

# Führungswechsel beim Freiburger Tourismusverband

Anlässlich der Generalversammlung übergibt Jean-Jacques Marti die Präsidentschaft des Freiburger Tourismusverbands an Jean-Pierre Doutaz.



Jean-Jacques Marti (r.) übergibt die Präsidentschaft des Freiburger Tourismusverbands an Jean-Pierre Doutaz.

Bild: Pierre Repond

Der Freiburger Tourismusverband (FTV) hat am Mittwoch die Generalversammlung 2019 in Bulle abgehalten. Die Veranstaltung stand unter dem Zeichen der Veränderung und des Erfahrungsaustauschs.

Der neu gewählte Präsident Jean-Pierre Doutaz folgt auf Jean-Jacques Marti, der nach 22 Jahren im Dienste des Tourismus, davon 12 beim kantonalen Verband, sein Mandat niederzulegen wünscht. Jean-Pierre Doutaz ist seit 2006 Gemeindepräsident von Gruyères, Mitglied des Freiburger Grossen Rats und verfüge über ausgezeichnete Kenntnisse des wirtschaftlichen und politischen Umfelds, schreibt der Verband in einer Mitteilung.

### **Organisation wird schlanker gemacht**

Neben dem Wechsel an der Spitze der Organisation gibt es auch Änderungen bei den Organen. Mit 9 statt wie bisher 13 Mitgliedern wird das Komitee des FTV neu durch 2 Ausschüsse (Marketing und Finanzen) sowie durch punktuell einberufene Arbeitsgruppen komplettiert. Dadurch soll der Rolle dieser Instanzen mehr Gewicht gegeben werden. So werden Spezialisten und Akteure der Branche, die sich an vorderster Front des Tourismus befinden, eingebunden. An der 94. Generalversammlung wurde dem Ehrenpräsidenten Jean-Jacques Marti sowie weiteren drei Ehrenmitgliedern für ihr ausserordentliches Engagement gedankt.

Die Neugestaltung der kantonalen Institution basiert auf dem Projekt «DMO X - Lean Destination Management», bei dem Kompetenzen vernetzt und die touristischen Strukturen im Kanton vereinfacht werden sollen. Im 2018 konnten die ersten vier Projektphasen abgeschlossen werden: Vorbereitung, Analyse der Tourismusorganisationen, Optimierung der Strukturen sowie Formulierung von rund 50 Empfehlungen. Das Projekt wird dank der Unterstützung von Innotour für weitere drei Jahre fortgesetzt und so können die vorgeschlagenen Massnahmen umgesetzt werden.

### **Steigende Zahlen bei Hotelübernachtungen**

Die Region Freiburg präsentiert mit knapp 1,68 Millionen Übernachtungen ein stabiles Gesamtergebnis. Eine erfreuliche Zunahme von +3,3 Prozent wird in der Hotellerie verzeichnet, dies vor allem in den Städten. Neuere Unterkunftsformen in der Parahotellerie im Stil von Gästezimmern beeinflussen die Übernachtungszahlen der Betriebe mit Hotelservice. Schweizer Gäste stellen mit 62,7 Prozent nach wie vor den grössten Marktanteil, bei Gästen aus Frankreich ist eine positive Entwicklung (+12 Prozent) festzustellen.

Die grössten fünf Ausflugsziele des Kantons zeigen mit knapp 1,2 Millionen Eintritten, wie wichtig auch der Ausflugstourismus für den Kanton ist. Durch die ausgesprochen warmen Sommer- und Herbstwochen waren die Zahlen beim Maison Cailler und Papiliorama leicht rückgängig, die der Bains de la Gruyère, des Maison du Gruyère und des Schloss Greyerz waren jedoch kaum betroffen. Die Herausforderung ist hier, die Besucherströme so zu beeinflussen, dass Übernachtungen generiert werden können.

### **Influencer als Botschafter**

In Sachen Marketing setzt die Region Freiburg auf Interaktion in den Sozialen Netzwerken. Die Facebookseite zählt knapp 43'000 Fans und bildet somit die grösste Community des Kantons, noch vor Fribourg Gottéron. Auch die Zahl der Instagram-Follower stieg über die Monate ständig an und zählt nun 14'000 Abonnenten. Die Region Fribourg realisierte intern 34 Videos, davon 12 für Fribourgissima, sowie einige in Zusammenarbeit mit Terroir Fribourg und den RTO. Um im Web virale Inhalte zu verbreiten, wurde auf Influencer wie zum Beispiel die Bündner Bloggerin Kitkat\_ch oder den Lausanner Filmemacher Zimy da Kid gesetzt.

Die Schweizer Kampagne 2018 wurde vom FTV in Partnerschaft mit den sieben regionalen Tourismusorganisationen (RTO) entwickelt. Publireportagen und Anzeigen erreichten 10,2 Millionen Leser. Die Region Freiburg schloss sich der neuen Herbstkampagne für den nationalen Markt von ST namens «Wecke deine Sinne» an. Auf internationaler Ebene erwähnenswert ist unter anderem die Einzelaktion «Racontez-nous Fribourg Region», die mit dem Courier International, der grössten Redaktion der Welt, durchgeführt wurde. Sie generierte fast 14,5 Millionen Kontakte.

Eines der laufenden Projekte des Freiburger Tourismus-Observatoriums ist «CheckIn-FR». Es soll die Erfassung und die Übermittlung von Gästedaten zwischen den verschiedenen beteiligten Stellen vereinfachen. «CheckIn-FR» wird für den Kanton Freiburg entwickelt und soll per 1. Januar 2020 voll betriebsbereit sein. Das Projekt kann in einem weiteren Schritt an andere Tourismusstrukturen und deren Bedürfnisse angepasst werden. (htr)

Publiziert am Donnerstag, 13. Juni 2019