



# JAHRESBERICHT 2023

**Verein Tourismusregion**

**Klewenalp-Vierwaldstättersee VTRK**

regionklewenalp.ch

## **Inhaltsverzeichnis**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Vorwort.....                      | 3  |
| Organe.....                       | 7  |
| Leistungsauftrag VTRK.....        | 8  |
| Strategische Ziele Marketing..... | 10 |
| Marketing.....                    | 12 |
| Angebote und Projekte.....        | 21 |
| Gästeinformation.....             | 23 |
| Finanzen.....                     | 26 |
| Bilanz.....                       | 26 |
| Erfolgsrechnung.....              | 27 |
| Revisorenbericht.....             | 29 |
| Kennzahlen.....                   | 30 |

# Sehr geehrte Vereinsmitglieder

Die Hauptaufgabe des VTRK ist es, mit den zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln und personellen Ressourcen möglichst viele erfolgreiche Marketingmassnahmen oder Projekte umzusetzen, welche der Region einen Mehrwert bringen. Die erfreulichen Rückmeldungen von zufriedenen Gästen und von unseren Partnern zeigen einmal mehr, dass wir auf dem richtigen Weg sind und auch im vergangenen Vereinsjahr gemeinsam wieder viel erreicht haben. Dafür gebührt allen Involvierten erneut ein grosses Dankeschön!

## **Finanzielle Punktlandung**

Der VTRK blickt auf ein erfreuliches Vereinsjahr zurück. Der Ertrag ist praktisch gleich hoch ausgefallen wie im Vorjahr, und im Vergleich zum Budget konnte beinahe eine Punktlandung verzeichnet werden. Insgesamt zeigt sich der Vorstand mit dem Geschäftsgang sehr zufrieden. Die Agenda des Vorstands beinhaltete im vergangenen Vereinsjahr unter anderem die Überarbeitung der bestehenden Strategie, welche seit 2021 gilt. Die angepasste Ausrichtung, welche auch konkrete Massnahmen enthält, wird der Generalversammlung am 24. April 2024 zur Verabschiedung vorgelegt.

**Im vergangenen Jahr  
haben wir gemeinsam  
viel erreicht.**

## **Erfolgreicher Wechsel im Vorstand**

Ruedi Bissig, Walter Zurfluh selig und Christoph Nöpflin sind die Initiatoren der überkantonalen Kooperation IG Tourismusregion Klewenalp, mit welcher schon vor der Gründung des VTRK die Zusammenarbeit gepflegt wurde. Da lag es auf der Hand, dass Ruedi Bissig mit der Vereinsgründung des VTRK im Jahr 2014 auch Einsitz im Vorstand nahm. Nun trat er an der letzten GV aus dem Vorstand. Als Nachfolgerin gewählt wurde Cornelia Aschwanden aus Isenthal. Sie vertritt seitdem engagiert die Anliegen der Gastronomie und Hotellerie, welche seit Jahren mit dem akuten Fachkräftemangel kämpfen.

## **Engagiertes Team**

Die Liste der Marketing-Massnahmen war auch fürs vergangene Vereinsjahr wieder sehr lang. Die Pflege der Website, das Schreiben und Veröffentlichen von Publikationen, Medienmitteilungen und Publireportagen, das Erstellen von Prospekten, Flyern, Ads für Online-Medien und Blogs, die Teilnahme an Ausstellungen und Messen sowie die Information unserer Gäste an den diversen Informationsstellen sind nur die wichtigsten Arbeiten. Dank dem eingespielten, engagierten Team und der personellen Verstärkung im Marketing seit November 2022 konnte unsere Region noch intensiver beworben werden. So konnten wir erstmals als Gastregion an der regionalen Gewerbeausstellung SCHEGA23 in Schinznach-Dorf teilnehmen.



### **Wichtige Kooperationen**

Seit dem Beitritt als Marketingpartner zur «Wiege der Schweiz» im Jahr 2022 arbeitet der VTRK seit 2023 als vollwertiges Mitglied der Trägerschaft auch bei der strategischen Aus- und Weiterentwicklung tatkräftig mit. Die «Wiege der Schweiz» ist der Erlebnisraum rund um den Mythos und die Entstehung der Schweizer Geschichte. Weiter verstärkt wurde auch die Zusammenarbeit mit den lokalen Tourismusorganisationen, insbesondere mit der regionalen Marketinggruppe, welche als Bindeglied zu den Mitgliederorganisationen einen namhaften Beitrag zur Vernetzung, Bildung neuer Angebote und Steigerung der Attraktivität der gesamten Region beiträgt.

### **Jubiläum**

Der Verein Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee (VTRK) in der heutigen Form wurde 2014 gegründet. Wegen zwei ausserordentlichen Generalversammlungen innerhalb dieser zehn Jahre findet am 24. April somit bereits die 12. GV statt. Obwohl wir in dieser Zeit unheimlich viel erreicht haben, wird das Jubiläum anlässlich der nächsten GV nur im kleinen Rahmen gefeiert. Zur Jubiläums-GV sind speziell auch alle bisherigen Vorstandsmitglieder eingeladen.

### **Enge Zusammenarbeit in der Zentralschweiz**

Der VTRK arbeitet seit Jahren eng und erfolgreich mit unzähligen Tourismuspartnern und Gemeinden zusammen. So auch mit Nidwalden Tourismus (NWT) und Luzern Tourismus (LT).

2018 hat Luzern Tourismus mit 14 Partnern aus der Zentralschweiz eine Dach-Website lanciert. Auf der verlinkten Website des VTRK waren damals auch die



Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG (BBE AG) integriert. Seit Mai 2022 haben die BBE AG via LT ihre eigene Partner-Website. Aufgrund veränderter Anforderungen wird ab Herbst 2024 diese Dach-Website von LT nicht mehr weitergeführt. Der VTRK hat deshalb entschieden, keine eigene Website mehr zu betreiben.

Da die Zusammenarbeit mit Nidwalden Tourismus laufend optimiert wurde und diese auch in Zukunft noch intensiviert wird, werden die Inhalte der VTRK-Website vollumfänglich in die Website von NWT integriert. Die Angebote der einzelnen Gemeinden werden weiterhin ersichtlich sein. Die Zusammenlegung erleichtert die Arbeit für beide Partner. Zudem können Doppelspurigkeiten vermieden und Einsparungen erreicht werden. Auch für die touristischen Leistungsträger bringt dies eine Vereinfachung, denn es gibt künftig für die Gästekarte und für die Inhalte der Website nur noch eine Anlaufstelle.

Im November 2023 fand ein Erfahrungsaustausch auf Einladung von NWT statt, an welchem praktisch alle Präsidien der lokalen Tourismusvereine sowie Gemeindevertreterinnen und -vertreter der Region teilgenommen haben. Der VTRK, als grösster Partner von NWT, hat zusammen mit NWT einen Vorschlag für ein mögliches Rollenmodell erarbeitet. Dieses wird 2024 an drei Workshops kritisch durchleuchtet mit dem Ziel, neue Ideen abzuholen und diese zu implementieren. Bis spätestens Ende 2024 sollen eine für alle Partner stimmige Art der noch engeren Zusammenarbeit verabschiedet werden. Die Arbeit des VTRK bleibt spannend und intensiv.

### **Herzlichen Dank**

Gemeinsam am gleichen Strick in die richtige Richtung ziehen, bringt den grössten Erfolg, neue Gäste und zusätzliche Wertschöpfung in unsere herrliche Region. Es braucht die Zusammenarbeit mit den Kantonen sowie mit den Gemeinden und deren Vertrauen in den VTRK. Es braucht die umsichtigen Vorstandsmitglieder, welche die Visionen und Strategie erarbeiten und die Mitarbeiterinnen, welche die Massnahmen engagiert umsetzen. Zudem wichtig sind die Vereinsmitglieder, welche von der Arbeit des Vereins überzeugt sind und mithelfen, sowie unzählige Partnerinnen und Partner, die für eine grosse, starke Region eintreten. Was wir gemeinsam im vergangenen Vereinsjahr erreicht haben, ist sensationell und grossartig. Dafür gebührt sämtlichen Involvierten wieder ein grosses Dankeschön.



Sepp Gabriel  
Präsident



Karin Gaiser Aschwanden  
Geschäftsführerin





# Organe

## Vorstand des Vereins Tourismusregion Klewenalp

|                               |                                      |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| Josef (Sepp) Gabriel, Buochs  | Präsident / Politik                  |
| Reto Wyss, Buochs             | Vizepräsident / Marketing / Personal |
| Christoph Näpflin, Seelisberg | Finanzen / Kommunikation             |
| Daniel Krucker, Emmetten      | Online / Digitalisierung             |
| Conrad Wagner, Stans          | Projekte / Events                    |
| Cornelia Aschwanden, Isenthal | Gastronomie / Hotellerie             |

## Geschäftsstelle

|                         |                             |
|-------------------------|-----------------------------|
| Karin Gaiser Aschwanden | Geschäftsführerin           |
| Angela Limacher         | Marketing und Kommunikation |
| Margrit Goldiger        | Gästeinformation            |
| Judith Seeberger        | Gästeinformation            |
| Maya Stalder            | Gästeinformation            |

## Marketinggruppe VTRK

|                    |  |
|--------------------|--|
| Rolf Gubelmann     | Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG                    |
| Sepp Kuchler       | Luftseilbahn Niederbauen                             |
| Sanna Laurén       | Isenthal Tourismus                                   |
| Angela Limacher    | VTRK   |
| Adrian Näpflin     | Tourismusverein Buochs-Ennetbürgen                   |
| Christoph Näpflin  | Seelisberg Tourismus und<br>Treib-Seelisberg-Bahn AG |
| Valentino Tramonti | Tourismusverein Emmetten                             |

## Revisoren

|                  |            |
|------------------|------------|
| Josef Barmettler | Buochs     |
| Roland Käslin    | Beckenried |

# Leistungsauftrag VTRK

Die Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee umfasst die Gemeindegebiete von Isenthal und Seelisberg im Kanton Uri sowie Emmetten, Beckenried, Buochs und Ennetbürgen im Kanton Nidwalden. Der Verein erfüllt die Aufgaben

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

einer klassischen Destinations-Management-Organisation. Mitglieder sind die lokalen Tourismus-Organisationen, die Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG und die Treib-Seelisberg-Bahn AG.

Die oben erwähnten Gemeinden haben mit dem VTRK eine Leistungsvereinbarung abgeschlossen, in welcher die Leistungen und Gegenleistungen genau 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 Prozent der Tourismusförderabgaben, welche in den vier Nidwaldner Gemeinden generiert werden, sowie mit festgelegten Beträgen der beiden Urner Gemeinden entschädigt. Der VTRK führt im Auftrag der Gemeinde Beckenried zusätzliche touristische Aufgaben aus. Das Basismarketing und weitere übergeordnete Aufgaben werden von den kantonalen Tourismusorganisationen ausgeführt.





Abstation Brunnen

# Strategische Ziele Marketing

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

## Segmente und Zielgruppen

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

## Definition der Märkte

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

## Übersicht Marketing und Positionierung





# Marketing

Die Ausrichtung des Marketings konzentriert sich gemäss Strategie auf die Bearbeitung der Hauptmärkte Zentralschweiz sowie auf die Kantone Zürich, Aargau, Solothurn und Basel. In den Märkten Deutschland und Belgien stellt die Treib-Seelisberg-Bahn die Vermarktung aufgrund einer Leistungsvereinbarung sicher. Der Umsatz im Gruppengeschäft konnte gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden, wobei vor allem die diversen Gruppenarrangements stark zugelegt haben.

Seit der Einführung der VTRK-Marketinggruppe im Jahr 2021 hat sich diese Struktur als fester Bestandteil der Mitsprache der lokalen Tourismusvereine und Hauptpartner erfolgreich etabliert. An den vier Arbeitssitzungen im Berichtsjahr brachten sich die Mitglieder direkt ein. Neue Ideen wie beispielsweise der Krimi-Trail in Buochs, konnten initiiert und erfolgreich umgesetzt werden. Dank der personellen Aufstockung im Marketing von 60 auf 100 Prozent konnte die Vermarktung forciert und gemäss Budget umgesetzt werden.

## Website

Es ist eine grosse Herausforderung, die Inhalte der Website aktuell zu halten. Alle Partner sind gefordert, die jeweils aktuellen Daten und Bilder dem VTRK zu liefern. Dank der neuen Mitarbeiterin und ihren guten Programmkenntnissen sowie der Zusammenarbeit mit Nidwalden Tourismus konnte die Benutzerfreundlichkeit der Website nochmals stark verbessert werden. Die Website ist eine wichtige Visitenkarte, mit welcher sich die touristischen Leistungsträger und somit die Region gegen aussen präsentieren. Der VTRK lässt jedes Jahr eine die gesamte Region betreffende Fotoserie erstellen, da stimmungsvolle Bilder in guter Qualität sehr wichtig sind. Nach den Feuerstellen im 2022 wurden im 2023 die Badeplätze, die Risletenschlucht, der Isenthaler Handwerksmarkt sowie der Beckenrieder Samichlausumzug bildlich in Szene gesetzt.

## Offline-Werbung

Mit auffälligen Publireportagen wurden potenzielle Besucherinnen und Besucher auf die Angebote von See, Tal und Berg sowie auf die Website aufmerksam gemacht. Dank diesen bezahlten, redaktionellen Berichten, ergänzt mit eindrücklichen Bildern und teilweise mit attraktiven Wettbewerben, fand die Region in den primären Zielmärkten die gewünschte Beachtung. Bei auserlesenen Medien wurde in Zusammenarbeit mit Partnern eine optimale Synergie erzielt. Mit den Dorfgeschichten und Inseraten zu den wichtigsten Veranstaltungen konnten regional zusätzliche Akzente gesetzt werden.





Einblick in die Medienarbeit:

### Publireportagen

| Titel  | Rubrik   | Schwerpunkt   |
|--|--|---|
| Luzerner Zeitung   | Gebietsvorstellung Sommer                                | Detektiv-Trail & Goldi-Schatzsuche                    |
|  | Gebietsvorstellung Winter                                | Wintersafari, Seemeile, Niederbauen, Isenthal         |
| Gemeindehefter   | Buochserwelle  | Krimi-Trail   |
|  | Us esem Dorf   | SCHEGA & Krimi-Trail                                  |
|  | MOSAIK   | Vorstellung Gästeinformation Beckenried               |
|  | Echo   | SCHEGA  |
| Nidwaldner Blitz   | Dorfgeschichten  | Beckenried, Emmetten, Seelisberg, Ennetbürgen, Buochs |
|  | Themenbeilage «Winter geniessen»                         | Wintersafari & Schwitzchaschtä                        |
| Bote der Urschweiz   | Sonderseiten Wintersport                                 | Wintersafari  |
|  | Sonderbeilage Ferien & Reisen                            | Goldi-Familienafari & Alpenwanderung                  |
|  | Publireportage   | Handwerksmarkt Isenthal                               |
| Urnerland Magazin  | Redaktioneller Bericht                                   | Alpenwanderung  |
| Zuger Woche  | Publireportage   | Wintersafari  |
| Anzeiger Michelsamt  | Sonderbeilage Sommer-Ausflugstipps                       | Alpenwanderung & Goldi-Familienafari                  |
| Tagblatt Zürich  | Rubrik Reiselust   | Wintersafari  |
|  | Rubrik Reiselust   | Goldi-Familienafari                                   |
|  | Publireportage   | Alpenwanderung & Goldi-Familienafari                  |
|  | Inserat  | Goldi-Familienafari                                   |
|  | Ausflugsziele & Freizeitideen Winter                     | Wintersafari & Schwitzchaschtä                        |
| Tagesanzeiger  | Fokus Winter   | Wintersafari  |
| NZZ am Sonntag   | Wintererlebnisse abseits der Piste in der Zentralschweiz | Wintersafari, Paddeln & Schwitzchaschtä, Niederbauen  |
| Regioanzeiger – 16 Wochenzeitungen in Luzern, Aargau, Solothurn, Bern, Basel, Zürich, Zug, St. Gallen, Thurgau | Publireportage   | Wintersafari, Paddeln, Schwitzchaschtä, Niederbauen   |
|  | Publireportage   | Fonduegenuss in der Region, HotTug-Boot, Wintersafari |
| Schweiz am Wochenende  | 101 Ausflugstipps  | Goldi-Familienafari & Wildbeobachtungsplan            |
| Schweizer Familie  | Weekend Tipp   | Wintersafari  |



## Inserate für Events und Angebote

|   |               |   |
|---|---------------|---|
| Anzeiger Barni Post                             | 10 Inserate   | «Hiä laifd eppis i dä Region»   |
| Anzeiger Nidwaldner Blitz                       | 10 Inserate   | «Hiä laifd eppis i dä Region»   |
| Anzeiger Uristier                               | 10 Inserate   | «Hiä laifd eppis i dä Region»   |
| Anzeiger Aktuell Obwalden                       | 10 Inserate   | «Hiä laifd eppis i dä Region»   |
| Luzerner Zeitung                                | Sommerausflug | Inserate zu Seemeile, Alpenwanderung, Goldi-Familienafari, Detektiv-Trail, Handwerksmarkt |
|   | Winterausflug | Inserate zu Wintersafari und Schwitzchaschtä  |
| Nidwaldner Brattig                              | Inserat       | Krimi-Trail & Detektiv-Trail  |
| Weihnachtsbroschüre<br>Gewerbeverein Beckenried | Inserat       | Wintersafari  |
| Freizeitbroschüre LTAG                          | Ausflugstipp  | Seemeile  |
| Schweizer Familie                               | Inserat       | Schwitzchaschtä   |

## Wöchentliche Beiträge

|                  |               |   |
|------------------|---------------|---|
| Luzerner Zeitung | Ausflugstipps | Frühling, Sommer, Herbst, Winter<br>aktuelle Tipps und Veranstaltungen aus der Region |
|------------------|---------------|---|

## Projektbezogenes Marketing

Die beiden Projekte Sagenhafte Zeit und Handwerksmarkt wurden mit Plakaten, Flyern, Inseraten, Social-Media-Posts und mehreren Medienbeiträgen beworben. Wir bedanken uns bei den lokalen Medien, dass Sie unsere Beiträge jeweils wohlwollend aufnehmen und abdrucken. Sie unterstützen uns damit grosszügig bei der Bekanntmachung dieser Veranstaltungen.

## Radiowerbung

Im Jahr 2023 wurden Radiospots für die Goldi-Familienafari sowie für die Alpenwanderung produziert und im Radio Central ausgespielt. Die Spots wurden neutral gehalten, damit man sie auch im nächsten Jahr wieder einsetzen kann. Zudem wurde im Radio Central der Alpabzug und Dorfmarkt in Emmetten sowie der Handwerksmarkt in Isenthal beworben.

**Neue Ideen konnten  
initiiert und erfolgreich  
umgesetzt werden.**

## Messen und Ausstellungen

Der VTRK war an der Schenkenberger Gewerbeausstellung (SCHEGA) in Schinznach-Dorf als Gastregion eingeladen. Wir durften unsere Region an drei Tagen Anfang September rund 10 000 Besuchern vorstellen. Der Messestand mit grossen, wunderschönen Bildern der Region hat Gäste, OK und Helfer beeindruckt. Die Besucher konnten am Stand die Region mit einer Virtual-Reality-Anwendung kennenlernen. Für die kleinen Gäste stand eine Goldi-Märchenbank zur Verfügung. Zudem konnten sich die Bergkäserei

Aschwanden aus Seelisberg sowie Holzen Fleisch aus Ennetbürgen an je einem Abend den Besuchern vorstellen. Das Maskottchen Goldi, welches immer mal wieder in der Ausstellung unterwegs war, hat Kinderaugen zum Strahlen gebracht. Das angeschaffte Messematerial kann nun für zukünftige Messen und Ausstellungen wiederverwendet werden.

### **Online-Werbung**

Im Sinne der Strategie und des ausgewogenen Marketing-Mix sowie der positiven Erfahrungen im Jahr 2022 wird gezielt Online-Werbung gebucht. Mit Google Ads Display Kampagnen (bezahlte Online-Anzeigen) wurden die Alpenwanderung sowie die Goldi-Familiensafari beworben. Mit Blogbeiträgen auf der Blogwebsite von Luzern Tourismus konnten Angebote wie die Alpenwanderung, der Krimi-Trail sowie die Birkhahnbalz-Beobachtung vorgestellt werden. Letzteres wurde auch auf der Online-Newsplattform Watson platziert und hat eine überraschend hohe Aufmerksamkeit erreicht. Mit dem Content Creator «brightnwaser» wurde im Spätsommer zudem eine Online-Kampagne zur Alpenwanderung und Alp Weid lanciert. Die Blick-Gruppe realisiert seit einigen Jahren die Wanderchallenge «26 Summits», wo das Wandern als beliebteste Freizeitbeschäftigung in der Schweiz mit 26 der schönsten Gipfel der Schweiz vorgestellt wird. 2023 war unse-

**Mit der hohen Anzahl an «Followern» erlangen die Beiträge eine sehr hohe Aufmerksamkeit.**

re Region mit dem Niederbauen Chulm vertreten (2022: Buochserhorn, 2021: Brisen, 2020: Hinter Jochli). Mit 1009 eingescannten Codes auf dem Gipfel landete der Niederbauen Chulm auf dem erfreulichen ersten Rang.

### **Social-Media-Beiträge**

Ein Marketing ohne Social-Media-Beiträge ist nicht mehr denkbar. Der VTRK arbeitet auf diesen Plattformen seit 2021 erfolgreich mit Nidwalden Tourismus zusammen. Mit der hohen Anzahl an «Followern» erlangen die Beiträge zu lokalen Events und Angeboten eine sehr hohe Aufmerksamkeit. Diese Kooperation ermöglicht die perfekte Nutzung von Synergien, und stellt für beide Organisationen eine Bereicherung dar. Bei Nidwalden Tourismus sind die entsprechenden personellen Ressourcen und Fachkenntnisse vorhanden.

Eines der strategischen Marketingziele des VTRK ist es, die Online-Werbepresenz stetig zu erweitern. Dazu wurden im Berichtsjahr der Verkaufsrenner Goldi-Familiensafari sowie die Alpenwanderung und die Wintersafari via Facebook- und Insta-Ads und bezahlten Posts auf den Social-Media-Accounts von Nidwalden Tourismus sowie Schweiz Tourismus beworben.

## Newsletter

Die Neuigkeiten aus dem VTRK werden an Partner und Gäste via Newsletter von Nidwalden Tourismus kommuniziert. In regelmässigen Abständen werden die Neuigkeiten aus der Region zu Angeboten, Veranstaltungen, Kampagnen und Projekten mitgeteilt.





## Prospekte

Obwohl sich die Gäste im Vorfeld grossmehrheitlich online informieren, wünschen sie – einmal vor Ort – gedruckte Prospekte. Im beliebten Sommerprospekt ist der Grossteil der Angebote abgebildet. Für Biken, Wildbeobachtung, Aktivitäten am See usw. bestehen zusätzliche Prospekte und Flyer, welche in enger Zusammenarbeit mit den lokalen Partnern realisiert werden. So haben diese auch die Möglichkeit, ihr Aktivitätenprogramm im Design der Region zu gestalten, was sich immer grösserer Beliebtheit erfreut. Hilfreich sind auch Ortspläne mit Hotels, Restaurants, Einkaufsmöglichkeiten, Bergbahnen und weiteren für den Gast wichtigen Hinweisen. Erfolgreich gestartet wurde im Berichtsjahr mit Emmetten. Die Ortspläne für die übrigen Ortschaften folgen im 2024.

## Öffentlichkeitsarbeit

Der VTRK hat die Medien im Berichtsjahr mit 17 Mitteilungen beliefert, so zum Beispiel zu Vereinsthemen wie Generalversammlung, Informationsveranstaltung

mit touristischen Leistungsträgern, zur Gästeinformation und Apéro mit ehrenamtlichen Helfern, wie auch zu den Angeboten Alpenblumenweg, Alpenwanderung oder den Besuch bei den Buochser Älplern oder Events wie «Sagenhafte Zeit» und Handwerksmarkt. Auch die Teilnahme an den verschiedenen Messen und Ausstellungen wurde jeweils publik gemacht. Die Präsenz in den Medi-

en stärkt den Zusammenhalt innerhalb des VTRK und mit den touristischen Leistungsträgern. Zudem wird die Region von der Bevölkerung und den Gästen noch besser wahrgenommen.

In den Gemeindepublikationen Echo von Emmetten, Mosaik von Beckenried, Buochserwelle sowie Us eysem Dorf von Ennetbürgen erschienen regelmässig aktuelle Themen aus der Tourismusregion mit einem lokalen Bezug.

An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an die Medien und Gemeinden, welche unsere Beiträge mit Fotos aufgenommen und abgedruckt haben.

## Kooperationen

Die Kooperationen mit unseren Mitgliederorganisationen Nidwalden Tourismus, Wiege der Schweiz sowie den Leistungsträgern in der Region wurden weiter vertieft. Besonders erwähnt werden kann die Leistungsvereinbarung mit der Treib-Seelisberg-Bahn. Mit ihrem Partner Ervé Lernout hat es die Bahn geschafft, das belgische Gruppengeschäft in der gesamten Region weiter auszubauen. Die Zusammenarbeit im Tourismus ist der Schlüssel für eine erfolgreiche Präsenz am Markt und hilft, mit vereinten Kräften die Wahrnehmung bei den diversen Gästegruppen zu verstärken.

## Die Präsenz in den Medien stärkt den Zusammenhalt mit den Leistungsträgern.

## Wiege der Schweiz

Uri Tourismus, Schwyz Tourismus und die Erlebnisregion Mythen haben sich 2019 zur Interessengemeinschaft (IG) Wiege der Schweiz zusammengeschlossen. Sie arbeiten mit touristischen Leistungsträgern, Wirtschaftspartnern sowie den Volkswirtschaftsdirektionen der Standortkantone Uri und Schwyz zusammen. Ziel ist die Schaffung eines überregionalen Erlebnisraums der Urschweizer Orte mit ihren historischen Mythen und Legenden zur Stärkung der Kooperation sowie Erhöhung einer nachhaltigen Wertschöpfung. Die Wiege der Schweiz bietet Besuchern eine Plattform und Raum, sich mit der Identität sowie den gesellschaftlichen und kulturellen Werten der Schweiz auseinanderzusetzen.

### Die Organisation wächst

Seit 2022 ist der VTRK Marketingpartner der Wiege der Schweiz. Seit 2023 wirkt er als vollwertiges Mitglied der Trägerschaft auch bei der strategischen Weiterentwicklung mit. Im Berichtsjahr neu dazugekommen ist auch die Beratungs-, Kreativ- und Dienstleistungsagentur Erlebnisplan. Die bisherige Organisation des operativen Projektteams, bestehend aus rund 5 Mitarbeitenden der Trägerschaft in Teilzeit, hat sich aufgrund des hohen Koordinationsaufwands als nicht zielführend erwiesen, weshalb ab Januar 2024 ein Gesamtprojektleiter 80 Prozent und eine Projektleiterin 40 Prozent (bisher) die Arbeiten ausführen.







# Angebote und Projekte

## Angebote

Die Wintersafari wurde in der Saison 2023/24 bereits besser gebucht als beim verhaltenen Start im Vorwinter 2022/2023.

Auf dem **Detektiv-Trail** die Seemeile zwischen Buochs und Ennetbürgen erkunden und spannende Rätsel lösen, ist ein besonderer Spass. Trotzdem konnte im Berichtsjahr der Umsatzrekord vom Vorjahr nicht erreicht werden. Nach einem Plus von 47 Prozent im Vergleich 2021/2022 wurde ein Rückgang von 20 Prozent verzeichnet. Der Krimi-Trail wurde im Juli 2023 erstmals lanciert: Dank der Zusammenarbeit mit dem Tourismusverein Buochs-Ennetbürgen können clevere Erwachsene einen spannenden Krimi in Buochs lösen. Darum geht's: In einem Lagerhaus am See wurden Porträtbilder des bekannten Malers Johann Melchior Wyrsch aus dem Ende des 18. Jahrhunderts gefunden.

Als ein Kunstexperte die Bilder sichten wollte, waren diese verschwunden. Es gilt, den Fall aufgrund von vielen Hinweisen zu lösen. Die erfreulichen Verkaufszahlen zwischen Juli und Dezember sind als grossen Erfolg zu werten.

Der Velo-Mietservice **Nextbike** wird seit einigen Jahren in der Zentralschweiz angeboten. Ab 2019 waren auch Ennetbürgen, Buochs und Beckenried mit dabei. Nachdem die involvierten Gemeinden entschieden hatten, das Nextbike-Angebot nicht zusätzlich finanziell zu unterstützen, musste der VTRK den Vertrag mit Nextbike auflösen. Das Angebot wurde im Mai 2023 eingestellt.

**Die Eröffnung des  
«Goldi-Gwunder-  
nasenwegs» ist für  
Herbst 2024 geplant.**

## Weitere Projekte

Die Finanzierung für den **Goldi-Gwundernasenweg** zwischen Klewenalp und Stockhütte ist sichergestellt. Die Realisation des Erlebniswegs für die ganze Familie ist für Herbst 2024 vorgesehen.

Die Vielfalt von schönen und schaurigen Sagen ist in den Kantonen Uri und Nidwalden gross. Der VTRK hat im Bereich Tradition und Brauchtum im Jahr 2022 erstmals in der ganzen Region die **«Sagenhafte Zeit»** durchgeführt. Im Herbst 2023 hat die zweite Auflage der Sagenlesungen, begleitet von Musik und einem Genussmenu, erneut viele Einheimische und Gäste begeistert.

Der Projektfortschritt für mögliche **Mountainbikerouten** von der Stockhütte nach Emmetten und von der Klewenalp nach Beckenried ist äusserst verhalten. In Beckenried fehlen geeignete Routen ab Hartmanix, und in Emmetten sind die Verhandlungen mit Grundstückseigentümern ins Stocken geraten. Der VTRK setzt alles daran, dass im Jahr 2024 Entscheide herbeigeführt werden können.



# Gästeinformation

Die Gästeinformation an der Schiffstation in Beckenried ist jeweils von ca. Mitte April bis Ende Oktober sowie im November am Rütli-schiessen geöffnet. Die Öffnungszeiten richten sich saisonal in erster Linie nach dem Fahrplan der SGV, aber auch nach Wetter und Gästeaufkommen. Der Betrieb wird von drei Personen in Teilzeit sichergestellt. Während Jahren wurde diese Gästeinformation vom Tourismusverein Beckenried-Klewenalp geführt, und seit 2019 übernahm der VTRK diese Aufgabe. Im Jahr 2023 absolvierte Margrit Goldiger ihre 37. Saison an der Schiffstation. Für diese aussergewöhnliche Leistung sei ihr an dieser Stelle herzlich gedankt.

Für die folgenden, weiteren Gästeinformationsstellen – mit Ausnahme von Isenthal – bestehen Leistungsvereinbarungen zur Erbringung der touristischen Information:

- Ennetbürgen-Buochs: TCS Camping
- Seelisberg: Treib-Seelisberg-Bahn AG (TSB)
- Isenthal: Hotel Urirotstock und Dorfladen
- Emmetten: digitale Gästeinformation bei der Talstation der Gondelbahn

Die Sommer- und Winterprospekte werden zudem an folgenden Info-Points aufgelegt und regelmässig aufgefüllt:

- 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 Raststätte A2, Neuenkirch
- Prospektfach Gotthard Raststätte A2, Schattdorf und Erstfeld
- Prospektfach Tourist Information, House of Winterthur
- Prospektständer beim Spar in Buochs

## Neuigkeiten 2023

Erstmals für den Winter 2023/24 wurde die Gästemappe mit Informationen zu Aktivitäten in der Region und mit lokalem Eventprogramm lanciert. Da das Interesse überraschend gross ist und die Rückmeldungen äusserst positiv ausgefallen sind, wird diese Dienstleistung auch im Sommer 2024 angeboten. So erhalten die Gäste in Hotels und Ferienwohnungen die wichtigsten Informationen direkt in ihrer Unterkunft.

Ebenfalls zur Verfügung gestellt werden Tischsets mit der Illustration der Region und einer Goldi-Malvorlage für die kleinen Gäste und Fans von Goldi. Die Sets und Malblätter stellt der VTRK kostenlos zur Verfügung.

## Höhepunkte des Jahresprogramms

Die Energie und Kreativität der Verantwortlichen der lokalen Tourismusorganisationen kennt fast keine Grenzen: Dies zeigt die folgende, lange Liste der tollen Veranstaltungen, spannenden Führungen und abwechslungsreichen Events. Oft durfte der VTRK mithelfen und unterstützen.

- Après-Ski-Party bei der Gondelbahn Emmetten
- Krimi-Dinner im Dorfklatz Emmetten
- Schlittelpauschrennen Stockhütte-Emmetten (abgesagt)
- Chinder-Openair Stockhütte
- Eysä Dorfmärcht in Ennetbürgen
- Sauna «Schwitzchaschtä» am See
- Beizentouren in Buochs mit vielen Hintergrundinformationen
- Wildbeobachtungstouren auf dem Niederbauen
- Dorfführungen in Emmetten
- Heimatabende in Buochs
- Geführte Birkhahnbalz
- Pasta Day Emmetten
- Dodge-Treffen in Emmetten
- Goldi-Sommerfest in Emmetten
- 1.-August-Feiern und Folkloreprogramme
- Jodlermessen auf der Klewenalp
- Dorfmärcht und Alpbazug in Emmetten und Ennetbürgen
- Handwerksmarkt in Isenthal
- Treffen mit Drehorgeln, Modellschiffen und Oldtimern in Seelisberg
- Fotowettbewerb in Isenthal
- Schneeschuhtouren auf dem Niederbauen, der Stockhütte oder Klewenalp  
und vieles mehr



Die Bergbahnen, Hoteliers und Gastronomen sowie weitere Anbieter vervollständigen die Palette mit attraktiven Angeboten wie Candle-Light-Dinners, Sonntagsbrunches, Musikevents, Après-Ski-Spass mit singendem Skilehrer, Ski-kursen, Schneeschuhtouren, Bikekurse und -touren, Bike-Tag mit Alessandra Keller, diverse Wasseraktivitäten mit einer breiten Vielfalt an Kursen sowie den diversen kulinarischen Spezialangeboten usw. (Aufzählung nicht abschliessend). Gäste und Einheimische schätzen die Breite der angebotenen Aktivitäten.

Einer immer grösseren Beliebtheit erfreuen sich auch Veranstaltungen zu Tradition und Brauchtum wie die Alpabzüge zum Ende der Alpzeit mit dem mit Blumenschmuck und Glocken ausgestattete Vieh oder die Samichlaus-Einzüge mit den im Gleichschritt laufenden Trichlern, den leuchtenden Fackeln, den eindrücklichen «Geisslechlöpfer» und den herrlich bunten, beleuchteten Iffelen.



# Finanzen

Dank der grossen Vielfalt an Aktivitäten und unzähligen, kreativen Marketingmassnahmen wurden auch im vergangenen Jahr wieder sehr viele Stammkunden und interessierte neue Gäste ins Gebiet gelockt, welche der Region einen grossen Mehrwert brachten. Die Umsetzung der Massnahmen ist mit enorm viel Arbeit verbunden. Da die personellen Ressourcen in den vergangenen Jahren teilweise fehlten, konnten nicht alle gewünschten Projekte und Ideen umgesetzt werden. Für das Jahr 2023 waren Mehrausgaben von 88 000 Franken vorgesehen, welche mit rund 80 500 Franken nur knapp unterschritten wurden. Somit konnte mit der Jahresrechnung 2023 im Vergleich zum Budget praktisch eine Punktlandung erzielt werden.

## Bilanz per 31.12.2023

| <b>Aktiven</b>                               | <b>2023 in CHF</b> | <b>2022 in CHF</b> |
|--|--------------------|--------------------|
| Flüssige Mittel                              | 205'071            | 217'655            |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen   | 34'555             | 91'114             |
| Vorräte – nicht fakturierte Dienstleistungen | 3'000              | 2'000              |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen                 | 119'995            | 106'413            |
| Transferkonto                                | 0                  | -1'797             |
| <b>UMLAUFVERMÖGEN</b>                        | <b>362'621</b>     | <b>415'385</b>     |
| Mobile Sachanlagen (Informatik)              | 2                  | 2'467              |
| <b>ANLAGEVERMÖGEN</b>                        | <b>2</b>           | <b>2'467</b>       |
| <b>Aktiven</b>                               | <b>362'623</b>     | <b>417'852</b>     |

| <b>Passiven</b>                                     | <b>2023 in CHF</b> | <b>2022 in CHF</b> |
|---|--------------------|--------------------|
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen    | 42'409             | 77'198             |
| Rückstellungen Goldi Klewenalp-Stockhütte           | 50'000             | 50'000             |
| Rückstellungen Goldi Emmetten/Seelisberg, Imagefilm | 40'000             | 0                  |
| Passive Rechnungsabgrenzungen 1)                    | 20'000             | 0                  |
| <b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>               | <b>152'409</b>     | <b>127'198</b>     |
| Eigenkapital per 01.01.                             | 11'516             | 11'516             |
| Gewinnvortrag                                       | 279'138            | 254'002            |
| Jahresergebnis                                      | -80'440            | 25'136             |
| <b>EIGENKAPITAL</b>                                 | <b>210'214</b>     | <b>290'654</b>     |
| <b>Passiven</b>                                     | <b>362'623</b>     | <b>417'852</b>     |

# Erfolgsrechnung

|   | Rechnung 2023<br>in CHF | Budget 2023<br>in CHF | Rechnung 2022<br>in CHF |
|---|-------------------------|-----------------------|-------------------------|
| Ertrag aus Tourismusfördergeldern 2)          | 514'329                 | 452'000               | 514'147                 |
| Übriger betrieblicher Ertrag 3)               | 74'320                  | 57'500                | 83'945                  |
| Ertrag aus Mitgliederbeiträgen                | 6'500                   | 6'500                 | 6'500                   |
| a.o. Ertrag                                   | 92                      | 0                     | 6'408                   |
| <b>ERTRAG</b>                                 | <b>595'241</b>          | <b>516'000</b>        | <b>611'000</b>          |
| Personalaufwand 4)                            | 316'399                 | 287'000               | 244'658                 |
| Verwaltungsaufwand                            | 54'948                  | 64'000                | 36'181                  |
| Gästeinformationen/Leistungsvereinbarungen 5) | 51'027                  | 39'000                | 46'362                  |
| Marketing und Projekte 6)                     | 253'307                 | 214'000               | 258'663                 |
| <b>AUFWAND</b>                                | <b>675'681</b>          | <b>604'000</b>        | <b>585'864</b>          |
| <b>VERLUST/GEWINN</b>                         | <b>-80'440</b>          | <b>-88'000</b>        | <b>+25'136</b>          |

- 1) Sponsoring für Goldi-Gwundernasenweg Klewenalp-Stockhütte 2024
- 2) Vorsichtige Budgetierung, da Einnahmen aus Tourismusfördergelder nicht planbar sind
- 3) Provisionen aus Verkäufen an Gästeinformation/Schiffstation höher als budgetiert. Einnahmen stark wetterabhängig
- 4) Einstellung Mitarbeiterin Marketing zu 100%, anstatt wie vorgesehen 80%
- 5) Unvorhergesehene Investitionen in Informatik und Ausstattung Gästeinformation/Schiffstation
- 6) Zusätzliche Einnahmen aus Tourismusfördergelder ermöglicht direkte Abschreibung der Ausstellungselemente





# Revisorenbericht

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

## Revisionsstelle „Verein Tourismusregion Klewenalp“

### Bericht der Revisionsstelle für das Rechnungsjahr 2023 an die Generalversammlung vom 24. April 2024

Als gewählte Revisionsstelle des Vereins Tourismusregion Klewenalp haben wir die auf den 31.12.2023 abgeschlossene Jahresrechnung (Erfolgsrechnung und Bilanz) im Sinne des uns übertragenen Auftrages geprüft.

Bei der Prüfung der Buchhaltungsunterlagen des Vereins Tourismusregion Klewenalp per 31.12.2023 kamen wir zu folgendem Ergebnis:

- Die Jahresrechnung stimmt mit der Buchhaltung und den Belegen überein. Wir haben diese stichprobenweise geprüft.
- Die Buchhaltung ist einwandfrei, übersichtlich und sauber geführt.
- Die Buchungen sind transparent und lückenlos dokumentiert.
- Alle unsere Fragen finanzieller und organisatorischer Art konnten vor Ort kompetent beantwortet werden.
- Es resultiert in der Bilanz bei Aktiven und Passiven von CHF 362'623.31 sowie einem Eigenkapital von CHF 210'214.28 ein Reinverlust von CHF 80'439.96 für das Geschäftsjahr 2023. Wegen der guten Finanzlage und der vielen Projekte wurde ein Verlust in dieser Höhe bereits im Budget geplant.

Aufgrund unserer Prüfungsergebnisse stellen wir der Generalversammlung den Antrag, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen und dem Vorstand und der Geschäftsführerin Entlastung zu erteilen. Zudem danken wir dem Vorstand, der Geschäftsführerin Karin Gaiser und den Mitarbeitenden sowie der Treuhand Calcul GmbH herzlich für die geleistete wertvolle und zielführende Arbeit.

Beckenried/Buochs, 06. März 2024

Die Revisionsstelle:

Sepp Barmettler

Roland Käslin

# Kennzahlen 2023



**CHF 85'000**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 85'000)

**Goldi-Familiensafari/  
Wintersafari**



**CHF 8'900**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 7'000)

**Alpenwanderung**



**CHF 8'500**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 6'000)

**Bierticket**



**CHF 1'970**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 2'433)

**Detektiv-Trail Buochs**



**CHF 1'160**

UMSATZ  
(neu seit Juli)

**Krimi-Trail Buochs**

## Gruppengeschäft



**CHF 61'000**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 83'000)

**Isenthal Gruppenbillett**



**CHF 339'400**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 177'000)

**diverse Gruppen-  
arrangements**



**CHF 420'000**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 500'000)

**belgische Gäste**









**Verein Tourismusregion  
Klewenalp-Vierwaldstättersee VTRK**

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

regionklewenalp.ch