

**KLEWENALP**  
— VIERWALDSTÄTTERSEE —

# JAHRESBERICHT 2024

**Verein Tourismusregion**

**Klewenalp-Vierwaldstättersee VTRK**

[regionklewenalp.ch](http://regionklewenalp.ch)

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	3
Organe .....	8
Leistungsauftrag VTRK .....	9
Strategische Ausrichtung .....	10
Marketing .....	12
Angebote und Projekte .....	21
Gästeinformation .....	23
Finanzen .....	26
Bilanz .....	26
Erfolgsrechnung .....	27
Revisorenbericht .....	29
Kennzahlen .....	30

## Sehr geehrte Vereinsmitglieder

Das Vereinsjahr 2024 war geprägt von Projekten und Events, welche erfolgreich umgesetzt und abgeschlossen werden konnten. Einerseits hat der Verein Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee (VTRK) eigene Projekte realisiert und andererseits Projekte Dritter finanziell und personell unterstützt. So konnten beispielsweise der Goldi-Gwundernasenweg von der Klewenalp zur Stockhütte Mitte August und der Rätselweg in Seelisberg Anfang Oktober eröffnet werden. Auf dem Erlebnisweg zwischen der Klewenalp und Stockhütte erhalten Kinder und Familien an zehn interaktiven Posten auf spielerische Art Informationen zum Alpleben. In Seelisberg rätseln die jungen Gäste mit Goldi und seinem Freund Paulik mit sieben unterhaltsamen Hörgeschichten zu einer anstehenden Tellaufführung.

Als weiterer Höhepunkt des vergangenen Jahres darf der geglückte Weltrekordversuch Alphorn 555 im Rahmen des Klewenalp-Festivals erwähnt werden, welcher von den Bergbahnen Klewenalp-Stockhütte mit Unterstützung des Eidgenössischen Jodlerverbands organisiert wurde. Der VTRK hat Teilnehmende und Gäste am Informationsstand betreut sowie den Event als Platinpartner auch finanziell unterstützt. Dank der akribischen und perfekten Organisation, der Vielzahl von Helferinnen und Helfern, der Sponsoren, der wunderschönen Kulisse und des traumhaften Wetters wurde dieser Tag zur bleibenden Erinnerung für alle Teilnehmenden und Organisatoren. Am 31. August 2024 gelang es, mit 1006 Alphornbläserinnen und -bläsern den Guinness-Weltrekord auf eine neue Ebene zu hieven. Mit der grossen Präsenz von Fernsehen, Radio und weiteren Medien wurde der Name Klewenalp mit den eindrücklichen Bildern des Weltrekords in die Welt hinausgetragen.

**«2024 war ein Jahr erfolgreicher Projekte, starker Kooperationen und nachhaltiger Entwicklung.»**

### Jubiläum

Der Verein Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee (VTRK) in der heutigen Form wurde 2014 gegründet und durfte an der Generalversammlung vom 24. April 2024 sein 10-jähriges Jubiläum feiern. Zur Jubiläums-GV geladen waren alle bisherigen Vorstandsmitglieder. Der Rückblick mit einer Bildpräsentation vermittelte Eindrücke zu den in dieser Zeit entstandenen Angeboten sowie auf die Zusammensetzungen des Vorstands. Mit Inputreferaten zu Wiege der Schweiz, Neuem Nidwalden Tourismus und zum Projekt Sonnenberg wurden die Gäste über den jeweils aktuellen Projektstand informiert.

### Finanzielles

Der VTRK blickt auf ein erfolgreiches, aktives und deshalb ausgabenintensives Vereinsjahr zurück. Nachdem in den Jahren 2021 und 2022 Eigenkapital angehäuft



wurde, konnten aufgrund der Aufstockung des Personals in den Jahren 2023 und 2024 viele Marketingmassnahmen und Projekte umgesetzt werden. Gegenüber Budget ist ein Mehraufwand von rund 16'981 Franken zu verzeichnen. Dies aufgrund von unvorhergesehenen Ausgaben für Projekte Dritter. Das Eigenkapital beläuft sich per Ende Berichtsjahr auf 105'233 Franken.

#### **Personelles**

Die überkantonale Kooperation «IG Tourismusregion Klewenalp» wurde von Ruedi Bissig, Walter Zurfluh selig und Christoph Näpflin initiiert. So war es logisch, dass Christoph Näpflin und Ruedi Bissig mit der späteren Vereinsgründung des VTRK im Jahr 2014 auch Einsitz im Vorstand nahmen. Nun trat Christoph Näpflin an der Generalversammlung 2024 aus dem Vorstand aus. Für seine grosse Leistung zugunsten der Region wurde er in Abwesenheit gebührend verdankt und verabschiedet. Seine Ehrung wurde an einer Vorstandssitzung nachgeholt. André Hafner, Gemeinderat von Seelisberg, übernimmt seinen Sitz mit dem Ressort Finanzen.

Ebenfalls an der GV verabschiedet wurde Josef Barmettler (Poscht Sepp). Er war von 2015 bis 2018 im Vorstand tätig und amtierte seit 2019 als Revisor. Mit seinem Verständnis für Zahlen und seiner detaillierten Arbeit ist er Garant für eine korrekte Buchführung. Seine Nachfolge tritt Christoph Näpflin an.

Die Gästeinformation an der Schiffstation war während rund 37 Jahren mit der Person Margrit Goldiger eng verbunden. Sie prägte den Tourismus in Beckenried über Jahrzehnte und beriet die Kundinnen und Kunden als versierte Gastgeberin. Die Generalversammlung verabschiedete Margrit Goldiger nach einer Laudatio des Präsidenten, untermalt mit einem digitalen Fotoalbum, mit grossem Applaus.

Die Saison der Gästeinformation dauert jeweils von Mitte April bis Ende Oktober. Seit 2024 werden die Gäste neu betreut von Monika Fischer, Monika Würsch-Käslin und Alexandra Hug. Der VTRK ist froh, dass sich die neuen Mitarbeiterinnen, welche sich in der Gegend bestens auskennen, sehr gut in das umfassende Angebot eingearbeitet haben. Pünktuell wurden sie von der früheren Mitarbeiterin Judith Seeberger unterstützt. Vorstand und Geschäftsführung schätzen diesen ausserordentlichen Effort und bedanken sich beim Team der Gästeinfo.

#### **Umtriebige Team**

Die lange Liste der vielfältigen Marketing-Massnahmen und Projekte bedingte, dass ab Juni eine Teamverstärkung von dreissig Prozent in der Person von Anita Bucher eingestellt wurde. Mit Angela Limacher und Karin Gaiser mit je 100 Prozent (neu insgesamt 230 Stellenprozent) zeigte sich das Team noch schlagfertiger und meisterte alle Aufgaben pünktlich und perfekt. Von Finanzierungsanträgen und Sponsoring bis zur baulichen Umsetzung der Goldi-Erlebniswege bis hin zur Pflege der Website, Schreiben und Veröffentlichen von Publikationen, Medienmitteilungen und Publireportagen, das Erstellen von Prospekten, Flyern, Posts in den sozialen Medien und Blogs, die Teilnahme an Ausstellungen, Auftritt als Gastregion an der Alpnach 2024 sowie die Information unserer Gäste an den diversen Informationsstellen sind nur die wichtigsten Arbeiten. Dank dem engagierten Team und der personellen Verstärkung im Marketing hat unsere Region eine sehr hohe Sichtbarkeit erlangt.

#### **Kooperationen**

Der Verein Tourismusregion Klewenalp ist aus dem Gedanken der Kooperation über die Kantons Grenzen hinweg entstanden. Wir sind nach wie vor überzeugt, dass die Wirkung gegen aussen nur durch Bündelung der Kräfte erfolgen kann. Deshalb pflegt der VTRK mit vielen Tourismuspartnern und Gemeinden eine enge Zusammenarbeit. So auch mit Nidwalden Tourismus, Luzern Tourismus und der Wiege der Schweiz.

#### **«Neues Nidwalden Tourismus» (NNWT)**

Wie an der letzten Generalversammlung angekündigt, will der VTRK die Zusammenarbeit mit Nidwalden Tourismus (NWT) intensivieren. So wurde die Website regionklewenalp.ch komplett auf nidwalden.com integriert und die Regionenseite abgeschaltet. Damit können massive finanzielle und personelle Ressourcen eingespart und zugunsten der Bewerbung und/oder Weiterentwicklung des Touris-

mus eingesetzt werden. Die Zusammenlegung erleichtert die Arbeit für beide Partner und Doppelspurigkeiten werden vermieden. Auch für die touristischen Leistungsträger bringt dies eine Vereinfachung, da es ab 2025 für die Gästekarte und Inhalte der Website nur noch eine Anlaufstelle gibt.

NWT hat im Jahr 2024 alle lokalen Tourismusorganisationen und Gemeinden eingeladen, in einem gemeinsamen Prozess die diversen Möglichkeiten zu prüfen. Daraus ist ein sogenanntes «Rollenmodell NNWT» entstanden. Dieses Rollenmodell sieht vor, dass ein/e Regionenmanagerin oder -manager bei NWT eingesetzt werden soll, welche/r die lokalen Tourismusorganisationen (LTOs) unterstützt und den Austausch mit Nidwalden Tourismus und den übrigen lokalen Tourismusorganisationen oder Regionen sicherstellt. Damit soll NWT die Bedürfnisse der Basis besser kennenlernen und ihre Entscheide und Marketingstrategie daran ausrichten. Mit einem gemeinsamen Erscheinungsbild soll der Marktauftritt gestärkt und die Werbewirkung durch entsprechende Multiplikation erhöht werden. Bis Ende 2024 haben fast alle Gemeinden und Tourismusorganisationen zugestimmt, dass die Zusammenarbeit mit diesem Modell weiterverfolgt werden soll. Das Regionenmanagement wird von den beteiligten Gemeinden aus den Tourismusförderabgaben finanziert werden. Das «Neue Nidwalden Tourismus» soll ab 1. Januar 2026 in seiner neuen Form operativ tätig werden. Das Jahr 2025 soll für die Erarbeitung einer gemeinsamen Vision, Strategie und eines neuen Erscheinungsbildes genutzt werden.

### Herzlichen Dank

Abschliessend bedanken wir uns herzlich bei all unseren Partnern für die ausgezeichnete Zusammenarbeit im vergangenen Jahr. Ein besonderer Dank gilt dem Kanton, dem Regionalentwicklungsverband Nidwalden & Engelberg, den Gemeinden, unseren touristischen Partnern sowie den lokalen Tourismusorganisationen. Ihre Unterstützung und das Engagement haben einen entscheidenden Beitrag dazu geleistet, unsere gemeinsamen Ziele erfolgreich zu erreichen.

Die enge Zusammenarbeit und der konstruktive Austausch auf allen Ebenen sind wesentliche Faktoren, um die Region als attraktives und nachhaltiges Ziel für Gäste weiterzuentwickeln. Gemeinsam konnten wir nicht nur die bestehenden Angebote stärken, sondern auch neue, zukunftsorientierte Projekte initiieren, die dazu beitragen, den Tourismus langfristig zu fördern.

Wir freuen uns, die erfolgreiche Zusammenarbeit im nächsten Jahr weiterzuführen.



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
André Hafner, Seelisberg	Finanzen
Cornelia Aschwanden, Isenthal	Gastronomie / Hotellerie
Daniel Krucker, Emmetten	Online / Digitalisierung
Conrad Wagner, Stans	Projekte / Events

## Geschäftsstelle

Karin Gaiser Aschwanden	Geschäftsführerin
Angela Limacher	Marketing und Kommunikation
Anita Bucher	Marketing und Kommunikation
Monika Fischer	Gästeinformation
Alexandra Hug	Gästeinformation
Judith Seeberger	Gästeinformation
Monika Würsch-Käslin	Gästeinformation

## Marketinggruppe VTRK

Angela Limacher	VTRK (Leitung)
Jana Richter	Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG
Christine Ineichen	Berggasthaus Niederbauen
Sanna Laurén	Isenthal Tourismus
Christoph Näpflin	Seelisberg Tourismus und Treib-Seelisberg-Bahn AG
Carla Garovi	Tourismuskommission Beckenried
Adrian Näpflin	Tourismusverein Buochs-Ennetbürgen
Valentino Tramonti	Tourismusverein Emmetten

## Revisoren

Roland Käslin	Beckenried
Christoph Näpflin	Seelisberg



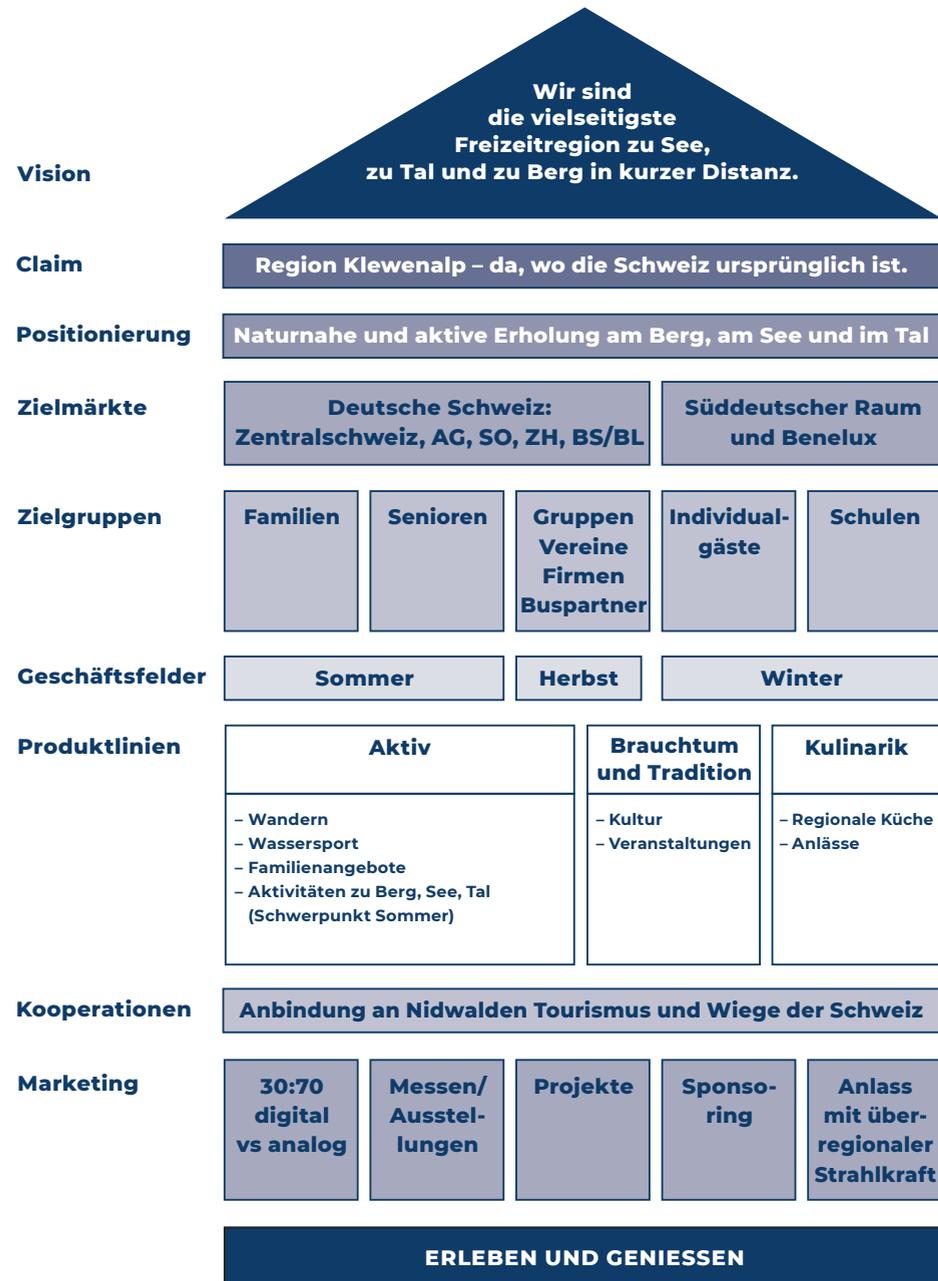
## Leistungsauftrag VTRK

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 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.

**«Der VTRK wird mit 90 Prozent der Tourismusförderabgaben entschädigt.»**

# Strategische Ausrichtung



# 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-See-Isberg-Bahn die Vermarktung aufgrund einer Leistungsvereinbarung sicher. Der Umsatz im Gruppengeschäft konnte gegenüber dem Vorjahr um 12% gesteigert werden.

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 zwei Arbeitssitzungen im Berichtsjahr brachten sich die Mitglieder direkt ein. Neue Ideen wie beispielsweise ein Flyer für «Schneefreie Erlebnisse» konnten initiiert und erfolgreich umgesetzt werden. Dank der personellen Aufstockung im Marketing und Produktmanagement von 100 auf 130 Prozent konnte die Vermarktung forciert und diverse Projekte umgesetzt werden.

## Offline-Werbung

Durch gezielte Publireportagen wurden potenzielle Besucherinnen und Besucher auf die Angebote rund um See, Tal und Berg aufmerksam gemacht. Dabei wird stets versucht, die ganze Vielfalt der Angebote in der Region abzubilden. Mit Inseraten zu Veranstaltungen in der Region werden zusätzliche Akzente gesetzt. Zudem ist Prospektmaterial bei den Gästen, welche vor Ort sind, immer noch sehr gefragt.

## Publireportagen

Ein Auszug der Medienarbeit ist nachstehend aufgeführt:

Titel	Rubrik / was	Schwerpunkt
Luzerner Zeitung	Gebietsvorstellung Sommer	Goldi-Safari, Alpenwanderung, Seemeile, Handwerksmarkt, Goldi-Gwundernasenweg
	Gebietsvorstellung Winter	Wintersafari, Schwitzchaschtä, HotTug-Boot, Detektiv-Trail, Krimi-Trail, Ziegenwanderung Isenthal

Titel	Rubrik / was	Schwerpunkt
Gemeindehefter	Mosaik	Vorstellung Gästeinformation in Beckenried
	Echo	Zauberteppich Stockhütte
Nidwaldner Blitz	Dorfgeschichten	Beckenried, Emmetten, Seelisberg, Ennetbürgen, Buochs
Unterwaldner	Zwei Reportagen	Sommerferien mit Goldi-Schatzsuche, Krimi-Trail, Detektiv-Trail und Foxtrail, Goldi-Gwundernasenweg Klewenalp-Stockhütte
Bote der Urschweiz	Sonderseiten Wintersport	Wintersafari, Schwitzchaschtä
	Sonderbeilage Ferien & Reisen	Goldi-Safari, Via Urschweiz
Zuger Woche	Publireportage	Wintersafari, Schwitzchaschtä, Niederbauen
	Publireportage	Goldi-Safari, Alpenwanderung
	Publireportage	Wintersafari, HotTug-Boot, Isenthal erleben
Anzeiger Michelsamt	Sonderbeilage Winter-Ausflugstipps	Wintersafari, Schwitzchaschtä
Tagblatt Zürich	Rubrik Reiselust	Goldi-Safari
	Publireportage	Goldi-Safari, Seemeile, BBQ-Boot
Tagesanzeiger	Fokus Winter	Wintersafari, HotTug-Boot, Isenthal erleben
Regioanzeiger: 16 Wochenzeitungen in Luzern, Aargau, Solothurn, Bern, Basel, Zürich, Zug, St. Gallen, Thurgau	Publireportage	Seemeile im Winter, Detektiv-Trail, Krimi-Trail, Schwitzchaschtä
	Publireportage	Isenthal im Winter, Wandern mit Ziegen, Geschichtsreise
	Publireportage	Goldi-Safari, Alpenwanderung
	Publireportage	Goldi-Gwundernasenweg Klewenalp-Stockhütte

Titel	Rubrik / was	Schwerpunkt
Verlag Schweiz AG: 12 Wochenzeitungen in Luzern, Aargau, Solothurn, Bern, Basel, Zürich, St. Gallen, Schaffhausen	Publireportage	Wintersafari, Paddeln, Sauna, HotTug-Boot, Niederbauen
	Publireportage	Goldi-Safari, Alpenwanderung, Seemeile
Schweiz am Wochenende	101 Ausflugstipps	Alpenwanderung

## Inserate für Events und Angebote

Titel	Rubrik / was	Schwerpunkt
Anzeiger Barni Post	10 Inserate	«Hiä laift eppis i dä Region»
Anzeiger Nidwaldner Blitz	10 Inserate	«Hiä laift eppis i dä Region»
	Themenbeilage «Winter geniessen»	Wintersafari
	Themenbeilage «Sommer geniessen»	Goldi-Safari, Alpenwanderung
	Themenbeilage «1. August»	Veranstaltungen
Anzeiger Uristier	Inserate	Eröffnung Goldi-Gwundernasenwege
	10 Inserate	«Hiä laift eppis i dä Region»
Anzeiger Aktuell Obwalden	Inserate	Eröffnung Goldi-Gwundernasenwege
	10 Inserate	«Hiä laift eppis i dä Region»
Luzerner Zeitung	Sommerausflug	Inserate zu Krimi-Trail, Goldi-Safari, Alpenwanderung, Goldi-Gwundernasenweg, Goldi-Schatzsuche, Handwerksmarkt
	Winterausflug	Inserate zu Schwitzchaschtä, Wintersafari, Krimi-Trail, HotTug-Boot, Detektiv-Trail
Weihnachtsbroschüre Gewerbeverein Beckenried	Inserat	Wintersafari
Freizeitbroschüre LTAG	Ausflugstipps	Goldi-Safari, Alpenwanderung, Seemeile
Schweizer Familie	Inserat	Schwitzchaschtä

## Wöchentliche Beiträge

Titel	Rubrik / was	Schwerpunkt
Luzerner Zeitung	Ausflugstipps	Frühling, Sommer, Herbst, Winter, aktuelle Tipps und Veranstaltungen aus der Region

## Öffentlichkeitsarbeit

Der VTRK hat die Medien im Berichtsjahr mit 13 Mitteilungen beliefert, so zum Beispiel zu Vereinsthemen wie Generalversammlung, Informationsveranstaltung mit touristischen Leistungsträgern, zur Eröffnung des Goldi-Gwundernasenweges Klewenalp-Stockhütte oder Events wie der Handwerksmarkt. Auch die Teilnahme an den verschiedenen Messen und Ausstellungen wurde jeweils publik gemacht. Die Präsenz in den Medien stärkt den Zusammenhang innerhalb des VTRK-Gebiets. Die Region wird von den touristischen Leistungsträgern, der Bevölkerung und den Gästen noch besser wahrgenommen.

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

## Prospekte / Flyer

Trotz der zunehmenden Digitalisierung und der verstärkten Nutzung von Online-Informationen bleiben gedruckte Prospekte und Flyer für unsere Gäste vor Ort ein wichtiges Medium. Gäste schätzen es, schnell und unkompliziert vor Ort Informationen zur Hand zu haben. Zudem entscheiden sich viele Gäste spontan vor Ort für Aktivitäten. Hier unterstützen unsere ansprechend gestalteten Prospekte und Flyer mit hochwertigen Bildern, welche Emotionen wecken und Lust machen, die Region zu entdecken. Der Sommerprospekt, welcher wieder in Zusammenarbeit mit der Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG entstanden ist, bietet eine kompakte Übersicht über Erlebnisse, Wanderrouten, Fahrpläne, Preise und saisonale Highlights. Dieses Jahr wurden zudem der Bike-Prospekt, der ViaUr-schweiz-Prospekt und der Wildbeobachtungspfad-Prospekt überarbeitet und eine Neuauflage gedruckt. Ausserdem wurden Flyer zur Goldi-Safari, Alpenwanderung, Krimi-Trail, Detektiv-Trail, Schwitzchaschtä und Wintersafari gestaltet und gedruckt. Anstatt im Winter einen Winterprospekt zu drucken, bot man den lokalen Tourismusorganisationen an, je einen Winterflyer zu gestalten. Die Tourismusvereine Buochs-Ennetbürgen und Isenthal haben von diesem Angebot Gebrauch gemacht und es wurde je ein Winterflyer lanciert. Alle Prospekte und Flyer sind immer mit QR-Codes versehen, die auf weiterführende Online-Inhalte verweisen. Dadurch ergänzen sich unsere Print- und digitalen Informationen optimal.

## Radiowerbung / Buswerbung

Im Jahr 2024 wurde auf Radio Central der Alpabzug und Dorfmarkt in Emmetten, der Handwerksmarkt in Isenthal beworben und mit Livesystems Werbung zur Region in Bussen und Postautos in Luzern, Solothurn, Basel, Aargau und Zürich ausgespielt. Die kurzen Sequenzen des Werbetrailers, welcher in Zusammenarbeit mit Sooli Film für die Gewerbeausstellung in Alpnach produziert wurde, haben die Aufmerksamkeit der Betrachter auf unsere Region gezogen. Der Werbetrailer kann unter nachfolgendem QR-Code in voller Länge geschaut werden:



## Messen / Ausstellungen

Der VTRK durfte sich vom 30. Mai bis 2. Juni 2024 an der Gewerbeausstellung in Alpnach präsentieren. Das im Jahr 2023 angeschaffte Messematerial mit der Virtual-Reality-Anwendung und der Goldi-Märchenbank konnte wiederverwendet werden. Am Ausstellerabend durften wir uns mit einem Werbetrailer und einem Kurzinterview auf der Bühne persönlich den ca. 400 anwesenden Gästen vorstellen, was zu vielen positiven Rückmeldungen geführt hat. Am Ausstellungstand wurden die Besucherinnen und Besucher mit grossen wunderschönen Bildern begrüsst. Zudem war das Maskottchen Goldi immer wieder am Stand und in der ganzen Ausstellung unterwegs und hat Kinderaugen zum Strahlen gebracht. Mit

**«Der VTRK durfte sich an der Gewerbeausstellung in Alpnach präsentieren.»**

der Band «Mättu und Schnuder Buebe», welche durch den VTRK organisiert wurde und unter anderem ihren Goldi-Song zum Besten gab, konnten wir den vom OK organisierten Kindernachmittag abrunden.

Zudem war der VTRK mit personellen Ressourcen präsent am Alpabzug in Ennetbürgen sowie mit zusätzlichen finanziellen Ressourcen auch am Alphorn 555 (siehe Vorwort).

## Fotoshootings

Im Jahr 2024 konnten verschiedene Fotoshootings umgesetzt werden. Unter anderem wurden neue Bilder von der Wintersafari, vom neu eröffneten Goldi-Gwundernasenweg und von der Äplerchilbi in Beckenried erstellt. Die gelungenen Bilder wurden schon im Berichtsjahr für die Bewerbung der Angebote online wie auch offline eingesetzt.



Foto: Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG

## Online-Werbung

Das Reiseverhalten von Gästen verändert sich zunehmend durch die Digitalisierung. Immer mehr Menschen informieren sich online über Reiseziele, lassen sich von Social Media inspirieren und buchen Erlebnisse direkt über digitale Kanäle. Für den VTRK ist es daher entscheidend, gezielte Online-Marketing-Massnahmen einzusetzen, um im Wettbewerb sichtbar zu bleiben und potenzielle Gäste effektiv zu erreichen. Da der VTRK keine eigenen Social-Media-Kanäle betreibt, findet in der Online-Werbung eine vertiefte Zusammenarbeit mit Nidwalden Tourismus statt. Zudem setzt der VTRK auf die Zusammenarbeit mit Content Creators. Dank diesen Massnahmen konnte die Sichtbarkeit der Region gesteigert, mehr Interaktionen auf den digitalen Kanälen erzielt und die Buchungen bei unseren Leistungsträgern gesteigert werden.

## Website

Bereits im Jahr 2023 hat der Vorstand des VTRK entschieden, ab 2025 keine eigene Website mehr zu betreiben. Die Website der Region wurde jedoch bis Ende 2024 aktuell gehalten. Die Websiteaufrufe konnten um 11.6% (auf 325'464) gesteigert werden. Die durchschnittliche Verweildauer pro Sitzung stieg um 1,3% (auf 1 min 2 s).

**«Die Websiteaufrufe konnten um 11.6% gesteigert werden.»**

Die Inhalte der VTRK-Website werden ab Januar 2025 neu auf der Website von Nidwalden Tourismus ausgespielt. Im Berichtsjahr haben sich der VTRK und Nidwalden Tourismus intensiv mit der Übertragung der Inhalte befasst und die Partner wurden erneut aufgefordert,

Ihre Inhalte zu prüfen, aktuelle und saisonale Fotos einzureichen. Der Aufwand im Marketing des VTRK für die Sicherstellung der kompletten Datenübernahme war enorm. Auch mussten alle bestehenden Links auf die neuen Seiten umgeleitet werden. In einem nächsten Schritt gilt es nun, den erfassten Content sowie gewisse Funktionen zusammen mit Nidwalden und Luzern Tourismus zu optimieren.

## Blog-Beiträge

Auf der Blog-Website, vor einigen Jahren von Luzern Tourismus ins Leben gerufen, dürfen wir zwei bis drei Mal im Jahr einen Blogbeitrag einreichen. Im Jahr 2024 wurde ein Blog zum Thema «Ein wunderbar warmer Sommertag in Beckenried» und «Ein Familientag auf dem Goldi-Gwundernasenweg» veröffentlicht. Für den Kanton Nidwalden wurden insgesamt 17 Blogbeiträge eingereicht. Unser Eintrag zum Goldi-Gwundernasenweg ist mit 767 Aufrufen der meist aufgerufene Nidwaldner-Blog per Ende Jahr 2024.



## Content Creators

Die Zusammenarbeit mit Content Creators hat sich im vergangenen Jahr als äusserst wertvoll erwiesen. Durch gezielte Kooperationen mit Influencern wie «Cyril und Nadia» konnten wir nicht nur unsere Sichtbarkeit auf Social Media steigern, sondern auch konkrete Buchungszahlen von den vorgestellten Angeboten positiv beeinflussen. Im Rahmen der Wasserkampagne von Nidwalden Tourismus, welche über die Jahre 2024 und 2025 geht, hat sich der VTRK zusammen mit den Partnern an der Seemeile Buochs-Ennetbürgen entschieden, verschiedene Wasserangebote zu bewerben. Die Dreharbeiten mit dem Content Creator «Der Praktikant» haben im Sommer 2024 stattgefunden. Der erste Reel zum HotTug-Boot in Buochs ging schon im Dezember 2024 online und war ein voller Erfolg. Die entstandenen Reels zur Kanuwelt Buochs, zum BBQ-Boot, zum Wasserbike und zum SUPoint werden im Frühsommer 2025 auf Instagram gepostet.

## Social Media

Auch im Jahr 2024 arbeitet der VTRK im Social-Media-Bereich mit Nidwalden Tourismus zusammen. In den Storys auf der Instagram- und Facebook-Seite von Nidwalden Tourismus werden regelmässig Events und Angebote präsentiert. Abgerundet wird der Auftritt mit regelmässigen Posts zu Angeboten und Ausflugstipps mit passendem Bildmaterial.

## Newsletter

Die Neuigkeiten aus dem VTRK werden Partnern und Gästen via Newsletter von Nidwalden Tourismus kommuniziert. In regelmässigen Abständen werden die Neuigkeiten aus dem Verein, zu Angeboten, Veranstaltungen, Kampagnen und Projekte mitgeteilt.



# Angebote und Projekte

## Angebote

Das zu grossen Teilen regnerische Wetter im Sommer und Herbst hat die Anzahl der Besucherinnen und Besucher in unsere Region stark beeinflusst. Dies schlägt sich auch in den massiv rückläufigen Zahlen der **Goldi-Safari** nieder, welche mit einem Rückgang von 27% deutlich unter dem Niveau von 2023 und 2022 lag. Umso überraschender war die Zunahme der verkauften **Alpenwanderungs-Tickets** um 9% gegenüber Vorjahr. Die Attraktivität der abenteuerlichen Goldi-Schatzsuche an der Seemeile in Buochs, wo sich die kleinen und grossen Gäste auf dem Wasserweg auf die Suche nach dem Regenschatz begeben, hat im letzten Sommer ebenfalls unter dem Weterinfluss gelitten.

«Das regnerische Wetter im Sommer und Herbst hat den Besucherstrom beeinflusst.»

Der **Detektiv-Trail** (+42%) sowie der **Krimi-Trail** (+64%) in Buochs haben beide zugelegt. Der Detektiv-Trail besteht bereits seit 2020 in der heutigen Form mit derselben Geschichte. Obwohl er im 2024 mehr Frequenzen verzeichnete als in den letzten Jahren, wird er per Ende April 2025 eingestellt. Für 2025 soll ein Ersatzangebot für die gleiche Zielgruppe der Kinder bis ca. 10 Jahre lanciert werden.

## Weitere Projekte

Der VTRK konnte mit Unterstützung von Partnern die **Goldi-Gwundernasenwege** in **Seelisberg** und zwischen **Klewenalp** und **Stockhütte** feierlich in Betrieb nehmen. Wie im Vorwort beschrieben, handelt es sich beim Erlebnisweg Klewenalp-Stockhütte um einen interaktiven Weg zum Alpleben. Der Weg im Tannwald von Seelisberg ist ein spannender Rätselweg für die ganze Familie.

Das **Mountainbike-Projekt** von der Stockhütte nach Emmetten musste leider aufgegeben werden, da keine Einigung mit Grundstückseigentümern gefunden und keine alternative, ebenfalls attraktive Variante gefunden werden konnte. Die Projektentwicklung von der Klewenalp nach Beckenried ist momentan auf Eis gelegt. Hier will die Gemeinde die neue Gesetzgebung zu Bike- und Wanderwegen abwarten.

Die **Wiege der Schweiz** soll mit überraschenden Formaten, gemeinsamer Kommunikation und gebündeltem Vertrieb der Angebote, die Geschichte und Geschichten des Erlebnisraums zugänglich machen. Ziel ist, die Aufenthaltszeit und die daraus resultierende touristische Wertschöpfung mit gemeinsamen Kräf-





ten zu erhöhen. Auch sollen die Synergien der Trägerschaft besser genutzt werden, was beispielsweise mit gemeinsamen speziellen Kursen bereits erfolgt ist. Das Vernetzen sowie das gegenseitige Posten und Reposten von News und Bildern auf Social Media sowie gemeinsame Werbekampagnen lassen alle involvierten Partner profitieren.

Im Jahr 2024 konnten einige Projekte rund um die Wiege der Schweiz realisiert werden. Die Tunnelinszenierung zwischen Isleten und Bauen wurde 2024 erarbeitet und kann im Sommer 2025 eröffnet werden. Die Attraktivitätssteigerung des Wegs der Schweiz bedeutet gleichzeitig auch eine Aufwertung des Waldstätterwegs. Der Clean-up-Day vom letzten Sommer soll in Zukunft jährlich in der gesamten Region wiederholt werden.

Verwaltungsrat und Geschäftsführung befassten sich im vergangenen Jahr zusammen mit Nidwalden Tourismus intensiv mit der Weiterentwicklung von **«Neues Nidwalden Tourismus»**. Nach drei Workshops mit Gemeinde- und TourismusvertreterInnen konnte das neue Modell der Zusammenarbeit der Tourismusorganisationen im Kanton Nidwalden definiert werden. Dieser Prozess wurde von einer spezialisierten Agentur begleitet. Bis zum Abschluss der Workshops konnten alle offenen Fragen beantwortet werden, so dass bis Anfang 2025 von allen Gemeinden und Tourismusorganisationen die Zusagen für diesen gemeinsamen Weg vorlagen. Ausnahme bildet die Gemeinde Wolfenschiessen, welche eine Leistungsvereinbarung mit Engelberg unterhält. Bis im Sommer 2025 sollen die strategischen Eckwerte definiert sein und der neue Markenauftritt vorliegen. Bis zum Sommer wird ebenfalls die neue Organisationsentwicklung abgeschlossen sein.

## Gästeinformation

Die Gästeinformation an der Schiffsstation in Beckenried ist jeweils von ca. Mitte April bis Ende Oktober sowie zum Rütli-schiessen im November geöffnet. Die Öffnungszeiten richten sich saisonal in erster Linie nach dem Fahrplan der SGV, aber auch nach Wetter und Gästeaufkommen.

Während 37 Jahren hat Margrit Goldiger die Gästeinformation betreut und ging nach der Saison 2023 in die verdiente Pension. Leider verliess uns gleichzeitig auch eine weitere Teilzeitmitarbeiterin und Judith Seeberger stand uns aufgrund neuer Aufgaben nur noch bedingt zur Verfügung. Deshalb musste die Gästeinformation seit 2024 von einem komplett neuen Team sichergestellt werden. Es bedeutete für die drei neuen Teilzeitmitarbeiterinnen eine grosse Herausforderung, sich innert kürzester Zeit mit dem von der SGV zur Verfügung stehenden Ticketsystem, mit den unterschiedlichsten Ticketvarianten, den Vergünstigungen und den Spezialangeboten vertraut zu machen. Mit grosser Zufriedenheit und Stolz darf festgehalten werden, dass sich die Damen mit grossem Engagement innert kurzer Zeit bestens eingearbeitet haben. Das war eine hervorragende Leistung und verdient ein grosses Dankeschön.

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

- Ennetbürgen-Buochs: TCS Camping
- Seelisberg: Treib-Seelisberg-Bahn AG (TSB)
- Isenthal: Hotel Urirotstock und Dorfladen
- Emmetten: Ruädis Märcht

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
- bei den Mitgliedern der Trägerschaft Wiege der Schweiz (Uri Tourismus AG, Erlebnisregion Mythen und Schwyz Tourismus)
- Prospektfach Länderpark, Stans
- Prospektfach Raststätte A2, Neuenkirch
- Prospektfach Gotthard Raststätten A2, Schattdorf und Erstfeld
- Prospektfach Tourist Information, House of Winterthur
- Prospektständer Spar in Buochs

## Infosäule in Beckenried

Neu können sich die Gäste über Beckenried und die Angebote in der gesamten Region zudem an einer Säule an der Schiffstation informieren. Unter dem Lead des VTRK und mit Unterstützung der Tourismuskommission Beckenried konnte eine ausführliche Übersicht über die Erlebnisse der Region erstellt werden. So erhalten die Gäste mit Kurztexen einen ersten Eindruck und via QR-Code den direkten Zugang zu den detaillierten Angaben mit allem Wissenswerten.

## Jahresprogramme Partner

Dank der unglaublich tollen, engen und äusserst professionellen Zusammenarbeit mit den lokalen Tourismusorganisationen, Gemeinden und unzähligen Partnern profitierten unsere Gäste auch im 2024 wieder von einer grossartigen Auswahl an Events, Angeboten und einer grossen Vielfalt an geführten Dorfrundgängen, Wildbeobachtungstouren, Krimi-Dinners, Kinderfestivals, Spielefestival Ludoland, Dorfmärkte, Handwerksmarkt, Schneeschuh- und Skitouren usw.

Viele Hoteliers, Gastronomen und insbesondere auch die Bergbahnen bereicherten das Programm mit eigenen attraktiven Angeboten. Dank des grossen Enthusiasmus und der professionellen Arbeit unzähliger beteiligter touristischer Akteure bietet unsere herrliche Region eine ein-

zigartige Breite an Aktivitäten, welche sowohl von auswärtigen Gästen wie auch von Einheimischen gerne und rege genutzt werden.

Auch im Jahr 2024 konnte festgestellt werden, dass sich die Veranstaltungen zu Tradition und Brauchtum einer ungebrochenen Beliebtheit erfreuen, so beispielsweise die bunten Alpabzüge oder die eindrucklichen Samichlaus-Einzüge.

**«Unsere herrliche Region bietet eine einzigartige Breite an Aktivitäten.»**



# Finanzen

Im Berichtsjahr konnten dank der personellen Aufstockung viele Projekte und Marketing-massnahmen erfolgreich umgesetzt oder bereits fürs 2025 initiiert werden. Für das Jahr 2024 waren Mehrausgaben von CHF 88'000 vorgesehen. Mit einem Verlust von CHF 104'981 wurde das Budget um CHF 16'981 leicht überschritten. Somit wird das Eigenkapital von CHF 210'214 per Ende 2024 auf CHF 105'233 verkleinert.

## Bilanz

<b>AKTIVEN</b>	<b>2024 in CHF</b>	<b>2023 in CHF</b>
Flüssige Mittel	100'748	205'071
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	65'331	34'555
Vorräte – nicht fakturierte Dienstleistungen	1'500	3'000
Aktive Rechnungsabgrenzungen	68'991	119'995
Verrechnungssteuer	255	0
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>236'825</b>	<b>362'621</b>
Mobile Sachanlagen (Informatik)	2	2
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>AKTIVEN</b>	<b>236'827</b>	<b>362'623</b>

<b>PASSIVEN</b>	<b>2024 in CHF</b>	<b>2023 in CHF</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	118'950	42'409
Rückstellungen Goldi-Unterhaltsfonds Klewenalp-Stockhütte 1)	12'644	50'000
Rückstellungen Goldi Emmetten/Seelisberg, Imagefilm 2)	0	40'000
Passive Rechnungsabgrenzungen	0	20'000
<b>KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>131'594</b>	<b>152'409</b>
Eigenkapital per 01.01.	11'516	11'516
Gewinnvortrag	198'698	279'138
Jahresergebnis	-104'981	-80'440
<b>EIGENKAPITAL</b>	<b>105'233</b>	<b>210'214</b>
<b>PASSIVEN</b>	<b>236'827</b>	<b>362'623</b>

# Erfolgsrechnung

	<b>Budget 2024 in CHF</b>	<b>Rechnung 2024 in CHF</b>	<b>Rechnung 2023 in CHF</b>
Ertrag aus Tourismusfördergeldern 3)	467'000	508'985	514'329
Übriger betrieblicher Ertrag	58'000	65'816	74'412
Ertrag aus Mitgliederbeiträgen	6'500	6'500	6'500
<b>ERTRAG</b>	<b>531'500</b>	<b>581'301</b>	<b>595'241</b>
Personalaufwand 4)	311'500	357'414	316'399
Verwaltungsaufwand	50'000	46'795	54'948
Gästeinformationen / Leistungsvereinbarungen	44'000	41'178	51'027
Marketing und Projekte 5)	214'000	240'895	253'307
<b>AUFWAND</b>	<b>619'500</b>	<b>686'282</b>	<b>675'681</b>
<b>VERLUST</b>	<b>-88'000</b>	<b>-104'981</b>	<b>-80'440</b>

### Kommentar zu den grössten Abweichungen

#### Budget zu Rechnung:

- 2) Die Position Rückstellungen Goldi Klewenalp-Stockhütte wurde neu in Rückstellungen Goldi-Unterhaltsfonds Klewenalp-Stockhütte umbenannt.
- 2) Die Rückstellungen wurden aufgelöst und für die entsprechenden Projekte verwendet.
- 3) Vorsichtige Budgetierung, da Einnahmen aus Tourismusfördergeldern nicht planbar sind.
- 4) Zusätzliche Mitarbeiterin für Marketing und Projekte zu 30% ab Juni 2024.
- 5) Unvorhergesehene Unterstützung Projekte Dritter und Marketingmassnahmen



# 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 folgenden Antrag:

## Revisionsstelle „Verein Tourismusregion Klewenalp“

### Bericht der Revisionsstelle für das Rechnungsjahr 2024 an die Generalversammlung vom 3. April 2025

Als gewählte Revisionsstelle des Vereins Tourismusregion Klewenalp haben wir die auf den 31.12.2024 abgeschlossene Jahresrechnung (Erfolgsrechnung und Bilanz) im Sinne des uns übertragenen Auftrages geprüft.

Bei der Prüfung der Buchhaltungsunterlagen des Vereins Tourismusregion Klewenalp per 31.12.2024 kamen wir zu folgendem Ergebnis:

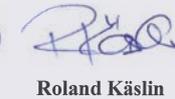
- Die Jahresrechnung stimmt mit der Buchhaltung und den Belegen überein. Wir haben diese stichprobenweise geprüft.
- Die Buchhaltung ist einwandfrei, übersichtlich und sauber geführt.
- Die Buchungen sind transparent und lückenlos dokumentiert.
- Alle unsere Fragen finanzieller und organisatorischer Art konnten vor Ort kompetent beantwortet werden.
- Für das Geschäftsjahr 2024 resultiert in der Bilanz bei Aktiven und Passiven von CHF 236'827 sowie einem Reinverlust von CHF 104'981 ein Eigenkapital von CHF 105'233. Wegen der guten Finanzlage und der vielen und grösseren Projekte wurde ein Verlust von CHF 88'000 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, 21. Februar 2025

Die Revisionsstelle:

  
Christoph Näpflin

  
Roland Käslin

# Kennzahlen



**CHF 62'000**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 85'000)  
**Goldi-Safari /  
Wintersafari**



**CHF 9'700**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 8'900)  
**Alpen-  
wanderung**



**CHF 2'800**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 1'970)  
**Detektiv-Trail  
Buochs**



**CHF 1'900**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 1'160)  
**Krimi-Trail  
Buochs**

## Gruppengeschäft



**CHF 60'000**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 61'000)  
**Isenthal  
Gruppenbillett**



**CHF 424'000**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 339'000)  
**Diverse Gruppen-  
arrangements**



**CHF 426'000**

UMSATZ  
(Vorjahr CHF 420'000)  
**Belgische  
Gäste**





**Verein Tourismusregion  
Klewenalp-Vierwaldstättersee VTRK**

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

regionklewenalp.ch