Jahresbericht 2015

NIDWALDEN TOURISMUS

„Gastfreundlicher Power Kanton“

Bannalp. Foto: Caroline Pirskanen

Einheimische und Gäste finden in Nidwalden unberührte Natur, wie auf diesem Bild auf der Bannalp. Nirgends auf der Welt gibt es mehr Bergbahnen auf so kleinem Raum, berühmte Bahnen wie die steilste Zahnradbahn auf den Pilatus, die erste drehbare Luftseilbahn auf den Titlis, die CabriO-Bahn aufs Stanserhorn, der Bürgenstock-Hammetschwand-Lift und viele kleine Luftseilbahnen wie z.B. die Luftseilbahn Fell-Chrüzhütte auf die Bannalp.

Tagesausflugsgäste geniessen verschiedenste Erlebnisangebote wie schwimmen im See, Kanu fahren, segeln, tauchen, wandern, an Feuerstellen grillieren, biken, Golf spielen, Bogen schiessen und Adrenalin spüren sei es bei Quad-Touren, im Seilpark, Klettergarten oder beim Gleitschirmfliegen. Feriengäste haben in Nidwalden eine grosse Auswahl von Hotels, Berggasthäuser, Ferienwohnungen, Camping-plätze, „Schlafen im Stroh“ sowie über 100 Restaurants und gemütliche „Alpbeizli“.

Nidwalden bietet attraktive Familien-Schneesportgebiete auf der Klewenalp und dem Wirzweli. Schneeschuhläufer, Tourenfahrer, Free-Rider und Naturliebhaber schätzen die unberührte Natur auf der Bannalp, dem Niederbauen, dem Haldigrat und im Gebiet Niederrickenbach.

Inhaltsverzeichnis

1. Rückblick des Präsidenten ... 3
1.1. Logiernächte in Nidwalden ... 4
1.2. Anzahl Besucher bei touristischen Unternehmen ... 4
2. Ziele – Was hat NWT 2015 konkret erreicht? ... 6
3. Marketing ... 7
3.1. Gäste-Information ... 7
3.2. E-Marketing ... 10
3.3. Marketing Haupt-Kampagne ... 12
3.4. Power Bank ... 13
4. Medienarbeit ... 14
5. Partnerschaften ... 16
5.1. Kanton Nidwalden ... 16
5.2. Luzern Tourismus (LTAG) ... 16
5.3. Schweiz Tourismus (ST) ... 18
5.4. Jubiläum 200 Jahre Gastfreundschaft in der Zentralschweiz ... 18
5.5. Waldstätterweg ... 20
5.6. Nidwaldner Kalender – Schweiz Mobil ... 20
6. Jahresrechnung ... 21
6.1. Bilanz ... 21
6.2. Erfolgsrechnung ... 22
6.3. Revisorenbericht ... 23
7. Verein ... 24
7.1. Mitglieder ... 24
7.2. Vorstand und Geschäftsstelle ... 25

1. Rückblick des Präsidenten

Versöhnlicher Abschluss eines eher schwierigen Tourismusjahres 2015

Noch 2007 kostete ein Euro (€) rund 1.68 Franken, 2011 lag er bei ungefähr 1.43 Franken. Die hiesigen Unternehmen mussten also innert acht Jahren eine Aufwertung des Frankens um fast 60 Rappen oder fast 40 Prozent verkraften. Der starke Franken und der schwache Euro lassen denn auch die Hauptferiengebiete Berner Oberland, Graubünden, Tessin und Wallis leiden, der urbane Tourismus hingegen boomt. Die Zentralschweiz hat dank dem Sondereffekt „200 J GFZ" und der Raiffeisen-Aktion die Logiernächte halten oder sogar erhöhen können. Der Rückgang der europäischen Gäste konnte mit Zuwächsen aus China und Indien kompensiert werden und die einheimischen Gäste hielten uns die Treue, auch dank „GÄSTIVAL" mit der Seerose, den Mitmachprojekten, dem neuen (wiederhergestellten) Waldstätterweg, der Sensibilisierung für die Gastfreundschaft und der „Zeitreise", einer Publikation mitunter zum Aufzeigen der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Zentralschweiz von früher bis heute. Auch der kurze heisse Sommer hat beigetragen, dass die Tagesgäste in der für unsere Region so wichtigen Sommerzeit – auch kurzfristig - zahlreich in den Kanton Nidwalden geströmt sind. Überall hier hat Nidwalden Tourismus einen wichtigen Beitrag geleistet.

Nidwalden Tourismus hat sich als Organisation etabliert und bestätigt

Es dürfte mich als Präsidenten freuen, wenn ich über einen Aufschwung im Tourismus des Kantons Nidwalden berichten darf. Unsere Ziele wurden erfüllt und unsere Organisation hat sich weitest gehend etabliert. Doch ohne in Pessimismus zu verfallen, soll ein Leitungsorgan – und als dieses verstehe ich den Vorstand – auch die eigenen Leistungen und Ziele kritisch hinterfragen. Als Vorstand von Nidwalden Tourismus sollen wir die Grundlagen für die Funktion (Organe / Organisation) und die Struktur (Rahmenbedingungen) für eine zukunftsgerichtete Arbeit von NWT schaffen. Mit der Abgrenzung zu und der Zusammenarbeit mit anderen Tourismusorganisation, der kantonalen Verwaltung und unseren Mitgliedern sowie den Erbringern von touristischen Leistungen haben wir uns positioniert. Mit ersten, mittelfristigen Aktivitäten (Website, 46 Bergbahnen, 44 Aussichten, 40 Aktivitäten, Power Banks, Schulungen, u.a.m.) konnten wir unsere Kreativität im (Guerilla-) Marketing unter Beweis stellen. Auch die Finanzen haben wir im Griff und können immer besser planen. Mittels einem Geschäftsreglement, einer gut funktionierenden Geschäftsstelle und der Arbeit in Fachkommissionen koordinieren wir die Aktivitäten und erarbeiten / festigen unser touristisches Netzwerk. Mit der Verabschiedung des neuen Tourismusförderungs-gesetzes warten nun neue Aufgaben auf uns.

Freizeit & Sport, Natur & Kultur, Transit & Ruhe in den Fokus rücken

Die Herausforderungen für die Zukunft werden nicht kleiner. Blicken wir noch einmal zurück, was uns von 2015 in Erinnerung bleibt: Anschlag auf „Charlie Hebdo", SNB hebt Euro-Mindestkurs auf, EZB kündigt quantitative Lockerung an, Minsk II. Abkommen „Ukraine-Krise", 150 Tote bei Absturz eines Germanwings-Airbus, CO2-Konzentration durchbricht Schallmauer, Abgas-Skandal bei Volkswagen, Verhaftung von Fifa-Funktionären in Zürich, fast ein Jahrhundertsommer in der Schweiz, kein Ernstfall mehr in Havanna (Kuba), über 2'000 Tote bei Massenpanik in Mekka, Flugzeugabsturz im Sinai, Anschlag auf das Pariser Nachtleben, Erdölpreis im Sinkflug (Fass Erdöl unter 40 $). Die Rahmenbedingungen für den und im Tourismus ändern sich oft schlagartig. Wir in unserer sicheren Schweiz mit intakten Infrastrukturen und schönsten Landschaften dürfen mit Stolz uns, unsere Gegend, unsere Leistungen und unsere Produkte bewerben und bekannt machen. Nirgends ist es so schön und sicher, heben wir diese SEP (Strategischen Erfolgspositionen) doch wieder vermehrt hervor. Viele hart arbeitenden und gestressten Mitmenschen wollen ausbrechen und Ferien machen. Laden wir sie doch zu uns ein. Hier finden sie Ruhe von der Hektik – zum Beispiel mit einem gebrätelten Cervelat an einer der Grillstellen im Kanton Nidwalden!

Bei all diesen Tätigkeiten und Aufgaben unterstützen mich der Vorstand, Erna Blättler-Galliker, Geschäftsleiterin, und unsere Teilzeitmitarbeitenden tagtäglich. Herzlichen Dank für den grossen Einsatz und die investierte Zeit für den Tourismus in Nidwalden. Weiter bedanke ich mich bei allen, die unsere Anliegen unterstützen und uns helfen sowie gut und konstruktiv mit uns zusammen arbeiten. Ein besonderes Dankeschön spreche ich an Regierungsrat Dr. Othmar Filliger, Vorsteher der Volkswirtschaftsdirektion Nidwalden, sowie dem Direktionssekretär Philipp Zumbühl aus. Sie fordern, fördern, helfen und unterstützen uns, immer im Sinne und zum Nutzen des Tourismus und seiner Nutzniesser, den Gästen und den Betrieben. Vielen Dank an alle!

Der Präsident Josef Lussi-Waser
Beckenried, März 2016

Nidwalden

Mehr als 2‘000 Personen arbeiten in Nidwalden direkt in der Tourismusbranche. (Vergleich: Land-/ Forstwirtschaft: ca. 1‘400, Industrie-/Gewerbe: ca. 6‘500). Auch viele dieser nicht-touristische Firmen in Nidwalden profitieren indirekt vom Tourismus. So beträgt der direkte und indirekte touristische Umsatz in Nidwalden gemäss einer Wertschöpfungsstudie[1] rund 320 Mio. Franken pro Jahr.

1.1. Logiernächte in Nidwalden

In Nidwalden stiegen 2015 die Logiernächte um 4,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dieses positive Resultat ist besonders eindrücklich, da die meisten Kantone rückläufige Zahlen aufweisen. Einzig die drei Kantone Schaffhausen (+8,4%), Obwalden inkl. Engelberg (+6,1%) und Luzern (+5,7%) verzeichnen noch höhere Zunahmen. In Nidwalden wurden vom BfS[2] im Jahr 2015 total 42 geöffnete Betriebe (2014: 40 Betriebe) erfasst, welche insgesamt 1‘809 Betten (Vorjahr: 1‘778 Betten) angeboten haben. Die Brutto-Bettenauslastung betrug im 2015 in Nidwalden total 32,2%.

Logiernächte in NW-Hotels	**2015**	**In % vom Total**	**2014**	**In % vom Total**	**Differenz Vorjahr in %**
Total Logiernächte	**212‘706**	**100 %**	**202‘916**	**100 %**	**4,82 %**
Inland	97‘632	45,9 %	90‘823	44,8 %	7,5 %
Ausland*	115‘074	54,1 %	112‘093	55,2 %	2,7%
*davon aus:					
China	27‘269	12,8 %	20‘784	10,2 %	31,2%
Deutschland	24‘479	11,5 %	26‘558	13,1 %	-7,8%

Insgesamt 46 Hotels und Berggasthäuser (Vorjahr 46 Betriebe) sowie 40 Vermieter von Ferienwohnungen und Campingplätzen (Vorjahr 49 Betriebe) sind per Ende 2015 Mitglied von Nidwalden Tourismus (NWT).

1.2. Anzahl Besucher bei touristischen Unternehmen

Die Logiernächte machen in Nidwalden etwa 20 % des gesamten Tourismusvolumens aus. 80 % aller Touristen besuchen Nidwalden als Tagesgäste.

Eine wichtige Rolle spielen dabei die 46 Bergbahnen von Nidwalden und Umgebung sowie die öV-Partner Zentralbahn, PostAuto AG und Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees. Nidwalden bietet zudem eine breite Palette von Freizeit-, Sport-, Erholungs- und Erlebnis-Aktivitäten und Events wie Museen, Gleitschirmfliegen, Rodeln, Bike-, Trottinet- und Kanu-Fahren, Golf, Tennis, Bowling, Segeln, Schlitteln, Eislaufen und vieles mehr.

Unter anderem dank der hervorragenden Lage, den attraktiven Angeboten der Leistungsträger und den gemeinsamen Aktionen erreichten die mit uns zusammen arbeitenden Bergbahnen durchwegs erfreuliche Gäste-Zunahmen. Spitzenreiter sind dabei die Stanserhorn-Bahnen mit einer Steigerung der Anzahl Gäste um 13,3 %.

[1] Wertschöpfungsstudie Rütter+Partner, Mai 2004
[2] BfS, Bundesamt für Statistik, 29.2.16

Doch auch die Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees hat in Nidwalden zugelegt: So sind rund 9 % mehr Gäste an den sieben Nidwaldner-Stationen ein-, bzw. ausgestiegen. Genauso erfreulich sind auch die Zahlen der Bergbahnen Beckenried-Emmetten, der PostAuto Zentralschweiz und der Zentralbahn in Nidwalden. Auch kleinere Tourismusperlen erreichten erfreuliche Zahlen.

Anzahl Besucher bei …	**Anzahl Passagiere/Eintritte**	
	2015	2014
… kantonalen, überregionalen Unternehmen		
Zentralbahn: S4 Luzern-Stans/Wolfenschiessen, IR Luzern-Engelberg	3,74 Mio.	3,57 Mio.
PostAuto Zentralschweiz: alle Nidwaldner Linien	1,996 Mio.	1,857 Mio.
Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees, alle 7 NW-Stationen, sämtliche Ein- und Ausstiege	378‘621	347‘750
… lokalen Unternehmen / Organisationen		
Luftseilbahn Beckenried-Klewenalp und Gondelbahn Emmetten-Stockhütte: Anzahl Personen, 1. Zutritte Bergfahrten Frequenzen aller 13 Anlagen im Gebiet Klewenalp-Stockhütte	272‘245 1‘732‘419	253‘500 1‘702‘970
Stanserhorn Bergbahnen (Anzahl Personen ab Stans)	186‘374	164‘541
Luftseilbahn Dallenwil-Niederrickenbach, Frequenzen	109‘278	108‘716
Luftseilbahnen Bannalpsee und Chrüzhütte, Frequenzen	53‘999	52‘111
Luftseilbahn Emmetten-Niederbauen	73'786	63‘559
Glasi Hergiswil Museums-Besucher	55‘000	65‘000
Alle 3 NW-Museen (Winkelriedhaus, Salzmagazin, Festung Fürigen)	8‘565	10‘285

Wir sind stolz und dankbar, ein Partner von Nidwalden Tourismus (NWT) zu sein, um gemeinsam für unsere Gäste unvergessliche Erlebnisse anzubieten.

Ich bin sehr beeindruckt, wie gut und innovativ NWT unterwegs ist und wie sie mit sehr bescheidenen Mitteln eine grosse Wirkung erzielen. Super, dass das Tourismus-förderungsgesetz jetzt umgesetzt wird.
Renato Fasciati, Geschäftsführer Zentralbahn AG

2. Ziele – Was hat NWT 2015 konkret erreicht?

Ziel von NWT ist es, dass seine Mitglieder eine grösstmögliche Wirkung spüren. Der Bekanntheitsgrad von Nidwalden als Destination mit rund 300 Leistungsträgern in der Zentralschweiz soll weiter gesteigert werden. Mitglieder generieren dadurch zusätzliche Erträge. Mitglieder finden zudem Unterstützung in Bezug auf Netzwerk, Weiterleiten von Angeboten und Wissenstransfer. NWT-Mitglieder werden unterstützt in der Zusammenarbeit mit Partnern wie Luzern Tourismus (LTAG) und Schweiz Tourismus (ST). NWT setzt sich für die Interessen seiner Mitglieder ein und betreibt Lobbyarbeit für die Tourismusbranche.

Da es nicht möglich ist herauszufinden, welche konkreten Resultate Marketingmassnahmen im Detail bringen, orientiert sich NWT an folgenden Indikatoren, die aufzeigen, welche Massnahmen auf welches Interesse gestossen sind:

Marketingziele Nidwalden Tourismus - 2015	**budgetiert**	**Effektiv erreicht**
Anzahl nachgefragter, bzw. verteilter Faltkarten mit den 40 Ausflugstipps	22‘000 Faltkarten	25‘000 Faltkarten
Anzahl gestempelte Besuche (aufgrund der eingesandten, vollen Stempelkarten)	1‘350 Besuche	2‘461 Besuche
Einnahmen bei den 40 Leistungsträgern (gemäss der gestempelten Besuche, Schätzung)	CHF 30‘000	CHF 59‘200
Anzahl bestellte Leiterlispiele (auf Karton aufgezogen)	450 Leiterlispiele	1‘465 Leiterlispiele
Anzahl Teilnehmer am Fotowettbewerb zum Thema Ausflugstipps	450 Fotos	141 Fotos
Anzahl nachgefragter, bzw. verteilter Faltkarten mit den 46 Bergbahnen (Neuauflage)	20‘000 Faltkarten	25‘000 Faltkarten
Anzahl Besucher der Webseite www.nidwalden.com	50‘000	46‘094
Anzahl Fans der Facebook Fanseite facebook.com/nidwalden.tourismus	5‘000	5‘354
Anzahl Gäste-Newsletter Empfänger	5‘300	5‘169
Anzahl Medienberichterstattungen über Nidwalden und deren Partner (ausgelöst durch NWT)	20	35
Anzahl Vereinsmitglieder	300	281
Gästeinformation		Siehe Punkt 4.1

„Was Nidwalden Tourismus mit der Geschäftsstelle als „one-woman-show“ leistet, ist höchst beeindruckend. Zusammen mit dem grossen Engagement des Vorstands konnte unsere kantonale Tourismuswerbung mit raffinierten Marketing-Aktionen trotz fehlender Mittel über Wasser gehalten werden. Danke für die beherzte Leistung!

Bald kommt endlich das neue Tourismusförderungsgesetz und schafft verlässliche Verbindlichkeiten. So gelingt es, Nidwaldens touristische Strahlkraft zu erhalten.“
Jürg Balsiger, Direktor CabriO-Stanserhorn-Bahn

3. Marketing

Erst durch das kollektive Miteinander und Bündeln der Kräfte sind auch kleinere Unternehmen in der Lage, bei spannenden Aktionen und überregionaler Werbung kostengünstig mitzumachen. 2015 waren mehr als 100 Mitglieder aus allen elf Gemeinden vom direkten Nutzen der NWT-Marketingaktionen überzeugt und investierten 60‘500 Franken in gemeinsame Aktivitäten (2014 waren es CHF 21‘500).

Und dies zusätzlich zu den Jahresbeiträgen und allgemeinen Marketing-Beiträgen.

Beiträge	**2015**	**2014**
Mitgliederbeiträge und freiwillige Unterstützungsbeiträge	45‘609.90	42‘460.10
Zusätzliche Zahlungen für konkrete wirkungsvolle Marketing-Projekte (z.B. Leiterlispiel, Power Banks, usw.)	60‘487.80	21‘547.00

Folgende **Hauptprojekte** stiessen im letzten Jahr bei den Mitgliedern auf reges Interesse und wurden in der Geschäftsstelle von NWT mit insgesamt 80 Stellenprozenten umgesetzt:

- Gäste-Information
- E-Marketing
- Haupt-Kampagne: Neue Faltkarte mit 40 Aktivitäten, auf Karton aufgezogenes Leiterlispiel mit Figuren, Ehrung der „Aktivität des Jahres 2015“
- Power Bank Projekt mit rund 100 Partnern im Kanton Nidwalden
- Medienarbeit
- Partnerschaften mit LTAG und Region Zentralschweiz
- Gästival: Workshops und Gästeberatung während der Seerosen-Zeit

3.1. Gäste-Information

Der Kanton beauftragte NWT auch 2015 mit dem Betrieb und Unterhalt einer kantonalen Informationsplattform. Die Leistungsvereinbarung umfasste das Aufschalten aktueller Informationen auf der Webseite www.nidwalden.com mit Verlinkung der touristischen Angebote, die Möglichkeit für Direktbuchungen, Gästeinformationen via Telefon, E-Mail und Post sowie Aufbereitung einer Hotel- und Ferienwohnungsliste. NWT schloss zudem eine Basis-Vereinbarung mit Luzern Tourismus (LTAG) ab, leitete Informationen an die Leistungsträger weiter und arbeitete im Marketingbeirat von LTAG mit.

Diese umfangreichen Aufgaben kosteten rund 223‘000.- Franken. Daran beteiligte sich der Kanton im 2015 mit total 105‘000 Franken aus den Einnahmen der kantonalen Gastgewerbe- und Beherbergungsabgaben.

Gäste-Information per Telefon, E-Mail und Prospektversand

NWT hat im 2015 an 255 Tagen von Montag bis Freitag von 07.00 – 19.00 Uhr in vier Sprachen **1‘272 Anrufe** entgegen genommen. Davon wurden knapp 500 Anrufe an 104 Tagen durch die Geschäftsstelle selber beantwortet, die restliche Zeit durch das professionelle Servicecenter Call Point. Das führende Schweizer Servicecenter hat 2015 den begehrten „Best Partnership Award“ mit Mobility Carsharing entgegennehmen dürfen. Call Point nimmt auch seit Jahren Anrufe für Zalando entgegen. Auch unsere Kunden sind mit dem Service von Call Point zufrieden, wie Testfragen bestätigten.

Mail vom Juni 2015: „Chère Madame. J'ai bien reçu hier votre courrier posté le 19 juin, suite à mon appel téléphonique du même jour. Cela me permets de bien planifier mon déplacement prévu pour mardi prochain, ou éventuellement un des jours suivants, en fonction des conditions météorologiques. Décidément, Stans mérite d'être visité, le plan avec le parcours commenté est très parlant, et la montée au Stanserhorn est bien tentante, si le temps à disposition le permet. Un grand merci encore pour vos bons conseils et pour votre prompt envoi! Avec mes meilleures salutations."
J. W., Pully

Die Geschäftsstelle steht in wöchentlichem Austausch mit den Verantwortlichen vom Call Point Team. Einmal pro Jahr findet zudem eine halbtägige, ausführliche Schulung der Telefonistinnen und Telefonisten direkt beim Servicecenter statt. 35 % aller Anrufe erreichten uns zwischen 7 und 11 Uhr morgens. 22 % riefen zwischen 11 und 13.30 Uhr an, während 29 % die Nummer 041 610 88 33 zwischen 13.30 und 16 Uhr wählten. Nur 14 % brauchten zwischen 16 und 19 Uhr Auskunft.

Leistungen / Anzahl Kontakte	**2015**	**2014**
Auskünfte bei telefonischen Anfragen	1'272	1'347
Prospektversand - hauptsächlich Schweiz	591	530
Übernachtungs-Buchungen per E-Mail, Zopim-Chat oder direkt über Channel Manager / Reservationssystem www.nidwalden.com	61	57

Mail vom Juli 2015: „Wow!! So eine schnelle, fundierte und umfangreiche Antwort mit vielen Ideen, die das Problem lösen, find ich ja hammermässig! Vielen herzlichen DANK – und wenn das der Service-Level im Kanton Nidwalden ist, mache ich mich wahrlich keine Sorgen. Freundliche Grüsse aus der Ostschweiz."
S. H., Atelier Coaching & Training AG

Themen, zu welchen Anrufende Auskunft wünschten	**Anzahl Anrufe 2015**	**Anzahl Anrufe 2014**
Lokale Themen		
Stans, Stanserhorn	297	256
Stansstad, Bürgenstock, Kehrsiten	122	174
Beckenried, Klewenalp	11	43
Dallenwil, Oberdorf, Niederrickenbach, Wirzweli	21	38
Hergiswil, Pilatus	46	34
Buochs, Ennetbürgen	26	30
Ennetmoos, Wolfenschiessen, Bannalp	45	13
Emmetten, Stockhütte, Niederbauen	22	4
Zusätzliche Anfragen, welche nicht einem einzelnen Ort zugeordnet werden konnten		
Diverses, Anfrage zu mehreren Destinationen	268	230
Ausflüge, Wandern, Bergbahnen, allgemein	178	189
Unterkünfte: Hotels, Ferienwohnungen, Camping, Bauernhof-Ferien	142	174
Nicht touristische Gemeinde- und Kantonsfragen	61	88
Anfragen zu den Nachbar-Kantonen Obwalden und Luzern	33	74
Total	**1'272**	**1'347**

Mail vom 27.6.15: „Ganz herzlichen Dank für Ihre rasche und ausführliche Antwort. Das hilft mir schon mal sehr weiter für die ganze Organisation. Es ist sehr nett, dass Sie meine Anfrage auch gleich an die Zentralbahn weitergeleitet haben. Schön, wenn man so unkompliziert Hilfe bekommt. :-) Ein schönes Wochenende und beste Grüsse in die Innerschweiz."
J.S., Zürich

Gäste-Information vor Ort

Nidwalden (276 km²) liegt zwischen den weltbekannten Destinationen Luzern und Engelberg, welche beide eine umfangreiche Tourist Information anbieten. Auch bei Obwalden Tourismus in Sarnen sind Prospekte von Nidwalden erhältlich. Die beiden Gemeinden Beckenried und Emmetten betreiben ebenfalls selber Gäste-Informationen vor Ort.

Tourismus Stans hat mit NWT und der Zentralbahn Vereinbarungen abgeschlossen, damit die Gäste im Kantonshauptort am Bahnhof touristische Auskünfte erhalten. Buochs-Ennetbürgen Tourismus arbeitet dazu mit der Post Buochs zusammen. Die Gemeinde Hergiswil hat die Gästebetreuung an NWT und die „Boutique sin6" delegiert. Informationen über Dallenwil-Wirzweli-Wiesenberg erteilt die Luftseilbahn Dallenwil-Wirzweli und bei der Talstation der Luftseilbahn Dallenwil-Niederrickenbach erhält man Auskünfte über die Region von Maria Rickenbach / Oberdorf. Die Gemeinde Wolfenschiessen arbeitet dazu mit Engelberg-Titlis Tourismus zusammen. Kehrsiten Tourismus tauscht sich mit NWT aus.

Dank regelmässigem Informationsaustausch und Bedienung mit Prospekten sind diese Organisationen in der Lage, Gäste auch vor Ort kompetent über Nidwalden zu informieren. Das Team vom Tourist Office in Luzern wird durch NWT regelmässig über Aktivitäten informiert und jährlich vor Ort mit einer ausführlichen Schulung orientiert.

Elisabeth Hänggi und Felix Günter Ferienwohnungsvermieter in Emmetten

„Die Zusammenarbeit und Vernetzung der verschiedensten Marktanbieter für die Vermarktung der Ferienregion Zentralschweiz finden wir enorm wichtig. Viele unserer Gäste sind ältere Menschen, die jetzt in Pension sind, noch rüstig, aber ohne PC-Kenntnisse und die schätzen auch das Tourismusbüro in Emmetten sehr.
Der Tourismus ist für den Kanton ein bedeutender Wirtschaftszweig. Damit der Tourismus im Kanton NW die gleichen Chancen erhält wie in den Nachbarkantonen erachten wir es als logisch und dringlich, dass er finanziell auch unterstützt wird, wie dies in den Nachbarkantonen die Regel ist.“

Gäste-Information im Länderpark – NWT-Tourismuswand

Der Länderpark bietet 52 Geschäfte aus verschiedenen Sparten auf über 19‘000 m2 an. Da sich die Tourismuswand einer immer grösseren Beliebtheit erfreut, bestand seit längerem eine Warteliste.

Dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen des Länderparks Stans konnten wir Ende 2015 von 26 Prospektfächer auf neu 38 Fächer aufstocken.

Auch bei den Autobahn-Raststätten MyStop Gotthard in Erstfeld und in Neuenkirch sowie am Brünigpass im Info-Point vom Brünigpark war NWT im 2015 mit Prospekten präsent.

3.2. E-Marketing

„Der Einfluss der elektronischen Medien und der Technologien wird immer wichtiger. Soziale Medien spielen hierbei eine grosse Rolle. Dies hat auch Auswirkungen auf den Tourismus, auf die Informations-Distribution der Anbieter oder auf die Kaufentscheidungen bei den Kunden. Seinen Urlaub online zu buchen ist mittlerweile so selbstverständlich wie die vorherige Informationsbeschaffung über spezifische Portale, man denke an TripAdvisor.

Dass Nidwalden Tourismus grossen Wert auf die Bearbeitung der elektronischen Kanäle und der sozialen Medien legt, finden wir richtig und wichtig.“

Urs Wagenseil, Prof./Leiter Tourismus, Hochschule Luzern Wirtschaft, Institut für Tourismuswirtschaft

Social Media

Die Marke „Google“ gehört seit Jahren zu den wertvollsten Marken der Welt. Die Suchmaschine Google hat weltweit einen Anteil von etwa 73 % aller Suchanfragen des Internets (Stand: Februar 2015). Gesucht werden natürlich auch touristische Themen und Partner. So „googelten“ die Schweizer im Jahr 2015 folgende Ausflugsziele am häufigsten[3]: schweizweit auf Platz 3 steht der Titlis, auf Platz 5 der Pilatus und auf Platz 8 das Stanserhorn. Gründe genug, um „Google“ auch für Nidwalden zu nützen.

Facebook

Gemäss eigenen Angaben zählte Facebook 2015 rund 1,5 Milliarden Mitglieder und liegt damit weltweit auf Rang zwei der meistbesuchten Websites. Laut einer Studie für das Jahr 2015 des „Reuters Institute der Universität Oxford“ wurde Facebook als Nachrichtenkanal in Deutschland von 23 % aller Altersgruppen genutzt, in den USA von 41 % aller Altersgruppen. Laut einer Langzeitstudie der TU Darmstadt und der TU Dresden wurden im Jahr 2014 in Deutschland rund 91 Prozent aller Online-Nachrichten der Mediengesellschaften über die Facebook-Like und Teilen-Buttons verbreitet.

NWT legt grossen Wert auf die Bearbeitung der sozialen Medien, insbesondere auf das Facebook. Das wirkt sich auch aus auf die äusserst erfreuliche Anzahl Fans:

Facebook Fanseite	Fläche Kanton in km²	Logier-nächte 2015	Logier-nächte 2014	Anzahl Fans 31.12.15	Anzahl Fans 31.12.14
Nidwalden Tourismus	276	212‘706	202‘916	**5‘354**	3‘664
Schwyz Tourismus	908	591‘169	592‘931	**1‘144**	295
Uri Tourismus ohne Andermatt	1‘077	241‘394	244‘489	**1‘320**	1‘071
Andermatt Tourismus		80‘709	83‘027	**1‘218**	851
Obwalden Tourismus o.Engelberg	491	308‘473	335‘238	**1‘696**	1‘501
Engelberg-Titlis Tourismus		354‘960	300‘000	**12‘301**	10‘439
Luzern Tourismus	1‘493	2‘030‘219	1‘919‘902	**36‘464**	38‘310
Schweiz Tourismus	41‘285	35‘628‘476	35‘933‘512	**1‘503‘452**	1‘351‘560

Total hat NWT im letzten Jahr **426 Facebook-Mitteilungen (Posts**) platziert.
Es gab Posts, die **bis zu 100‘000 Personen** erreichten und hundertfach geteilt wurden.

Destination	Anzahl Posts
Stans, Stanserhorn	59
Hergiswil, Pilatus	62
Stansstad, Bürgenstock, Kehrsiten	27
Buochs / Ennetbürgen	60
Beckenried, Klewenalp	25
Emmetten, Niederbauen	34
Dallenwil / Oberdorf, Wirzweli, Maria-Rickenbach	22
Wolfenschiessen, Trübsee, Bannalp	48
Engelberg, Brunni, Fürenalp	37
Kanton und allgemein	52
Total	**426**

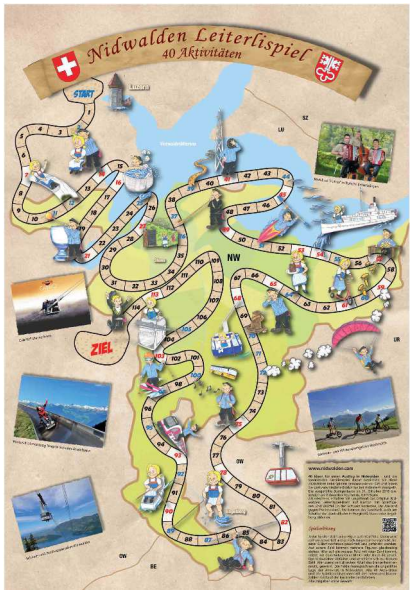
[3] 20 Minuten Luzern: vom 16. Dezember 2015, Seite 2

3.3. Marketing Haupt-Kampagne

Alle zwei Jahre definiert Schweiz Tourismus (ST) ein Haupt-Marketingthema und bittet die Destinationen, dieses Thema ebenfalls in ihren Regionen umzusetzen. 2015 und 2016 heisst das Motto „Touring“ und wurde von ST mit der „Grand Tour durch die Schweiz“ lanciert.

Nach dem grossen Erfolg mit dem Quartett der 46 Bergbahnen von Nidwalden und Umgebung sah sich das Marketing-Team von NWT in ihrer Arbeit bestätigt und suchte nach weiteren Möglichkeiten. Gesellschaftsspiele sind beliebt, das zeigt eine Studie von Innofact. So stand auch Ende 2015 im Blick: „Brettspiele sind wieder voll im Trend: Gerade in der kälteren Zeit oder bei Schlechtwetter sind Gesellschaftsspiele eine wirklich schöne und sinnvolle Freizeitbeschäftigung für die ganze Familie.“

Das Motto „Touring durch Nidwalden“ mit einem Leiterlispiel umzusetzen, fanden auch 40 Nidwaldner Leistungsträger eine gute Idee und investierten in die Umsetzung einer neuen Faltkarte und in ein auf Karton aufgezogenen „Nidwalden Leiterlispiel“. Nebst dem finanziellen Engagement stellte sich die Glasi Hergiswil auch spontan zur Verfügung, für NWT das Einpacken der Leiterlispiele in Hunderte von Couverts zu übernehmen.



Wer sich drei der 40 Aktivitäten mit einem Stempel bestätigen liess, konnte die volle Stempelkarte an NWT schicken und erhielt dafür ein Leiterlispiel geschenkt. Dank der engen Zusammenarbeit mit der Zentralbahn konnten Interessierte die volle Stempelkarte auch an den Schaltern in Engelberg, Stans und Hergiswil abgeben und sofort ein Leiterlispiel entgegen nehmen.

Vorstandsmitglied Markus Barmettler übernahm die grosse Arbeit, die Leiterlispiele zu verschicken. An dieser Stelle geht ein grosses Dankeschön an alle Partner, die tatkräftig mitgeholfen haben, dass auch diese Aktion ein voller Erfolg wurde. Gesamthaft konnten wir so gemeinsam im Jahr 2015 total **1‘465 Leiterlispiele** verschenken.

Die gestempelten Besuche generierten bei den 40 mitmachenden Partnern mehr als 60‘000 Franken Umsatz. Zudem gelang es, eine mediale Aufmerksamkeit zu erreichen, sei es bei der Lancierung im Februar 2015 in der Neuen Nidwaldner Zeitung oder bei der Ehrung der „Aktivität des Jahres“ im November 2015 auf dem Stanserhorn mit einer grossen Berichterstattung in der „Zentralschweiz am Sonntag“.

40 Nidwaldner Ausflüge spielerisch erleben

NIDWALDEN Wie lässt sich die Vielfalt des Kantons spielerisch erkunden? Ein Leiterlispiel führt an die schönsten Orte Nidwaldens.

KURT LIEMBD
redaktion@nidwaldnerzeitung.ch

Auch wenn die Organisation Nidwalden Tourismus nur über knappe Geldmittel verfügt – oder vielleicht gerade deswegen –, gelingen ihr immer wieder originelle Aktionen. Vor zwei Jahren standen die 46 Bergbahnen im Fokus und 2014 die Aussichtspunkte Nidwaldens, verbunden mit einem Fotowettbewerb. Mit dem Leiterlispiel folgt nun ein weiterer Streich. Und das funktioniert so: Auf einem Faltprospekt finden sich 40 verschiedene Attraktionen und Aktivitäten in ganz Nidwalden. Das Spektrum reicht vom Hammetschwandlift über die Weberei im Kloster Maria-Rickenbach bis zur Besenbeiz «Fägnäscht» auf dem Mueterschwandenberg. Auf diesem Prospekt befindet sich auch eine Stempelkarte. Wer sich den Besuch von drei dieser vierzig Erlebnisse darauf abstempeln lässt, bekommt ein Leiterlispiel geschenkt. Die Faltkarte ist gratis an jeder Station der Zentralbahn sowie bei den meisten Tourismusbetrieben, Bergbahnen, Hotels und Restaurants in Nidwalden erhältlich.

«Man kann es auch unterwegs sehr gut spielen.»
SEPP LUSSI, PRÄSIDENT NIDWALDEN TOURISMUS

Die geistigen Schöpfer des Leiterlispiels zeigen vor, wie man es spielt (von links): Jan Schweizer, Peter Wyss, Erna Blättler und Roland Baumgartner.
Bilder Corinne Glanzmann/Kurt Liembd

Das Leiterlispiel ist auf stabilem Karton aufgezogen und weist eine grosszügige Spielfläche auf. Beim Spielen lernen Kinder wie Erwachsene die Nidwaldner Geografie kennen, rutschen mit ihrer Spielfigur die Rodelbahn hinunter oder fahren mit Schiff, Bergbahnen oder Zug kreuz und quer durch den Kanton. Geistige Schöpfer der Idee sind Erna Blättler, Geschäftsführerin von Nidwalden Tourismus, Vorstandsmitglied und Landrat Peter Wyss und Roland Baumgartner, der bis 2013 bei Schweiz Tourismus in Zürich tätig war. Querdenker Oliver Fuchs von Fuchs Design hat dann die Idee zusammen mit der Tourismusorganisation umgesetzt, während sein Mitarbeiter Jan Schweizer die Nidwaldner Meitli und Buben in Trachten zeichnete und liebevoll ins Spielfeld einfügte. Trachtenprofifrau Hanni Waser aus Ennetbürgen kontrollierte alle Figuren und deren Trachten, während die Ludothek Hergiswil das neue Spiel auf seine Spielbarkeit prüfte.

«Voll cool» und «herzige Figuren»

Spontan folgten erste Reaktionen von Personen, die das Spiel vorgängig testeten. Diese reichen von «voll cool» und «so etwas habe ich noch nie gesehen» über «eine originelle Idee» und «herzige Figuren» bis hin zu «eine sympathische Aktion». Vorgestellt wurde das neue Leiterlispiel gestern in der Glasi Hergiswil. «Man kann es auch unterwegs sehr gut spielen», sagte dazu Sepp Lussi, Präsident von Nidwalden Tourismus. «Wir möchten möglichst viele Kinder und Familien zum Spielen bewegen», ergänzte Peter Wyss.

«Und natürlich auch zum Wandern», so Bruno Weber, Präsident der Nidwaldner Wanderwege. «Denn Nidwalden hat eine fantastische Landschaft und eine ausgezeichnete Gastronomie.» Bemerkenswert ist die Tatsache, dass das Projekt, das letztlich natürlich auch den Tourismus ankurbeln soll, ohne einen Franken vom Staat realisiert wurde.

Lancierung Leiterlispiel-Aktion, Berichterstattung in der Neuen Nidwaldner Zeitung vom 26.2.2015

Zentralschweiz am Sonntag — Wirtschaft/Ausland 9

Glücksgefühle am Stanserhorn

Ein ausgezeichnetes Jahr: Stanserhorn-Direktor Jürg Balsiger (rechts aussen) erhält von Erna Blättler, Nidwalden Tourismus, die Auszeichnung «Aktivität des Jahres». Links der Nidwaldner Volkswirtschaftsdirektor Othmar Filliger.
Bild Nadia Schärli

BERGBAHNEN Die Schweizer Bergbahnen sind hoch im Kurs. Die Stanserhorn-Bahn schreibt gar Rekordwerte – dank Schweizer Gästen.

DOMINIK BUHOLZER
dominik.buholzer@luzernerzeitung.ch

Uistrinket auf dem Stanserhorn. Heute Sonntag wird auf 1900 Metern über Meer das Saisonende gefeiert. Grund zum Anstossen gibt es: Mit über 185 000 Gästen schreibt die Oldtimerbahn eine neue Bestmarke; die bestehende von 169 000 Gästen stammt aus dem Jahre 2013. Von einem «Megabrüller» spricht Stanserhorn-Direktor Jürg Balsiger: «Wir werden uns in den kommenden Jahren wohl noch einige Male fragen, wie dies möglich war», meint er lachend.

Der Sommer schenkt ein

Ganz so schwierig ist die Erklärung nicht. Die Stanserhorn-Bahn profitierte vom herrlichen Sommer. Dies bescherte der Bahn bereits vor dem Martinisommer ein Plus von 9 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

[...] Prozent), im Berner Oberland (10 Prozent), den Waadtländer und Freiburger Alpen (0,2 Prozent) sowie der Zentralschweiz (8,4 Prozent) mehr Gäste gegenüber dem Vorjahr. In der Ostschweiz (–2,0 Prozent) und in Graubünden (–0,4 Prozent) war die Entwicklung dagegen negativ. Gesamtschweizerisch beträgt das Plus 5 Prozent.

Ein Allzeithoch?

Von einem Jahrhundertsommer will Andreas Keller von Seilbahnen Schweiz allerdings nicht sprechen. «Es war zweifellos ein sehr guter Sommer», sagt er. Aber aufgrund der Tatsache, dass der Verband der Schweizer Seilbahnen erst seit wenigen Jahren ein Monitoring zum Sommergeschäft durchführt, könne man noch nicht von einem Allzeithoch sprechen. Zudem haben beispielsweise die Bergbahnen in der Zentralschweiz in diesem Jahr von der Aktion der Raiffeisenbank profitiert.

Die Aktion bescherte den Zentralschweizer Bahnen nicht nur mehr Gäste, sondern auch einen überdurchschnittlich höheren Umsatz. Dieser liegt laut dem Saisonmonitoring von Seilbahnen Schweiz 13,1 Prozent über dem Vorjahr. Gesamtschweizerisch beläuft sich der Zuwachs auf 8,2 Prozent.

Nicht so bei der Stanserhorn-Bahn. Sie hat ihre Bemühungen im asiatischen Markt vor einigen Jahren nahezu eingestellt und sich auf den Schweizer Markt fokussiert. Der Gegentrend ist von Erfolg gekennzeichnet: Heute beträgt der Anteil an Schweizer Tagesgästen 85 Prozent, 15 Prozent macht der Anteil an ausländischen Gästen aus, davon sind ein Grossteil Gruppenreisen. «Wir wollen nicht gross werden, sondern gut», betont Stanserhorn-Bahn-Direktor Jürg Balsiger. Mit der Cabrio-Bahn verfügt das Stanserhorn zwar über ein weltweit neuartiges Seilbahnsystem. Die Seilbahn mit offenem Oberdeck zieht denn auch noch immer. Aber noch viel mehr punkten kann die Bahn bei den Gästen aber mit Freundlichkeit und Urtümlichkeit.

Ausgezeichnete Bahn

Dafür bekam die Bahn auch schon Preise – jüngst am vergangenen Donnerstag. Nidwalden Tourismus zeichnete die Stanserhorn-Bahn zur «Aktivität des Jahres 2015» aus. Insgesamt 40 Nidwaldner Ausflugsideen standen zur Wahl. Das Stanserhorn entschied die Ausmarchung ziemlich deutlich.

Der Nidwaldner Volkswirtschaftsdirektor Othmar Filliger lobte die «vorbildliche Zusammenarbeit der Stanser- [...]

185 000 PERSONEN fuhren in diesem Jahr aufs Stanserhorn – ein Rekordwert.

+5 PROZENT mehr Gäste als im Vorjahr verzeichneten die Schweizer Seilbahnen diesen Sommer.

+8,2 PROZENT mehr Umsatz erzielten die Schweizer Seilbahnen in den vergangenen Sommermonaten.

Neuerungen sind gut fürs Geschäft. Das weiss auch Jürg Balsiger. Und obwohl die Cabrio-Bahn bereits in der vierten Saison fährt, denkt man am Stanserhorn [...]

Ehrung „Aktivität des Jahres 2015“ auf dem Stanserhorn. Berichterstattung in der „Zentralschweiz am Sonntag“ vom 15.11.2015

3.4. Power Bank

Auf Wunsch vieler Gastronomen von Nidwalden gelangte NWT im Sommer 2015 mit einer neuen Idee an seine Mitglieder. Ziel dieser Aktion war es, mit einem aussergewöhnlichen Service die Kunden positiv zu überraschen und Goodwill zu schaffen. Gäste und Einheimische in Nidwalden sollten möglichst flächendeckend in Restaurants am Tisch während dem Essen, bei Bergbahnen während dem Skifahren und Wandern und bei weiteren Mitgliedern von NWT ihr Handy, iPad oder ihre Kamera mit einer Power Bank (mobiles Ladegerät) aufladen können.

Rund 100 Mitglieder von NWT beteiligen sich seitdem an der Aktion und erhielten kostenlos die Integration in sämtliche Werbemassnahmen. Dank dieser Dienstleistung wurde Nidwalden innert weniger Wochen zum „Power Kanton“ und erhielt eine hohe Publizität und Medienpräsenz.

Alle mitmachenden Partner wurden zudem auf der Webseite www.nidwalden.com unter Power Kanton aufgeführt.

Die Gäste haben noch bis Ende April 2016 die Gelegenheit, beim attraktiven Fotowettbewerb tolle Preise zu gewinnen. Inzwischen prüfen auch andere Kantone und Regionen die Idee, so Engelberg-Titlis Tourismus, Obwalden Tourismus wie auch Andermatt Tourismus und die Biosphäre Entlebuch.

Mail vom 6. August 2015: „Gratulation zu dieser sehr guten Idee der Power Banks. Ich wünsche Euch weiterhin viel „Power“ und Schwung für den feinen Nidwalden Tourismus!“
Martin Bütikofer, Direktor Verkehrshaus Luzern

4. Medienarbeit

Die regionalen und nationalen Medien haben insbesondere zu folgenden NWT-Themen berichtet:

Januar 2015	Ehrung „Gemeinde des Jahres mit der schönsten Aussicht“ – Emmetten/Niederbauen
Februar 2015	Lancierung des Leiterlispiels
April 2015	GV von NWT – mit Dudelsack Unterhaltung
Juni 2015	Seerose
Juli 2015	Stammgäste-Serie und Sommerserie
Oktober 2015	Lancierung Power Bank
November 2015	Ehrung „Aktivität des Jahres“ – Stanserhorn

Medium	Datum	Details
SFR 1 Radio	22.1.15	Interview Ehrung der Gemeinde Emmetten
Neue Nidwaldner Zeitung	23.1.15	Bericht über Niederbauen
20 Minuten	23.1.15	Niederbauen schönste Aussicht
Blick am Abend	23.1.15	Niederbauen schönste Aussicht
Tele 1	22.1.15	20 Sekunden Beitrag Niederbauen
Radio Pilatus	23.1.15	Atemberaubende Aussicht Niederbauen
Anzeiger Unterwaldner	28.1.15	Erfolgreicher Fotowettbewerb
Surentaler Anzeiger	29.1.15	1000 Fotos von Nidwalden
Nidwaldner Blitz	29.1.15	Gemeinde des Jahres
Neue Nidwaldner Zeitung	26.2.15	Lancierung Leiterlispiel
Neue Nidwaldner Zeitung	28.3.15	GV
Neue Nidwaldner Zeitung	23.6.15	Seerose
Neue Nidwaldner Zeitung	25.6.15	Seerose
Nidwaldner Blitz	12.6.15	Seerose
Neue Nidwaldner Zeitung	16.7.15	Stammgäste Serie
Nidwaldner Blitz	Diverse	Sommerserie 40 Ausflugsziele NW (11.6. und 2.7.15)
Neue Nidwaldner Zeitung	26.7.15	Power Bank Lancierung
Tele 1	21.9.15	2-minütiger Bericht in Haupt-News über Power Bank Aktion
Tele Zentralschweiz	21.9.15	Bericht über Power Bank Aktion
Radio Central	22.9.15	Mehrere Interviews zu Power Bank Aktion
Radio Sunshine	22.9.15	Berichterstattung Power Bank Aktion
VBL-Busse	22.9.15	Berichterstattung Power Bank auf Bildschirm
My Switzerland.com	5.-11.10.15	Top-News der Woche und Twitter Eintrag zur Power Bank
Neue Nidwaldner Zeitung	22.9.15	Online Bericht über Power Bank Aktion
Anzeiger Unterwaldner	23.9.15	Bericht über Power Bank Aktion
Reiseziele.ch	23.9.15	Online Plattform Hinweis auf Power Bank Aktion
ROI-Online, Wirtschaftsportal	24.9.15	Newsletter mit Power Bank Aktion
Surentaler und Trienger Anzeiger	1.10.15	Berichterstattung über Power Bank Aktion
Zentralschweiz am Sonntag	15.11.15	Stanserhorn: Aktivität des Jahres, Ehrung
Neue Nidwaldner Zeitung	16.11.15	Stanserhorn: Ehrung. Beliebtestes Ziel

„Selbst mit den bisher äusserst geringen Mitteln hat Nidwalden Tourismus bereits mit vielen kreativen Ideen sehr viel für seine Mitglieder erreicht.
Da darf man gespannt sein, wenn aufgrund des neuen Tourismusförderungsgesetzes ab 2017 dann Nidwalden Tourismus und die örtlichen Tourismusvereine endlich die nötige finanzielle Unterstützung erhalten.“
Conrad Wagner, Landratspräsident Kanton Nidwalden

Impressionen von Medienberichten – 2015

Preis für die schönste Aussicht

WEITBLICK → Dank des Panoramas auf dem Niederbauen zeichne

Nidwalden Tourismus Emmetten als Gemeinde des Jahres aus.

Das ist eine super Sa-che», freut sich Gemeindepräsident Valentino Tramontil. «Für Emmetten ist dies eine Ehre und gleichzeitig auch eine gute Werbung.»

Nidwalden Tourismus hat Emmetten heute zur Gemeinde des Jahres gekürt. Die Auszeichnung geht auf einen Fotowettbe-werb zurück, den Nidwalden Tourismus auf Facebook durchgeführt hat.

Der Sieger ist Amateurfotograf Thomas Stejskal aus Gratenort. Er lud ein Bild hoch, das er auf dem Niederbauen oberhalb Emmetten aufgenommen hatte. Er erhielt dafür mit 753 die meisten «Likes». Damit verhalf er der Gemeinde der schönsten Auszeichnung.

Die Ehrungen von Nidwalden Tourismus sind jedes anderes: 2014 wurde Seilbahn Dallenwil-Niederrickenbach aufgrund Rückmeldungen der Gäste zur Bergbahn des Jahres gekürt.

Blick am Abend, 22.1.2015

Neue Nidwaldner Zeitung, 6. Juni 2015

Redaktioneller Bericht: Der **2-minütige Bericht** wurde in den stündlich wiederholenden Haupt-News vom 21. September 18.00 Uhr bis 22. September 10.00 Uhr zur vollen Stunde ausgestrahlt. Aufnahmen im Glasi-Restaurant Adler, Hergiswil. Interview mit Urs Emmenegger, Präsident Gastro Nidwalden und anschliessend Aufnahmen von Monika Käslin an der Talstation der Luftseilbahn Dallenwil-Niederrickenbach.

Tele 1: **TV-Spot**, 30 Sekunden, ausgestrahlt vom 23. September – 29. Oktober 2015 sowie vom 17. Dezember 2015 bis 1. Januar 2016

Tele Zentralschweiz ist **schweizweit im Grundpaket in HD zu sehen** auf SwisscomTV, Yplay, Yplay, talkeasy, GreenTV, 1tv und SolNet sowie EBL (ehemals Zapp), bzw. Flashcable im **Napfgebiet** bis nach Dagmersellen, TEP in **Engelberg** sowie weiteren Empfangsgebieten bis in die Ostschweiz und ins Tessin.

Nachfolgend ein Auszug aus verschiedenen Veröffentlichungen in Zusammenarbeit mit LTAG (mit Hinweisen zu touristischen Leistungsträgern aus Nidwalden) und weiteren Partnern:

Medium	Auflage	Datum	Details
Travel Weekly Australia	Nicht bekannt	14.10.2015	Guide to fairytale
NZ Herald Neuseeland	1‘200‘000	14.8.15	The hills are alive
Al Bayan Newspaper Vereinigte Arabische Emirate	90‘000	27.12.15	Switzerland
Bergen Magazine Niederlande	30‘000	1.2. 2015	De mooiste tochten rond de Vierwaldstättersee
Mir Otdycha, Ukraine	35‘000	1.4.15	Traveling by Train
Schweizer Familie	167‘024	23.4.15	Rotzburg, Rotzloch

5. Partnerschaften

NWT nimmt für seine rund 300 Mitglieder kantonale Koordinationsaufgaben und Interessensvertretungen wahr. Insbesondere im Rahmen des Jubiläums „200 Jahre Gastfreundschaft in der Zentralschweiz“ bestand 2015 eine enge Zusammenarbeit mit dem Verein Gästival, mit der Hochschule Luzern, mit der Wirtschaftsförderung und mit dem neu gegründeten Verein Waldstätterweg. Weitere Zusammenarbeiten bestehen mit Martin von Matt und seinem Nidwaldner Kalender sowie mit Schweiz Mobil.

5.1. Kanton Nidwalden

Der Kanton hat auch für das Jahr 2015 eine Leistungsvereinbarung mit NWT abgeschlossen. Darin bezeichnete er NWT als offizielle Koordinationsstelle für übergeordnetes Marketing und Koordinationsstelle zwischen LTAG und ST und den rund 300 Mitgliedern von NWT. Die Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Nidwalden wünscht auch, dass NWT seine Aktivitäten weiterhin mit der Wirtschaftsförderung koordiniert.

„Die neue gesetzliche Grundlage stärkt die Zusammenarbeit im Tourismus. Eine Zusammenarbeit, welche auf dem Vertrauen der Gemeinden aufbaut und unterschiedliche Kooperationsformen ermöglicht. Auf kantonaler Stufe wird auch zukünftig Nidwalden Tourismus eine zentrale Rolle einnehmen und den Tourismus in Nidwalden gegenüber übergeordneten Organisationen wie beispielsweise Luzern Tourismus vertreten.“
Dr. Othmar Filliger, Regierungsrat

5.2. Luzern Tourismus (LTAG)

NWT hat mit LTAG eine Vereinbarung für Basisdienstleistungen abgeschlossen. Dazu gehören die Integration des gesamten Angebotes in sämtlichen Kommunikationskanälen und Aktivitäten, wie Medienarbeit, Content-Lieferung an ST, E-Marketing mit E-Newsletter usw.

Damit die Mitarbeitenden im Tourist Office am Bahnhof in Luzern die vielfältigen Angebote der Mitglieder von NWT kennen, stellt NWT regelmässig umfangreiche Schulungsunterlagen zusammen und informiert die Mitarbeitenden mindestens einmal pro Jahr umfassend in Luzern.

Mitglieder hatten dank der finanziellen Beteiligung von NWT auch die Möglichkeit, bei Kampagnen und Broschüren, wie beispielsweise der Broschüre „111 Freizeiterlebnisse“, „Excursions“ (in 6 Sprachen und einer weltweiten Verteilung) sowie der „Gästekarte“, gültig in der ganzen Zentralschweiz präsent zu sein. 2015 hat sich NWT zudem bei der Kampagne „Schweiz Offensive“ finanziell engagiert, zusammen mit der Volkswirtschaftsdirektion Nidwalden. Daraus resultierte auch eine Berichterstattung in der „Schweizer Familie“, im „NZZ Tipp“ und im „SBB Freizeit & Ferien“.

Marketingbeirat

Die fünf Zentralschweizer Kantone (Luzern, Schwyz, Uri, Obwalden und Nidwalden) arbeiten touristisch eng im sogenannten „Marketingbeirat“ zusammen. Koordiniert von LTAG treffen sich die Vertreter der kantonalen Tourismusorganisationen mehrmals pro Jahr, um gemeinsame Aktionen zu erarbeiten. Eine solche Massnahme war beispielsweise im 2015 die Aktion mit Raiffeisen Schweiz:

Raiffeisen-Aktion

Raiffeisen Schweiz lud ihre Mitglieder ein, vom 1. Mai bis 31. Oktober 2015 die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee vergünstigt zu entdecken. In Zusammenarbeit mit Hotels der Region, den SBB, Schifffahrtsgesellschaften und Bergbahnen wurden zahlreiche Rabatte und Vorteile für eine Reise ins Herz der Schweiz offeriert. So erhielten Raiffeisen-Mitglieder auf den „Tell-Pass“ (Ticket gültig bei gewissen Transportunternehmen der Zentralschweiz), auf Hotelübernachtungen und die Eintritte auf die Seerose (die schwimmende Eventplattform des Gästivals) 50% Rabatt.

Gemäss Raiffeisen Schweiz wurde in der ganzen Zentralschweiz insgesamt 140‘000 mal ein Angebot genutzt, was einen direkten Umsatz von mehr als 5.5 Mio. Schweizer Franken bedeutete. 26‘000 Mal benützten die Mitglieder von Raiffeisen Schweiz den öV, 70‘000 Ausflüge wurden mit Schiff und Bergbahnen unternommen und 4‘000 mal die Seerose besucht. Insgesamt 11‘776 Personen kauften einen vergünstigten Tell Pass. Sie lösten damit bei den mitmachenden Bergbahnen und der Schifffahrtsgesellschaft einen Umsatz von insgesamt CHF 990‘242.-- aus. Insgesamt wurden mit dieser Aktion in der Zentralschweiz 34‘463 Übernachtungen generiert. Von 57 aufgeführten Hotels machten vier aus Nidwalden mit: Hotel Nidwaldnerhof, Beckenried sowie aus Emmetten Hotel Engel, Seeblick und Berggasthaus Niederbauen.

„Seit Jahren arbeiten wir mit Nidwalden Tourismus eng und erfolgreich zusammen. Wir freuen uns, dass diese Zusammenarbeit durch das zukünftige Tourismusförderungsgesetz weiter gestärkt und gefestigt wird.

Luzern Tourismus braucht weiterhin einen kompetenten und verlässlichen Koordinationspartner im Kanton Nidwalden, der nahe bei den touristischen Leistungspartnern steht und die Tourismusangebote regional bündelt und gezielt weiterentwickelt.“
Marcel Perren, Tourismusdirektor Luzern Tourismus

5.3. Schweiz Tourismus (ST)

NWT ist für ST die Koordinationsstelle bei Anfragen, welche Nidwalden betreffen. Mitglieder erhielten die Anfragen von ST über NWT, so dass sie von den Werbemöglichkeiten ebenfalls profitieren konnten. Gleichzeitig liefert NWT auch pro-aktiv Texte und Bilder an ST, um über deren Kanäle und Aussenstellen zu Medien und Reisevermittler zu gelangen.

Ebenfalls einen engen Kontakt pflegt NWT mit der Content-Abteilung. So ist es NWT auch gelungen, im Oktober 2015 mit der Power Bank Aktion der „Tipp der Woche“ zu sein.

"Mit den von Nidwalden Tourismus initiierten Power Banks hat die Tourismusorganisation ein aktuelles Gästebedürfnisse identifiziert.

Dank der bewundernswerten Beharrlichkeit der Geschäftsleitung können die Gäste nun noch länger ihre Erlebnisse mit dem Handy oder mit der Kamera festhalten und teilen."
Martin Nydegger
Mitglied der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus

5.4. Jubiläum 200 Jahre Gastfreundschaft in der Zentralschweiz

Die Zentralschweiz feierte im letzten Jahr unter dem Gesamtprojektnamen „Gästival“ das Jubiläum „200 Jahre Gastfreundschaft in der Zentralschweiz“. Das Gästival hat in der Zentralschweiz eine direkte Wertschöpfung von ca. 17 Millionen Franken ausgelöst. In Nidwalden umfasste es folgende Projekte:

- Jubiläumsfest vom 30. Mai 2015 in Stans
- Seerose vom 25. Juni – 12. Juli 2015 in Stansstad
- Projekt: „Was bedeutet Gastfreundschaft?“ und Bekenntnis zur Gastfreundschaft „Charta“
- Waldstätterweg – Eröffnung und Gründung eines neuen Vereins

Jubiläumsfest – 30. Mai 2015

Am Samstag, 30. Mai 2015, fand bei herrlichem Sommerwetter in jedem der fünf Zentralschweizer Kantone gleichzeitig ein Jubiläumsfest statt.
Tourismus Stans organisiert dieses Fest für Nidwalden in Stans: „Zusammen an einem langen Tisch ein paar gemütliche Stunden verbringen und dabei gemeinsam essen und trinken“, war ihr Motto.

Jeder konnte seinen eigenen Tisch, die Stühle, Bänke, das Essen, Trinken, die Dekoration etc. mitbringen und so andere Leute, welche das nicht mit dabei hatten, an seinen Tisch einladen - aber eben nicht zuhause, sondern auf einem gemeinsamen Platz. Die Farben rot und weiss (Nidwalden) sollten vorherrschend sein: Kleider der Besucher, Tischtücher, Dekoration, was auch weitgehend so umgesetzt wurde. Am 21. Mai 2016 soll das Picknick in rot-weiss wiederholt werden.

Seerose

Höhepunkt des Jubiläums war die Seerose, die vom 29. Mai bis 4. Oktober 2015 an verschiedenen Landestellen in den fünf Seekantonen andockte und als Begegnungsort für Gäste und Gastgeber, für Kulturschaffende und Festivalbesucher, für Vereine und Bevölkerung diente.
Im Rahmen der Feierlichkeiten „200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz“ (Gästival) war die Seerose vom 25. Juni bis und mit Sonntag, 12. Juli 2015 (18 Tage) in Stansstad stationiert.

Dank dem Einsatz von Hugo Birchmeier und Vreny Schwegler (zwei hochmotivierte Pensionierte), einer aufgestellten Studentin, von Erna Blättler-Galliker und dank der Unterstützung von Gastro Nidwalden konnten für Nidwalden und für die touristischen Leistungsträger mehr als 1‘700 Gespräche geführt und sehr viel Goodwill geschaffen werden.

Was bedeutet Gastfreundschaft?

Dieses Projekt wurde unterstützt von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) sowie von der Hochschule Luzern, um die Facetten von Gastfreundschaft auch wissenschaftlich zu untersuchen. In Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern und dem Gästival bot NWT seinen Mitgliedern mehrere **Workshops zum Thema Gastfreundschaft und Kundenüberraschung** an.

Unterschriebene Chartas

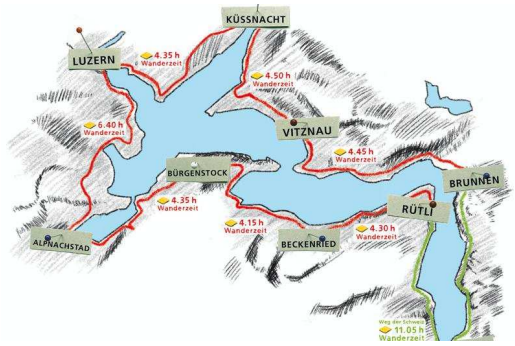
Die Charta war eine Vereinbarung, mit welcher sich die Zentralschweiz ganz bewusst zur Gastfreundschaft bekannte. Damit wurden Personen auf die Bedeutung der Gastfreundschaft aufmerksam gemacht, die sich mit einen persönlichen Beitrag für die Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz engagieren. Die Hochschule Luzern setzte sich zum Ziel, aus allen fünf Kantonen gesamthaft 10‘000 unterschriebene Chartas zu erzielen. Die Zielvorgabe für Nidwalden lag bei 600 Unterschriften. Bis zum Abschluss der Aktion erarbeitete NWT insgesamt **1‘325 Unterschriften** und übertraf so das Ziel um über 120%!

Tourismusorganisationen	Anzahl Chartas
Luzern Tourismus	3‘805
Nidwalden Tourismus	1‘325
Schwyz Tourismus	1‘150
Uri Tourismus	338
Obwalden Tourismus	180
Seerose, inkl. Anteil von Stansstad	1‘430
Online	30
Diverse Unternehmen / Anlässe	605
Total alle fünf Kantone und Organisationen	**8‘863**

5.5. Waldstätterweg

Ein zentrales Gästival-Projekt war auch der neue Waldstätterweg, der mit der Unterstützung der Albert Koechlin Stiftung AKS in Luzern als Schweizer Kulturweg Nr. 98 lanciert wurde.

Der bestehende „Weg der Schweiz“ beinhaltet den Abschnitt vom Rütli bis nach Brunnen. Der Waldstätterweg setzt diese Wanderung nun weiter und zwar durchgehend rund um den Vierwaldstättersee von Brunnen via Luzern bis zum Rütli. Je nach Gelände ist der 119,6 km lange Waldstätterweg ein Wanderweg, Berg- oder Spazierweg. Der Weg verläuft teils in Ufernähe, teils am oder über Bergrücken.



Da Nidwalden derjenige Kanton mit dem meisten Seeanstoss ist, führt der Waldstätterweg bei vier Etappen durch Nidwalden: Luzern-Hergiswil-Alpnachstad (Wanderzeit: 6.40 Std.), Alpnachstad-Stansstad-Bürgenstock (4.35 Std.), Bürgenstock-Beckenried (4.15 Std.) und Beckenried-Rütli (4.30 Std.)

Mit der offiziellen Feier wurde der neue Waldstätterweg am 1. Mai 2015 eröffnet. Am **Samstag, 2. Mai 2015, fanden Eröffnungswanderungen** auf Teilstrecken des Waldstätterweges in allen fünf Seekantonen statt.

5.6. Nidwaldner Kalender – Schweiz Mobil

Seit vielen Jahren ist Martin von Matt Herausgeber und Verleger des beliebten Nidwaldner Kalenders. Mit viel Herzblut und grossem zeitlichen und finanziellen Engagement erarbeitet er Jahr für Jahr spannende Geschichten. Bei der redaktionellen und gestalterischen Arbeit wird er von einem treuen Team unterstützt. NWT trägt ebenfalls einen kleinen Teil dazu bei, indem wir für Einheimische und Gäste verschiedene Ausflugstipps und Ideen ausarbeiten.

„Netzwerk für Langsamverkehr“ nennt sich Schweiz Mobil und präsentiert in einladender Art und Weise das Schweizer Wander-, Velo-, Mountainbike-, Skating- und Kanuland mit vielen wertvollen Details. NWT verlinkt die 7 Schweiz Mobil Routen in Nidwalden auf der Webseite und beteiligt sich finanziell.

6. Jahresrechnung

Äusserst erfreulich waren die grosszügigen Marketing-Beiträge der Mitglieder von NWT. Im Jahr 2014 investierten sie nebst dem regulären Vereinsmitgliederbeitrag zusätzlich 21‘500 Franken für konkrete Marketingprojekte. 2015 waren mehr als 100 Mitglieder von den attraktiven Marketingideen überzeugt und leisteten zusätzliche Beiträge von rund 60‘000 Franken. Die Beiträge der Gemeinden gingen um rund 11‘000 Franken zurück: Stansstad benötigte das Geld für das Seerosen-Projekt und Emmetten investierte ihren Beitrag in eigene Projekte.

Trotz sehr vielen Marketingaktivitäten und zusätzlicher personeller Beanspruchung durch das Gästival erledigte die Geschäftsstelle die Aufgaben mit nur 80 Stellenprozenten. Zusätzlich investierten die Vorstandsmitglieder gemeinsam rund 500 Stunden ehrenamtliche Arbeit hauptsächlich für Lobbyarbeit.

NWT schliesst das Geschäftsjahr 2015 mit Einnahmen von CHF 251‘537.70 (Vorjahr CHF 220‘429.10) ab. Somit standen NWT CHF 31‘108.60 mehr zur Verfügung als im Vorjahr. Diese Mehreinnahmen flossen vollumfänglich ins Marketing. Die Ausgaben beliefen sich auf CHF 249‘619.80. Der Jahresgewinn betrug CHF 1‘917.90.

6.1. Bilanz

	Konto-Bezeichnung	31.12.15	31.12.14
Aktiven			
Umlaufvermögen			
Fl. Mittel und Wertschriften			
	NKB 246.513-100	47‘381.62	54'572.12
Übrige kurzfristige Forderungen			
	Forderungen geg. Mitarbeiter	137.20	
Vorräte			
	Vorräte Werbematerial	100.00	2'400.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen			
	Aktive Rechnungsabgrenzungen	1‘992.25	16'782.45
Total Umlaufvermögen		**49‘611.07**	**73'754.57**
Anlagevermögen			
Mobile Sachanlagen			
	Büromaschinen/EDV-Anlagen	744.00	1'240.00
Total Anlagevermögen		**744.00**	**1'240.00**
TOTAL Aktiven		***50‘355.07***	***74'994.57***
Passiven			
Fremdkapital kurzfristig			
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen			
	Kreditoren	4‘508.05	551.00
Passive Rechnungsabgrenzungen			
	Passive Rechnungsabgrenzungen	45‘376.00	78'890.45
Total kurzfristiges Fremdkapital		**49‘884.05**	**79'441.45**
Fremdkapital langfristig			
Rückstellungen			
	Rückstellung Marketing Raum A2	3‘000.00	
Total langfristiges Fremdkapital		**3‘000.00**	
Eigenkapital			
Bilanzgewinn/Bilanzverlust			
	Verlust- / Gewinnvortrag	-4‘446.88	2'000.00
	Jahresgewinn / -verlust	1‘917.90	-6'446.88
Total Eigenkapital		**-2‘528.98**	**-4'446.88**
TOTAL Passiven		***50‘355.07***	***74'994.57***

6.2. Erfolgsrechnung

Aufgrund einer Kontenplan-Umstellung ist der Vergleich mit dem Vorjahr in der Erfolgsrechnung nicht vollständig möglich. Details zur letztjährigen Rechnung können dem Jahresbericht 2014 entnommen werden.

2015 konnten mehr als 200'000 Franken in vielfältige Marketingprojekte investiert werden, welche den rund 300 Mitgliedern einen Mehrwert gebracht haben.

	Konto-Bezeichnung	**2015**	**2014**
Betriebsertrag			
	Beiträge Kanton	105'000.00	105'000.00
	Beiträge Gemeinden / Tourismus Vereine	40‘440.00	51'422.00
	Tourismusbeiträge Mitglieder und Partner	45‘609.90	42‘460.10
	Ertrag Marketing-Projekte	60‘487.80	21‘547.00
TOTAL Betriebsertrag		***251‘537.70***	***220'429.10***
Personalaufwand Marketing			
	Lohnaufwand Marketing	- 61‘980.00	
	Sozialversicherungsaufwand Marketing	- 8‘482.00	
Marketingaufwand			
	Diverser Marketingaufwand	- 57‘992.65	
	Aufwand Marketing-Projekte	- 66‘521.80	
	IT- und Internetaufwand	- 13‘564.20	
TOTAL Marketingaufwand		**- 208‘540.65**	
Personalaufwand Administration			
	Lohnaufwand Administration	- 6‘885.60	
	Sozialversicherungsaufwand Administration	- 942.40	
Raumaufwand			
	Miete Geschäftsräume	- 9‘000.00	
	Miete Materiallager	- 1‘200.00	
Diverser Verwaltungsaufwand			
	Büromaterial	- 9‘071.25	
	Telefon und Porti	- 2‘463.00	
	Buchführung	- 3‘564.00	
	Repräsentationsaufwand und Reisespesen	- 7‘331.55	
TOTAL Verwaltungsaufwand		**- 40‘457.80**	
TOTAL Betriebsaufwand		***- 248‘998.45***	***- 225‘918.88***
Finanzerfolg			
	Zinsertrag	2.00	16.05
	Bank Spesen / Gebühren	- 127.35	-146.30
TOTAL Finanzerfolg		***-125.35***	***-130.25***
TOTAL Abschreibungen		***- 496.00***	***-826.85***
Jahresgewinn / -verlust		***1‘917.90***	***-6‘446.88***

6.3. Revisorenbericht

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

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 Hergiswil für das vom 01.01.2015 bis 31.12.2015 umfassende 3. 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 Bilanzverlustes 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.

Hergiswil, 15. Februar 2016

Die Revisoren

Markus Wyss ..... Urs Matzinger .....

Beilage Jahresrechnung

7. Verein

„Nidwalden Tourismus setzt sich sehr für die kleineren, etwas abgelegenen Tourismusanbieter ein und gibt uns so eine Stimme.

Die vielen, kreativen Aktivitäten wie beispielsweise die Bergbahnen-Stempelaktion oder das Leiterlispiel brachten uns neue Gäste. Die professionelle Medienarbeit ist ebenfalls äusserst wertvoll für unsere Branche."
Monika Käslin, Betriebsleiterin Luftseilbahn Dallenwil-Niederrickenbach

7.1. Mitglieder

Erfreulicherweise konnten **11 zusätzliche Leistungsträger** von den Vorteilen einer Mitgliedschaft überzeugt werden. Gleichzeitig traten folgende 12 Mitglieder aus dem Verein aus: Nebst den Gemeinden Dallenwil und Stansstad waren es Anbieter von Ferienwohnungen, welche hauptsächlich das Vermieten ihrer Wohnung aufgegeben haben.

Mitglieder / Interessensgruppen	**Stand 31.12.15**	**Stand 31.12.14**
öV: Zentralbahn, PostAuto Zentralschweiz, SGV	3	3
Gastro-Betriebe: Hotels und Restaurants	125	123
Ferienwohnungsvermieter	40	49
Bergbahn-Unternehmungen	28	28
Anbieter von Aktivitäten/Museen	34	25
Weitere Partner / Sponsoren	33	34
Gemeinden und lokale Tourismusvereine von Nidwalden[4]	18	20
Total	**281**	**282**

[4] Alle Gemeinden (ausser Stansstad und Dallenwil) sind Mitglied
sowie Kurverein Kehrsiten, InfoPoint bei „sin6" in Hergiswil, Tourismus Dallenwil-Wirzweli-Wiesenberg, Tourismus Stans, Tourismus Buochs-Ennetbürgen, Tourismus Wolfenschiessen, Tourismus Emmetten, Tourismus Maria-Rickenbach und Tourismus Beckenried-Klewenalp

7.2. Vorstand und Geschäftsstelle

Die nachfolgenden Vorstandsmitglieder / Führungskräfte haben sich im Jahr 2015 insgesamt mehr als 500 Stunden ehrenamtlich für die Belange ihrer Mitglieder eingesetzt:

Vorstandsmitglied	**Kommissionen / Arbeitsgruppen**
Josef Lussi-Waser Präsident	Marketing-Arbeitsgruppe, TFG, Interessensvertreter bei VD, Gastro Nidwalden, Landwirtschaftsforum, Natürlich Nidwalden, Gästival, Repräsentation bei zb, PostAuto, Bürgenstock Resort, Waldstätterweg
Jaap Super	Vizepräsident, Finanzkontrolle
Peter Wyss	Marketing-Arbeitsgruppe, TFG, Urspur
Markus Barmettler	Versand Leiterlispiele und Mithilfe bei Verteilung der Prospekte
Daniel Hofmann	Marketing-Arbeitsgruppe, Internet, soziale Medien
Steve Nikolov	Marketing-Arbeitsgruppe
Toni Mathis	Repräsentation bei Schweiz Mobil
Pietro Brand	Lobbyarbeit, Repräsentation bei Anlässen wie Jubiläumsanlass Gästival

Geschäftsstelle von NWT:

Mitarbeitende	**Bereich / Pensum**
Erna Blättler-Galliker	Geschäftsführerin, 70 % Pensum
Caroline Pirskanen	Soziale Medien, Administration, 10 % Pensum

Josef Lussi-Waser
Präsident NWT

Erna Blättler-Galliker
Geschäftsführerin NWT

Stans, 31. März 2016

Legende

200 J GFZ	200 Jahre Gastfreundschaft Zentralschweiz	Gästival	Siehe dazu Punkt 5.4, Seite 18
NWT	Nidwalden Tourismus	ST	Schweiz Tourismus
LTAG	Luzern Tourismus AG	VD	Volkswirtschaftsdirektion Kanton Nidwalden
öV	Öffentliche Verkehrsmittel	TFG	Tourismusförderungsgesetz