

[Freiburg]

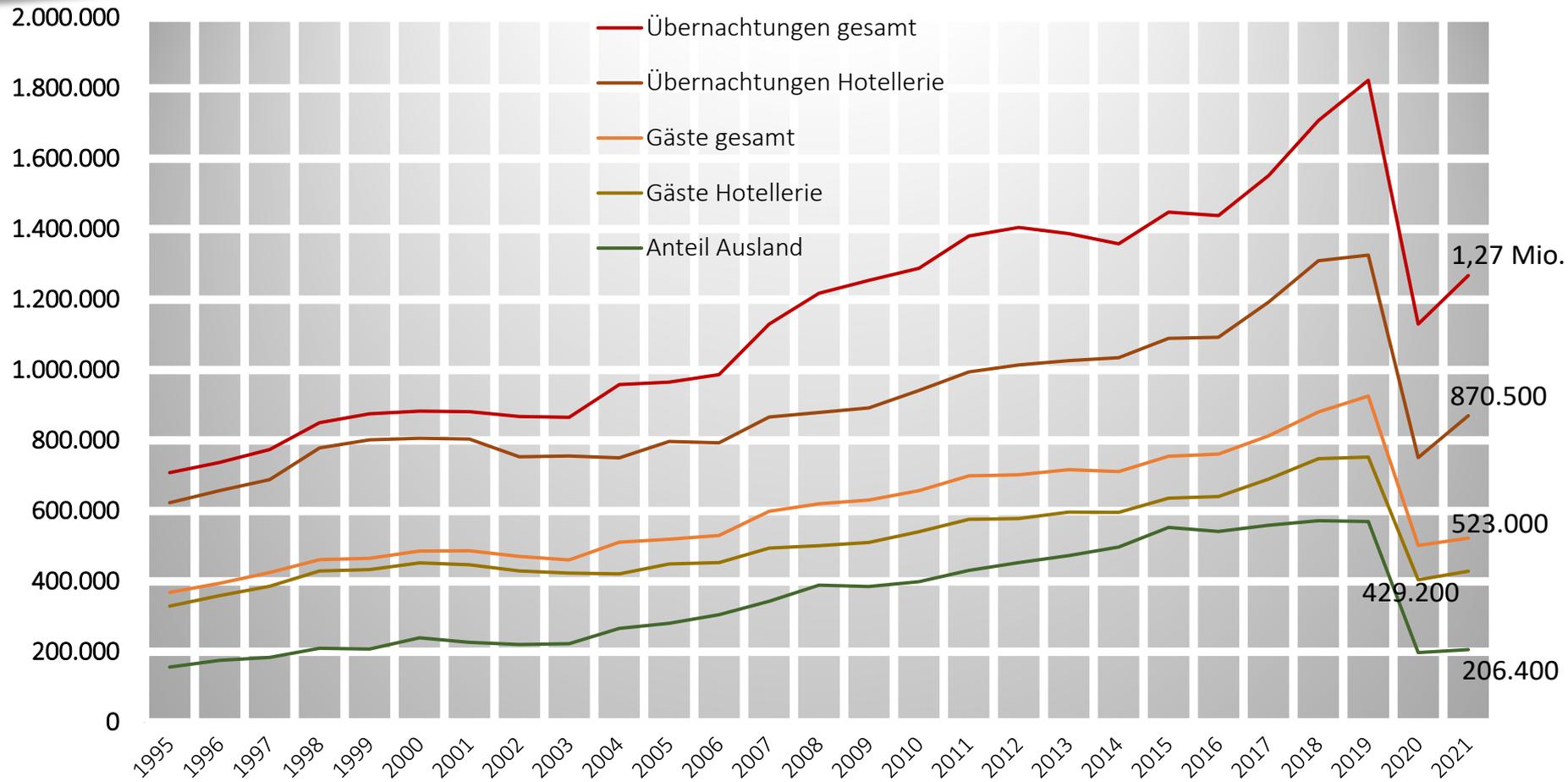


# Tourismusbilanz 2021

25. Februar 2022 | Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG

# [Übernachtungen]

Entwicklung der Tourismuszahlen 1995-2021



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Darstellung: FWTM.  
Betriebe mit 10 und mehr Schlafgelegenheiten

# [Reiseverkehr & Hotellerie]

## Gäste und Übernachtungen

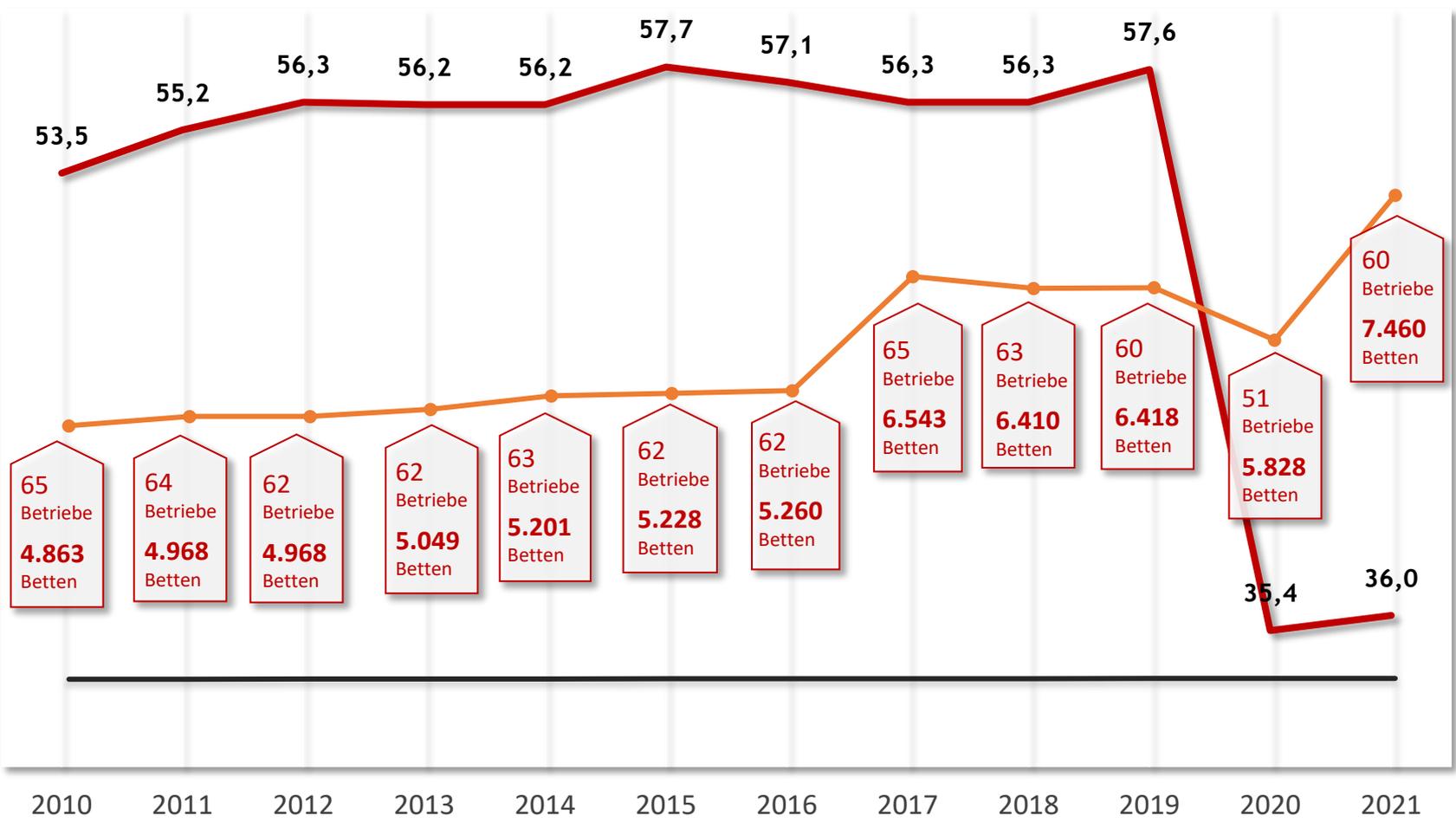
	Reise- verkehr 2019	Reise- verkehr 2020	Reise- verkehr 2021	Veränderung 2020 %	Veränderung 2019 %	Hotellerie 2019	Hotellerie 2020	Hotellerie 2021	Veränderung Vorjahr %	Veränderung 2019 %
Gäste	926,3	502,2	523,0	4,1	-43,5	752,8	404,4	429,2	6,1	-42,9
darunter von Auslandsgästen	289,1	103,5	102,6	-0,8	-64,5	254,4	88,2	88,5	0,3	-65,2
Übernachtungen	1.822,3	1.130,3	1.268,5	12,2	-30,4	1.326,2	751,5	870,5	15,8	-34,4
darunter von Auslandsgästen	569,7	197,9	206,4	4,3	-63,8	436,4	147,6	163,7	10,9	-62,5

Angaben in 1.000

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Darstellung: FWTM  
Betriebe mit 10 und mehr Schlafgelegenheiten

# [Auslastungsgrad Hotellerie]

Auslastung der angebotenen Betten pro Jahr



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Darstellung: FWTM; Betriebe mit 10 und mehr Schlafgelegenheiten (Zahl der geöffneten Betriebe und angebotenen Betten)

# [Herkunftsländer]

Übernachtungen Januar bis Dezember 2021

		Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Schweiz	 53 406	- 13,9
Niederlande	 26 827	- 1,9
Frankreich	 20 590	+ 4,5
Italien	 13 884	+ 13,6
Spanien	 9 729	+ 72,4
Belgien	 8 951	+ 8,9
USA	 7 654	+ 31,0
Österreich	 7 602	- 7,2
Polen	 5 259	+ 73,7
Luxemburg	 3 907	+ 50,0
Vereinigtes Königreich	 3 814	- 47,4
Arabische Golfstaaten	 3 566	+ 144,4
Dänemark	 3 143	- 30,3
Russland	 3 125	- 4,9
Israel	 2 676	+ 375,3
Ukraine	 2 411	+ 67,7
Portugal	 1 738	+ 21,2
Schweden	 1 629	+ 9,0
Rumänien	 1 496	- 0,3
Tschechische Republik	 1 371	+ 48,9

# [Restart-Kampagne 2]

#fühldichfreiburg

## KOMMUNIKATIONSZIELE:

- Gewinnung von Übernachtungsgästen Sommer 2021
- Positionierung: Freiburg Sehnsuchtsziel für urbane Entschleunigung
- Vermittlung freiburg-spezifischen Lebens- und Freiheitsgefühls
- Wesentliche Elemente: Leichtigkeit, Einfachheit und Natürlichkeit

## ZIELGRUPPEN: Deutschland und Schweiz

- Paare 40+: Fokus auf Natur + Aktiv, Stadterlebnis, Shopping
- Paare 55+: Fokus auf Kulinarik, Stadterlebnis, Natur + Aktiv, Entspannung
- Junge Familien: Fokus auf Natur + Aktiv, Stadterlebnis
- Sinus Milieus: Liberal intellektuell und eher sekundär sozial ökologisch

## UMSETZUNG: Mitte Mai bis Mitte September 2021

- Landingpage [www.visit.freiburg.de/fuehl-dich-freiburg](http://www.visit.freiburg.de/fuehl-dich-freiburg) & Hashtag #fühldichfreiburg
- 9 verschiedene Motive
- Social Media Posts, Online Ads, Plakatierung an Bahnhöfen (OoH), Anzeigen, Postkarten, Media-Kits
- Gesamt-Budget: 110.000 Euro

→ 28.748.298 Impressionen/Kontaktchancen & 75.503 Clicks/Interaktionen über alle Kanäle



# [Restart-Kampagne 2]

## Entwicklung Übernachtungen + Ankünfte

### JAHRESVERGLEICH AUGUST-ZAHLEN: (in 1000)

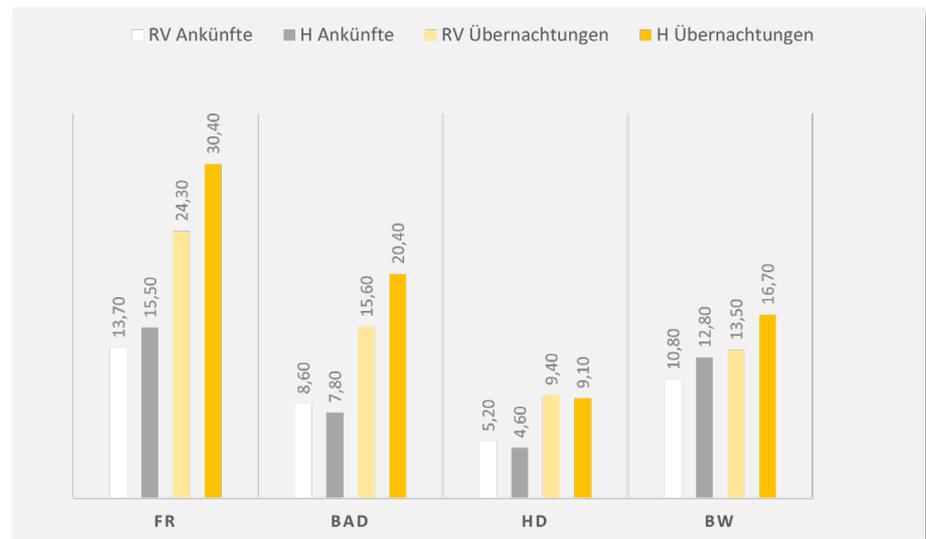
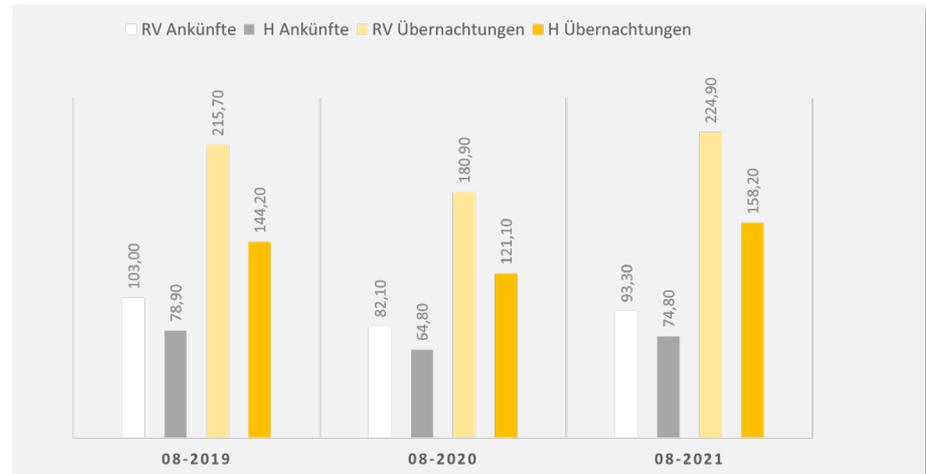
- Ankünfte in Freiburg August 2021 zum Vorjahr gesteigert
- Übernachtungen August 2021 höher als im August 2019

### STÄDTEVERGLEICH 2021: (Veränderung Vorjahr in %)

- Höchste Steigerung zum Vorjahr im südbadischen Städtevergleich
- Steigerung höher als BW-Durchschnitt

### AUSBLICK: RESTART-KAMPAGNE 3

Restart III im Frühjahr / Sommer 2022 zur Unterstützung der touristischen Leistungsträger\_innen



# [Tourismuskonzept]

## Priorisierungs- und Umsetzungsplanung 2022

Die FWTM versteht das gesamte Tourismuskonzept als Handlungsauftrag, sodass auch bestehende Projekte und Aufgaben an den Zielen des Tourismuskonzeptes ausgerichtet werden.

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**.

# [Tourismuskonzept]

## Touristisches Aufwertungsprogramm Schlossberg - TAPS

### ZIELSETZUNG:

Aufwertung der Infrastruktur auf dem Schlossberg, insb. im Bereich Wege sowie exemplarische Schaffung eines „Erlebnisraums Schlossbergs“

### UMSETZUNG:

- In enger Abstimmung mit beteiligten Ämtern & Herr Kalchthaler (Leiter Museum für Stadtgeschichte)
- 4 Themenwege mit insg. 16 Stelen/Exponaten und 8 Kindertafeln über Geschichte des Schlossbergs
- Festungsmodell, Zeitspiralen, 3D Guckies, Kugelbahn etc.
- Beschilderung für neues Wegesystem in Koop. mit Schwarzwaldverein
- Eröffnungsfeier mit Führungen für September 2022 in Planung



# [Tourismuskonzept]

## Touristisches Fußgänger-Leitsystem

### ZIELSETZUNG:

Leitung der Gäste in die Innenstadt & Entzerrung der Gästemenge

### UMSETZUNG: bis Mitte 2022

- Erneuerung bestehendes Fußgänger-Leitsystems mit verbessertem Design, leichter Auffindbarkeit, Entfernungsangaben, Service-Angaben (u.a. Parken, WC, ÖPNV)
- In Innenstadt & innenstadtnahen Quartieren 18 Stelen mit darauf enthaltenen 44 touristisch relevanten Ausflugszielen und stadtnahen Verkehrsknotenpunkten
- Fußgängerspezifische Plandarstellung: fußläufiges Navigieren wird anhand visueller Hilfestellungen erleichtert
- Digitale Ergänzung mit QR Codes geplant



# [Tourismuskonzept]

## Markenprozess Tourismus

**ZIELSETZUNG:** Starke Marke „Freiburg“, touristisches Wachstum und Stadtverträglichkeit im Einklang miteinander, Einzigartigkeit Freiburgs im Mittelpunkt

### PARTIZIPATIVER MARKENPROZESS

1. Entwicklung eines Markenkonzpts mit verschiedenen Strategieelementen sowie
  2. dessen inhaltliche und optische Implementierung
- Entwicklung **Markenkern für Freiburg & touristischen Zielbild** mit dem **Ein-Wort-Wert „Natürlich“** als Ausrichtung für künftiges Handeln und als Qualitätssiegel im Freiburg Tourismus
  - Touristisches Zielbild fokussiert sich auf 3 zentrale Punkte: **Ambitionierte Menschen**, die im stressigen Alltag nach Authentizität und Ausgleich suchen, das **entspannte Stadtleben** und den **natürlichen Ausgleich**
  - **Abschluss:** Ende September 2021 (Vorstellung der Presse am 30.09.2021)

### AKTUELL: UMSETZUNGSPHASE

- Neues touristisches Zielbild und Markenzeichen künftig an allen Kontaktpunkten & Überprüfung 2x pro Jahr
- Workshops und Vorträge zur Implementierung neuer touristischer Marke in der Branche
- Entwicklung einer Content-Strategie auf Basis der im Tourismuskonzept definierten Zielgruppen
- Infos für Leistungsträger auf Tourismus-Partnerportal der FWTM: <https://www.freiburgtourismus-partnerportal.de/touristische-marke>



# [Tourismuskonzept]

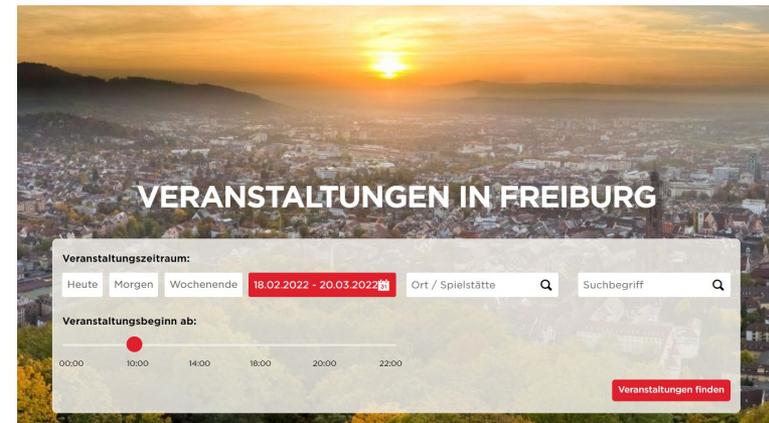
## Online-Veranstungskalender

**ZIELSETZUNG:** Schaffung Nicht-kommerzieller Veranstaltungsdatenbank öffentlicher Veranstaltungen in Freiburg und direkter Umgebung mit touristischer Relevanz

- Bedeutung Freiburgs als Kulturstadt & Kongressstadt stärken
- Förderung von nachhaltigem Tourismus durch Vermittlung überregional bedeutenden Kulturangebots
- Animierung zum erneuten/längeren Besuch Freiburgs

**UMSETZUNG:** [www.veranstaltungen.freiburg.de](http://www.veranstaltungen.freiburg.de)

- Abgestimmtes Konzept von FWTM, Digit, Kulturamt u. Veranstalter\_innen
- Open-Data Datenbank (entspr. Digitalisierungsstrategie der Stadt)
- Dateneingabe per Schnittstelle oder individuell
- Kostenfreie Publikation der Events von Veranstalter\_innen
- Einbindung in eigene Webseite möglich
- In Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch



# [Innenstadtsofortmaßnahmen]

## Maßnahmen und Projekte 2021

### SCHAFFUNG VON BESUCHSIMPULSEN:

- Initiierung von **zwei Pop-up-Stores** in Freiburger Innenstadt als Zwischennutzung von Gewerbeflächen (Schusterstraße 25 Mitte Aug. bis Ende Okt. 2021 / Rathausgasse 36 Mitte Nov. bis Mitte Dez. 2021)
- „Shop & Drop“-Service im Rahmen des Pop-up-Stores in der Rathausgasse 36
- Aktion **Freiburger Bächle Picknick** Sommer 2021
- **Freiburger Museums-Abend** November 2021 in Koop. mit städtischen Museen & Herzschatz Freiburg

### AUSBLICK 2022:

- Verbesserung nichtkommerzieller Aufenthaltsqualität in Freiburger Innenstadt durch **temporäre Bestuhlung auf öffentlichen Plätzen** vor. Ende März bis Ende Oktober 2022
- „After Work Markt“-Konzept für 2022

# [ Weitere Projekte 2022 ]

- **Relaunch Webseite Münstermarkt Freiburg** & Präsenz Münstermarkt Freiburg auf Social-Media-Plattform **Instagram** zur Generierung weiterer Besucher\_innen seit 14. Februar 2022
- **49. Auflage des Freiburger Weinfest** vom 30. Juni bis 5. Juli 2022, auch Planung von verschiedenen Veranstaltungsszenarien
- Unterstützung der dritten Etappe der **Deutschland Tour 2022**, die im Sommer 2022 in Freiburg starten und auf dem Schauinsland enden wird.
- 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.