



JAHRESBERICHT 2022





Velotouren und Kulinarik verbinden: Apéro im Hotel Seerausch, Beckenried

INHALT

| | |
|--|----|
| BERICHT DES PRÄSIDENTEN | 4 |
| 10 JAHRE NIDWALDEN TOURISMUS | 6 |
| DAS SAGEN DIE GRÜNDUNGSMITGLIEDER | 8 |
| VISIONEN UND WÜNSCHE DER VORSTANDSMITGLIEDER | 9 |
| KENNZAHLEN 2022 | 11 |
| MARKETING | 12 |
| GÄSTEINFORMATION | 23 |
| FINANZEN | 24 |
| REVISORENBERICHT | 26 |
| LEISTUNGSaufTRAG NIDWALDEN TOURISMUS | 27 |
| VORSTAND | 28 |
| GESCHÄFTSSTELLE | 29 |
| ECKDATEN UND STATISTIKEN | 30 |

VORWORT VOLKSWIRTSCHAFTSDIREKTION

Das Jahr 2022 hat zurückgebracht, was uns allen in den beiden vorangehenden Jahren 2020 und 2021 so sehr gefehlt hat: Die Normalität. Der Anfang des Jahres ist noch harzig verlaufen. Per 1. April 2022 konnte dann aber die Rückkehr in die normale Lage und die Aufhebung der letzten noch verbliebenen behördlichen Einschränkungen zur Bekämpfung des Covid-19 Virus erfolgen. Damit ist die Nachfrage nach touristischen Angeboten rasch gestiegen. Zahlreiche touristische Leistungsträger in unserem Kanton konnten davon profitieren.

Gleichzeitig sah sich die Branche aber plötzlich mit anderen, zum Teil neuen Problemen konfrontiert. Insbesondere der Fachkräftemangel, die Inflation und die hohen Energiepreise beschäftigen unsere Unternehmen stark.

Trotz diesen Herausforderungen bin ich überzeugt: Wir dürfen mit Zuversicht in die Zukunft blicken. Einerseits aufgrund der grossen touristischen Attraktivität, welche Nidwalden und die gesamte touristischen Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee auszeichnet. Andererseits aber auch, weil sich in unserem Kanton viele sehr kompetente Menschen mit Herzblut für den Tourismus engagieren. Ihnen allen gebührt ein grosses Dankeschön für ihre wertvolle Arbeit.



Dr. Othmar Filliger

Volkswirtschaftsdirektor

BERICHT DES PRÄSIDENTEN



Josef Lussi-Waser

Präsident
Nidwalden Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder, Partner und Mitarbeitende von Nidwalden Tourismus

Nach den schwierigen Vorjahren gab es im Jahr 2022 einige Lichtblicke: Die Einschränkungen wurden aufgehoben und die Tourismuswirtschaft durfte sich wieder entfalten, das heisst: Sich den Gästen widmen, diese begrüßen, bedienen und verwöhnen, statt aufgezwungene administrative Hürden meistern zu müssen. Anfang Jahr kam so etwas wie Aufbruchstimmung auf. Mit den anziehenden Einkaufspreisen konnten einige Leistungsträger dank der medialen Berichterstattung auch die lange aufgeschobenen Preisanpassungen nach oben realisieren. Leider wurden die besseren Preise teilweise von rasch steigenden Energiekosten weggefressen. Dies führte wiederum zu willkommenen Sparanstrengungen und der Suche nach Alternativen. Die Branchenverbände riefen zum Handeln auf. Die Tourismusbranche stellte unter Beweis, dass sie sich rasch den neuen Begebenheiten anpassen kann und nach Lösungen sucht – wir sind innovativ, anpassungsfähig und resilient. Wie viele weitere Branchen werden wir jedoch ebenfalls durch den Fachkräftemangel gebremst – wir können nicht immer unsere üblichen Leistungen erbringen, wie wir gerne möchten, besonders bei Spitzenandrang müssen unsere Gäste immer öfter mit Wartezeiten rechnen.

VIELES IST NICHT MEHR, WIE ES WAR UND AUCH NICHT MEHR SEIN WIRD

Katastrophen wie langanhaltende Dürren mit Feuersbrünsten und andererseits Überschwemmungen sind teilweise an der Tagesordnung. Leider haben wir uns bereits an diese Berichterstattungen gewöhnt. Sehr einschneidend ist sicher der Krieg in der Ukraine, welcher seit Ende Februar 2022 tobt und vielen Menschen in der Ukraine aber auch anderswo durch Hungersnöte das Leben gekostet hat und kosten wird. Viele wurden verletzt und traumatisiert. Armut, Verzweiflung und grosse Sorgen belasten. Wir können uns das gar nicht vorstellen, leben wir doch in der Schweiz in einer recht heilen Welt. Dafür sollten wir dankbar sein. Sorgen und Unsicherheit bereiten ausserdem Job, Familiäres, Finanzen, Gesundheit, Sicherheit und Energieversorgung. Wir haben feststellen müssen, dass wir viel zu fest vom Ausland abhängig sind. Statt die kostengünstige Auslagerung in Billiglohnländer sollten wir uns eine bessere landesinterne Versorgung leisten, um Lieferengpässe zu verhindern. Auch ist nicht klar, woher der elektrische Strom für die immer mehr zunehmenden und noch geplanten grösseren Verbraucher kommen soll. Wir leben in einer energievereschlingenden Konsumgesellschaft. Wir müssen vieles überdenken, anders und besser planen und mit den bisherigen Ressourcen sparsamer umgehen. Es ist offen und seien wir gespannt, wo wir in fünf, zehn oder zwanzig Jahren stehen.

Seit vielen Jahren setzen wir bei Nidwalden Tourismus (NWT) auf regionale Verbundenheit, auf den Rückhalt bei unseren Leistungsträgern mit ihren vielfältigen Angeboten und haben das Thema «Kulinarik als Reisemotiv» weiterbearbeitet. Immer haben wir versucht, Bestehendes bekannter zu machen und Neues anzustossen. Auf Initiative von Schweiz Tourismus (ST)

wurde «Swisstainable» angestossen und von uns an unsere Mitglieder weiterempfohlen: Denn Nachhaltigkeit ist in aller Munde. Aber auch bei den Projekten der fünf Zentralschweizer Kantone und Tourismusorganisationen (meist) unter dem Lead von Luzern Tourismus (LT) engagieren wir uns und treiben die Digitalisierung und Vernetzung mit voran.

Mit «Meys Nidwaldä, deys Nidwaldä» brechen neue Zeiten mit neuen Ideen und neuen Auftritten an. Ich freue mich auf die Umsetzung dieser zwei Projekte, erstens der Möglichkeit zum Mitmachen von Einheimischen und Gästen / Touristen beim Aufzeigen ihres «Nidwaldnär Momänt» und zweitens der Finalisierung als kurzer Doku-Film, der Nidwalden ins beste Licht aus Nutzersicht bringen soll. Mach mit!!!

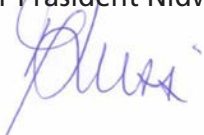
TOURISMUSBRANCHE HOLT KRÄFTIG AUF - SEIEN WIR TROTZ ALLEM ZUVERSICHTLICH

Das konjunkturelle Umfeld wird auch für die Hotellerie schwieriger, die Branche profitiert aber noch vom Nach-Corona-Boom. Die Anzahl der ausländischen Gäste hat sich stark erholt und weil der Inlandstourismus gleichzeitig weiter blüht, haben die Logiernächtezahlen im zweiten Halbjahr 2022 das Vorkrisenniveau überschritten. Zuletzt hat sich vor allem die Anzahl der asiatischen Gäste erholt, wobei es hier allerdings noch viel Aufwärtspotential gibt. Das gilt vor allem für die chinesischen Touristen, die erst seit kurzem wieder frei reisen dürfen. Bis diese wieder in Scharen in die Schweiz zurückkehren, wird es aber noch einige Monate dauern, wie die Erfahrung mit anderen asiatischen Ländern zeigt. Zunächst müssen die Flugkapazitäten wieder hochgefahren werden. Zudem stehen anfänglich wohl nähere Reiseziele als die Schweiz im Fokus.

Drei der letzten an der Gründungs-Generalversammlung von Dezember 2012 gewählten Vorstandsmitglieder treten an dieser Generalversammlung zurück, so auch ich als Präsident. Ich danke allen, die diesen Weg mit mir und NWT gegangen sind und uns und unsere Anliegen für die Tourismuswirtschaft von Nidwalden tatkräftig und ideell unterstützt haben: Mitarbeiterinnen, Vorstandsmitglieder, Vorsteher und Mitarbeitende auf der Volkswirtschaftsdirektion wie auch Partner und vor allem Mitglieder und touristische Leistungsträger. Es war eine anforderungsreiche, intensive, schöne und interessante Zeit in all diesen Jahren als Präsident von NWT. Herzlichen Dank.

Auf ein gutes und erfolgreiches 2023.

Der Präsident Nidwalden Tourismus



Josef Lussi-Waser, Beckenried NW

10 JAHRE NIDWALDEN TOURISMUS

In der Vergangenheit haben Vorstand und Geschäftsstelle von NWT verschiedene Projekte, «Aktionen» und Promotionen initiiert.

KAMPAGNEN

| Jahr | Thema / Faltkarte | Wettbewerb / Give-Away |
|------|-------------------------------------|------------------------------|
| 2013 | 46 / 44 / 40 Bergbahnen, 6. Auflage | Quartett |
| 2014 | 44 Aussichtspunkte | Fotowettbewerb |
| 2015 | 40 Aktivitäten in Nidwalden | Leiterlenspiel, Stempelkarte |
| 2016 | 40 / 52 Feuerstellen, 4. Auflage | Fotowettbewerb |
| 2017 | 40 Naturerlebnisse | Stempelkarte |
| 2017 | NW vielfältig er-fahren | |
| 2018 | 14 Velo-/Bike-Erlebnisse | Bikewettbewerb |
| 2019 | 18 Wandererlebnisse, 2. Auflage | Bänkli-Challenge |
| 2020 | 40 Wintererlebnisse | Fotowettbewerb |
| 2020 | Kulinarische Erlebnisse | Stempelkarte, Rezeptbüchlein |
| 2021 | Wandern und Kulinarik | Stempelkarte |
| 2022 | Velotouren in Ob- und Nidwalden | Velo-Challenge Outdooractive |

Ehrungstafel

Bergbahn des Jahres 2013: Luftseilbahn Dallenwil - Niederrickenbach

Aussichtspunkt des Jahres 2014: Niederbauen, Emmetten

Aktivität des Jahres 2015: Stanserhorn-Bahn

Feuerstelle des Jahres 2016: Feuerstelle Schönenboden, Hergiswil

Naturerlebnis des Jahres 2017: Kloster Maria-Rickenbach

Kulinarik-Ort des Jahres 2020: Nidair Ennetbürgen

Kulinarik-Ort des Jahres 2021: Engel Stans

Velo-Kulinarik-Ort des Jahres 2022: Stanser Wuche-Märcht

Weitere Aktivitäten:

| | |
|-----------|---|
| 2012/2013 | Aufbau Design CI/CD, Website und Social Media |
| 2015 | Euro-Krise, Teilnahme Round-Table Kanton |
| 2015 | Gästival |
| 2015 | Power-Bank: für die Gäste in rund 100 Restaurants |
| 2016/2017 | Autobahntafeln: Entlang der Autobahn A2 |
| 2017 | Eröffnung Resort, Faltkarte Erlebnis Bürgenberg, 4. Auflage |
| 2017 | Projekt Take a bike / Nextbike |
| 2017 | Spielplatzführer, 2. Auflage |
| 2017/2018 | Winterwerbung |
| 2018/2019 | Hotel Ticket Nidwalden |
| 2019 | Iheimisch |
| 2018/2019 | NW Guide: Nidwalden ist, wo... |
| 2018/2019 | SQWISS, ein Murmeltier vermittelt Wissen |
| 2020 | Kindermalwettbewerb |
| 2020 | Faltkarte: Erinnerungswege am Bürgenberg, 2. Auflage |
| 2021 | NRP Titlis-Frutt-Hasliberg |
| 2021 | COVID Restart |
| 2021 | NRP Holztour |
| 2021 | NRP Stellplätze Nidwalden |
| 2022 | Faltkarte: HERGISWIL SEEhenswert, 1. Auflage |
| 2022 | Sacco di Roma |



Aktuelle Nidwalden Tourismus Faltkarten vom Jahr 2022

DAS SAGEN DIE GRÜNDUNGSMITGLIEDER ZU 10 JAHRE NIDWALDEN TOURISMUS



Josef Lussi-Waser, Präsident

„Als Präsident NWT bin ich stolz, was ich mit dem Vorstand und den Mitarbeiterinnen für den Tourismus in Nidwalden erreicht habe. Es hat mir viel Freude bereitet, mich für dessen Anliegen einsetzen zu dürfen. Für die Zukunft wünsche ich, dass trotz föderalem Ansatz von allen Verantwortlichen in den Gemeinden und Organisationen mehr auf ein zentrales und einheitliches Tourismusmarketing hingearbeitet und eine bessere Zusammenarbeit angestrebt würde. Leider werden auch noch nicht in allen Gemeinden wie im TFG Art. 1, Abs. 1 die Bedürfnisse und Anregungen der TFA-zahlenden Leistungsträger konsequent abgeholt.“

„Vor 10 Jahren mit typischem Guerilla-Marketing gestartet, konnte NWT den proaktiven, kreativen und professionellen Geist erhalten und ausbauen. Ich wünsche unseren Nachfolgenden viel Energie, Kreativität und Erfolg, verbunden mit viel Spass mit dem Tourismus in Nidwalden.“

Peter Wyss,



Markus Barmettler

„An der Gründungsversammlung wurden 9 unterschiedliche Personen, die sich mehr oder weniger kannten, für eine Vision in den Vorstand gewählt. Es gelang uns aus dem Nichts eine beachtete Organisation zu errichten. Mit finanziell bescheidenen Mitteln durften wir Machbares und Mögliches gestalten. Es galt Gemeinden als Partner zu finden. Auch versuchten wir, Nidwalden touristisch als Einheit zu stärken und die Kritiker mit Taten abzuholen. Uns gelang es, viele touristische Angebote in grossen Teilen der Schweiz zu bewerben. Krisen wie die Euroschwäche und Corona Pandemie konnten wir in kürzester Zeit mit kreativen Ideen als Chance nutzen. Ich schaue auf eine interessante und lehrreiche Zeit zurück. Mit der Sicherheit, dass ein starker Vorstand und eine professionelle Geschäftsstelle unsere Arbeit weiterführt, verlasse ich den Vorstand. Alles Gute für die folgenden Aufgaben wünsche ich Euch.“

VISIONEN UND WÜNSCHE VOM VORSTAND



Sven Flory

„2023 steht ganz im Zeichen unseres 150. Jubiläums. Ein besonderes Highlight ist das „Bürgenstock Jubiläumsfest“, welches am Sonntag, den 16. Juli 2023 im Resort stattfindet und zu dem wir alle NidwaldnerInnen ganz herzlich einladen möchten.“

Urs Waser

„Für mein letztes Jahr im NWT-Vorstand wünsche ich, dass das Niveau und die Akzeptanz von NWT auch ohne die „drei alten Hasen“ gehalten werden kann oder sogar gesteigert wird.“



Lena Häfelfinger

„Die gute Zusammenarbeit in Nidwalden schätze ich sehr und wünsche mir, dass diese noch vertieft werden kann. Ich erhoffe mir, dass wir neue Fans sowie Entdeckerinnen und Entdecker für die Region gewinnen können. Es gibt so viele Gründe, um Fan von Nidwalden zu sein – ich freue mich, den Wachstum der Fangemeinde zu unterstützen.“



Christoph Keiser

„Ich wünsche mir ein Zusammenrücken und ein Miteinander sowie an unsere Werte zu glauben, authentisch zu bleiben und vor allem Zufriedenheit auszustrahlen. Unser Gast wird es merken, auch wenn es nur im Unterbewusstsein ist.“



Petra Liem

„Mir liegt ein verantwortungsvoller Tourismus am Herzen. Bewusst, natürlich und authentisch. Begegnungen zwischen Mensch und Natur.“



Bruno Christen

„Immer mehr Reisende achten auf Nachhaltigkeit und ökologische Verantwortung. Daher könnte Nidwalden Tourismus nachhaltige Tourismusangebote fördern, um die Natur und Kultur der Region zu schützen. Die Digitalisierung wird den Tourismussektor weiter stark beeinflussen. Das Ziel von Nidwalden Tourismus wird es sein, den Einsatz von digitalen Technologien in der touristischen Infrastruktur und dem Marketing zu erhöhen, um die Erreichbarkeit und Attraktivität der Region zu fördern.“





Luftseilbahn Klewenalp in Beckenried

KENNZAHLEN 2022



273'006

+15,6%

SITZUNGEN
NIDWALDEN.COM



208'048

+16,7%

NUTZER
NIDWALDEN.COM



1'272

+10,9%

TOURISTISCHE AUSKÜNFTE
PER TELEFON UND E-MAIL



285'932

+19,3%

LOGIERNÄCHTE IN
HOTELS UND KURBETRIEBE VON
NIDWALDEN

50,8% SCHWEIZER GÄSTE



217

-3,0%

MITGLIEDER
NIDWALDEN TOURISMUS

6 EINTRITTE / 12 AUSTRITTE



25'820

+9,7%

FACEBOOK
LIKES
(SEIT 2012)



15'100

+7,9%

INSTAGRAM
ABONNENTEN
(SEIT 2016)



383

NEU

LINKEDIN
FOLLOWERS
(SEIT 2022)



1'662

+20,3%

TWITTER
FOLLOWERS
(SEIT 2010)



290

+13,7%

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

Das Schwerpunktthema 2022 von Luzern Tourismus war die «Route 1291 - Die E-Velo Tour durch die Zentralschweiz». Nidwalden Tourismus griff auch das Thema «Velotouren» auf und kombinierte es mit der bisherigen Strategie «Kulinarik». Für die Kampagne 2022 wurde eine neue Velokarte „Velotouren in Ob- und Nidwalden“ produziert. Sie wurde mit verschiedensten online und offline Massnahmen unterstützt. Bei der Vermarktung setzt Nidwalden Tourismus weiterhin auf den Markt Deutschschweiz vor allem auf die Regionen Uri, Nidwalden, Obwalden, Luzern, Aargau, Solothurn und Basel (entlang der Autobahn A2). Ziel war es, den touristischen Partnern im Kanton Nidwalden einen spürbaren Mehrwert zu erbringen.



KAMPAGNE VELOTOUREN IN OB- UND NIDWALDEN

Die Faltkarte «Velotouren in Ob- und Nidwalden» (1. Auflage) mit 12 Routenvorschläge und 12 gastronomischen Highlights wurde im April 2022 von Nidwalden Tourismus herausgegeben. Die Kampagne wurde durch Partner, Inserenten, Sponsoren sowie Nidwalden Tourismus eigenfinanziert. Die kulinarischen Velotouren sind auf der Karte eingezeichnet und kurz beschrieben. Wer sich für eine Route interessiert, erhält via QR-Code mehr Informationen (nidwalden.com/velo). Per Promopost (unadressiertes Mailing) wurden die Faltkarten an 59'000 Haushalte in die Kantone Basel, Solothurn und Aargau gestreut. Die Faltkarten wurden zudem in verschiedenen Prospektwänden angeboten und bei Infopoints aufgelegt sowie an Partner und den teilnehmenden Kulinarikorte verteilt. Bereits über 20'000 Broschüren wurden durch die Geschäftsstelle versendet und abgegeben. Unser Partner Obwalden Tourismus hat zusätzlich über 650 Faltkarten an der Luzerner Messe LUGA verteilt.

Die Kampagne wurde online und offline auf verschiedenen Kanälen ausgestrahlt. So wurde unter anderem auf 20minuten.ch online und mit Inseraten im Powerkombi (Nidwaldner Blitz, Aktuell, Barni Post und Uristier), in den Gemeindebeilagen vom Unterwaldner und im ASTAG-Info auf die Faltkarte sowie auf die Velo-Challenge aufmerksam gemacht. Alle Routen sind online auf der Website von Nidwalden Tourismus in Deutsch und Englisch verfügbar.

Die Velo-Challenge fand vom August bis September 2022 statt. Es war der erste online Wettbewerb, welcher Nidwalden Tourismus über Outdooractive erstellte. Die Teilnehmenden konnten anhand der Outdooractive-App kostenlos ihre Route tracken und beim Kulinarik-Highlight digitale Punkte sammeln. Ab vier besuchten Kulinarik-Highlights, konnte man sich für die Verlosung registrieren.

Unter allen Teilnehmenden wurden Wettbewerbspreise im Wert von rund CHF 2'500.00 verlost. Die Hauptpreise waren: Einen Tagesausflug auf zwei Räder mit Beatrice Zimmermann (Vizeweltmeisterin in Telemark), einen Gutschein von Boardlocal & Bikelocal im Wert von CHF 500.00 und eine Jahreskarte der Brunni-Bahnen im Wert von CHF 500.00. Am Ehrungsevent vom 5. November 2022 am Stanser Wuchä-Märcht wurden die Hauptpreise den Gewinnern persönlich übergeben.

VELO CHALLENGE

Neue Velotouren entdecken und sich dabei kulinarisch verwöhnen lassen – das versprach die Velo-Challenge Ob- und Nidwalden. Wer zwischen dem August und September 2022 mindestens vier Orte der Kulinarik Bucket List mit dem Zweirad besuchte, konnte an der Velo-Challenge Ob- und Nidwalden attraktive Preise gewinnen. Die Teilnahme sowie das Tracking waren kostenlos. Anhand der Outdooractive-App wurden die besuchten Orte und Routen registriert. Die App musste von jedem Teilnehmer heruntergeladen werden und schon konnte das Abenteuer beginnen.

Total haben sich 108 Personen für die Challenge registriert. Abgeschlossen wurde die Challenge von 17 Personen mit einer aufgezeichneten Distanz von 542 km. Insgesamt wurden 12 Routenvorschläge in Ob- und Nidwalden erstellt. Am meisten befahren wurde die Route „Bürgenberg E-Biketour“ und der „Stanser Wuche-Märcht“ wurde Velo-Kulinarik-Ort des Jahres .

Am 5. November 2022 wurde der Stanser Wuchä-Märcht als «Velo-Kulinarik-Ort des Jahres 2022» erkürt. Othmar Filliger übergab zur Erinnerung an Marietta Zimmermann (Präsidentin Stanser Wuchä-Märcht) die eingravierte Ehrungstafel. Vor Ort wurden die Preise an die Gewinner und Gewinnerinnen von Nidwalden Tourismus durch die Hauptpreissponsoren übergeben. Mit einem gemeinsamen Apéro mit Nidwaldner Spezialitäten wurde auf den „Velo-Kulinarik-Ort des Jahres 2022“ angestossen.



Marietta Zimmermann und Othmar Filliger bei der Ehrung

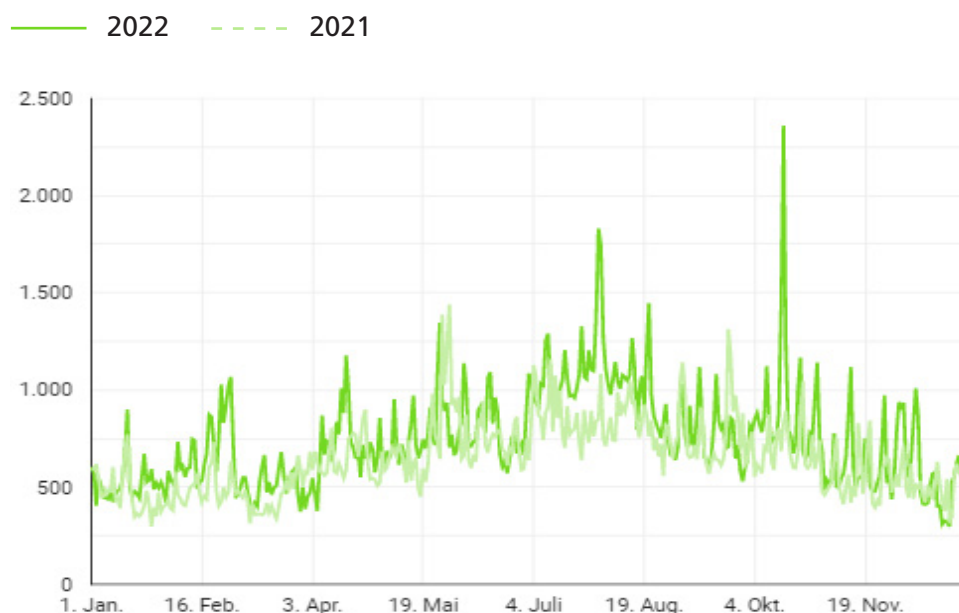
Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee, zu der auch Nidwalden Tourismus ein Destinationspartner ist, treibt die Digitalisierung weiter an. Neben der Weiterentwicklung des Online-Gästeportals, wurde ein Online-Marktplatz mit buchbaren Erlebnissen lanciert. Die Social Media Kanäle von Nidwalden Tourismus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

WEBSITE

Das Online-Gästeportal der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee zählt heute 14 Destinationspartner mit einem gemeinsamen Backend. Jede Region verfügt über ein eigenes Frontend, das heisst eine 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, die SEO (Search Engine Optimization) optimiert, weiterentwickelt und mit Angeboten verlinkt. Im Jahr 2022 gab es 273'006 Sitzungen (+15,6%) und 208'048 Nutzer (+16,7%). Im Jahr 2021 waren es 236'231 Sitzungen und 178'287 Nutzer. Die Mehrheit der Besucher der Website stammt aus der Schweiz (71,13%), gefolgt von Deutschland (4,38%) und USA (3,88%). Rund 63,5% der Besucher haben die Informationen auf einem Smartphone abgerufen, 33,2% auf dem Desktop und 3,3% via Tablet. Die am häufigsten aufgerufenen Seiten waren Felsenweg, die Startseite von Nidwalden Tourismus, Wandern in Nidwalden, Fasnacht in Nidwalden, Risetenschlucht, Älperchilbi und Alpabzüge, Erlebnisweg Engelberger Aaschlucht, Webcams, Veranstaltungen in Nidwalden, Sommer und Wandern, Advents- und Weihnachtsmärkte, St. Nikolaus Umzüge, Stansstad-Bürgenstock-Kehrsiten, Bürgenstock und Hammetschwand Lift sowie Herbst in Nidwalden.

14

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)
25'820 Likes per 31.12.2022, +9,7%

Instagram

@nidwalden_com (seit März 2016, 2'329 Beiträge)
15'100 Abonnenten per 31.12.2022, +7,9%

LinkedIn

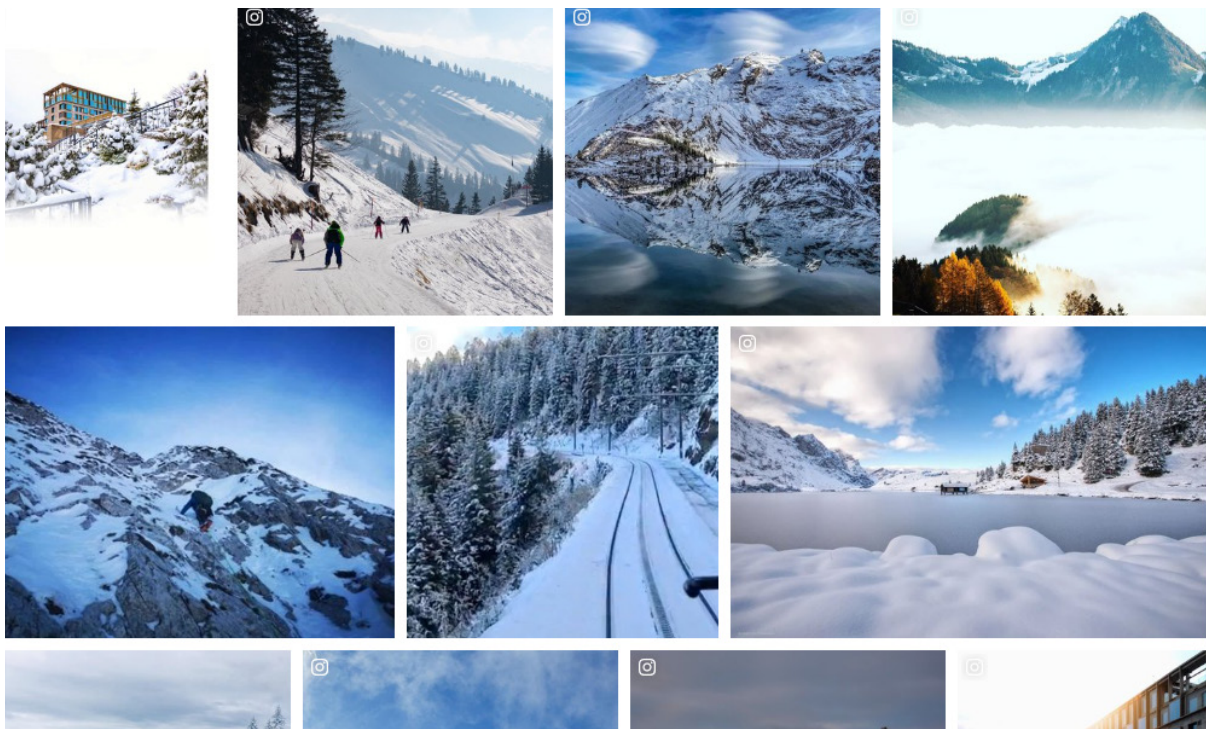
@Nidwalden (neu seit April 2022)
383 Abonnenten per 31.12.2022

Twitter

@Nidwalden (seit April 2010, 2'672 Tweets)
1'662 Followers per 31.12.2022, +20,3%

YouTube

Nidwalden Tourismus (seit Dezember 2018)
290 Abonnenten per 31.12.2022, +13,7%



NEWSLETTER

Der Gäste Newsletter wurde im Jahr 2022 viermal verschickt, respektive einmal pro Saison. Aktuell sind es 1'038 (+4,7% Stand Dezember 2022) Abonnenten. An 364 (-4,2% Stand Dezember 2022) 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 2022 hat Nidwalden Tourismus 23 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 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. Per 31. Dezember 2022 sind 41 Angebote online.

MEDIENARBEIT

Nidwalden Tourismus koordinierte Medienanfragen, vermittelte die Kontakte und hat bei Anfragen gewünschtes Bildmaterial herausgesucht sowie passende Content erarbeitet.

- Im April wurden ca. 59'000 Prospekte «Velotouren in Ob- und Nidwalden» per Promopost entlang der A2 (BS, SO, BL, AG) in die Haushalte versandt.
- Eine Gratis-Fotoseite der GV NWT im Unterwaldner und im Nidwaldner Blitz
- Velo-Kampagne: Zwei einseitige Inserate im Kombi (Nidwaldner Blitz, Aktuell Obwalden, Barni Post Luzern und Uristier)
- 11 doppelseitige Publireportagen mit Velotouren in der jeweiligen Gemeindebeilage im Unterwaldner
- Fünf einseitige Publireportagen im NW Blitz mit den Themen: Spielplätze, Rund ums Wasser, E-Biketouren, Adventstipps und Winterausflüge
- Im Juni halbseitiges Inserat in der ASTAG-Info (Magazin des Schweizerischen Nutzfahrzeugverbandes)
- Einseitiges Inserat und vier Berichte in der Nidwaldner Brattig 2023
- Je eine Gratis-Fotoseite der Preisverleihung und Ehrung des Velo-Kulinarik-Ortes 2022 im Unterwaldner und im Nidwaldner Blitz
- Halbseitiges Inserat „Winterausflüge in Nidwalden“ im Lifestyle Winter Special von 20 Minuten
- Im Dezember wurden 8'243 Prospekte «40 Wintererlebnisse in Nidwalden» per Promopost entlang der A2 (Biel und Solothurn) in die Haushalte versandt.



Tour 3: Stansstad-Kehrsiten, Velotour am See



DRUCKSACHEN

Die folgenden Faltkarten wurden von Nidwalden Tourismus aktualisiert und nachgedruckt:

Faltkarte «Velotouren in Nidwalden»

Neudruck 90'000 Exemplare (1. Auflage) im April 2022, DIN A6 lang, Deutsch.

Faltkarte «40 Bergbahnen in Nidwalden»

Aktualisierung und Nachdruck 20'000 Exemplare, (6. Auflage) im August 2022, DIN A6 lang, Deutsch.

Faltkarte «Erlebnis Bürgenberg»

Aktualisierung und Nachdruck 15'000 Exemplare (4. Auflage) im November 2022, DIN A6 lang, Deutsch und Englisch.



MARKETINGBEIRAT

Im Jahr 2022 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 2023 eingeholt. Nidwalden Tourismus hat unter anderem auch über aktuelle und zukünftige Projekte von Nidwalden Tourismus und der Region Luzern-Vierwaldstättersee informiert.



NIDWALDNER TOURISMUSFORUM

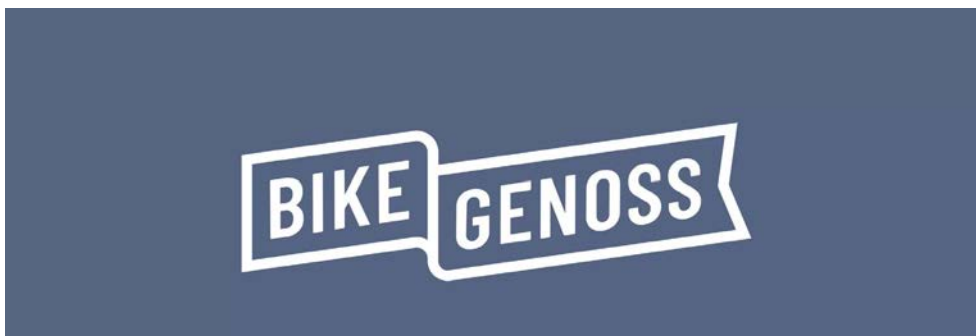
Das 4. Nidwaldner Tourismusforum wird am 13. April 2023 im Bürgenstock Resort Lake Lucerne unter dem Motto «Tourismus in Krisenzeiten als Chance» durchgeführt.

BIKEGENOSS ZENTRALSCHWEIZ

Die Bikegenoss*innen sind Gastgeber und Dienstleister*innen, sie vertreten die Zentralschweiz als Bike-Region und schaffen gemeinsam mit anderen Bikegenoss*innen ein attraktives Angebot für Mountainbiker. Durch die Zusammenarbeit über Orts- und Kantonsgrenzen hinaus entstehen überregionale Angebote, welche die kulturelle und landschaftliche Vielfalt der Zentralschweiz in Szene setzen. Die Projektphase endete am 31. Dezember 2022. Ab dem 01. Januar 2023 ist Bikegenoss ein eigenständiger Verein. Am 09. Juni 2022 fand die Gründungsversammlung des Vereins «Bikegenossenschaft Zentralschweiz» statt. Anwesende Gründungsmitglieder waren die Tourismusorganisationen: Schwyz Tourismus AG (Vendelin Coray), Luzern Tourismus AG (Marco Zemp), UNESCO Biosphäre Entlebuch (Christian Ineichen), Uri Tourismus AG (Maurus Stöckli), Engelberg-Titlis-Tourismus AG (Andres Lietha), Obwalden Tourismus AG (Daniel Scardino) und Nidwalden Tourismus (Erika Schawalder). Die «Leistungsvereinbarung der Trägerschaft 2023-2026» wurde unterschrieben. Zwei Vorstandssitzungen, eine Klausur, eine Genossenversammlung und der Workshop für die Leistungsträger sind für das Jahr 2023 geplant.

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.regionklewenalp.ch/de/sommer/biken/ 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 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 und Nachhaltigkeit. Das Modell ist nicht statisch und kann im Verlauf des Prozesses weiterentwickelt werden. Das Modell wurde im Dezember 2022 von den Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Nidwalden, Obwalden, Schwyz und Uri verabschiedet. Die Abgabe des Abschlussberichts erfolgt im Frühjahr 2023.

NRP PROJEKT DATA UND CONTENT HUB LUV

Mit dem Projekt «Data & Content Hub LuV» 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). Der Data & Content Hub dient auch für die Migration der neuen Website ab dem Jahr 2024. Zu den Projektträgern gehören die Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Nidwalden (vertreten durch NWT), Obwalden, Schwyz und Uri. Der Schlussbericht vom «Data & Content Hub LuV I» Projekt (abgeschlossen per 30. Juni 2022) wurde von der Dienststelle Raum und Wirtschaft Luzern zustimmend zur Kenntnis genommen. Für das Projekt «Data & Content Hub LuV II» wurde der Antrag inkl. Budget zur Genehmigung vorgelegt. Weitere Termine für die Ausarbeitung und Weiterentwicklung des gemeinsamen Zielbilds ab 2024 sind in Planung.

NRP PROJEKT HOLZTOUR.CH

Das interkantonale Projekt «Holztour.ch» hat im Frühling 2022 eine neue Online-Plattform zum Thema «Holz Entdecken und Erleben» erstellt. Das Natur- und Kulturgut Holz wird für die breite Bevölkerung erlebbar und sichtbar gemacht. Angebote aus den zahlreichen Holz-Bereichen in den Regionen Hasliberg, Obwalden und Nidwalden werden vereint und zugänglich gemacht. NWT koordiniert die touristischen Holz-Erlebnisse für den Kanton Nidwalden.

SACCO DI ROMA

Im Mai 2022 fand die Vereidigungsfeier der Gardisten im Vatikan statt. Nidwalden war als Gastkanton in Rom. NWT repräsentierte mit einem Nidwaldner Stand die touristischen Leistungsträger von Nidwalden. An der Vereidigungsfeier wurden in Nidwaldner Tracht touristische Auskünfte erteilt und über 1'300 Prospekte verteilt.

Im Juli 2023 ist eine Gardistenreise in drei Gruppen in Nidwalden geplant. Nidwalden Tourismus wird bei der Organisation sowie bei der Programmgestaltung unterstützen.



Präsentationsstand von Nidwalden Tourismus an der Vereidigungsfeier in Rom



Tour 9: Bürgenberg E-Biketour mit dem Kulinarik Hilight Stanser Wuche-Märcht

GÄSTEINFORMATION

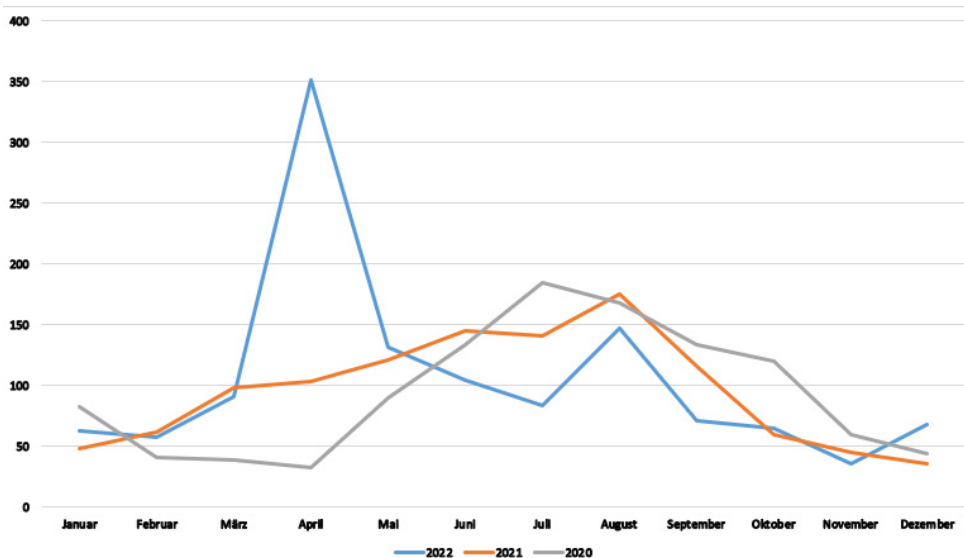
Nidwalden Tourismus betreibt eine touristische Telefon-Auskunftsstelle in drei Sprachen von Montag bis Freitag, von 8.00 bis 17.00 Uhr. Im Jahr 2022 beantwortete Nidwalden Tourismus 1'272 touristische Anfragen via Telefon, E-Mail und Post. Insgesamt gab es für die Region Nidwalden 84 Anfragen für Übernachtungen und 550 allgemeine Auskünfte und Prospektbestellungen zu Ausflügen. NWT beantwortete 769 E-Mail-Anfragen (Kontaktformular, E-Mail und Zopim Offline Chat), welche an info@nidwalden.com geschickt wurden. Bei 45 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 2022



FINANZEN

BILANZ PER 31.12.2022

| | 2022 IN CHF | 2021 IN CHF |
|---|-------------------|-------------------|
| AKTIVEN | | |
| Flüssige Mittel | 139'496.24 | 106'597.19 |
| Kurzfristige Forderungen | 800.00 | 0.00 |
| Vorräte Werbematerial | 1.00 | 1.00 |
| Aktive Rechnungsabgrenzung | 17'578.35 | 0.00 |
| TOTAL UMLAUFVERMÖGEN | 157'875.59 | 106'598.19 |
| | | |
| Anlagen (Computer / Mobiliar) | 2.00 | 2.00 |
| TOTAL ANLAGEVERMÖGEN | 2.00 | 2.00 |
| | | |
| TOTAL AKTIVEN | 157'877.59 | 106'600.19 |
| PASSIVEN | | |
| Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 0.00 | 0.00 |
| Passive Rechnungsabgrenzung | 8'722.06 | 3'616.25 |
| TOTAL FREMDKAPITAL KURZFRISTIG | 8'722.06 | 3'616.25 |
| | | |
| Rückstellung Projekte | 5'000.00 | 5'000.00 |
| Rückstellung Allgemein | 42'000.00 | 11'000.00 |
| TOTAL FREMDKAPITAL LANGFRISTIG | 47'000.00 | 16'000.00 |
| | | |
| Eigenkapital am 01.01. | 86'983.94 | 66'836.04 |
| Jahresergebnis | 15'171.59 | 20'147.90 |
| EIGENKAPITAL AM 31.12 | 102'155.53 | 86'983.94 |
| | | |
| TOTAL PASSIVEN | 157'877.59 | 106'600.19 |

ERFOLGSRECHNUNG PER 31.12.2022

| | 2022 IN CHF | 2021 IN CHF |
|--|-------------------|-------------------|
| Ertrag Beiträge u. a. Kanton und Gemeinden | 365'470.00 | 384'420.00 |
| Erträge aus Marketing-Projekten | 32'570.00 | 50'270.00 |
| BETRIEBLICHER ERTRAG | 398'040.00 | 434'690.00 |
| Marketing-Aufwand | 163'499.46 | 173'365.90 |
| Personalaufwand | 181'211.80 | 196'336.00 |
| Raumaufwand | 5'820.00 | 5'820.00 |
| Verwaltungsaufwand | 6'669.85 | 16'689.40 |
| Werbeaufwand | 25'667.30 | 22'330.80 |
| Abschreibung | 0.00 | 0.00 |
| BETRIEBLICHER AUFWAND | 382'868.41 | 414'542.10 |
| REINERGEBNIS | 15'171.59 | 20'147.90 |



Bike-Tour: Emmetten-Stockhütte Choltal

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 01.01.2022 bis 31.12.2022 umfassende 10. 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, 14. Februar 2023

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 2022 zählt der Verein Nidwalden Tourismus 217 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:

- Übergeordnetes Marketing
- Gästeinformation (Telefon, Website, Mail, Social Media etc.)
- 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 Lake Lucerne
- Freunde der Kleinseilbahnen

Medien Lokale, nationale und internationale Medien

LEISTUNGSVEREINBARUNGEN MIT GEMEINDEN

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

VORSTAND

PER 31.12.2022

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



Christoph Keiser

Vizepräsident,
Gastgewerbe & Marketing
Seit 2017



Bruno Christen

Finanzen,
Marketing & Finanzkontrolle
Seit 2021



Lena Häfelfinger

Vorstandsmitglied,
Marketing & Bergbahnen
Seit 2022



Markus Barmettler

Vorstandsmitglied,
Parahotellerie
Seit 2013



Peter Wyss

Vorstandsmitglied,
Finanzen
Seit 2013



Petra Liem

Vorstandsmitglied, Engel-
bergertal & Kleinseilbahnen
Seit 2019



Sven Flory

Vorstandsmitglied,
Hotellerie & Gastgewerbe
Seit 2021



Urs Waser

Vorstandsmitglied,
Bergbahnen & Landwirtschaft
Seit 2016

GESCHÄFTSSTELLE

PER 31.12.2022

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.



Jessica Jecklin

Marketing & Administration
100% | seit 01.03.2022



Caroline Pirskanen

Social Media Managerin
10-20% | seit 01.09.2013



Erika Schawalder

Marketing & Administration
50% | seit 01.01.2022



Sandra Studer

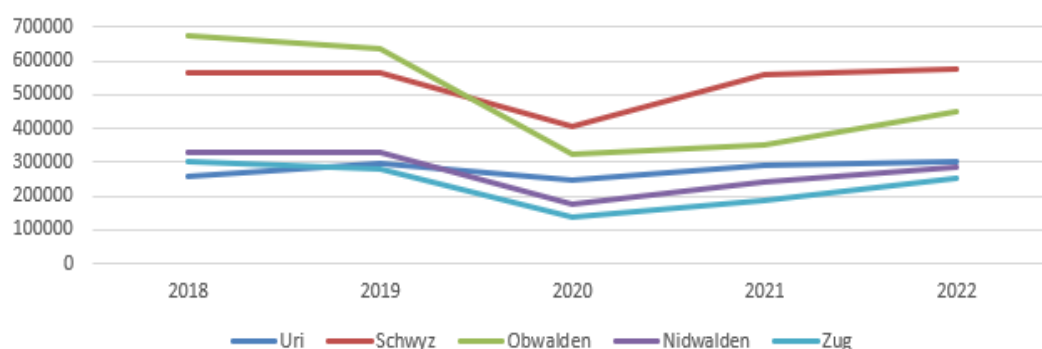
Marketing & Administration
50% | seit 01.01.2022



v.l.n.r. Markus Barmettler, Christoph Keiser, Lena Häfelfinger, Peter Wyss, Josef Lussi-Waser, Bruno Christen, Petra Liem, Urs Waser, Sven Flory fehlt auf dem Bild

ECKDATEN UND STATISTIKEN

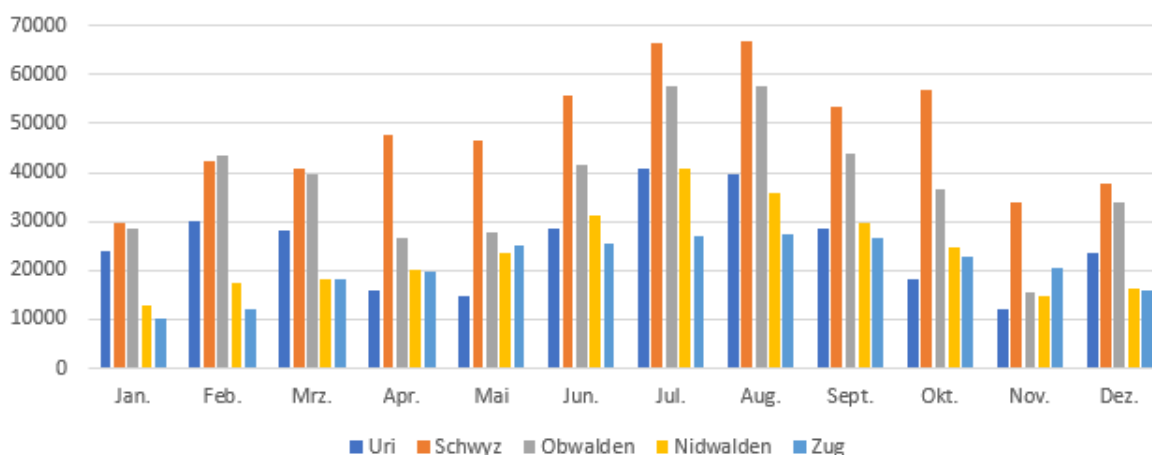
LOGIERNÄCHTE 2018 - 2022 Vergleich mit vier Zentralschweizer Kantonen



| Jahr | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Veränderung 2021 vs. 2022 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------------------------|
| Uri | 255'421 | 297'279 | 248'419 | 289'081 | 304'459 | 5.3% |
| Schwyz | 564'533 | 566'849 | 404'763 | 560'767 | 577'383 | 3.0% |
| Obwalden | 673'298 | 638'622 | 325'301 | 352'820 | 452'344 | 28.2% |
| Nidwalden | 328'506 | 330'908 | 178'553 | 239'641 | 285'932 | 19.3% |
| Zug | 302'196 | 278'756 | 136'170 | 186'999 | 251'011 | 34.2% |
| Dauer | 1.7 | 1.7 | 1.8 | 1.8 | 1.8 | |

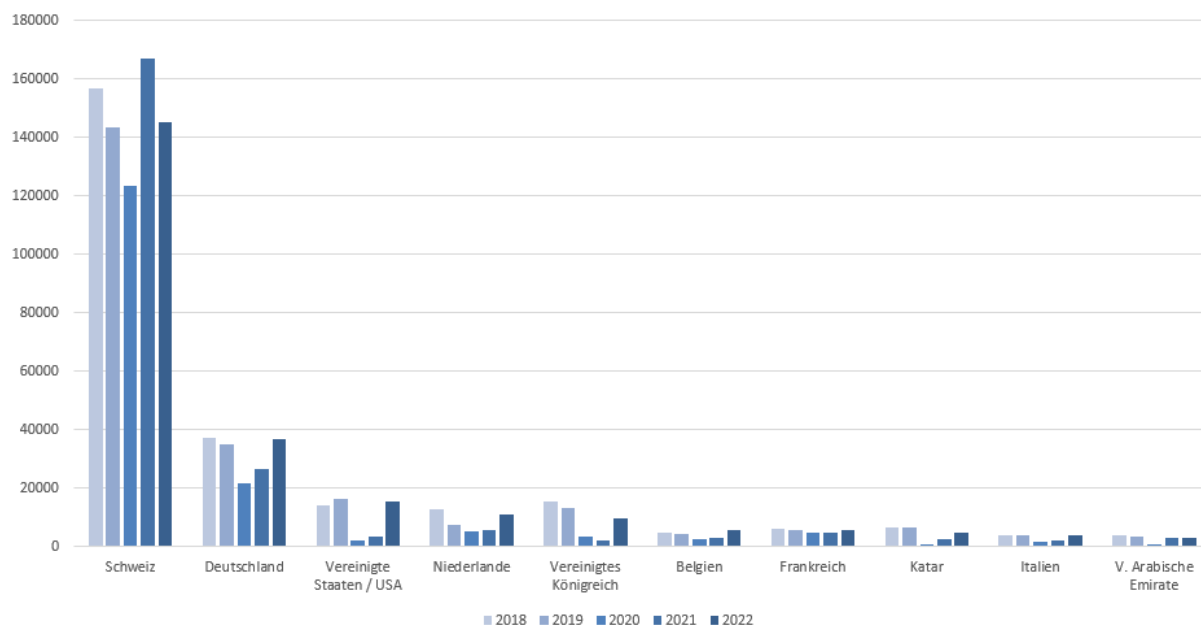
30

LOGIERNÄCHTE JANUAR – DEZEMBER 2022 Vergleich mit vier Zentralschweizer Kantonen



| Monat | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Uri | 23'940 | 30'256 | 28'168 | 16'060 | 14'922 | 28'493 | 40'604 | 39'594 | 28'545 | 18'067 | 12'165 | 23'645 |
| Schwyz | 29'541 | 42'502 | 40'903 | 47'794 | 46'336 | 55'648 | 66'299 | 66'654 | 53'570 | 56'778 | 33'768 | 37'590 |
| Obwalden | 28'717 | 43'390 | 39'527 | 26'480 | 27'772 | 41'560 | 57'610 | 57'449 | 43'925 | 36'401 | 15'615 | 33'898 |
| Nidwalden | 12'862 | 17'446 | 18'344 | 20'019 | 23'727 | 31'233 | 40'919 | 35'815 | 29'708 | 24'865 | 14'620 | 16'374 |
| Zug | 10'282 | 12'026 | 18'335 | 19'659 | 25'247 | 25'385 | 26'901 | 27'472 | 26'477 | 22'632 | 20'567 | 16'028 |

GÄSTE NACH HERKUNFTSLAND IN NIDWALDEN Vergleich Logiernächte 2018 - 2022



| Herkunftsland | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Anteil in % |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| Schweiz | 156'582 | 143'360 | 123'502 | 167'157 | 145'257 | 50.8 % |
| Deutschland | 37'344 | 35'105 | 21'567 | 26'519 | 36'942 | 12.9% |
| Niederlande | 12'649 | 7'574 | 5'184 | 5'665 | 10'999 | 3.8% |
| Frankreich | 6'252 | 5'758 | 5'006 | 4'878 | 5'669 | 2.0% |
| Vereinigte Staaten / USA | 14'070 | 16'474 | 2'097 | 3'697 | 15'547 | 5.4% |
| V. Arabische Emirate | 4'043 | 3'650 | 697 | 3'157 | 3'029 | 1.1% |
| Belgien | 5'049 | 4'437 | 2'535 | 2'890 | 5'835 | 2.0% |
| Katar | 6'526 | 6'769 | 633 | 2'814 | 4'982 | 1.7% |
| Russland | 2'151 | 3'308 | 1'550 | 2'267 | 1'295 | 0.5% |
| Italien | 4'158 | 4'027 | 1'862 | 2'255 | 3'941 | 1.4% |
| Vereinigtes Königreich | 15'435 | 13'481 | 3'519 | 2'242 | 9'617 | 3.4% |
| Luxemburg | 1'305 | 1'489 | 567 | 1'354 | 1'712 | 0.6% |
| Brasilien | 1'324 | 1'831 | 322 | 817 | 1'528 | 0.5% |
| Indien | 2'493 | 3'071 | 300 | 801 | 1'833 | 0.6% |
| Spanien | 1'125 | 1'434 | 271 | 520 | 1'120 | 0.4% |
| Polen | 1'029 | 667 | 504 | 408 | 693 | 0.2% |
| China | 23'186 | 39'831 | 1'933 | 193 | 946 | 0.3% |
| Australien | 2'047 | 1'759 | 371 | 113 | 1'380 | 0.5% |

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