



JAHRESBERICHT 2021



regionklewenalp.ch

Verein Tourismusregion

Klewenalp-Vierwaldstättersee VTRK

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
Organe.....	4
Leistungsauftrag VTRK	7
Strategische Ziele Marketing	8
Marketing	10
Angebote und Projekte	15
Gästeinformation	16
Finanzen	18
Erfolgsrechnung	19
Revisorenbericht	21
Kennzahlen 2021	22

Sehr geehrte Vereinsmitglieder

Wir schauen wiederum auf ein sehr bewegtes Vereinsjahr 2021 zurück. Nachdem der im Jahr 2020 neu zusammengesetzte Vorstand die Organisation neu aufgestellt und die Statuten und die Strategie angepasst hat, ging es im Berichtsjahr um die Umsetzung. Am 1. März 2021 durften wir Karin Gaiser Aschwanden als Geschäftsführerin des VTRK begrüßen. Mit ihr verfügt die Region nun über eine Ansprechpartnerin, welche für die Anliegen der Partnerinnen und Partner wie auch Gästen verantwortlich zeichnet. Die Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Geschäftsführung hat sich sehr gut eingespielt und orientiert sich im Grundsatz nach der Trennung zwischen operativer und strategischer Ebene.

Die enge Kooperation mit den lokalen Tourismusorganisationen stellt den regelmässigen Austausch sicher und stärkt den inneren Zusammenhalt. Mit der Einführung der Marketinggruppe können die Wünsche der Mitglieder einbezogen sowie Projekte gemeinsam diskutiert und aufgegleist werden. Auch das neue Angebot der Informationsveranstaltungen für die touristischen Leistungsträger findet grossen Anklang und zeigt, wie wichtig die regelmässigen Orientierungen und die gegenseitige Vernetzung in der Branche sind.

Im Rahmen der Überprüfung aller Leistungsvereinbarungen mit den Partnern wurden kleinere Korrekturen vorgenommen und Handlungsfelder festgestellt. Zu Diskussionen führten die Neuverhandlungen mit der BBE AG für die Zusammenarbeit ab 2022, welche jedoch positiv abgeschlossen werden konnten.

Als erneute Herausforderung der Tourismusbranche zeigte sich einmal mehr die Pandemie, aber auch das schlechte Wetter im Sommer mit dem Unwetter. Die Schifffahrt auf dem Vierwaldstättersee musste für mehrere Tage eingestellt werden. Vereinzelt blieben auch Bergbahnen geschlossen. Mit dem sonnigen Herbst konnten einige der Ausfälle wieder gut gemacht und mit dem früh einsetzenden Schnee die Wintersaison hervorragend gestartet werden.

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass das Jahr 2021 in betrieblicher Hinsicht erfolgreich verlaufen ist, dass jedoch einige exogene Faktoren die Branche insgesamt gehemmt haben. Der Verein Tourismusregion Klewenalp ist jedoch sichtbarer geworden und wird mit Projekten, welche in den Jahren 2022ff realisiert werden, noch besser wahrgenommen.

Wir bedanken uns bei den Mitarbeitenden, den Vereinsmitgliedern sowie Partnerinnen und Partnern für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns, auch in Zukunft gemeinsam mit ihnen die Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee voranzubringen.



Der Präsident



Die Geschäftsführerin

Organe

Vorstand des Vereins Tourismusregion Klewenalp

Josef (Sepp) Gabriel, Buochs	Präsident
Reto Wyss, Buochs	Vizepräsident
Christoph Näpflin, Seelisberg	Finanzen und Kommunikation
Daniel Krucker, Emmetten	Online/Digitalisierung
Conrad Wagner, Stans	Projekte
Ruedi Bissig, Isenthal	Beisitzer

Geschäftsstelle

Karin Gaiser Aschwanden	Geschäftsführerin
Nina Bilger	Praktikantin
Margrit Goldiger	Leiterin Gästeinformation/Schiffstation
Sonja Odermatt	Mitarbeiterin Gästeinformation
Judith Seeberger	Mitarbeiterin Gästeinformation

Marketinggruppe VTRK

Ruedi Bissig	Isenthal Tourismus
Karin Gaiser Aschwanden	VTRK
Margrit Goldiger	Tourismus Beckenried-Klewenalp
Sepp Küchler	Luftseilbahn Niederbauen
Christoph Näpflin	Seelisberg Tourismus und Treib-Seelisberg-Bahn AG
Heinz Rutishauser	Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG
Valentino Tramonti	Tourismusverein Emmetten
Reto Wyss	Tourismusverein Buochs-Ennetbürgen





Leistungsauftrag VTRK

Die Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee beinhaltet die Gemeindegebiete von Isenthal und Seelisberg im Kanton Uri sowie Emmetten, Beckenried, Buochs und Ennetbürgen im Kanton Nidwalden. Der Verein erfüllt die Aufgaben einer klassischen Destinations-Management-Organisation und besteht aus den lokalen Tourismusorganisationen sowie den Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG und der Treib-Seelisberg-Bahn AG.

Die Gemeinden der Region haben mit dem VTRK eine Leistungsvereinbarung abgeschlossen, in welcher die Leistungen und Gegenleistungen definiert sind. Diese beinhaltet einerseits den Grundauftrag für die Abwicklung der klassischen Destinations-Management-Organisation und definiert andererseits die strategischen Aufgaben. Der VTRK wird dafür mit 90% der Tourismusförderabgaben der vier Nidwaldner Gemeinden und mit festgelegten Beträgen der beiden Urner Gemeinden entschädigt.

Das Basismarketing und weitere übergeordnete Aufgaben werden von den kantonalen Tourismusorganisationen ausgeführt.

Der VTRK führt im Auftrag der Gemeinde Beckenried zusätzlich touristische Aufgaben aus.

Der Verein erfüllt die Aufgaben einer klassischen Destinations-Management-Organisation.

Strategische Ziele Marketing

Die Strategie des VTRK 2020–2024 definiert folgende Ziele im Marketing:

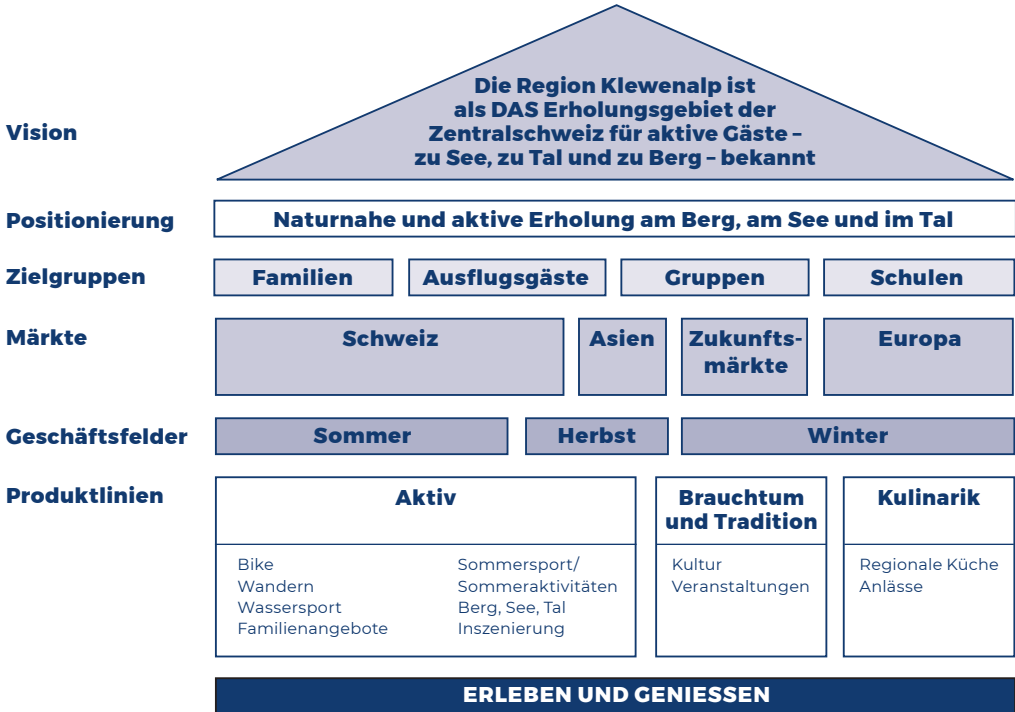
Segmente und Zielgruppen

Tagesgäste und Übernachtungsgäste			
Familien	Gruppen und Vereine	Individualgäste	Schulen
<ul style="list-style-type: none"> – Alle Generationen – Aktive Betätigung 	<ul style="list-style-type: none"> – Vereinsausflüge – Kleingruppenausflüge – Firmenevents, Firmenausflüge – Reiseveranstalter, Vermittler, Buspartner 	<ul style="list-style-type: none"> – Paare – Kleine Gruppen 	<ul style="list-style-type: none"> – Schullager – Schulausflüge

Definition der Märkte

SCHWEIZ	EUROPA
<ul style="list-style-type: none"> Deutschschweiz – Zentralschweiz – Fokus ZH, ZG, AG, SO, BS/BL 	<ul style="list-style-type: none"> – Deutschland – Benelux – Tschechien – Polen – UK
Priorität 1	Priorität 2
Ganzes Jahr	Ganzes Jahr

Übersicht Marketing und Positionierung



Marketing

Im ersten Betriebsjahr mit eigenständiger Geschäftsführung konnten wertvolle Erfahrungen gesammelt werden. Nicht nur bezüglich der unterschiedlichen Marketingmassnahmen und Kooperationen, sondern auch in Bezug auf die vorgesehenen Mittel.

Bei der Verwendung der Marketingmittel waren die strategischen Vorgaben massgebend. Die verschiedenen Zielgruppen wurden mit den passenden Angeboten in den definierten Märkten angesprochen. Der Hauptfokus lag im Schweizer Markt in der Zentralschweiz und den Kantonen Zürich, Aargau und Solothurn. In Deutschland und den Benelux-Ländern wurden prioritär die Gruppen angesprochen.

Werbung Online und Offline

Im Berichtsjahr wurden die bestehenden Angebote vor allem offline in den Zielmärkten propagiert. Dies vor allem in den Räumen Zentralschweiz, Zürich und Aargau. Zudem wurden auf den Kanälen der Sozialen Medien fortlaufend buchbare Angebote, Events und Imagebilder veröffentlicht, um auf die Tourismusregion aufmerksam zu machen. Die Aktivität hat sich im zweiten Halbjahr massiv gesteigert, da sich die personellen Ressourcen bei unserem Leistungspartner erhöht haben.

Social-Media-Beiträge

Im Jahr 2021 wurden insgesamt 142 Beiträge in den Sozialen Medien veröffentlicht, dies einerseits zu aktuellen Veranstaltungen der touristischen Leistungsträger und Eventorganisationen, andererseits zu bestehenden und speziellen Angeboten in der Region. Dank der Kooperation mit Influencern konnte die Reichweite in deren Communities gesteigert werden.

Blogs

In Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus besteht die Möglichkeit, den Blog Luzern-Vierwaldstättersee zu nutzen. Alleine aus der Region wurden 6 Blogbeiträge veröffentlicht.

Printwerbung

In der Printwerbung und bei Publireportagen konnte bei auserlesenen Titeln auf die Zusammenarbeit mit Partnern gezählt werden. Somit konnten die Synergien optimal genutzt werden und alle Beteiligten gleichermassen profitieren. Zudem wurde im Bereich der Inserate die Kooperation mit der BBE AG fortgeführt. Die aktuellen Angebote wurden in regelmässigen Abständen in den Gratisanzeigen publiziert. Eine Auswahl der Aktivitäten:



12:00

Isenthal

Publireportagen

Titel	Rubrik	Thema
Luzerner Zeitung	Sommerausflug	Bierreise
Aarauer-Lenzburger & Zofinger Nachrichten & neue Oltner Zeitung	Tipps für Kind & Eltern	Goldi-Familiensafari inkl. Detektivtrail
Bote der Urschweiz	Ferien in der Region	Äplerleben entlang der Via Urschweiz
Urnerland		Aktiv unterwegs in der Region Klewenalp
Luzerner Zeitung	Abopass Sommer 2021	Goldi-Familiensafari
Spot Magazin	Sonnige Aussichten	Wandern, ganze Region
Urner Wochenblatt		Goldi-Familiensafari
Tagblatt Zürich	Reiselust	Abenteuerliche Heimat, ganze Region
Tages-Anzeiger	Winterguide	Wintersafari
Schweizer Illustrierte	Auf & Davon	Wintersafari
TUZ	Schneepass Zentralschweiz	Wintersafari

Monats-Inserate

Barnipost

Nidwaldner Blitz

Unterwaldner

Uristier

Luzerner Zeitung, Ausflugstipps (pro Quartal)

Wöchentliche Beiträge

Luzerner Zeitung

Ausflugstipps, aktuelle Tipps aus der Region

Frühling, Sommer, Herbst, Winter

Prospekte

Obwohl die Tendenz zur digitalen Welt offensichtlich ist, erfreuen sich im Tourismus die gedruckten Prospekte ungebrochen grosser Beliebtheit. Der Sommer- und Winterprospekt wurde, wie bis anhin, zusammen mit der BBE AG realisiert und vertrieben. Weitere angebotsspezifische Faltkarten und Flyer wie z.B. Goldi-Familiensafari, die Alpenwanderung, Wildbeobachtungspfad usw. ermöglichen dem Gast die Information zu einzelnen Produkten im Detail.

Online-Werbung

Die Online-Werbung wird immer mehr zu einem wichtigen Bestandteil des Marketings. Im Jahr 2021 hat der VTRK zusammen mit der BBE AG erste Erfahrungen mit Online-Werbung gesammelt, so z.B. Social Ads, wobei Reichweiten- und Traffic-Kampagnen umgesetzt wurden. Dank erfolgreicher Performance-Werten wird künftig dieser Kanal ausgebaut. Der Vorteil der Online-Werbung im Gegensatz zur Printwerbung besteht darin, dass eine detaillierte Evaluation der Anzahl und Herkunft der Nutzerinnen und Nutzer erfolgen kann. Daraus können Rückschlüsse für die Werbewirkung abgeleitet und der Einsatz der Mittel gezielter eingesetzt werden.

Die Online-Werbung wird immer mehr zu einem wichtigen Bestandteil des Marketings.

Newsletter

Der Newsletter richtet sich an unsere Partner und enthält Informationen zum VTRK, zu neuen Angeboten der Region oder zu wichtigen Ereignissen. Kampagnen und Projekte von Luzern oder Schweiz Tourismus werden von Nidwalden Tourismus kommuniziert. Ein Nachfassen im Newsletter des VTRK erfolgt lediglich bei Bedarf.

Öffentlichkeitsarbeit

Über Neuigkeiten aus dem Verein Tourismusregion Klewenalp wurde rege berichtet, so z.B. zu folgenden Themen: Einsetzung der Geschäftsführerin, Zusammenarbeit mit Wiege der Schweiz, Generalversammlung und Informationsveranstaltung mit den touristischen Leistungsträgern.

Ausstellungen und Messen

Aufgrund der Pandemie war die Teilnahme an Ausstellungen und Messen nur sehr beschränkt möglich. Die ursprünglich geplanten Messen wurden abgesagt. Schweiz Tourismus war vom 30. Juli bis 1. Oktober 2021 mit einem Pop-up-Store in Stuttgart präsent. Zusammen mit Luzern Tourismus und weiteren Partnern hat sich der VTRK am 11. und 12. September 2021 als Gastregion im Zentrum von Stuttgart vorgestellt. Mit einem abwechslungsreichen Programm konnten die Gäste unterhalten und ihr Interesse für die Region geweckt werden. Im Vorfeld und im Nachgang wurden in Süddeutschland Publireportagen und Radiobeiträge geschaltet.



Angebote und Projekte

Projektentwicklung

Die bisherigen Angebote wurden weiterentwickelt und verfeinert. Die äusserst beliebte Goldi-Familiensafari im Sommer wird neu auch als Wintersafari geführt. Dank zwei zusätzlicher fahrplanmässiger Kurse der Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) ab Treib, kann die beliebte Rundreise neu auch als Winter-Rundreise gebucht werden. Die Nachfrage im ersten Winter war zufriedenstellend, doch das Angebot muss sich am Markt noch etablieren.

Weitere Projekte

Im Berichtsjahr wurden verschiedene Projekte initiiert, welche in den Jahren 2022 und 2023 zur Umsetzung kommen werden. Dazu gehören z.B. die Auffrischung unseres Maskottchens Goldi und seine Erlebnisse im **Goldi-Besserwisserland**, welches sich über die gesamte Region erstreckt.

Unter dem Namen **«Sagenhafte Zeit»** ist eine Projektidee entstanden, welche periodisch zwischen Mitte Oktober und Mitte November umgesetzt wird. Die Sagen in Uri und Nidwalden sind zahlreich und sollen einem breiten Publikum nähergebracht werden. Mit Theateraufführungen, Lesungen verbunden mit Kulinarik, Geschichten für Kinder und weiteren zum Thema passenden Beiträgen soll die Tradition der Sagen einen festen Bestandteil im Veranstaltungskalender der Region finden.

Im Berichtsjahr wurden verschiedene Projekte initiiert.

Die **Mountainbike-Region Klewenalp-Vierwaldstättersee** wird momentan unter dem Lead des VTRK vorangetrieben. Lokale Arbeitsgruppen in Beckenried und Emmetten sorgen dafür, dass die Grundlagen für die Diskussion mit den Grundstückeigentümern, Gemeinden und dem Kanton vorliegen. Die Arbeitsgruppen sind am Erarbeiten der detaillierten Streckenführung zweier Routen. Im Jahr 2022 erfolgen die Diskussionen mit den Grundstückeigentümerinnen und -eigentümern sowie die Einreichung bei Kanton und Gemeinde. Sobald das Projekt spruchreif ist, soll die Öffentlichkeit orientiert werden.

Unter der Leitung der BBE AG hat sich der VTRK zusammen mit der bike arena emmetten am Engagement für die **Nachwuchs-Skifahrerin Nathalie Gröbli** beteiligt. Die sympathische Botschafterin hat für die Wander-, Bike- und Skiregion geworben. Daraus entstanden sind nebst Medienmitteilungen auch verschiedene Blogs und Beiträge in den Sozialen Medien. Wir wünschen der Sportlerin für die nächste Saison unfallfreie und schnelle Fahrten!

Gästeinformation

Im Jahr 2021 wurden folgende Gästeinformationsstellen vom VTRK oder im Auftrag des Vereins betrieben:

Ennetbürgen-Buochs: TCS Camping und Poststelle

Beckenried: Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG (BBE AG) und Schiffstation

Emmetten: Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG

Seelisberg: Treib-Seelisberg-Bahn AG (TSB)

In Isenthal betreiben das Hotel Urirotstock und der Dorfladen die Infostelle im Auftrag von Isenthal Tourismus.

Die Gästeinformation an der Schiffstation Beckenried wird vom VTRK betrieben und ist jeweils von ca. Mitte April bis Ende Oktober geöffnet. Zusätzlich auch am Rütli-schiessen im November.

Die Verträge mit den Leistungspartnern für die Gästeinformation wurden überprüft. Dabei ging es darum, die gegenseitigen Erwartungen und Bedürfnisse an die Zusammenarbeit zu überprüfen und Handlungsfelder zu definieren.

Die Verträge mit der BBE AG wurden per Ende Jahr 2021 gekündigt, da die BBE AG gewisse Geschäftsbereiche reorganisiert. Aufgrund des veränderten Gästeverhaltens hat der VTRK die Vereinbarung mit der Poststelle Buochs per Ende 2021 aufgelöst. Die Verträge mit dem TCS Camping und der TSB bleiben in bisheriger Form bestehen.

An der Gästeinformation an der Schiffstation haben zwischen Mitte April und Ende Oktober drei Personen in Teilzeit den Betrieb sichergestellt. Die langjährige Mitarbeiterin Margrit Goldiger hat mit einer vorsichtigen Planung den Betrieb auf die Kundenströme abgestimmt. Die Öffnungszeiten richten sich vor allem nach dem Wetter und dem Gästeaufkommen. Somit wurde die Präsenz optimiert.

Präsenz an Informations-Punkten

Die Sommer- und Winterprospekte werden an verschiedenen Info-Points aufgelegt. So z.B.:

- bei Leistungsträgern in den Kantonen Nidwalden, Obwalden, Luzern, Uri und Schwyz
- bei Gemeindeverwaltungen der Region und vereinzelt in den Kantonen Nid- und Obwalden
- Prospektfach Länderpark, Stans
- Prospektfach Luzern Tourismus, Luzern
- Prospektfach Raststätte A2, Neuenkirch
- Prospektfach Gotthard Raststätte A2, Schattdorf und Erstfeld
- Prospektfach Tourist Information im Bahnhof Winterthur

Digitale Gästeinformation

Damit den Bedürfnissen der Gäste besser entsprochen werden kann, wurden Ende 2021 und Anfang 2022 verschiedene elektronische Gästeportale, respektive Informationssysteme evaluiert. Diese Onlinelösungen sollen dem Gast die Informationsbeschaffung für die Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee erleichtern. Der Entscheid für ein System soll im Frühjahr 2022 gefällt und das Onlinetool anschliessend eingeführt werden.

Website

Aktuell wird die Website www.klewenalp.ch gemeinsam mit der BBE AG über das Gästeportal von Luzern Tourismus betrieben. Die BBE AG wird ab 1. Juni 2022 unter dieser Adresse eine eigene Homepage bewirtschaften. Der VTRK wird ab dann unter www.regionklewenalp.ch das Gästeportal weiterführen. Bereits im November 2021 haben die Vorbereitungen begonnen. Der VTRK nutzt diese Gelegenheit, die Seite neu zu strukturieren und wird diese auch künftig mit einem externen Dienstleister pflegen.

Finanzen

Die Rechnung 2021 schliesst mit einem Plus von CHF 165'671.35 ab. Ausschlaggebend war, dass auf der Einnahmenseite höhere Erträge erzielt wurden, bei gleichzeitigen Minderausgaben. Die Beiträge aus den Tourismusfördergeldern und die Einnahmen aus dem Verkauf an der Schiffstation sind im Vergleich zum Jahr 2020 wieder angestiegen und widerspiegeln eine leichte Erholung des Tourismus.

Aufgrund der Pandemie konnten jedoch keine Anlässe, Events oder Ausstellungen stattfinden. Weshalb im Bereich der Veranstaltungen bedeutend weniger finanzielle Mittel für Werbung und Umsetzung ausgegeben wurde. Zusätzlich sind im Bereich der Leistungsvereinbarungen mit der BBE AG die Ausgaben bedeutend geringer ausgefallen, da aufgrund von Reorganisation und personeller Wechsel nicht alle Projekte realisiert werden konnten.

Aktiven	2021 in CHF	2020 in CHF
Flüssige Mittel	222'869.92	25'561.00
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31'212.55	
Vorräte – nicht fakturierte Dienstleistungen	2'000	
Aktive Rechnungsabgrenzung	55'212.80	148'052.35
Transferkonto	-11'210.95	
UMLAUFVERMÖGEN	300'084.32	
Mobile Sachanlagen (Informatik)	4'934.85	
ANLAGEVERMÖGEN	4'934.85	
Aktiven	305'019.17	173'613.35

Passiven	2021 in CHF	2020 in CHF
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2'624.37	
Kurzfristige Verbindlichkeiten	0.00	
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten – NRP-Gelder	44'583.00	
Verbindlichkeiten Sozialversicherung	7'706.85	
Passive Rechnungsabgrenzung	0.00	73'766.05
KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN	39'500.52	
Eigenkapital per 01.01.	11'516.55	
Gewinnvortrag	88'330.75	
Jahresergebnis	165'671.35	88'330.75
EIGENKAPITAL	265'518.65	11'516.55
Passiven	305'019.17	173'613.35

Erfolgsrechnung

	Rechnung 2021 in CHF	Budget 2021 in CHF
Ertrag aus Tourismusfördergeldern	490'487.65	467'500.00
Übriger betrieblicher Ertrag	47'327.17	30'000.00
Ertrag aus Mitgliederbeiträgen	6'500.00	6'500.00
ERTRAG	554'578.87	504'000.00
Personalaufwand	172'372.85	158'400.00
Verwaltungsaufwand	40'925.45	27'600.00
Gästeinformationen/Leistungsvereinbarungen	48'357.27	108'600.00
Marketing	127'251.95	172'400.00
Reserve	0.00	37'000.00
AUFWAND	388'907.52	504'000.00
REINGEWINN	165'671.35	





Revisorenbericht

Gemäss Statuten, Artikel 3.4.1, werden jährlich zwei Revisoren gewählt, welche die nötigen Kenntnisse im Finanz- und Rechnungswesen haben und nicht dem Vorstand angehören. Sie prüfen die Jahresrechnung, erstatten an der Generalversammlung Bericht und stellen Antrag:

Kontrollstelle Verein Tourismusregion Klewenalp Bericht der Kontrollstelle, Rechnungsjahr 2021 an die Generalversammlung vom 13. April 2022

Die Rechnung des VTRK konnte nun wieder mit dem Kalenderjahr abgeschlossen werden. Nach der Trennung von der BBE AG im Verlaufe des Jahres 2021 wird die Jahresrechnung noch aufschlussreicher und transparenter.

Als gewählte Kontrollstelle vom Verein Tourismusregion Klewenalp haben wir die auf den 31.12.2021 abgeschlossene Erfolgsrechnung und Bilanz im Sinne des uns übertragenen Auftrages geprüft.

Bei der Prüfung der Rechnungsunterlagen des Vereins Tourismusregion Klewenalp per 31.12.2021 kamen wir zu folgendem Ergebnis:

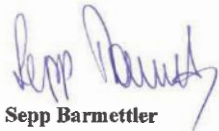
- Die Rechnungsunterlagen stimmen mit der Buchhaltung und den Bankbelegen überein. Wir haben dies stichwortartig geprüft.
- Die Buchhaltung ist einwandfrei, übersichtlich und sauber geführt.
- Die Buchungen sind offen, transparent und lückenlos dokumentiert.
- Vor allem wegen nicht ausgeführten Marketingausgaben konnte ein sehr beachtlicher Gewinn von Fr. 165'671.35 ausgewiesen werden.

Auf Grund unserer Prüfungsergebnisse stellen wir der Generalversammlung vom 13. April 2022 den Antrag, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

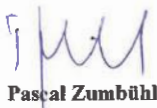
Wir wünschen uns, dass die budgetierten Aktivitäten im Marketing und vor allem in den Online-Kanälen (Social Media) zugunsten der Mitglieder ausgeführt werden. Dadurch drängt sich unserer Meinung nach aber eine personelle Verstärkung auf. Auch im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung der Organisationsstruktur ist dies zwingend notwendig.

Beckenried/Buochs, 15. März 2022

Die Kontrollstelle:



Sepp Barmettler



Pascal Zumbühl

Kennzahlen 2021



CHF 74'000
UMSATZ
Goldi-Familiensafari



CHF 14'000
UMSATZ
Alpenwanderung



CHF 13'000
UMSATZ
Bierticket



CHF 3'000
UMSATZ
Rütliwanderbillett



CHF 1'650
UMSATZ
Detektiv-Trail Buochs



1'001
AUSLEIHEN
nextbike-Vermietungen

Gruppengeschäft



CHF 30'000
UMSATZ
Isenthal Gruppenbillett



CHF 153'000
UMSATZ
**diverse Gruppen-
arrangements**



CHF 516'000
UMSATZ
belgische Gäste

Dank

Im Tourismus sind Kooperationen ein wichtiger Bestandteil des Erfolgs. Seitens VTRK wird dies aktiv gelebt und – wo möglich und sinnvoll – mit Partnern zusammengearbeitet. Zusätzlich zu den Leistungsvereinbarungen im Bereich Gästeinformation, wird mit einer Vielzahl von Partnern, sei es projektspezifisch oder im Allgemeinen zusammengearbeitet. Dies mit touristischen Leistungsträgern, nationalen, kantonalen und lokalen Tourismusorganisationen, dem Kanton, den Gemeinden, Genossenkorporationen, den regionalen Entwicklungsverbänden/-büros sowie weiteren Organisationen und Institutionen.

Der VTRK bedankt sich bei den Mitarbeitenden und allen Partnerinnen und Partnern für die gute Zusammenarbeit und freut sich, mit ihnen die Region auch in Zukunft zu gestalten.





**Verein Tourismusregion
Klewenalp-Vierwaldstättersee VTRK**

Kirchweg 12, 6375 Beckenried
Telefon +41 41 624 66 01
info@regionklewenalp.ch



regionklewenalp.ch