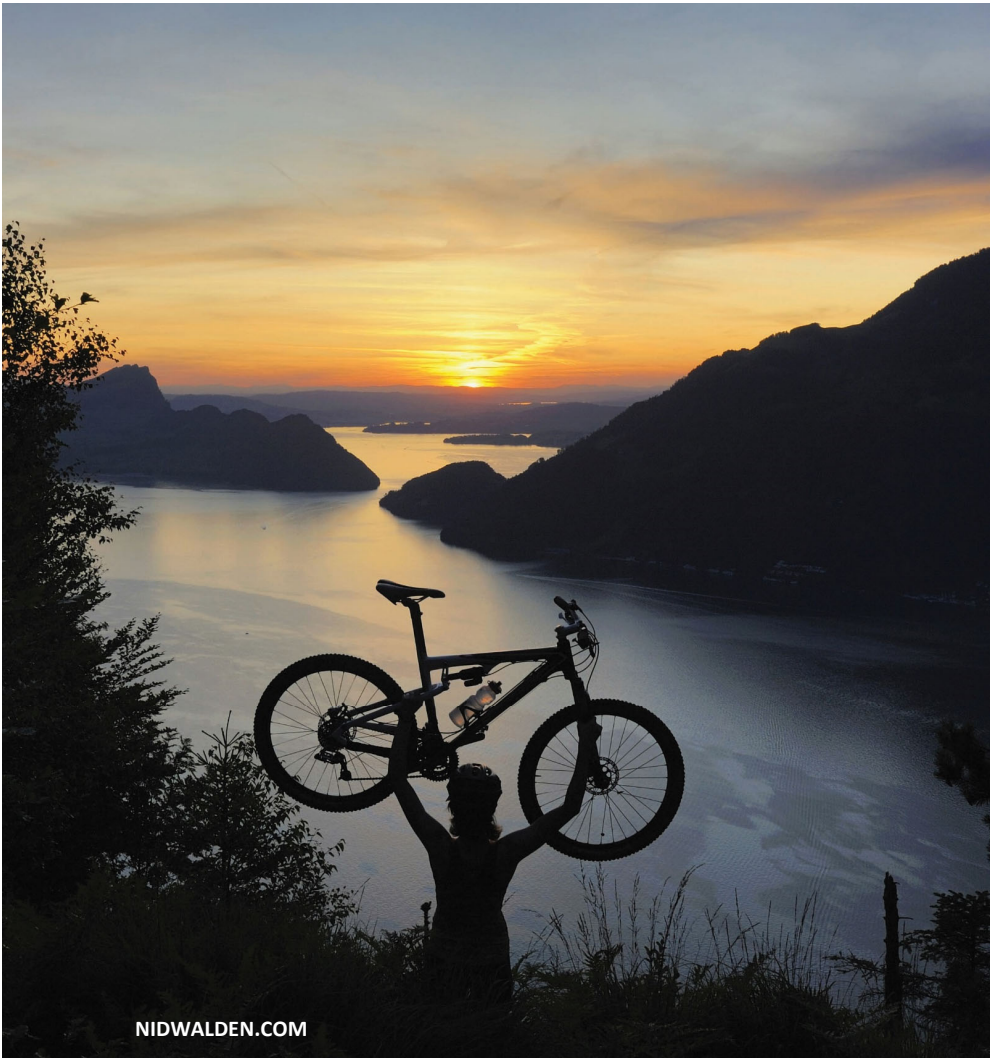
NIDWALDEN
TOURISMUS

JAHRESBERICHT 2018



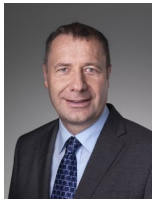
Stanserhorn mit Blick auf den Vierwaldstättersee

INHALTSVERZEICHNIS

BERICHT DES PRÄSIDENTEN	**4**
WICHTIGE KENNZAHLEN	**6**
MARKETING	**8**
GÄSTEINFORMATION	**15**
FINANZEN	**16**
REVISORENBERICHT	**18**
LEISTUNGSAUFTRAG NIDWALDEN TOURISMUS	**19**
VORSTAND	**20**
TEAM	**21**
ECKDATEN UND STATISTIKEN	**22**

VORWORT VOLKSWIRTSCHAFTSDIREKTION

Vor zwei Jahren wurden gemäss Angaben des Bundesamtes für Statistik (BfS) in Nidwalden 240'658 Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben registriert. Letztes Jahr waren es 328'506. Dies entspricht einer eindrücklichen Zunahme um beinahe 90'000 Logiernächte, respektive um 37%. Diese markante Steigerung – welche sicherlich zu einem grossen Teil auf das neue und spektakuläre Angebot auf dem Bürgenstock zurückzuführen ist – zeigt das grosse touristische Potential Nidwaldens. Dieses gilt es zu nutzen. Nidwalden Tourismus kommt diesbezüglich eine wichtige Rolle zu, indem sich der Verein mit grossem Einsatz für die Interessen der Tourismusbranche stark macht. Ich schätze das grosse Engagement von Nidwalden Tourismus sehr.


Dr. Othmar Filliger,
Regierungsrat

BERICHT DES PRÄSIDENTEN

Josef Lussi-Waser

Sehr geehrte Mitglieder von Nidwalden Tourismus

Zum Jahresbeginn halten wir inne, schauen zurück und planen das neue Jahr. So geht es auch dem Vorstand von Nidwalden Tourismus. Als grundsätzlich positiv denkender und ebenso eingestellter Unternehmer ziehe ich persönlich aus der Vergangenheit sicher auch die nötigen Lehren – «Altes» zu kommentieren liegt mir jedoch nicht wirklich – und versuche bereits im Hier und Jetzt voraus zu schauen und das Ungewisse zu gestalten (oder Möglichkeiten / Varianten zu suchen und die Zukunft zu planen). Das Vergangene interessiert auch die Wenigsten, haben sie doch meistens das alte Jahr abgeschlossen und wenden sich Neuem zu. Oder können Sie sich noch an die fünf Medaillen an der Winterolympiade 2018 in Südkorea erinnern – an die ergreifenden Gefühlsausdrücke von Corinne Suter an den Alpinen-WM 2019 in Åre in Schweden hingegen schon eher. Wir lernen daraus: Emotionen bleiben im Gedächtnis, Erfolge und Zahlen vergessen wir – in Bezug auf die Marketinganstrengungen von Nidwalden Tourismus sind daher Erlebnisse, Bildeindrücke und Erfahrungen wichtig. Und eines ist zusätzlich gewiss: Je mehr Erfolge die Schweizer Athleten verbuchen können, um so grösser ist dieser Imageträger und die Werbewirkung zugunsten unseres Wintertourismus zu werten. Daher sind die guten Rangierungen von und die Interviews mit Marco Odermatt aus Buochs vom Skiclub Hergiswil umso wichtiger. Wie oft haben wir in letzter Zeit vom Nidwaldner gehört oder gelesen. Wir nehmen diese Beiträge dankbar an.

An den Sommer 2018 mit dem Pracht-Wetter werden wir jedoch noch lange denken, wenn wir Umsatzzahlen zu rechtfertigen haben: Niederschlagsarm, lange Schönwetterperiode, sonnig und «heiss» (die Trockenheit betrifft uns im Tourismus nur am Rande) mit dem viertwärmsten Frühling und drittwärmsten Sommer seit den Wetteraufzeichnungen. Daneben gäbe es noch so einige Höhepunkte, hier nur einige wenige zur Erinnerung:

04.03.2018	Kanton Wahlen in Landrat / Regierungsrat: Wer bringt unsere Anliegen am besten ein?
18.05.2018	125-Jahr-Jubiläum der Stanserhorn-Bahn, Jubiläumsbuch & Sondermarke
26.05.2018	Einweihung Bürgenstock-Shuttle und Auszeichnungen
05.07.2018	Eröffnung Via Urschweiz (Flüelen-Isenthal-Klewenalp–Seelisberg)

Für viele ist Reisen ein Grundbedürfnis und das wird auch gelebt. Die Zahl der Reisenden ist 2018 weltweit um sechs Prozent gestiegen. Wir Schweizer profitieren weiterhin von der Reiselaune der Schweizer und dem grossen Interesse an Ausflügen im eigenen Land und steuern als Reiseziel auf ein weiteres Rekordjahr zu.

Doch auch im Ausland stehen Schweizreisen hoch im Kurs. Nach den bislang vorliegenden Ergebnissen legt auch der Umsatz im Reisevertrieb erneut zu. Die Reiselaune unserer Gäste und Besucher ist weiterhin bestens. Mehr dazu in den folgenden Ausführungen sowie Eckdaten und Statistiken in diesem Jahresbericht. Vor dem Hintergrund der weiteren weltweiten Wachstumsprognosen rufen Experten die Branche und die Politik dazu auf, achtsam zu sein, vorzusorgen sowie Lösungen und Strategien zur Steuerung der Tourismusströme zu entwickeln. So prognostiziert die UNWTO (Weltorganisation für Tourismus) für das Jahr 2030 rund 1,8 Milliarden Touristen und damit rund 500 Millionen mehr als aktuell. Nicht wenige Tourismusexperten warnen: «Wir riskieren sonst nicht nur den Kollaps besonders begehrter Ziele und damit die Grundlage unserer Geschäftsmodelle. Wir werden vor allem unserer Verantwortung für den Schutz und Erhalt unserer natürlichen Ressourcen nicht gerecht. Lasst uns gemeinsam an Lösungen arbeiten, wie wir auch künftig Reiselust statt Reisefrust garantieren können.»

Auch in diesem Jahr war die Nachfrage nach Reisen und Ausflügen ungebrochen und stieg nach wie vor weltweit.

2018 war wiederum ein arbeitsintensives Jahr für den Vorstand von Nidwalden Tourismus, die Arbeitsgruppen und die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle. An sechs Vorstandssitzungen, mehreren Treffen mit der Volkswirtschaftsdirektion, Sitzungen des Marketingbeirates, diversen Strategie-Sitzungen zum Thema «Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee» (LUV+) und bei vielen Beratungen mit Leistungspartnern und -erbringern durften wir zu einem guten Erfolg des Tourismus in Nidwalden mit beitragen. Es gebührt allen Beteiligten ein herzliches Dankeschön für die gute und wertvolle Unterstützung wie auch die gute, konstruktive, zielorientierte und kollegiale Zusammenarbeit. Besonderer Dank geht hier auch an Othmar Filliger, Regierungsrat und Vorsteher Volkswirtschaftsdirektion, Jost Kayser als Direktionssekretär und Diana Hartz von der Wirtschaftsförderung.

Auf die Generalversammlung am Donnerstag, 28. März 2019 freue ich mich besonders. Im «Kraftort» Maria-Rickenbach soll nach einer Klosterführung und den statutarischen Geschäften genug Zeit bleiben für einen intensiven Austausch unter Berufskollegen / -kolleginnen, Gleichdenkenden und Tourismusinteressierten.

Und wem dies noch nicht genügt: Mit dem 2. Nidwaldner Tourismusforum am Donnerstag, 23. Mai 2019 und der «Iheimisch» vom Donnerstag, 30. Mai bis Sonntag, 2. Juni 2019 mit der Natur- und Erlebniswelt (Zelt 7) kommt viel Neues, Überraschendes und Interessantes auf uns zu.

Bis bald, der Präsident Nidwalden Tourismus

Josef Lussi-Waser
Präsident, Beckenried NW

WICHTIGE KENNZAHLEN

5’388

+15%

INSTAGRAM
ABONNENTEN

19’129

+15%

FACEBOOK
FOLLOWER

328’506

+36.5%

LOGIERNÄCHTE
IN NIDWALDEN IN HOTEL-
UND KURBETRIEBEN

50’000

FALTKARTE
VELO- UND BIKEERLEBNISSE
GEDRUCKT

20’000

FALTKARTEN
BERGBAHNEN
NACHGEDRUCKT

23’000

PROMOPOST
FALTKARTE VELO- UND
BIKEERLEBNISSE IN NIDWALDEN,
OBWALDEN UND LUZERN

10’000

FALTKARTEN
FEUERSTELLEN
NACHGEDRUCKT

8’102

SEITENAUFRUFE PER 31.12.2018,
SEIT OKTOBER 2018
NIDWALDEN.COM, GÄSTEPORTAL
LUZERN-VIERWALDSTÄTTERSEE
(GO LIVE OKTOBER 2018)

1’141

-34.8%

TOURISTISCHE AUSKÜNFTE
PER TELEFON UND E-MAIL

15’000

FALTKARTE
ERLEBNIS BÜRGENBERG
NACHGEDRUCKT

440

ANZAHL VERKAUF
HOTEL-TICKET NIDWALDEN
(LANCIERUNG JULI 2018)

233

-6.8%

MITGLIEDER
NIDWALDEN TOURISMUS

MARKETING

Nidwalden: Zwischen See und hohen Bergen. Es ist jedes Jahr eine Freude, die Schönheit und Vielfalt von Nidwalden zu präsentieren. Das Jahr 2018 war geprägt von einem grossen Jubiläum und vielen Neuheiten. Die Stanserhorn-Bahn feierte ihr 125-Jahr-Jubiläum und veröffentlichte eine Stanserhorn Momentaufnahme in Buchform. Dabei stehen Gäste, Freunde und Mitarbeitende im Vordergrund. Die Post widmete dem hohen Jubiläum eine Briefmarke im Wert von einem Franken.

Auf dem Bürgenstock gibt es einige Neuheiten und Auszeichnungen. Nur ein Jahr nach der Eröffnung ist das Bürgenstock Resort Lake Lucerne von den Gastrokritikern des Gault Millaus zum Hotel des Jahres 2019 erklärt worden. Rund 700 Mitarbeiter, davon 95 Köche beschäftigt das Bürgenstock Resort. Vier Restaurants erhielten zusammen 58 Gault Millau Punkte – 14 Punkte für das Restaurant «Oak Grill», 15 Punkte für das «Spices Kitchen & Terrace», 13 Punkte für das «Sharq Oriental» und sagenhafte 16 Punkte für das «RitzCoffier».

Seit der Einweihung des neuen «Shuttle»-Schiffs MS Bürgenstock im Mai 2018 reisen die Gäste in nur 30 Minuten ab Luzern bis hoch zum Bürgenstock Resort und dies ganzjährig. Die Bürgenstock Bahn verzeichnete im Jahr 2018 dank dem Rekordsommer mehr Passagiere als erwartet.

Mit der erfolgreichen Eröffnung der Via Urschweiz erhielt Uri und Nidwalden einen neuen Wanderweg. Mit 76 Kilometer und rund 7’000 Höhenmetern ist die Via Urschweiz ein mehrtägiger Kulturwanderweg mit historisch wertvollen Landschaften. Der Ausgangspunkt der Wanderung ist Flüelen. Via Isenthal geht es bis auf die Klewenalp, hinunter nach Beckenried und via Emmetten nach Seelisberg Treib.

#NIDWALDEN

Beiträge in den Sozialen Medien sowie die Präsenz auf verschiedenen Online Portalen gewinnen im Vergleich zur klassischen Kommunikation immer mehr an Bedeutung.

Der Hauptfokus im Jahr 2018 lag beim Content Management für das neue Gästeportal und den Social-Media-Kanälen. Aufgrund der inforeichen Posts und schönen Bildwelt wuchs die Facebook Fan-Community um 15% (19’129 Fans per 31.12.18). Junge Gäste nutzen vermehrt Instagram, deshalb steht auch dieser Kanal im Fokus und wird sorgfältig gepflegt (5’388 Abonnenten per 31.12.18). Zudem wurde das vielfältige Angebot auch mit den verschiedenen Faltkarten beworben.

Viele Einheimische und Gäste aus Nah und Fern schätzen in Nidwalden die unberührte Natur, die gesunde Luft und die wohltuende Ruhe. Nidwalden ist nur eine Autostunde von Zürich, Basel und Bern entfernt, direkt an der A2, mit öV schnell und bequem erreichbar. Nidwalden Tourismus setzt bei der Vermarktung weiterhin auf den Markt Deutschschweiz, im Besonderen entlang der A2 (Gotthard bis Basel).

KAMPAGNEN / PRODUKTE

Winteraktion 2017/18 - Im Winter erhielten **964 Teilnehmer** der Bergbahn-Aktion 2013 einen Gutscheintalon für ein Glasi-Herz im Wert von CHF 12 Franken und sechs exklusive Vergünstigungen für die Region Nidwalden. Die Rücklaufquote liegt bei 87 Glasi-Herzli (9%) und 66 eingelösten Gutscheinen (rund 7%).

Sommerkampagne Velo- und Bike-Erlebnisse - Das Marketing-Motto von Schweiz Tourismus hiess im Jahr 2018 «Velogast». Nidwalden Tourismus übernahm dieses Thema in seinen Marketingaktivitäten mit dem Ziel, den Gästen einen spürbaren Mehrwert zu bringen. Im Frühjahr wurde die neue Faltkarte «14 Velo- und Bike-Erlebnisse in Nidwalden und Umgebung» herausgegeben. Darin finden die Gäste Vorschläge für Bike-Routen, die wichtigsten nextbike Veloverleih-Standorte (nextbike.ch) sowie Kontakte von Velohändlern. Via PromoPost wurden die Faltkarten in rund 23'000 Haushalte in Nidwalden, Obwalden und Luzern gestreut.

Ebenfalls wurde die Faltkarte auf passengertv Werbung öffentlicher Verkehr Schweiz (Screens in Zug und Bus, nau.ch) in den Regionen Nidwalden, Luzern, Aargau und Basel mit 1'846’279 Ausstrahlungen à 11 Sekunden (ganzer Tag) während 14 Tagen beworben. 3'161’326 Personen hatten die Möglichkeit, diesen Spot zu sehen. Mit diversen Inseraten im Kanton Aargau sowie Reportagen im Verlag Unterwaldner und Nidwaldner Blitz wurde auf den Bike-Wettbewerb und die Bike-Routen aufmerksam gemacht. Am Wettbewerb nahmen rund 600 Personen teil. Es gab 100 tolle Bike-Preise im Gesamtwert von rund CHF 3’000.- zu gewinnen. Der Hauptpreis war ein VIP-Package für zwei Personen für die Bike World Championships Lenzerheide 5.-9. September 2018 mit Übernachtung im Romantikhotel Stern in Chur im Wert von CHF 800.–.

Hotel-Ticket Nidwalden - Im Juli 2018 wurde das Pilotprojekt Hotel-Ticket Nidwalden zusammen mit dem Verkehrsverbund Passepartout lanciert, welches bis Ende 2019 läuft. Interessierte Nidwaldner Beherbergungsbetriebe können ihren Gästen ein kostenloses öV-Ticket anbieten, das gültig ist in den Zonen 10, 21, 31, 32, 42. Lokale Tourismusorganisationen sowie die Beherbergungsbetriebe finanzieren das Projekt mit. Zur Lancierung wurde eine Medienmitteilung an Medien und Beherbergungsbetriebe versandt. Die Medien nahmen dieses Thema auf und veröffentlichten mehrere Berichte über dieses öV-Ticket.

Im Jahr 2018 haben rund zehn interessierte Hotels sowie Ferienwohnungen total 440 Hotel-Tickets bezogen. In Zusammenarbeit mit Passepartout wurde ein Flyer mit Online Umfrage «Hotel-Ticket Nidwalden» gedruckt.

Iheimisch Kampagne «Iheimisch Tell-Pass» - Die Iheimisch Inserate-Kampagne im Verlag Unterwaldner wurde im Dezember 2018 mit neun Inseraten gestartet und wird ab Mai 2019 mit 14 Inseraten fortgesetzt. Der Tell-Pass wird an der Iheimisch 30. Mai bis 2. Juni 2019 dank dem Sponsoring der Nidwaldner Kantonalbank zu einem Spezialpreis angeboten. Mehr Informationen unter: nidwalden.com/iheimischtellpass

MARKETING

ONLINE

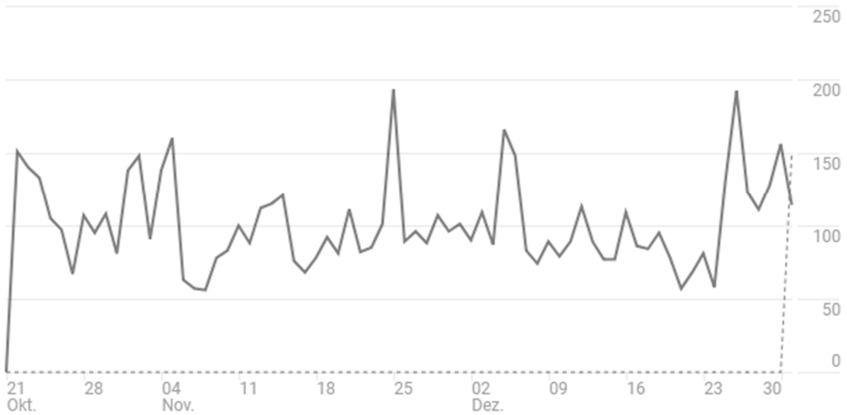
Webseite nidwalden.com, **Gästeportal Luzern-Vierwaldstättersee -** Seit Oktober 2018 ist das Gästeportal der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee lanciert und auf Deutsch und Englisch verfügbar. Seit der Lancierung gab es 8’102 Seitenaufrufe.

Unter der Leitung von Luzern Tourismus entstanden insgesamt 14 neue Webseiten, welche miteinander verlinkt sind. Dadurch findet der Gast noch rascher und gezielter sämtliche Angebote der Zentralschweiz.

Auf der Website von Nidwalden Tourismus werden zudem Nidwaldner Veranstaltungen veröffentlicht, welche via «Guidle.com» auch bei Luzern Tourismus und Schweiz Tourismus publiziert werden.

Beherbergungsbetriebe werden auf der Website von Nidwalden Tourismus via Schnittstellen veröffentlicht.

SEITENAUFRUFE GÄSTEPORTAL – NIDWALDEN.COM
AB OKTOBER 2018



Social Media - Regelmässig wurden touristische Neuigkeiten und Angebote aus Nidwalden auf der **Facebook-, Instagram- und YouTube-Seite** von Nidwalden Tourismus veröffentlicht. Den touristischen Leistungsträgern wurde angeboten, uns Vorschläge für Posts wie Neuigkeiten, Events, Angebot, usw. mitzuteilen.

Facebook nidwalden.tourismus (seit Dezember 2012)	**19’129 Fans** per 31.12.18, +15% gegenüber Vorjahr (Vergleiche: Tourismus Stans: 671 Fans, Obwalden Tourismus: 4’748 Fans, Uri Tourismus 2’942 Fans, Zentralbahn 6’038 Fans).
Instagram nidwalden_com (seit März 2016)	**5’388 Abonnenten** (Vergleiche: Luzern Tourismus 14’600 Abonnenten, Obwalden Tourismus 1’524 Abonnenten, Uri Tourismus 1’269 Abonnenten, PILATUS-BAHNEN AG 6’884 Abonnenten). Seit 2016 hat Nidwalden Tourismus 880 Beiträge veröffentlicht.
Twitter Nidwalden (seit April 2010)	**913 Followers** per 31.12.18 (Vergleiche: Luzern Tourismus 743 Follower, Ballenberg 660 Follower, Bern 2’923 Follower).
YouTube Nidwalden Tourismus (seit Dezember 2018)	**4 Abonnenten** per 31.12.18 (Vergleiche: Luzern Tourismus 533 Abonnenten, Obwalden Tourismus 177 Abonnenten, Uri Tourismus 49 Abonnenten).

MARKETING

Instameet Herbst: Das Instameet #citylakemountainmeet fand vom 5. bis 7. Oktober 2018 statt und wurde von Luzern Tourismus organisiert. Influencer waren in der Region unterwegs, hielten die Landschaften mit der Kamera/Handy fest und teilten dies mit der Community. Die Wanderung ging von der Stöckalp auf Melchsee-Frutt – Jochpass – Trübsee – Berggasthaus Niederbauen – Klewenalp-Stockhütte. Pro Tag haben die Influencer 1-2 Instagram Stories gepostet (Bilder, Text und Hashtags, Film).

WEITERE PROJEKTE / AUFGABEN

Medienreisen - Nidwalden Tourismus koordinierte Anfragen bezüglich Medienreisen und vermittelte die Kontakte. Im Jahr 2018 gab es vier uns bekannte Medienreisen (Bürgenstock Resort Lake Lucerne «Felsenweg und Aktivitäten», RTS in Stans «Kulinarik», piroskakunst.ch «Heidi&Friends Buch», marisameroni.ch «Kunstprojekt über Nidwalden») und weitere mehr.

Nidwaldner Marketing-Beirat - Im Jahr 2018 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 von Nidwalden Tourismus erhalten die Partner Informationen zu Terminen, Mitmachmöglichkeiten, Prospektbestellung und können dort ihre Veranstaltungen kostenlos eintragen (via Guidle).

NRP Projekt Mountainbike Zentralschweiz - Das Projekt will in der Zentralschweiz durch Mountainbike-Angebote neue Wertschöpfung generieren. Die Region Luzern-Vierwaldstättersee soll mit einem aufeinander abgestimmten Angebot zu einer der attraktivsten und vielseitigsten Bike Regionen der Schweiz werden. Das Projekt wird mit NRP-Mitteln der Kantone Luzern, Schwyz, Obwalden, Nidwalden und Uri unterstützt. Ein wichtiger Schritt des Projektes waren die Feldanalysen aller Regionen aus der Zentralschweiz, welche im Herbst 2018 mit ALLEGRA Tourismus umgesetzt wurden. Weiter fand im November 2018 ein Workshop mit Guides aus der Zentralschweiz statt. Daraus entstand eine Arbeitsgruppe. Mehr Informationen: mtbzentralschweiz.ch

WERBEMITTEL / DRUCKSACHEN

Faltkarte «Velo- und Bike-Erlebnisse in Nidwalden und Umgebung» - Druck 50'000 Exemplare. Diese Faltkarten wurden mithilfe PromoPost in 23'000 Haushaltungen in Nid- und Obwalden sowie in Horw und in der Stadt Luzern verteilt. Aktive Bewerbung in Zeitungen in den Regionen Nidwalden, Luzern und Aargau. Attraktiver Bike-Wettbewerb mit 600 Teilnehmenden, Preise im Wert von über CHF 3'000.00, u.a. ein Wochenende an der WM in Lenzerheide.

Faltkarte «Bürgenberg Erlebnis» - Auf Wunsch des Bürgenstock Resorts erarbeitete Nidwalden Tourismus zusammen mit den Gemeinden Stansstad, Ennetbürgen und Tourismus Buochs-Ennetbürgen eine Bürgenberg Karte. Es wurden 25'000 Exemplare gedruckt. Aufgrund grosser Beliebtheit wurden 15'000 Exemplare im Herbst 2018 nachgedruckt.

Faltkarten «40 Feuerstellen in Nidwalden» / «40 Bergbahnen in Nidwalden» - Aufgrund der hohen Nachfrage wurden 10'000 Exemplare der Feuerstellen-Karte und 20'000 der Bergbahnen-Karte nachgedruckt.

Spielplatzführer Kanton Nidwalden - Zusammen mit der Gesundheitsförderung und Integration Kanton Nidwalden wurde diese Broschüre beworben.

Vierwaldstättersee-Trophy (Peakhunter) Sommer 2018 – Ende Oktober 2018 - Nidwalden war Teil der Vierwaldstättersee-Trophy. Mithilfe einer App «Peakhunter» konnte man während der Wanderung Punkte sammeln. Wer mindestens zwei der 16 Ausflugsziele einer Trophy besuchte und mit einem Foto in der «Peakhunter» App dokumentierte, nahm an der Verlosung teil. Auszug NW: Stanserhorn, Niederbauen, Arvi, Walegg, Bannalpsee und Aa Schlucht.

Prospekt Zentralbahn - Nidwalden Tourismus hat die Zentralbahn mit Ausflugs-Tipps für Schulreisen unterstützt. Fünf Ausflugs-Tipps wurden auf den Flyer genommen (Felsenweg Bürgenstock, Aawasser Oberdorf, Zingel/Mueterschwandenberg via Ennetmoos, Aawasseregg Buochs und Hexenspielplatz Wirzweli).

Imagebroschüre, Projektname «Nidwalden Guide» - Die A4 Image-Broschüre enthält mit eindrücklichen Bildern und witzigen Sprüchen die Vielfältigkeit unseres schönen Kantons. Die Broschüre geht im Frühling 2019 in den Druck und wird am 2. Nidwaldner Tourismusforum am Donnerstag, 23. Mai 2019 lanciert.

Redaktionelle Beiträge im Verlag Unterwaldner und Blitz - Blitz: 01.06.18 «Mit dem Velo durch Nidwalden», 05.07.18 «Auf die Spielplätze, fertig los», 3.8.18 «s'isch scheen, wenn's scheen isch», 18.11.18 «Wintererlebnisse», 22.11.18 «Revision Bergbahnen» / Gastro Hergiswil: 28.3.18 «Ostern», 13.6.18 «Sommer», 17.10.18 «Herbst, Wild» und 5.12.18 «Winter und Weihnachten» / Verlag Unterwaldner: 31.10.18, «Stansstader Kultur erleben».

Bildsprache - Nidwalden Tourismus nahm am Fotopool von Luzern Tourismus teil. Im Herbst 2018 fand ein Wandershooting auf der Klewenalp und Maria-Rickenbach statt. Diese Fotos werden in der Wander-Kampagne 2019 verwendet.

Winkelried Denkmal in Stans

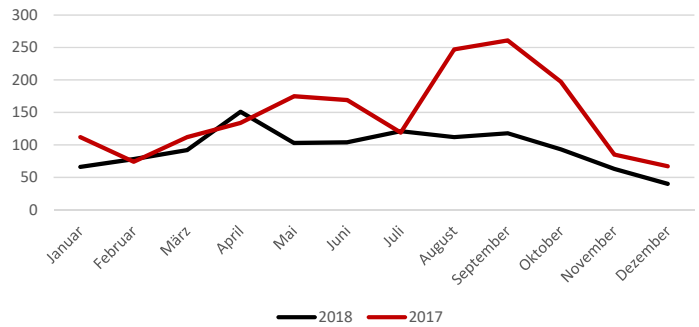
GÄSTEINFORMATION

Touristische Auskünfte - Nidwalden Tourismus betreibt eine touristische Telefon-Auskunftsstelle in vier Sprachen von Montag bis Freitag, von 7 bis 19 Uhr. Im Jahr 2018 beantwortete Nidwalden Tourismus 1'141 touristische Anfragen per Telefon, E-Mail und Post. Insgesamt gab es 102 Buchungsanfragen für Übernachtungen in Nidwalden und 266 allgemeine Auskünfte und Prospektbestellungen zu Ausflügen in Nidwalden.
Bei 73 Schüleranfragen (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. Die Broschüren wurden an folgenden Info-Points aufgelegt:

- Interessierte und beteiligte Leistungsträger in Nidwalden und Umgebung
- alle Gemeinden von Nidwalden
- Tourismusorganisationen, u.a. Tourist Office in Luzern (rund 300'000 Besucher pro Jahr)
- gemeinsame, gegenseitige Prospektverteilung mit Obwalden Tourismus in Obwalden, Nidwalden und der Stadt Luzern
- Autobahn-Raststätten Neuenkirch, Einkaufszentrum Sursee-Park und Gotthard My Stop in Erstfeld, Prospektfach in Basel bei Basel Tourismus
- Die Tourismuswand im Länderpark Stans erfreut sich immer noch einer grossen Beliebtheit. Nidwalden Tourismus bewirtschaftet dort 38 Prospektfächer, welche gemietet werden können
- Tourismuswand im Kantonsspital Stans mit etwa 19 Prospektfächern
- Prospektwände Hergiswil und Stansstad (jeweils von April bis September)

TOURISTISCHE ANFRAGEN 2018
IM VERGLEICH MIT 2017



FINANZEN

BILANZ PER 31.12.2018

	2018 in CHF	2017 in CHF
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	130'750.44	134'833.94
Kurzfristige Forderungen	180.00	2’880.00
Vorräte Werbematerial	1.00	1.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	6'484.80	19'291.90
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN	**137'416.24**	**157'006.84**
Anlagen (Computer / Mobiliar)	2.00	2.00
TOTAL Mobile Sachanlagen	**2.00**	**2.00**
TOTAL Aktiven	**137'418.24**	**157'008.84**

PASSIVEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0.00	34'056.85
Passive Rechnungsabgrenzung	7'911.90	5'702.30
Total kurzfristiges Fremdkapital	**7'911.90**	**39'759.15**
Rückstellung Projekte	50'000.00	40'000.00
Rückstellung Allgemein	32'000.00	33'000.00
Total langfristiges Fremdkapital	**82'000.00**	**73'000.00**
Gewinnvortrag	44'249.69	27'465.56
Jahresgewinn	3'256.65	16'784.13
Eigenkapital	**47'506.34**	**44'249.69**
Total Passiven	**137'418.24**	**157'008.84**

ERFOLGSRECHNUNG 2018

	2018 in CHF	2017 in CHF
Ertrag Beiträge u.a. Kanton und Gemeinden	357'700.00	343’260.00
Erträge aus Marketing-Projekten	52'267.25	63’706.60
Betrieblicher Ertrag	**409'967.25**	**406’966.60**
Marketing- und Werbeaufwand	200'313.35	195’086.00
Personalaufwand	144'928.50	106’525.82
Raumaufwand	6'320.00	7’200.00
Verwaltungsaufwand	55'148.75	79’529.30
Abschreibung	0.00	1’816.15
Betrieblicher Aufwand	**406'710.60**	**390’182.47**
Reinergebnis	**3'256.65**	**16’784.13**

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 01.01.2018 bis 31.12.2018 umfassende 6. 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, 8. Februar 2019

Die Revisoren

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

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 2018 zählt der Verein 233 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 (Umsetzung der Marketingschwerpunkte) • SchweizMobil
Kantonale und regionale Partner	• Luzern Tourismus (Einsitz im Marketingbeirat) • Transportunternehmungen Zentralschweiz (TUZ) • Nidwaldner Wanderwege • Waldstätterweg • Sbrinz Route
Lokale Partner und Leistungsträger	• Tourismusorganisationen • Transportunternehmen / öffentlicher Verkehr • Museen / Theater / Kulturinstitutionen • Mitglieder Bergbahnen, Hotels, Ferienwohnungen und Restaurants, Events, etc. • Bürgenstock Resort Lake Lucerne • Nidwaldner Bauernverband • 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 sieben 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	SchweizMobil & Parahotellerie
Roland Blättler	Marketing & Landrat
Pietro Brand	Tourismusforum, Parahotellerie & Tourismusvereine
Christoph Keiser	Marketing & Gastronomie
Urs Waser	Marketing & Bergbahnen

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

TEAM

Die Geschäftsstelle befindet sich seit Februar 2018 im Reisezentrum der zb Zentralbahn AG in Stans. Nidwalden Tourismus betreibt keinen Schalter mit Kundenkontakt, ist jedoch telefonisch oder per E-Mail erreichbar.

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

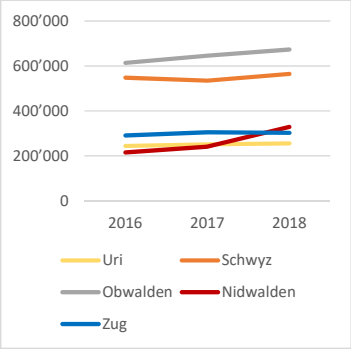
Bis Ende März war Erna Blättler-Galliker die Geschäftsführerin. In der Buchhaltung unterstützte Silvia Berchtold-Wyss bis Ende März 2018. Wir danken den Mitarbeiterinnen für ihren Einsatz in den vergangenen Jahren und wünschen ihnen alles Gute.

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

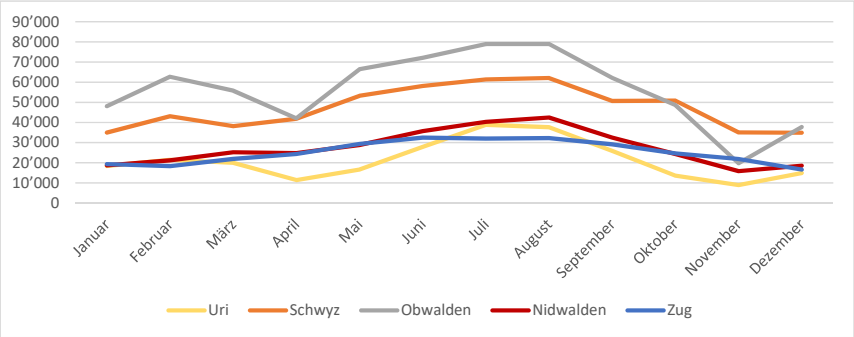
ECKDATEN UND STATISTIKEN

LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG 2016 - 2018
IM VERGLEICH MIT VIER ZENTRALSCHWEIZER KANTONEN

	2016	2017	2018	Veränderung 2017 vs. 2018
Uri	243’926	250’894	255’421	**+1.8%**
Schwyz	547’762	534’499	564’533	**+5.6%**
Obwalden	613’672	645’668	673’298	**+4.3%**
Nidwalden	215’012	240’658	328’506	**+36.5%**
Zug	290’642	305’013	302’196	**-0.9%**

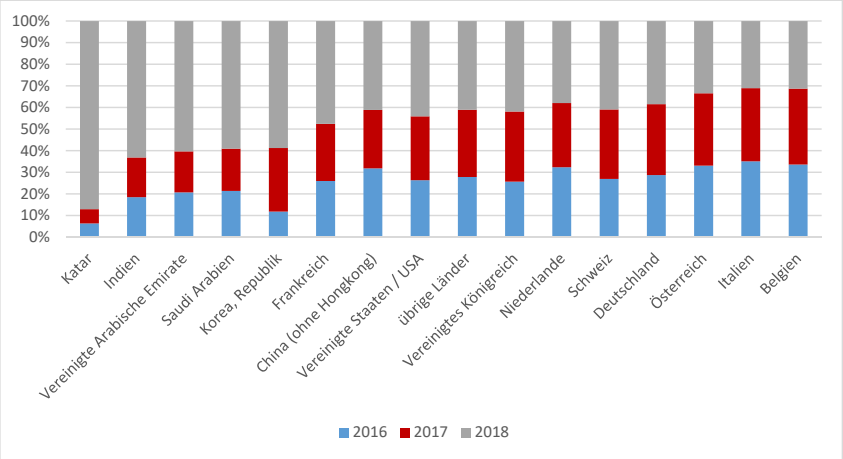


LOGIERNÄCHTEENTWICKLUNG JANUAR – DEZEMBER 2018
IM VERGLEICH MIT VIER ZENTRALSCHWEIZER KANTONEN



Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Uri	18’389	21’451	19’927	11’393	16’627	27’882	**38’845**	37’643	25’890	13’587	8’912	14’875
Schwyz	35’028	43’095	38’167	41’878	53’248	58’153	61’409	**62’076**	50’687	50’812	35’075	34’905
Obwalden	48’060	62’665	55’804	42’096	66’430	72’056	78’906	**78’957**	62’122	48’675	19’758	37’769
Nidwalden	18’693	21’193	25’238	24’851	28’824	35’744	40’364	**42’453**	32’453	24’344	15’829	18’520
Zug	19’315	18’306	21’905	24’321	29’323	32’487	32’007	32’254	29’186	24’651	21’839	16’602

ENTWICKLUNG GÄSTEHERKUNFT IN NIDWALDEN
VERGLEICH LOGIERNÄCHTE 2016 – 2018



Länder	2016	2017	2018	Veränderung 2017 vs. 2018
Katar	476	495	6 526	**+1218%**
Indien	731	724	2 493	**+244%**
Vereinigte Arabische Emirate	1 388	1 269	4 043	**+219%**
Saudi-Arabien	1 260	1 154	3 485	**+202%**
Korea, Republik	470	1 174	2 347	**+100%**
Frankreich	3 409	3 474	6 252	+80%
China (ohne Hongkong)	17 946	15 223	23 186	+52%
Vereinigte Staaten / USA	8 409	9 418	14 070	+49%
übrige Länder	210 725	236 409	310 969	+32%
Vereinigtes Königreich	9 454	11 973	15 435	+29%
Niederlande	10 782	9 882	12 649	+28%
Schweiz	102 853	122 884	156 582	+27%
Deutschland	27 834	31 865	37 344	+17%
Österreich	2 136	2 159	2 157	-
Italien	4 701	4 541	4 158	-8%
Belgien	5 423	5 668	5 049	-11%

Quelle: bfs.admin.ch

NIDWALDEN.COM

Nidwalden Tourismus
Bahnhofplatz 2, Postfach 1045
CH-6371 Stans
Telefon +41 (0)41 610 88 33
info@nidwalden.com