



Anlage:

Übersicht FWTM-Verwendung Übernachtungssteuer 2025

**1. Ausgangslage**

Der Gemeinderat hat die Verwaltung und die Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (FWTM) im Januar 2023 anhand der Drucksache G-22/089.1 beauftragt, dem Gemeinderat im Februar des Folgejahres anhand einer Informationsvorlage über

- a) die Umsetzung der innerhalb der FWTM umgesetzten touristischen Maßnahmen des Vorjahrs.
- b) die aus dem städtischen Haushalt umgesetzten touristischen Infrastrukturmaßnahmen zu informieren.

Eine entsprechende Informationsvorlage wurde im Februar 2024 erstmalig in den Gemeinderat eingebracht (Drucksache G-24/063). Gegenstand dieser jährlich vorgesehenen Drucksache ist die Darstellung der Verwendung der der FWTM überlassenen Mittel aus der Übernachtungssteuer.

Die vorliegende Drucksache stellt den Sachstand des Tourismusjahres 2025 dar. Sie dokumentiert sowohl die Marktentwicklung als auch die Fortschritte bei der operativen Umsetzung des Tourismuskonzepts Freiburg 2024 (TK2) und schafft Transparenz über die eingesetzten Mittel zur Stärkung des Tourismusstandorts Freiburg.

Im Berichtsjahr stand insbesondere die systematische Überführung der im Tourismuskonzept definierten strategischen Ziele in belastbare Projekt-, Prozess- und Steuerungsstrukturen im Mittelpunkt. Damit markiert das Jahr 2025 den Übergang von der konzeptionellen Grundlagenphase in eine zunehmend wirkungsorientierte Umsetzungsphase.

Parallel hierzu entwickelt sich die Rolle der FWTM zunehmend von einer klassischen Vermarktungseinheit zu einer koordinierenden und steuernden Destination Management Organisation (DMO) weiter. Die Aufgaben liegen verstärkt in der strategischen Steuerung, der Vernetzung relevanter Akteur\*innen, der Entwicklung marktfähiger Angebote, der Besucherlenkung sowie der Sicherstellung einer stadtverträglichen touristischen Entwicklung. Ziel ist es, Tourismus so zu gestalten, dass er wirtschaftliche Impulse setzt und zugleich die Lebensqualität für die Freiburger Bevölkerung erhält und stärkt.

## 2. Sachstand

### 2.1 Touristische Entwicklung in Freiburg

Der Tourismus in Freiburg entwickelte sich im Jahr 2025 trotz verhaltener konjunktureller Rahmenbedingungen insgesamt strukturell stabil und leistete weiterhin einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Wertschöpfung sowie zur urbanen Attraktivität der Stadt.

Die Beherbergungsbetriebe ab zehn Betten verzeichneten 1,01 Mio. Ankünfte sowie 2,13 Mio. Übernachtungen. Damit bleibt der Standort nach Jahren dynamischen Wachstums auf einem weiterhin sehr hohen Niveau. Die Rückgänge gegenüber 2024 bei den Ankünften (-1,3 %) und den Übernachtungen (-1,9 %) sind vor dem Hintergrund der hohen Vergleichsbasis sowie der gesamtwirtschaftlich gedämpften Nachfrage ausdrücklich als Normalisierung auf hohem Niveau zu interpretieren. Die strukturelle Attraktivität des Standorts Freiburg bleibt unverändert hoch.

Besonders positiv entwickelte sich das internationale Segment, das sich erneut als zentraler Stabilitätsanker erwiesen hat. Die ausländischen Ankünfte stiegen auf 310 Tsd. (+2,7 %), die ausländischen Übernachtungen auf 632 Tsd. (+3,1 %). Zusätzliche Nachfrageimpulse kamen insbesondere aus den strategisch relevanten Quellmärkten Schweiz, Frankreich, Spanien sowie Benelux. Freiburg stärkt damit seine Position im internationalen Wettbewerb und kompensiert Rückgänge im Inlandstourismus teilweise durch zusätzliche Nachfrage aus relevanten Auslandsmärkten.

Auch die Entwicklung der Hotellerie bestätigt die hohe Leistungsfähigkeit des Standorts. In Hotels, Hotel Garnis, Gasthöfen und Pensionen wurden 813 Tsd. Ankünfte sowie 1,51 Mio. Übernachtungen gezählt. Die durchschnittliche Bettenauslastung in der Hotellerie lag 2025 bei 55,2 % und konnte damit gegenüber 2024 (54,0 %) weiter gesteigert werden. Freiburg nähert sich damit weiter dem Vorkrisenniveau von 57,6 % an und liegt zugleich deutlich über dem Landeswert Baden-Württemberg von 41,3 %. Auch im Gesamtreiseverkehr einschließlich Campingplätzen und Jugendherberge wurde mit 50,0 % eine überdurchschnittliche Auslastung erreicht.

Diese Entwicklung unterstreicht die Robustheit des strukturell breit diversifizierten Entwicklungsmodells des Freiburger Tourismus. Freizeit-, Kultur- und Naturtourismus sowie der Kongress- und Geschäftsreisetourismus sorgen gemeinsam für eine verlässliche Nachfragebasis. Die strategischen Maßnahmen des TK2 tragen hierzu substantiell bei. Insbesondere die Profilierung des Themenfelds „Natur & Aktiv“, die verstärkte internationale Marktbearbeitung sowie die Weiterentwicklung des MICE-Segments stärken die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit des Standorts.

Über die rein quantitativen Marktdaten hinaus bestätigt auch die gesellschaftliche Perspektive die hohe Stabilität des Tourismusstandorts Freiburg. Der Tourismusakzeptanzsaldo für den Standort (TAS-W) liegt mit +58 auf einem sehr hohen positiven Niveau. Auch die persönliche Wahrnehmung bleibt mit einem TAS- P von +22

klar positiv. Besonders hervorzuheben ist, dass 69 % der Befragten die Anzahl der Tourist\*innen in Freiburg als „genau richtig“ einschätzen.

Von besonderer strategischer Bedeutung ist die Wahrnehmung jüngerer Zielgruppen: Gerade bei den 16- bis 34-Jährigen wird der Tourismus überdurchschnittlich stark als Beitrag zur Lebensqualität, Freizeitattraktivität und Verschönerung des Stadtbildes wahrgenommen. Dies stärkt die tourismuspolitische Zielsetzung, Tourismus nicht nur als Wirtschaftsfaktor, sondern auch als Beitrag zu urbaner Lebensqualität und Standortidentität zu positionieren.

Gleichzeitig zeigt die Studie, dass eine nachhaltige Destinationsentwicklung weiterhin eine sensible Balance zwischen touristischer Entwicklung und städtischer Lebensqualität erfordert. So wünschen sich 53 % der Befragten zusätzliche Maßnahmen im Bereich Umweltschutz, 50 % eine stärkere Sicherung von Wohnraum für Einheimische und 34 % eine intensivere Beteiligung an touristischen Planungsprozessen. Diese Hinweise sind für die weitere Umsetzung des Tourismuskonzepts Freiburg 2024 von hoher strategischer Relevanz.

Im bundesweiten Vergleich von 77 Destinationen belegt Freiburg beim TAS-W einen hervorragenden 9. Platz, im Städtevergleich Rang 6 von 14. Dies bestätigt den eingeschlagenen Weg einer nachhaltigen, stadtverträglichen und beteiligungsorientierten Destinationsentwicklung.

Insgesamt zeigt sich für das Jahr 2025 ein belastbares Gesamtbild aus stabiler Nachfrage, starker Hotellerie, überdurchschnittlicher Auslastung, hoher gesellschaftlicher Akzeptanz und einem dynamischen internationalen Segment.

## **2.2 Maßnahmen der FWTM zur Stärkung des Tourismus 2025**

Im Jahr 2025 lag der operative Schwerpunkt der FWTM auf der sichtbaren Umsetzung zentraler Maßnahmen zur Stärkung des Tourismusstandorts Freiburg sowie zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität im Stadtraum. Nach dem Abschluss der strategischen Konzeptionsphase des Tourismuskonzepts Freiburg 2024 (TK2) stand im Berichtsjahr insbesondere die Überführung der definierten Handlungsfelder in konkrete, für Gäste, Leistungsträger und Stadtgesellschaft erlebbare Maßnahmen im Vordergrund.

Ein wesentlicher Schwerpunkt lag auf dem systematischen Ausbau der touristischen Digitalinfrastruktur. Hierzu zählten die Implementierung einer zentralen touristischen Datenplattform, die stärkere Vernetzung von Content-, Event- und Partnerdaten, die Weiterentwicklung der digitalen Customer Journey sowie der erfolgreiche Relaunch und Go-live von [visit.freiburg.de](https://www.visit.freiburg.de) als zentralem touristischem Einstiegspunkt. Damit wurden wesentliche Voraussetzungen für eine moderne, datengetriebene Destinationssteuerung sowie eine zielgruppenspezifische digitale Gästeansprache geschaffen.

Ein weiterer Schwerpunkt lag in der Begleitung des erfolgreichen Starts des neu gegründeten Vereins Stadtinitiative Gemeinsam Freiburg. Die FWTM hat hierbei unterstützend Aufbau-, Koordinations- und Umsetzungsleistungen erbracht, um die

neue Kooperationsplattform aus Handel, Innenstadtakteur\*innen und Stadtgesellschaft schnell in die operative Handlungsfähigkeit zu überführen. Damit wurde ein wichtiger Beitrag zur integrierten Innenstadtentwicklung und zur langfristigen Stärkung der Kooperationsstrukturen zwischen Stadt, Tourismus, Handel und urbaner Aufenthaltsqualität geleistet.

Ein besonders sichtbares Leuchtturmprojekt war das Fashion & Food Festival Freiburg 2025, das erstmals unter der Federführung der Stadtinitiative Gemeinsam Freiburg umgesetzt wurde. Die FWTM übernahm während der Übergangsphase weiterhin wesentliche Aufgaben in Organisation, Wissenstransfer, Qualitätsstandards und Qualitätssicherung.

Ergänzend wurden mit den Pop-up-Store-Formaten an der Schlossbergnase und in der Schusterstraße, der Plaza Food Boutique sowie dem 52. Freiburger Weihnachtsmarkt zentrale Frequenz- und Aufenthaltsimpulse für die Innenstadt gesetzt. Diese Maßnahmen leisteten substanzielle Beiträge zur Belebung des Stadtraums, zur Sichtbarkeit regionaler Wertschöpfung, zur Bespielung temporärer Leerstände sowie zur Erhöhung der Verweildauer.

Zur weiteren Internationalisierung des Standorts wurde die Marktbearbeitung in den strategisch relevanten Quellmärkten Schweiz, Frankreich, Spanien und Benelux gezielt intensiviert. Dies umfasste Presse- und Bloggerreisen, Kooperationen mit Multiplikator\*innen, digitale Kampagnen sowie die stärkere Positionierung der Themenfelder Stadt, Natur, Kulinarik und Aktivtourismus.

Im MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)-Segment wurden die Positionierung des Kongressstandorts Freiburg, die internationale Vermarktung sowie die Weiterentwicklung von [meeting.freiburg.de](http://meeting.freiburg.de) weiter vorangetrieben. Damit konnten zusätzliche Grundlagen für die Profilierung Freiburgs als Wissenschafts-, Kongress- und Business-Destination geschaffen werden.

## **2.3 Sachstand priorisierter Maßnahmen aus Doppelhaushalt und Schlüsselprojekten (SP)**

### **2.3.1 Gästerlebnis, Services und Aufenthaltsqualität**

Im Fokus standen die Schlüsselprojekte SP 12 Neugestaltung Tourist Information, SP 13 Reisegruppen, SP 14 Kulinarik-Konzept, SP 15 Veranstaltungen in der Nebensaison sowie SP 18 Multisensorische Informationen im öffentlichen Raum.

### **2.3.2 Stadt, Region, Mobilität und Infrastruktur**

Des Weiteren wurde die Umsetzung der durch das Garten- und Tiefbauamt initiierten Grünoasen-Konzepts mit Mitteln aus der Übernachtungssteuer weiter unterstützt. In diesem Themenfeld wurden insbesondere SP 8 Rathausgasse und SP 23 Aktiv: Marketing Radfahren weitergeführt. Ziel ist die stärkere Vernetzung touristischer Erlebnisräume, die markenkonforme Aufwertung zentraler Wegebeziehungen so wie die nachhaltige Positionierung Freiburgs als Natur-, Aktiv- und Regionserlebnisdestination.

### 2.3.3 Digitalisierung, Daten und Customer Journey

Wesentliche Fortschritte wurden insbesondere bei den Schlüsselprojekten SP 3 Kennziffern und Messbarkeit sowie SP 5 Bereitstellung relevanter Zielgruppeninformationen erzielt. Aufbauend auf diesen Grundlagen wurden die Basisthemen Digitalisierung und Customer Journey konsequent weiterentwickelt. Im Mittelpunkt standen der Ausbau von Open-Data-Schnittstellen, die Etablierung datenbasierter Kennzahlensysteme, die Entwicklung skalierbarer Ausspielungs- und Servicelogiken entlang sämtlicher relevanter Touchpoints sowie die weitere Professionalisierung der touristischen Daten-, Content- und Kommunikationsarchitektur.

### 2.3.4 MICE und Geschäftsreisen

Im MICE-Segment standen insbesondere SP 26 Customer Journey MICE sowie SP 27 Kommunikations- und Vertriebsstrategie im Mittelpunkt. Die Business-Customer-Journey wurde in die Linienorganisation überführt; die markenkonformen Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen werden derzeit weiter skaliert

### 2.3.5 Gästekarte, Mobilität und Governance

Ein strategischer Schwerpunkt lag auf SP 31 Gästemobilität / alternative Mobilitätslösungen sowie SP 35 digitale Freiburg-Gästekarte. Auf Basis abgeschlossener Machbarkeitsanalysen, Gästebefragungen und Vorstudien werden derzeit Umsetzungsvarianten entwickelt, die 2026 in konkrete Vorschläge für die Gremien überführt werden sollen.

Die aufgeführten Schlüsselprojekte befinden sich in unterschiedlichen Reifegraden von Konzeption, Pilotierung und operativer Umsetzung und tragen wesentlich zur qualitativen Weiterentwicklung des Gästeerlebnisses bei.

In der Gesamtbewertung zeigt sich, dass die priorisierten Schlüsselprojekte 2025 wesentliche strukturelle Fortschritte erzielt haben. Damit wurden belastbare Voraussetzungen geschaffen, um die definierten Wirkungsziele in den Jahren 2026 ff. schrittweise in die Breite zu überführen.

## 3. Der FWTM zur Verfügung stehende Mittel aus der Übernachtungsteuer

Zur Umsetzung der Maßnahmen aus dem Tourismuskonzept stehen der FWTM seit 2019 jährlich 700 Tsd. € aus den Einnahmen der Übernachtungsteuer zur Verfügung. Mit der Ausweitung der Übernachtungsteuer auf geschäftlich veranlasste Reisen seit Juli 2023 erhöht sich der jährliche Betrag auf 1 Mio. €. Die Genehmigung der Verwendung der der FWTM zur Verfügung stehenden Mittel aus der Übernachtungsteuer erfolgt gemäß der Geschäftsordnung der FWTM durch die Geschäftsführung beziehungsweise den Aufsichtsrat der FWTM auf Grundlage einer Empfehlung des Tourismusbeirats.

Insgesamt standen im Jahr 2025 der FWTM 2,46 Mio. € zur Verfügung (1,46 Mio. € Übertrag aus 2024; 1 Mio. € laufende Zuführung).

#### 4. Verwendung der Übernachtungsteuer 2025

Die im Jahr 2025 eingesetzten Mittel aus der Übernachtungsteuer wurden konsequent entlang der strategischen Zielsetzungen des TK2 priorisiert und insbesondere für Maßnahmen mit hohem strukturellem, langfristigem und stadtentwicklungspolitischen Hebel eingesetzt.

Der Mittelabfluss lag in einzelnen Maßnahmenclustern weiterhin unter der ursprünglichen Jahresplanung. Dies ist im Wesentlichen auf den mehrjährigen Charakter priorisierter Schlüsselprojekte sowie auf zeitlich nachgelagerte Vergabe-, Abstimmungs- und Umsetzungsprozesse zurückzuführen. Gerade bei Digitalisierungs-, Mobilitäts- und innenstadtbezogenen Maßnahmen ist dieser zeitlich gestreckte Mittelabfluss Ausdruck einer belastbaren Projektsteuerung.

Nach aktuellem Bearbeitungsstand zum 10.04.2026, der noch nicht dem abschließenden Buchungs- und Jahresabschlussstand entspricht, wurden für das Wirtschaftsjahr 2025 ein Ergebnis nach Umlagen in Höhe von 1,71 Mio. € verbucht.

Erstmalig wurden in die Abrechnung 2025 zudem Umlagen einbezogen, konkret für das Verwaltungsgebäude FWTM (20.370,00 €), die IT (15.169,00 €) sowie die Verwaltung (45.600,00 €). Dies ist auch vor dem Hintergrund zu sehen, dass die FWTM als Umsetzungsorganisation agiert und die entsprechenden internen Leistungsanteile folgerichtig in der Kostenstruktur abgebildet werden.

Auf dieser vorläufigen Grundlage ergibt sich derzeit ein voraussichtlicher Mittelübertrag in das Jahr 2026 in Höhe von 670 Tsd. €.

Der Übertrag ist Ausdruck der mehrjährigen Projektlogik zentraler TK2-Maßnahmen und schafft zugleich die finanziellen Voraussetzungen für einen deutlich erhöhten Umsetzungsgrad ab 2026.

Für das Geschäftsjahr 2026 ergibt sich ein verfügbares Gesamtvolumen (Haben) in Höhe von insgesamt 1,67 Mio. €, bestehend aus dem Übertrag aus 2025 in Höhe von 670 Tsd. € sowie der vorgesehenen Verlustabdeckung 2026 in Höhe von 1,0 Mio. €.

#### 5. Ausblick

Nach derzeitiger Planung liegt der Schwerpunkt im Jahr 2026 auf der organisatorischen Verankerung und beschleunigten operativen Umsetzung der priorisierten Schlüsselprojekte sowie der Vorbereitung von Entscheidungsgrundlagen für die Gremien wie Gästemobilität, die Weiterentwicklung der digitalen Freiburg-Gästekarte, die qualitative Aufwertung zentraler Stadträume, die stärkere datenbasierte Besuchersteuerung sowie die organisatorische Weiterentwicklung der Abteilung Tourismus und Innenstadt.

Ziel bleibt es, Freiburg als leistungsfähige, wirtschaftlich starke und zugleich lebenswerte urbane Destination nachhaltig im nationalen und internationalen Wettbewerb zu positionieren.

- Bürgermeisteramt -

# FWTM-Verwendung der Übernachtungssteuer 2025

(Stand 10.04.2026, Jahresabschluss 2025 ist noch nicht erfolgt)

<b>Mittelherkunft 2025</b>			Betrag:
	Übertrag aus 2024		1.458.765 €
	Verlustabdeckung in 2025		1.000.000 €
	<b>Haben zu Jahresbeginn 2025</b>		<b>2.458.765 €</b>

<b>Mittelverwendung 2025</b>			
	<b>Maßnahmen aus Mitteln des Doppelhaushalts 2025/2026 zur Stärkung des Tourismus 2025/2026</b>	<b>Einsatz der Mittel für die nachfolgenden Themenschwerpunkte:</b>	
		<i>Vermerk: Die Mittel zur Aufwertung der Rathausgasse wurden in 2025 nicht abgerufen.</i>	
	Leisure-Tourismus	Strategische Weiterentwicklung des Tourismusstandorts Freiburg, Fortschreibung des Tourismuskonzepts, markenkonforme Profilierung der Destination, Relaunch der touristischen Website, Konzeption und Umsetzung der Jahreskampagnen, zielgruppenorientierte Content-Produktion für digitale und analoge Kanäle, Betrieb und technische Weiterentwicklung touristischer Informations- und Erlebnisinfrastrukturen, nationale und internationale Marktbearbeitung, Kultur-, Auslands- und Marketingkampagnen, externe Media- und Agenturleistungen, Sponsoringmaßnahmen im Rahmen der Biennale, La Reine Frauenradrennen als standortprägendes Veranstaltungs- und Imageformat, Steigerung der Sichtbarkeit Freiburgs als Kultur-, Erlebnis- und Städtedestination sowie nachfragewirksame Positionierung in relevanten Zielmärkten.	527.482 €
	Kongress-/MICE-Bereich	Kongresssponsoringmaßnahmen, Besuch nationaler und internationaler Fachmessen zur Akquise, Netzwerkpflege und Leadgenerierung, Sponsoring von ÖPNV-Tickets als nachhaltiger Mobilitätsbaustein für Veranstaltungsgäste, Weiterentwicklung der MICE-Marke, strategische Marken- und Vertriebspositionierung Freiburgs im MICE-Markt, systematische Optimierung der Customer Journey im Business- und Kongresssegment, Weiterentwicklung relevanter Kontaktpunkte von Inspiration und Anfrage bis Buchung, Mobilität, Orientierung und Aufenthaltserlebnis, Relaunch der MICE-Kommunikation, Weiterentwicklung digitaler Vertriebsstrecken, zeitliche Verzahnung mit dem Relaunch der touristischen Website, konsistente Abstimmung von Markenauftritt, Content-Architektur, Customer Journey und digitalen Conversion-Strecken sowie höhere Wirksamkeit in der Marktbearbeitung des Kongress- und Tagungssegments.	92.253 €
	Infrastruktur	Kostenbeteiligung an Grünoasen 2025, Begehung und Instandhaltung des Schlossbergs, Austausch und Aktualisierung touristischer Tafeln am Schlossberg, Weiterentwicklung der Schlossberg-Übersichtstafeln, laufende Pflege und Wartung des Fußgängerleitsystems sowie Maßnahmen zur Verbesserung der Besucherorientierung, Aufenthaltsqualität und infrastrukturellen Qualitätssicherung im öffentlichen Raum.	209.472 €

	Innenstadt	Stärkung der Aufenthaltsqualität und Frequenzsteigerung in der Innenstadt, Inszenierung und Belebung durch Veranstaltungsformate, infrastrukturelle Maßnahmen, Projektförderungen und digitale Kommunikationsangebote, Fashion & Food Festival 2025, Förderung der Stadtinitiative Gemeinsam Freiburg, Projektförderung der Echt Freiburg Card, Sponsoringmaßnahmen im Museumsbereich, Weiterentwicklung familien- und kulturorientierter Angebotsformate, temporäre Bespielung von Leerständen und Frequenzlagen durch Pop-up-Stores an der Schlossbergnase und in der Schusterstraße, Aufwertung des öffentlichen Raums durch Grünoasen, mobile Aufenthaltsflächen sowie zusätzliche Sitz- und Möblierungselemente, saisonale Dekorations- und Beleuchtungsmaßnahmen einschließlich der Weihnachtsmarktbeleuchtung, Schaffung zusätzlicher Besuchsanlässe, Erhöhung der Verweildauer, Frequenzlenkung in frequenzschwächere Lagen sowie weitere Profilierung der Innenstadt als multifunktionaler Erlebnis-, Einkaufs- und Aufenthaltsraum.	411.382 €
	Marktforschung und Diverses	Weiterverfolgung der in den Workshops aus Frühjahr 2024 entwickelten Ansätze zur Weiterentwicklung touristischer Schlüsselkennzahlen (KPI), Umsetzung der im Tourismuskonzept 2.0 definierten Maßnahmen, vertiefende fachliche Auswertung bestehender Kennzahlensysteme, teilweise Ableitung ergänzender externer Studien aufgrund begrenzter personeller Kapazitäten, Beauftragung der Studie zur Tourismusakzeptanz, Gewinnung belastbarer Erkenntnisse zur Wahrnehmung und Akzeptanz touristischer Entwicklungen in der Stadtgesellschaft, Aufbau einer ergänzenden datenbasierten Steuerungsgrundlage für die Weiterentwicklung des Tourismusstandorts Freiburg sowie Fortschreibung zentraler Kennzahlen- und Wirkungsmodelle.	10.400 €
	Digitalisierung	Datenbasierte und strategische Weiterentwicklung der digitalen touristischen Infrastruktur, Weiterentwicklung der touristischen Datenbank, Etablierung und Verstetigung von Open-Data-Prozessen, strategische Fortentwicklung der Content-Architektur, Integration eines White-Label-Widggets zur flexiblen Ausspielung touristischer Inhalte auf Partner- und Drittplattformen, digitale Reichweiten- und Vermarktungsmaßnahmen über Google- und Meta-Kanäle, übersetzungsbezogene Leistungen und Lizenzkosten einschließlich DeepL, ergänzende Performance- und Distributionstools zur zielgruppenorientierten Ansprache nationaler und internationaler Märkte, Stärkung der digitalen Sichtbarkeit Freiburgs, Ausbau der mehrsprachigen Verfügbarkeit touristischer Inhalte, Optimierung der Conversion entlang der digitalen Customer Journey, erfolgreich umgesetzter Relaunch der touristischen Website 2025, Weiterentwicklung der digitalen Content-Architektur, verbesserte Anbindung an die touristische Datenbank, Ausbau der Open-Data-Fähigkeit, optimierte Ausspielung auf Partnerkanäle und White-Label-Lösungen sowie Schaffung der Voraussetzungen für effizientere Content-Pflege, höhere digitale Reichweite und konsistente Nutzerführung entlang der touristischen Customer Journey.	91.104 €
	Tourismusnetzwerk	Stärkung des touristischen Netzwerkmanagements, fachlicher Austausch innerhalb der Destination, strategische Weiterentwicklung zielgruppenorientierter Kommunikations- und Serviceangebote, Veranstaltungsformate wie die FreiDenken-Reihe, der Touristische Stammtisch sowie weitere Netzwerkveranstaltungen mit touristischen, kulturellen und wirtschaftlichen Partnern, Entwicklung digitaler Zielgruppenmodelle und adressatenspezifischer Kommunikationsansätze, Erstellung der Panoramakarte Schlossberg als analoges und digitales Service- und Orientierungsmedium, Beschaffung von Give-aways für touristische Informations-, Messe- und Netzwerkformate sowie Stärkung der Sichtbarkeit Freiburgs in relevanten Zielgruppen und Multiplikatorennetzwerken.	44.553 €
	Personal		237.258 €

	Abschreibungen	Vermerk: Bei dem dargestellten Betrag handelt es sich um einen vorläufigen Stand auf Basis der derzeit verbuchten Aufwendungen. Aufgrund des noch nicht abgeschlossenen Wirtschaftsjahres ist mit weiteren Buchungen und entsprechenden Anpassungen im Rahmen des Jahresabschlusses zu rechnen, sodass sich der Betrag voraussichtlich noch erhöhen wird.	131.199 €
	IT-Kosten	Die Mittel wurden für laufende Umlagen, Hosting-Leistungen der Serverinfrastruktur sowie sonstige betriebsnotwendige Betriebskosten eingesetzt. Diese Aufwendungen dienen der Sicherstellung des kontinuierlichen Betriebs zentraler touristischer Systeme, Plattformen und digitaler Anwendungen.	2.269 €
	Fortschreibung Tourismuskonzept	Fortschreibung des Tourismuskonzepts Freiburg 2024, strategische Weiterentwicklung zentraler Handlungsfelder, Konkretisierung priorisierter Schlüsselprojekte, Ableitung operativer Maßnahmen und Steuerungslogiken sowie Schaffung der konzeptionellen Grundlage für die weitere Umsetzung und Wirkungssteuerung des Tourismusstandorts Freiburg.	4.680 €
	Erlöse	Einnahmen und Betrieb Spielautomat Schlossberg, Workshop- und Veranstaltungsprogramm der PLAZA Food Boutique, Honoraranteile für externe Workshop-Leistungen, Durchführung von Brunch- und Kochworkshop-Formaten, Planung und Umsetzung der PLAZA Food Boutique mit Store- und Workshop-Angeboten zu klimafreundlicher Ernährung, Einrichtung einer Webservice-Schnittstelle zum Veranstaltungskalender der FWTM, Ticketing- und Workshopabwicklung über vivenu sowie Maßnahmen zur Aktivierung des Schlossbergs, Besucheransprache und Erweiterung des touristischen Erlebnis- und Serviceangebots.	53.983 €
<b>Ergebn 2025</b>			
	<b>Ergebnis vor Umlagen (operatives Ergebnis)</b>		<b>1.708.071 €</b>
	Umlage Kopfbau		20.370 €
	Umlage IT		15.169 €
	Umlage Verwaltung		45.600 €
	<b>Summe nach Umlagen</b>		<b>1.789.210 €</b>

\*noch laufende Projekte

#### Ausgangslage 2026

	Übertrag in 2026		669.555 €
	Verlustabdeckung in 2026		1.000.000 €
	<b>Haben zu Jahresbeginn 2026</b>		<b>1.669.555 €</b>