



Pressemitteilung | Seite 1 | 25.02.2022

Tourismus in Freiburg:

Auswirkungen von Corona: Übernachtungen im Jahr 2021 auf anhaltend niedrigem Niveau

Fortführung des Tourismuskonzeptes, Restart-Kampagne und Sofortmaßnahmen für die Innenstadt im Jahr 2021

Auch im Jahr 2021 ist der Tourismus in Freiburg und der Region von den Auswirkungen der Coronapandemie und dem bis in die erste Jahreshälfte andauernden Lockdown in Deutschland geprägt worden: Von Januar bis Dezember 2021 wurden in Freiburg **1,27 Millionen Übernachtungen** in Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten registriert. Das entspricht zwar einem **Plus von 12,2 Prozent** gegenüber dem Krisenjahr 2020, dennoch sind die Übernachtungszahlen im Vergleich zu dem kontinuierlichen Anstieg in den letzten 13 Jahren vor der Coronapandemie auf einem anhaltend niedrigen Niveau: Freiburg liegt mit den Übernachtungszahlen von 2021 nach aktuellem Stand **30,4 Prozent unter dem Vorkrisenniveau von 2019**. Die Übernachtungszahlen in ganz Baden-Württemberg befinden sich für das Jahr 2021 37,7 Prozent unter dem Vorkrisenniveau.

Um die Hotellerie und die Gastronomie in der Corona-Krise weiterhin zu unterstützen und Freiburg 2021 noch stärker als attraktive Reise-destination zu präsentieren, hat die Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe (FWTM) nach dem Erfolg der ersten Restart-Kampagne im Jahr 2020 eine zweite Restart-Kampagne im Jahr 2021 umgesetzt, die rund 28,74 Mio. Impressionen bzw. Kontaktchancen verzeichnen konnte. Eine dritte Kampagne für 2022 ist ebenfalls in Planung. Auch die fortlaufende Umsetzung der Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept für Freiburg war und ist ein wichtiger Baustein für ein erfolgreiches Destinationsmarketing: Im Jahr 2021 konnten der touristische Markenprozess abgeschlossen werden, der Online-Veranstaltungskalender für Freiburg folgte Anfang 2022. Außerdem in diesem Jahr fertiggestellt werden die Eröffnung der neuen Themenwege und Exponate auf dem



Pressemitteilung | Seite 2 | 25.02.2022

Schlossberg sowie die Erneuerung des touristischen Fußgänger-Leit-systems. Des Weiteren hat die FWTM in Zusammenarbeit mit ihren Partner_innen im Jahr 2021 Sofortmaßnahmen für die Belebung der Freiburger Innenstadt umgesetzt, wie die Entwicklung und Durchführung verschiedener Veranstaltungsformate und Projekte zur Schaffung von Besuchsimpulsen oder die Unterstützung der Einzelhändler_innen bei z.B. den Corona-Zugangskontrollen.

Tourismuskennzahlen im Jahr 2021

Mit insgesamt 1.268.481 Übernachtungen verzeichnet der Freiburger Reiseverkehr, also die Summe aus Hotels, Gasthöfen, Pensionen, Campingplätzen und der Jugendherberge, für das Jahr 2021 im Vergleich zu den Jahren vor der Coronapandemie eine drastische Senkung, die Zahlen liegen 30,4 Prozent unter dem Vorkrisenniveau von 2019. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies laut dem Statistischen Landesamt Baden-Württemberg einem Plus von 12,2 Prozent.

Besonders deutlich werden die Auswirkungen der Coronapandemie bei der Zahl der ausländischen Übernachtungsgäste: Der Anteil der internationalen Gäste am Reiseverkehr in Freiburg ist im Vergleich zu 2020 zwar um 4,3 Prozent gestiegen (206.415 ausländische Übernachtungsgäste in 2021), befindet sich aber wie die Übernachtungszahlen im Vergleich zu den Vorkrisenjahren auf einem niedrigen Niveau: 2019 waren es noch 569.700 ausländische Übernachtungsgäste. Die **Top Ten Herkunftsländer** der Freiburger Übernachtungsgäste führt im Jahr 2021 erneut die **Schweiz** als Spitzenreiter mit insgesamt 53.406 Übernachtungen an (- 13,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr), gefolgt von den **Niederlanden** mit 26.827 Übernachtungen (- 1,9 Prozent) und **Frankreich** mit 20.590 Übernachtungen (+ 4,5 Prozent). Auf dem vierten Platz befindet sich **Italien** mit 13.884 Übernachtungen (+ 13,6 Prozent), die Platzierungen 1 bis 4 bleiben somit zum Vorjahr unverändert. Auf Platz 5 befindet sich **Spanien** mit 9.729 Übernachtungen (+ 72,4 Prozent), dicht gefolgt von **Belgien** mit 8.951 Über-



Pressemitteilung | Seite 3 | 25.02.2022

nachtungen (+ 8,9 Prozent). Platz 7 belegt die **USA** mit 7.654 Übernachtungen (+ 31,0 Prozent). Platz 8 nimmt **Österreich** mit 7.602 Übernachtungen ein (- 7,2 Prozent). Auf Platz 9 liegt **Polen** mit insgesamt 5.259 Übernachtungen (+ 73,7 Prozent). Platz 10 belegt **Luxemburg** mit 3.907 Übernachtungen (+ 50,0 Prozent).

Die Hotellerie hat bei den Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr ebenfalls ein Plus von 15,8 Prozent (870.500 Übernachtungen in 2021) zu verzeichnen, die Übernachtungszahlen liegen jedoch insgesamt weiterhin drastisch unter dem Niveau des Vorkrisenjahrs 2019 (- 34,4 Prozent). Die durchschnittliche Auslastung der angebotenen Schlafgelegenheiten in der Hotellerie befindet sich mit 36 Prozent im Jahr 2021 immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau, die Auslastung der Schlafgelegenheiten im Reiseverkehr insgesamt belief sich für 2021 auf 35,9 Prozent. 2020 belief sich die Bettenauslastung in der Hotellerie sowie im Reiseverkehr auf 35,4 Prozent.

FWTM-Geschäftsführerin Hanna Böhme: „Als wichtige Querschnittsbranche für die bundesweite und regionale wirtschaftliche Entwicklung umfasst die Tourismusbranche neben Übernachtungsbetrieben, dem Gastgewerbe und dem Einzelhandel auch Kultureinrichtungen, Dienstleister oder Zulieferer wie regionale Produzenten und Handwerksbetriebe. In diesen herausfordernden Zeiten ist die aktive Förderung der Tourismusbranche daher von zentraler Bedeutung. Die fortlaufende Umsetzung des Tourismuskonzepts für Freiburg war und ist hierbei ein wichtiger Baustein, wobei wir mit der notwendigen Flexibilität auf die aktuellen Herausforderungen reagieren.“

Franziska Pankow, FWTM-Abteilungsleiterin Tourismus, Convention Bureau & Events: „Trotz des leichten Anstiegs der Übernachtungszahlen im Vergleich zum Vorjahr befinden sich die Zahlen im Jahr 2021 immer noch auf einem dramatisch niedrigen Niveau. Wir rechnen 2022 mit einer weiteren Belebung, jedoch erst 2024 mit einer Rückkehr auf das Niveau der Vorkrisenjahre.“



Pressemitteilung | Seite 4 | 25.02.2022

„Die Zahlen spiegeln eindrücklich wider, wie hart das Jahr 2021 für die Hotellerie und die Gastronomie war: Durch die mittlerweile zwei Jahre anhaltende Corona-Krise ist die Existenz vieler Hoteliers und Gastronomen bedroht. Die negativen Auswirkungen der Coronapandemie auf das Gastgewerbe sind enorm“, so Josef Dold, Vorsitzender FG Tourismus und Hotellerie, DEHOGA Freiburg-Stadt. „Insbesondere im Hinblick auf eine mögliche Rückläufigkeit von Inlandsreisen im Sommer infolge von Nachholeffekten für das Mittelmeer begrüßen wir weitere Marketingmaßnahmen wie eine dritte Restart-Kampagne und die Umsetzung neuer Veranstaltungsformate und Projekte, die Gästen einen Anreiz geben, Freiburg zu besuchen, daher sehr.“ Dold weiter: „Der Erfolg solcher Maßnahmen wird aber auch sehr davon abhängen, ob sich Freiburg als gastfreundliche Stadt präsentiert, die den Tourismus spürbar wertschätzt.“

Wiltrud Rösler, Hotel Management Hotel Oberkirch: „Die Stadthotellerie trifft die anhaltende Coronapandemie weiterhin stark. Nach einem zögerlichen Start Anfang Juni 2021 konnten wir trotz der ausgebliebenen internationalen Gäste in unserem Hotel verstärkt Inlandtouristen begrüßen, die erhöhten Beschränkungen und vor allem die Undurchsichtigkeit der Maßnahmen aus Gästesicht ab Ende Oktober 2021 führten jedoch zu einem erneuten Ausbleiben der Gäste, das bis heute anhält. Hinzu kam der völlige Ausfall des für uns sehr wichtigen Weihnachtsgeschäfts. Eine anhaltende Herausforderung ist außerdem der Arbeitskräfte- bzw. Fachkräftemangel in der Hotellerie und Gastronomie: Aufgrund der bisherigen Einschränkungen und Branchenschließungen hat ein großer Teil der Arbeitskräfte die Branche gewechselt. Die Rekrutierung neuer Mitarbeiter erweist sich vor allem auch wegen der Knappheit auf dem Freiburger Wohnungsmarkt als sehr schwierig. Wir hoffen auf eine Verbesserung der Lage im kommenden Sommer.“

Restart-Kampagne #fühldichfreiburg

Nach dem Erfolg der ersten Restart-Kampagne „Ab nach Freiburg“ im Jahr 2020, hat die FWTM von Mitte Mai bis Mitte September 2021 eine



Pressemitteilung | Seite 5 | 25.02.2022

zweite Restart-Kampagne mit dem Slogan **#fühldichfreiburg** realisiert. Mit der Kampagne wurden gezielt Paare ab 40 Jahren mit dem Fokus auf Natur und Aktivität sowie Paare ab 50 Jahren mit dem Fokus auf Kulinarik, Natur und Stadterlebnis angesprochen. Eine weitere wichtige Zielgruppe waren junge Familien mit dem Fokus auf Natur, Aktivität und Stadterlebnis, aus Deutschland und der Schweiz. Wesentliche Schlagworte der Kampagne, die an der neuen Tourismusmarke ausgerichtet wurde, waren „Leichtigkeit“, „Einfachheit“ und „Natürlichkeit“, die in neun verschiedenen Motiven über die Landingpage www.visit.freiburg.de/fuehl-dich-freiburg, über Social-Media, Online-Werbung, Anzeigen, Plakaten und Postkarten vermarktet wurde. Das Gesamtbudget belief sich auf 110.000 Euro.

Auch wenn kein direkter ursächlicher Zusammenhang zur Restart-Kampagne belegt werden kann, verzeichnet Freiburg im August 2021 mit 93.300 Ankünften im Reiseverkehr im Vergleich zum Vorjahr mehr Ankünfte (82.100 Ankünfte im Jahr 2020), die Übernachtungen im Reiseverkehr lagen im August 2021 mit 224.900 Übernachtungen sogar höher als im August 2019 (215.700 Übernachtungen). Im südbadischen Städtevergleich für den Monat August verzeichnet Freiburg 2021 die höchste Steigerung in Prozent zum Vorjahr und liegt damit ebenfalls höher als der Durchschnitt in Baden-Württemberg. Insgesamt konnte **#fühldichfreiburg 28.748.298 Impressionen bzw. Kontaktchancen** und **75.503 Interaktionen** über alle Kanäle hinweg verzeichnen.

Tourismuskonzept

Bisher sind 16 von insg. 82 im Tourismuskonzept definierten Maßnahmen abgeschlossen, über 50 befinden sich insgesamt in Bearbeitung. Dazu gehört zum Beispiel **ein touristisches Aufwertungsprogramm für den Schlossberg (TAPS)**, **ein touristisches Fußgänger-Leitsystem**, **ein touristischer Markenprozess** sowie **ein Online-Veranstaltungskalender**.



Pressemitteilung | Seite 6 | 25.02.2022

Ziel des **Touristischen Aufwertungsprogramms Schlossberg (TAPS)** ist es, den besonderen und stadtnahen Naturraum Schlossberg für ortsfremde Gäste, aber auch für Einheimische einfacher erlebbar zu machen und die landschaftlichen und kulturhistorischen Besonderheiten attraktiv herauszustellen, ohne den naturräumlichen Charakter zu beeinträchtigen. Hierfür sollen vier Themenwege mit insgesamt 16 Stelen/Exponaten und 8 Kindertafeln über die Geschichte des Schlossbergs installiert werden. Außerdem sollen weitere Exponate wie Übersichtstafeln oder Zeitspiralen aufgestellt werden. Das TAPS wird von der FWTM in Kooperation mit dem Stadtplanungsamt, dem Garten- und Tiefbauamt, dem Umweltschutzamt und unter Einbezug von Vereinen, ortsansässiger Gastronomie und anderen bürgerschaftlichen Akteuren umgesetzt. Eine Eröffnungsfeier mit Führungen auf dem Schlossberg ist für September 2022 in Planung.

Ziel der Erneuerung des bestehenden **touristischen Fußgänger-Leit-systems** ist es, die Gäste von den sogenannten „Einfallstoren“ Freiburgs, wie dem Hauptbahnhof, dem Zentralen Busbahnhof oder den zentralen Parkhäusern, in die Innenstadt zu leiten. Dabei soll das Leit-system in erster Linie ortsfremden Besucher_innen innerhalb der City Orientierung geben und auf die innerstädtischen Sehenswürdigkeiten aufmerksam machen. Hierfür soll das bestehende Fußgänger-Leitsystem erneuert werden, mit verbessertem Design, leichter Auffindbarkeit und Entfernungsangaben. In der Innenstadt und den innenstadtnahen Quartieren sollen hierfür 18 Stelen mit darauf enthaltenen 44 touristisch relevanten Ausflugszielen und stadtnahen Verkehrsknotenpunkten installiert werden. Auch eine digitale Ergänzung mit QR Codes ist vorgesehen. Die Fertigstellung ist für Mitte 2022 geplant.

Die Entwicklung einer touristischen **Marke für Freiburg** wurde im September 2021 abgeschlossen: Im Rahmen eines partizipativen, zielgruppenorientierten Markenprozesses sollte eine starke Marke „Freiburg“ geschaffen werden, die aktiv von der Stadtgesellschaft getragen und gemeinsam gelebt wird und die Einzigartigkeit unserer Stadt ausdrückt. Der Prozess wurde in zwei Teilprojekten, der Entwicklung eines



Management
Marketing

FWTM
FREIBURG

Freiburg Wirtschaft Touristik und
Messe GmbH & Co. KG

Laila Moscatiello

Tel: +49 761 3881 1108

laila.moscatiello@fwtm.de

Pressemitteilung | Seite 7 | 25.02.2022

Markenkonzepts sowie der Entwicklung und Implementierung eines Marken-Designs, umgesetzt. Hierbei wurde ein Markenkern für Freiburg sowie ein touristisches Zielbild mit dem Ein-Wort-Wert „Natürlich“ entwickelt. Dieser Markenkern bildet den künftigen Ausrichtungsmaßstab für das Handeln im Freiburg Tourismus und dient als Qualitätssiegel. Das touristische Zielbild fokussiert sich hierbei auf drei zentrale Punkte: Ambitionierte Menschen, die im stressigen Alltag nach Authentizität und Ausgleich suchen, das entspannte Stadtleben und den natürlichen Ausgleich. Das neue touristische Zielbild und Markenzeichen soll künftig an allen Kontaktpunkten, die der Gast zur Destination Freiburg hat, erscheinen. Hierfür wird die FWTM zwei Mal pro Jahr eine Überprüfung der Kontaktpunkte zu den Gästen sowie nach und nach Workshops und Vorträge zur Implementierung der neuen touristischen Marke mit allen relevanten touristischen Branchen durchführen. Aktuell wird außerdem eine Kommunikations-Strategie auf Basis der im Tourismuskonzept definierten Zielgruppen erstellt und touristische Leitprodukte definiert. Alle wichtigen Informationen zur Marke und deren Verwendung für Leistungsträger_innen sind auf dem Tourismus-Partnerportal der FWTM zusammengestellt: <https://www.freiburgtourismus-partnerportal.de/touristische-marke>.

Auf Wunsch und in Abstimmung mit vielen Kulturschaffenden und Veranstalter*innen sowie DIGIT und Kulturamt stellt die FWTM seit Januar 2022 eine **Online-Veranstaltungsdatenbank** für Freiburg zur Verfügung: Ziel war die Schaffung einer nicht-kommerziellen Veranstaltungsdatenbank öffentlicher Veranstaltungen in Freiburg und der direkten Umgebung mit touristischer Relevanz, um die Bedeutung Freiburgs als Kulturstadt besser darstellen und leichter buchbar machen zu können. Der Online-Veranstaltungskalender wurde im Sinne der Digitalisierungsstrategie der Stadt Freiburg als Open Data Datenbank umgesetzt: An den Daten Interessierte, wie zum Beispiel Veranstaltungsmagazine oder Hotels, können Daten per Schnittstelle kostenfrei beziehen und auf ihren Webseiten einbinden. Die Dateneingabe kann ebenfalls automatisiert per Schnittstelle oder für kleinere Veranstalter oder Vereine per Eingabemaske erfolgen. Die Daten werden an verschiedenen

Freiburg Wirtschaft
Touristik und Messe
GmbH & Co. KG

Neuer Messplatz 3
79108 Freiburg

Geschäftsführung:
Hanna Böhme
Daniel Strowitzki
Aufsichtsratsvorsitzender:
Oberbürgermeister
Martin W. W. Horn

www.fwtm.freiburg.de
www.konzerthaus.freiburg.de
www.messe.freiburg.de
www.historischeskaufhaus.freiburg.de
www.etage-freiburg.de
www.freiburgtourismus-partnerportal.de
www.visit.freiburg.de



Pressemitteilung | Seite 8 | 25.02.2022

Stellen ausgespielt und dienen so der breiten Öffentlichkeit als Informationsquelle zum Veranstaltungsangebot in Freiburg. Neben der deutschen Sprache ist der Kalender auch in Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch verfügbar. Der Online-Veranstaltungskalender ist abrufbar unter www.veranstaltungen.freiburg.de.

Innenstadtsofortmaßnahmen 2021

Um die lokalen Hoteliers und Gastronomen aktiv bei der Gewinnung von Gästen zu unterstützen, hat die FWTM 2021 **Sofortmaßnahmen zur Belebung der Freiburger Innenstadt** und zur Schaffung von Besuchsimpulsen umgesetzt. So hat die FWTM beispielsweise zwei Pop-up-Stores in der Freiburger Innenstadt als Zwischennutzung von leerstehenden Gewerbeflächen in der Schusterstraße 25 von Mitte August bis Ende Oktober 2021 und in der Rathausgasse 36 von Mitte November bis Mitte Dezember 2021 initiiert. Aus dem ersten Pop-up-Store konnte sogar ein dauerhaftes Mietverhältnis generiert werden. In der Rathausgasse 36 wurde im Rahmen des Pop-up-Stores außerdem der Service „Shop & Drop“ angeboten, bei dem die Kund_innen ihre Einkäufe für eine kleine Gebühr von 1 Euro zwischenlagern konnten. Die Aktion **Freiburger Bächle Picknick** im Sommer 2021, die ebenfalls von der FWTM realisiert wurde, bot Besucher_innen die Möglichkeit, mit Picknickkörben mit regionalen Spezialitäten, die vorab online gebucht und am Veranstaltungstag in der Innenstadt abgeholt werden konnten, direkt an den Bächle der Freiburger Innenstadt zu picknicken. Außerdem war die FWTM an der Umsetzung eines **Freiburger Museum-Abends** im November beteiligt, die in Kooperation mit den städtischen Museen und Herzs Schlag Freiburg veranstaltet wurden. Der im Dezember 2021 ausgefallene Museumsabend wird am 25. März 2022 neu aufgesetzt. Die **Kosten der Weihnachtsbeleuchtung** wurden für 2021 wie schon im vergangenen Jahr von der FWTM übernommen.

Ausblick 2022

Für 2022 plant die FWTM, die nichtkommerzielle Aufenthaltsqualität in



Management
Marketing

FWTM
FREIBURG

Freiburg Wirtschaft Touristik und
Messe GmbH & Co. KG

Laila Moscatiello

Tel: +49 761 3881 1108

laila.moscatiello@fwtm.de

Pressemitteilung | Seite 9 | 25.02.2022

der Freiburger Innenstadt weiter zu verbessern, u.a. mit einer **temporären Bestuhlung auf öffentlichen Plätzen** voraussichtlich von März bis Oktober 2022 und einem neuen Veranstaltungskonzept „**After-Work-Markt**“, das sich gerade in der Konzeption befindet. Geplant ist außerdem der Aufbau einer **Touristischen Datenbank (Touba)** für Freiburg zur Datenanalyse, Aufbau einer Content Strategie sowie Schaffung einer gemeinsamen Datenstruktur für einen einheitlichen Zugriff auf relevante Daten für Anbieter im Bereich Tourismus. Mitte Februar ging die **neue Webseite des Münstermarkt Freiburg inkl. neuem Social-Media-Account** auf Instagram an den Start. Beide Kanäle sollen aufzeigen, was den Münstermarkt besonders macht und was ihn von anderen Einkaufsmöglichkeiten unterscheidet. Dabei fungiert der Markt im Mittelpunkt der Stadt als Anreiz für einen Innenstadtbesuch und soll den sinkenden Besucherfrequenzen im gesamten Innenstadtgebiet entgegenwirken. Das erste Großereignis in Freiburg seit März 2020 wird der **MEIN FREIBURG MARATHON** sein, der am 2. und 3. April 2022 stattfindet. Auch die Vorbereitung **der 49. Auflage des Freiburger Weinfest** vom 30. Juni bis 5. Juli 2022 ist in Gang, es werden ebenfalls verschiedene Veranstaltungsszenarien geplant. Im Sommer 2022 wird mit organisatorischer und finanzieller Unterstützung der FWTM die **dritte Etappe der Deutschland Tour 2022** in Freiburg starten und auf dem Schauinsland enden.

Freiburg Wirtschaft
Touristik und Messe
GmbH & Co. KG

Neuer Messplatz 3
79108 Freiburg

Geschäftsführung:
Hanna Böhme
Daniel Strowitzki
Aufsichtsratsvorsitzender:
Oberbürgermeister
Martin W. W. Horn

www.fwtm.freiburg.de
www.konzerthaus.freiburg.de
www.messe.freiburg.de
www.historischeskaufhaus.freiburg.de
www.etage-freiburg.de
www.freiburgtourismus-partnerportal.de
www.visit.freiburg.de