

JAHRESBERICHT 2023





Ein Nidwaldner Moment, der Bannalpsee

INHALT

BERICHT DES PRÄSIDENTEN	4
RÜCKBLICK DER GESCHÄFTSSTELLEN-LEITERIN	5
KENNZAHLEN 2023	7
MARKETING	8
GÄSTEINFORMATION	19
FINANZEN	20
REVISORENBERICHT	22
LEISTUNGSaufTRAG NIDWALDEN TOURISMUS	23
VORSTAND	24
GESCHÄFTSSTELLE	25
ECKDATEN UND STATISTIKEN	26

VORWORT VOLKSWIRTSCHAFTSDIREKTION

Segeln auf dem Vierwaldstättersee, Snowboarden im Pulverschnee, mit dem Kayak dem Seeufer entlang paddeln, Beachvolleyball-Spielen am Strand, mit der Zahnradbahn hoch aufs Chälti, an der Teffli-Rally den Rennfahrern zujubeln, im Culinarium Alpinum einen Blick in die Küche werfen, gemeinsam mit dem Älpler die Schweine füttern, Disc-Golfen, den Brisen mit Skis erklimmen, mit dem Buiräbähnli unterwegs sein, auf dem Mountainbike durch die Natur fahren, eintauchen ins klare Wasser, durch den verschneiten Wald spazieren, ein Konzert geniessen, am Lagerfeuer diskutieren, mit dem Imker die Bienen bestaunen, auf dem Dampfschiff den See überqueren, äs Zwätschgä trinkä, mit dem Gleitschirm abheben, einen Alpabzug bewundern, dem Käser über die Schultern schauen, mit dem Bauer eine Wiese rechnen...

Haben Sie die Sequenzen erkannt? Es sind alles Szenen, welche im von Nidwalden Tourismus 2023 erstellten Film «Nidwaldner Story» enthalten sind. Unser Kanton bietet eine unglaubliche Vielfalt und Schönheit. Davon dürfen wir Nidwaldnerinnen und Nidwaldner tagtäglich profitieren. Sehr gerne teilen wir diese Erlebnisse mit unseren Gästen und Besuchern.

Ich danke Nidwalden Tourismus für die hervorragende Arbeit und wünsche allen Touristikern weiterhin viel Erfolg und gutes Gelingen.



Dr. Othmar Filliger

Volkswirtschaftsdirektor

BERICHT DES PRÄSIDENTEN



Christoph Keiser

Präsident
Nidwalden Tourismus

Sehr geehrte Mitglieder, Partner & Mitarbeitende von Nidwalden Tourismus

Das Jahr 2023 zeigte scheinbar die Rückkehr zur Normalität nach der Corona-Pandemie. Trägt dieser Eindruck?

In den letzten zwei Jahren prägten uns einige Ereignisse: Von der Fusion von CS und UBS, welche die erste Schweizer «Monsterbank» schuf, der Einmarsch von Russland in die Ukraine, ein Weltbevölkerungsstand auf 8 Milliarden sowie ein Klimawandel, das eines Umdenkens verlangt. Auch lokale Entwicklungen wie der Umzug der Stanser Kapuzinerinnen nach Luzern oder die Pensionierung von Jürg Balsiger, einem der bedeutendsten Touristiker des Kantons, waren bewegend. Wir durften eine überdurchschnittliche, warme Fasnachtsaison erleben, was jedoch zu Herausforderungen durch Schneedefizit in teils Bergregionen führte. Dafür bezwang der Seilziehclub Stans-Oberdorf nach einem Malheur 1993 erfolgreich das Stanserhorn Bähndli. Sportlich glänzte der Buochser Marco Odermatt mit dem Gewinn des Gesamtweltcups im Ski Alpin und platzierte sich in seiner neuen Rolle als Botschafter von Schweiz Tourismus. Kulinarisch versüsst uns, Mike Wehrle vom Bürgenstock Resort, durch den Titel «Koch des Jahres 2023» das Jahr. Mit all dieser Vielfalt an Ereignissen bewies der Tourismus, dass er flexibel und lösungsorientiert ist und so unterschiedlichste Elemente, sowie Herausforderungen in einen optimalen Mix integrieren kann.

Nidwalden Tourismus stellte im Jahr 2023 das Motto «Meys Nidwaldä, deys Nidwaldä» in den Mittelpunkt und zeigte, mit einem Wettbewerb und der Nidwaldner Story, der Bevölkerung und den Gästen die Vielfalt der Region. Weiter engagierte sich Nidwalden Tourismus in Projekten der Zentralschweizer Kantone und Tourismusorganisationen. Erfreulicherweise stiegen die Logiernächte im Jahr 2023 mit 300'000 wieder auf das Niveau vor Corona.

Personell gab es im vergangenen Jahr einige Veränderungen. Mit Josef Lussi-Waser, Peter Wyss und Markus Barmettler wurden die letzten drei Gründungsmitglieder in den wohlverdienten NWT-Ruhestand verabschiedet. Für ihren unermüdlichen Einsatz für unsere Region und dem schönsten Kanton zwischen «See und hechä Bäрге» ein herzliches «Dankescheen». Die grosse Lücke konnten wir mit Karin Gaiser, Beatrice Zimmermann und Thomas Amstutz als kompetente Touristiker füllen.

Ein herzliches Dankeschön auch an alle MitarbeiterInnen, VorstandskameradInnen, PartnerInnen, VorsteherInnen und Mitarbeitende der Volkswirtschaftsdirektion sowie MitgliederInnen unseres Vereins, die zum Erfolg von Nidwalden Tourismus beigetragen haben. Es erfüllt mich mit Stolz, als Präsident die Interessen unserer Region vertreten zu dürfen.

Danke duisig und bleybid gsund.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'C. Keiser', written in a cursive style.

Der Präsident Nidwalden Tourismus, Christoph Keiser, Eigenthal NW

RÜCKBLICK DER GESCHÄFTSSTELLEN-LEITERIN

Sehr geehrte Mitglieder und Partner
Lieber Vorstand und Arbeitsspändli von Nidwalden Tourismus

Erfreulich schauen wir auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Das Team und der neue Vorstand ergänzen sich hervorragend und ich freue mich darüber, mein erstes Jahr als Geschäftsstellen-Leiterin gut gemeistert zu haben.

Nidwalden steht für sanften Tourismus und gilt verglichen mit anderen Regionen als kleine Destination. Dennoch ist das Angebot an Vielfalt, Erlebnissen, Kultur, Kulinarik und Abenteuer gross. Dies wollten wir unter anderem mit der Kampagne «Meys Nidwaldä, deys Nidwaldä» und der neuen Nidwaldner Story zeigen. Für Nidwalden Tourismus war dies die erste Social Media Kampagne, welche sich als erfolgreich erwiesen hat. Wir sind stolz auf die Anzahl der Teilnehmenden am Videowettbewerb. Knapp 200 unterschiedliche Nidwaldner Momente wurden mit uns geteilt, was einer Filmlänge von rund 50 Minuten entspricht. Sehr interessant und etwas überraschend waren die Auswertungen der Kampagne. Sie haben gezeigt, dass auch in anderen Märkten Zielgruppen-Potenzial vorhanden ist. Zudem hatten wir erwartet, mit der Kampagne viele Jugendliche anzusprechen. Die Altersspanne war jedoch sehr breit, mit einem Schwerpunkt bei Personen im Alter von 35 bis 44 Jahren. Die Kampagne zeigte also, dass Themen wie Social Media und Digitalisierung immer mehr an Bedeutung bei verschiedenen Altersklassen gewinnen. Faltkarten, Flyer oder Inserate sind aber nicht wegzudenken.

Im Jahr 2025 werden wir den Fokus wieder auf die Online-Vermarktung legen. Neben der Publikation der neuen Nidwaldner Story werden wir uns mit dem Thema Wasser beschäftigen. Zum Thema Wasser gehört aber nicht nur der Vierwaldstättersee, sondern auch Bergseen, Wasserfälle, Flüsse, Brunnen, Wanderungen am Wasser, Kulinarik am Wasser und vieles mehr. Bis Ende 2025 soll zudem die neue Webseite dreisprachig migriert werden. Dabei sollen die Performance auf mobilen Endgeräten und die Benutzerfreundlichkeit verbessert werden. Der LuV Data & Content Hub dient als digitale Datenstruktur und Basis für den neuen Internetauftritt.

Nidwalden Tourismus ist in verschiedenen überkantonalen Projekten mit einbezogen. Beispielsweise unterstützen wir ideell und personell die Projekte Kulinarische Genussorte, Swiss Wine Tours oder das Kreuzfahrtschiff HS Rigatus. Wir schätzen die Zusammenarbeit und den regelmässigen Austausch mit den anderen Zentralschweizer Kantone sowie mit den lokalen Tourismusorganisationen sehr.

Zum Schluss möchte ich mich bei allen für das entgegengebrachte Vertrauen und das grosse Engagement bedanken. Die Zusammenarbeit mit euch bereitet mir viel Freude und macht sehr viel Spass!

Jessica Jecklin, Geschäftsstellen-Leiterin Nidwalden Tourismus, Stans NW



Jessica Jecklin

Geschäftsstellen-Leiterin
Nidwalden Tourismus



Video-Wettbewerb «Meys Nidwaldä, deys Nidwaldä», Stanserhorn

KENNZAHLEN 2023



267'573

SITZUNGEN
NIDWALDEN.COM



204'494

NUTZER
NIDWALDEN.COM



878

TOURISTISCHE AUSKÜNFTE
PER TELEFON UND E-MAIL



311'153

+8,8%

LOGIERNÄCHTE IN HOTELS UND
KURBETRIEBE VON NIDWALDEN

44,0% GÄSTE AUS DER SCHWEIZER



232

+7,0%

MITGLIEDER
NIDWALDEN TOURISMUS

26 EINTRITTE / 12 AUSTRITTE



31'195

+11,0%

FACEBOOK
FOLLOWERS
(SEIT 2012)



16'700

+11,0%

INSTAGRAM
ABONNENTEN
(SEIT 2016)



2'032

+22,0%

X
FOLLOWERS
(SEIT 2010)



352

+21,0%

YOUTUBE
ABONNENTEN
(SEIT 2018)



704

+84,0%

LINKEDIN
FOLLOWERS
(SEIT 2022)



1'109

NEU

TIKTOK
FOLLOWERS
(SEIT 2023)

INFORMATION

- Nutzer sind alle Besucher einer Webseite.
- Eine Sitzung entsteht, wenn ein Nutzer auf die Webseite kommt. Nutzer können mehrere Sitzungen pro Tag haben.
- Differenzen zum Vorjahr durch Update des Trackingtools Google Analytics (GA4)

MARKETING

Nidwalden Tourismus fokussierte sich im Jahr 2023 auf das Thema «Meys Nidwaldä, deys Nidwaldä». Zusammen mit der Bevölkerung und den Gästen in Nidwalden möchte Nidwalden Tourismus die ganze Schweiz auf Nidwalden und dessen Vielfalt sowie Kultur aufmerksam machen. Dazu wird die Online-Kampagne «Meys Nidwaldä, deys Nidwaldä» in zwei Teile geteilt: einen Video-Wettbewerb und eine Nidwaldner Story.

VIDEO-WETTBEWERB

Der Video-Wettbewerb startete am 11. Februar 2023 und dauerte bis zum 11. Juli 2023. Mit fünf authentischen Kurzspots wurden die Einheimischen und Touristen motiviert, beim Video-Wettbewerb «Meys Nidwaldä, deys Nidwaldä» mitzumachen und verschiedenste persönliche «Nidwaldner Momänt» auf Social Media sowie auf dem Gästeportal zu publizieren. Die Kurzfilme entstanden in Zusammenarbeit mit dem Filmteam Sooli. Es wurde darauf geachtet, dass die Spots alle Altersgruppen und Interessen ansprechen. Die Spots sollten jedoch nicht nur auf den Wettbewerb aufmerksam machen, sondern auch inspirieren, wie ein «Nidwaldner Momänt» aussehen könnte. Als zusätzlicher Anreiz winkten tolle Nidwaldner Preise für Einzelpersonen sowie Gruppen, Firmen oder Vereine. Der Gesamtwert der Preise betrug rund CHF 7'000.

Neben den Spots wurde der Wettbewerb durch verschiedene Marketingmassnahmen beworben. Es wurden sowohl Online-Werbung mit Ads, Screen Werbung, Online-Inserate als auch offline Massnahmen mit Plakate und Flyer erstellt. Über 10'000 Flyer und 200 Plakate wurden verteilt und verschickt.

Insgesamt sind knapp 200 Nidwaldner Momente (Kurzfilme) eingeschickt und gepostet worden. Rund 71% der Teilnehmenden sind NidwaldnerInnen. Gut vertreten waren aber auch andere Regionen wie z.B. Obwalden, Luzern, Aargau, Solothurn oder Zürich. Die Videos von den TeilnehmerInnen sind auf Social Media unter #meysnidwaldä oder auf YouTube in der Playlist «Eure Nidwaldner Momente» ersichtlich.

Um eine engere Auswahl der GewinnerInnen treffen zu können, hatte die Geschäftsstelle eine Vorselektion der Videos vorgenommen. Ein Instagram Story-Voting wurde im Anschluss an die Vorselektion durchgeführt. Dabei wurden zwei Videos gegeneinander ins Rennen geschickt. Die ZuschauerInnen hatten online auf Instagram 24 Stunden Zeit, um sich zu entscheiden, welches der beiden Videos ihnen besser gefällt. Das Instagram Story Voting erreichte 2'600 Impressionen und mehr als 400 User stimmten pro Video ab.

Insgesamt haben 15 Privatpersonen und der Verein CABAReto & Friends gewonnen. Am 5. September 2023 fand die Preisübergabe an die GewinnerInnen im Hotel Engel in Stans statt.

NIDWALDNER STORY

In Anlehnung an den Video-Wettbewerb soll auch die Nidwaldner Story die echte «Mitten aus dem Leben»-Wirkung entfalten. Von der atemberaubenden Landschaft, über die authentischen Menschen, die in Nidwalden leben, bis hin zu den schönen Traditionen- und Erlebnis-Möglichkeiten: von ganz entspannt bis Action!

Im Dezember wurde die neue zweiminütige Nidwaldner Story in Zusammenarbeit mit dem Filmteam Sooli für die ganze Schweiz herausgebracht. Das Genre des Films, das am nächsten an der Wirklichkeit ist, ist der Dokumentarfilm - echte Menschen, echte Emotionen, echte Orte, echte Aussagen. Die Nidwaldner Story ist jung und frisch im Collagenstil mit unterschiedlichsten Eindrücken und Formaten aus verschiedensten Quellen aufgebaut. Vom Smartphone-Video einer Pulverschneeabfahrt vom Brisen über einen Schnappschuss in einer Beiz bis zum schönsten Vollformat-Sonnenuntergang am See ist alles enthalten. Es wurde Bildmaterial Dritter sowie auch Videomaterial vom Videowettbewerb verwendet. Auf diese Weise war es möglich, Momente an Orten einzufangen, die für eine Filmproduktion in diesem Umfang zu aufwändig gewesen wären.

Die Erzählung zu diesen vielen bewegenden Bildern kommt aus dem Off (ohne dass die sprechenden Personen zu sehen sind) und setzt sich dramaturgisch aus kurzen Aussagen zusammen, die das Filmteam Sooli in Nur-Ton-Interviews frei gesammelt hat. Diese Aussagen befassen sich alle mit dem Wert «Nähe» und der Art und Weise, wie diese in Nidwalden gelebt und erlebt wird. Mit einem Ziel: Nidwalden und seine Vielfalt erlebbar machen.

Die Filmpremierre fand am 21. November 2023 mit Partnern, Sponsoren und geladenen Gästen im Theater Stans statt.

Der Film ist durch Untertitel auf verschiedene Sprachen verfügbar und wird unseren Partnern zum Downloaden und zur vielseitigen Nutzung geschenkt. Nidwalden Tourismus wird den Film laufend in der ganzen Schweiz mit verschiedensten Marketingaktivitäten publizieren.



Filmpremierre und Partner-Event im Theater Stans

Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee 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.

WEBSEITE

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 Webseite. Der kantonale und touristische Online-Auftritt www.nidwalden.com von Nidwalden Tourismus ist in den Sprachen Deutsch und Englisch verfügbar. Der Content der Webseite wird täglich gepflegt, die SEO (Search Engine Optimization) optimiert, weiterentwickelt und mit Angeboten verlinkt.

Im Jahr 2023 gab es 267'573 Sitzungen und 204'494 Nutzer. Im Jahr 2022 waren es 273'006 Sitzungen und 208'048 Nutzer. Durch die Umstellung des Trackingtools Google Analytics per Juli 2023 treten grössere Veränderungen auf und die Zahlen können nicht mehr miteinander verglichen werden. Die Mehrheit der Besucher der Webseite stammt aus der Schweiz (86,16%), gefolgt von Deutschland (6,72%) und USA (1,55%). Rund 63,4% der Besucher haben die Informationen auf einem Smartphone abgerufen, 33,8% auf dem Desktop und 2,8% via Tablet. Die am häufigsten aufgerufenen Seiten neben der Startseite, waren: Felsenweg, Risetenschlucht, Webcams, Buochserhorn Gipfeltour, Erlebnisweg Engelberger Aaschlucht, Fasnacht in Nidwalden, Veranstaltungen in Nidwalden, Älperchilbi und Alpabzüge, Wandern in Nidwalden, St. Nikolaus Umzüge, Advents- und Weihnachtsmärkte sowie Zehn Sonntags-Brunch Ideen in Nidwalden.

Das aktuelle Gästeportal wird aufgrund eines teuren und konservativen Updates von der Region Luzern-Vierwaldstättersee nicht mehr unterstützt. Deshalb wird die aktuelle Webseite per Ende 2024 nicht mehr aktiv sein und Nidwalden Tourismus wird ein Relaunch der neuen Webseite im Jahr 2024 planen.

Das Backend wird über den Data & Content Hub betrieben. Jede Region kann über ein eigenes Frontend verfügen. Nidwalden Tourismus wird das Frontend von Luzern Tourismus übernehmen und mit der IT-Firma Neusta zusammenarbeiten.

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)
31'196 Likes per 31.12.2023, +11,0%

Instagram

@nidwalden_com (seit März 2016, 2'329 Beiträge)
16'700 Abonnenten per 31.12.2023, +11,0%

LinkedIn

@Nidwalden (neu seit April 2022)
704 Abonnenten per 31.12.2023

TikTok

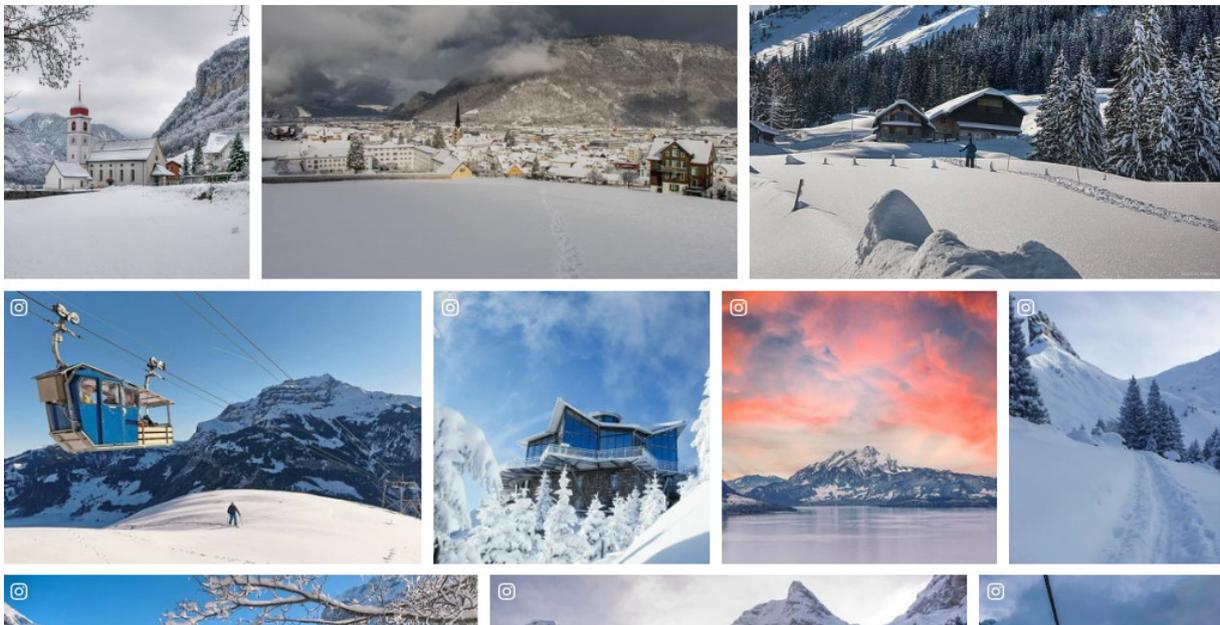
@Nidwaldentourismus (neu seit Januar 2023, 10'800 Likes)
1'109 Followers per 31.12.2023

YouTube

Nidwalden Tourismus (seit Dezember 2018)
352 Abonnenten per 31.12.2023, +21,0%

X

@Nidwalden (seit April 2010, 2'905 Tweets)
2'032 Followers per 31.12.2023, +22,0%



NEWSLETTER

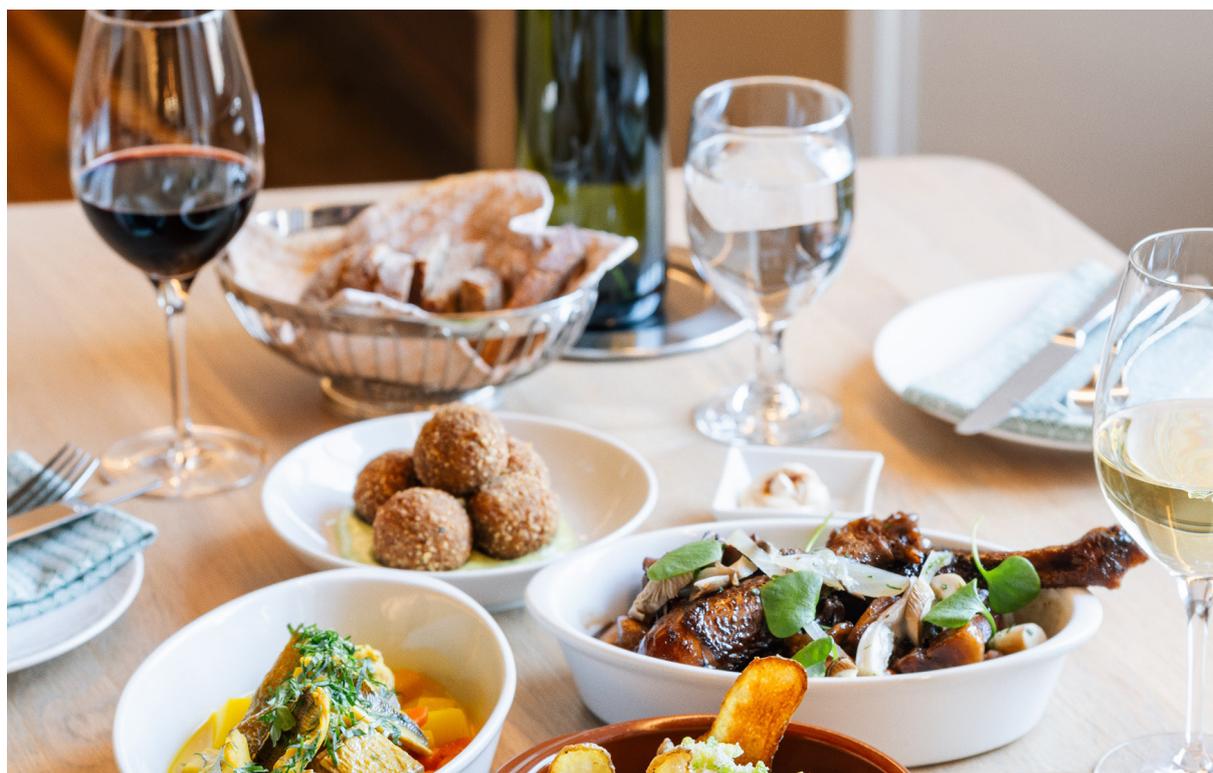
Der Gäste Newsletter wurde im Jahr 2023 zweimal verschickt. Aktuell sind es 1'055 (+1,6% Stand Dezember 2023) Abonnenten. An 364 touristische Partner (Stand Dezember 2023) verschickte Nidwalden Tourismus monatlich einen Partner Newsletter mit Neuigkeiten zu Projekten und Mitmachmöglichkeiten.

BLOG LUZERN - VIERWALDSTÄTTERSEE

Der Blog der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (blog.luzern.com) besteht seit April 2019 und ist auf Deutsch verfügbar. Im Blog finden Besuchende persönliche Erlebnisberichte und Tipps aus aktuell zehn Tourismusregionen in der Zentralschweiz. Im Jahr 2023 hat Nidwalden Tourismus 29 Blogbeiträgen (2022: 23 Blogbeiträge) von insgesamt 103 Blogbeiträge publiziert. Erstmals konnte die Grenze von 100'000 LeserInnen geknackt werden.

DIGITALER MARKTPLATZ LUZERN-VIERWALDSTÄTTERSEE

Seit Juli 2021 können Gäste über den digitalen Marktplatz (Online-Shop) Dienstleistungen und touristische Angebote online buchen. Vom Kauf bis zur Entwertung ist der Vertriebs- und Buchungsprozess digitalisiert. Verschiedene Angebote können miteinander kombiniert werden (Unterkünfte, Bergbahnen, Skitickets etc.). Zudem gibt es die Möglichkeit, eine Annullationsversicherung abzuschliessen. Per 31. Dezember 2023 sind über 100 Angebote (Sommer und Winter) online.



Regionaler und saisonaler Genuss im Culinarium Alpinum, Stans

MEDIENARBEIT

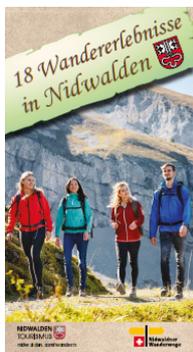
Nidwalden Tourismus koordinierte Medienanfragen, vermittelte die Kontakte, hat bei Anfragen gewünschtes Bildmaterial herausgesucht und passenden Content erarbeitet.

- 4 kostenlose PR-Beiträge (Spielplätze, Sommer, Herbst, Winter) im Nidwaldner Blitz
- Je einen Bericht über den Video-Wettbewerb und die Nidwaldner Story in der Nidwaldner Zeitung
- 1 kostenlose Fotoseite Rückblick der GV und 3 Seiten im Unterwaldner über Preisverleihung und Filmpremiere
- 2 kostenlose Fotoseite Rückblick der GV und 3 Seiten im Nidwaldner Blitz über Preisverleihung und Filmpremiere
- 11 kostenlose doppelseitige PR über Ausflüge in der jeweiligen Gemeinde im Unterwaldner (Gemeindebeilagen)
- 1 einseitiges Inserat und einen Bericht von Christoph Keiser in der Bratig 2024 (NW-Kalender)
- 5 ½-seitige Inserate im Nidwaldner Blitz
- 15 Füllinserate im Nidwaldner Blitz
- 2 ½-seitige Inserate zur Nidwaldner Story im Powerkombi Nidwaldner Blitz (NW) und Barni-Post (LU)
- 3 ½-seitige Inserate im Unterwaldner
- ½-seitiges Inserat im Heft inform vom Turnverband LU/OW/NW
- Im Dezember 2023 wurden rund 38'000 Prospekte «Nidwaldner Guide» per Promopost im Raum Basel/Zürich in die Haushalte versandt

WINTER KAMPAGNE

Nidwalden Tourismus hat für die Wintersaison eine Reihe von Inseraten geschaltet. Zusätzlich wurde eine Landingpage zum Thema „Winter Plan B“ für Tage mit wenig Schnee erstellt und publiziert.

- ½-seitiges Inserat in der Barni Post (LU) im Januar 2023
- ½-seitiges Inserat im Powerkombi Aktuell (OW), Woche Post (AG), Schwyzer Anzeiger (SZ), Blitz (NW), Uri Stier (UR), Barni Post (LU) im Dezember 2023
- 2 Inserate in der Luzerner Zeitung und deren Regionalausgaben im Dezember 2023
- ½-seitiges Inserat in der seedamm news (Zürichsee) im Dezember 2023



FALTKARTEN UND PROSPEKTE

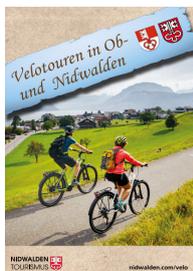
Die folgenden Faltkarten wurden von Nidwalden Tourismus aktualisiert und nachgedruckt:

Faltkarte «18 Wandererlebnisse in Nidwalden»

Faltkarte «18 Wandererlebnisse in Nidwalden», mit finanzieller Unterstützung von Nidwaldner Wanderwege; Auflage 25'000 Exemplare (2023 - 3. Auflage), Deutsch

Faltkarte «Velotouren in Nidwalden»

«Velotouren in Ob- und Nidwalden»; Auflage 60'400 Exemplare (2023 - 2. Auflage), Deutsch

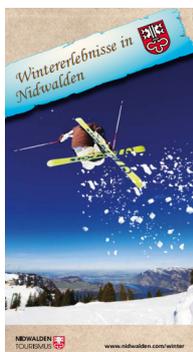


Faltkarte «Wintererlebnisse in Nidwalden»

Faltkarte «Wintererlebnisse in Nidwalden»; Auflage 50'400 Exemplare (2023 - 2. Auflage), Deutsch

MARKETINGBEIRAT

Im Jahr 2023 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 2024 eingeholt. Nidwalden Tourismus hat unter anderem auch über aktuelle und zukünftige Projekte von Nidwalden Tourismus und der Region Luzern-Vierwaldstättersee informiert.



NIDWALDNER TOURISMUSFORUM

Das 5. Nidwaldner Tourismusforum findet im Jahr 2025 statt.

BIKEGENOSS ZENTRALSCHWEIZ

Die BikegenossInnen sind GastgeberInnen und DienstleisterInnen. Sie vertreten die Zentralschweiz als Bike-Region und schaffen gemeinsam mit anderen BikegenossInnen ein attraktives Angebot für MountainbikerInnen. 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.

Seit dem 1. Januar 2023 ist Bikegenoss ein eigenständiger Verein.

Am 9. 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. Drei Vorstandssitzungen und eine Bikegenoss-Versammlung fanden im Jahr 2023 statt und Nidwalden Tourismus war an diesen Anlässen vertreten.

Besucher der Webseite www.bikegenoss.ch können sich seit Juni 2021 über Bike Touren, Bikehotels, Bikeguides und Bikeshops in der Region Zentralschweiz informieren. Auf der Webseite werden Bikeangebote in Verbindung mit touristischen Leistungsträgern laufend ausgebaut und publiziert. Unter map.bikegenossenschaft.ch wird die interaktive Karte laufend erweitert und verfeinert. Eine Print-Version der Karte ist nicht vorgesehen.

Die Webseite wird durch Bikegenoss gepflegt und in Zusammenarbeit mit den Regionen weiterentwickelt. Das Thema Mountainbike wird unter anderem von allen Regionen über die eigenen Webseite kommuniziert. Intern wird die Webseite www.bikegenossenschaft.ch genutzt.

Das NRP-Vorprojekt «Fairtrail» wurde bei den Zentralschweizer Kantonen eingereicht. Insgesamt sollen die Kantone LU, SZ, UR, OW und NW gemeinsam CHF 60'000 beitragen. Der Kanton NW ist voraussichtlich mit einem Anteil von CHF 5'000 dabei.



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, wobei 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. Es wurde im Dezember 2022 von den Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Nidwalden, Obwalden, Schwyz und Uri verabschiedet.

Fazit: Die hohen Erwartungen an eine gemeinsame strategische Ausrichtung der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee konnten nicht erfüllt werden. Der Prozess hat aufgezeigt, dass die DMO's zwar aus Gästesicht eine sinnvoll strukturierte Tourismusregion ist, aber aktuell aus diversen Gründen keine einheitliche regionale DMO-Struktur möglich ist. Entsprechend beurteilen die Tourismusorganisationen das gemeinsame NRP-Projekt als «teilweise» gescheitert. Es hat aufgezeigt, dass es Grenzen gibt bezüglich einer «fünfkantonalen Zusammenarbeit». Diese betreffen primär die gemeinsame strategische Ausrichtung und Entscheidungsfindung. Gleichwohl konnte bei der Definition einer gemeinsamen regionalen Tourismusvision und den neuen strategischen Geschäftsfeldern Konsens erzielt werden.

NRP PROJEKT DATA & 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, Screens, Webseiten 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 Webseite ab dem Jahr 2024. Zu den Projektträgern gehören die Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Nidwalden (vertreten durch Nidwalden Tourismus), Obwalden, Schwyz und Uri.

Nach dem Aufbau der Dateninfrastruktur wurden im Jahr 2022 mit der Webseite der Wiege der Schweiz, der Klewenalp-Stockhütte und BikegenossInnen erfolgreich drei Pilotprojekte umgesetzt. Im Jahr 2023 wurden die technische Anforderung für die Ablösung/Migration der aktuellen Webseiten der regionalen Tourismusorganisationen vorbereitet, viel zusätzlicher Content migriert, Content erfasst, das Content Management aufgebaut sowie zwei Infoscreenprojekte realisiert. Anfangs 2024 folgt der Relaunch des Gästeportals Luzern.com und anschliessend die weiteren Projekte der Tourismusorganisationen. Die LTAG baut ein Digitales Service Center auf, das die Dienstleistungen für die Tourismusorganisationen und Leistungsträger erbringt. Weitere Termine für die Ausarbeitung und Weiterentwicklung der Webseite und des Data & Content Hubs sind ab 2024 in Planung. Die Details sind auf der Projektseite beschrieben.

KULINARISCHE GENUSSORTE

Bei den Kulinarischen Genussorten handelt es sich um ein Netzwerk von Regionen, die ihre Gastronomie und ihre Weine zu einem Aushängeschild ihres touristischen Angebots machen. Ziel ist die Vermarktung einer Region über ein oder mehrere Produkte, welche die Geschichte, die Kultur und die Landschaft der Region widerspiegeln. Die «Kulinarischen Genussorte» ist ein Projekt der Fondation pour la Promotion du Goût (Stiftung zur Förderung des Geschmacks). Mit dem Leitbetrieb Culinarium Alpinum in Stans und dem Produkt Alpsbrinz AOP ist die Region Luzern-Vierwaldstättersee im Projekt integriert.

SWISS WINE TOUR

Die Definition des Projekts Swiss Wine Tour ist «eine Auswahl von weintouristischen Angeboten der Schweiz aus den verschiedenen Schweizer Weinregionen auf der Grundlage eines nationalen Qualitätskonzepts, die über eine gemeinsame Schnittstelle die Absatzförderung und den Kauf dieser Angebote offerieren können». Die Swiss Wine Tour will somit den Anbietern des Weintourismus einen deutlichen Mehrwert bieten. Die Region Luzern-Vierwaldstättersee unterstützt das Projekt und ist bei diversen Marketingaktivitäten involviert.

HS RIGATUS KREUZFAHRTSCHIFF

Das ganz besondere mehrtägige Schifffahrt-Erlebnis auf dem Vierwaldstättersee mit dem innovativen Hybrid Schiff (HS) RIGATUS steht kurz vor dem grossen Umbau. Das Kreuzfahrtschiff verbindet die Angebote und Regionen um den Vierwaldstättersee. Die HS Rigatus ist ein Premium Hotelschiff mit 11 Kabinen sowie einer Bar/Lounge auf dem Oberdeck, einer absenkbaren Badeplattform und Sauna auf dem Vierwaldstättersee. Abwechslungsreiche Kulinarik über Wissensvermittlung durch bekannte Persönlichkeiten während den Recaps bis hin zu speziellen Outdoor-Aktivitäten - alles ist in den Programmen des Kreuzfahrtschiffes inbegriffen. Nidwalden Tourismus unterstützt das Projekt ideell und mit personellen Ressourcen.

SÄUMERFEST STANS «20 JAHRE SBRINZ-ROUTE»



Präsentationsstand von Ob- und Nidwalden vom 18.08. - 20.08.2023 am Säumerfest in Stans



Hängebrücke Brunnistöckli, Engelberg

GÄSTEINFORMATION

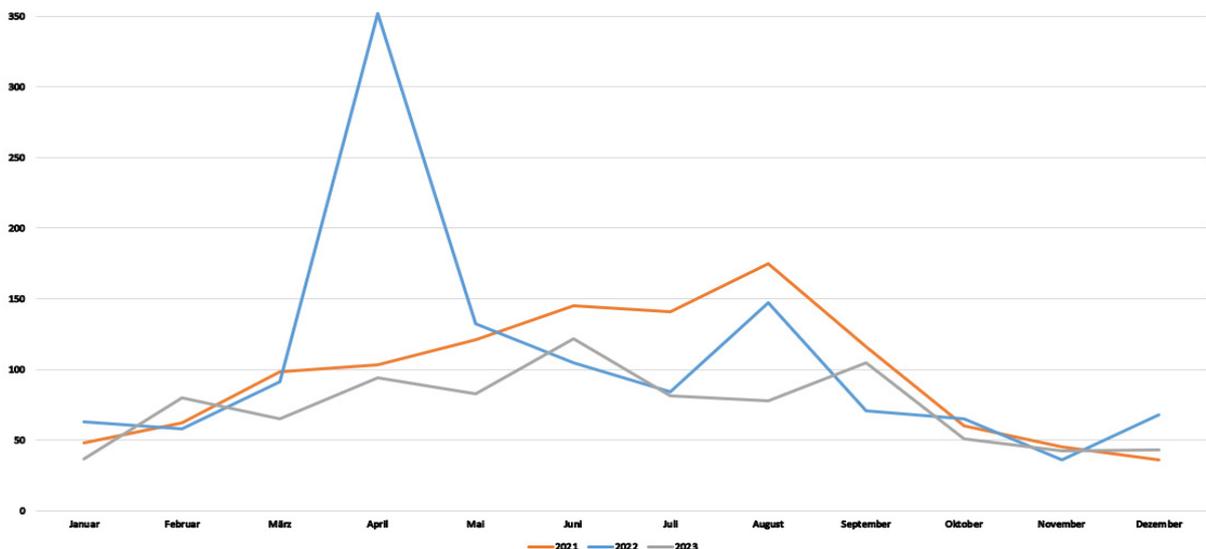
Nidwalden Tourismus betreibt eine touristische Telefon-Auskunftsstelle in drei Sprachen von Montag bis Freitag, von 8.00 bis 12.00 Uhr und von 13.00 bis 17.00 Uhr. Im Jahr 2023 beantwortete Nidwalden Tourismus 878 touristische Anfragen via Telefon, E-Mail und Post. Insgesamt gab es für die Region Nidwalden 52 Anfragen für Übernachtungen und 195 allgemeine Auskünfte und Prospektbestellungen zu Ausflügen. Nidwalden Tourismus beantwortete 250 E-Mail Anfragen (Kontaktformular, E-Mail und Zopim Offline Chat), welche an info@nidwalden.com geschickt wurden. Bei 25 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)
- Prospektwand Zentralbahn Hergiswil
- Prospektfach in der Tourist Information Luzern
- 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
- Glasvitrine Spital Stans

TOURISTISCHE ANFRAGEN 2023



FINANZEN

BILANZ PER 31.12.2023

	2023 IN CHF	2022 IN CHF
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	224'243.72	139'496.24
Wertschriften	5'000.00	
Kurzfristige Forderungen	4'425.70	800.00
Vorräte Werbematerial	1.00	1.00
Aktive Rechnungsabgrenzung	129.55	17'578.35
TOTAL UMLAUFVERMÖGEN	233'799.97	157'875.59
Anlagen (Computer / Mobiliar)	2.00	2.00
TOTAL ANLAGEVERMÖGEN	2.00	2.00
TOTAL AKTIVEN	233'801.97	157'877.59
PASSIVEN		
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0.00	0.00
Passive Rechnungsabgrenzung	16'496.42	8'722.06
TOTAL FREMDKAPITAL KURZFRISTIG	16'496.42	8'722.06
Rückstellung Projekte	5'000.00	5'000.00
Rückstellung Allgemein	104'500.00	42'000.00
TOTAL FREMDKAPITAL LANGFRISTIG	109'500.00	47'000.00
Eigenkapital am 01.01.	102'155.53	86'983.94
Jahresergebnis	5'650.02	15'171.59
EIGENKAPITAL AM 31.12	107'805.55	102'155.53
TOTAL PASSIVEN	233'801.97	157'877.59

ERFOLGSRECHNUNG PER 31.12.2023

	2023 IN CHF	2022 IN CHF
Ertrag Beiträge u. a. Kanton und Gemeinden	466'720.00	365'470.00
Erträge aus Marketing-Projekten	38'045.12	32'570.00
BETRIEBLICHER ERTRAG	504'765.12	398'040.00
Marketing-Aufwand	133'366.28	163'499.46
Personalaufwand	202'136.45	181'211.80
Raumaufwand	6'430.00	5'820.00
Verwaltungsaufwand	16'143.73	6'669.85
Werbeaufwand	141'038.64	25'667.30
Abschreibung	0.00	0.00
BETRIEBLICHER AUFWAND	499'115.10	382'868.47
REINERGEBNIS	5'650.02	15'171.59



Goldene Rundfahrt: Aperio in Stansstad mit Blick auf den Pilatus

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 01.01.2023 bis 31.12.2023 umfassende 11. 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.

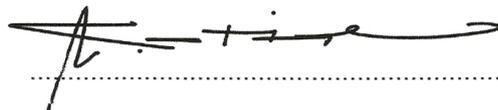
Stans, 8. Februar 2024

Die Revisoren

Markus Wyss



Urs Matzinger



Beilage: Jahresrechnung

LEISTUNGSaufTRAG NIDWALDEN TOURISMUS

Nidwalden Tourismus ist der offizielle Ansprechpartner der touristischen Leistungsträger im Kanton Nidwalden. Per 31. Dezember 2023 zählt der Verein Nidwalden Tourismus 232 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, Webseite, 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 31.12.2023

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



Christoph Keiser

Präsident,
Gastgewerbe & Marketing
Seit 2017



Bruno Christen

Vizepräsident & Finanzen,
Marketing & Finanzkontrolle
Seit 2021



Beatrice Zimmermann

Vorstandsmitglied,
Parahotellerie & Sport
Seit 2023



Karin Gaiser

Vorstandsmitglied,
Marketing
Seit 2023



Lena Häfelfinger

Vorstandsmitglied,
Marketing & Bergbahnen
Seit 2022



Petra Liem

Vorstandsmitglied,
Engelbergertal & Seilbahnen
Seit 2019



Sven Flory

Vorstandsmitglied,
Hotellerie & Gastgewerbe
Seit 2021



Thomas Amstutz

Vorstandsmitglied,
Gastgewerbe & Marketing
Seit 2023



Urs Waser

Vorstandsmitglied,
Bergbahnen & Landwirtschaft
Seit 2016

GESCHÄFTSSTELLE

PER 31.12.2023

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

Geschäftsstellen-Leiterin
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

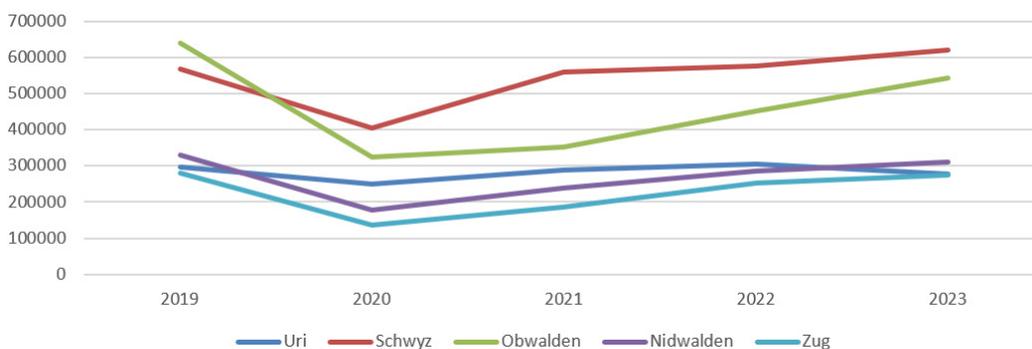
Marketing & Administration
50% | seit 01.01.2022



v.l.n.r. Christoph Keiser, Beatrice Zimmermann, Thomas Amstutz, Lena Häfelfinger, Bruno Christen, Petra Liem, Urs Waser, Karin Gaiser, Sven Flory fehlt auf dem Bild

ECKDATEN UND STATISTIKEN

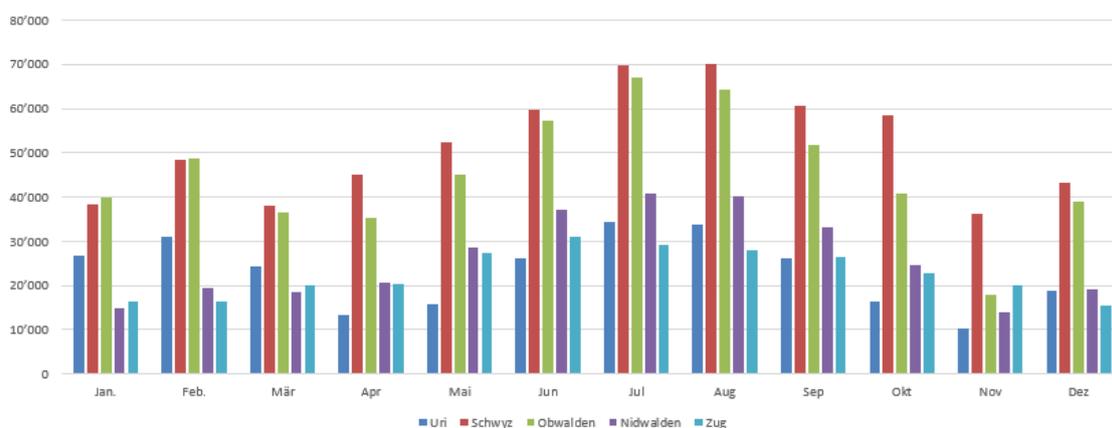
LOGIERNÄCHTE 2019 - 2023 Vergleich mit vier Zentralschweizer Kantonen



Jahr	2019	2020	2021	2022	2023	Veränderung 2022 vs. 2023
Uri	297'279	248'419	289'081	304'459	277'135	-9.0%
Schwyz	566'849	404'763	560'767	577'383	619'664	7.3%
Obwalden	638'622	325'301	352'820	452'344	543'565	20.2%
Nidwalden	330'908	178'553	239'641	285'932	311'153	8,8%
Zug	278'756	136'170	186'999	251'011	273'702	9.0%
Dauer	1.7	1.8	1.8	1.8	1.7	

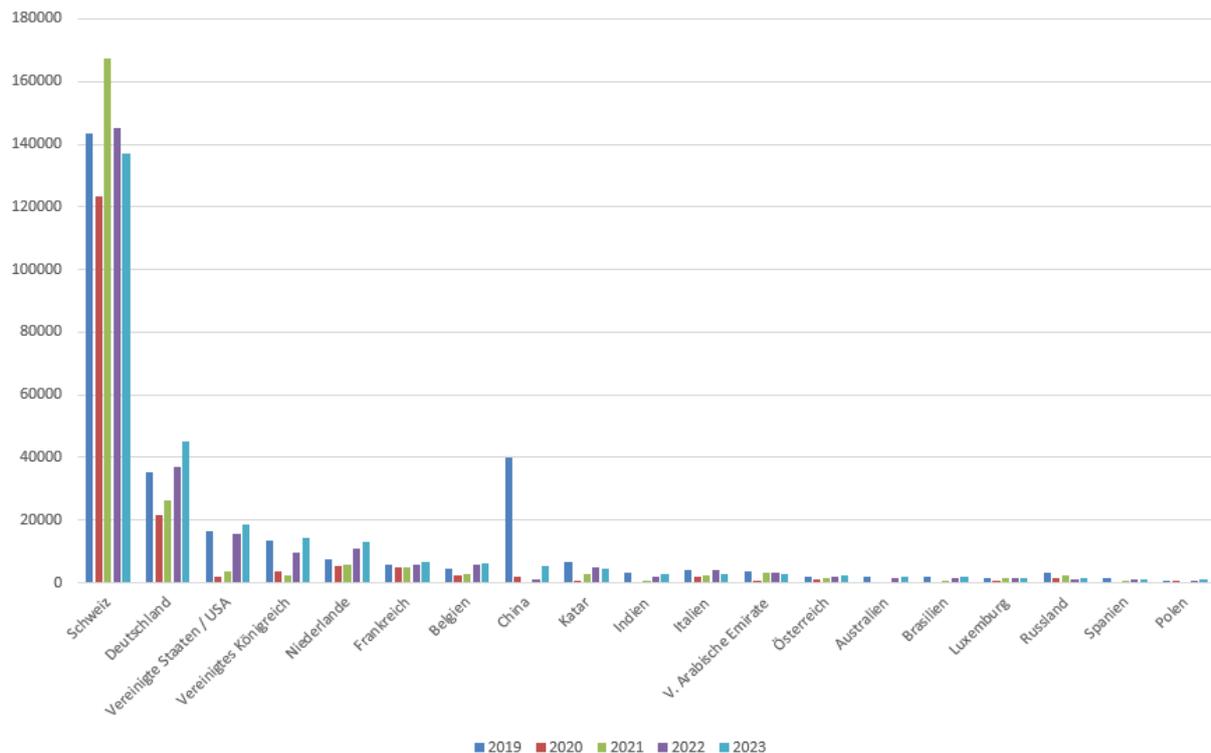
26

LOGIERNÄCHTE JANUAR – DEZEMBER 2023 Vergleich mit vier Zentralschweizer Kantonen



Monat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Uri	26'850	31'027	24'403	13'265	15'821	26'189	34'267	33'774	26'026	16'418	10'194	18'901
Schwyz	38'259	48'288	37'949	44'979	52'286	59'686	69'707	70'048	60'564	58'449	36'192	43'257
Obwalden	39'804	48'694	36'387	35'421	45'144	57'228	67'136	64'236	51'677	40'942	17'933	38'963
Nidwalden	14'825	19'312	18'533	20'774	28'454	37'050	40'837	40'253	33'306	24'500	14'109	19'200
Zug	16'451	16'460	20'161	20'245	27'460	30'932	29'214	28'080	26'327	22'687	20'158	15'527

GÄSTE NACH HERKUNFTSLAND IN NIDWALDEN Vergleich Logiernächte 2019 - 2023



Herkunftsland	2019	2020	2021	2022	2023	Anteil in %
Schweiz	143'360	123'502	167'157	145'257	137'038	44.0%
Deutschland	35'105	21'567	26'519	36'942	45'299	14.6%
Vereinigte Staaten / USA	16'474	2'097	3'697	15'547	18'671	6.0%
Vereinigtes Königreich	13'481	3'519	2'242	9'617	14'319	4.6%
Niederlande	7'574	5'184	5'665	10'999	12'975	4.2%
Frankreich	5'758	5'006	4'878	5'669	6'774	2.2%
Belgien	4'437	2'535	2'890	5'835	6'065	1.9%
China	39'831	1'933	193	946	5'290	1.7%
Katar	6'769	633	2'814	4'982	4'363	1.4%
Indien	3'071	300	801	1'833	2'768	0.9%
Italien	4'027	1'862	2'255	3'941	2'687	0.9%
V. Arabische Emirate	3'650	697	3'157	3'029	2'678	0.9%
Österreich	2'026	1'151	1'562	1'802	2'572	0.8%
Australien	1'759	371	113	1'380	1'948	0.6%
Brasilien	1'831	322	817	1'528	1'901	0.6%
Luxemburg	1'489	567	1'354	1'712	1'676	0.5%
Russland	3'308	1'550	2'267	1'295	1'312	0.4%
Spanien	1'434	271	520	1'120	1'278	0.4%
Polen	667	504	408	693	1'168	0.4%

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

NIDWALDEN TOURISMUS
Bahnhofplatz 2
CH-6370 Stans

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

