NIDWALDEN TOURISMUS

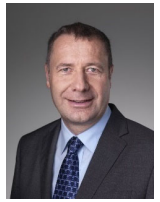
JAHRESBERICHT 2019

Wandergruppe auf der Klewenalp, Foto: Beat Brechbühl

INHALTSVERZEICHNIS

BERICHT DES PRÄSIDENTEN	4
WICHTIGE KENNZAHLEN	7
MARKETING	8
GÄSTEINFORMATION	15
FINANZEN	16
REVISORENBERICHT	18
LEISTUNGSAUFTRAG NIDWALDEN TOURISMUS	19
VORSTAND	20
TEAM	21
ECKDATEN UND STATISTIKEN	22

VORWORT VOLKSWIRTSCHAFTSDIREKTION



Dr. Othmar Filliger, Regierungsrat

«Wir leben da, wo andere Ferien machen.» Unter diesem Motto haben sich an der Gewerbeausstellung Iheimisch 2019 zahlreiche Tourismusdienstleister im Natur- und Erlebniszelt präsentiert. Dieser Spruch könnte treffender nicht sein. Der Vierwaldstättersee, unsere wunderschöne Bergwelt und die zahlreichen attraktiven touristischen Angebote bringen Jahr für Jahr Gäste aus nah und fern dazu, ihre Ferien und ihre Freizeit bei uns zu verbringen. Davon profitieren wir nicht zuletzt auch wirtschaftlich. Der Tourismus ist wichtig für uns, er schafft Arbeitsplätze und er generiert Wertschöpfung. Dem Verein Nidwalden Tourismus kommt dabei eine zentrale Rolle zu, indem er die Interessen der Tourismusbranche auf kantonaler Ebene koordiniert und sich für sie einsetzt. Ich danke den Verantwortlichen für ihren grossen Einsatz.

BERICHT DES PRÄSIDENTEN

Josef Lussi-Waser

Sehr geehrte Mitglieder von Nidwalden Tourismus

Wir dürfen auf ein abwechslungsreiches, anspruchsvolles und auch interessantes Tourismusjahr zurückblicken. Auf einen niederschlagsreichen Januar mit viel Schnee folgte ein schöner, sonnenreicher Februar, dem der März dann leider nicht mehr ganz zu folgen vermochte. Die unerwartet schwache Konjunktur und der leicht höhere Wechselkurs dämpften die Tourismusnachfrage in den ersten drei Monate des Jahres 2019 kaum und liessen die Logiernächte leicht wachsen. Auf einen etwas launischen April folgte ein niederschlagsreicher und sonnenarmer Mai. Just auf Ende Mai, dem Beginn der Iheimisch 2019, und auf Beginn des Sommers 2019 folgten herrliche Tage. Der Sommer bleibt insgesamt als stabil, sonnenreich und warm in Erinnerung. Die Inlandnachfrage bei Logiernächten wie auch bei den Tagesauflügen zog leicht an, die ausländische Nachfrage hingegen wuchs weniger stark als in den Vorjahren. Im Herbst deckten sich die idealen Wetterbedingungen leider nicht ganz mit den Ferien und ab Mitte November setzte warmes Wetter mit wenig Niederschlag ein, die Vorboten auf einen schwachen Winter. Auch wenn sich die preisliche Wettbewerbsfähigkeit dank der Preiszurückhaltung der Tourismusbetriebe in den letzten Jahren verbessert hat und die Leistungsträger an der Qualität und der Vielfalt der Produkte und Angebote gearbeitet haben, dürfen wir nur verhalten optimistisch Prognosen abgeben (Covid-19, €-Kurs, …).

Die Nachrichten des Jahres 2019 werden dominiert durch einige Dauerbrenner:

- Der Klimawandel beschäftigt die Bevölkerung gleichermassen wie die Parteien. Internationale Grosskonzerne beginnen aus Angst vor verschärften Umweltvorschriften mit dem ökologischen Umbau.
- Der Handelsstreit zwischen den USA und China ist nicht nur in den Medien dauernd präsent, sondern führt ab Mitte Jahr weltweit zu einem spürbaren Rückgang der Wirtschaft.
- Der Streit um die Bedingungen des Austritts GB aus der EU (Brexit) führt zu Neuwahlen im Dezember.

Einige tourismusrelevante Ereignisse des Jahres 2019 zur Erinnerung:

- 09.01.2019: Massive Schneefälle im Alpenraum: In Österreich, Bayern und in der Schweiz werden viele Dörfer von der Aussenwelt abgeschnitten. Am 10.01. verschüttet eine Lawine das Hotel auf der Schwägalp.
- 10.01.2019: Wegen des Shutdowns muss die gesamte US-Delegation auf die Teilnahme am WEF verzichten.
- Das World Economic Forum WEF in Davos 2019 warnt vor den Folgen des Klimawandels. Die Glaubwürdigkeit ist angesichts der 1’500 Flüge von Privatjets und Helikoptern nicht gerade umwerfend.
- Biodiversität in Gefahr: Gemäss einem Bericht der UNO sind eine von acht Millionen Pflanzen- und Tierarten vom Aussterben bedroht. In der Schweiz sind es gar über ein Drittel der einheimischen Arten.
- Eine Reisegruppe von 12’000 Chinesen besucht über wenige Tage gestaffelt Luzern. Obwohl im Vorfeld wild über Auswirkungen für die Bevölkerung spekuliert wird, ist ausserhalb der touristischen Hotspots nichts zu spüren. Insbesondere läuft am Bahnhof für die Pendler alles rund, während diese bei Fussballspielen regelmässig stark eingeschränkt werden.
- Die saure Gurke des Jahres: Nachdem ein Fischer angeblich einen Kaiman im Hallwilersee gesichtet hat, suchen nicht nur die Polizei, sondern auch die Presse wochenlang nach der grossen Echse.
- 28.11.2019: Swisscom baut in Baden die letzte öffentliche Telefonkabine der Schweiz ab. Einige Hotels und andere Firmen betreiben allerdings weiterhin auf eigene Rechnung Telefonkabinen.

Und hier noch ein paar Trends, die uns auch in Zukunft beschäftigen werden:

- Der Medienkonsum von Jugendlichen verlagert sich weiter rasant auf das Handy. Auch Filme und Serien werden immer häufiger auf dem Handy konsumiert.
- 2019 ist das zweitwärmste Jahr seit Beginn systematischer Messungen im 19. Jahrhundert. Die CO2-Konzentration erreicht 2019 einen Rekordwert über mehr als hunderttausend Jahre.

Tourismus ist ein Wirtschaftszweig, der vielen Menschen Arbeit und Verdienst gibt. Auch wenn Klimadiskussion und Verkehrsbelastung (z.B. im Engelbergertal) thematisiert werden, müssen wir uns nicht verstecken und stellen uns mit guten Argumenten der Diskussion. Auch wenn die Tourismusnachfrage von vielen Faktoren beeinflusst wird (Wetter, Währung, Wirtschaft), die Touristenströme können wir auf ein verträgliches Mass lenken.

Mit der Natur- und Erlebniswelt anlässlich der Iheimisch 2019, dem erfolgreichen Nidwaldner Event des Jahres, konnte sich die Nidwaldner Tourismuswirtschaft vom 30. Mai bis 2. Juni auf dem Flugplatzareal in Nidwalden von seiner besten Seite zeigen. Die Zusammenarbeit mit Landwirtschaft (Bauernverband, Direktvermarkter u.a.m.), Korporationen mit Waldbewirtschaftern und Nidwaldner Patentjäger, Wanderwege und anderen Organisationen funktionierte hervorragend und wir konnten einige für Tagesausflügler und Aufenthalter wichtige Themen wie Littering, Mutterkuhherden und touristische Nutzung des öffentlichen Raums (z.B. Wald) aufgreifen. Unseren Mitarbeitenden von NWT sowie Jan Schweizer von Fuchs Design sei hier speziell gedankt.

Im Hinblick auf die Iheimisch 2019 hat NWT den Nidwalden Guide, eine Imagebroschüre für Nidwalden, erarbeitet und umgesetzt. Diese wurde beim 2. Tourismusforum auf der Klewenalp den vielen Interessierten vorgestellt. Der persönliche Austausch bei diesem Treffen wurde sehr geschätzt und auch den Referaten aus Theorie und Praxis mit Interesse zugehört.

Unsere Mitarbeitenden der Geschäftsstelle bearbeiten neben der klassischen Gäste- und Partnerinformation auch Themen wie die Weiterentwicklung des Gästeportals (Website), den Zentralschweizer Gutschein, die NWT-Newsletter für Partner und für Gäste oder die Weitergabe von Informationen aus dem Marketingbeirat LTAG an unsere Partner. Dabei macht NWT unsere Mitglieder und Partner auf interessante und lukrative Mitmach-Angebote von ST und LT aufmerksam und unterstützt diese bei der Umsetzung. Im Auftrag der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Nidwalden erfüllen wir die vielfältigen Aufgaben gemäss Leistungsvereinbarung (siehe Seite 20

und www.nw.ch/wfpub/11170) und legen dazu Rechenschaft ab. Mit den Gemeinden Hergiswil und Stansstad erledigt NIDWALDEN TOURISMUS die touristischen Aufgaben über eine Leistungsvereinbarung und nimmt die Interessen dieser Gemeinden und deren Leistungsträger wahr.

Mit den touristischen Leistungsträgern der Gemeinden Hergiswil und Stansstad treffen sich Vertreter von Nidwalden Tourismus regelmässig zu einem Gedankenaustausch, wie wir das auch mit einzelnen Tourismusvereinen (z.B. Stans Tourismus) direkt wie auch im Marketingbeirat NWT machen. Bei besonderen Vorkommnissen geben wir Auskunft und helfen bei der Argumentation, so z.B. auch nach dem Versand der Rechnungen für die Tourismusförderabgabe: Anfangs Jahr ist der Erklärungsbedarf meist am grössten. Wir suchen den Kontakt zu den Mitgliedern, den Tourismuspartnern und zu den Entscheidern in politischen Gremien. NIDWALDEN TOURISMUS geht auf diese ein, hört zu, nimmt die Wünsche und Anregungen auf und die Interessen wahr – immer im Bewusstsein, dass «Transparenz» zu mehr «Akzeptanz» verhilft.

So ist Nidwalden Tourismus auch in verschiedenen überkantonalen Institutionen vertreten: Verein Waldstätterweg, «Holztour», SchweizMobil und vielen mehr. Zusammen mit den Nidwaldner Wanderwegen haben wir eine Faltkarte «18 Wandererlebnisse in Nidwalden» realisieren dürfen. Auf den folgenden Seiten zeigen wir auf, welche Projekte und Arbeiten wir erfolgreich angegangen und abgeschlossen haben. Ein Wermutstropfen bleibt: Das als Pilotprojekt lancierte «Hotelticket Nidwalden» beendeten wir nach der Auswertung der Resultate und nach Rückfrage bei den mitmachenden und involvierten Partnern auf Ende Jahr. Ähnlich wie «Graubünden Ferien», «Valais / Wallis Promotion» oder anderen Tourismusdestinationen möchte sich die Destination «Luzern – Vierwaldstättersee» unter dem Titel «LuV 2030» weiterentwickeln. Nidwalden Tourismus darf sich hier ebenfalls und im Auftrag des Kantons (VD, im Rahmen eines NRP-Projektes) aktiv einbringen. Mehr Informationen dazu anlässlich der Generalversammlung und den kantonalen Hearings.

Herzlich danken möchte ich an dieser Stelle allen, die Nidwalden Tourismus, den Vorstand, die Mitarbeitenden, aber auch die touristischen Leistungsträgern bei den Bemühungen, unseren Gästen unser schönes Nidwalden zu zeigen und zu «verkaufen», tatkräftig unterstützen. Ein besonderer Dank geht hier an meine Vorstandskolleginnen und -kollegen, die Volkswirtschaftsdirektion Nidwalden mit dem Vorsteher, Regierungsrat Othmar Filliger, und Jost Kayser als Direktionssekretär und Diana Hartz von der Wirtschaftsförderung Nidwalden. Und der grösste Dank geht an Sie als Mitglieder, Freunde, Sponsoren und Beistand: Die vielen positiven Rückmeldungen zu unserer Arbeit motivieren Vorstand und Mitarbeitende von NWT, mehr zu leisten, als von uns erwartet wird. Wir möchten Sie auch in Zukunft von unserem Einsatz überzeugen, denn die Aufgaben für unsere Gäste und die Anbieter werden nicht weniger.

Bis bald, der Präsident Nidwalden Tourismus

Josef Lussi-Waser
Präsident, Beckenried NW

WICHTIGE KENNZAHLEN

8’492
+59%
INSTAGRAM ABONNENTEN

80’874
SEITENAUFRUFE 2019

20’846
+8%
FACEBOOK FOLLOWER

62’922
NUTZER 2019

NIDWALDEN.COM, GÄSTEPORTAL LUZERN-VIERWALDSTÄTTERSEE (GO LIVE OKTOBER 2018)

1’349
+18%
TOURISTISCHE AUSKÜNFTE PER TELEFON UND E-MAIL

15’000
FALTKARTE E-BIKE KARTE UNTERWALDEN GEDRUCKT

523
VERKAUFTE HOTEL-TICKETS NIDWALDEN

PILOTPROJEKT (Juli 2018- Dezember 2019)

229
-2%
MITGLIEDER NIDWALDEN TOURISMUS

20’000
FALTKARTEN BERGBAHNEN NACHGEDRUCKT

23’000
PROMOPOST FALTKARTE WANDERERLEBNISSE NIDWALDEN, OBWALDEN, LUZERN UND AARGAU

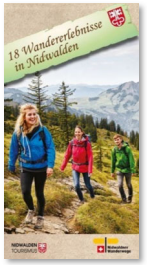
330’908
+0.7%
LOGIERNÄCHTE IN NIDWALDEN IN HOTEL- UND KURBETRIEBEN

MARKETING

Das Marketing-Motto 2019 von Schweiz Tourismus hiess: «Die Natur will dich zurück.». Nidwalden Tourismus übernahm dieses Thema in seine Marketingaktivitäten mit dem Ziel, den Gästen einen spürbaren Mehrwert zu bringen. Dazu kamen viele weitere Marketingaktivitäten und Veranstaltungen, die Nidwalden Tourismus zusammen mit seinen Partnern gestaltet hat.

Bei der Vermarktung setzt Nidwalden Tourismus weiterhin auf den Markt Deutschschweiz, im Besonderen in den Regionen Uri, Nidwalden, Obwalden, Luzern, Aargau und Basel (entlang Autobahn A2).

KAMPAGNEN / PRODUKTE



Sommerkampagne Wandererlebnisse - Im April 2019 wurde die Faltkarte «18 Wandererlebnisse in Nidwalden» herausgegeben. Diese Faltkarte wurde in Zusammenarbeit mit Nidwaldner Wanderwege erarbeitet und produziert. Die Kampagne wurde durch Nidwalden Tourismus, Partner, Inserenten und Sponsoren eigenfinanziert. Die Routen sind auf der Karte eingezeichnet und kurz beschrieben. Wer sich für eine Route interessiert, erhält via QR-Code mehr Informationen auf Schweiz Mobil. Via PromoPost wurden die Faltkarten in rund 23'000 Haushalte in Nidwalden, Obwalden, Luzern und Aargau gestreut.

Ebenfalls wurde die Faltkarte an der Gewerbeausstellung «Iheimisch» und in verschiedenen Prospektwänden aufgelegt. Mit diversen Inseraten im Kanton Aargau sowie Reportagen im Verlag Unterwaldner und Nidwaldner Blitz wurde auf die Wandertipps und den Wettbewerb «Nidwaldner Bänkli-Challenge» aufmerksam gemacht.

Im Rahmen des Wettbewerbs «Nidwaldner Bänkli-Challenge 2019» wurden vom Mai bis Oktober 380 Nidwaldner Bänkli fotografiert und auf die Bänkli Landkarte www.bankgeheimisse.ch hochgeladen. Nidwalden Tourismus durfte rund 40 Preise im Gesamtwert von über CHF 2’000.00 verlosen. Die Hauptpreise waren zwei Holzbänkli sowie ein Gutschein im Wert von CHF 500.00 für eine Wanderausrüstung von Sherpa.

Hotel-Ticket Nidwalden - Vom Juli 2018 bis Dezember 2019 lief das Pilotprojekt Hotel-Ticket Nidwalden, welches in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverbund Passepartout lanciert wurde. Interessierte Nidwaldner Beherbergungsbetriebe konnten ihren Gästen das «Hotel-Ticket Nidwalden», ein kostenloses ÖV-Ticket, anbieten. Es war gültig in den Zonen 10, 21, 31, 32, 42. Das Projekt wurde durch die Beherbergungsbetriebe, lokale Tourismusorganisationen und NWT finanziert. Insgesamt wurden 523 von 1’000 Tickets bezogen. Das Projekt wurde per Ende 2019 aufgrund geringer Nachfrage beendet und wird im Jahr 2020 nicht weitergeführt.

EVENTS

Iheimisch 30. Mai bis 2. Juni 2019 - Planung und Umsetzung Standkonzept und Kampagne koordinierte Nidwalden Tourismus, zum Thema «Wandern» mit 20 Mitaussteller in der Natur- und Erlebniswelt, Halle 7. Zusammen mit Fuchs Design erstellte Nidwalden Tourismus für den Stand ein Messekonzept rund um das Thema Wandern und setzte dieses um. Ein attraktiver und gemeinsamer Auftritt mit touristischen Leistungsträgern von Nidwalden und Umgebung hatte viele Besucher an die Iheimisch gelockt. Die Besucher wurden animiert, ihre Ferien in der Zentralschweiz zu verbringen. Es wurden insgesamt 348 vergünstigte 5-Tages Iheimisch-Tell-Pässe exklusiv an der Iheimisch verkauft. Einen speziellen Dank geht an die Partner: Fuchs Design AG, Gartenbau Enz AG, avisit.ch, Uertekorporation Dallenwil, Kleinseilbahnen und weitere Zeltpartner sowie an die 20 Mitaussteller und freiwilligen Helfer. Sie haben zum Gelingen der Ausstellung beigetragen.

Nidwalden setzt auf Premium- statt Massentourismus

«Premium heisst nicht Luxus. Es bedeutet, dass der Gast während seinem Aufenthalt in unserer Region im Zentrum steht.»

2. Nidwaldner Tourismusforum, Anna Hartmann, Luzern Tourismus

2. Nidwaldner Tourismusforum 23. Mai 2019 - Das zweite Nidwaldner Tourismusforum fand auf der Klewenalp mit rund 60 Teilnehmenden statt. Es ging um das Thema «Premium- statt Massentourismus», die Qualitätsstrategie von Luzern Tourismus, welche auch Nidwalden betrifft. Das nächste Forum findet im Jahr 2021 statt.

Iheimisch 2019, Natur- und Erlebniswelt

MARKETING

ONLINE

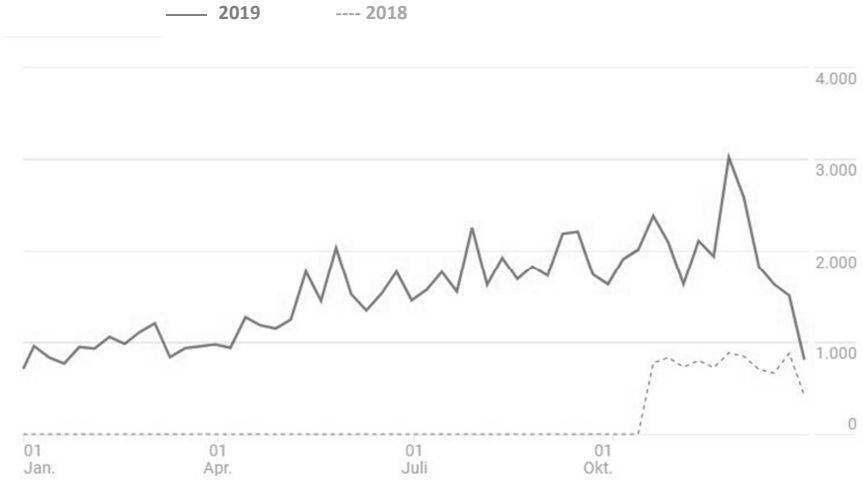
Webseite nidwalden.com, Gästeportal Luzern-Vierwaldstättersee - Seit Oktober 2018 ist das Gästeportal der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee online. Die Seiten sind auf Deutsch und Englisch aufrufbar. Im Jahr 2019 gab es 80’874 Seitenaufrufe und 62'922 Nutzer.

Insgesamt sind es fünfzehn Webseiten / Regionen, welche miteinander verlinkt sind. Dadurch findet der Gast noch rascher und gezielter sämtliche Angebote der Zentralschweiz. Die Website wurde im Jahr 2019 laufend weiterentwickelt.

Auf der Website von Nidwalden Tourismus, www.nidwalden.com, werden zudem Nidwaldner Veranstaltungen veröffentlicht, welche via www.guidle.com auch bei Luzern Tourismus, www.luzern.com, und Schweiz Tourismus, www.myswitzerland.ch, publiziert werden.

Beherbergungsbetriebe werden auf der Website von Nidwalden Tourismus via Schnittstellen veröffentlicht. Weitere Schnittstellen: Outdooractive, MeteoBlu, SwissWebcams, RoundShot Webcams, Adressen ST-Net, Wintersportberichte ST-Net, Pistenberichte über SisMedia und APG, MailChimp, Wilken und Clever Reach für Newsletter.

SEITENAUFRUFE GÄSTEPORTAL – NIDWALDEN.COM



Blog Luzern Vierwaldstättersee - seit April 2019 gibt es den Blog blog.luzern.com der Erlebnisregion Luzern Vierwaldstättersee. Im Blog findet man persönliche Erlebnisberichte und Tipps aus aktuell zehn Tourismusregionen. In erster Linie werden deutschsprachige Leser angesprochen. Im Jahr 2019 wurden 13 Blogbeiträge publiziert und auf den Social Media geteilt.

Social Media - Regelmässig wurden touristische Neuigkeiten und Angebote aus Nidwalden auf der **Facebook-, Instagram-, Twitter- und YouTube-Seite** von Nidwalden Tourismus veröffentlicht. Touristische Leistungsträger haben die Möglichkeit, Vorschläge für Posts mitzuteilen.

Facebook nidwalden.tourismus (seit Dezember 2012)	**20’846 Fans** per 31.12.2019, +8%
Instagram nidwalden_com (seit März 2016)	**8’492 Abonnenten** per 31.12.2019, +59%, seit 2016 hat Nidwalden Tourismus 1’250 Beiträge veröffentlicht.
Twitter Nidwalden (seit April 2010)	**1’034 Followers** per 31.12.2019, +13%
YouTube Nidwalden Tourismus (seit Dezember 2018)	**23 Abonnenten** per 31.12.2019, +475%

MARKETING

WERBEMITTEL / DRUCKSACHEN

Faltkarte «18 Wandererlebnisse in Nidwalden» - Druck 50'000 Exemplare, 1. Auflage. Diese Faltkarte wurde in Zusammenarbeit mit Nidwaldner Wanderwege erarbeitet und produziert.

Imagebroschüre «Nidwalden Guide» - Druck 50'000 Exemplare, 1. Auflage. Sie enthält acht grosse Bilder mit witzigen Sprüchen. Die Bildwelt über Aviatik, Bergbahnen, Brauchtum, Kulinarik, Sport, Stars und Landschaften zeigt die einzigartige Vielfalt von Nidwalden.

Faltkarte «40 Bergbahnen in Nidwalden» - Nachdruck 20'000 Exemplare, 5. Auflage. Aufgrund grosser Nachfrage wurde diese Faltkarte überarbeitet und nachgedruckt.

Faltkarte «eBike Karte Unterwalden» - Nachdruck 15'000 Exemplare. In Zusammenarbeit mit Obwalden Tourismus AG, Engelberg-Titlis Tourismus AG und Maxon Motor AG wurde diese Faltkarte überarbeitet und nachgedruckt.

Faltkarte Vierwaldstättersee-Trophy (Peakhunter) - Juni bis Oktober 2019, Peakhunter.com in Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus AG. 12 Ausflugsziele, davon Brisen und Musenalp. Mithilfe einer App «Peakhunter» konnte man während der Wanderung Punkte sammeln. Jeder Teilnehmer, der mindestens 2 von 12 Zielen erreichte und mindestens ein Foto auf peakhunter.com lud, nahm an der Verlosung teil. Zu gewinnen gab es fünf grossartige Preise. Insgesamt waren es 307 Teilnehmer, 88 davon haben alle 12 Ziele erreicht.

MEDIENARBEIT

Medienreisen - Nidwalden Tourismus koordinierte Medienanfragen und vermittelte die Kontakte. Im Jahr 2019 gab es vier Medienreisen: Nicole Bircher «Landuf, landab» TV Sendung Nidwalden, Fotografin Claire Droppert «Bannalp», Adam Graham «Buiräbähnli-Safari, Alp Oberfeld bei Rita Waser» und Journalist Dieter Wulf «Kleinseilbahnen».

Redaktionelle Beiträge - In Zusammenarbeit mit dem Verlag Unterwaldner publizierte Nidwalden Tourismus elf Wandertipps in den Nidwaldner Gemeindebeilagen. Im Nidwaldner Blitz wurden sechs Reportagen zu Themen wie Wintererlebnisse, Familienwanderungen, Seilbahn Wanderungen, Wassersport und Familienwanderungen veröffentlicht. Im Kundenmagazin der Zentralbahn «mobil» präsentierte Nidwalden Tourismus das Winterwunderland Nidwalden.

PARTNER

Nidwaldner Marketing-Beirat - Im Jahr 2019 hat Nidwalden Tourismus drei Sitzungen mit Vertretern aller Gemeinden und Tourismusorganisationen organisiert und durchgeführt. Dabei wurden aktuelle und zukünftige Projekte vorgestellt und Meinungen eingeholt.

Partnerseite - Auf der Partnerseite www.nidwalden.com/partner erhalten touristische Partner Informationen zu Terminen, Mitmachmöglichkeiten sowie Prospektbestellung und können dort fünf Veranstaltungen pro Jahr kostenlos eintragen (via Guidle).

WEITERE PROJEKTE

NRP Projekt Mountainbike Zentralschweiz - Das Projekt will in der Zentralschweiz durch Mountainbike-Angebote neue Wertschöpfung generieren. Im Jahr 2019 wurden die beiden Geschäftsmodelle Klewenalp und Bürgenstock durch ALLEGRA Tourismus umgesetzt. Über 100 Toolbars (Wand-Bike Werkzeugkasten) und dutzende Zaunübergänge wurden in der Zentralschweiz montiert. Seit Projektbeginn ist die Anzahl Bikehotels von 6 auf die erfreuliche Zahl 18 gestiegen. Die ersten Gespräche betreffend Biketransport mit SGV AG, Bergbahnen, zb Zentralbahn und Tell-Pass liefen. Seit Sommer 2019 wird auf den Webseiten www.luzern.com/bike und www.nidwalden.com/bike und Social Media das Angebot Mountainbike aktiv kommuniziert. Gäste erhalten Informationen zu den schönsten Biketouren, Bikeguides, Bikehotels, Bikeshops und Bike-Geschichten. Um das Ziel «gesetzliche Integration des MTB ins Wanderweggesetz» zu erreichen, hat Nidwalden Tourismus und interessierte Partner ein Mitwirkungsformular für die Vernehmlassung eingereicht. Dieser Vorstoss wurde abgelehnt. Mehr Informationen zum Projekt: www.mtbzentralschweiz.ch.

Gutschein Zentralschweiz - Ein Stück Zentralschweiz zum Verschenken. Im Rahmen eines NRP-Projektes lancierte die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee per Dezember 2019 gemeinsam den Zentralschweizer Gutschein. Ziel ist es, dass der Gutschein bei möglichst vielen touristischen Leistungsträgern (Transport, Unterkunft, Gastronomie, Exkursionsanbieter etc.) eingelöst werden kann. Aktuell gibt es über 70 Einlösestellen. Mehr Infos: www.nidwalden.com/zentralschweizer-gutschein.

Aussicht nach Maria-Rickenbach, Foto: Beat Brechbühl

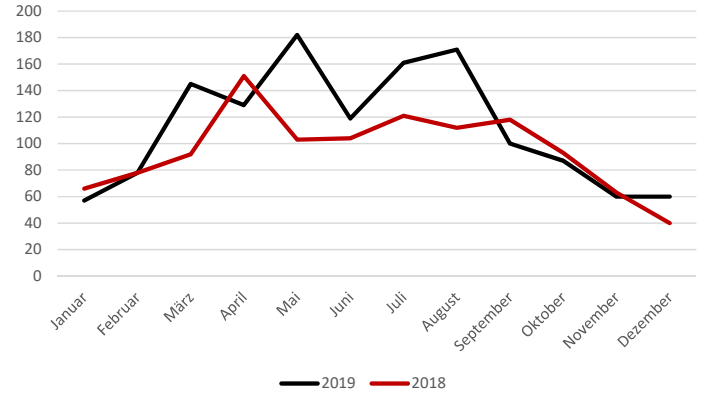
GÄSTEINFORMATION

Touristische Auskünfte - Nidwalden Tourismus betreibt eine touristische Telefon-Auskunftsstelle in vier Sprachen von Montag bis Freitag, von 7.00 bis 19.00 Uhr. Im Jahr 2019 beantwortete Nidwalden Tourismus 1'349 touristische Anfragen per Telefon, E-Mail und Post. Insgesamt gab es für die Region Nidwalden 163 Buchungsanfragen für Übernachtungen und 210 allgemeine Auskünfte und Prospektbestellungen zu Ausflügen. Bei 72 Schüleranfragen für Schulvorträge über Nidwalden wurden zusammen mit dem Kanton Nidwalden, Volkswirtschaftsdirektion, Unterlagen verschickt.

Info-Points - Obwohl sich viele Interessierte über die digitalen Kanäle über die touristischen Angebote informieren, bleiben die Prospekte ein wichtiges Marketinginstrument. Diverse Broschüren wurden an folgenden Info-Points aufgelegt:

- Interessierte und beteiligte Leistungsträger in Nidwalden und Umgebung.
- Gemeinden von Nidwalden.
- Nidwaldner Tourismusorganisationen, u.a. Tourist Office in Luzern (rund 300'000 Besucher pro Jahr).
- Autobahn-Raststätten Neuenkirch, Einkaufszentrum Sursee-Park und Gotthard My Stop in Erstfeld, Prospektfach in Basel bei Basel Tourismus.
- Tourismuswand im Länderpark Stans mit 38 Prospektfächer, welche gemietet werden können.
- Tourismuswand im Kantonsspital Stans mit etwa 19 Prospektfächern, welche gemietet werden können.
- Prospektwände Hergiswil und Stansstad (jeweils von April bis September).

TOURISTISCHE ANFRAGEN 2019
IM VERGLEICH MIT 2018



FINANZEN

BILANZ PER 31.12.2019

	2019 in CHF	2018 in CHF
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	108'609.84	130'750.44
Kurzfristige Forderungen	5'740.60	180.00
Vorräte Werbematerial	1.00	1.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	971.50	6'484.80
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN	**115'322.94**	**137'416.24**
Anlagen (Computer / Mobiliar)	2.00	2.00
TOTAL Mobile Sachanlagen	**2.00**	**2.00**
TOTAL Aktiven	**115'324.94**	**137'418.24**
PASSIVEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0.00	0.00
Passive Rechnungsabgrenzung	6'499.10	7'911.90
Total kurzfristiges Fremdkapital	**6'499.10**	**7'911.90**
Rückstellung Projekte	5'000.00	50'000.00
Rückstellung Allgemein	36'000.00	32'000.00
Total langfristiges Fremdkapital	**41'000.00**	**82'000.00**
Gewinnvortrag	47'506.34	44'249.69
Jahresgewinn	20'319.50	3'256.65
Eigenkapital	**67'825.84**	**47'506.34**
Total Passiven	**115'324.94**	**137'418.24**

ERFOLGSRECHNUNG 2019

	2019 in CHF	2018 in CHF
Ertrag Beiträge u.a. Kanton und Gemeinden	366'620.00	357'700.00
Erträge aus Marketing-Projekten	92'125.70	52'267.25
Betrieblicher Ertrag	**458'745.70**	**409'967.25**
Marketing- und Werbeaufwand	226'879.25	200'313.35
Personalaufwand	156'816.75	144'928.50
Raumaufwand	5'820.00	6'320.00
Verwaltungsaufwand	17'209.85	55'148.75
Abschreibung	0.00	0.00
Betrieblicher Aufwand	**438'426.20**	**406'710.60**
Reinergebnis	**20'319.50**	**3'256.65**

Wandergruppe auf dem Weg zum Brisenhaus, Foto: Beat Brechbühl

REVISORENBERICHT

Bericht der Revisoren zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung des Vereins Nidwalden Tourismus (NWT) in Stans

Als Revisoren haben wir, Markus Wyss in Buochs und Urs Matzinger in Büren NW, die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Nidwalden Tourismus an der Geschäftsstelle in Stans für das vom 01.01.2019 bis 31.12.2019 umfassende 7. Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Verein vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Wir empfehlen der Generalversammlung des Vereins Nidwalden Tourismus die Jahresrechnung zu genehmigen und den Jahresgewinn auf die neue Rechnung vorzutragen.

Stans, 6. Februar 2020

Die Revisoren

Markus Wyss

Urs Matzinger

Beilage Jahresrechnung

LEISTUNGSAUFTRAG NIDWALDEN TOURISMUS

«Gmeinsam wärbid miär fir'd Tourismusregion Nidwaudä und Umgäbig.»

Der Verein Nidwalden Tourismus ist der offizielle Ansprechpartner der touristischen Leistungsträger im Kanton Nidwalden. Per 31. Dezember 2019 zählt der Verein 229 zahlende Mitglieder.

Der Verein vertritt Interessen gegenüber Kanton und Tourismusorganisationen und wird gemäss Leistungsvereinbarung mit der Volkswirtschaftsdirektion mit einem jährlichen Beitrag vom Kanton unterstützt.

Der Verein Nidwalden Tourismus nimmt folgende Aufgaben wahr:

- Ansprechpartner und offizielle Koordinationsstelle für übergeordnetes Marketing in Nidwalden
- Ausbau und Profilierung der touristischen Destination
- Förderung der touristischen Nachfrage mit gezielten Marketing-Massnahmen
- Aktive Öffentlichkeitsarbeit und politisches Lobbying
- Koordination der Massnahmen für die Tourismusförderung
- Zusammenarbeit mit benachbarten Destinationen, mit Schweiz Tourismus sowie weiteren touristischen und branchennahen Organisationen

Nidwalden Tourismus nimmt Koordinationsaufgaben und die Interessenvertretung gegenüber folgenden Stellen wahr (Auszug):

Nationale Partner	• Schweiz Tourismus • Schweiz Mobil
Kantonale und regionale Partner	• Luzern Tourismus (Einsitz im Marketingbeirat & Umsetzung der Marketingschwerpunkte) • Transportunternehmungen Zentralschweiz (TUZ) • Nidwaldner Wanderwege • Nidwaldner Bauernverband • Gastro Nidwalden • Waldstätterweg (Einsitz im Vorstand) • Sbrinz Route • Sakrallandschaft
Lokale Partner und Leistungsträger	• Tourismusorganisationen • Transportunternehmen / öffentlicher Verkehr • Museen / Theater / Kulturinstitutionen • Bergbahnen, Hotels, Ferienwohnungen und Restaurants, Events, etc. • Bürgenstock Resort Lake Lucerne • Freunde der Kleinseilbahnen
Medien	• Lokale, nationale und internationale Medien

Leistungsvereinbarungen mit Gemeinden

Nidwalden Tourismus übernimmt die Tourismusarbeit der Gemeinden Hergiswil und Stansstad. Nebst einem detaillierten Marketingkonzept erstellt Nidwalden Tourismus für diese beiden Gemeinden auch ein ausführliches Reporting.

VORSTAND

Der Vorstand von Nidwalden Tourismus besteht aus neun Vorstandsmitgliedern. Dieser ist vor allem für die strategische Führung des Vereins zuständig.

VORNAME, NAME	VERTRETER
Josef Lussi-Waser	Präsident, Marketing, Repräsentationen & Hotellerie
Peter Wyss	Vizepräsident, Finanzen, Marketing, Landrat
Markus Barmettler	Schweiz Mobil & Parahotellerie
Roland Blättler	Marketing & Landrat
Pietro Brand	Tourismusforum, Parahotellerie & Tourismusvereine
Christoph Keiser	Marketing & Gastronomie
Urs Waser	Marketing & Bergbahnen
Petra Liem	Engelbergertal Wolfenschiessen, Kleinseilbahnen
Caroline Winter	Bürgenstock Resort Lake Lucerne

v.l.n.r: Christoph Keiser, Peter Wyss, Josef Lussi-Waser, Roland Blättler (nicht im Bild: Markus Barmettler, Pietro Brand, Urs Waser, Petra Liem und Caroline Winter)

TEAM

Die Geschäftsstelle befindet sich im Reisezentrum der zb Zentralbahn AG in Stans. Nidwalden Tourismus betreibt keinen Schalter mit Kundenkontakt, bietet jedoch Gästeinformationen per Telefon und E-Mail an.

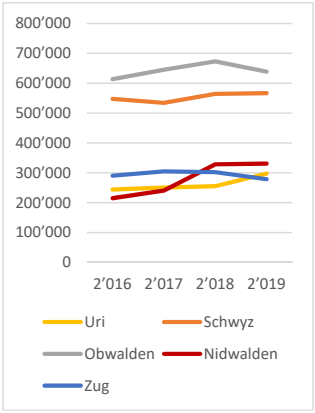
VORNAME, NAME	FUNKTION	SEIT
Fabienne Amstutz	Marketing & Administration, 80-100%	Dez. 2017
Christina Bucher	Marketing & Administration, 100%	Juli 2018
Caroline Pirskanen	Social Media, 10-20%, Home Office & Unterstützung Iheimisch 2019	Sep. 2013
Roland Baumgartner	Berater Marketing Projekte, ehem. Mitarbeiter von Schweiz Tourismus	Dez. 2012
Katja Odermatt	Freelancerin Reportagen & Unterstützung Iheimisch 2019	April 2018

v.l.n.r: Caroline Pirskanen, Christina Bucher, Katja Odermatt und Fabienne Amstutz. (nicht im Bild: Roland Baumgartner)

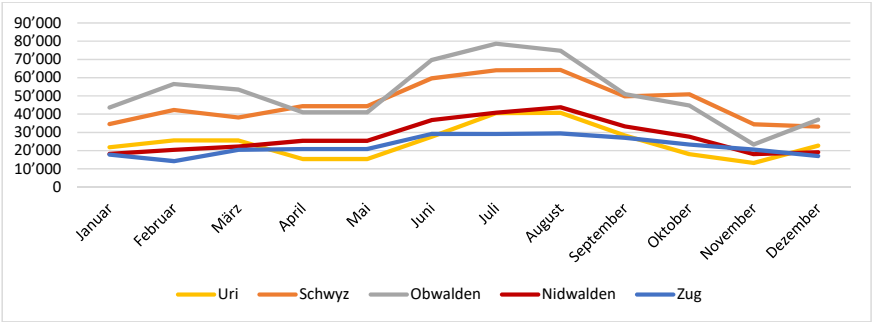
ECKDATEN UND STATISTIKEN

LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG 2016 - 2019
IM VERGLEICH MIT VIER ZENTRALSCHWEIZER KANTONEN

	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2018 vs. 2019
Uri	243'926	250'894	255'421	297'279	**+16.4%**
Schwyz	547'762	534'499	564'533	566'849	**+0.4%**
Obwalden	613'672	645'668	673'298	638'622	**-5.2%**
Nidwalden	215'012	240'658	328'506	330'908	**+0.7%**
Zug	290'642	305'013	302'196	278'756	**-7.8%**

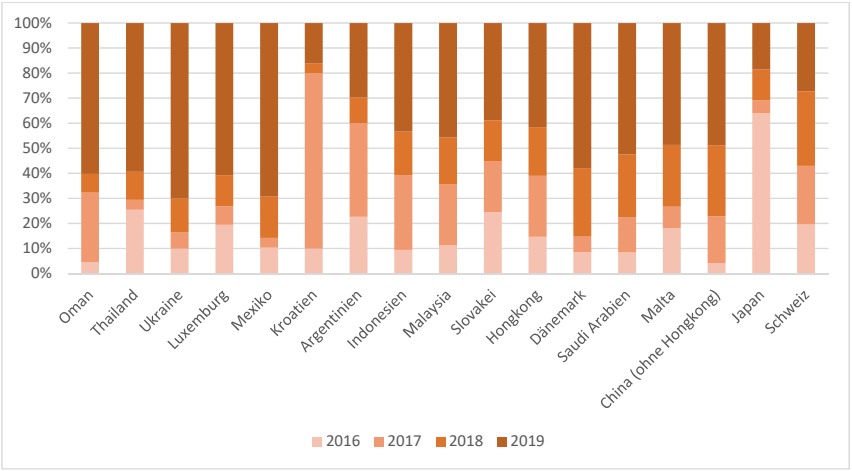


LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG JANUAR – DEZEMBER 2019
IM VERGLEICH MIT VIER ZENTRALSCHWEIZER KANTONEN



Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Uri	21'879	25'621	25'602	15'427	15'427	27'577	40'598	**40'760**	28'280	18'101	13'227	22'722
Schwyz	34'576	42'282	38'149	44'374	44'374	59'616	63'997	**64'218**	28'280	50'878	34'417	33'162
Obwalden	43'618	56'510	53'494	41'024	41'024	69'689	**78'585**	74'761	50'973	44'734	23'356	36'996
Nidwalden	18'208	20'446	22'248	25'364	25'364	36'718	40'766	**43'768**	33'284	27'628	18'060	19'156
Zug	17'855	14'243	20'437	20'875	20'875	29'147	29'116	**29'436**	27'087	23'338	20'536	17'009

ENTWICKLUNG GÄSTEHERKUNFT IN NIDWALDEN
VERGLEICH LOGIERNÄCHTE 2016 – 2019



Länder	2016	2017	2018	2019	Veränderung 2017 vs. 2018
Oman	48	292	78	634	**+713%**
Thailand	996	155	438	2'326	**+431%**
Ukraine	141	92	193	996	**+416%**
Luxemburg	476	181	305	1'489	+388%
Mexiko	80	30	128	537	+320%
Kroatien	106	744	42	172	+310%
Argentinien	115	190	52	151	+190%
Indonesien	180	571	335	832	+148%
Malaysia	101	217	168	409	+143%
Slowakei	170	141	113	269	+138%
Hongkong	581	967	770	1'648	+114%
Dänemark	214	156	687	1'453	+111%
Saudi-Arabien	688	1'154	2'047	4'299	+110%
Malta	61	29	83	164	+98%
China (ohne Hongkong)	3'409	15'223	23'186	39'831	+72%
Japan	2'136	168	411	619	+51%
Schweiz	102'853	122'884	156'582	143'360	**-8%**

Quelle: bfs.admin.ch

NIDWALDEN.COM

Bild: Wander-Kampagne 2019, Foto: Beat Brechbühl

Nidwalden Tourismus
Bahnhofplatz 2, Postfach 1045
CH-6371 Stans
041 610 88 33
info@nidwalden.com
www.nidwalden.com