

JAHRESBERICHT 2021





Kitzelpfad am Härzlisee, ein Erlebnis der #bucketlistlucerne 2021, Foto: Brunni-Bahnen AG

INHALT

BERICHT DES PRÄSIDENTEN	4
KENNZAHLEN 2021	7
MARKETING	8
GÄSTEINFORMATION	19
FINANZEN	20
REVISORENBERICHT	22
LEISTUNGS-AUFTRAG NIDWALDEN TOURISMUS	23
VORSTAND	24
GESCHÄFTSSTELLE	25
ECKDATEN UND STATISTIKEN	26

VORWORT VOLKSWIRTSCHAFTSDIREKTION

Die Corona-Pandemie hat der Tourismusbranche im 2021 ein weiteres schwieriges Jahr beschert. Erneut gab es behördliche Schliessungen, Verbote, Einschränkungen, viel Ungewissheit und kaum Planungssicherheit. 2021 war somit ganz sicher nicht das Jahr, welches wir uns nach dem bereits so turbulenten und schwierigen 2020 erhofft haben. Und leider lässt sich derzeit auch nicht sagen, ob wir die Pandemie im 2022 definitiv hinter uns lassen können oder ob sie erneut aufflackern wird.

Dennoch bin ich überzeugt davon, dass der Tourismus in unserem Kanton gut aufgestellt ist und dass er sich nach der Krise – mit der Unterstützung von uns allen – rasch erholen wird. Zu dieser Überzeugung komme ich einerseits, weil Corona unserer einmaligen Landschaft, unserer interessanten Kultur, unserer spannenden Kulinarik und der grossen Gastfreundlichkeit unserer Touristikerinnen und Touristiker nichts anhaben kann. Andererseits aber auch, weil ich in meiner Tätigkeit als Volkswirtschaftsdirektor in den letzten Jahren immer wieder beeindruckt feststellen durfte, dass unsere Tourismusunternehmen von sehr kompetenten und verantwortungsbewussten Menschen geführt werden. Mit viel Mut, Fachwissen, Zuversicht und grossem Engagement arbeiten sie Tag für Tag für den Erfolg ihrer Unternehmen. Damit leisten sie gleichzeitig einen sehr wichtigen Beitrag für das Wohl unserer Gesellschaft. All diesen Menschen danke ich für ihren grossen Einsatz und wünsche ihnen und uns allen, dass die so sehnlichst erwartete Normalität möglichst bald eintreten wird.



Dr. Othmar Filliger

Volkswirtschaftsdirektor

BERICHT DES PRÄSIDENTEN



Josef Lussi-Waser

Präsident
Nidwalden Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder, Partner und Mitarbeitende von Nidwalden Tourismus

Nidwalden Tourismus (NWT) sagt Danke!

Auch 2021 war ein Jahr, wie es sich viele von uns nie hätten vorstellen können – eine Achterbahnfahrt der Gefühle. Lockdowns und Reisebeschränkungen sowie verminderte Planbarkeit hatten schwere Einbrüche zur Folge. Darauf folgte mit wachsenden Lockerungen und sinkenden Infektionszahlen wieder rasantes Wachstum. Erfahren Sie mehr über Ankünfte, Aufenthaltsdauer, Logiernächte und Entwicklungen auf den folgenden Seiten. Und doch gab es viele angenehme Momente, die wir nicht missen wollen. Wir durften zahlreiche schöne Dinge unternehmen und eine herrliche Zeit verbringen. Dafür danke ich den Mitarbeiterinnen von NWT, meinen Vorstandskamerad*innen, den Mitgliedern in den Arbeitsgruppen, den mitmachenden und unterstützenden Partnern sowie allen weiteren Beteiligten – Herzlichen Dank für den grossartigen und uneigennütigen Einsatz, die vielen konstruktiven Beiträge und Ideen sowie die grossartige Unterstützung.

Für eine gute, ansprechende und zielführende Gästeinformation hat NWT im eigenen Gästeportal www.nidwalden.com, angelehnt an die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (LuV) mit dem gemeinsamen Auftritt von 15 Partnern, den Content täglich gepflegt, weiterentwickelt und mit interessierten touristischen Leistungsträgern verlinkt. Mit Ausflugstipps, Wander- und Radtouren sowie kulinarischen und kulturellen Highlights wurden Nidwaldner*innen und Besucher eingeladen, unsere herrliche Region zu besuchen und zu erkunden. Daneben hat NWT touristische Auskünfte erteilt, E-Mail-Anfragen beantwortet, mehrere Info-Points betreut und die Prospektverteilung organisiert. Im Auftrag der Volkswirtschaftsdirektion (VD), geregelt in einer Leistungsvereinbarung (LV), nimmt NWT die Koordination des übergeordneten Marketings und die Interessenvertretung gegenüber verschiedenen Organisationen wahr. Auch das touristische Basis-Marketing für den Kanton Nidwalden ist in dieser LV umschrieben. Anlässlich von zwei Sitzungen des Marketingbeirates wurden Ideen und Meinungen für das Marketingprogramm 2021/22 eingeholt und beim 3. Nidwaldner Tourismusforum haben sich die Teilnehmer zum Thema «Kulinarik als Reisemotiv» ausgetauscht.

Wir sind stolz, dass unsere Prospekte und Projekte Beachtung finden und Wirkung zeigen. Die Sommerkampagne «Kulinarische Erlebnisse in Nidwalden», verknüpft mit Wandervorschlägen, fand offline wie online viel Beachtung, nahmen doch auch 275 Gäste am Wettbewerb teil. Mit der ausserordentlichen Restart Kampagne «Bleyb i dr Schwiiz ... chum uf Nidwaldä» konnten wir viele Schweizer Gäste für Ferien in der Region Nidwalden gewinnen. Unsere Faltkarten «52 Feuerstellen in Nidwalden», «18 Wandererlebnisse in Nidwalden» und «Erlebnis Bürgenberg» haben wir aufgrund der regen Nachfrage aktualisiert und erneut gedruckt. Über die Winterkampagne «Wintererlebnisse in Nidwalden» wurden uns 264 herrliche Bilder zu-

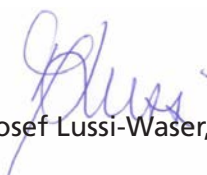
gesendet. In Absprache mit der VD haben wir uns bei sechs NRP-Projekten engagiert und diese betreut. So entstand auch das Merkblatt «Stellplätze in Nidwalden» und bei «LuV2030» beteiligten wir uns an der Weiterentwicklung der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (digitale Vernetzung mittels Data-/Content-Hub, Visions-/Strategieprozess mit Produktentwicklung und vielem mehr). Ebenfalls begleiten durften die NWT-Mitarbeitenden im Rahmen der LV mit Hergiswil und Stansstad die Umsetzung der von Gemeinden und Partnern definierten Aufgaben und das touristische Marketing.

Nun starten wir in das Jahr 2022 und freuen uns auf hoffentlich wieder mehr Normalität, die wir nutzen möchten, um schöne Veranstaltungen stattfinden zu lassen – natürlich mit der bestmöglichen Sicherheit und Hygienemassnahmen für unser aller Gesundheit. Besonders stolz machen uns auch die sportlichen Erfolge der Nidwaldner Sportler*innen – Schützin Nina Christen und Skirennfahrer Marco Odermatt wie auch alle anderen und kommenden Talente in den verschiedensten Sportarten. Wenn der Zielraum-Speaker am Chuenisbärgli (Adelboden BE) schon in die Arena ruft, dass der Sieger «aus dem schönen Nidwaldnerland» komme, ist das beste Werbung für unsere herrliche Region.

Mit Christina Bucher (1. Juli 2018 bis 31. Januar 2022) und Andrea Eberli (1. November 2020 bis 28. Februar 2022) verlassen uns leider zwei hervorragende, initiative und verlässliche Mitarbeiterinnen. Caroline Pirskanen-von Buddenbrock bleibt uns wie bisher mit einem Pensum von rund 20 % erhalten. Seit 1. Januar 2022 arbeiten mit Erika Schawalder-Frank (50 %) und Sandra Studer-Zwimpfer (40 %, ab April 50 %) bereits zwei erfahrene und tourismusaffine Mitarbeiterinnen auf der Geschäftsstelle und werden intensiv eingeführt. Ab 1. März 2022 werden sie von Jessica Jecklin (100 %) unterstützt. Es geht also weiter. Anlässlich der 9. GV 2022 von Donnerstag, 7. April 2022 in Hergiswil NW werden wir die neuen Mitarbeitenden vorstellen. Wer sich jetzt schon ein Bild machen möchte, besuche die Seite www.nidwalden.com/team.

Auf ein gutes und erfolgreiches 2022.

Der Präsident Nidwalden Tourismus


Josef Lussi-Waser, Beckenried NW



Luftseilbahn Wolfenschiessen - Brändlen, Foto: Patrick Humbel

KENNZAHLEN 2021



236'231

+21,5%

SITZUNGEN
NIDWALDEN.COM



178'287

+19,4%

NUTZER
NIDWALDEN.COM



1'147

+1,4%

TOURISTISCHE AUSKÜNFTE
PER TELEFON UND E-MAIL



239'641

+34%

LOGIERNÄCHTE IN
HOTELS UND KURBETRIEBE VON
NIDWALDEN

70% SCHWEIZER GÄSTE



223

+0,5%

MITGLIEDER
NIDWALDEN TOURISMUS

10 EINTRITTE / 9 AUSTRITTE



23'544

+5%

FACEBOOK
LIKES
(SEIT 2012)



14'000

+12%

INSTAGRAM
ABONNENTEN
(SEIT 2016)



1'382

+17%

TWITTER
FOLLOWERS
(SEIT 2010)



255

+355%

YOUTUBE
ABONNENTEN
(SEIT 2018)

INFORMATION

- Nutzer sind alle Besucher einer Website.
- Eine Sitzung entsteht, wenn ein Nutzer auf die Website kommt. Nutzer können mehrere Sitzungen pro Tag haben.
- +/-% Vergleich zum Vorjahr

MARKETING

Als übergeordnetes Jahresthema 2021 widmete sich Luzern Tourismus AG erneut dem Wandern. Im Fokus stand der Tell-Trail mit der Königsetappe von Stans nach Engelberg, sowie die Sommer Bucket List. Bei der Bucket List war Nidwalden mit der Alpkäsereien-Wanderung «Alpengold Wirzweili» vertreten. Auch Nidwalden Tourismus fokussierte sich im Jahr 2021 wieder aufs Thema Wandern, verknüpft mit kulinarischen Erlebnissen, wie im Vorjahr. Ziel war es, den touristischen Partnern im Kanton Nidwalden einen spürbaren Mehrwert zu erbringen. Bei der Vermarktung setzt Nidwalden Tourismus weiterhin auf den Markt Deutschschweiz, im Besonderen in den Regionen Uri, Nidwalden, Obwalden, Luzern, Aargau und Basel (entlang Autobahn A2).



KAMPAGNE WANDERN & KULINARIK

Die Faltkarte «Kulinarische Erlebnisse in Nidwalden» (2. Auflage) mit 12 Wandertipps und 20 gastronomischen Highlights wurde im April 2021 von Nidwalden Tourismus herausgegeben. Das Rezeptbüchlein «Nidwaldner Rezepte, Ä Guätä!», mit zwölf Rezepten aus Nidwalden (1. Auflage) wurde für die Kampagne vom 2020 produziert und auch für die diesjährige Kampagne verwendet. Die Kampagne wurde durch Partner, Inserenten, Sponsoren, sowie Nidwalden Tourismus eigenfinanziert. Die kulinarischen Wanderungen sind auf der Karte eingezeichnet und kurz beschrieben. Wer sich für eine Route interessiert, erhält via QR-Code mehr Informationen (nidwalden.com/wandern). Per Promopost (unadressiertes Mailing) wurden die Faltkarten an 22'300 Haushalte in Nidwalden, Obwalden, Luzern, Aargau, Basel, Zürich und Solothurn gestreut. Die Faltkarte wurde zudem in verschiedenen Prospektwänden aufgelegt und an Partner und die teilnehmenden Restaurants verteilt. Bei den teilnehmenden Restaurants konnten die Gäste von April bis Oktober Kulinarik-Stempel sammeln. Ab drei Stempeln erhielten die Teilnehmenden ein Geschenk mit einem Nidwaldner Rezeptbüchlein, einem «Zneyni-Säckli» und einer Nidwaldner Spezialität (Apfelmöndli). Ab sechs Stempeln gabs statt den Apfelmöndli ein «Zneyni-Brättli» aus Nidwaldner Holz. Insgesamt haben 275 Gäste 1'240 Stempel gesammelt. Am häufigsten gestempelt haben die Mitarbeitenden vom Hotel Restaurant Engel in Stans, nämlich 131-mal. Unter allen Teilnehmenden wurden zudem Wettbewerbspreise im Wert von rund CHF 4'000.00 verlost. Die Hauptpreise waren eine Übernachtung im Hotel Nidwaldnerhof im Wert von CHF 960.00, eine Jahreskarte der Brunni-Bahnen im Wert von CHF 500.00 und ein geführter Wandertag mit Lara Mandioni im Wert von CHF 500.00. Am 11. November 2021 wurde das Hotel Restaurant Engel zum «Kulinarik-Ort des Jahres 2021» gekürt und die Hauptpreise den Gewinnern persönlich übergeben. Zur Erinnerung übergab Regierungsrat Othmar Filliger dem Hotel Restaurant Engel Stans ein graviertes Messingschild.

Die Kampagne wurde online und offline auf verschiedenen Kanälen begleitet. So wurde unter anderem im Radio Central, auf 20minuten.ch und im Powerkombi auf den Stempelwettbewerb und die kulinarischen Wanderungen aufmerksam gemacht. Alle Wanderungen und Rezepte sind online auf Deutsch und Englisch verfügbar. Auf dem Gästeportal nidwalden.com wurden zahlreiche Alpbeizli, Käsereien, Hofläden und Feuerstellen ergänzt und aktualisiert.

RESTART KAMPAGNE

Auch dieses Jahr war Covid-19 noch immer sehr präsent, weshalb im Frühling entschieden wurde, erneut eine Restart-Kampagne zu lancieren. Wie im Vorjahr beabsichtigte die Restart Kampagne, die touristischen Unternehmen in der Coronakrise zu unterstützen. Mit der Botschaft «Bleyb i dr Schwiz...chum uf Nidwaldä» und zahlreichen Kurzferien-Tipps sowie buchbaren Angeboten lockte Nidwalden Tourismus Schweizer Gäste in die einmalige Berg- und Seenlandschaft.

Einzigartige Bildwelten und originelle Sprüche, wie «Bärgbahn statt Jumbo-Jet», «Bärgschuäh statt Flip-Flops», «Bärghittä statt Beach Hotel» oder «Vierwaldstättersee statt Mittelmeer», zeigten die Vielfalt der Region Nidwalden auf. Die Kampagne dauerte von Mai bis Juni 2021. Der Zielmarkt war die Deutschschweiz. Im Fokus standen die Zentralschweiz sowie die Kantone Zürich, Solothurn, Aargau und Basel. Nidwalden Tourismus lancierte einen gezielten Plakataushang an bestfrequentierten Passantenlagen und vielbefahrenen Strassen in den Städten Zürich, Basel, Sursee, Oftringen, Olten und Solothurn. Online wurden Google Ads geschaltet mit Verlinkung auf die Landingpage nidwalden.com/ferien. Dort können Besucher diverse Programmvorschläge für jeweils drei Ferientage abrufen. Zudem gab es Publi-reportagen und Inserate im Magazin Urnerland, im Bote der Urschweiz, auf 20minuten.ch und in weiteren regionalen Anzeigern.



Plakataushang an bestfrequentierten Passantenlagen in verschiedenen Städten

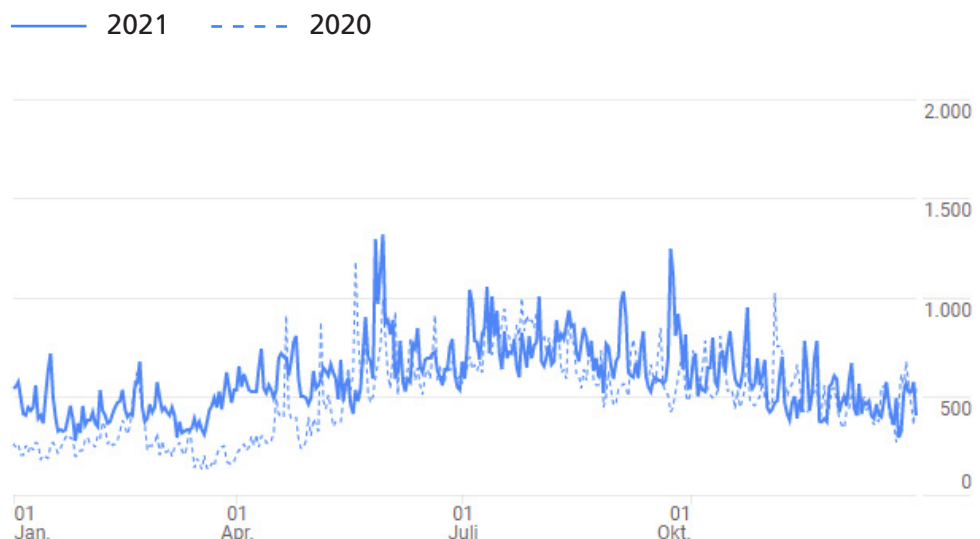
Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee, zu der auch Nidwalden Tourismus gehört, treibt die Digitalisierung weiter an. Nebst der Weiterentwicklung des Online-Gästeportals, wurde ein Online-Marktplatz mit buchbaren Erlebnissen lanciert. Die Social Media Kanäle von Nidwalden Tourismus gewannen an Reichweite und Attraktivität. Auf dem Blog erschienen wiederum zahlreiche interessante Erlebnisberichte.

WEBSITE

Das Online-Gästeportal der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee zählt heute 15 Destinationspartner mit einem gemeinsamen Backend. Jede Region verfügt über ein eigenes Frontend, sprich eigene Website.

Der kantonale und touristische Online-Auftritt www.nidwalden.com von Nidwalden Tourismus ist in den Sprachen Deutsch und Englisch verfügbar. Der Content der Website wird täglich gepflegt, SEO optimiert, weiterentwickelt und mit Angeboten verlinkt. Im Jahr 2021 gab es 236'231 Sitzungen (+21,5%) und 178'287 Nutzer (+19,4%). Im Jahr 2020 waren es 194'759 Sitzungen und 150'600 Nutzer. Die Mehrheit der Besucher der Website stammt aus der Schweiz (88,24%), gefolgt von Deutschland (5,35%) und USA (2,04%). Rund 62% der Besucher haben die Informationen auf einem Smartphone abgerufen, 34% auf dem Desktop und 5% via Tablet. Die am häufigsten aufgerufenen Seiten waren Felsenweg, Webcams, Coronavirus, Risetenschlucht, Wandern, Feuerstellen, Stansstad-Bürgenstock-Kehrsiten, Advent und Weihnachtsmärkte, Aaschlucht, Gästekarte Nidwalden, St. Nikolaus Umzüge, Älplerchilbi und Alpabzüge, Schneeschuhtouren und Winterwandern sowie Rund um den Alpachersee.

SITZUNGEN GÄSTEPORTAL – NIDWALDEN.COM



SOCIAL MEDIA

Regelmässig wurden touristische Neuigkeiten und Angebote aus der Region Nidwalden und Umgebung über die Social Media-Kanäle veröffentlicht. Social Media wurde weiter ausgebaut. Nidwalden Tourismus bearbeitet folgende Kanäle aktiv:

Facebook

@nidwalden.tourismus (seit Dezember 2012)
23'544 Fans per 31.12.2021, +5%

Instagram

@nidwalden_com (seit März 2016, 1'970 Beiträge)
14'000 per 31.12.2021, +12%

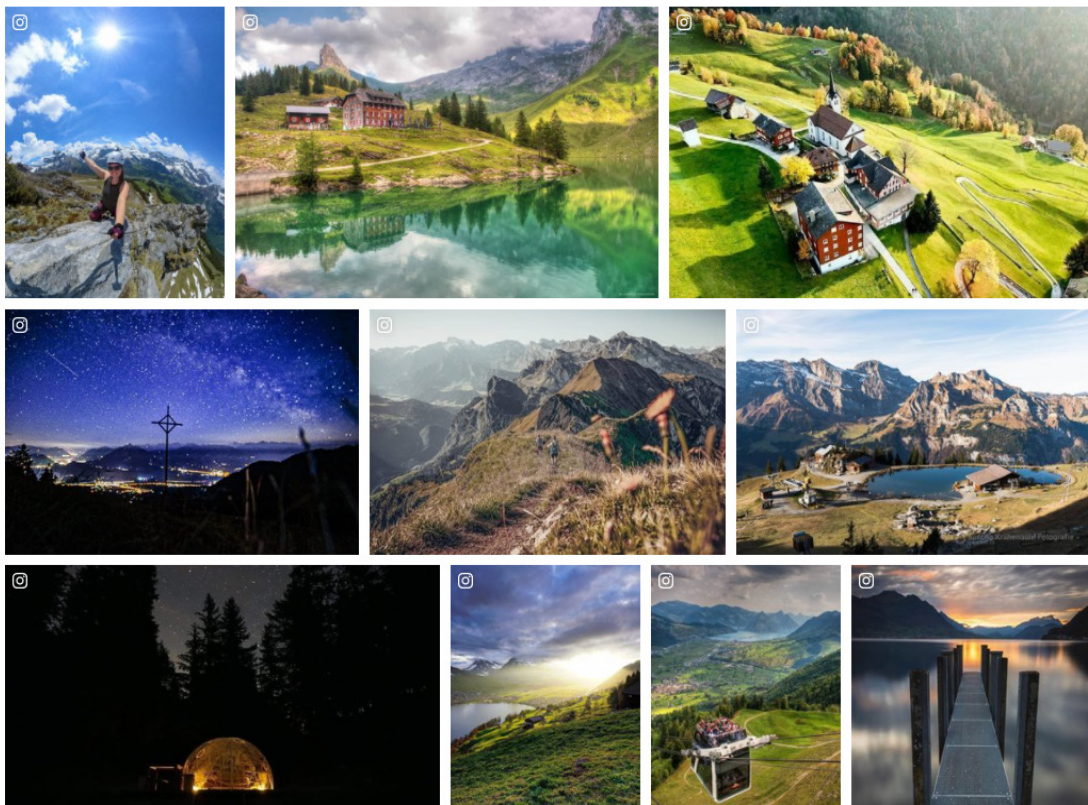
Twitter

@Nidwalden (seit April 2010)
1'382 Followers per 31.12.2021, +17%

YouTube

Nidwalden Tourismus (seit Dezember 2018)
255 Abonnenten per 31.12.2021, +355%

#nidwalden



NEWSLETTER

Der Gäste Newsletter wurde im Jahr 2021 viermal verschickt, resp. einmal pro Saison. Aktuell sind es 991 Abonnenten. An 380 touristische Partner verschickte Nidwalden Tourismus monatlich einen Partner Newsletter mit Neuigkeiten zu Projekten und Mitmachmöglichkeiten.

BLOG LUZERN - VIERWALDSTÄTTERSEE

Der Blog der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (blog.luzern.com) besteht seit April 2019 und ist auf Deutsch verfügbar. Im Blog finden Besucher persönliche Erlebnisberichte und Tipps aus aktuell zehn Tourismusregionen in der Zentralschweiz. Im Jahr 2021 hat Nidwalden Tourismus 16 Blogbeiträge publiziert. Die Social Media Kanäle von NWT wurden auch berücksichtigt.

DIGITALER MARKTPLATZ LUZERN-VIERWALDSTÄTTERSEE

Seit Juli 2021 können Gäste über den digitalen Marktplatz (Online-Shop) Dienstleistungen und touristische Angeboten online buchen. Der Marktplatz läuft und generiert Buchungen. Vom Kauf bis zur Entwertung ist der Vertriebs- und Buchungsprozess digitalisiert. Verschiedene Angebote können miteinander kombiniert werden (Unterkünfte, Bergbahnen, Skitickets und weitere Angebote). Zudem gibt es die Möglichkeit, eine Annullationsversicherung abzuschliessen.

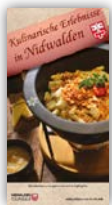
MEDIENARBEIT

Nidwalden Tourismus koordinierte Medienanfragen und vermittelte die Kontakte. Nidwalden Tourismus hat bei Anfragen gewünschtes Bildmaterial herausgesucht, passenden Content erarbeitet und an folgende Partner versandt:

- Filmaufnahmen der Sommerstaffel «landuf, landab» - SAT.1 mit Nicole Bircher «Rund ums Stanserhorn» vom 08. Mai 2021. Nidwalden Tourismus koordinierte die touristischen Themen wie ein Tandemflug birdlike vom Stanserhorn und einen Besuch im Drachenried. Die Online-Kanäle von Nidwalden Tourismus wurden auch berücksichtigt.
- Filmaufnahmen von der tschechischen TV-Crew von Postrehy Odjiund vom 03. - 07. Juli 2021. Koordination durch Luzern Tourismus und Nidwalden Tourismus und finanzielle Beteiligung durch Tourismus Stans (Hotelübernachtung im Boutique Hotel Stanserhof).
- Der Journalist, Helge Bendl, ist für seine Recherchen den ganzen Tell-Trail abgelaufen. Koordination und finanzielle Beteiligung durch Luzern Tourismus und Nidwalden Tourismus.
- Bild & Content: Magazin Eysi Energii «Bike-Touren direkt vor der Haustür» und die Plattform bikegenoss.ch, Magazin Schweizer Illustrierte «Mit dem Schiff den Bürgenstock erleben», Verlag Kümmerly & Frey «Fauna & Flora» und Luzerner Zeitung «Sommerferien in Nidwalden».
- ABGESAGT: Medienreise für das Magazin «Wohnen und Garten» vom 07. - 08. August 2021 in der Region Nidwalden.



Dreharbeiten der Sendung «landuf landab», Delta Tandemflug vom Stanserhorn mit Fredy Bircher und Nicole Bircher, Foto: Christina Bucher



DRUCKSACHEN

Die folgenden Faltkarten wurden von Nidwalden Tourismus aktualisiert und nachgedruckt:

Faltkarte «Kulinarische Erlebnisse in Nidwalden»

Druck 50'000 Exemplare, (2. Auflage) im Frühling 2021, DIN A6 lang, Deutsch.



Faltkarte «52 Feuerstellen in Nidwalden»

Aktualisierung und Nachdruck 15'600 Exemplare (4. Auflage) im Mai 2021, DIN A6 lang, Deutsch.



Faltkarte «18 Wandererlebnisse in Nidwalden»

Aktualisierung und Nachdruck 20'000 Exemplare (2. Auflage) im Mai 2021, DIN A6, Deutsch.

Faltkarte «Erlebnis Bürgenberg»

Aktualisierung und Nachdruck 15'000 Exemplare (3. Auflage) im Mai 2021, DIN A6 lang, Deutsch und Englisch.



MARKETINGBEIRAT

Im Jahr 2021 hat Nidwalden Tourismus zwei Sitzungen mit Vertretern aus allen Gemeinden und Tourismusorganisationen organisiert und durchgeführt (Nidwaldner Marketingbeirat). Es wurden Ideen und Meinungen für das Marketingprogramm 2022 eingeholt. Nidwalden Tourismus hat auch über aktuelle und zukünftige Projekte von Nidwalden Tourismus und der Region Luzern-Vierwaldstättersee informiert.

NIDWALDNER TOURISMUSFORUM

Das 3. Nidwaldner Tourismusforum wurde am 16. September 2021 im Kompetenzzentrum für Kulinarik im Alpenraum «Culinarium Alpinum» in Stans unter dem Motto «Kulinarik als Reisemotiv» durchgeführt. Das nächste Nidwaldner Tourismusforum findet am 13. April 2023 statt. Vorschläge für Themen nimmt Nidwalden Tourismus laufend entgegen.

BIKEGENOSS ZENTRALSCHWEIZ

Bikegenoss oder Bikegenossin (auch NRP Projekt Mountainbike Zentralschweiz genannt) will durch Mountainbike-Angebote in der Region zusätzliche Wertschöpfung generieren. Die Zentralschweiz / Region Luzern-Vierwaldstättersee soll zu einer der attraktivsten Bike-Regionen der Schweiz gehören. Das Leitungsgremium, bestehend aus Vertretern der 5 kantonalen und 5 regionalen Tourismusorganisationen, ist das Überwachungsorgan, welches die strategische Führung und Lenkung des Projektes beinhalten. Die definierten Personen des Leitungsgremiums sind verantwortlich für eine funktionierende Projektorganisation vor Ort in der Region. Nidwalden Tourismus ist zuständig für die Region Nidwalden. Das Projekt wird in folgende Bereiche gegliedert, zum Projektstand:

Grundlagen:

Der Regierungsrat hat das Thema «Mountainbiken» aufgenommen und integriert in die bestehende Fachstelle für Wanderwege. Zudem wird ein kantonales Konzept und ein Richtplan erarbeitet. Die Gesetzesvorlage wird entsprechend ausgearbeitet und über den Landrat koordiniert. Die Schaffung einer zusammenhängenden Infrastruktur für Mountainbiker wird angestrebt.

Trails:

Die Region Klewenalp-Vierwaldstättersee hat beim Kanton Nidwalden ein Bike Konzept eingereicht. Der neue Pumptrack Hergiswil beim Spielplatz Matt ist seit Juli 2021 für die Öffentlichkeit geöffnet (rund 1'800 Quadratmeter).

Services:

Im Jahr 2021 wurden den Partnern weiterhin Services wie Toolbars (Wand-Bikewerkzeugkasten), Zaunübergänge und Ladestationen angeboten. Seit Projektbeginn ist die Anzahl Bikehotels in der Zentralschweiz von 5 auf 30 gestiegen.

Identität:

Besucher der neuen Website www.bikegenoss.ch können sich seit Juni 2021 über Bike Touren, Bikehotels, Bikeguides und Bikeshops in der Region Zentralschweiz informieren. Diese Website wird durch Bikegenoss gepflegt und in Zusammenarbeit mit den Regionen weiterentwickelt. Das Thema Mountainbike wird weiterhin über die Websites www.nidwalden.com/bike, www.klewenalp.ch/bike und www.luzern.com/bike kommuniziert. Informationen und Partner-Angebote zum NRP Projekt Mountainbike Zentralschweiz findet man auf der Seite www.mtbzentralschweiz.ch.

NRP PROJEKT STELL- UND CAMPINGPLÄTZE NIDWALDEN

In enger Zusammenarbeit mit dem Amt für Raumentwicklung und Amt für Umwelt erarbeitete Nidwalden Tourismus einen Leitfaden über die Voraussetzungen und das Bewilligungsverfahren betreffend Stellplätze. Durch neue Stellplatz-Angebote will man in der Region Nidwalden Wertschöpfung generieren.

NRP PROJEKT SCHNEEPARADIES TITLIS-FRUTT-HASLIBERG

Die drei bestehenden Skigebiete sollen durch den Bau von neuen Bahnen miteinander verbunden werden. Das Projekt wird von den drei beteiligten Bergbahnunternehmen getragen. Die Federführung liegt bei den Bergbahnen Engelberg Titlis AG. Nidwalden Tourismus engagierte sich in der Begleitgruppe des Projektes.

NRP PROJEKT LUV 2030

Mit dem Projekt LUV 2030 wird die Basis für die zukünftige Produktentwicklung in der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (LuV) geschaffen. Dadurch soll die Wertschöpfung mit regionen-übergreifenden Angeboten erhöht werden. Ein wichtiger Bestandteil des Prozesses bildet die Systementwicklung, worin die Rollen der regionalen Anspruchsgruppen analysiert und klar definiert werden. Ziel ist ein schlagkräftiges Kooperationsmodell mit Fokus auf Steigerung von Effizienz, Effektivität & Nachhaltigkeit.

NRP PROJEKT DATA UND CONTENT HUB LUV

Mit dem «Data & Content Hub LUV» (Luzern-Vierwaldstättersee) wird die überregionale Nutzung des digitalen Contents angestrebt. Die gemeinsame Plattform dient in erster Linie für verschiedene Anwendungen (Apps, Websites, etc.). Über Schnittstellen wird der Content auch für globale Plattformen sichtbar und zugänglich gemacht (Open Data). Zu den Projektträgern gehören die Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Nidwalden (vertreten durch Nidwalden Tourismus), Obwalden, Schwyz und Uri.

NRP PROJEKT HOLZTOUR.CH

Das interkantonale Projekt «Holztour.ch» hat das Ziel, eine Online-Plattform zum Thema «Holz als Erlebnis» zu erstellen. Holz soll erlebbar gemacht werden. Angebote aus den zahlreichen Holz-Bereichen in den Regionen Hasliberg, Obwalden und Nidwalden werden vereint und zugänglich gemacht. Nidwalden Tourismus koordiniert die touristischen Holz-Erlebnisse für die Region Nidwalden.



Spielplatz Klewenalp Bergstation, die Holz-Erlebniswelt auf Klewenalp,
Foto: Bergbahnen Beckenried Emmetten AG



Wanderung nach Niederrickenbach, Foto: Nidwalden Tourismus

GÄSTEINFORMATION

Nidwalden Tourismus betreibt eine touristische Telefon-Auskunftsstelle in vier Sprachen von Montag bis Freitag, von 7.00 bis 19.00 Uhr. Im Jahr 2021 beantwortete Nidwalden Tourismus 1'147 touristische Anfragen via Telefon, E-Mail und Post. Insgesamt gab es für die Region Nidwalden 123 Anfragen für Übernachtungen und 281 allgemeine Auskünfte und Prospektbestellungen zu Ausflügen. Bei 63 Schüleranfragen für Schulvorträge über Nidwalden wurden zusammen mit der Volkswirtschaftsdirektion Nidwalden Unterlagen verschickt.

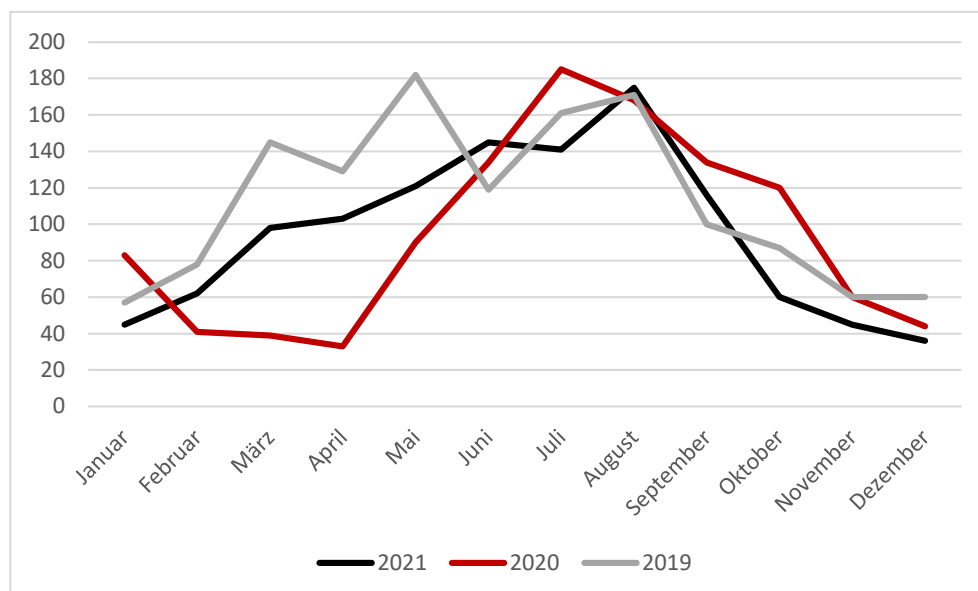
UNBEMANNTE INFO-POINTS

Obwohl sich viele Interessierte via digitale Kanäle über die touristischen Angebote in der Region Nidwalden informieren, bleiben die Prospekte ein wichtiges Marketinginstrument. Diverse Broschüren wurden an folgenden Info-Points aufgelegt:

- Tourismuswand im Länderpark Stans mit 38 Prospektfächern
- Prospektwand Hergiswil Sommerbar SGV (von April bis September)
- Prospektfach in der Tourist Information Luzern
- Prospektfach in der Tourist Information im Bahnhof Basel SBB
- Prospektfach in der Tourist Information im Stadtcasino in Basel
- Prospektfach im Einkaufscenter Surseepark in Sursee
- Prospektfach in der Raststätte A2 Neuenkirch West (2 Prospekte)
- Prospektfach in der Raststätte Gotthard My Stop in Erstfeld
- Interessierte und beteiligte Leistungsträger in der Region Nidwalden und Umgebung
- Gemeindeverwaltungen im Kanton Nidwalden

TOURISTISCHE ANFRAGEN 2021

Im Vergleich mit 2020 und 2019



FINANZEN

BILANZ PER 31.12.2021

	2021 IN CHF	2020 IN CHF
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	106'597.19	75'774.29
Kurzfristige Forderungen	0.00	0.00
Vorräte Werbematerial	1.00	1.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	0.00	0.00
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN	106'598.19	75'775.29
Anlagen (Computer / Mobiliar)	2.00	2.00
TOTAL ANLAGEVERMÖGEN	2.00	2.00
TOTAL AKTIVEN	106'600.19	75'777.29
PASSIVEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0.00	0.00
Passive Rechnungsabgrenzung	3'616.25	3'941.25
TOTAL FREMDKAPITAL KURZFRISTIG	3'616.25	3'941.25
Rückstellung Projekte	5'000.00	5'000.00
Rückstellung Allgemein	11'000.00	0.00
TOTAL FREMDKAPITAL LANGFRISTIG	16'000.00	5'000.00
Eigenkapital am 01.01.	66'836.04	67'825.84
Jahresergebnis	20'147.90	-989.80
EIGENKAPITAL AM 31.12	86'983.94	66'836.04
TOTAL PASSIVEN	106'600.19	75'777.29

ERFOLGSRECHNUNG PER 31.12.2021

	2021 IN CHF	2020 IN CHF
Ertrag Beiträge u. a. Kanton und Gemeinden	384'420.00	350'355.00
Erträge aus Marketing-Projekten	50'270.00	35'377.30
BETRIEBLICHER ERTRAG	434'690.00	385'732.30
Marketing-Aufwand	173'365.90	173'441.75
Personalaufwand	196'336.00	167'823.60
Raufwand	5'820.00	5'820.00
Verwaltungsaufwand	16'689.40	16'947.65
Werbeaufwand	22'330.80	22'116.05
Abschreibung	0.00	0.00
BETRIEBLICHER AUFWAND	414'542.10	386'722.10
REINERGEBNIS	20'147.90	-989.80



Vierwaldstättersee in der Abenddämmerung, Foto: Christina Bucher

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 01.01.2021 bis 31.12.2021 umfassende 9. 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.

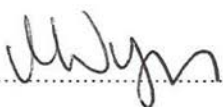
Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

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

Stans, 10. Februar 2022

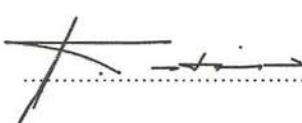
Die Revisoren

Markus Wyss



.....

Urs Matzinger



.....

Beilage Jahresrechnung

LEISTUNGS-AUFTRAG NIDWALDEN TOURISMUS

Nidwalden Tourismus ist der offizielle Ansprechpartner der touristischen Leistungsträger im Kanton Nidwalden. Per 31. Dezember 2021 zählt der Verein Nidwalden Tourismus 223 zahlende Mitglieder. Der Verein vertritt Interessen gegenüber Kanton und Tourismusorganisationen und wird gemäss Leistungsvereinbarung mit der Volkswirtschaftsdirektion mit einem jährlichen Beitrag vom Kanton unterstützt.

Aufgaben Verein Nidwalden Tourismus:

- Koordinationsstelle für übergeordnetes Marketing in Nidwalden
- Ausbau und Profilierung der touristischen Destination
- Förderung der Nachfrage mit gezielten Marketingmassnahmen
- Aktive Öffentlichkeitsarbeit und politisches Lobbying
- Koordination der Massnahmen für die Tourismusförderung
- Zusammenarbeit mit der Erlebnisregion LuV / Schweiz Tourismus
- Zusammenarbeit mit branchennahen Organisationen

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

Nationale Partner Schweiz Tourismus & Schweiz Mobil

Kantonale und regionale Partner

- Luzern Tourismus (Einsitz Marketingbeirat, Marketingschwerpunkte, Präsidentenkonferenz & Einsitz in Arbeitsgruppe «LuV 2030»)
- Transportunternehmungen Zentralschweiz (TUZ)
- Nidwaldner Wanderwege
- Nidwaldner Bauernverband
- Gastro Nidwalden
- Waldstätterweg (Einsitz im Vorstand)
- Sbrinz Route
- Sakrallandschaft Innerschweiz

Lokale Partner und Leistungsträger

- Tourismusorganisationen
- Transportunternehmen und öffentlicher Verkehr
- Museen, Theater und Kulturinstitutionen
- Hotels, Ferienwohnungen, Restaurants und Events
- BÜRGENSTOCK HOTELS & RESORT
- 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

PER 31.12.2021

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



Josef Lussi-Waser

Präsident,
Hotellerie & Gastgewerbe
Seit 2013



Peter Wyss

Vizepräsident,
Finanzen & Landrat
Seit 2013



Markus Barmettler

Vorstandsmitglied &
Parahotellerie
Seit 2013



Pietro Brand

Vorstandsmitglied, Para-
hotellerie & Tourismusvereine
Seit 2015



Urs Waser

Vorstandsmitglied &
Bergbahnen
Seit 2016



Christoph Keiser

Vorstandsmitglied &
Gastgewerbe
Seit 2017



Petra Liem

Vorstandsmitglied, Engel-
bergertal & Kleinseilbahnen
Seit 2019



Sven Flory

Vorstandsmitglied,
Hotellerie & Gastgewerbe
Seit 2021



Bruno Christen

Vorstandsmitglied,
Marketing & Landrat
Seit 2021

GESCHÄFTSSTELLE

PER 31.12.2021

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



Christina Bucher

Marketing & Administration
100% | seit 01.07.2018



Andrea Eberli

Marketing & Administration
100% | seit 01.11.2020



Caroline Pirskanen

Social Media Managerin
10-20% | seit 01.09.2013

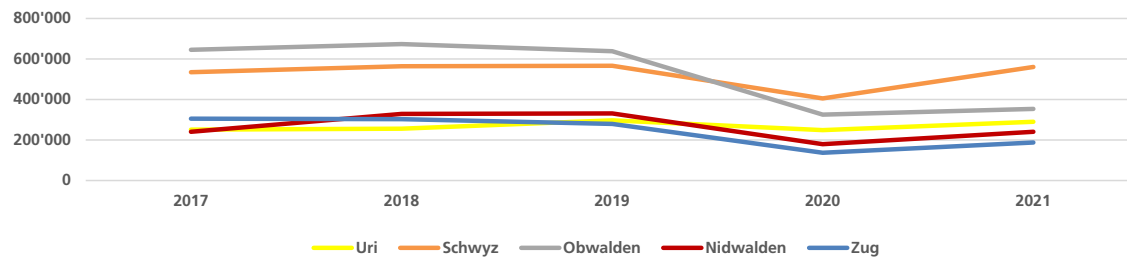


v.l.n.r. Pietro Brand, Petra Liem, Josef Lussi-Waser, Andrea Eberli, Caroline Pirskanen, Christina Bucher, Christoph Keiser und Urs Waser

ECKDATEN UND STATISTIKEN

LOGIERNÄCHTE 2017 - 2021

Vergleich mit vier Zentralschweizer Kantonen

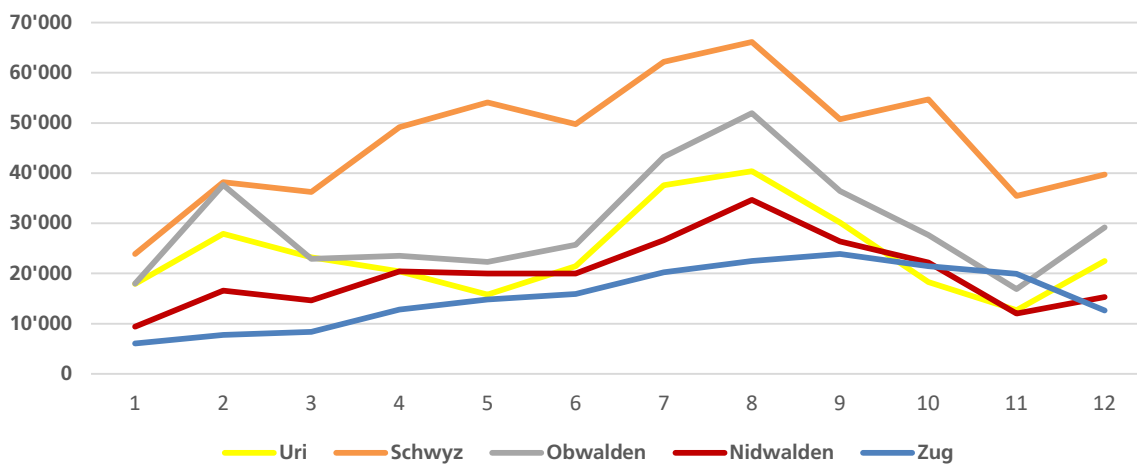


Jahr	2017	2018	2019	2020	2021	Veränderung 2020 vs. 2021
Uri	250'894	255'421	297'279	248'419	289'081	16.4%
Schwyz	534'499	564'533	297'279	404'763	560'767	38.5%
Obwalden	645'668	328'506	638'622	325'301	352'820	8.5%
Nidwalden	240'658	328'506	330'908	178'553	239'641	34.2%
Zug	305'013	302'196	278'756	136'170	186'999	37.3%
Dauer	1.7	1.7	1.7	1.8	1.8	Ø 1.7 Tage

26

LOGIERNÄCHTE JANUAR – DEZEMBER 2021

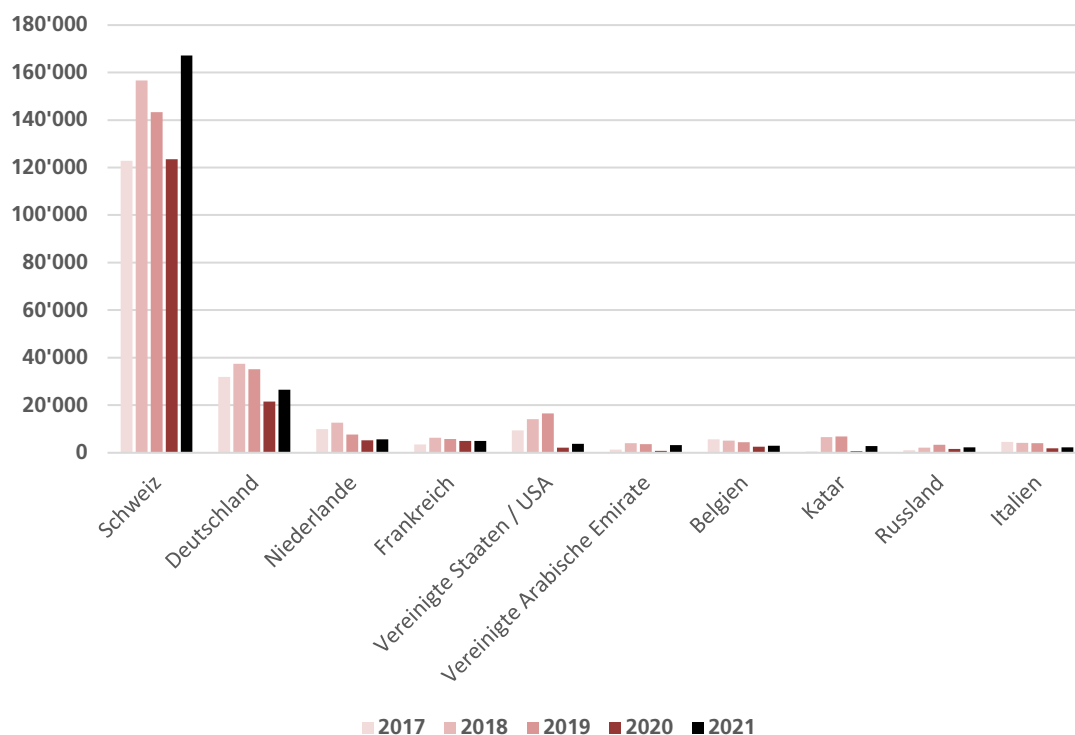
Vergleich mit vier Zentralschweizer Kantonen



Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Uri	17'943	27'941	23'216	20'432	15'782	21'461	37'576	40'379	30'187	18'292	12'687	22'471
Schwyz	23'913	38'201	36'229	49'142	54'056	49'773	62'154	66'119	50'716	54'661	35'472	39'708
Obwalden	18'017	37'675	22'892	23'529	22'311	25'731	43'241	51'933	36'431	27'648	16'881	29'219
Nidwalden	9'426	16'572	14'629	20'451	20'024	19'995	26'631	34'637	26'395	22'165	12'043	15'300
Zug	6'090	7'762	8'371	12'798	14'829	15'947	20'233	22'482	23'895	21'440	19'966	12'612

GÄSTE NACH HERKUNFTSLAND IN NIDWALDEN

Vergleich Logiernächte 2017 - 2021



Herkunftsland	2017	2018	2019	2020	2021	Anteil in %
Schweiz	122'884	156'582	143'360	123'502	167'157	70%
Deutschland	31'865	37'344	35'105	21'567	26'519	11%
Niederlande	9'882	12'649	7'574	5'184	5'665	2%
Frankreich	3'474	6'252	5'758	5'006	4'878	2%
Vereinigte Staaten / USA	9'418	14'070	16'474	2'097	3'697	2%
V. Arabische Emirate	1'269	4'043	3'650	697	3'157	1%
Belgien	5'668	5'049	4'437	2'535	2'890	1%
Katar	495	6'526	6'769	633	2'814	1%
Russland	994	2'151	3'308	1'550	2'267	1%
Italien	4'541	4'158	4'027	1'862	2'255	1%
Vereinigtes Königreich	11'973	15'435	13'481	3'519	2'242	1%
Luxemburg	909	1'305	1'489	567	1'354	1%
Brasilien	814	1'324	1'831	322	817	0%
Indien	724	2'493	3'071	300	801	0%
Spanien	849	1'125	1'434	271	520	0%
Polen	967	1'029	667	504	408	0%
China	15'223	23'186	39'831	1'933	193	0%
Australien	1'015	2'047	1'759	371	113	0%

Die Anzahl Logiernächte beziehen sich auf Hotels und Kurbetriebe / Quelle: Beherbergungsstatistik (HESTA)

NIDWALDEN.COM



NIDWALDEN TOURISMUS
Bahnhofplatz 2
CH-6370 Stans

+41 41 610 88 33
info@nidwalden.com
nidwalden.com