

Pressemitteilung | Seite 1 | 21.02.2020

Tourismus in Freiburg:

Übernachtungen im Jahr 2019 weiter gestiegen

Ausblick auf 2020: Tourismuskonzept in Umsetzung

Von Januar bis Dezember 2019 wurden in Freiburg **1,82 Millionen Übernachtungen** in Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten registriert, das entspricht einem Wachstum von **6,7 Prozent** gegenüber dem Vorjahr. Damit setzt sich das Wachstum der letzten Jahre im Freiburger Übernachtungstourismus kontinuierlich fort, allerdings bereiten sinkende Preise und Margen der Freiburger Hotellerie weiter Sorge. Um ein **qualitativ hochwertiges und nachhaltiges Tourismusangebot** zu schaffen, wurde auf der Basis des Tourismuskonzepts ein **Handlungs- und Umsetzungskonzept für die Jahre 2019 und 2020** erstellt, deren prioritäre Maßnahmen nun knapp ein Jahr nach Verabschiedung durch den Freiburger Gemeinderat alle auf den Weg gebracht sind. Ziel ist es, ein Tourismusangebot zu entwickeln, das einerseits der großen ökonomischen Bedeutung des Wirtschaftszweigs für den Standort Freiburg Rechnung trägt, andererseits auch einen Mehrwert für die Bevölkerung in Freiburg bedeutet.

Tourismuskennzahlen im Jahr 2019

Mit insgesamt 1.822.338 Übernachtungen verzeichnet der Freiburger Reiseverkehr, also die Summe aus Hotels, Gasthöfen, Pensionen, Campingplätzen und der Jugendherberge, für das Jahr 2019 eine neue Steigerung. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies laut dem Statistischen Landesamt Baden-Württemberg einer Steigerung um 6,7 Prozent, 2,5 Prozentpunkte mehr als der Baden-Württemberg-Durchschnitt von 4,2 Prozent.

Neben den 1,82 Millionen Übernachtungen im Reiseverkehr kommen allerdings auch noch kleinere Häuser sowie Privatzimmer und Übernachtungen bei Bekannten, die nicht in die Statistik eingehen, hinzu. Diese Zahl liegt einer Untersuchung des dwif zu Folge bei 1,4 Millionen.

Der Anteil der ausländischen Übernachtungsgäste in Freiburg ist im Vergleich zu 2018 um 0,4 Prozent zurückgegangen. Die **Top Ten Herkunftsländer** der Freiburger Übernachtungsgäste führt nach wie vor



Pressemitteilung | Seite 2 | 21.02.2020

die **Schweiz** als Spitzenreiter mit insgesamt 145.194 Übernachtungen an (+ 3,2 Prozent), gefolgt von **Spanien** mit 49.463 Übernachtungen (+ 17,9 Prozent). Auf Platz drei befindet sich **Frankreich** mit 47.044 Übernachtungen (+ 11,3 Prozent). Auf dem vierten Platz ist **Italien** mit 42.505 Übernachtungen (+ 16,5 Prozent), auf Platz 5 befindet sich die **Niederlande** mit 37.142 (- 3,0 Prozent), dicht gefolgt von den **USA** mit 32.462 Übernachtungen (- 11,6 Prozent). Platz 7 belegt das **Vereinigte Königreich** mit 27.655 Übernachtungen (- 10,5 Prozent). Platz 8 nehmen die **Arabischen Golfstaaten** mit 16.834 Übernachtungen ein (- 16,7 Prozent). Auf Platz 9 liegt **Österreich** mit insgesamt 14.093 Übernachtungen (+ 8,1 Prozent). Platz 10 belegt **Russland** mit 13.506 Übernachtungen (- 6,3 Prozent).

In der Hotellerie ist die Steigung der Übernachtungszahlen für 2019 mit 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr wesentlich geringer. Die **Bettenauslastung** in der Hotellerie ist mit 57,6 Prozent im Jahr 2019 um 1,3 Prozentpunkte zum Vorjahr leicht angestiegen. Die Umsätze, die im Jahr 2018 stark zurückgegangen waren, haben sich leicht erholt, liegen aber immer noch deutlich unter dem Niveau vor 2017. Das bereitet insbesondere den privat geführten Häusern Sorgen. Wichtig wäre eine Steigerung der Wertschöpfung, da die Branche durch die Digitalisierung und Änderungen im Reise- und Buchungsverhalten sowie gestiegenen Ansprüchen der Gäste weiterhin viel in verbesserte Angebote und Kommunikationsmaßnahmen investieren muss.

FWTM-Geschäftsführerin Hanna Böhme: „Es ist sehr erfreulich, dass die Anzahl der Übernachtungsgäste in Freiburg weiterhin wächst: Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor- und Standortfaktor für Freiburg, der eine zusätzliche Nachfrage für Gastronomie, Handel und zahlreiche andere Bereiche schafft. Gleichzeitig gilt es aber auch, den Tourismusstandort Freiburg weiterzuentwickeln und sicherzustellen, dass Gäste und Einwohner gleichermaßen davon profitieren.“

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor: Einer Studie aus dem Jahr 2019 des dwif zufolge beträgt der Beitrag des Tourismus zum Primäreinkommen 330,9 Millionen Euro und damit 5,5 Prozent des Primäreinkommens. Dies entspricht einem Äquivalent von rund 12.390 Personen, die durch die touristische Nachfrage in der Stadt Freiburg ein durchschnittliches Primäreinkommen (= 26.718 Euro) pro Kopf und

Pressemitteilung | Seite 3 | 21.02.2020

Jahr beziehen könnten. (Dieser Wert darf nicht mit der Anzahl der durch den Tourismus beschäftigten Personen gleichgesetzt werden).

Franziska Pankow, FWTM-Abteilungsleiterin Tourismus, Convention Bureau & Events: „Angesichts der großen Herausforderung im Bereich der Digitalisierung und des veränderten Reiseverhaltens der Gäste ist es notwendig, dass es der Hotellerie gelingt, ihre Wertschöpfung weiter zu steigern, um die notwendigen Investitionen in Modernisierung und Kommunikation tätigen zu können. Hierzu soll die Umsetzung des Tourismuskonzeptes beitragen.“

Josef Dold, Vorsitzender FG Tourismus und Hotellerie, DEHOGA Freiburg-Stadt: „Angesichts der sehr geringen Steigung der Übernachtungszahlen in der Hotellerie in 2019 sowie der sinkenden Margen und Preise ist es künftig umso wichtiger, den Zubau von Übernachtungskapazitäten zu versuchen zu steuern, beispielsweise durch ein Beherbergungskonzept.“

Ein Jahr Tourismuskonzept: Bilanz und Ausblick 2020

Knapp ein Jahr nach Verabschiedung des Freiburger Tourismuskonzeptes durch den Gemeinderat zieht die FWTM eine positive Zwischenbilanz: Die für 2019 und 2020 priorisierten Maßnahmen, ein touristisches Aufwertungsprogramm für den Schlossberg (TAPS), ein Online-Veranstaltungskalender für Freiburg, die Weiterentwicklung des Gesundheitstourismus, eine Influencer-Kampagne zum Stadtjubiläum 2020, ein touristischer Markenprozess, das Aufwertungsprogramm Öffentlicher Raum Innenstadt (APÖRI) sowie übergreifend die Koordination und Kommunikation des Tourismuskonzeptes, sind alle auf den Weg gebracht. Insgesamt befinden sich ein Jahr nach Verabschiedung des Tourismuskonzeptes 24 von insgesamt 82 im Konzept definierten Maßnahmen in Bearbeitung, also gut ein Viertel. Zwei Maßnahmen, der Aufbau des Webportals www.visit.freiburg.de, das sich vor allem an Gäste, aber auch an interessierte Bürgerinnen und Bürger richtet, sowie das durch die Freiburger Verkehrs-AG (VAG) umgesetzte Fahrradverleihsystem Frelö, dessen Unterhalt aus Mitteln der Übernachtungssteuer finanziert wird, wurden bereits erfolgreich umgesetzt.

Mehrere Projektabschlüsse können im Jahr 2020 erwartet werden. Eine Kampagne zum Jubiläumsjahr und das erste Teilprojekt des Markenprozesses werden bis zum Ende des Jahres abgeschlossen. Auch

Pressemitteilung | Seite 4 | 21.02.2020

der Onlinegang des Online-Veranstaltungskalenders ist für dieses Jahr anvisiert. Neben den priorisierten Maßnahmen versteht die FWTM das gesamte Tourismuskonzept als Handlungsauftrag, sodass die bestehenden Projekte und Aufgaben an den Zielen des Tourismuskonzeptes ausgerichtet werden.

Am Beispiel Frelò, dessen Umsetzung vorrangig bei der VAG lag, wird deutlich, dass viele verschiedene Akteure aus Politik und Stadtverwaltung sowie Leistungsträger und die Bürgergesellschaft notwendig sind, um den Freiburg Tourismus im Sinn des Tourismuskonzepts nachhaltig, wertschöpfend, innovativ und qualitativ hochwertig aufzustellen. Eine hohe Vernetzung, Kooperation und gemeinsamer Gestaltungswille sind hierfür von allen Akteuren gefordert.

Priorisierte Maßnahmen für 2019 und 2020

Ziel des **Touristischen Aufwertungsprogramms Schlossberg (TAPS)** ist es, den besonderen und stadtnahen Naturraum Schlossberg für ortsfremde Gäste, aber auch für Einheimische einfacher zugänglich zu machen und die landschaftlichen und kulturhistorischen Besonderheiten attraktiv herauszustellen, ohne den naturräumlichen Charakter zu beeinträchtigen. Das TAPS wird von der FWTM in Kooperation mit Stadtplanungsamt, Garten- und Tiefbauamt, Umweltschutzamt und unter Einbezug von Vereinen, ortsansässiger Gastronomie und anderen bürgerschaftlichen Akteuren umgesetzt.

Auf Wunsch und in Abstimmung mit vielen Kulturschaffenden und Veranstaltern stellt die FWTM eine **Online-Veranstaltungsdatenbank** für Freiburg auf. Diese wird im Sinne der im letzten Herbst verabschiedeten Digitalisierungsstrategie der Stadt Freiburg als Open Data Datenbank umgesetzt. An den Daten Interessierte, wie z.B. Veranstaltungsmagazine, sollen Daten per Schnittstelle beziehen können. Die Dateneingabe kann ebenfalls automatisiert per Schnittstelle erfolgen oder für kleinere Veranstalter oder Vereine auch per Eingabemaske. Die Daten werden an verschiedenen Stellen ausgespielt und dienen so der breiten Öffentlichkeit als Informationsquelle zum Veranstaltungsangebot in Freiburg. Gäste sollen zentrale Veranstaltungsinformationen auf www.visit.freiburg.de erhalten. Ebenfalls können im Tourismusgewerbe tätige Unternehmen, wie z.B. Hotels, die Veranstaltungsdaten in ihren eigenen Internetauftritt integrieren und so ihren Gästen einen zusätzlichen Service zur Verfügung stellen.

Pressemitteilung | Seite 5 | 21.02.2020

Die Weiterentwicklung des **Gesundheitstourismus** mit dem Fokus auf Gesundheitsreisende und Aktivurlauber ist ebenfalls integraler Bestandteil des Tourismuskonzepts. So wurde beispielsweise 2019 ein Imagefilm erstellt sowie das Magazin „Gesundzeit“ in deutscher und englischer Sprache neu aufgelegt.

2020 ist das Jahr des **Freiburger Stadtjubiläums** und damit auch ein besonderes für das touristische Marketing. Die FWTM kommuniziert das Stadtjubiläum und die dazugehörigen Projekte in einer crossmedialen Werbekampagne. Dabei besuchen **im Rahmen einer ganzjährigen Kampagne ca. 25 Blogger und Influencer Freiburg** und berichten in „Streifzügen“ über Orte der Stadtgeschichte und Projekte des Stadtjubiläums.

Eine weitere priorisierte Maßnahme des Tourismuskonzeptes ist ein **neuer touristischer Markenauftritt für Freiburg**, im Rahmen eines partizipativen, zielgruppenorientierten Markenprozesses. Der Prozess wird in zwei Teilprojekten, der Entwicklung eines Markenkonzeppts sowie der Entwicklung und Implementierung eines Marken-Designs, umgesetzt. Derzeit laufen Gespräche für die Auswahl einer geeigneten Agentur.

Über dem **Aufwertungsprogramm Öffentlicher Raum Innenstadt (APÖRI)** steht der grundsätzliche Auftrag, die Aufenthaltsqualität und das Erscheinungsbild im öffentlichen Raum der Innenstadt zu verbessern und weiterzuentwickeln. Für die Umsetzung kooperieren Stadtplanungsamt, Garten- und Tiefbauamt und FWTM.

Für die **Koordination und Kommunikation der Umsetzung des Tourismuskonzepts** wurde bei der FWTM durch interne Umstrukturierung eine Stelle geschaffen. Silke Duijkers koordiniert in Abstimmung mit der FWTM-Führung das Handlungs- und Umsetzungskonzept 2019/2020 sowie das generelle Umsetzungsmanagement des Tourismuskonzepts. Nach der Überführung der priorisierten Maßnahmen in laufende Projekte soll im Rahmen des Markenprozesses die Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern sowie mit touristischen Leistungsträgern verstärkt werden.