MICE

Fribourg Meeting kümmert sich als Partner der Hoteliers und Kongresszentren der Stadt und des Kantons Freiburg um die Prospektionsarbeit des Segments MICE auf dem Schweizer Markt. In Zusammenarbeit mit der Region Freiburg hatte die Organisation einen eigenen Stand an der KonferenzArena Zürich, der wichtigsten Fachmesse der Branche.

Ein Viertel der Verträge, die via Website fribourgmeeting.ch zustande kamen, stammten aus der Deutschschweiz. „Event emotion“, das führende Schweizer Magazin im Bereich MICE und Geschäftstourismus, widmete der Stadt Freiburg neun Seiten seiner Mai-Ausgabe.

3.3. MEDIENBEZIEHUNGEN

In enger Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und den betroffenen Partnern empfing das Medienteam des FTV letztes Jahr 36 Medienreisen mit insgesamt 57 Journalisten. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: 148 Artikel generierten insgesamt knapp 90 Millionen Medienkontakte. Allein die Online-Reportage auf BBC Travel Story, die grösstenteils La Gruyère gewidmet war, erreichte 5,8 Millionen Leser.

Die guten Medienbeziehungen in der Deutschschweiz sind dem Auftrag zu verdanken, welcher der PR-Spezialistin Susi Schildknecht erteilt wurde. In den Tourismusrubriken von auflagenstarken Publikationen und Fachtiteln erschienen 22 Artikel, die mehr als 10 Mio. Leser erreichten. Die Redakteurin erstellte zudem das neue Mediendossier der Region Freiburg und 13 Factsheets zu den einzelnen Destinationen.

3.4. PUBLIKATIONEN

Die Hauptbroschüre FRIBOURG REGION mit einer Druckauflage von 583'000 Exemplaren erschien das zweite Jahr in Folge in Form eines Magazins, das auf dem Konzept des Storytellings basierte. Menschen standen im Mittelpunkt bei den Reportagen, mit denen die zwei Journalistinnen Susi Schildknecht (deutsche Ausgabe) und Mélanie Rouiller (französische Ausgabe) beauftragt wurden. Die 15'000 Exemplare der neuen Winter-Pocket Card, die für eine zweijährige Nutzung vorgesehen waren, waren schon nach wenigen Wochen vergriffen.

Vertriebskanäle

Die Abgabe von Broschüren in den Touristeninformationsstellen Espaces FRIBOURG REGION auf den Autobahnraststätten A1 und A12 ging um 18% zurück. Die Verteilung der Hauptbroschüre bei den Partnern und an den meistbesuchten Attraktionen des Kantons blieb hingegen stabil. Die Zahl der im Rahmen der Schweizer Kampagne verbreiteten Magazine stieg von 460'000 auf 523'000.

3.5. BILDMATERIAL

Fribourg Region bereicherte sein Bildmaterial durch ein siebentägiges professionelles Fotoshooting zum Thema Wandern, unter anderem auf der Wanderroute Grand Tour des Vanils. Hobbyfotografen liefen 25 Strecken ab und sammelten Fotomaterial für die interaktive Wanderkarte, die für 2019 geplant ist. Die Flickr-Fotodatenbank der Region Freiburg umfasste 2'940 Fotos mit mehr als 447'000 Views.



3.6. MARKETINGKOMMUNIKATION UND INFORMATION

Internetseite

Die Website www.fribourgregion.ch, die sich seit Juli 2018 in neuem Design präsentiert, wurde weiterentwickelt. Sie soll neu besser auf das Benutzerverhalten antworten. Die acht Websites der Destinationen und des Kantons verzeichneten über 2,18 Millionen Besuche, was einem Anstieg um 2 % entspricht. Die Platzierung und Grösse der Bilder, Marketingkampagnen und eine bessere Suchmaschinenoptimierung verbesserten die Attraktivität bei den Internetnutzern.

La Gruyère Tourisme konnte erneut am meisten Besucher verzeichnen (565'905). Noch vor dem Veranstaltungskalender wurden in jeder Sprache die Webcam-Seiten am häufigsten aufgerufen.

Soziale Netzwerke

Die Facebook-Seite von Fribourg Region zählte Ende 2018 40'000 Fans und bildete somit die grösste Community des Kantons, noch vor Fribourg Gottéron. Die 316 Posts riefen insgesamt 43'652 Reaktionen hervor.

Fribourg Region realisierte intern 34 Videos, davon 12 für Fribourgissima, sowie einige in Zusammenarbeit mit Terroir Fribourg und den RTO. Die auf Facebook veröffentlichten Videos generierten fast 890'000 Views, was einem Anstieg von 40% gegenüber 2017 entspricht. Auch auf Instagram liess sich eine erfreuliche Entwicklung feststellen, das Konto verzeichnete 11'728 Abonnenten (+ 51%).

Fribourg Region setzte auf Influencer, um im Web virale Inhalte zu verbreiten. Die Veröffentlichung des Videos über die Graubündner Bloggerin Kitkat_ch auf Facebook erzielte rekordverdächtige 101'800 Views, das Video über die sportlichen Aktivitäten von Zimy da Kid, einem Content Creator aus Lausanne, wurde 72'000 Mal aufgerufen.

Marketing Newsletter

Der Marketing Newsletter wurde während des Jahres achtmal in drei Sprachen (Deutsch, Französisch, Englisch) an mehr als 27'000 Empfänger versendet. Eine Ausgabe war der mit Schweiz Tourismus erstellten Herbstkampagne gewidmet.

Information

Der FTV beantwortet touristische Anfragen unter der Woche telefonisch, per E-Mail und Online-Chat, La Gruyère Tourisme stellt diesen Service an Wochenenden und Feiertagen sicher.

Freiburger Spezialitäten

Die kulinarischen Spezialitäten der Region Freiburg sind auf den Speisekarten von 134 Freiburger Restaurants am Symbol der Kuh Flora erkennbar. In Zusammenarbeit mit Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme und Terroir Fribourg bot ein Stand an der Kilbi im Freiburgerland ein schönes Schaufenster für die Freiburger Spezialitäten.





609
Posts auf
Instagram
und Facebook
erreichten
5,25 Millionen
Personen.

Im Land der Dzin

Porträt Dzin



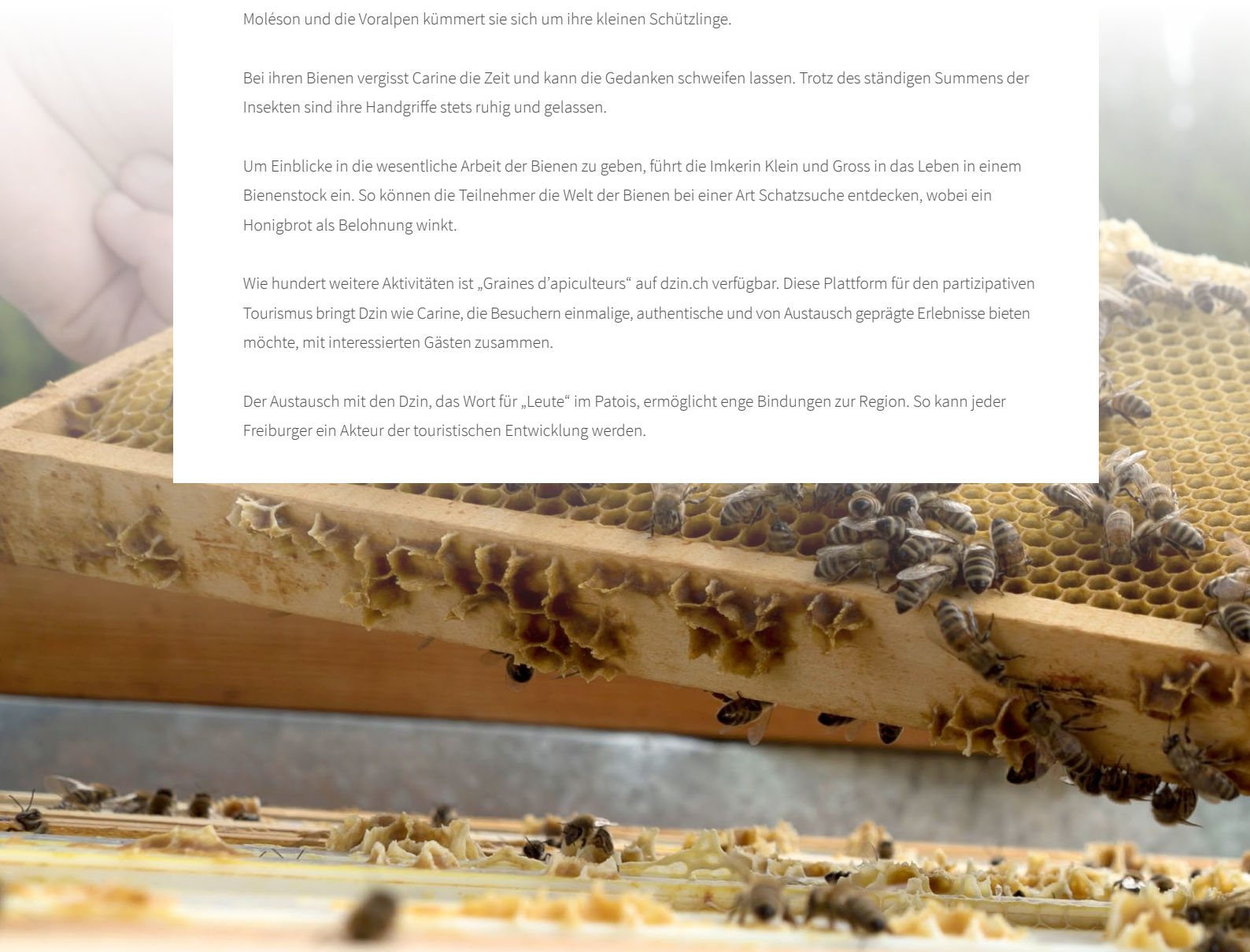
Die passionierte Imkerin Carine Beaud führte Interessenten in die Welt der fleissigen Bienen ein, die in ihren Augen einen ganz besonderen Stellenwert verdienen. Im grossen bewaldeten Park Graines d'apiculteurs mit Blick auf den Moléson und die Voralpen kümmert sie sich um ihre kleinen Schützlinge.

Bei ihren Bienen vergisst Carine die Zeit und kann die Gedanken schweifen lassen. Trotz des ständigen Summens der Insekten sind ihre Handgriffe stets ruhig und gelassen.

Um Einblicke in die wesentliche Arbeit der Bienen zu geben, führt die Imkerin Klein und Gross in das Leben in einem Bienenstock ein. So können die Teilnehmer die Welt der Bienen bei einer Art Schatzsuche entdecken, wobei ein Honigbrot als Belohnung winkt.

Wie hundert weitere Aktivitäten ist „Graines d'apiculteurs“ auf dzin.ch verfügbar. Diese Plattform für den partizipativen Tourismus bringt Dzin wie Carine, die Besuchern einmalige, authentische und von Austausch geprägte Erlebnisse bieten möchte, mit interessierten Gästen zusammen.

Der Austausch mit den Dzin, das Wort für „Leute“ im Patois, ermöglicht enge Bindungen zur Region. So kann jeder Freiburger ein Akteur der touristischen Entwicklung werden.



“

Ich habe mich
in meine
Bienen verliebt.

”

Carine Beaud, Dzin



Wichtige Ereignisse 2018

Das Jahr des Freiburger Tourismus war von neuen Projekten, Veranstaltungen, Kampagnen und Jubiläen geprägt... 12 Aktivitäten verdienen dabei besondere Erwähnung:

M A I

DIE HIGHLIGHTS IN DER AUSLÄNDISCHEN PRESSE

Die Einzelaktion „Racontez-nous Fribourg Region“, die mit dem Courrier International in Frankreich durchgeführt wurde, generierte fast 14,5 Millionen Kontakte. Die Reiseberichte von vier aufstrebenden Bloggern wurden in den Druck- und Webversionen der Zeitschrift veröffentlicht.

A P R I L

HAUSGEMACHTE SCHWEIZER KAMPAGNE

Die Region Freiburg lanciert seine eigene Schweizer Kampagne. Die Publireportagen und Anzeigen mit dem Slogan „Die Freiburger teilen gerne alles mit dir!“ erreichten rekordverdächtige 10,2 Millionen Leser!

J U L I

WANDERUNG MIT ALAIN BERSET

Der FTV beteiligte sich an der Organisation der Wanderung von Bundespräsident Alain Berset in Schwarzsee. Ohne viel Aufhebens hatten 160 Leser von L'illustré und der Schweizer Illustrierten die Gelegenheit, den Freiburger am Vorabend des Nationalfeiertages auf einer Wanderung zu begleiten.



AUSZEICHNUNG DES PROJEKTS L'ESPRIT DES LIEUX

Die Stiftung Landschaftsschutz Schweiz würdigte die heiligen Stätten der Abteien und Klöster im Saanebecken mit dem Preis „Landschaft des Jahres 2018“. Er wurde der Diözese Lausanne, Genf und Freiburg sowie dem Tourismusprojekt „L'esprit des lieux“ verliehen.

A P R I L

VIRTUELLER SPAZIERGANG IN FRIBOURG REGION

Der Stand von Fribourgissima am Marché-Concours von Saignelégier, wo der Kanton Freiburg Ehrengast war, präsentierte regionale Produkte und das touristische Angebot. Ein Erinnerungsfoto und Virtual-Reality-Brillen machten den Besuchern Lust auf einen Besuch in der Region.

A U G U S T

10. RENDEZ-VOUS PROTOURISM

Das 10. Jubiläum des zweimal jährlich stattfindenden Rendez-vous PROtourism wurde am Strand von Estavayer-le-Lac gefeiert unter dem Motto „Ensemble in the green“. Die kreative Aktivität förderte den Team- und Wettbewerbsgeist der Teilnehmer.



J U N I

AUGUST

**DIE JAHRESVERSAMMLUNG
DES STV IM WERKHOF**

Die 86. Generalversammlung des Schweizer Tourismusverbands fand am 17. August im einzigartigen Rahmen des Werkhofs statt. Dominique de Buman freute sich, die Teilnehmer der Jahreshauptversammlung in seiner Heimat empfangen zu dürfen.

NOVEMBER

**DER FREIBURGER TOURISMUS
VON MORGEN**

Das 11. Rendez-Vous PROtourism gewährte mehr als 160 Akteuren der Branche erste Einblicke in das Projekt „DMO X – Lean Destination Management“. Die Herausforderung lautete: die Effizienz und die Wettbewerbsfähigkeit steigern und dabei den Gast ins Zentrum der Überlegungen stellen.

DECEMBER

FANS VON FRIBOURG REGION

Die Facebook-Seite von Fribourg Region zählte Ende 2018 mehr als 40'000 Fans und bildete somit die grösste Community des Kantons, noch vor Fribourg Gottéron. Die intern realisierten Videos, die in diesem sozialen Netzwerk gepostet wurden, generierten fast 890'000 Views.

**EINE KAMPAGNE
IN HERBSTLICHEN FARBEN**

Schweiz Tourismus bewirbt nach mehreren Jahren wieder den Herbst. Die Pressekonferenz für die Westschweizer Medien fand in Freiburg statt. Fribourg Region schloss sich den Werbeaktionen, die hauptsächlich für den Schweizer Markt bestimmt waren, als Premium-Partner an.

AUGUST

**WINTERVERSION
DER POCKET CARD**

Die neue Pocket Card umfasst den Pistenplan der Freiburger Skigebiete und eine Auswahl an Winteraktivitäten. Sie wurde von den Partnern sehr geschätzt und die 15'000 Exemplare waren in weniger als einem Monat vergriffen.

DECEMBER

**EIN HOCHWERTIGES WANDERNETZ**

Die Sensibilisierungsarbeit der Gemeinden für die Notwendigkeit der Instandhaltung der beschilderten Wege ist wesentlich. Der FTV präsentierte den Gemeinden der 3 Bezirke (Glane, Greyerz und Vivisbach) einige Instrumente, die die Erreichung dieser Ziele erleichtern.

NOVEMBER



4. Freizeitwegnetz

4.1. VELO-, MOUNTAINBIKE- UND SKATINGNETZ

Auf staatlicher Ebene setzte sich die hervorragende Zusammenarbeit und die Aufgabenteilung mit dem Amt für Mobilität (MobA) im Rahmen der Projekte für die sanfte Mobilität fort.

Das im Rahmen der Studie „Voralpen Vision 2030“ initiierte Projekt „Mountainbike Fribourg“ befasst sich mit der Analyse und der Entwicklung eines MTB-Angebots im Kanton. Es wurde Allegra Tourismus anvertraut, einem Spezialisten für die Schaffung von MTB-Netzen in den Bergen, und wird von der NRP unterstützt. Im 1. Halbjahr 2018 wurden zwei Workshops organisiert, an denen über achtzig am Mountainbike-Sport interessierte Personen teilnahmen. Die ersten Schlussfolgerungen der Studie dürften über die weitere Konkretisierung dieses im kantonalen Richtplan klar formulierten offiziellen Netzes entscheiden.

4.2. WANDERWEGNETZ

Die Schweiz ist das einzige Land weltweit, in dem die Wanderwege Teil der Bundesverfassung sind (Art. 88), die Erhaltung und die Qualität des Wanderwegnetzes sind somit rechtlich garantiert.

Mehr als die Hälfte der Schweizerinnen und Schweizer geht wandern und mehr als 80 % nutzen das Netz aus ausgeschilderten Wegen. Zudem generiert das Wandern eine touristische Wertschöpfung von CHF 2,5 Milliarden.

Unter der Leitung des FTV ist ein 31-köpfiges Team aus ehrenamtlichen Beschilderern, darunter 4 Frauen, auf den rund 1800 Kilometern Wanderwegen des Kantons unterwegs. Sie gewährleisten die Ausschilderung und die Kontrolle der Schilder im gesamten Netz und informieren die Gemeinden und den



FTV über den Zustand der Wege und Infrastrukturmängel. Das Team verfügt seit 2018 über einheitliche Arbeitskleidung mit T-Shirt, Gilet und Mütze mit eigenem Logo.

Tracks und Routen

Der FTV nahm als Pilotkanton an der Entwicklung der MISTRA-Fachapplikation LV zur Verwaltung des Langsamverkehrs teil (Wandern, Velofahren, Mountainbike (MTB) und Skatingwege). Dieses unverzichtbare Tool wird vom MobA und dem FTV genutzt, um die Freizeitwegnetze effizient zu verwalten. Die fortlaufende Aktualisierung der Karte des Wanderwegnetzes (Geodaten) und die Ausschilderung ermöglichen es dem FTV, im Rahmen der jährlichen Anpassung wertvolle Daten an swisstopo und SchweizMobil zu übermitteln.

Bodenerhaltung und Instandhaltung der Infrastrukturen

Die Gemeinden auf die Bedeutung und Notwendigkeit der Instandhaltung der beschilderten Wege zu sensibilisieren ist aus mehreren Gründen wesentlich: Qualität des Netzes, Sicherheit, Zufriedenheit der Wanderer und Anerkennung der Arbeit des Beschilderungsteams. Im Rahmen der von den Oberämtern organisierten Sitzungen präsentierte der FTV den Gemeinden der drei Bezirke



(Glane, Greyerz und Vivisbach) ein paar Instrumente, die das Erreichen dieser Ziele erleichtern. Auch der Zivilschutz nahm an diesen Treffen teil, und wurde so an seinen Auftrag im Zusammenhang mit der Instandhaltung der Wanderwegnetze erinnert.

Der neue Leitfaden Nr. 15 „Gefahrenprävention und Verantwortlichkeit auf Wanderwegen“, der von Schweizer Wanderwege und dem ASTRA herausgegeben wurde, bot den Gemeinden eine willkommene praktische Hilfe. Die Themen, die in dieser Broschüre behandelt werden, umfassen unter anderem die Bewertung der Risiken, Anforderungen in Bezug auf die Sicherheit und die Verantwortung der Gemeinden in Verbindung mit den Aufgaben in den Bereichen Ausbau, Kontrolle und Instandhaltung der Wege. Die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Gemeinden zum Thema sanfte Mobilität gestaltet sich positiv.

Information und Kommunikation

Zur Vorbereitung des Jahres 2019, das von Schweiz Tourismus offiziell zum Wanderjahr erklärt wurde, wurden auf der Website von Fribourg Region intensive Arbeiten zur Verbesserung des Wanderangebots vorgenommen. Die Routen wurden durch

interaktive Karten bereichert und mit einem genauen Streckenbeschrieb, Fotos, Höhenunterschieden, Wanderzeit und GPX-Punkten ergänzt.

4.3. ZUSAMMENARBEIT

Schweizer Wanderwege

2018 finanzierte der FTV mit Schweizer Wanderwege einen Kurs zum Thema „Instandhaltung und Bau“ für die Gemeinden. An diesem Weiterbildungstag in Schwarzsee standen Theorie und Praxis auf dem Programm. Wie jedes Jahr führte der Verantwortliche für Infrastrukturen des nationalen Dachverbands die Qualitätskontrolle des Freiburger Netzes auf einer der Routen von SchweizMobil durch.

SchweizMobil

Die Wander-, Velo- und MTB-Routen von Schweiz Mobil wurden durch zwei Winterangebote ergänzt: einer Schneeschuhwanderung in Vounetse bei Charmey und einer Langlaufstrecke in Les Paccots. Die Vorbereitung von neuen lokalen Wanderwegen und einer Velo-Tour (Herzroute) fand in Zusammenarbeit mit dem MobA und den betroffenen Tourismusbüros statt.

Fribourg Rando

Der FTV unterstützte die Erstellung der Broschüre mit dem Wanderprogramm, die von Fribourg Rando herausgegeben wird; darin sind 62 Wanderungen erfasst, von denen 12 von den Tourismusorganisationen organisiert werden.

In Zusammenarbeit mit Fribourg Rando und den lokalen Tourismusakteuren fand am 31. Juli die Wanderung von Bundespräsident Alain Berset im Rahmen der Feierlichkeiten anlässlich des Nationalfeiertages in Schwarzsee statt.

Beratungen und Stellungnahmen

Die Abteilung Freizeitwegnetze des FTV bringt ihre Erfahrung im Rahmen von eidgenössischen, kantonalen und kommunalen Projekten in Verbindung mit dem Wandertourismus, der Bodenverbesserungen oder der Raumplanung ein. Der FTV engagiert sich in mehreren Arbeitsgruppen und Kommissionen der Bundesverwaltung und der Freiburger Kantonsverwaltung:

- dem Bau- und Raumplanungsamt (BRPA) in der Beratung, der mit dem Tourismus verbundenen Dossiers
- dem Amt für Mobilität (MobA) für die Planung des Velonetzes und die Umsetzung verschiedener Projekte im Bereich der sanften Mobilität
- dem Geografischen Informationssystem (GIS) für die Verwaltung der Geodaten
- dem Amt für Landwirtschaft (LwA) für die Sanierung oder Instandsetzung von land- und alpwirtschaftlichen Erschliessungen
- dem Amt für Wald, Wild und Fischerei (WaldA) in der Koordinierungsgruppe „Grossraubtiere“
- dem Amt für Natur und Landschaft (ANL) in der Kommission für Umwelt- und Landschaftsschutz
- dem Amt für Umwelt (AfU) in der beratenden Kommission für die Gewässerbewirtschaftung



Wissen weitergeben

Porträt Dzin



Iwan Egger lädt Neugierige im Herzen des Sensebezirks ein, die Kunst des Bierbrauens zu entdecken. Seit 10 Jahren braut er das Bier „As Jüscht's“, lagert es und füllt es in Fässer oder Flaschen ab.

Im Zuge der Jahre liess Iwan seiner Kreativität freien Lauf, um jeder Sorte ihren eigenen Charakter zu verleihen. So sind über zehn Spezialitäten entstanden, bei denen Qualität vor Quantität steht.

Das Amarillo wird mit aus Texas importiertem Hopfen hergestellt und ist ein Muss für Kenner. Das Emerald hat einen angenehm malzigen Geschmack und wurde nach der gleichnamigen Heavy Metal Band aus dem Sensebezirk benannt. Das Weihnachtsbier entwickelt sein mildes, süsses Aroma während der Lagerung im Fass. Iwan Egger hat ebenso viele Biere wie Geschichten auf Lager ...

Die Dzin wollen Traditionen fortsetzen, ihr Wissen weitergeben und Emotionen wecken. Ihre Anwesenheit am Salon Suisse des Goûts et Terroirs in Bulle und am Marché-Concours in Saignelégier machen sie zu wertvollen Botschaftern der Region Freiburg.

Auf dzin.ch können die Gäste per Mausklick 110 authentische und originelle touristische Erfahrungen entdecken und buchen!

“

Ich bin
stolz darauf,
dass jedes Bier
einen eigenen
Charakter hat.

”

Iwan Egger, Dzin



Danksagung

Unter der Präsidentschaft von Jean-Jacques Marti stellte der Vorstand des FTV 2018 die Weichen für den Freiburger Tourismus der Zukunft und unterstützte zahlreiche laufende strategische Projekte. Für seinen unermüdlichen Einsatz und seine führende Rolle danken wir ihm herzlich.

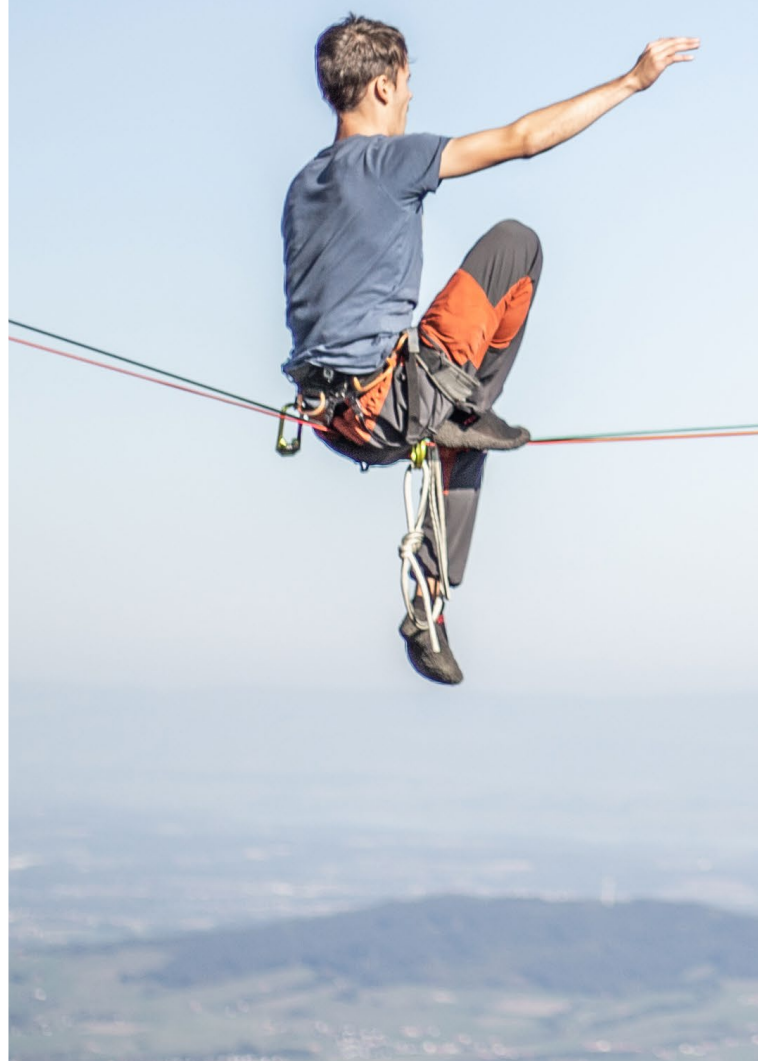
Mit Pierre-Alain Morard an seiner Spitze arbeitete das Team des FTV stets hoch professionell und hinterfragte sich ständig selbst. Der wertvolle Beitrag von rund 30 Mitgliedern des Beschilderungsteams sei an dieser Stelle ebenfalls erwähnt.

Auch den Mitgliedern, Partnern und Leistungserbringern gebührt ein herzliches Dankeschön für die gute Zusammenarbeit. Das Engagement der regionalen Tourismusorganisationen bei der Umsetzung von Promotionsmassnahmen sowie im Rahmen der Überlegungen zur Vernetzung der Kompetenzen ist ein klares Signal für den grossen Zusammenhalt, der die „kleine“ 13. Tourismusregion der Schweiz auszeichnet.

Den Personen, die tagtäglich in Kontakt mit den Gästen der Region Freiburg stehen, gebührt ebenfalls unser Dank. Tourismusbüros, Verkehrsvereine, Dzin und weitere touristische Akteure leisten einen wichtigen Beitrag zur hohen Qualität der Freiburger Gastfreundschaft.

Nicht zuletzt geht unser Dank an den Staat Freiburg und seine Mitglieder für die finanzielle Unterstützung und die gute Zusammenarbeit. Vor allem die hervorragenden Arbeitsbeziehungen mit der Volkswirtschaftsdirektion bilden eine solide Grundlage, um die Entwicklung des Tourismus fortzusetzen und seinen Beitrag zur Wirtschaft des Kantons zu verbessern.

Der FTV dankt allen Beteiligten und wird sich auch weiterhin dafür einsetzen, die Bedeutung der Tourismusbranche aufzuzeigen und die touristische Anziehungskraft der Region Freiburg in der Schweiz und im Ausland zu fördern.



Tourismus-
Bewusstsein,
Digitalisierung,
Agilität...
die Zutaten
des Erfolgsrezepts
des Freiburger
Tourismus.

Organe und mitglieder



Ehren-Mitglieder

EHRENPRÄSIDENTEN

André GENOUD, Villars-sur-Glâne
Hubert LAUPER, Autafond

EHRENMITGLIEDER

Louis RIGOLET, Fribourg
Bruno WAEBER, Düdingen
Pierre COTTIER, Bulle
Jean DESCHENAUX, Fribourg
Michel PITTET, La Joux

Rechtsmässige Mitglieder

STAAT FREIBURG

Olivier CURTY	Staatsrat, Volkswirtschaftsdirektor, Fribourg
Vincent DUCROT	Generaldirektor TPF, Fribourg
Albert MICHEL	Verwaltungsratspräsident FKB, Fribourg
Jean-Luc MOSSIER	Direktor Wirtschaftsförderung des Kantons Fribourg, Fribourg

REGIONALE TOURISMUSORGANISATIONEN (PRÄSIDENT/-INNEN)

 Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme	Claude BERGER
 Freiburg Tourismus und Region	Madeleine GENOUD-PAGE
 La Gruyère Tourisme	Raoul GIRARD
 Office du Tourisme Châtel-St-Denis/Les Paccots et la Région	Michel MAILLARD
 Office du Tourisme de Romont et sa région	Frédéric ROSSIER
 Regionalverband See (RVS)	Daniel LEHMANN
 Schwarzsee Tourismus	Linus HAYOZ

LOKALE TOURISMUSORGANISATIONEN (PRÄSIDENT/-INNEN)

 Association des 3 C « Charmey Tourisme »	Yves PAGE
 Broc - Botterens - Villarbeney - Morlon	Jacques PASQUIER
 Bulle et environs	Nicolas WYSSMUELLER
 Cheyres-Châbles Tourisme	Catherine NOBBS
 Düdingen Tourismus	Armin HAYOZ
 Estavayer-le-Lac et environs	Anne MEYER LOETSCHER
 Gruyères/Molésan	Monique DURUSSEL RUDAZ
 Intyamon	Jean-Pierre CURRAT
 Jaun Tourismus	Benoît BUCHS
 Lac de la Gruyère	Patrick PERROTTET
 Murten Tourismus	Marianne SIEGENTHALER
 Portalban Tourisme	Daniel WASER
 Vully Tourisme	Christophe DUPASQUIER

Stand 31.12.2018

Vorstand



PRÄSIDENT
DELEGIERTER DES VER-
WALTUNGSRATS UPFC
JEAN-JACQUES
MARTI



VIZEPRÄSIDENT
RESTAURATEUR
TOBIAS
ZBINDEN



STAATSRAT
OLIVIER
CURTY



NATIONALRÄTIN
CHRISTINE
BULLIARD
MARBACH



GENERALLDIREKTOR
TPF
VINCENT
DUCROT



NOTARIN
EMMANUELLE
KAELIN MURITH

Aktiv- Mitglieder

Tourismus- förderungsfonds des Kantons Freiburg

DACHVERBÄNDE

Arbeitgeberverband des Kantons Freiburg
Bergbahnen der Freiburger Alpen
GastroFribourg
Handels- und Industriekammer Freiburg
Hotelleriesuisse, Sektion Freiburg
Schweizer Wanderleiter – Sektion Freiburg
Verband der Freiburger Ferienheime und Gruppenunterkünfte (VFFG)

TRANSPORT

 Centre touristique Gruyères-Molésion-Vudalla SA
 Freiburgische Verkehrsbetriebe (TPF)
Kaisereggbahnen Schwarzsee AG
Schiffahrtsgesellschaft AG Neuenburger- & Murtensee
 Télécabine Charmey-Les Dents Vertes en Gruyère SA

UNTERNEHMEN

Andrey Reisen AG, Le Mouret
Canisius Druck & Grafik AG, Freiburg
Cremo SA, Freiburg
Credit Suisse (Schweiz) AG, Freiburg
Duplirex SA, Freiburg
Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden
Gratisa SA, Molésion-sur-Gruyères
Groupe E SA, Freiburg
Imprimerie MTL SA, Freiburg
Kantonalbank Freiburg
MC Management et Conseils Sàrl, Freiburg
Media F SA, Freiburg
Morand Frères SA, La Tour-de-Trême
Römermuseum, Vallon
Société des Produits Nestlé SA, Broc
Touring Club Schweiz, Sektion Freiburg
So Graphic Studio, Bulle
UBS Switzerland AG, Freiburg
Verlag Freiburger Nachrichten AG, Freiburg
 Vully-les-Lacs Tourisme, Salavaux

VERWALTUNGSAUSSCHUSS

PRÄSIDENT

Oliver CURTY
Staatsrat, Murten/Morat

MITGLIEDER

Nicolas BÜRGISSE
Michel CHEVALLEY
Edgar JEITZINER
Nicole LEHNER-GIGON
André LOSEY
Jean-Jacques MARTI
Marie-France ROTH PASQUIER
Stéphane SCHLAEPPY
Katharina THALMANN-BOLZ
Laurent YERLY
Grossrat, Giffers
Oberamtmann Vivisbachbezirk, Tatroz
Präsident Direktion FKB, Freiburg
Grossrätin, Massonnens
Ammann, Estavayer-le-Lac
Präsident FTV, Freiburg
Grossrätin, Gemeinderätin, Bulle
Hotelier, Charmey
Grossrätin, Murten/Morat
Staatsschatzamt, Freiburg

SEKRETARIAT

Pierre-Alain MORARD
Marie-Christine REPOND
Direktor FTV
PR-Verantwortliche FTV

Vorstand



PRÄSIDENT RVS
OBERAMTMANN
SEEBEZIRK

DANIEL
LEHMANN



PRÄSIDENT
BERGBAHNEN
FREIBURGER ALPEN

MICHEL
LOSEY



VERWALTUNGSRATS-
PRÄSIDENT FKB

ALBERT
MICHEL



DIREKTOR
WIRTSCHAFTS-
FÖRDERUNG

JEAN-LUC
MOISSIER



PRÄSIDENT FHV
HOTELIER

RAYMOND
SURCHAT



FINANZKOMMISSION
FTV
HÄNDLER

JEAN-PIERRE
THÜRLER



PRÄSIDENT
PORTALBAN TOURISME
ARCHITEKT

DANIEL
WASER

Rechnung 2018

BILANZ				
AKTIVEN		31.12.2018	31.12.2017	
Kassa		645,90	423,65	
PostFinance 17-1056		383357,27	338912,31	
PostFinance 17-7212		346504,61	370350,32	
Banken		525984,29	555343,97	
Transitorische Aktiven		0,00	17093,00	
Wertschriften		1,00	1,00	
Debitoren		507252,65	544695,40	
Maschinen und Mobiliar FTV		1,00	1,00	
Maschinen und Mobiliar Info-Stelle A12		1,00	1,00	
Gebäude FTV	31.12.2018	1 129 161,40	1 148 161,40	31.12.2017
Gebäude FTV	2 030 058,22			2 030 058,22
./.. Abschreibungen	900 896,82			881 896,82
Info-Stellen A1 und A12	31.12.2018	1,00	1,00	31.12.2017
Neugestaltung A1 und A12	322 178,20			322 178,20
./.. Abschreibungen	322 177,20			322 177,20
Info-Stelle A12	31.12.2018	98 000,00	109 000,00	31.12.2017
Dienstbarkeit	300 000,00			300 000,00
./.. Abschreibung	202 000,00			191 000,00
Total der Aktiven		2 990 910,12	3 083 984,05	
PASSIVEN		31.12.2018	31.12.2017	
Kreditoren		384 941,07	365 362,88	
Transitorische Passiven		98 415,70	304 694,13	
Hypothekaranleihen		868 254,10	903 049,00	
Fonds zweckbestimmt «Vision 2030»		293 687,02	240 099,08	
Fonds zweckbestimmt «NRP» und «Innotour»		157 072,04	170 258,19	
Ordentlicher Reservefonds		221 857,43	102 787,45	
Provisionen		175 811,85	569 340,45	
Fonds «Leistungen z. G. der Gäste»		279 322,89	277 313,35	
Kapital		30 000,00	30 000,00	
Gewinn auf ordentliches Geschäftsjahr		162 869,92	119 069,98	
Gewinn auf Aufenthaltstaxen		318 678,10	2 009,54	
Total der Passiven		2 990 910,12	3 083 984,05	

Bemerkungen

Eine ausserbilanzielle Verpflichtung besteht gegenüber der Pensionskasse des Staatspersonals Freiburg wie in der Vereinbarung vermerkt per 31.12.2017 für einen Betrag von CHF 1'721'762.00 im Falle einer Kündigung des Anschlusses durch den FTV und von 1'443'990.00 im Falle einer Kündigung durch die Kasse.

BETRIEBSRECHNUNG						
	KONTEN 2018		BUDGET 2018		KONTEN 2017	
Einnahmen						
Staat Freiburg: ordentl. Beiträge		1 950 000,00		1 950 000,00		1 950 000,00
Mitgliederbeiträge		37 100,00		48 500,00		38 600,00
Geb. für Empfangs-, Auskunfts-, Ausrüstungsdienst		1 950 000,00		1 980 000,00		1 900 000,00
		3 937 100,00		3 978 500,00		3 888 600,00
Betriebseinnahmen						
Verkauf von Publikationen und Waren		798,00		1 000,00		698,00
Kommissionen und Serviceleistungen		168 091,10		118 000,00		155 041,81
		168 889,10		119 000,00		155 739,81
Marketing						
Werbung / Key Media Management	773 195,96	0,00	740 000,00	10 000,00	696 651,30	0,00
Internet / E-Commerce und Online Booking	156 780,02	75 867,08	112 000,00	0,00	109 692,15	5 508,78
Sales / Messen / Key Account Management	208 304,39	0,00	196 000,00	0,00	242 478,13	2 500,00
Publikationen / Werbematerial	32 319,52	134,10	51 000,00	0,00	40 315,85	804,60
Logistik und Diverses	43 649,33		50 000,00		35 780,73	
	1 214 249,22	76 001,18	1 149 000,00	10 000,00	1 124 918,16	8 813,38
Tourismussensibilisierung						
Sensibilisierung / Interne PR	54 090,85		51 000,00		43 899,65	
Kantonaler Dienst für Tourismus	21 352,29		24 000,00		24 269,50	
	75 443,14		75 000,00		68 169,15	
Information und Empfang						
Internet, Apps, soziale Netzwerke	130 598,40		100 000,00		86 029,00	
Kantonale Gästekarte	70 164,30		80 000,00		100 540,55	
Broschüren	49 470,85		80 000,00		68 389,20	
	250 233,55		260 000,00		254 958,75	
Freizeitwegnetz						
Verwaltung und Unterhalt der Netze	124 855,74	19 609,97	216 900,00	60 000,00	179 523,00	49 400,05
	124 855,74	19 609,97	216 900,00	60 000,00	179 523,00	49 400,05
Personal, Verwaltung, Information						
Gehälter und Sozialleistungen	2 175 511,65		2 156 500,00		2 092 607,95	
Versicherungen	11 910,20		11 000,00		11 294,70	
Allgemeine Verwaltungskosten	192 264,60	4 308,00	172 900,00	0,00	206 964,06	11 577,60
Miete und Nebenkosten	99 000,00		99 000,00		99 000,00	
Organe des FTV	52 326,50		40 200,00		38 275,30	
Verschiedenes und MwSt.	20 887,20		30 000,00		23 650,35	
	2 551 900,15	4 308,00	2 509 600,00	0,00	2 471 792,36	11 577,60
Sonderbelastungen und -erträge						
Kommissionen und versch. Erträge		19 560,57		500,00		60 180,09
Sonderbelastungen	5 337,65		4 500,00		2 246,33	
Liegenschaftsbelastungen und -erträge	90 012,25	130 750,00	85 000,00	132 000,00	81 883,20	128 250,00
	95 349,90	150 310,57	89 500,00	132 500,00	84 129,53	188 430,09
Zwischentotal	4 312 031,70	4 356 218,82	4 300 000,00	4 300 000,00	4 183 490,95	4 302 560,93
Auflösung Rückstellungen Netz FR SchweizMobil		24 000,00				
Auflösung Rückstellungen Entwicklung Web		94 682,80				
GEWINN BETRIEBSRECHNUNG	44 187,12		0,00		119 069,98	
Auflösung Rückstellungen	118 682,80					
Betriebsergebnis 2018	162 869,92					
TOTAL	4 474 901,62	4 474 901,62	4 300 000,00	4 300 000,00	4 302 560,93	4 302 560,93

Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:

Saldo von CHF 162'869.92 an Einnahmeüberschuss: Zuweisung an normale Reserven.

KONTO „AUFENTHALTSTAXEN“

	KONTEN 2018		BUDGET 2018		KONTEN 2017	
Kantonale Aufenthaltstaxe	2 131 731,25		2 150 000,00		2 117 354,50	
./. Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	10 541,75		10 000,00		4 752,92	
+ Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	2 144,25		3 000,00		1 396,89	
Inkassoprovision an VV	3 436,10		4 000,00		3 582,15	
Leistungen zugunsten der Gäste						
Dienstleist., Empfang, Auskunft, Ausrüstung	1 950 000,00		1 980 000,00		1 900 000,00	
Info-Stelle A12	9 836,55		17 000,00		40 625,49	
Info-Stelle A1	14 699,00		17 000,00		44 297,69	
Andere Leist. zugunsten der Gäste						
Jährliche Subventionen für RTO	102 600,00		102 600,00		102 600,00	
Andere Leist. zugunsten der Gäste	24 084,00		22 400,00		20 883,60	
ZWISCHENTOTAL	2 115 197,40	2 133 875,50	2 153 000,00	2 153 000,00	2 116 741,85	2 118 751,39
Auflösung Rückstellungen zukünft. Invest. Info-Stellen A1 und A12	300 000,00					
Betriebsergebnis	18 678,10		0,00		2 009,54	
Auflösung Rückstellungen	300 000,00					
Betriebsergebnis 2018	318 678,10					
TOTAL	2 433 875,50	2 433 875,50	2 153 000,00	2 153 000,00	2 118 751,39	2 118 751,39

Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:

Einnahmenüberschuss von CHF 318'678,10: Zuweisung an den Fonds „Leistungen z. G. der Gäste“.



VERWALTUNG DES FONDS FÜR KOORDINIERTES TOURISMUSMARKETING					
ABRECHNUNG NACH PROJEKTEN	FINANZIERUNG FTV ¹⁾	FINANZIERUNG RTO ²⁾	FINANZIERUNG FONDS ²⁾	TOTAL AUSGABEN	TOTAL EINNAHMEN
Beitrag des Staats Freiburg					550 000,00
Saldo 2016					668,40
Beteiligung FTV ¹⁾					475 000,00
Beteiligung RTO ²⁾					548 897,85
SOMMER international/ST	30 321,80	50 536,10	50 536,10	131 394,00	
WELLNESS/ST	43 080,00	21 540,00	21 540,00	86 160,00	
FRANKREICH/ST	75 253,30	32 609,85	32 609,85	140 473,00	
DEUTSCHLAND/ST	90 110,28	35 043,00	35 043,00	160 196,28	
SCHWEIZ FRIBOURG REGION	199 175,90	191 706,55	191 706,55	582 589,00	
WINTER international/ST	14 360,00	14 360,00	14 360,00	43 080,00	
MEDIEN	24 722,60	12 361,35	12 361,35	49 445,30	
Eigene Projekte RTO	0,00	190 741,00	190 741,00	381 482,00	
Zwischentotal	477 023,88	548 897,85	548 897,85	1 574 819,58	
Übertrag RTO				-1 770,15	
Total Ausgaben				1 573 049,43	
Übertrag Saldo 2018		"		1 516,82	
Total				1 574 566,25	1 574 566,25

ABRECHNUNG NACH RTO	FINANZIERUNG RTO ²⁾	FINANZIERUNG FONDS ²⁾	TOTAL AUSGABEN	TOTAL EINNAHMEN
Beitrag des Kantons				550 000,00
Saldo 2016				668,40
Beteiligung FTV ¹⁾				475 000,00
Beteiligung RTO ²⁾				548 897,85
OT Châtel-St-Denis/Les Paccots et la Région	73 997,80	73 997,80	147 995,60	
Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme	67 126,20	67 126,20	134 252,40	
Freiburg Tourismus und Region	91 231,70	91 231,70	182 463,40	
La Gruyère Tourisme	108 242,20	108 242,20	216 484,40	
Regionalverband See	91 296,30	91 296,30	182 592,60	
OT de Romont et sa région	51 304,35	51 304,35	102 608,70	
Schwarzersee Tourismus	65 699,30	65 699,30	131 398,60	
Zwischentotal	548 897,85	548 897,85	1 097 795,70	
Finanzierung FTV (ordentliches Budget)			475 000,00	
Übertrag FTV			2 023,88	
Übertrag RTO			-1 770,15	
Total Ausgaben			1 573 049,43	
Übertrag Saldo 2018			1 516,82	
Total			1 574 566,25	1 574 566,25

Bemerkungen:

1. Im Rahmen seines eigenen Tätigkeitsplans und Voranschlags beteiligte sich der FTV an den Projekten des Fonds mit CHF 475'000.00.
2. Für jeden vom Fonds investierte Franken wird auch von den RTO ein Franken investiert.
3. 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.
4. Die RTO führen ihre eigenen Projekte selbstständig aus.
5. Aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen (TRTG Art. 30) können 50% der verfügbaren Mittel des Marketingfonds Ende 2018 dem FTV zugewiesen werden, der diese für allgemeine kantonale Werbe- und Marketingaktionen verwendet. Der Rest wird in den Fonds für das Geschäftsjahr 2020 übertragen.

tinguely consultants sa

RAPPORT DE L'ORGANE DE REVISION SUR LE CONTRÔLE RESTREINT

à l'assemblée générale de l'Association

UNION FRIBOURGEOISE DU TOURISME
Fribourg

fiduciaire - audit
expertises - fiscalité

37, bd de pérolles
1700 fribourg
t +41 26 465 25 82
f +41 26 465 25 83
che-113.199.785 tva

info@tinguelyconsultants.ch

En notre qualité d'organe de révision, nous avons contrôlé les comptes annuels (bilan, compte de fonctionnement et compte des taxes de séjour) de l'Union Fribourgeoise du Tourisme pour l'exercice arrêté au 31 décembre 2018.

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'éléments nous permettant de conclure que les comptes annuels ne sont pas conformes à la loi et aux statuts.

Fribourg, le 14 février 2019

Tinguely Consultants SA

Jean-Marie Tinguely
Expert-réviseur agréé ASR
Réviseur responsable

Dominique Seydoux
Expert-réviseur agréé ASR

Annexes :
- Comptes annuels



HERAUSGABE, REDAKTION UND LAYOUT

Freiburger Tourismusverband

GRAFISCHE GESTALTUNG

Parallele.ch, Bulle

DRUCK

Kanisiusdruckerei, Freiburg

COPYRIGHTS FOTOS

Simon Ricklin, Tina Sturzenegger / Suisse Tourisme,
Pascal Gertschen, Upperview Productions, UFT,
Parallele.ch, Aurèle Nicolet

Vervielfältigung der Texte und Tabellen unter Angabe
der Quelle gestattet

Edition française disponible à l'UFT
Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier



Union fribourgeoise du Tourisme
Route de la Glâne 107
Case postale 1560
1701 Fribourg
T +41 (0)26 407 70 20
F +41 (0)26 407 70 29
secretariat@fribourgregion.ch

www.fribourgregion.ch

