

## Medienmitteilung

**Sperrfrist: 25. April 2018, 17.30 Uhr**

### Nationale Anerkennung für Fribourg Region im 2017

25. April 2018. **Mit 64.2 % Marktanteil in der Hotellerie bekräftigt die Schweizer Kundschaft ihre Verbundenheit mit Fribourg Region. Letztere erhielt den Milestone, die höchste Auszeichnung in der Schweizer Tourismusbranche, für dzin.ch. Diese Plattform für den partizipativen Tourismus bietet rund hundert originelle Aktivitäten, buchbar mit wenigen Klicks. Das von Innotour unterstützte Projekt „EasyCheckIn“ des Freiburger Tourismusverbands soll die Abläufe für Gäste und Unterkunftsbesitzer erleichtern.**

Analysieren, vereinfachen, teilen, entwickeln... So können die Aktivitäten des Freiburger Tourismusverbands, der heute seine Generalversammlung 2018 in Schwarzsee abhält, im vergangenen Jahr zusammengefasst werden. Für alle Unterkunftstypen verzeichnet der Kanton über 1,6 Mio Logiernächte. Erfreuliche Bilanz für die Hotellerie, wo die Übernachtungen mit + 0.3 % respektive 446'457 Logiernächten leicht gestiegen sind. Bei der Parahotellerie steht die Zunahme von 8,2 % bei der Vermietung von Ferienhäusern und -wohnungen im Gegensatz zum Rückgang der Logiernächte von 9,2 % bei den Gruppenunterkünften. Mit ein Grund dafür war die Schliessung oder Änderung des Nutzungszwecks mehrerer Gruppenunterkünfte.

Die Schweizer blieben Fribourg Region treu, ihr Marktanteil in der Hotellerie betrug 64,2 % und in der Parahotellerie sogar 83,5 %. Deutschland eroberte mit 7,5 % Marktanteil Rang 2 zurück, Frankreich liegt auf dem dritten Platz. Fribourg Region ist auch ein beliebtes Ausflugsgebiet und verfügt über mehrere stark frequentierte Ausflugsziele. Das Maison Cailler ist mit 408'067 Besuchern wiederum die meistbesuchte Attraktivität in der Westschweiz.

### Ein gewichtiger Stein für Dzin

2017 gewann der FTV mit dem Projekt Dzin den ersten Preis des Milestone in der Kategorie „Innovation“. Die Freiburger Plattform erhielt diese höchste Auszeichnung in der Schweizer Tourismusbranche, die im Jahr 2017 unter dem Motto „Jung. Lebenslustig. Innovativ.“ stand. 70 Dzin teilen ihre Leidenschaft, ihr Produkt oder ihre Region mit Gästen, die den Austausch und das Authentische suchen. Eine weitere neue Plattform ist „L'esprit des lieux“, hier werden über sechzig heilige und spirituelle Freiburger Stätten georeferenziert aufgelistet.

Die Digitalisierung ist weiter auf dem Vormarsch und eröffnet gerade für das Marketing neue Perspektiven. Der FTV initiierte seine eigene Schweizer Kampagne unter dem Slogan „Die Freiburger teilen alles gerne mit dir!“. Verteilt auf die verschiedenen Destinationen waren 13 Influencer unterwegs und berichteten in den sozialen Netzwerken. Auf den Nahmärkten wurde auch dieses Jahr wieder eng mit Schweiz Tourismus zusammengearbeitet. Erwähnenswert für den französischen Markt ist die ausgezeichnete Medienpräsenz in den 13 Uhr-Nachrichten auf TF1, in der Reality-Show „L'Amour est dans le Pré“ und in der Doku-Reihe „Des trains pas comme les autres“. Besonders einfallreich war eine Aktion auf dem spanischen Markt: Während drei Wochen wurden 200'000 originelle Milchkartons, auf denen der Alpabzug in Fribourg Region als Motiv zu sehen war, in Madrid verteilt.

## **Flexibilität als strategisches Ziel**

Im Rahmen laufender Projekte werden die kantonale Website [www.fribourgregion.ch](http://www.fribourgregion.ch) sowie die Internetauftritte der Partner überarbeitet und stärker an die Bedürfnisse der Internetnutzer angepasst. Im Einklang mit der Vision 2030 verfolgt der FTV mehrere strategische Projekte wie zum Beispiel das Lean Destination Management. Dieses zielt darauf ab, Kompetenzen zu vernetzen und die touristischen Strukturen des Kantons Freiburg zu vereinfachen. Gemeinsam mit den Regionalen Tourismusorganisationen wird ein Inventar der Abläufe im Freiburger Tourismus sowie der Ressourcen und Kompetenzen erstellt.

Das Freiburger Tourismus-Observatorium kümmert sich um die Entwicklung des ehrgeizigen Pilot-Projektes „EasyCheckIn“. Damit sollen die Abläufe für die Gäste und die Unterkunftsbesitzer erleichtert werden. Zunächst wird diese Plattform für den Kanton Freiburg entwickelt, kann aber später für andere touristische Regionen und deren spezifischen Bedürfnisse angepasst werden. Der FTV beteiligt sich ebenfalls am Projekt „Préalpes 2030“. Dieses hat zum Ziel, die Positionierung der Bergstationen zu definieren und die Kriterien für die Unterstützung bei zukünftigen Investitionen einzuschätzen.

Die digitale Version des Tätigkeitsberichts 2017 kann eingesehen werden unter:

<http://www.fribourgregion.ch/tbe2017>

### **Weitere Informationen:**

**Pierre-Alain Morard, Direktor Freiburger Tourismusverband**

**075 434 97 96, [secretariat@fribourgregion.ch](mailto:secretariat@fribourgregion.ch).**