

Pressemitteilung | Seite 1 | 01.03.2021

## Tourismus in Freiburg:

### **Auswirkungen von Corona: Übernachtungen im Jahr 2020 fallen auf das Niveau von 2007**

### **Maßnahmen: Neue Restart-Kampagne, Fortführung des Tourismuskonzeptes und Erstellung eines Beherbergungskonzeptes**

Von Januar bis Dezember 2020 wurden in Freiburg **1,13 Millionen Übernachtungen** in Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten registriert, das entspricht einem Minus von **37,9 Prozent** gegenüber dem Vorjahr. Durch die Coronapandemie und dem damit verbundenen ersten und zweiten Lockdown, in denen eine Beherbergung zum Teil nur für Geschäftsreisende zulässig war, sind die Übernachtungszahlen nach dem kontinuierlichen Anstieg in den letzten 13 Jahren auf das Niveau des Jahres 2007 zurückgefallen. Um die Hotellerie und die Gastronomie in der Corona-Krise zu unterstützen und Freiburg noch stärker als attraktive Reisedestination zu präsentieren, wird die FWTM nach dem Erfolg der ersten Restart-Kampagne, die rund 71,7 Mio. Impressionen verzeichnen konnte, im Frühjahr 2021 eine zweite Restart-Kampagne starten. Auch die fortlaufende Umsetzung der Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept, wie zum Beispiel der touristische Markenprozess, der Online-Veranstaltungskalender, die Eröffnung der neuen Themenwege und Exponate auf dem Schlossberg sowie die Erneuerung des Fußgänger-Leitsystems werden im laufenden Jahr umgesetzt. Um die räumliche Entwicklung von touristischen Beherbergungsbetrieben in Freiburg gezielt steuern zu können, wird derzeit ein Beherbergungskonzept entwickelt, das im Sommer 2021 vorgestellt werden soll.

### **Tourismuskennzahlen im Jahr 2020**

Mit insgesamt 1.130.388 Übernachtungen verzeichnet der Freiburger Reiseverkehr, also die Summe aus Hotels, Gasthöfen, Pensionen,

## Pressemitteilung | Seite 2 | 01.03.2021

Campingplätzen und der Jugendherberge, für das Jahr 2020 eine drastische Senkung. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies laut dem Statistischen Landesamt Baden-Württemberg ein Minus von 37,9 Prozent.

Besonders deutlich werden die Auswirkungen der Coronapandemie bei der Zahl der ausländischen Übernachtungsgäste: Der Anteil der internationalen Gäste in Freiburg ist im Vergleich zu 2019 um 65,3 Prozent gesunken. Die **Top Ten Herkunftsländer** der Freiburger Übernachtungsgäste führt nach wie vor die **Schweiz** als Spitzenreiter mit insgesamt 62.057 Übernachtungen an (- 57,3 Prozent), gefolgt von den **Niederlanden** mit 27.352 Übernachtungen (- 26,4 Prozent). Auf Platz drei befindet sich **Frankreich** mit 19.703 Übernachtungen (-58,1 Prozent). Auf dem vierten Platz ist **Italien** mit 12.220 Übernachtungen (- 71,3 Prozent), auf Platz 5 befindet sich **Belgien** mit 8.217 (- 31,5 Prozent), dicht gefolgt von **Österreich** mit 8.189 Übernachtungen (- 41,9 Prozent). Platz 7 belegt das **Vereinigte Königreich** mit 7.247 Übernachtungen (- 73,8 Prozent). Platz 8 nehmen die **USA** mit 5.841 Übernachtungen ein (- 82,0 Prozent). Auf Platz 9 liegt **Spanien** mit insgesamt 5.643 Übernachtungen (- 88,6 Prozent). Platz 10 belegt **Dänemark** mit 4.510 Übernachtungen (- 11,2 Prozent).

Die Hotellerie hat bei den Übernachtungszahlen gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 43,3 Prozent (751.460 Übernachtungen in 2020) zu verzeichnen. Die Bettenauslastung in der Hotellerie ist mit 35,4 Prozent im Jahr 2020 um 22,2 Prozentpunkte stark gesunken.

FWTM-Geschäftsführerin Hanna Böhme: „Die Coronapandemie hat bundesweit verheerende Auswirkungen auf die Wirtschaft. In der Krise wird die hohe Bedeutung des Tourismus als wichtiger Wirtschafts- und Standortfaktor für Freiburg umso deutlicher. Von den Auswirkungen sind dabei nicht nur die Hotellerie und die Gastronomie betroffen, sondern alle Dienstleister, die vom Tourismus leben. Umso mehr gilt es jetzt, den Standort Freiburg als Reisedestination nachhaltig weiterzuentwickeln und Reisende für unsere Stadt zu begeistern.“

## Pressemitteilung | Seite 3 | 01.03.2021

Franziska Pankow, FWTM-Abteilungsleiterin Tourismus, Convention Bureau & Events: „Dass im Hinblick auf die Übernachtungszahlen ein Rückgang auf das Niveau des Jahres 2007 verzeichnet werden muss, ist ein harter Rückschlag für die gesamte Tourismusbranche in Freiburg. Mit Maßnahmen wie der Restart-Kampagne hat die FWTM im vergangenen Jahr auf die Corona-Krise reagiert und die lokalen Hoteliers und Gastronomen aktiv bei der Gewinnung von Gästen unterstützt. Ebenso wurde die Umsetzung weiterer Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept vorangetrieben. Um verstärkt potenzielle Reisende anzusprechen, werden wir im Frühjahr an den Erfolg der ersten Kampagne anknüpfen und eine zweite Restart-Kampagne umsetzen. Ein weiterer wichtiger Punkt für den Tourismus in der Stadt stellt die Realisierung eines Beherbergungskonzeptes dar, das wir voraussichtlich im Sommer vorstellen werden.“

„Die Zahlen spiegeln eindrücklich wider, wie hart das Jahr 2020 für die Hotellerie und die Gastronomie war. Bereits im Vorjahr konnte die Hotellerie nur eine geringe Steigung der Übernachtungszahlen verzeichnen. Hinzu kommen sinkende Margen und Zimmerpreise. Durch die Corona-Krise ist nunmehr die Existenz vieler Hoteliers und Gastronomen bedroht“, so Christoph Glück, 1. Vorsitzender DEHOGA Freiburg-Stadt. „Maßnahmen wie eine weitere Restart-Kampagne oder die kontinuierliche Umsetzung des Tourismuskonzeptes begrüßen wir daher sehr. Ein weiterer wichtiger Punkt für die lokalen Hoteliers stellt die Erstellung des Beherbergungskonzeptes dar. Es ist aktuell wichtiger denn je, zu versuchen, den Bau zusätzlicher Übernachtungskapazitäten zu steuern – dafür wird das Beherbergungskonzept genau den richtigen Rahmen bieten.“

„Die negativen Auswirkungen der Corona-Krise auf das Gastgewerbe sind enorm. Den großen Einbußen stehen zwar staatliche Hilfsprogramme gegenüber, diese können die Verluste aber nicht annähernd ausgleichen. Außerdem kommen die Hilfszahlungen nur zögerlich in der Branche an und sind nur vorläufiger Natur. Stand Februar haben

Pressemitteilung | Seite 4 | 01.03.2021

bisher 65 Prozent der Unternehmen von der Dezemberhilfe nur Abschlagzahlungen bekommen“, sagt Josef Dold, Vorsitzender FG Tourismus und Hotellerie, DEHOGA Freiburg-Stadt. „In naher und mittlerer Zukunft kommen weitere extreme Belastungen auf die Unternehmen zu. Denn die meisten Betriebe waren bzw. sind über die Hilfen hinaus gezwungen, Kredite aufzunehmen, um zu überleben. Was bedeutet, dass nun Stundungen zurückbezahlt und die Kredite über Jahre getilgt werden müssen. Und das bei unsicheren Einnahmeaussichten“, so Josef Dold weiter. „Denn viele Veranstaltungen, Seminare und geschäftliche Meetings werden künftig digital oder zumindest hybrid abgehalten. Für die Stadthotellerie bedeutet das, dass die Umsätze aus geschäftlichen Übernachtungen dauerhaft sinken werden. Laut einer DEHOGA-Umfrage sehen deshalb auch über 60 Prozent der befragten Hoteliers ihre Betriebe in existenzieller Gefahr. Deshalb brauchen diese Unternehmer\_innen auch weiterhin finanzielle Unterstützung, Steuererhöhungen dagegen könnten für noch mehr Betriebe das Aus bedeuten.“

### Restart-Kampagne

Die **Restart-Kampagne „Ab nach Freiburg“** wurde von Mitte Juli bis Mitte September realisiert und hat gezielt Paare ab 40 Jahren mit dem Fokus auf Natur und Aktivität sowie Paare ab 50 Jahren mit dem Fokus auf Kulinarik und Natur angesprochen. Eine weitere wichtige Zielgruppe waren junge Familien mit dem Fokus auf Natur, Aktivität und Abenteuer aus Deutschland und der Schweiz. Mit Witz und Charme hat die Kampagne potenziellen Gästen aufgezeigt, warum sich ein Besuch in Freiburg lohnt und auch während der Coronapandemie ein „Urlaub im Süden“ möglich ist. Im Mittelpunkt der Kampagne standen die Themen „Stadt & Natur“, „Natur & Aktiv“ und „Entschleunigung“. Insgesamt konnte „Ab nach Freiburg“ **71.649.580 Impressionen** und **139.415 Interaktionen** über Social Media, durch Influencer und Online-Werbung verzeichnen.

Aufgrund des großen Erfolgs der ersten Kampagne, startet die FWTM im Frühjahr 2021 **eine zweite Restart-Kampagne**. Diese hat zum Ziel,

## Pressemitteilung | Seite 5 | 01.03.2021

die Hotellerie und die Gastronomie bei der Gewinnung zusätzlicher Gäste aus dem Inland sowie der Nordschweiz und dem Elsass zu unterstützen. Die Zielgruppen orientieren sich dabei an der ersten Restart-Kampagne. Die Leitidee der emotionalen Aktion ist, das sogenannte „Freiburg-Gefühl“ zu adressieren. Die Website [visit.freiburg.de](http://visit.freiburg.de) wird dabei als zentrale Kommunikationsplattform fungieren. Um in der aktuellen Situation flexibel auf die sich verändernden Rahmenbedingungen reagieren zu können, werden Bausteine entwickelt, die agil ausgespielt werden können (Social Media, Printmedien, Großflächenplakaten etc.). Für die Umsetzung der Kampagne ist ein Budget in Höhe von 100.000 Euro vorgesehen.

Auch die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) plant die Umsetzung einer Werbekampagne für die gesamte Region. Die Schwarzwaldweite **Kuck Kuck-Kampagne** aus dem Jahr 2020 soll damit in 2021 fortgesetzt werden. Weitere landesweite Maßnahmen sollen durch **Sondermittel für den TMBW-Städtekreis** realisiert werden. Für Marketingaktivitäten wurden dem Städtekreis Sondermittel im Wert von 200.000 Euro zugesagt.

### Weinsüden Weinort

Eine neue Möglichkeit für eine noch gezieltere Ansprache von Weinliebhabern bietet jetzt das Siegel „Weinort Weinsüden“. Seit Januar 2021 darf sich Freiburg, neben Städten wie Stuttgart und Heilbronn, offiziell zu den insgesamt 55 „Weinsüden Weinorten“ zählen. Das neue Gütesiegel, das seit Oktober 2020 von der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) verliehen wird, zeichnet Städte und Gemeinden aus, die ihren Gästen eine vielfältige Auswahl an weintouristischen Angeboten zur Verfügung stellen. Überzeugt hatten die Stadt Freiburg und die FWTM mit einer gemeinsamen Bewerbung, in der Freiburg als „Stadt des Weins“ präsentiert und die zahlreichen Angebote für Weinfreunde aufgezeigt wurden. Damit interessierte Gäste die vielfältigen Möglichkeiten rund um das Thema Wein auch online übersichtlich abrufen können, hat die FWTM zudem die Webseite [www.visit.freiburg.de](http://www.visit.freiburg.de) erweitert und die Rubrik „Badischer Wein“ erstellt.

Pressemitteilung | Seite 6 | 01.03.2021

## Tourismuskonzept

Bisher konnten bereits 30 von 82 Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept umgesetzt werden oder befinden sich aktuell in der Umsetzung. Dazu gehören zum Beispiel ein **touristisches Aufwertungsprogramm für den Schlossberg (TAPS)**, ein **Online-Veranstaltungskalender** für Freiburg, die **Weiterentwicklung des Gesundheitstourismus**, ein **touristischer Markenprozess** sowie übergreifend die Koordination und Kommunikation des Tourismuskonzeptes. 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.

Ziel des **Touristischen Aufwertungsprogramms Schlossberg (TAPS)** ist, 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 dem Stadtplanungsamt, dem Garten- und Tiefbauamt, dem 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 Digitalisierungsstrategie der Stadt Freiburg als Open Data Datenbank umgesetzt. An den Daten Interessierte, wie zum Beispiel 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 sol-

## Pressemitteilung | Seite 7 | 01.03.2021

len zentrale Veranstaltungsinformationen auf [www.visit.freiburg.de](http://www.visit.freiburg.de) erhalten. Ebenfalls können im Tourismusgewerbe tätige Unternehmen, wie zum Beispiel Hotels, die Veranstaltungsdaten in ihren eigenen Internetauftritt integrieren und so ihren Gästen einen zusätzlichen Service zur Verfügung stellen. Der Onlinegang des Online-Veranstaltungskalenders ist für das Frühjahr 2021 geplant.

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 Markenkonzpts sowie der Entwicklung und Implementierung eines Marken-Designs, umgesetzt. Das erste Teilprojekt des Markenprozesses wurde Ende 2020 abgeschlossen. Dabei wurde mit einer Online-Befragung, die im Juli 2020 durchgeführt wurde, ein wichtiger Beitrag zur Verstärkung der Kommunikation mit den Bürger\_innen sowie den touristischen Leistungsträgern geleistet.

Ziel der Erneuerung des bestehenden **Fußgänger-Leitsystems** ist, die Gäste von den sogenannten „Einfallstoren“, wie dem Hauptbahnhof dem Zentralen Busbahnhof oder den zentralen Parkhäusern, in die Innenstadt zu leiten. Dabei soll in erster Linie ortsfremden Besucher\_innen innerhalb der City „Orientierung gegeben und auf die Sehenswürdigkeiten aufmerksam gemacht werden. Aktuell gibt es in der Innenstadt 13 Stelenstandorte mit 36 touristisch relevanten Detailzielen. Das aktuelle Leitsystem weist deutliche Schwächen in der Wegeführung im Design auf: Die Stelen sind veraltet und teilweise nicht mehr lesbar, es fehlen die heutzutage üblichen Entfernungsangaben in Minuten, das acht Jahre alte Design ist nicht mehr zeitgemäß und die Stelen sind nicht auffällig genug. Das im Tourismuskonzept festgeschriebene Ziel der Entzerrung der Gästemenge in der Innenstadt wird durch das aktuelle Leitsystem nicht unterstützt. Das Leitsystem besteht nur aus analogen Stelen. Künftig soll die Wegeleitung der Besucher\_innen verbessert, die Standorte der Stelen angepasst, optimiert und die touristi-

Pressemitteilung | Seite 8 | 01.03.2021

schen Detailziele beibehalten werden. Auch eine Ergänzung der analogen Stelen um neue, digitale Stelen ist geplant. Die Umsetzung der gesamten Maßnahme soll ab dem dritten Quartal 2021 erfolgen.

### **Beherbergungskonzept**

In Freiburg wurden in den letzten Jahren zahlreiche Hotelneubauten realisiert oder befinden sich in der Planung. Hinzu kommt eine steigende Zahl an Ferienwohnungen, unter anderem auch auf dem wachsenden Sharing-Übernachtungsmarkt. Trotz der Zweckentfremdungssatzung geht die FWTM nach einer Schätzung des Baurechtsamts von ca. 800-900 AirBnB-Unterkünften in Freiburg aus. Unter Druck stehen dabei insbesondere privat geführte Beherbergungsbetriebe, die – unabhängig von Corona – hierdurch möglicherweise in eine wirtschaftliche Schieflage geraten werden. Die Investitionsnachfrage insbesondere seitens der Kettenhotellerie hält bundesweit an. Vor diesem Hintergrund haben eine Reihe deutscher Städte Beherbergungskonzepte beauftragt, die auf die gezielte räumliche Steuerung der Entwicklung von touristischer Beherbergung ausgerichtet sind. Eine solch „vertiefte“ Analyse des Beherbergungsstandorts Freiburg beantwortet nicht nur die Frage nach dem Bestand und den Entwicklungsmöglichkeiten, sondern auch die Steuerungsmöglichkeiten der Stadt bei Investoren- und Betreiberanfragen. In die Analyse fließen auch die Situation auf dem Wohn- und Gewerbeimmobilienmarkt, die Entwicklungsziele der Stadt sowie das Tourismuskonzept mit ein. In einem nächsten Schritt werden mögliche Steuerungsinstrumente bewertet, teilräumliche Problem-schwerpunkte analysiert, Handlungsempfehlungen entwickelt und eine Checkliste zur Beurteilung von Beherbergungsvorhaben sowie Textbausteine für B-Pläne erstellt. Die Fertigstellung des Beherbergungskonzeptes ist im Sommer geplant, der gemeinderätliche Beschluss im dritten Quartal 2021.