

Tätigkeits- bericht

93. Geschäftsjahr | Freiburger Tourismusverband
2017



www.fribourgregion.ch

 **FRIBOURG REGION**
SUISSE - SCHWEIZ - SWITZERLAND

03	Vorwort
04	Freiburger Tourismus-Observatorium
06	Institutionelle Aktivitäten
10	Marketing
14	Porträt Dzin
Inhaltsverzeichnis	
16	Wichtige Ereignisse 2017
18	Freizeitwegnetz
20	Porträt Dzin
22	Danksagung
24	Organe und Mitglieder
26	Rechnung 2017

VORWORT



Jean-Jacques Marti
Präsident des FTV

Der Gast als Akteur des Tourismus

Welche Infrastrukturen und Mittel braucht es, um die Ziele der Vision 2030 zu erreichen? Um Antworten auf diese Frage zu finden, beschloss der FTV, die Studie zur Abschätzung der wirtschaftlichen Folgen, die zunächst im Greyerzbezirk durchgeführt worden war, auf alle Bezirke zu erweitern. Sie setzt das Projekt „DMO X – Lean Destination Management“ mit einem vielfältigen Bestandsverzeichnis fort. Die Strukturen, Kompetenzen und Ressourcen des Freiburger Tourismus werden im Hinblick auf die Anforderungen der vernetzten Wirtschaft unter die Lupe genommen.

Das Inkrafttreten des neuen Tarif der Aufenthaltstaxe im letzten Jahr gab dem FTV die nötigen Mittel an die Hand, um die Dienstleistungen und Angebote für die Gäste zu finanzieren. Im Geschäftsjahr 2017 sorgte das konsequente Management für ein ausgeglicheneres Ergebnis und ermöglichte die Konkretisierung von ehrgeizigen Projekten. Im Zeitalter des partizipativen, digitalen Tourismus, der eindrucksvolle Erfahrungen und zwischenmenschlichen Austausch garantiert, gilt es, zahlreiche Herausforderungen zu bewältigen.

Innovation im Dienste der Tradition

Der Freiburger Tourismus steht vor vielen Herausforderungen! Die Erwartungen der Gäste erfüllen, die einzigartige Erfahrungen suchen, die Dynamik der Leistungserbringer bezüglich innovativer Ideen unterstützen, die Rahmenbedingungen des Tourismus 4.0 antizipieren und eine agile Struktur schaffen, die lokale und regionale Akteure integriert ...

2017 konnte der FTV die partizipative Tourismusplattform dzin.ch weiterentwickeln, die bei der Verleihung des „Milestone“ in der Kategorie „Innovation“ den ersten Preis gewann. Mit nur einem Klick können die Benutzer auf rund hundert originelle Aktivitäten zugreifen. Die Website „L'esprit des lieux“ präsentiert sinnsuchenden Gästen, die die christliche Tradition der Region entdecken möchten, mehr als 60 spirituelle Stätten im Kanton Freiburg.

Das im Herbst lancierte Pilotprojekt EasyCheckIn soll die Datenerfassung bei den Unterkunftsanbietern erleichtern. Es ist ein gutes Beispiel für den Einsatz moderner Kommunikationstechniken und der Digitalisierung im Dienste der Leistungserbringer und der Kunden, das den Slogan „Eine Tradition im Voraus“ in den Arbeitsalltag überträgt.



Pierre-Alain Morard
Direktor des FTV



1. Freiburger Tourismus-Observatorium

WICHTIGE ZAHLEN

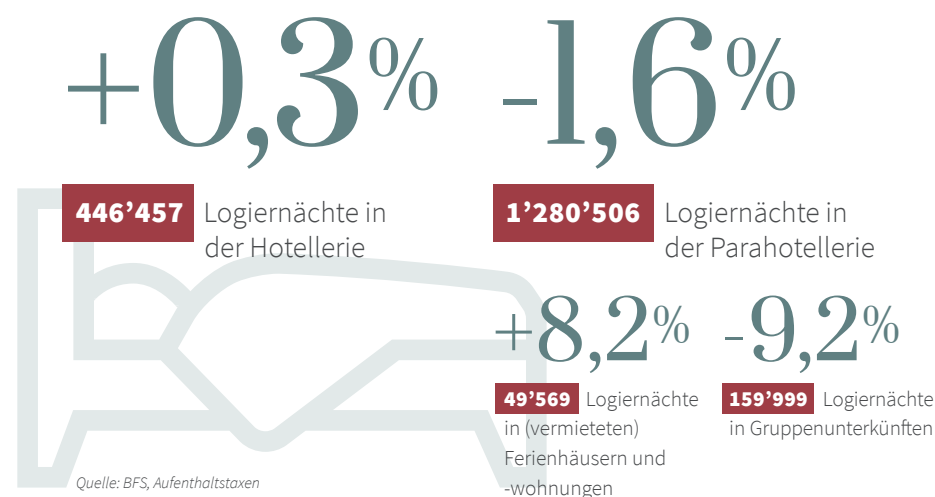
Seit drei Jahren liefert das Freiburger Tourismus-Observatorium seine Ergebnisse auf der Grundlage von quantitativen und qualitativen Daten. Die Statistiken dienen dazu, die Kunden von Fribourg Region besser zu kennen und die Zielgruppen der Werbeaktionen genauer zu definieren. Die Teilnahme aller touristischen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

Detaillierte Tabellen finden Sie in der digitalen Version: www.fribourgregion.ch/tbe2017

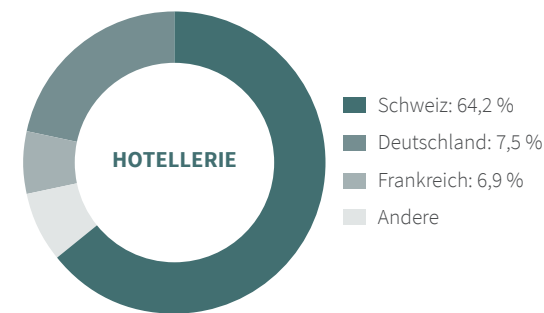


ÜBERNACHTUNGEN NACH UNTERKUNFTSTYP

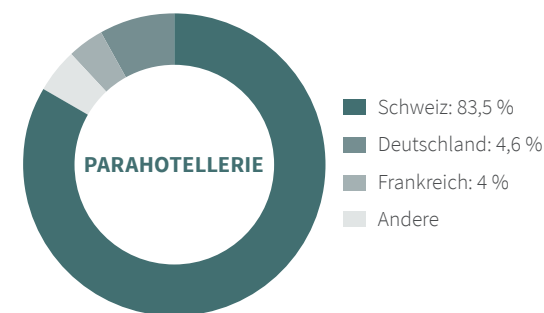
Der schöne Sommer und der schneereiche Dezember beeinflussten die Ergebnisse von Fribourg Region. Die Bilanz der Hotellerie fiel erfreulich aus, während in der Parahotellerie ein leichter Rückgang zu verzeichnen war. Der Rückgang der Logiernächte in den Gruppenunterkünften steht im Gegensatz zu der Zunahme bei der Vermietung von Ferienhäuser und -wohnungen.



HERKUNFT DER GÄSTE UND MARKANTEILE



Die Schweizer blieben Fribourg Region treu, ihre Logiernächte stiegen um 1,5%. Deutschland eroberte Rang 2 zurück, vor Frankreich. Bei Gästen aus China und Russland war eine deutliche Zunahme festzustellen.



Gemäss einer Stichprobe von 210'294 Logiernächten kamen die meisten Kunden aus der Schweiz, gefolgt von Frankreich und Deutschland.

Quelle: BFS, Tourismus-Observatorium

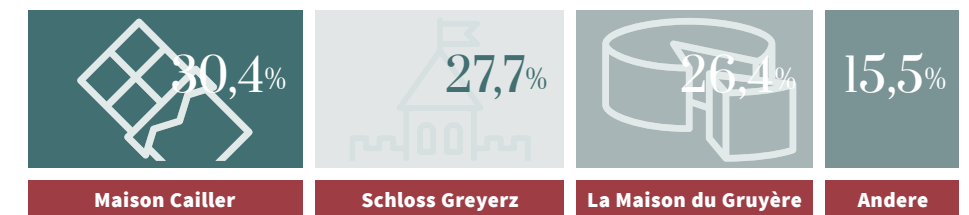
BESUCHERZAHLEN FÜR DIE MUSEEN UND ATTRAKTIONEN



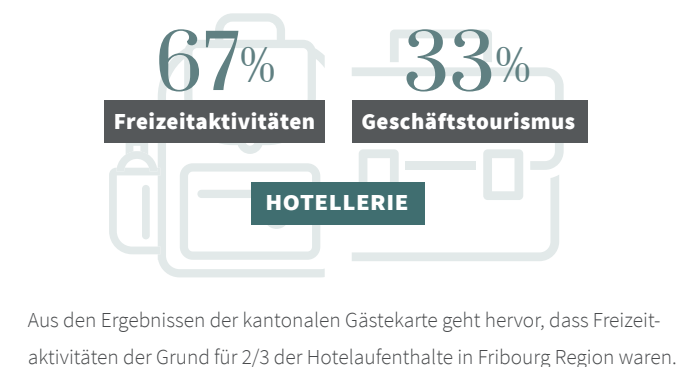
Die Besucherzahlen der sogenannten Attraktionen schwanken abhängig vom Wetter und den organisierten Veranstaltungen. Das Maison Cailler ist mit 408'067 Besuchern wiederum die meistbesuchte Attraktivität in der Westschweiz.

AKTIVITÄTEN MIT DER GÄSTEKARTE

Unter den fast 7'000 Eintritten liegen die drei wichtigsten Sehenswürdigkeiten von La Gruyère an der Spitze der besuchten Attraktionen.



GRUND FÜR DEN AUFENTHALT



Aus den Ergebnissen der kantonalen Gästekarte geht hervor, dass Freizeitaktivitäten der Grund für 2/3 der Hotelaufenthalte in Fribourg Region waren.



Freizeitaktivitäten waren der Hauptgrund für den Aufenthalt der Parahotellerie-Gäste, in allen Unterkünften zusammengenommen.

Quelle: Gästekarte, Tourismus-Observatorium

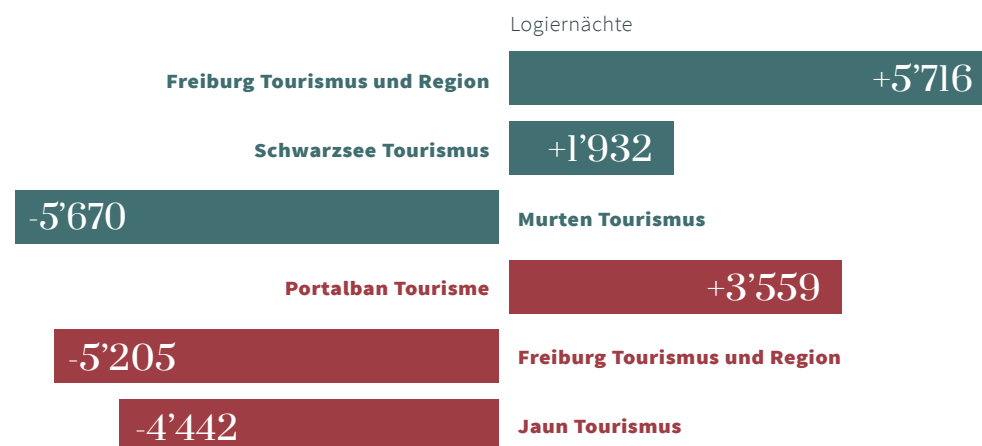
AKTIVITÄT NACH VERKEHRSVEREIN (VV)

HOTELLERIE

Die Stadt Freiburg und Schwarzsee hielten sich gut, wohingegen Murten durch die vorübergehende Schliessung eines Betriebs benachteiligt war.

PARAHOTELLERIE

Mehrere Destinationen waren von der Schliessung und Änderung des Nutzungszwecks von Gruppenunterkünften betroffen.



2. Institutionelle Aktivitäten



2.1. VISION ... MISSION

Die Entwicklungsstrategie für den Freiburger Tourismus Vision 2030 umreist den Rahmen der Tourismuspolitik des Kantons Freiburg bis 2030. Sie ist mit dem Ziel verbunden, den Jahresbeitrag des Tourismus zur kantonalen Wirtschaft langfristig auf zwei Milliarden Franken zu verdoppeln und legt ausserdem die Schwerpunkte für die Entwicklung des Freiburger Tourismus fest.

Laut Tourismusgesetz (TG) hat der Freiburger Tourismusverband (FTV) die Hauptaufgabe, die touristischen Interessen des Kantons auf kantonaler, nationaler und internationaler Ebene zu vertreten. Seine Befugnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen: Information und Leistungen zugunsten der Gäste – koordiniertes Marketing – Dienstleistungen – allgemeine Koordination der offiziellen Wanderwegnetze und der touristischen Mobilität.

In Erfüllung seines Auftrags arbeitet der FTV im Rahmen der Regionaldirektorenkonferenz (RDK) intensiv mit den Regionalen Tourismusorganisationen (RTO) und den Diensten des Staates, namentlich der Volkswirtschaftsdirektion (VWD), zusammen.

2.2. STATUTARISCHE AKTIVITÄTEN

Die 92. Generalversammlung des FTV fand am 26. April 2017 in Murten statt, 140 Personen nahmen teil. Grosser Dank gilt Regierungs- und Ständerat Beat Vonlanthen und dem scheidenden Direktor Thomas Steiner. Ihre Nachfolger, Regierungsrat Olivier Curty und Pierre-Alain Morard, die im Dezember 2016 das Ruder des FTV übernommen haben, werden herzlich willkommen geheissen. Das Protokoll ist auf der Website www.fribourgregion.ch/protokoll einsehbar.

Der Vorstand des FTV, der strategische Vorstand und die Finanzkommission traten 2017 siebenmal zusammen. Im Rahmen seiner Befugnisse validierte der Vorstand im vergangenen Jahr die neue Satzung der RTO von Romont Region sowie den Vertrag über die Marketing-Zusammenarbeit mit Jura & Drei-Seen-Land und den

Freiburger Partnern. Er akzeptierte den Beitritt von So Graphic Studio in Bulle als aktives Mitglied sowie das neue Personalreglement des FTV, welches mit dem Konzept Home-Office ergänzt wurde.

2.3. INSTITUTIONELLE KOMMUNIKATION

Der institutionelle Newsletter „Tourismus Info“ des FTV erschien 2017 dreimal. Er wurde per E-Mail an über 1'100 Adressen versandt und im Internet veröffentlicht. Die Porträts von Persönlichkeiten des Freiburger Tourismus, die gleichzeitig auch Vertreter und Botschafter von Fribourg Region sind, sowie die Artikel über die Plattform dzin.ch, verzeichneten jeweils am meisten Klicks.

Im Rahmen der Medienbeziehungen fanden zwei erfolgreiche Presse-Anlässe statt und im Laufe des Jahres wurden fünf Pressemitteilungen an die regionalen und nationalen Medien und die Fachpresse verschickt. Die Lancierung des Projekts „L'esprit des lieux“ Anfang Juli wurde im Radio und im Fernsehen von mehr als 1,6 Millionen Personen mitverfolgt. Die Verleihung des Tourismuspreis „Milestone“ an die Plattform dzin.ch sorgte für ein grosses Medienecho und für eine grosse Präsenz in Online-Medien, die 3,5 Millionen Leser erreichte.

2.4. LABELS

Der Schweizer Tourismus-Verband (STV) legt seit Frühling 2017 sein „Qualitäts-Programm 3.0“ mit neuen, flexibleren und besser auf die aktuellen Erwartungen der Gäste abgestimmten Inhalten auf, im Besonderen mit verschiedenen, frei wählbaren Wahlmodulen.

Erneut unterstützte der FTV die Bergbahngesellschaften des Kantons bei den Verfahren für den Erhalt des Labels. Drei Freiburger Leistungserbringer erhielten 2017 erstmals die „Stufe I“ des Qualitätslabels: Centre touristique Gruyères-Moléson-Vudalla SA, Hacienda Hotel SA, SRM La Berra SA. Vier Unternehmen erneuerten ihre Zertifizierung der „Stufe I“, „Stufe II“ oder „Stufe III“, die Station Charmey ihr Wellness-Label.

Bei der nachhaltigen Entwicklung trugen durch den klimaneutralen „pro clima“-Versand alle Schreiben des FTV, die über Die Post in die Schweiz und ins Ausland verschickt wurden, zu klimafreundlichen Qualitätsprojekten bei. Der FTV beteiligte sich erneut an der Aktion „Bike to work“, welche die Nutzung des Velos für die Fahrt zur Arbeit fördert. Im 2017 legten neun Mitarbeiterinnen des FTV an 200 Tagen eine Strecke von insgesamt 1'009 km zurück.

2.5. SENSIBILISIERUNGSMASSNAHMEN

Der Pass PROtourism bietet den im Freiburger Tourismus tätigen Personen 78 unbeschränkt gültige Gratisangebote im Gesamtwert von CHF 1'200. -. Nur Mitarbeiter jener Leistungserbringer mit eigenem Angebot können vom Pass profitieren. 2017 machten 645 Mitglieder vom Angebot Gebrauch, die Vorzüge der anderen Anbieter von Fribourg Region kennenzulernen.

Das Netzwerk PROtourism, dessen Ziel es ist, Möglichkeiten für die Zusammenarbeit und den Erfahrungsaustausch zwischen Tourismusfachleuten zu schaffen, zählt 1'400 Mitglieder. Mehr als 190 Personen nahmen im März in Romont an der Lancierung der partizipativen Tourismusplattform dzin.ch teil. Im November ging es beim 9. Rendez-vous PROtourism um das Thema Qualität, dem Schlüsselfaktor für die Attraktivität eines Reiseziels.

Das Ziel der Massnahmen FTV@school ist es, die Bevölkerung schon im Kindesalter für die Thematik des Tourismus zu sensibilisieren. Im Rahmen des Ferienpasses meisterten die Kinder aus den Bezirken Greyerz und Payerne einen spielerischen Überlebensparcours in der Natur. Kinder aus Düdingen sammelten Pflanzen und konnten deren heilenden Kräfte kennenlernen.

Am „Start ! Forum der Berufe“ hatte der FTV einen gemeinsamen Stand mit Hotelleriesuisse und GastroFribourg. Die Besucher, darunter 7'000 Schülerinnen und Schüler, konnten den Kanton mit einer Virtual-Reality-Brille entdecken. Zudem wurden Weiterbildungskurse in den Bereichen Marketing und soziale Netzwerke für Wanderleiter angeboten.

2.6. TOURISMUSFÖRDERUNGSFONDS DES KANTONS FREIBURG (TFF)

Der Verwaltungsausschuss des Tourismusförderungsfonds trat 2017 dreimal zusammen und bestätigte früher eingegangene mehrjährige Verpflichtungen in der Höhe von 609'867 Franken. Nach dem Studium der Dossiers, die bei dem vom FTV geleiteten Sekretariat des TFF eingegangen waren, gewährte er folgenden Betrieben ordentliche Finanzhilfen (Teilübernahme der Zinsen):

- Kaisereggbahnen Schwarzsee AG: Vergrösserung und Renovierung des Bergrestaurants Riggisalp
- Association des amis de la vieille forge de Charmey: Umbau der Scheune neben der Schmiede in einen Mehrzweckbereich
- Hotel-Restaurant La Belle Croix in Romont: vollständige Renovierung des Betriebs

2.7. FREIBURGER ZENTRALE KASSE FÜR DIE AUFENTHALTSTAXE

Den 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, Animation und Infrastruktur. Die Zurückweisung der Klage, die vom Verband der Freiburger Ferien- und Gruppenunterkünfte (VFFG) und eines Zweitwohnungsbesitzers in Jaun gegen den Beschluss zur Erhöhung der kantonalen Aufenthaltstaxe eingereicht worden war, wurde von der Institution mit Erleichterung zur Kenntnis genommen.



Die Freiburger Zentralkasse für die Aufenthaltstaxe konnte wiederum die Effizienz und Attraktivität ihrer Leistungen unter Beweis stellen: 16 von 17 Verkehrsvereinen erteilten ihr ein Inkassomandat.

2.8. KANTONALE POLITIK FÜR DIE TOURISTISCHE ENTWICKLUNG

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

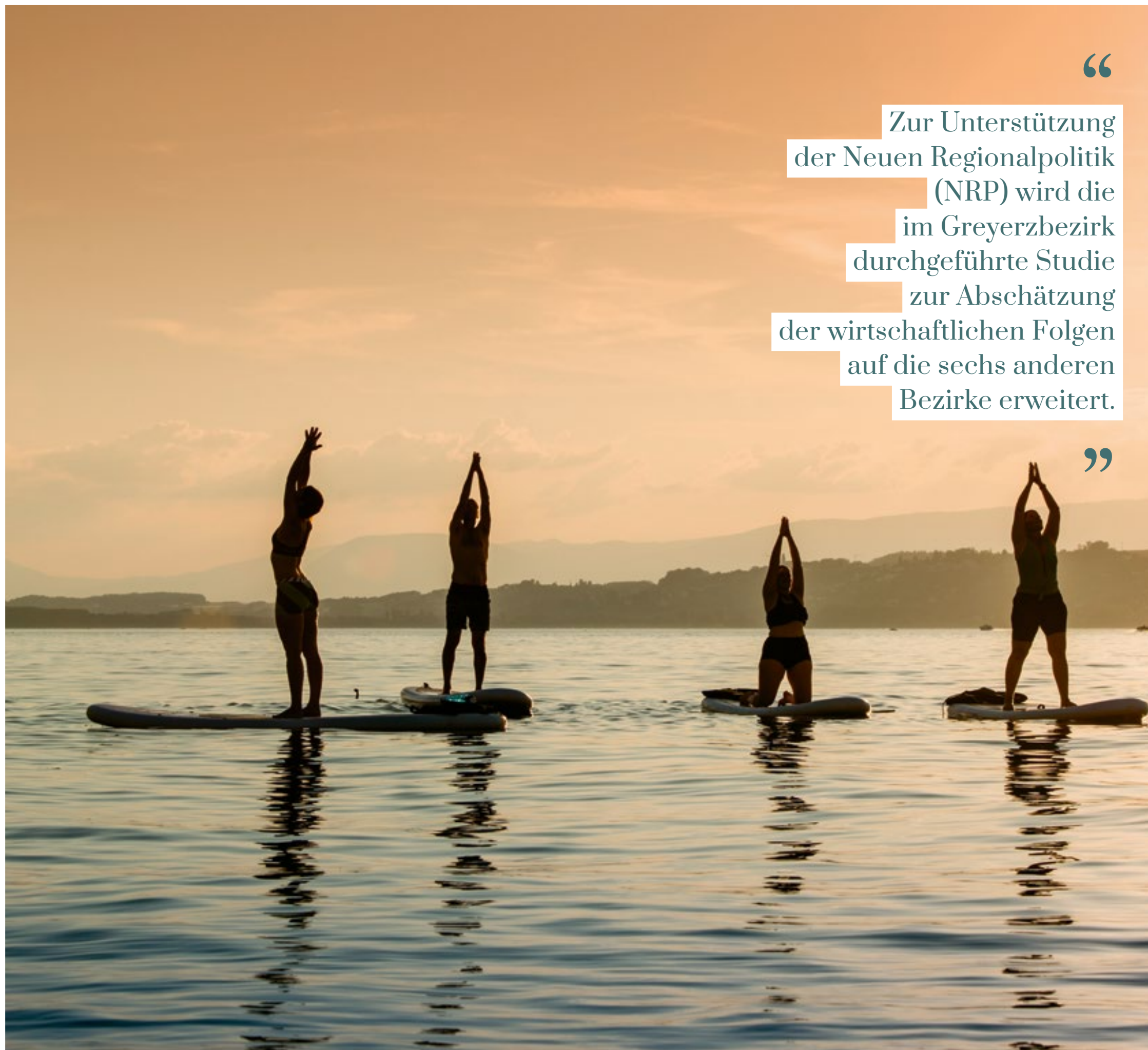
Zur Unterstützung der Neuen Regionalpolitik (NRP) wird die im Greizerbezirk durchgeführte Studie zur Abschätzung der wirtschaftlichen Folgen auf die sechs anderen Bezirke erweitert. Sie wird als Filter für die Investitionsprojekte dienen, die im Rahmen des Berichts über das Postulat Gobet/Hunziker in einem Bestandsverzeichnis erfasst wurden. Während einer Sommer- und einer Wintersaison nimmt die Feldstudie die bedeutenden Orte der Tourismusregionen unter die Lupe.

Ziel des von Innotour unterstützten Projekts „DMO X – Lean Destination Management“ ist es, Kompetenzen zu vernetzen und die touristischen Strukturen des Kantons zu vereinfachen. Das komplexe Bestandsverzeichnis der Verfahren des Freiburger Tourismus und der Ressourcen und Kompetenzen der verschiedenen Strukturen wird in Zusammenarbeit mit den DirektorInnen der RTO erstellt.

Der periodische Untersuchungsbericht über die kantonalen Tourismussubventionen, der in enger Zusammenarbeit mit der Finanzverwaltung erstellt wird, hob die verschiedenen Beiträge des Staates zugunsten des Tourismus hervor. Neben dem ordentlichen Budget sorgen die für die Vision 2030 zugeteilten Mittel für eine willkommene Flexibilität bei der Umsetzung der in der Entwicklungsstrategie für den Freiburger Tourismus definierten Massnahmen. Diese Subvention muss jedoch erhöht werden, um bessere Instrumente zur Erreichung der ehrgeizigen Ziele bereitstellen zu können.

Im Rahmen der Revision des kantonalen Richtplanes beteiligt sich der FTV an der Erarbeitung von strategischen und operativen Teilen in Verbindung mit dem Tourismus. Die Förderung der touristischen Entwicklung von kantonaler und regionaler Bedeutung an den geeigneten Orten, in Einklang mit dem Gesetz über den Tourismus, erweist sich als schwieriger als gedacht.

Das Projekt „Voralpen 2030“, das in Koordination mit der VWD von den Seilbahnen Freiburger Alpen (SBFA), Remontées mécaniques fribourgeoises SA (RMF SA), Télégruyère SA und dem FTV getragen wird, umfasst drei Teilbereiche: Situation der Bergbahnen des Kantons, Bestimmung der Kriterien zur Projektunterstützung und Bewertung der Produkte. Aus den Ergebnissen diverser Analysen dürften Kriterien für die Subventionierung der Bergbahngesellschaften sowie eine Strategie für die Positionierung der Stationen hervorgehen.



“
Zur Unterstützung
der Neuen Regionalpolitik
(NRP) wird die
im Greizerbezirk
durchgeführte Studie
zur Abschätzung
der wirtschaftlichen Folgen
auf die sechs anderen
Bezirke erweitert.
”

3. Marketing



3.1. KAMPAGNEN UND MÄRKTE: DIE WICHTIGSTEN FAKTEN

Schweizer Kampagne

Unter dem Slogan „Die Freiburger teilen alles gerne mit dir!“ legte die vom FTV und der RTO initiierte Schweizer Kampagne den Fokus auf TV-Spots, die auf RTS und SRF ausgestrahlt wurden und fast 13 Millionen Zuschauer erreichten. Das Engagement von 13 Influencern, die nach ihrem Lieblingsthema auf die Destinationen verteilt wurden, generierte 200'000 Views und 33'400 Likes, Kommentare und Shares.

Internationale Kampagnen von Schweiz Tourismus

Sommer und Winter

Schweiz Tourismus arbeitet ab sofort mit von ihren Partnern ausgewählten Segmenten zusammen. Die Sommerkampagne basierte auf dem Konzept des Storytellings im Segment «Nature Lover». Für Fribourg Region wurde in allen Formaten das Leben auf der Alp der Familie Murith präsentiert: Video, Print, Newsletter, Web und soziale Netzwerke. Nach demselben Prinzip konzentrierte sich die Winterkampagne auf das Segment „Snow Lover“, mit einer Schneeschuhwanderung und einem Fondue mit Wanderleiter Cyrille Cantin.

Fribourg Region nahm an mehreren Aktionen der Segmente „Attractions Tourer“, „Outdoor Enthusiast“ und „Snow Sports Enthusiast“ teil, um die wichtigsten Attraktionen und sportlichen Aktivitäten der Region in den Vordergrund zu rücken.

Wellness

Die 82-seitige Wellness-Broschüre wurde in 65'000 Exemplaren herausgegeben und verschaffte Fribourg Region und Charmey

durch die Präsenz des Hôtel Cailler und der Bains de la Gruyère grosse Sichtbarkeit. Die Kampagne zielte auf 28 luxuriöse Fitnessstudios in Moskau und Sankt Petersburg ab und umfasste die Abgabe von Broschürenmaterial sowie eine Online-Promotion.

Grand Tour of Switzerland

Nutzer von sozialen Netzwerken konnten sich über zwei Foto-Spots freuen, die in Gruyères und der Stadt Freiburg eingerichtet wurden. Die Snack Box der Grand Tour, die im Maison du Gruyère verkauft wird, legt den Schwerpunkt auf regionale Produkte.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Frankreich

Die Einzelaktion „Détours en Suisse“ erreichte fast 600'000 Leser und sorgte einen Monat lang für Online-Präsenz. In der Beilage der Zeitschrift „Détours en France“, die seit 23 Jahren eine Referenz im Nachbarland ist, wurden die Freiburger Destinationen auf 16 Seiten präsentiert.

Durch die doppelte Präsenz von Fribourg Region in den 13 Uhr-Nachrichten auf TF1 konnten bei jeder Sendung 5,2 Millionen Zuschauer erreicht werden. Diese grosse Medienpräsenz wurden von mehr als 6 Millionen Zuschauern ergänzt, die die Reality-Show „L'Amour est dans le Pré“ und die Doku-Reihe „Des trains pas comme les autres“ verfolgten.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Deutschland

Die 162-seitige Sonderausgabe „Französische Schweiz“ des ADAC-Reiseführers erreichte mehr als 1,3 Millionen Leser. Unter dem Slogan „Eine Region durch die Augen ihrer Einwohner“ richtete sich der Reiseführer vor allem an die Zielgruppe 50+.

Die deutsche E-Marketing-Kampagne Sommer konzentrierte sich auf die Microsite myswitzerland.com/goFribourg und generierte mehr als 5'300 Seitenaufrufe. 800 Journalistinnen und Journalisten erhielten eine Winterbroschüre mit Angeboten für individuelle Pressereisen, Outdoor-Aktivitäten oder Ausflüge, davon vier nach Fribourg Region. Im Sommer erreichte dieselbe Aktion 730 Medienschaaffende.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Spanien

Zwei Sonderserien „Schweiz – zurück zur Natur“ der Magazine GEO und BEEFI, die mehrere Hundert Seiten umfassten, widmeten jeweils 10 Seiten Fribourg Region. Ein exklusiver Media Lunch, der in einem angesagten Restaurant in Barcelona stattfand, führte zu einem Radio-Interview und sieben Pressereisen.

Die dreiwöchige Verteilung von 200'000 originellen Milchkartons, auf denen der Alpabzug in Fribourg Region als Motiv zu sehen war, wurde durch einen Wettbewerb und Postkarten ergänzt, bei denen das Storytelling im Mittelpunkt stand. In Begleitung eines Journalisten besuchten zwei Maler, ein Video-Journalist und ein Fotograf die Höhepunkte der Region und posteten diese auf ihren Kanälen, mit dem erfreulichen Total von 5,2 Millionen erreichten Kontakten.

Kampagne und Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus Benelux

Unter dem Thema „Zurück zur Natur“ wurde ein Direct Mailing an mehr als 20'000 Kontakte in der Provinz Brabant Wallon um Brüssel verschickt. Die Vorschläge für Ausflüge ins Grüne,

Themenwanderungen oder naturnahe Unterkünfte wurden von einem Gewinnspiel komplettiert, bei dem ein „Passeport La Gruyère“ verlost wurde.

Fribourg Region war an den Messen „Fiets- en Wandelbeurs“ in Utrecht (Niederlande) und Gent (Belgien) vertreten. La Gruyère Tourisme und Schwarzsee Tourismus nahmen an diesen Fachmessen für den Velo- und Wandertourismus teil.

3.2. GESCHÄFTSTOURISMUS / MICE

Fribourg Meeting, im Dienste der Hoteliers und Kongresszentren der Stadt und des Kantons Freiburg, kümmert sich um die Prospektionsarbeit des Segments MICE auf dem Schweizer Markt. In Zusammenarbeit mit Fribourg Region hat die Organisation namentlich einen eigenen Stand an der KonferenzArena Zürich und dem Salon SETA in Genf, den wichtigsten Fachmessen der Branche.

Die Zahl der Besucher von fribourgmeeting.ch verdoppelte sich 2017 dank einer digitalen Akquise-Strategie und dem Relaunch der Website. Nach der Untersuchung durch einen Experten sorgt die Website fortan für eine bessere Sichtbarkeit der Vorzüge von Freiburg und verfügt über einen kostenlosen Suchdienst.

3.3. MEDIENBEZIEHUNGEN

In enger Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und den betroffenen Partnern empfing das Medienteam des FTV letztes Jahr 39 Pressereisen, die zu mehr als 50 Artikeln führten. Zudem erschienen auf Anfrage von Medien aus den wichtigsten Märkten von Fribourg Region 43 touristische Artikel.

Die Medienbeziehungen in der Deutschschweiz sind dem Auftrag zu verdanken, der der PR-Spezialistin Susi Schildknecht erteilt wurde. In den Tourismusrubriken auflagenstarker Publikationen und Fachtitel erschienen 29 Artikel, die mehr als 14 Mio. Leser erreichten.

3.4. PUBLIKATIONEN

Die Hauptbroschüre von Fribourg Region mit einer Druckauflage von 541'000 Exemplaren erschien in Form eines brandneuen Magazins, das auf dem Konzept des Storytellings basiert. Leidenschaft stand bei den Reportagen, mit denen die zwei Journalistinnen Susi Schildknecht und Mélanie Rouiller beauftragt wurden, im Mittelpunkt. Die neue chinesische Broschüre wurde in Zusammenarbeit mit Vanessa Yuli Wang, einer Mitarbeiterin der Universität Freiburg, erstellt.

Vertriebskanäle

Die Abgabe von Broschüren in den Touristeninformationsstellen Fribourg Region auf den Autobahnraststätten Restoroute A1 und A12 nahm leicht zu. Der Hauptprospekt wird von den Partnern von Fribourg Region und an den am häufigsten besuchten Orten des Kantons angeboten. Er wurde im Rahmen der Schweizer Kampagne auch mehreren Zeitschriften und Tageszeitungen beigelegt, wie beispielsweise L'Illustré und dem Tages-Anzeiger.



3.5. BILDMATERIAL

Fribourg Region führte vier Fotoshooting-Tage in den Destinationen durch, wovon drei zum Thema Herbst und ein Tag in der Seen-Region. Die Diathek von Fribourg Region umfasst 2'317 Fotos auf Flickr und richtet sich im Besonderen an Tourismusbüros, Schweiz Tourismus und die Medien.

3.6. MARKETINGKOMMUNIKATION UND INFORMATION

Internet-Auftritt

Die Website von Fribourg Region, die sich seit Herbst 2016 in einem neuen Design präsentiert, ist mit einem Managementsystem ausgestattet, um Erkenntnisse zum Verhalten der Nutzer zu gewinnen und ihnen spezifische, an ihre Suchanfragen angepasste Inhalte anzubieten. Mehr als 2 Millionen Benutzer besuchten die acht Websites der Destinationen und des Kantons, was einem Rückgang um 42,4 % entspricht, der auf die schwierige Suchmaschinenoptimierung zurückzuführen ist. Die Analyse durch einen Webdesigner kam zu dem Ergebnis, dass die Websites stärker an die Internetnutzer angepasst werden müssen, um bessere Ergebnisse zu erzielen.

La Gruyère Tourisme konnte erneut am meisten Besucher verzeichnen (506'534). Vor dem Veranstaltungskalender wurden die Webcam-Seiten am häufigsten aufgerufen.

Soziale Medien

Die Facebook-Seite von Fribourg Region zählte 33'343 Fans, was gegenüber 2016 einer Zunahme von fast 49 % entspricht. Die Schweizer stellten 62 % der Follower, der Anteil der Franzosen stieg auf 17 %.

Intern realisierte Fribourg Region 25 Videos, manche davon für Fribourgissima, die Plattform dzin.ch und die Tourismusbüros mehrerer Destinationen. Die auf Facebook geposteten Videos generierten 500'000 Views und 17'000 Kommentare, Shares und Likes. Mehr als 51'000 Personen sahen den Film zum Thema historisches Erbe des Kantons.

Marketing Newsletter

Der Marketing Newsletter wurde während des Jahres zehnmal in drei Sprachen (Deutsch, Französisch, Englisch) an insgesamt mehr als 28'000 Empfängerinnen und Empfänger versendet.

Information

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

Fribourger Spezialitäten

Die kulinarischen Spezialitäten von Fribourg Region sind auf den Speisekarten von 136 Freiburger Restaurants am Symbol der Kuh Flora erkennbar. In Zusammenarbeit mit den Partner-Tourismusbüros bot ein Stand am Käsefest in Gruyères und am St.-Martins-Fest in Vevey ein schönes Schaufenster für die Fribourger Spezialitäten. Sie standen ausserdem bei der Kilbi im Freiburgerland im Rampenlicht, die im Rahmen des Gordon Bennett Cup 2017 organisiert wurde.



2017
generierten
122 Artikel
insgesamt
64,45 Millionen
Medienkontakte.

Mehr als 100 touristische Erlebnisse

Porträt Dzin



Die in der Schweiz einzigartige partizipative Tourismusplattform „dzin.ch“ verschreibt sich dem Trend des Erlebnistourismus und der Ökonomie des Teilens. Das im März 2017 lancierte innovative Projekt bringt Einheimische (Dzin) mit viel Leidenschaft für ihren Beruf, ihr Produkt oder ihre Region mit Gästen zusammen, die Authentizität und Austausch suchen.

Auf der Website dzin.ch, die bereits mehr als 20'000 Views vorweisen kann, finden sich heute rund hundert online reservierbare Aktivitäten, 20 % davon in deutscher Sprache. Mit mehr als 1'400 Fans auf Facebook leistete eine Kampagne in den sozialen Netzwerken einen Beitrag zur Sichtbarkeit der Plattform. Der Waadtländer YouTuber Yoann Provenzano und der Lausanner Videoblogger Suisse moi testeten im Besonderen sportliche und originelle kulinarische Aktivitäten.

Auf der Plattform „Dzin“, das Wort für „Leute“ im Patois, steht der zwischenmenschliche Austausch im Vordergrund, denn der Austausch mit Einheimischen ermöglicht enge Bindungen zur Region. Ob Fischer, Fotograf, Bierbrauer oder Glasmaler – den 70 Dzin liegt etwas daran, ihre Welt vorzustellen. Ursula Zurkinden ist eine von ihnen ...

Ursula, die ursprünglich aus dem Sensebezirk stammt, ist stolz auf ihre Lieblingsstadt Freiburg, vor allem die Brücken der Zähringerstadt haben es ihr angetan. Anfangs nahm die Wanderbegeisterte ihre Familie und ihre Freunde mit auf eine mehr als 4-stündige Entdeckungstour durch die Stadt. Von Marly ging es entlang der Saane über alte und neue Brücken bis zum Grandfey-Viadukt.

Jetzt bietet Ursula Gästen diese Tour auf dzin.ch an, weil sie Freude an den Begegnungen und dem Austausch hat. Der Pérolles-See ist für sie ein Highlight dieser „Brückenwanderung in Freiburg“, die die Teilnehmer hoffentlich noch lange in schöner Erinnerung behalten.

“

Ich bin stolz
auf meine Stadt
und ihre Brücken!

”

Ursula Zurkinden, Dzin



Wichtige Ereignisse 2017

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



4. Freizeitwegnetz



4.1. VELO-, MOUNTAINBIKE- UND SKATINGNETZ

Beim Staat war 2017 bezüglich der Dossiers in Verbindung mit der sanften Mobilität eine neue Dynamik und Sensibilität spürbar. Die hervorragende Zusammenarbeit und Aufgabenteilung mit dem MobA setzte sich fort.

Im November akzeptierte der Staatsrat die Vertragsbedingungen des Bundesamt für Strassen (ASTRA) für die Nutzung der MISTRA-Fachapplikation LV, die 2019 in Kraft treten werden. Der FTV nahm als Pilotkanton an der Entwicklung dieser Applikation zur Verwaltung des Langsamverkehrs teil (Wandern, Velofahren, Mountainbike (MTB) und Skatingwege). Dieses unverzichtbare Tool wird vom Amt für Mobilität (MobA) und dem FTV genutzt, um die Freizeitwegnetze effizient zu verwalten.

Mit SchweizMobil wurde der Schwerpunkt auf die Lesbarkeit und die Verbesserung der Qualität der Angebote gelegt. Nach Absprache mit den betroffenen Instanzen wird die Route Nr. 480 „Tour du Lac de Morat“ mit einem eigenen Routenfeld kommuniziert. Die Route 62 „Sense - Glâne - Veveyse“ wurde um die Etappe von Schwarzenburg bis Bern verlängert.

An der Schaffung eines kantonalen MTB-Netztes führt kein Weg vorbei, um die Koordination der verschiedenen aufgelegten Routen sicherzustellen. Ein von der NRP unterstütztes Projekt befasst sich mit der Analyse und der Entwicklung eines MTB-Angebots im Kanton. Wie klar im kantonalen Richtplan formuliert, muss das offizielle Netz die Sportler stärker kanalisieren und potenzielle Konflikte zwischen den Benutzern verhindern, um zudem den vom Amt für Wald, Wild und Fischerei (WaldA) befürchteten zu grossen Druck auf die Natur zu vermeiden.

4.2. WANDERWEGNETZ

Das Wandern ist allen zugänglich und bildet die Grundlage für die Sport- und Freizeitaktivitäten der Gäste.

Unter der Leitung des FTV war ein rund 30-köpfiges Beschilderungsteam auf den Wegen des Kantons unterwegs, um die vom ASTRA und von Schweizer Wanderwege definierten Qualitätsziele zu erreichen.

Tracks und Touren

Das offizielle Freiburger Wanderwegnetz erstreckt sich über 1'800 km mit Wegweisern und Hinweisschildern versehenen Wegen, die über die Kategorie, das Ziel und die Dauer der Route informieren.

Die Beschilderungsarbeiten umfassen die allgemeine Instandhaltung der Beschilderung, eine Verbesserung nach Sektor und die Markierung der Zwischenpunkte. Jedes Jahr werden Schilder und Wanderwege eingehend kontrolliert. Bedauerlicherweise haben die Vandalismus-Vorfälle an den Richtungsschildern zugenommen. Wegweiser und Schilder wurden umgedreht oder verschwanden... es mussten Anzeigen erstattet werden. Der Ersatz der Schilder verursacht zusätzliche Kosten.

Die Beschilderer nehmen an einer speziellen Schulung teil, die von Schweizer Wanderwege und vom FTV kostenlos angeboten wird. 2017 verliessen zwei Mitarbeitende nach einer mehrjährigen guten und kompetenten

Zusammenarbeit das Team. Obgleich die Wanderbegeisterten lediglich eine symbolische Spesenentschädigung erhalten, konnten für die neu zu besetzenden Sektoren Nachfolger gefunden werden. Ehrenamtliche Arbeit ist ein seltenes Gut geworden, das mehr Anerkennung verdient, damit es nicht ganz verschwindet.

Bodenerhaltung und Instandhaltung der Infrastrukturen

Der Schwerpunkt lag darauf, Flächen ausserhalb von städtischen Gebieten für das Wandern nutzbar zu machen. Die Verbesserungen wurden nach Sektor vorgenommen, häufig in Verbindung mit Sanierungs- und Instandhaltungsarbeiten für land- und alpwirtschaftliche Erschliessungen, nach dem Vorbild der Arbeiten in den Gemeinden Alterswil, Léchelles und Plaffeien. Die Sensibilisierungsarbeit der Gemeinden bezüglich der Bedeutung und der Notwendigkeit der Instandhaltung der beschilderten Wege ist wesentlich. Die Neuauflage von Schweizer Wanderwege der Broschüre „Bau und Unterhalt von Wanderwegen“ zielt

darauf ab, die Verantwortlichen bei ihren Aufgaben zu unterstützen, ebenso wie das neue Dokument „Gefahrenprävention und Verantwortlichkeit auf Wanderwegen“.

Information und Kommunikation

Die Website www.fribourgregion.ch sowie jene der Destinationen präsentieren die vorgeschlagenen Wanderungen einheitlich und nach Schwierigkeitsgrad. Sie werden mit Fotos, Angaben zum Höhenunterschied, der Dauer, einer Karte und GPX-Punkten ergänzt.

Wintervorschläge von SchweizMobil

Die offiziellen Wander-, Velo- und MTB-Routen von Schweiz Mobil werden durch Winterangebote ergänzt.

Auf der Basis dieser Kriterien präsentiert Fribourg Region mehr als 30 Winterwanderungen, Schneeschuhrouuten, Langlaufloipen und Schlittelpisten. Alle Strecken sind in vier Sprachen über www.schweizmobil.ch und die App SchweizMobil verfügbar.

4.3. ZUSAMMENARBEIT

In Zusammenarbeit mit dem regionalen Naturpark Gruyère Pays-d'Enhaut wird die mehrtägige Wanderung Grand Tour neu zur Grand Tour der Vanils. Die Strecke umfasst 11 Etappen, darunter jene von Rossinière-Allières, die von SchweizMobil als „best of“ kommuniziert wird.

Fribourg Rando und der FTV geben Jahr für Jahr ein neues Wanderprogramm heraus. Rund 1'500 Personen nahmen an den Ausflügen teil, die das Wandern mit der Entdeckung der Region und von ungewöhnlichen Orten vereinen.

Der FTV engagiert sich in mehreren Arbeitsgruppen und Kommissionen der Bundesverwaltung und der Freiburger Kantonsverwaltung. Er arbeitet im Besonderen zusammen mit:

- Dem BRPA (Bau- und Raumplanungsamt) im Rahmen der Revision des kantonalen Richtplanes, der Gestaltungspläne und der Konsultation der mit dem Tourismus verbundenen Projektdossiers
- Dem MobA (Amt für Mobilität) für die Planung des Velonetzes und die Umsetzung verschiedener Projekte im Bereich der sanften Mobilität
- Dem GIS (Geografisches Informationssystem) für die Verwaltung der Geodaten
- Dem LwA (Amt für Landwirtschaft) für die Sanierung oder Instandsetzung von land- und alpwirtschaftlichen Erschliessungen
- Dem WaldA (Amt für Wald, Wild und Fischerei) für die Lösung von Konflikten zwischen Wanderern und Herdenschutzhunden in der Koordinierungsgruppe „Grossraubtiere“
- Dem ANL (Amt für Natur und Landschaft) in der Kommission für Umwelt- und Landschaftsschutz
- Dem AfU (Amt für Umwelt) in der beratenden Kommission für die Gewässerbewirtschaftung des Staates



Dzin.ch mit dem Milestone ausgezeichnet

Porträt Dzin



Die Arbeit des Winzers ist eine Kunst, die Cédric Guillod über dzin.ch würdigen möchte. Im Herzen des Vully, dem kleinsten der grossen Schweizer Weinbaugebiete, bietet Cédric Gästen eine Führung durch seine Weinberge mit anschliessender Weinprobe im Keller an.

Dem begeisterten Winzer, der den Familienbetrieb in der 4. Generation leitet, ist es ein besonderes Anliegen, sein Wissen zu teilen. Nach der Umstellung auf Biobetrieb bewirtschaftet er seine Weinberge gemäss den Grundsätzen der biologisch-dynamischen Landwirtschaft, dies gilt im Besonderen für den Traminer und den Sauvignon blanc, zwei für den Vully typischen Rebsorten.

Dank der Interaktion, die durch dzin.ch entsteht, kann jeder Freiburger ein Akteur der touristischen Entwicklung werden. Traditionen erhalten, regionales Wissen teilen ... so lauten die Hauptziele der partizipativen Tourismusplattform. Dieser Erlebnistourismus wurde im November mit dem prestigeträchtigen Milestone ausgezeichnet, der höchsten Auszeichnung der Schweizer Tourismusbranche. Dieser stand dieses Jahr unter dem Motto „Jung. Lebenslustig. Innovativ.“. Vor mehr als 600 Gästen überreichte Jurypräsidentin und Ex-Bundesrätin Ruth Metzler-Arnold dem FTV den 1. Preis in der Kategorie „Innovation“.

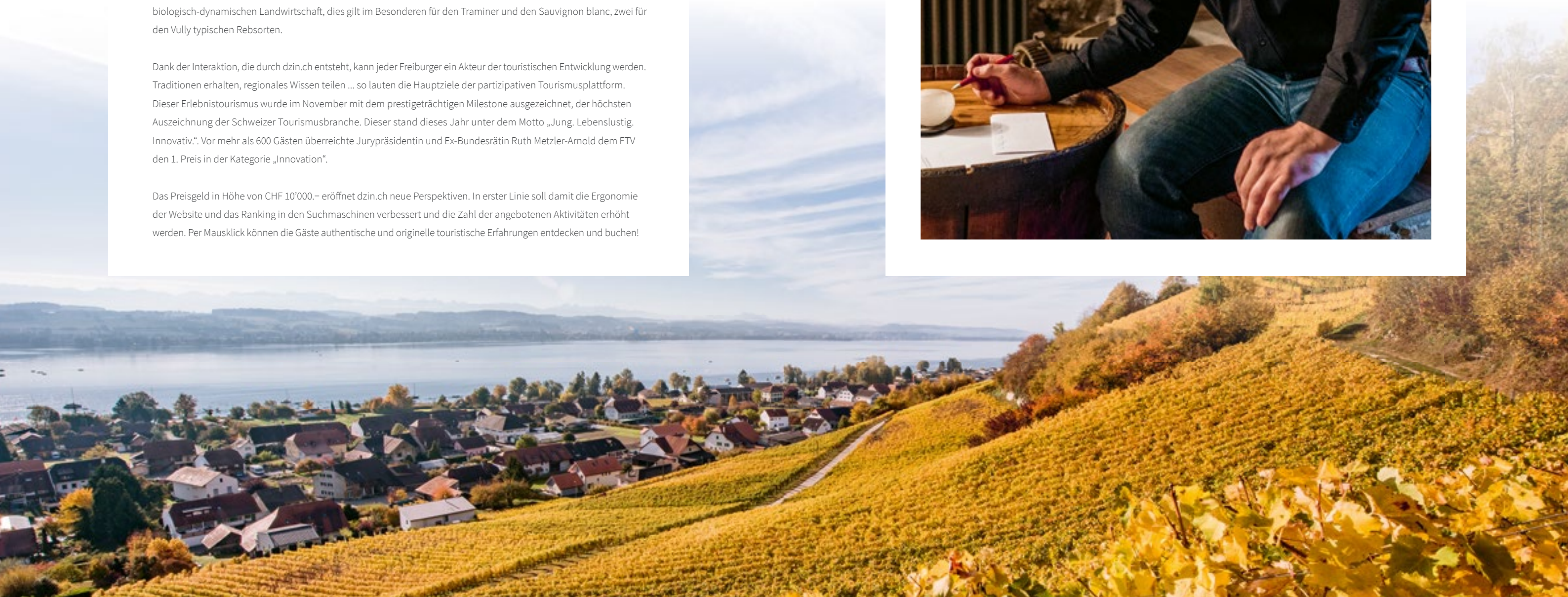
Das Preisgeld in Höhe von CHF 10'000.– eröffnet dzin.ch neue Perspektiven. In erster Linie soll damit die Ergonomie der Website und das Ranking in den Suchmaschinen verbessert und die Zahl der angebotenen Aktivitäten erhöht werden. Per Mausklick können die Gäste authentische und originelle touristische Erfahrungen entdecken und buchen!

“

Von der Rebe ins Glas, ein Erlebnis zum Teilen.

”

Cédric Guillod, Dzin



Danksagung

2017 setzten die Vorstandsmitglieder ihre Unterstützung der Entwicklungsstrategie für den Freiburger Tourismus Vision 2030 und die in diesem Zusammenhang präsentierten Projekte unter dem Vorsitz von Jean-Jacques Marti fort. Ihre Zusammenarbeit konkretisierte sich im Besonderen durch die Einrichtung von Ad-hoc-Ausschüssen und Arbeitsgruppen.


Nach diesem Jahr unter Federführung von Pierre-Alain Morard möchten wir dem gesamten Team des FTV für seine hervorragende Arbeit danken. Der wertvolle Beitrag von rund 30 Mitgliedern des Beschilderungsteams, die insgesamt 1'800 Kilometer Wanderwege abgelaufen sind, sei an dieser Stelle ebenfalls erwähnt.

Auch den Mitgliedern, Partnern und Leistungserbringern ein herzliches Dankeschön für die gute Zusammenarbeit. Das Engagement der regionalen Tourismusorganisationen bei der Umsetzung von Promotionsmassnahmen sowie im Rahmen der laufenden strategischen Überlegungen 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 von Fribourg Region 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 alle 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 von Fribourg Region in der Schweiz und im Ausland zu fördern.



Originalität und
Tradition,
präsentiert in
einer innovativen,
dynamischen,
digitalen Verpackung:
eine spannende
Herausforderung, die wir
gemeinsam annehmen!

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

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
Fribourg 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 Victor FRAUCHIGER
Düdingen Tourismus Armin HAYOZ
Estavayer-le-Lac et environs Anne MEYER LOETSCHER
Gruyères/Molésion Monique DURUSSEL RUDAZ
Intyamon Philippe ANSERMOT
Jaun Tourismus Benoît BUCHS
Lac de la Gruyère Patrick PERROTTET
Murten Tourismus Marianne SIEGENTHALER
Portalban Tourisme Daniel WASER
Vully Tourisme Christophe DUPASQUIER

Stand 31.12.2017

Aktiv-Mitglieder

DACHVERBÄNDE

Arbeitgeberverband des Kantons Fribourg
Bergbahnen der Freiburger Alpen
GastroFribourg
Handels- und Industriekammer Fribourg
Hotelleriesuisse, Sektion Fribourg
Schweizer Wanderleiter – Sektion Fribourg

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
Verband der Freiburger Ferienheime und Gruppenunterkünfte (VFFG)

UNTERNEHMEN

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

VERWALTUNGS-AUSSCHUSS

PRÄSIDENT

Oliver CURTY Staatsrat, Murten/Morat

MITGLIEDER

Nicolas BÜRGISSER Grossrat, Giffers
Michel CHEVALLEY Oberamtmann Vivisbachbezirk, Châtel-St-Denis
Edgar JEITZNER Präsident Direktion FKB, Fribourg
Nicole LEHNER-GIGON Grossrätin, Massonnens
André LOSEY Ammann, Estavayer-le-Lac
Jean-Jacques MARTI Präsident FTV, Fribourg
Marie-France ROTH PASQUIER Grossrätin, Gemeinderätin, Bulle
Stéphane SCHLAEPPEY Hoteller, Charmey
Katharina THALMANN-BOLZ Grossrätin, Murten/Morat
Laurent YERLY Staatsschatzamt, Fribourg

SEKRETARIAT

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

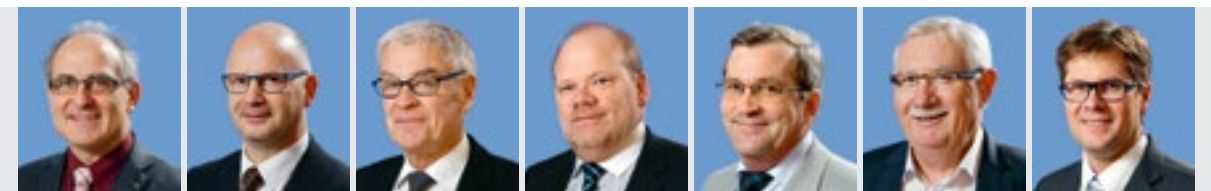
Tourismusförderungs-fonds des Kantons Fribourg

Vorstand



PRÄSIDENT DELEGIERTER DES VERWALTUNGSRATS UPCF JEAN-JACQUES MARTI
VIZEPRÄSIDENT RESTAURATEUR TOBIAS ZBINDEN
STAATSRAT OLIVIER CURTY
NATIONALRÄTIN CHRISTINE BULLIARD MARBACH
GENERALDIREKTOR TPF VINCENT DUCROT
NOTARIN EMMANUELLE KAELIN MURITH

Vorstand



PRÄSIDENT RVS OBERAMTMANN SEEBEZIRK DANIEL LEHMANN
PRÄSIDENT BERGBAHNEN FREIBURGER ALPEN MICHEL LOSEY
VERWALTUNGSRATS-PRÄSIDENT FKB ALBERT MICHEL
DIREKTOR WIRTSCHAFTS-FÖRDERUNG JEAN-LUC MOSSIER
PRÄSIDENT FHV HOTELIER RAYMOND SURCHAT
FINANZKOMMISSION FTV JEAN-PIERRE THÜRLER
PRÄSIDENT PORTALBAN TOURISME ARCHITEKT DANIEL WASER

Rechnung 2017

BILANZ			
AKTIVEN	31.12.2017	31.12.2016	
Kassa	423.65	440.00	
PostFinance 17-1056	338'912.31	403'801.87	
PostFinance 17-7212	370'350.32	418'165.77	
Banken	555'343.97	293'722.00	
Transitorische Aktiven	17'093.00	0.00	
Wertschriften	1.00	1.00	
Debitoren	544'695.40	553'263.05	
Maschinen und Mobiliar FTV	1.00	1.00	
Maschinen und Mobiliar Info-Stelle A12	1.00	1.00	
Gebäude FTV	31.12.2017	1'148'161.40	31.12.2016
Gebäude FTV	2'030'058.22		2'030'058.22
./. Abschreibungen	881'896.82		862'896.82
Info-Stellen A1 und A12	31.12.2017	1.00	31.12.2016
Neugestaltung A1 und A12	322'178.20		322'178.20
./. Abschreibungen	322'177.20		322'177.20
Info-Stelle A12	31.12.2017	109'000.00	31.12.2016
Dienstbarkeit	300'000.00	120'000.00	300'000.00
./. Abschreibung	191'000.00		180'000.00
Total der Aktiven	3'083'984.05	2'956'558.09	
PASSIVEN	31.12.2017	31.12.2016	
Kreditoren	365'362.88	427'691.78	
Transitorische Passiven	304'694.13	283'122.51	
Hypothekendarlehen	903'049.00	932'206.55	
Fonds zweckbestimmt «Vision 2030»	240'099.08	247'321.23	
Fonds zweckbestimmt «NRP» und «Innotour»	170'258.19	171'920.97	
Ordentlicher Reservefonds	102'787.45	133'438.80	
Provisionen	569'340.45	484'194.25	
Fonds «Leistungen z. G. der Gäste»	277'313.35	274'369.75	
Kapital	30'000.00	30'000.00	
Gewinn / Defizit (-) auf ordentliches Geschäftsjahr	119'069.98	-30'651.35	
Gewinn / Defizit (-) auf Aufenthaltstaxen	2'009.54	2'943.60	
Total der Passiven	3'083'984.05	2'956'558.09	

Bemerkungen

Eine ausserbilanzielle Verpflichtung besteht gegenüber der Pensionskasse des Staatspersonals Freiburg wie in der Vereinbarung vermerkt per 31.12.2016 für einen Betrag von CHF 2'081'191.00 im Falle einer Kündigung des Anschlusses durch den FTV und von 1'538'038.00 im Falle einer Kündigung durch die Kasse.

BETRIEBSRECHNUNG

	KONTEN 2017		BUDGET 2017		KONTEN 2016	
Einnahmen						
Staat Freiburg: ordentl. Beiträge	1'950'000.00		1'950'000.00		1'950'000.00	
Mitgliederbeiträge und Sponsoring	38'600.00		58'500.00		38'900.00	
Geb. für Empfangs-, Auskunfts-, Ausrüstungsdienst	1'900'000.00		1'980'000.00		1'900'000.00	
	3'888'600.00		3'988'500.00		3'888'900.00	
Betriebseinnahmen						
Verkauf von Publikationen und Waren	698.00		1'000.00		675.00	
Kommissionen und Serviceleistungen	155'041.81		120'000.00		135'927.60	
	155'739.81		121'000.00		136'602.60	
Marketing						
Werbung / Key Media Management	696'651.30	0.00	700'000.00	10'000.00	696'752.67	10'000.00
Internet / E-Commerce und Online Booking	109'692.15	5'508.78	112'000.00	0.00	191'397.66	78'062.87
Sales / Messen / Key Account Management	242'478.13	2'500.00	246'000.00	0.00	216'610.12	0.00
Publikationen / Werbematerial	40'315.85	804.60	44'000.00	0.00	57'225.05	372.50
Logistik und Diverses	35'780.73		50'000.00		19'213.70	
	1'124'918.16	8'813.38	1'152'000.00	10'000.00	1'181'199.20	88'435.37
Tourismussensibilisierung						
Sensibilisierung / Interne PR	43'899.65		57'500.00		64'478.95	
Kantonaler Dienst für Tourismus	24'269.50		23'000.00		32'681.10	
	68'169.15		80'500.00		97'160.05	
Information und Empfang						
Internet, Apps, soziale Netzwerke	86'029.00		80'000.00		80'662.00	
Kantonale Gästekarte	100'540.55		120'000.00		217'976.47	
Broschüren	68'389.20		80'000.00		72'654.60	
	254'958.75		280'000.00		371'293.07	
Freizeitwegnetz						
Verwaltung und Unterhalt der Netze	179'523.00	49'400.05	228'000.00	80'000.00	161'998.98	52'444.05
	179'523.00	49'400.05	228'000.00	80'000.00	161'998.98	52'444.05
Personal, Verwaltung, Information						
Gehälter und Sozialleistungen	2'092'607.95		2'132'000.00		2'027'826.10	
Versicherungen	11'294.70		11'000.00		10'684.80	
Allgemeine Verwaltungskosten	206'964.06	11'577.60	197'300.00	0.00	249'632.07	0.00
Miete und Nebenkosten	99'000.00		99'000.00		99'000.00	
Abschreibungen	0.00		0.00		200.00	
Organe des FTV	38'275.30		38'200.00		50'965.45	
Verschiedenes und MwSt.	23'650.35		29'500.00		31'737.85	
	2'471'792.36	11'577.60	2'507'000.00	0.00	2'470'046.27	0.00
Sonderbelastungen und -erträge						
Kommissionen und versch. Erträge	60'180.09		500.00		34'680.45	
Sonderbelastungen	2'246.33		4'500.00		2'691.05	
Liegenschaftsbelastungen und -erträge	81'883.20	128'250.00	80'000.00	132'000.00	79'325.20	132'000.00
	84'129.53	188'430.09	84'500.00	132'500.00	82'016.25	166'680.45
ZWISCHENTOTAL	4'183'490.95	4'302'560.93	4'332'000.00	4'332'000.00	4'363'713.82	4'333'062.47
Betriebsergebnis	119'069.98			0.00	30'651.35	
TOTAL	4'302'560.93	4'302'560.93	4'332'000.00	4'332'000.00	4'363'713.82	4'363'713.82

Vorschläge z. Hd. Generalversammlung:

Saldo von CHF 119'069.98 aus Einnahmeüberschuss: Zuweisung an die normalen Reserven.

KONTO „AUFENTHALTSTAXEN“						
	KONTEN 2017		BUDGET 2017		KONTEN 2016	
Kantonale Aufenthaltstaxe	2'117'354.50		2'200'000.00		2'142'501.15	
./. Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	4'752.92		3'000.00		27'834.56	
+ Aufhebungen, Abschreibungen, Rückzahlungen	1'396.89		1'000.00		11'228.14	
Inkassoprovision an VV	3'582.15		3'000.00		3'676.85	
Leistungen zugunsten der Gäste						
Dienstleist., Empfang, Auskunft, Ausrüstung	1'900'000.00		1'980'000.00		1'900'000.00	
Info-Stelle A12	40'625.49		45'000.00		45'360.84	
Info-Stelle A1	44'297.69		45'000.00		48'598.84	
Andere Leist. zugunsten der Gäste						
Jährliche Subventionen für RTO	102'600.00		102'600.00		102'600.00	
Andere Leist. zugunsten der Gäste	20'883.60		22'400.00		22'714.60	
ZWISCHENTOTAL	2'116'741.85	2'118'751.39	2'201'000.00	2'201'000.00	2'150'785.69	2'153'729.29
BETRIEBSERGEBNIS	2'009.54		0.00		2'943.60	
TOTAL	2'118'751.39	2'118'751.39	2'201'000.00	2'201'000.00	2'153'729.29	2'153'729.29

Vorschlag z. Hd. Generalversammlung:

Einnahmenüberschuss von CHF 2'009.54; 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 2015					1'023.25
Beteiligung FTV ¹⁾					440'000.00
Beteiligung RTO ²⁾					551'165.75
SOMMER international/ST	30'406.00	50'677.00	50'677.00	131'760.00	
WELLNESS/ST	5'454.00	5'454.00	5'454.00	16'362.00	
FRANKREICH/ST	75'364.20	32'657.90	32'657.90	140'680.00	
DEUTSCHLAND/ST	89'673.04	34'872.90	34'872.90	159'418.84	
SCHWEIZ Fribourg Region	199'653.45	209'635.65	209'635.65	618'924.75	
WINTER international/ST	19'900.00	19'900.00	19'900.00	59'700.00	
MEDIEN	18'900.45	9'450.30	9'450.30	37'801.05	
Eigene Projekte RTO	0.00	188'518.00	188'518.00	377'036.00	
Zwischentotal	439'351.14	551'165.75	551'165.75	1'541'682.64	
Übertrag RTO				149.75	
Total Ausgaben				1'541'832.39	
Übertrag Saldo 2017				356.61	
TOTAL				1'542'189.00	1'542'189.00

ABRECHNUNG NACH RTO	FINANZIERUNG RTO ²⁾	FINANZIERUNG FONDS ²⁾	TOTAL AUSGABEN	TOTAL EINNAHMEN
Beitrag des Staats Freiburg				550'000.00
Saldo 2015				1'023.25
Beteiligung FTV ¹⁾				440'000.00
Beteiligung RTO ²⁾				551'165.75
OT Châtel-St-Denis/Les Paccots et la Région	70'288.30	70'288.30	140'576.60	
Estavayer-le-Lac/Payerne Tourisme	70'294.15	70'294.15	140'588.30	
Freiburg Tourismus und Region	85'895.40	85'895.40	171'790.80	
La Gruyère Tourisme	113'768.50	113'768.50	227'537.00	
Regionalverband See	86'002.95	86'002.95	172'005.90	
OT de Romont et sa région	54'671.60	54'671.60	109'343.20	
Schwarzsee Tourismus	70'244.85	70'244.85	140'489.70	
Zwischentotal	551'165.75	551'165.75	1'102'331.50	
Finanzierung FTV (ordentliches Budget)			440'000.00	
Übertrag FTV			-648.86	
Übertrag RTO			149.75	
Total Ausgaben			1'541'832.39	
Übertrag Saldo 2017			356.61	
TOTAL			1'542'189.00	1'542'189.00

Bemerkungen:

- Im Rahmen seines eigenen Tätigkeitsplans und Voranschlags beteiligte sich der FTV an den Projekten des Fonds mit CHF 440'000.00.
- Für jeden vom Fonds investierte Franken wird auch von den RTO ein Franken investiert.
- 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.
- Die RTO führen ihre eigenen Projekte selbstständig aus.
- Aufgrund der gesetzlichen Bestimmungen (TRTG Art. 30) können 50% der verfügbaren Mittel des Marketingfonds Ende 2017 dem FTV zugewiesen werden, der diese für allgemeine kantonale Werbe- und Marketingaktionen verwendet. Der Rest wird in den Fonds für das Geschäftsjahr 2019 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
expert-comptable - fiscalité

37, bd de pérolles
1700 Fribourg
t +41 26 485 25 82
f +41 26 485 25 83
che-113.199.705 tax

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 2017.

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.

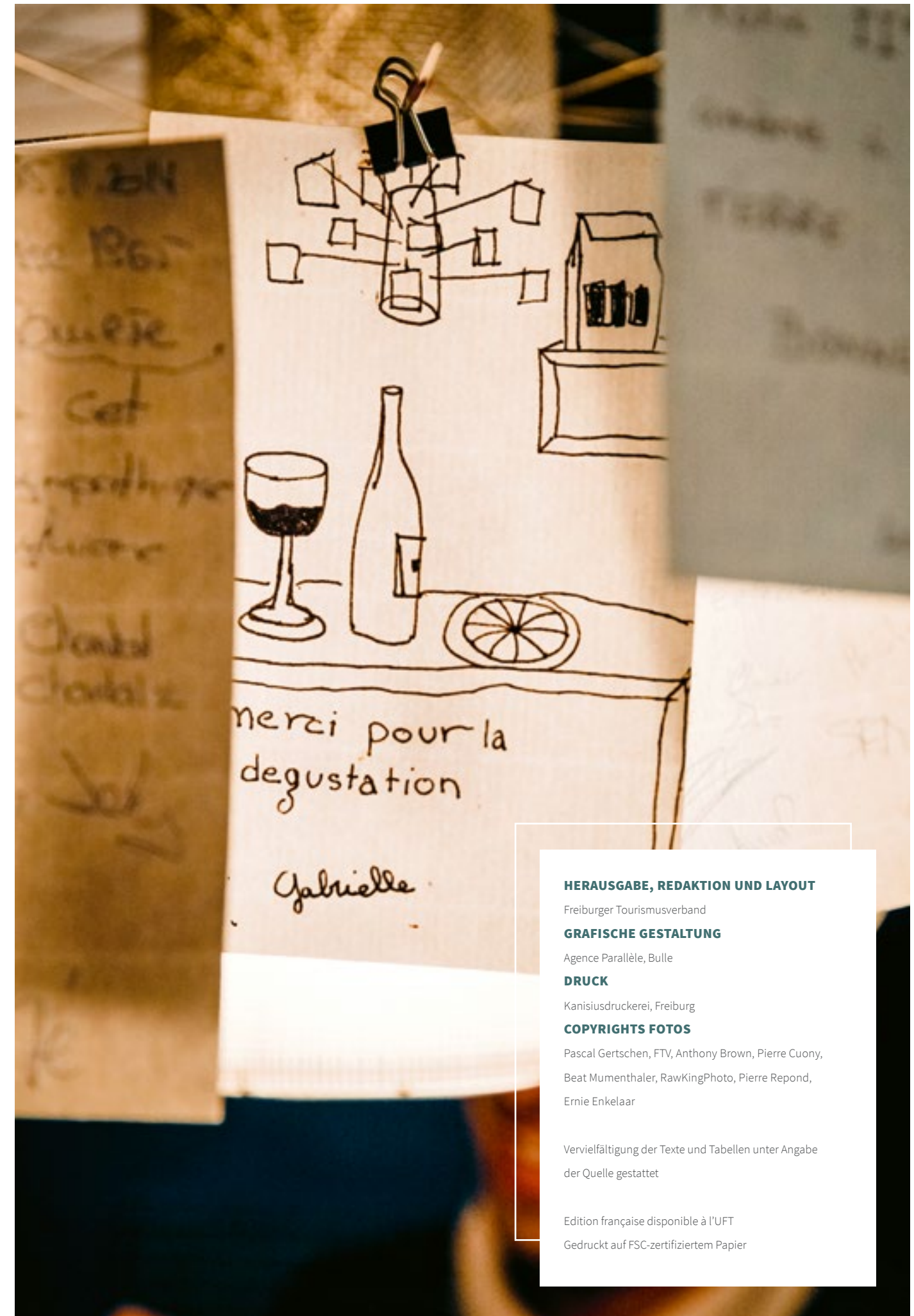
Fribourg, le 8 février 2018

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

Agence Parallèle, Bulle

DRUCK

Kanisiusdruckerei, Freiburg

COPYRIGHTS FOTOS

Pascal Gertschen, FTV, Anthony Brown, Pierre Cuony,
Beat Mumenthaler, RawKingPhoto, Pierre Repond,
Ernie Enkelaar

Vervielfältigung der Texte und Tabellen unter Angabe
der Quelle gestattet

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



Freiburger Tourismusverband
Route de la Glâne 107
Postfach 1560
1701 Fribourg
T +41 (0)26 407 70 20
F +41 (0)26 407 70 29
secretariat@fribourgregion.ch

www.fribourgregion.ch

