

The logo for Freiburg, featuring the word "FREIBURG" in red, uppercase, sans-serif font. The text is enclosed within a red circular graphic composed of several concentric, slightly offset arcs.

FREI  
BURG

# WEBINAR TOURISMUSKONZEPT UPDATE

HERZLICH WILLKOMMEN

18. MÄRZ 2026

- **Begrüßung**
- **Entstehung  
Tourismuskonzept 2**
- **Einblicke in den aktuellen  
Umsetzungsstand**
- **Zeit für Ihre Fragen**
- **Ausblick & Abschluss**

# AGENDA

Webinar  
Tourismuskonzept Update

## AGENDA

- **Begrüßung**
- Entstehung  
Tourismuskonzept 2
- Einblicke in den aktuellen  
Umsetzungsstand
- Zeit für Ihre Fragen
- Ausblick & Abschluss



**Christian Gross**  
Abteilungsleiter Tourismus &  
Innenstadt

## AGENDA

- Begrüßung
- **Entstehung  
Tourismuskonzept 2**
- Einblicke in den aktuellen  
Umsetzungsstand
- Zeit für Ihre Fragen
- Ausblick & Abschluss



**Christina Fritsch**

Projektleiterin Convention  
Bureau Freiburg, MICE-Netzwerk



**Lina Flohr**

Projektleiterin Tourismus-  
Netzwerk

# ENTSTEHUNG TOURISMUSKONZEPT 2



# Unsere Tourismusstrategie für Freiburg



# Unsere Tourismusstrategie für Freiburg



## AGENDA

- Begrüßung
- Entstehung  
Tourismuskonzept 2
- **Einblicke in den aktuellen  
Umsetzungsstand**
- Zeit für Ihre Fragen
- Ausblick & Abschluss



**Team Tourismus & Innenstadt**

# EINBLICKE IN DEN AKTUELLEN UMSETZUNGSSTAND



Laufende Schlüsselprojekte (SP) in folgenden Bereichen:

## Grundlagen-Schlüsselprojekte

- **SP 3:** Kennziffern & Messbarkeit

## Oberthema Freiburg-Gefühl

inkl. Unterthemen Kulinarik, Kultur, Workation

- **SP 4:** Stadtteile & Ortschaften
- **SP 5:** Zielgruppen: Bereitstellung relevanter Informationen
- **SP 7:** Markenkonforme Verbindung Altstadt – Stadtgarten / Karlsplatz
- **SP 8:** Markenkonforme Verbindung Bahnhof – Altstadt / Rathausgasse
- **SP 12:** Neugestaltung Tourist Info
- **SP 13:** Reisegruppen
- **SP 14:** Kulinarik Konzept
- **SP 15:** Veranstaltungen in der Nebensaison
- **SP 18:** Zielgruppen: (multisensorische) Informationen im öffentlichen Raum (Kunst im öffentl. Raum)

## Profilierungsthema Natur & Aktiv

- **SP 21:** Attraktivierung & Ausflugsziel Tuniberg
- **SP 23:** Aktiv: Radfahren: Marketing

## Thema MICE & Geschäftsreisen

- **SP 26:** Customer Journey
- **SP 27:** Markenkonforme Kommunikations- und Vertriebsstrategie

## Basisthemen Nachhaltigkeit & Digitalisierung

- **SP 31:** Anbindung der Region durch KONUS
- **SP 25:** Gästekarte als Zusatz zu KONUS



### Zielsetzung:

- Wahrnehmung der Bevölkerung auf den Tourismus in Freiburg messen



### Maßnahmen:

- Erhebung des Tourismusakzeptanzsaldos (TAS)
- Befragung von 400 Personen --> repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 16 Jahre

# 65%

der Einwohner\*innen stufen Tourismus als **eher oder überwiegend positiv** ein

*leicht gesunken im Vergleich zu 2022 → Generelle Tendenz in allen Destinationen*

# 69%

der Befragten finden, dass der wahrgenommene Tourismus **genau die richtige Menge** hat

*Negative Effekte werden eher saisonal gesehen*

Wichtig wären besonders:

- **Lösungen für Verkehrsprobleme** (65%)
- **stärkerer Umweltschutz** (53%)
- **Wohnraum der für Einheimische „reserviert“ ist** (50%)

### Weitere Erkenntnisse:

- jungen Menschen in Freiburg zeigen hohe Tourismus-akzeptanz, ca. 37% aber neutral  
*→ diese sollten insb. auf passenden Kanälen (z.B. Social Media) sensibilisiert und positiv gestimmt werden*
- erhöhte Zustimmung zur Aussage: „der Tourismus steigert meine Lebensqualität“



### Status:

## abgeschlossen

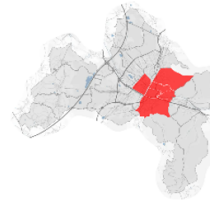
Wiederholung in 3 Jahren

*Dieses Jahr: Erhebung Wirtschaftsfaktor Freiburg*



**Zielsetzung:**

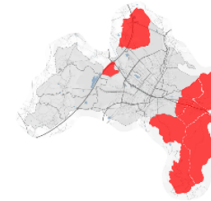
- Thematische Positionierung und Strukturierung der Freiburger Stadtteile und Ortschaften
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer der Gäste
- Entzerrung von Besucherströmen und bessere Verteilung im Stadtgebiet
- Schaffung quartiersnaher, zielgruppenorientierter touristischer Angebote



**Historisches & kulturelles Zentrum**

*„Freiburgs Herz – Geschichte, Kultur, urbaner Puls“*

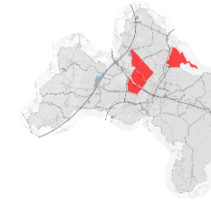
hohe Dichte an Kultur, Architektur und urbanem Leben



**Naturoasen**

*„Wald, Wasser, Weite – Freiburgs grüne Auszeit“*

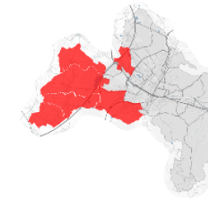
Fokus auf Entschleunigung, Ruheorte und naturfreundliche Erreichbarkeit



**Urbane Lebensquartiere**

*„Praktisch & lebendig“*

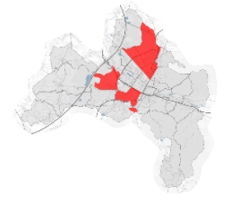
alltagsnahe Viertel mit Spiel- und Sportangeboten



**Wein & Weite**

*„Reben, Ruhe, echter Genuss“*

offene Landschaftsbilder, Winzertradition und regionale Erlebnisse



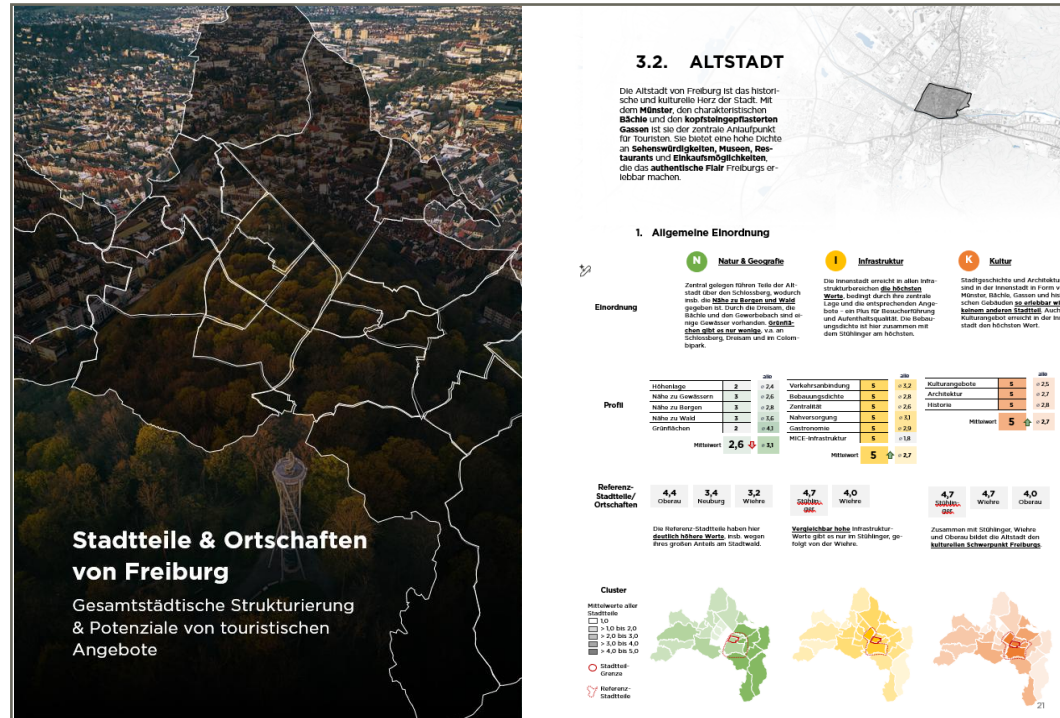
**Moderne & innovative Quartiere**

*„Freiburgs Labore“*

nachhaltige & soziale Stadtentwicklung, Mobilität und Community Formate

### Maßnahmen:

- Erfassung bestehender touristischer Angebote und Potenziale in allen Stadtteilen
- Thematische Clusterung der Stadtteile zur Vermarktung über unsere Tourismus-Kanäle.
- Erstellung von Stadtteil-Steckbriefen (Bestand, Potenziale, Maßnahmenideen)
- Abstimmung der Ergebnisse mit Stadtteilakteuren, Verwaltung und Tourismusbeirat



### Status:

Initialprojekt  
(Clusterung &  
Maßnahmen-  
erfassung):

**kurz vor  
Abschluss**

Umsetzungs-  
projekt:

**langfristig  
über  
mehrere  
Jahre**



### Zielsetzung:

- Inhalte und Informationen, die den Bedürfnissen der definierten Personas (Leisure & MICE) entsprechen, **auf allen touristischen Kanälen bereitstellen** und zugänglich machen.
- Aufbereitung von Inhalten und Informationen zum Einsatz **im Sinne von Open Data.**



### Maßnahmen:

- Implementierung einer **zentralen Datenplattform** (imx.Plattform) für alle Datenarten
- Übertrag aller Daten auf Grundlage von Open Data in die imx.Plattform
- **Relaunch der touristischen Website** [www.visit.freiburg.de](http://www.visit.freiburg.de) im Juli 2025
- Schnittstelle zur Landesdatenbank mein.toubiz zur Weitergabe der Freiburger Daten in den Knowledge Graph der DZT

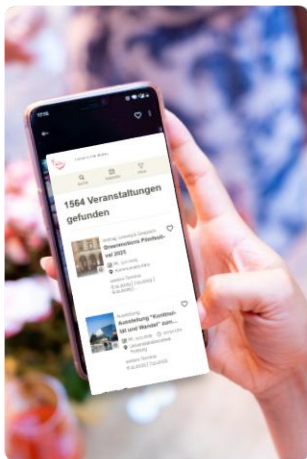


### Status:

**abgeschlossen**

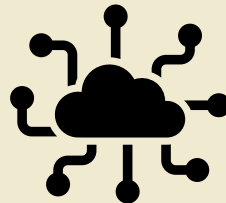
Anschluss externer Datenquellen

Eventkalender  
mit White-Label-  
Lösungen, z.B.:



- Messe
- Hotels
- Konzert-  
haus
- Einzel-  
händler

## Touristische Datenbank



Weitergabe Daten an diverse  
Partner, u.a.:  
STG, TMBW, DZT, Outdooractive

visit.freiburg.de →



## WILLKOMMEN IN FREIBURG!

Es gibt Momente, in denen Freiburg einfach unverwechselbar gut ist. Wenn du die Sonne über dem Münsterberg untergehen siehst oder auf dem Münstermarkt eine lange Rote gefasst und dabei mit den Marktbesucher\*innen ins Gespräch kommst. Oder auch beim Spaziergang durch die Altstadt, der dich von den Mauern in den Schwarzwald führt.

Viele Dinge, die sich hier so schön zusammenfügen: die Lage zwischen der Rheinebene und den Wäldern des Schwarzwalds, eine lebendige Kulturlandschaft, die weltoffene Haltung einer bunten, zukunftsweisenden Universitätsstadt und natürlich die Lust am Genuss. Das Ergebnis ist dieses besondere Freiburg-Gefühl – es hat schon viele dazu gebracht, sich in diese Stadt zu verlieben. Immer wieder neu.

## ENTDECKEN UND ERLEBEN FINDE DEINE FREIBURG- MOMENTE!

Freiburg macht dich glücklich das meiste Mal, das auch die nachfolgenden, die es jeden Tag vor Augen haben. Danach ins Museum oder zum Biergarten in die Altstadt? Oder einfach nur spazieren? Was möchtest du wissen? In Freiburg findet du das richtige Programm.



## BEI FREIBURG FREIBURG IM HERBST

Freiburg erleben und entdecken: Freiburg im Herbst ist die perfekte Zeit für einen Besuch.





### **Zielsetzung:**

- **Langfristig:** Aufwertung der Verbindung zwischen der Altstadt und dem Stadtgarten als neue grüne Achse.
- Unterstützung der Ergebnisse aus dem Förderprogramm ZIZ – Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren sowie den Klimaanpassungskonzepten der Stadt Freiburg



### **Maßnahmen:**

- Konstruktive Gespräche zwischen GuT, Gebäudemanagement, Märkte & Events und Tourismus & Innenstadt der FWTM
- Max. Parkdauer von 15 Min (Ein- und Ausstieg) wird beibehalten
- temporäre Aufwertung des Karlsplatzes
- Langfristige Parkplätze für Reisebusse werden derzeit geprüft
- Kommunikation an Reisebusunternehmen und Gruppenreisen-Veranstalter



### **Status:**

**In Bearbeitung**





### **Zielsetzung:**

Die Rathausgasse wird als zentrale touristische Verbindung zwischen Bahnhof und Altstadt **grundlegend erneuert**.

Ziel ist eine **funktionale und gestalterische Aufwertung** der Gasse sowie eine Verbesserung der Aufenthaltsqualität.



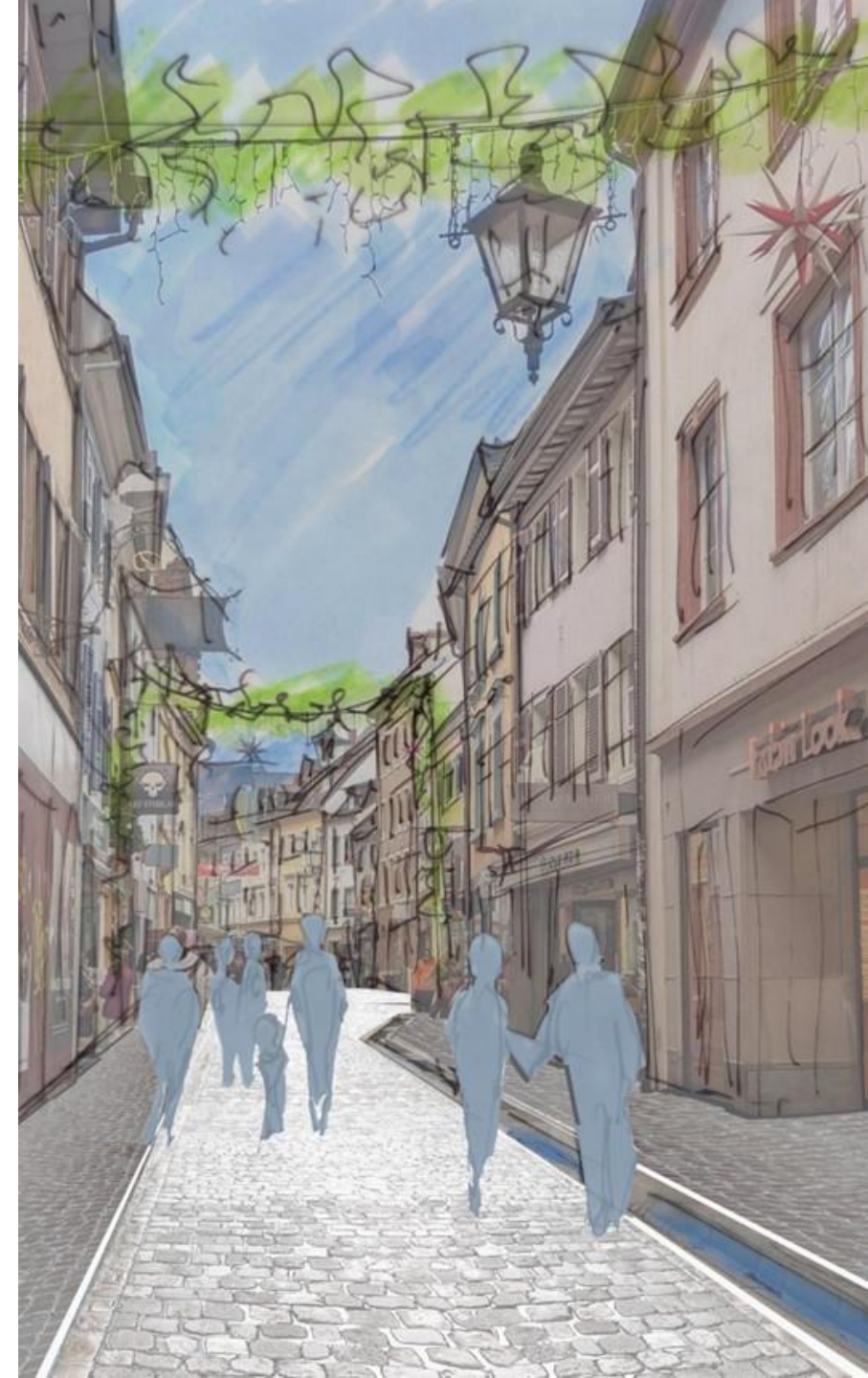
### **Maßnahmen:**

- vollständige **Erneuerung des Pflasterbelags**
- **barriereärmere Gestaltung** der Wegeflächen
- **Erneuerung der technischen Infrastruktur** im Untergrund (Leitungen, Entwässerung)
- **Verbesserung der Stadtmöblierung**
- gestalterische Aufwertung der Gasse als attraktive Verbindung zur Altstadt
- Stärkung der Aufenthaltsqualität für Gäste, Bürgerinnen und Bürger sowie für Handel und Gastronomie entlang der Achse



### **Status:**

**In Umsetzung**





### Zielsetzung:

- Neupositionierung als **markenprägender Erlebnis- und Begegnungsort**
- **Verbesserung der Gästeansprache und Aufenthaltsqualität**
- Öffnung der Tourist-Info als Anlaufstelle auch für die Stadtgesellschaft
- Abbildung der Marke Freiburg (Natürlichkeit, Offenheit, Nachhaltigkeit).



### Maßnahmen:

- Entwicklung eines strategischen Gesamtkonzepts
- Prüfung und Auswahl einer neuen, zentralen Location
- Markenkonforme räumliche Gestaltung inkl. Erlebnis-, Beratungs- und Aufenthaltsbereichen
- Stärkere Digitalisierung der Gästeansprache sowie mobiler Informationsangebote



### Status:

#### **In Bearbeitung**

Varianten & Kostenrahmen definiert  
Ziel: Umzug bis Ende 2027





### **Zielsetzung:**

- besseren Bewertung und Steuerung des Gruppenmarktes
- Reduzierung der – gefühlten – negativen Auswirkungen von Gruppen auf das Stadtbild und die Bevölkerung Freiburgs
- Verbesserung des Verkehrsmanagements, insbesondere in Bezug auf den Karlsplatz.



### **Maßnahmen:**

- Reisegruppen-Regelung: max. 25 Personen pro Gruppe/Guide  
→ Kooperations-partner\*innen der Stadt Freiburg
- Keine gezielte Marketing-Aktivitäten für Gruppen, Fokus auf Lenkung und Koordination
- Gespräche mit Flusskreuzfahrt-Anbietern



### **Status:**

**In Bearbeitung**





### **Zielsetzung:**

- Freiburg **als erstklassige kulinarische Destination positionieren:**  
→ das **gastronomische Handwerk der Stadt soll erlebbar gemacht werden** und authentische Geschichten erzählt werden
- Fokus auf **qualitätsbewussten Genuss, regionale Produkte, Ästhetik** und besondere kulinarische Erlebnisse
- Vernetzung der kulinarischen und gastronomischen Szene Freiburgs stärken



### **Maßnahmen:**

- Explorationsphase durch den Journalisten und Gastroexperten Christoph Wirtz  
→ aktuell gezielte Stakeholder-Befragung
- Entwicklung eines **kulinarischen Narrativs**, welches die Verankerung der Gastronomen und Produzenten in der Region aufzeigt –
- **Entwicklung von authentischen Geschichten und Perspektiven der Akteur\*innen.**
- Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes und einer Marketingstrategie



### **Status:**

**Gestartet**





### **Zielsetzung:**

- Durch die Realisierung des Gran Fondos (Radrennen für Animateure) "La Reine – Badische Weinstrasse" in Freiburg
- ausschließlich für weibliche Teilnehmerinnen
- in den Jahren 2025, 2026 und 2027
- soll weitere Etablierung Freiburgs als Fahrradstadt sicherstellen, insb. für Radsport-Begeisterte
- Ansprache einer zu Freiburg passenden, weiblichen und radsportaffinen Zielgruppe.
- Stärkung der Nebensaison



### **Verantwortlichkeiten:**

- Veranstalter: Schweizer Verein Female Cyling Organization, Alex Beeler
- Örtliche Durchführung: Stuttgarter Freunde Event Agentur, Albrecht Röder
- Konzept & Implementierung: FWTM



### **Status:**

#### **In Umsetzung**

Termin: 26. September 2026  
Projektlaufzeit bis 2027





**Zielsetzung:**

- Aktuell befinden sich **über 300 künstlerische Arbeiten** ab 1950 im öffentlichen Raum
- aktuell häufig unkommentiert, werden übersehen oder werfen bei Besucher\*innen der Stadt Fragen auf.
- **Entwicklung einer derzeit nicht vorhandenen einheitlichen Beschilderung** der Werke
- Umsetzung liegt federführend beim Kulturamt



**Maßnahmen:**

Umsetzung in 2 Phasen:

- Phase 1 → die am häufigsten besuchten Areale Freiburgs durch Besucher\*innen.
- Es werden **Informationen zusammengeführt und Schilder mit einheitlichem Design erstellt**
- QR-Codes werden auf den Schildern angebracht
- Etablierung der seit 2022 entwickelten digitalen Datenbank für Kunst im öffentlichen Raum, die an die Webseite der Städtischen Museen angedockt wird.



**Status:**

**Gestartet**

Phase 1:  
Mai 2025 - Mai 2027

Phase 2:  
Mai 2027 - Mai 2029





### **Zielsetzung:**

- Schaffung eines markenkonformen, zielgruppenorientierten Gesamterlebnisses unter dem Leitmotiv „**Erlebnis Tuniberg**“
- Enge Zusammenarbeit mit örtlichen Leistungsträgern
- Projektbezug: Inhaltliche Orientierung an „tour. Aufwertung des Schlossbergs / Schlossberg-Erlebnis“ (TK1)



### **Maßnahmen:**

Verknüpfung von **Naturerlebnis, regionalen Produkten und Kulinarik**

**Integration bestehender Angebote:**

Einbindung z. B. des Burgunderpfads zur Stärkung vorhandener Strukturen und Nutzung von Synergien

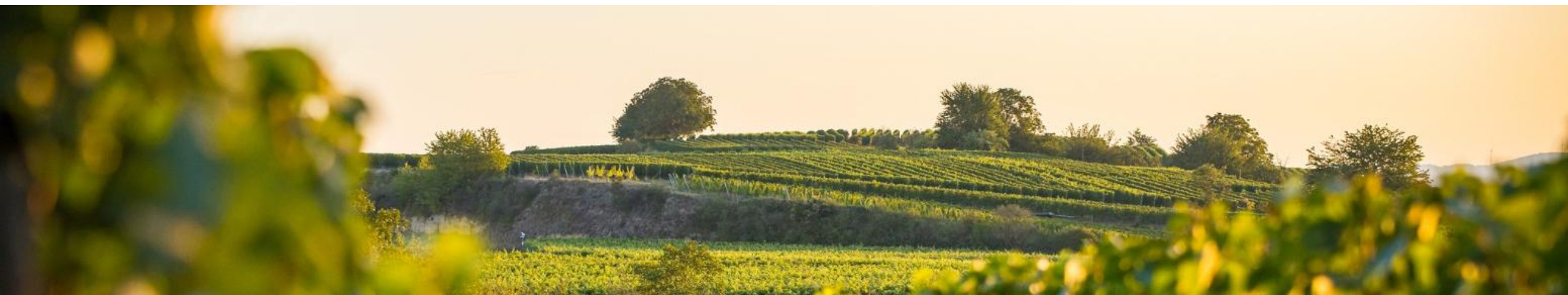
**Kommunikationsstrategie zur Vermarktung**



### **Status:**

**Gestartet**

Projektlaufzeit ca.  
2,5 Jahre  
(Eröffnung 2028)





### Zielsetzung:

- touristische Rad-Infrastruktur in Freiburg stärken
- Radrouten an das touristische Produkt anbinden und positionieren



### Status:

**In Umsetzung**



### Maßnahmen:

- **Grundlagen schaffen** für Weiterentwicklung auch im Bereich Wandern
- Zusammenarbeit mit den benachbarten Destinationen im Arbeitskreis Rad der STG
- Digitale Darstellung von Touren in der touristischen Datenbank, auf Outdooractive und Komoot





### Zielsetzung:

- Erarbeitung einer Customer Journey für die MICE-Destination Freiburg
- Schärfung der Aufgaben für das Convention Bureau



### Status:

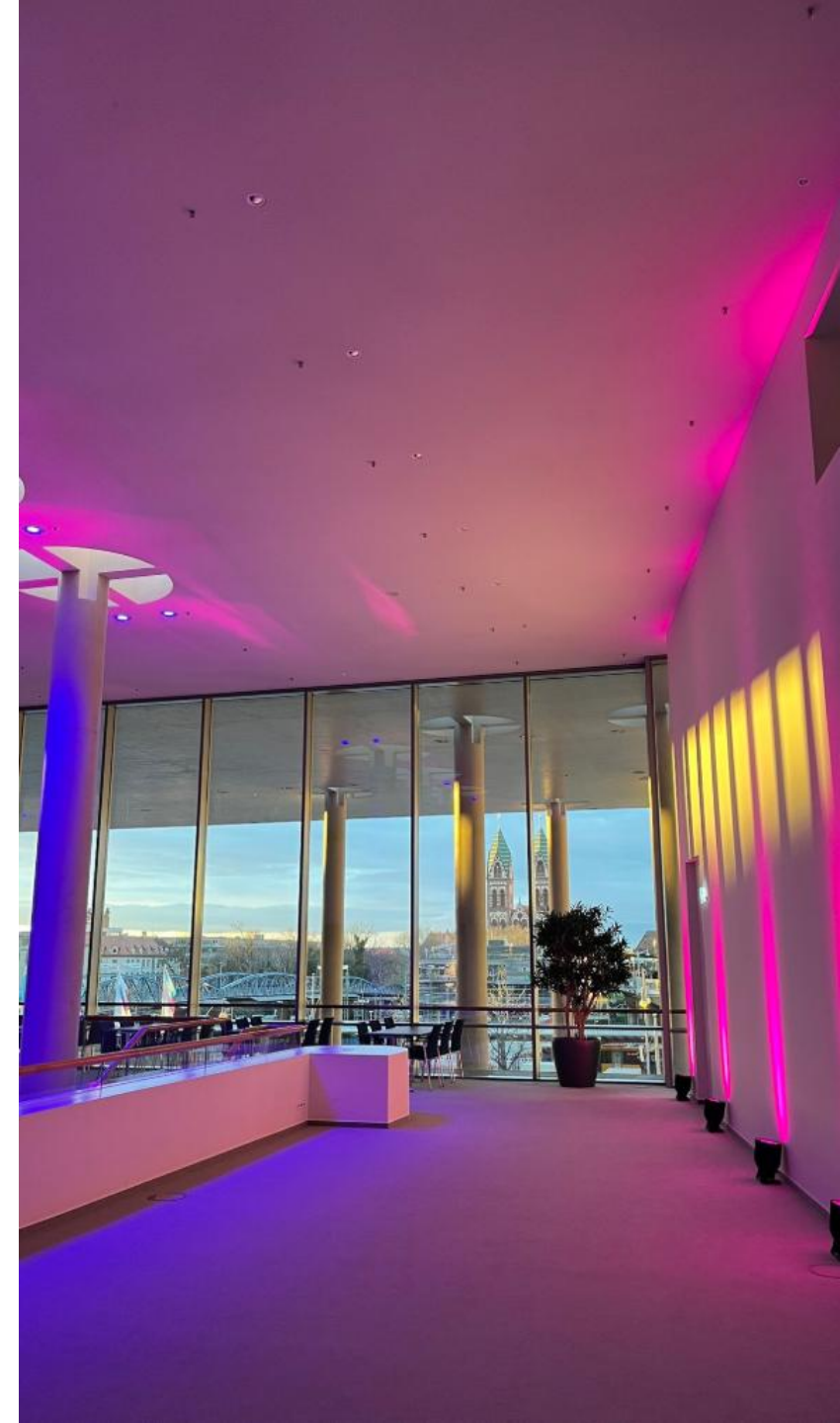
**abgeschlossen**

Fortlaufend:  
Implementierung von  
Linienaufgaben



### Maßnahmen:

- Definition relevanter Personas
- **Identifizierung der Touchpoints** entlang der Customer Journey
- Ableitung konkreter Handlungs-empfehlungen zur Steigerung der Bekanntheit Freiburgs als MICE-Destination





### Zielsetzung:

- **Steigerung der Bekanntheit** von Freiburg als attraktiven MICE-Standort.
- Schärfung und Differenzierung von Freiburg gegenüber Wettbewerbern im MICE- und Geschäftsreisesegment.
- **Erhöhung der Attraktivität für Veranstalter** und damit Steigerung der Anzahl großer Messen in Freiburg.
- Bereitstellung zielgruppengerechter und aufbereiteter Informationen für unsere 8 erarbeiteten Zielgruppen Personas



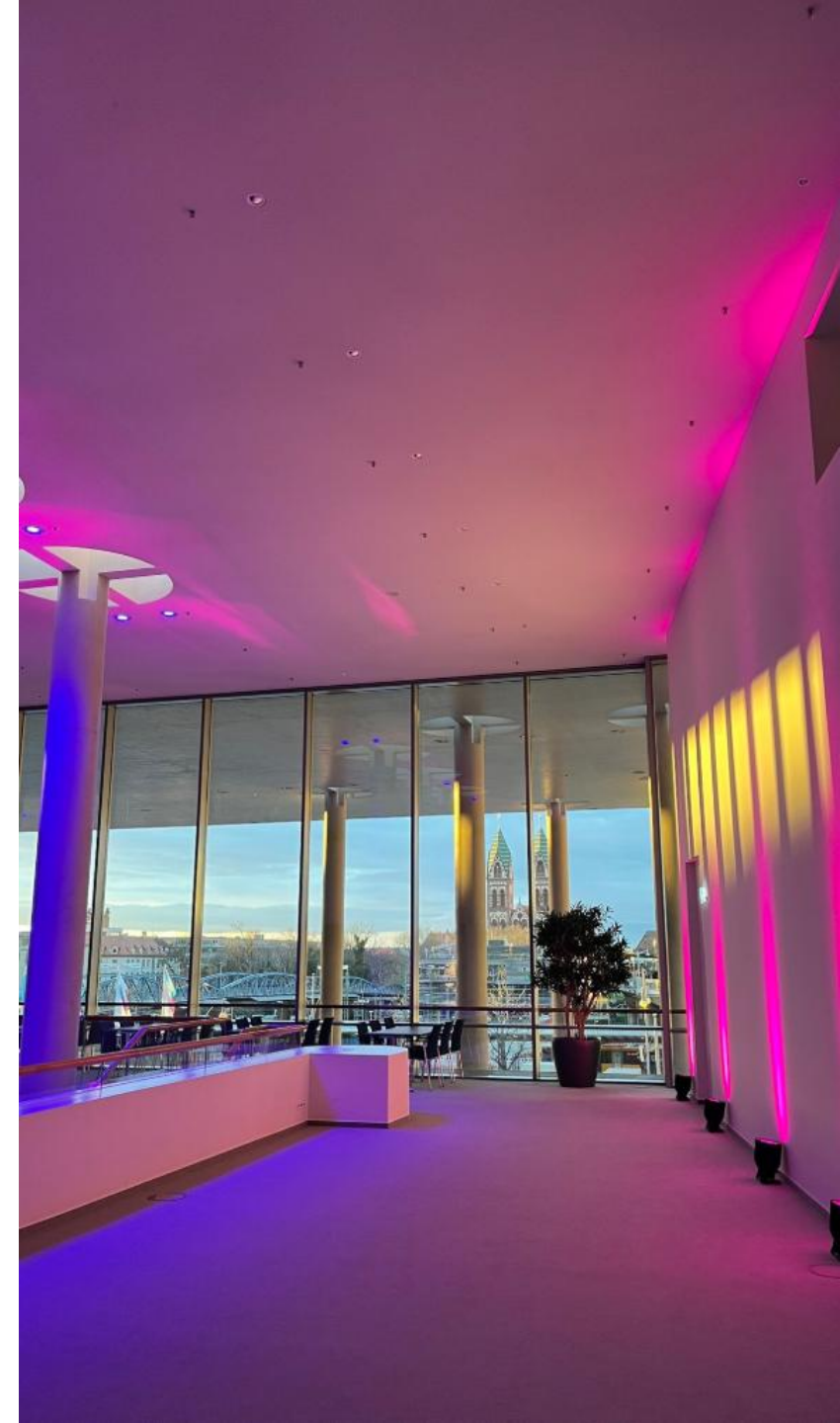
### Maßnahmen:

- Relaunch der Website  
[www.meeting.freiburg.de](http://www.meeting.freiburg.de)



### Status:

In Umsetzung





## Zielsetzung:

- stärkere regionale Vernetzung und Förderung nachhaltiger Mobilität
- Verbesserung der **touristischen Anbindung Freiburgs an die Region**
- Prüfung einer Gästekarte mit **zusätzlichen Mehrwerten für Übernachtungsgäste**
- Förderung der **Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs** durch Gäste
- Stärkung Freiburgs als nachhaltige und gut vernetzte Destination



## Maßnahmen:

- Durchführung einer **Gästabefragung zum Mobilitätsverhalten** der Übernachtungsgäste
- Erstellung einer **Machbarkeitsanalyse zur Einführung einer Gästekarte**
- Erstellung einer **Vorabstudie zur möglichen Einführung der KONUS-Gästekarte** für Freiburger Übernachtungsgäste
- Analyse der finanziellen, organisatorischen und touristischen Auswirkungen möglicher Modelle
- **Prüfung alternativer ÖPNV-Mobilitätslösungen** für Gäste
- Abstimmung mit Verkehrsunternehmen, regionalen Partnern und dem Tourismusbeirat
- Entwicklung möglicher Umsetzungsvarianten für eine Gästekarte bzw. Mobilitätslösung





### Status:

## In Planung / Vorbereitung

### **Gästebefragung durchgeführt**

(Sommer 2024 – Sommer 2025)

#### **Ergebnis:**

Freiburger Übernachtungsgäste nutzen den ÖPNV überdurchschnittlich häufig in der Stadt und der Region

### **Machbarkeitsanalyse zur Einführung einer Gästekarte**

erstellt

#### **Ergebnis:**

Freiburg hat grundsätzlich Potenzial für eine solche Lösung

### **Vorabstudie zur Einführung der KONUS-Gästekarte**

für Freiburger Übernachtungsgäste erstellt

Ergebnisse werden derzeit analysiert und bewertet

### **Entwicklung einer alternativen ÖPNV-Lösung**

für Freiburger Gäste

Abstimmung mit Verkehrsunternehmen derzeit in Vorbereitung / laufend

### **Vorstellung der wichtigsten Ergebnisse und möglichen Umsetzungsvarianten**

im Sommer 2026

Präsentation im Tourismusbeirat und anschließend in den politischen Gremien geplant.

## AGENDA

- Begrüßung
- Entstehung  
Tourismuskonzept 2
- Einblicke in den aktuellen  
Umsetzungsstand
- **Zeit für Ihre Fragen**
- Ausblick & Abschluss

**ZEIT FÜR  
IHRE FRAGEN**

## AGENDA

- Begrüßung
- Entstehung  
Tourismuskonzept 2
- Einblicke in den aktuellen  
Umsetzungsstand
- Zeit für Ihre Fragen
- **Ausblick & Abschluss**



**Christina Fritsch**

Projektleiterin Convention  
Bureau Freiburg, MICE-Netzwerk



**Lina Flohr**

Projektleiterin Tourismus-  
Netzwerk

# AUSBLICK UND ABSCHLUSS



- Bleiben Sie informiert: B2B-Newsletter (monatlich)
- Netzwerk-Veranstaltungen: Touristischer Stammtisch, Lunch & Talk, FREIDENKEN
- LinkedIn Gruppe
- Informationen zur Marke, Zielgruppe, Tourismuskonzept und Bestellmöglichkeiten von Prints und Streuartikeln auf:  
<https://www.freiburgtourismus-partnerportal.de/>





**FREI  
BURG**

**VIELEN DANK**