



OBWALDEN TOURISMUS AG
GESCHÄFTSBERICHT

2023





Abgeschütz





WORTE DES VR-PRÄSIDENTEN

5

RÜCKBLICK DES GESCHÄFTSFÜHRERS

6-7

MARKETING UND VERKAUF

8-15

FINANZEN

16-19

INFOSTELLE

20-21

FACTS & FIGURES

23-25

ORGANE

27



HERAUSGEBER

Obwalden Tourismus AG
Bahnhofplatz 1 | 6060 Sarnen
Telefon +41 (0) 41 666 50 40
info@obwalden-tourismus.ch
www.obwalden-tourismus.ch

SATZ

Küchler Druck AG, Giswil
www.kuechler-druck.ch

FOTOGRAFIE

Samuel Büttler, Beat Brechbühl,
Fabienne Bregenzer (wanderblondies.ch),
Christian Perret, Obwalden Tourismus AG

KORREKTORAT

Korrigiert., Sarnen, www.korrigiert.ch

TEXTE

Obwalden Tourismus AG,
Thorsten Fink, Oliver Kerstholt
im März 2024

WORTE DES VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENTEN

Positive Weiterentwicklung

Geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre
Geschätzte Freunde von Obwalden Tourismus

Nach den schwierigen letzten Jahren stand der Tourismus im Jahr 2023 vor dem Beginn einer neuen Hochphase, die uns alle zu alter Stärke oder sogar neuen Rekorden führen sollte. Die Gäste kehrten in die Schweiz und nach Obwalden zurück und bescherten den Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern einen lang herbeigesehnten Aufschwung. Die Aktivitäten des Teams von Obwalden Tourismus um Geschäftsführer Daniel Scardino und Marketingleiterin Tamara Durrer stiessen auf sehr gutes Echo und wir durften die Früchte unserer kontinuierlichen Arbeit und unserer Leidenschaft für den Tourismus in Obwalden ernten. So brannte das Feuer nicht nur in unseren Herzen, sondern auch in den Hotels und Restaurants, den Ferienwohnungen und Bahnen sowie bei den Campingplätzen und anderen Tourismusschaffenden im Kanton. Ihnen allen gilt mein ausdrücklicher Dank für ihr Engagement, ihre Leidenschaft und ihre Innovationskraft.

Jedoch nicht nur im operativen Bereich waren die Vorzeichen positiv, auch in der strategischen Ausrichtung und Weiterentwicklung erlebten wir ein Jahr des Aufschwungs und der Zukunftsorientierung. Zusammen mit den Gemeinden durften wir in einer Runde die Aufgaben und Rollenverteilungen der einzelnen Player im Tourismus im Kanton Obwalden erläutern und wertvolle Aufklärungsarbeit leisten. Auch mit dem Kanton Obwalden konnten wir einen sehr erfolgreichen Austausch führen, an dessen Ende die neue Leistungsvereinbarung mit dem Kanton für die kommenden Jahre stand. Erstmals ist in dieser Leistungsvereinbarung die Weiterentwicklung der Organisation und der Strategie enthalten, und sie legt klare Schritte und Überprüfungen der erfolgreichen Umsetzung der Leistungsvereinbarung fest, sodass die

Obwalden Tourismus AG und der Kanton Obwalden zukünftig noch besser und strukturierter auf die Veränderungen im Tourismus und bei den Anspruchsgruppen reagieren und entsprechend Anpassungen vornehmen können.

Eine direkte Folge dieser neuen Leistungsvereinbarung mit dem Kanton waren dann die Leistungsvereinbarungen mit den Gemeinden des Sarneraats, die neu eine transparente Auflistung der mit dem Kanton vereinbarten Aufgaben der Obwalden Tourismus AG aufzeigen. Um auch zukünftig die Veränderungen in der Organisation und den Aufgaben der OT AG in den Leistungsvereinbarungen der Gemeinden aufzeigen zu können, wurden die Laufzeiten der jeweiligen Dokumente harmonisiert.

Im Bereich der Umsetzung des strategischen Hauptthemas «Biken in Obwalden» gab es ebenfalls viele positive Entwicklungen. Neben der Aufnahme des Themas in der Kommunikation der OT AG selbst begrüßen wir viele parallele Schritte, wie die Besetzung der neuen Fachstelle Langsamverkehr beim Kanton oder die Gründung des neuen Vereins «Mountainbike Obwalden», die uns auf dem Weg zu unserem gemeinsamen Ziel – das Biken in Obwalden populärer zu machen und neue Gäste anzusprechen – aktiv weiterbringen.

An der positiven Weiterentwicklung der Zukunft des Tourismus in Obwalden ist somit im Jahr 2023 konzentriert und gemeinsam gearbeitet worden. Allen Beteiligten daran ein grosses Dankeschön! Wir freuen uns auf die Aufgaben im Jahr 2024.

Viel Erfolg und alles Gute!

Thorsten Fink
Verwaltungsratspräsident

RÜCKBLICK DES GESCHÄFTSFÜHRERS

Dialogfähigkeit

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Einheimische

Kurz nach dem Jahreswechsel kam es in der Zentralbahn zu einer Begegnung mit einem unserer touristischen Partner. Schnell entspann sich ein Gespräch über die Arbeit meiner Organisation, das ich hier aus zwei Gründen wiedergeben möchte: Erstens ist die Dialogfähigkeit, das Im-Gespräch-Bleiben, in meinen Augen eine der wichtigsten Voraussetzungen für gemeinsamen Erfolg. Und zweitens fasst dieser Dialog das Jahr 2023 knackig zusammen.

Daniel, wie war das abgelaufene Jahr für dich und dein Team? Ich muss ehrlich sagen, manchmal beneide ich euch nicht um eure Aufgabe.

Du, ganz grundsätzlich bin ich mehr als zufrieden mit meinem Job und ich weiss, auch meinen Kolleginnen und Kollegen geht es so. Wir haben, wie die ganze Branche, zwar unsere Herausforderungen, aber gerade 2023 war für uns ein spannendes und erfolgreiches Jahr.

Das freut mich. Ich persönlich fand ja, mit dem Auftritt als Gastregion an der Zuger Messe Ende Oktober/Anfang November habt ihr einen mächtigen Pflock eingeschlagen. Wie ich höre, gab es dafür sogar Lob aus Regierungskreisen.

Danke. Das sehen wir auch so. So ein Auftritt als Gastregion in einer zentralen Gäste-Herkunftsregion ist eine epochale Chance und wir konnten sie punktgenau nutzen, sind positiv aufgefallen und haben zu reden gegeben. Einerseits haben wir ja in der jüngeren Vergangenheit mit Pop-up-Stores Erfahrungen mit Publikumsevents gesammelt, andererseits hat hier die Einheit massgeblich zum Erfolg beigetragen.



Bättruf

Die Einheit?

Ja, das Engagement der touristischen Partnerinnen und Partner, die nicht nur mitgezogen, sondern sich auch aktiv eingebracht haben. Aber auch das nun schon seit einer Weile bewährte Zusammenspiel mit unseren Wirtschaftspartnern aus der Lebensmittelbranche. So konnten wir in einem einheitlichen und harmonischen Erscheinungsbild mit vielen anziehenden Elementen die Besucherinnen und Besucher auf 240 m² von Obwalden überzeugen beziehungsweise zum überdurchschnittlich langen Verweilen motivieren, was massenhaft zu guten, fundierten Beratungsgesprächen geführt hat. Dafür gab es tatsächlich Komplimente von ganz oben, was mich natürlich enorm freut. Aber auch von privaten Einheimischen, die die Messe besucht haben, sind sehr positive Rückmeldungen eingegangen, und auch die haben für uns einen unschätzbaren Stellenwert.

Klingt nach dem Höhepunkt des Jahres.

Das war die Zuger Messe zweifellos. Interessante Rückmeldungen gab es aber auch in Bern.

Da hattet ihr euren Stand an der BEA, der Frühlingsmesse, die unter anderem «viel Heimatgefühl» verspricht.

Ganz genau. Sie war der Auftakt ins Marketingjahr. Ich bin ja überzeugt, es geht im Tourismusmarketing kaum etwas über den persönlichen Kontakt zu potenziellen, aber auch Gelegenheits- und Stammgästen. Onlinekampagnen können nie das Gefühl ersetzen, das man Menschen gibt, wenn man sie vor ihrer Haustür besucht und ihnen persönlich vermittelt: «Bei uns sind Sie herzlich willkommen.» Dass diese Strategie greift, haben auch hier zahlreiche Unterhaltungen bestätigt – und mehr noch: Auch unsere Saat geht auf. Wir waren ja 2021 schon mal länger in Bern und sind bei jeder unserer Aktionen bestrebt, sie nachhaltig zu gestalten in dem Sinn, dass wir Gäste langfristig an uns binden wollen. So kam es, dass Berner Besucherinnen und Besucher sich an uns erinnern haben oder sogar unsere Gästezeitung dankend ablehnten mit den Worten «Die bekomme ich mit der Post», weil sie sie abonniert haben. Ist das nicht genial?

Als Hotelier kann ich dazu nur sagen: Ganz in meinem Sinn.

Ich denke, der Gedanke hinter dem Marketing-Tool Gästezeitung ist bestechend. Wir können sie in der Gäste-Akquise sichernd einsetzen, also Menschen, die schon bei uns waren, immer neue Impulse für einen nächsten Besuch geben. Genauso gut funktioniert sie aber auch bei Erstkontakten, denen die rund 20 Zeitungsseiten direkt vermitteln: Hier gibt es einen Geheimtipp zu entdecken. Und natürlich schliesst sich der Kreis zu den Publikumsanlässen, weil wir auch mit unseren Geschichten persönlich werden – im letzten Jahr haben wir in den beiden Ausgaben der Gästezeitung 31 Obwaldnerinnen und Obwaldner porträtiert, die hinter einem touristischen Angebot stehen.

Tönt fast zu gut, um wahr zu sein. Nicht, dass ich dir das wünsche, aber gewiss gab es auch in deinem Jahr Bauchweh-Themen.

Jaja, leider. Vor allem eins. Angefangen hat es damit, dass wir mit der Kündigung des Gästeportals – unseres überregionalen Internetauftritts – durch die federführende Luzern Tourismus AG konfrontiert worden sind. Wir standen also plötzlich vor der grossen Herausforderung, ab Mitte 2024 eine neue Inter-

netpräsenz kreieren zu müssen. Nach der Prüfung verschiedener Optionen hat sich dann Ende Jahr eine Lösung abgezeichnet. Sie liegt in der Zusammenarbeit mit Engelberg und wird gerade ausgearbeitet.

Ein ziemlicher Schock, kann ich mir vorstellen. Bei allem Fokus auf persönliche Begegnungen, ohne Onlinepräsenz geht es nun mal nicht.

Ganz genau. Aber wie so oft öffnet sich eine Tür, nachdem eine andere sich schliesst.

Dann erzähl mir zum Schluss – bevor ich aussteigen muss – noch etwas Erfreuliches.

Da fallen mir sogar zwei Themen ein. Wir konnten die Leistungsvereinbarung (LV) mit dem Kanton für die Periode 2024–27 unter Dach und Fach bringen. Obwohl wir die meisten Inhalte der kantonalen Vereinbarung integriert haben, sind hingegen die LV mit den Gemeinden noch nicht alle unterzeichnet. Einzelne Gespräche werden geführt und mittelfristig – sind wir überzeugt – werden wir alle LV abschliessen können. Und finanziell haben wir das Jahr 2023 mit einem kleinen Gewinn abgeschlossen.

Dann steht einem aktionsreichen Jahr 2024 ja nichts im Weg. Viel Erfolg dafür.

Danke, das wünsche ich dir auch. Bis zum nächsten Mal.

Damit bleibt mir nur noch, mich zu bedanken. Bei allen Partnerinnen und Partnern aus dem Tourismus, die unsere Vision teilen, mit uns Chancen packen, Ideen entwickeln, der Zukunft entschlossen in die Augen schauen. Beim Kanton und bei unseren Wirtschaftspartnern, die die Wechselwirkung zwischen Ferien und Food erkennen und nutzen. Bei den unzähligen Menschen, die uns bei unseren Vorhaben und Aktionen mit viel Elan unterstützen und damit ebenfalls zu unseren Erfolgen beitragen. Und nicht zuletzt bei meinem Team – Chiara, Conny, Désirée, Julia, Monika, Nadine, Tamara und Yves – sowie beim Verwaltungsrat. Euch im Rücken zu wissen, stärkt meine Ausdauer und auch meine Dialogfähigkeit substanziell.

Daniel Scardino
Geschäftsführer

OBWALDEN – Gastregion in Zug

Obwalden Tourismus war im Jahr 2023 ganz im Messesieber. Das Ziel, unseren potenziellen Gästen in ihrem Zuhause Obwalden ein Stück näherzubringen, wurde nach den Pop-up-Stores in Form von Messeauftritten weiterverfolgt. Der Auftritt als Gastregion an der Zuger Messe wurde zum Highlight des Geschäftsjahres 2023.

Messen

Anfang des Jahres 2023 stand aber eine andere Messe im Fokus: die BEA Messe vom 28. April bis 7. Mai 2023. Gemäss Medienmitteilung der BERN-EXPO strömten über 330 000 Besucherinnen und

Besucher während der zehn Ausstellungstage auf das Gelände. Obwalden Tourismus präsentierte sich auf einer Fläche von 24 m² dem Publikum und wurde dabei von diversen Partnern aus der Branche, welche als Tagesaussteller vor Ort waren, unterstützt. Kurz vor der BEA wurde die fünfte Ausgabe unserer Gästezeitung «Geheimtipp» in über 30 000 Haushalte in der Region mittels PromoPost-Versand zugestellt. Vor Ort wurde unter anderem die «2 für 1»-Tell-Pass-Aktion für den Sommer 2023 kommuniziert und den Besuchenden nähergebracht. Ergänzt wurde der Marketingmix mit Onlinewerbung auf der Plattform von 20 Minuten in der Region Bern.



Stand Obwalden Tourismus an der Messe BEA Bern



Auftritt Gastregion Obwalden an der Zuger Messe

Vom 28. Oktober bis 5. November 2023 trat Obwalden als Gastregion an der Zuger Messe auf. Der Auftritt als Gastregion wäre ohne die Unterstützung und Zusammenarbeit mit unseren Partnern aus Tourismus und Wirtschaft nicht möglich gewesen: Sportbahnen Melchsee-Frutt, Pilatus-Bahnen, Lungern-Turren-Bahn, Seilpark discOWer Melchsee-Frutt, Melchtal Resort, Seefeldpark Sarnen, Zentralbahn, Kaffee 13/15, Brunos, Kernser Pasta, Kernser Edelpilze, Seiler Käse, BioFamilia, Nahrin und Engelberg-Titlis Tourismus. Gemeinsam konnte ein vielseitiger, repräsentativer und erlebnisreicher Auftritt auf die Beine gestellt werden. Die ca. 240 m² Fläche, auf der sich Obwalden zeigen konnte, wurden mit Side Events umrahmt. Die Sportbahnen Melchsee-Frutt bewirtschafteten einen Ausenstand und konnten insbesondere die kleinen Besucherinnen und Besucher mit Spiel und Spass zusätzlich begeistern. Die Pilatus-Bahnen haben zusammen mit Jolanda Steiner eine Märchenveranstaltung ins Leben gerufen, wobei Pilu, das Pilatus-Maskottchen, einen grossen Auftritt geniessen durfte. Die Seminarhotels in Obwalden haben zu einem Apéro mit Podiumsdiskus-

sion eingeladen und die vielseitigen Seminarmöglichkeiten in der Region präsentiert. Auf der Hauptbühne wurde Obwalden wunderbar durch die Obwaldner Jungjuizer, Alphornbläser und eine Ländlerformation musikalisch repräsentiert. Zusätzlich wurde der Messeauftritt mit diversen Tagesausstellern ergänzt. Im Vorfeld wurde die sechste Ausgabe unserer Gästezeitung «Geheimtipp» mittels PromoPost-Versand in über 45 000 Haushalte in der Region Zug/Zürich verschickt. Der Marketingmix wurde ergänzt mit Displaywerbung in öffentlichen Verkehrsmitteln in der Region Zug. Im Anschluss an die Messe wurde auf der Plattform von 20 Minuten online nochmals in der Region Zug nachgefasst. In der Messezeitung der Zuger Messe durfte sich Obwalden als Gastregion über eine prominente Platzierung freuen. Diese wurde über die Zuger Presse in alle Zuger Haushalte und zusätzlich in Obwalden verteilt. Der Stand wurde rege besucht, und die Rückmeldungen waren positiv und sehr erfreulich. An dieser Stelle nochmals ein herzliches Dankeschön allen Partnerinnen und Partnern für die gemeinsame Umsetzung, die Unterstützung und die Zusammenarbeit.

Kampagnen

«2 für 1»-Tell-Pass-Aktion: Die Kampagne wurde bereits zum dritten Mal umgesetzt. Das attraktive Angebot bietet Gästen die Möglichkeit, ab zwei Übernachtungen in der Region und beim Kauf eines Tell-Passes den zweiten Tell-Pass kostenlos dazu zu erhalten. Auch Luzern Tourismus hatte die Aktion in einer etwas angepassten Version wieder im Programm. Die Aktion stiess auf grosses Interesse. Gegen Ende August 2023 war das Budget aufgebraucht und die Aktion wurde eingestellt. Von diesem Angebot konnten Gäste von Hotels, Ferienwohnungen und Campingplätzen in der Region profitieren.

Seminarkampagne: Gemeinsam mit sechs Seminarhotels wurde der Bereich MICE in Obwalden mit gezielten Aktionen gestärkt und beworben. Ergänzt wurden die Angebote der Seminarhotels mit einem speziellen Rahmenprogramm. Im Jahr 2023 konnten diverse Aktivitäten und Aktionen der Seminarkampagne umgesetzt werden:



Flyer «2 für 1»-Tell-Pass-Aktion

Das Seehotel Wilerbad hat ein Business Dinner angeboten. Dabei wurden gezielt potenzielle Gäste aus der Zielgruppe MICE nach Obwalden eingeladen. Vor Ort wurden den Gästen die Region und die vielseitigen Seminarmöglichkeiten inklusive der möglichen Rahmenprogramme nähergebracht. Zu den weiteren Aktivitäten gehörten der Auftritt an der Messe Miss Money Penny im Kongresshaus Zürich mit über 900 Besuchenden, Apéro und Podiumsgespräch an der Zuger Messe, Print- und Onlineauftritt auf den Miss-Money Penny-Plattformen, Aktualisierung und Neudruck Leporello mit allen Seminarhotels, Printplatzierungen im Event Location Guide sowie in unserer Gästezeitung «Geheimtipp» und Google-Ads-Schaltungen.

Onlinemarketing/Website

Onlinekampagne: Während des gesamten Jahres 2023 wurde eine Google-Search-Kampagne geschaltet, die auf die jeweilige Saison angepasst wurde und sich auf die Deutschschweiz als Zielgruppe ausrichtete.

Social Media: Im Bereich Social Media ist Obwalden Tourismus hauptsächlich auf den Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn (Seminar) und Youtube tätig. Mittels PaidPosts wurden gezielt Beiträge beworben und gepusht. Zusätzlich wurde im Jahr 2023 mit Influencern gearbeitet, welche über das Marketingprogramm von Luzern Tourismus gebucht werden konnten. Auf dem Kanal Instagram können wir keinen exzessiven, aber einen stetigen Zuwachs verzeichnen. Die Zahl der Abonnenten auf dem Facebook-Kanal von Obwalden konnte ebenfalls gehalten und leicht gesteigert werden. Obwalden Tourismus ist bestrebt, die Kanäle aktiv zu unterhalten und die Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern auf diesen Kanälen zu fördern. Ausserdem erfolgt ein regelmässiger Austausch mit Luzern Tourismus und neu auch mit den weiteren touristischen Regionen um den Vierwaldstättersee.

Website: Obwalden Tourismus ist bereits seit Frühsommer 2019 im Website-Verbund von Luzern Tourismus und somit bereits fast vier Jahre Teil des «Gästeportals». Während das Erscheinungsbild konstant gleich geblieben ist, musste im Analytics-Bereich eine Anpassung vorgenommen werden. Dies weil Goo-

gle die Datenerfassung des bis anhin implementierten «Universal Analytics» am 1. Juli 2023 einstellte. Da das neue Google Analytics 4 (GA4) auf einem vollständig neuen Datenmodell aufbaut und sich die Messparameter grundlegend verändert haben, wurde GA4 bereits im Jahr 2022 implementiert. So wurde sichergestellt, dass es im Umstellungsjahr 2023 zu keinen Lücken in der Webanalyse kam. Im Jahr 2023 generierten 234 097 Nutzer und Nutzerinnen auf der Website www.obwalden-tourismus.ch insgesamt 628 704 Seitenaufrufe. Mit einem Anteil von 66,7% sind die Zugriffe über Smartphones auch in diesem Jahr wiederum leicht angestiegen. Die Desktop-Endgeräte verzeichnen 30,2% und die Tablets 3,1% der Zugriffe. Aufgrund der erhöhten Google-Ads-Aktivitäten löste die Übersichtsseite unserer Sehenswürdigkeiten die Startseite als am häufigsten aufgerufene Seite ab. Dabei verzeichnen die Älggialp und die Moorlandschaft Glaubenberg die meisten Aufrufe. Des Weiteren wurden folgende Themen häufig besucht: Veranstaltungen, Wandern, die Geheimtipps sowie die Webcams und Unterkünfte.

Das Gästeportal steht vor grundlegenden Veränderungen. Bereits Ende 2022 haben sich die Geschäftsführer der Tourismusregionen um den Vierwaldstättersee im Rahmen der «Steeringboard-Sitzungen» über einen bevorstehenden Relaunch des Gästeportals ausgetauscht. Anfang 2023 wurde der definitive Beschluss gefasst, den bestehenden Vertrag mit CS2, dem Anbieter des bestehenden Gästeportals, aufzulösen. Da die Entwicklung einer eigenen Website finanziell nicht tragbar wäre, wurden im Rahmen eines Vorprojekts mit der auf Onlinemarketing spezialisierten Agentur Neustadt AG verschiedene Lösungsansätze und Kooperationen geprüft. Aus den daraus entstandenen Gesprächen und gewonnenen Erkenntnissen wurde entschieden, ein Klon der Website von Engelberg Tourismus zu erstellen. Der Effekt der visuellen Annäherung soll genutzt werden, um die Zusammenarbeit mit Engelberg Tourismus zu intensivieren und die dadurch entstehenden Synergien effizienter zu nutzen. Der Website-Relaunch soll im Herbst 2024 abgeschlossen werden.



Druckmaterialien

Im Printbereich sind insbesondere die beiden Gästezeitungen «Geheimtipp» Sommer Nr. 5 und Winter Nr. 6 zu erwähnen, die mit einer Auflage von 45 000 und 56 000 Exemplaren gedruckt wurden. Neben dem PromoPost-Versand wurden die Zeitungen aktiv an den Messen und Veranstaltungen sowie in der Region Obwalden bei unseren Leistungsträgern verteilt. Des Weiteren wurden im Jahr 2023 eine Überarbeitung und ein Nachdruck der Imagebroschüre sowie der Spazier- und Wanderkarte vorgenommen. Ebenfalls nachgedruckt wurde die Faltkarte der Velotouren in Ob- und Nidwalden, welche von Nidwalden Tourismus initiiert und von Obwalden Tourismus unterstützt wurde.

Weitere Aktivitäten

Videoproduktionen: Das Sendeformat «landuf, landab», welches auf dem Sender Sat.1 Schweiz ausgestrahlt wird, hat im Frühling 2023 eine Sendung aus Obwalden produziert. Gemeinsam mit der Fluonalp, mit den «Wägbüär Alpnach», den Pilatus-Bahnen und dem Wandelen Hof konnte eine vielseitige, abwechslungsreiche Sendung aus Obwalden zusammengestellt werden.



Sendung «landuf, landab» zu Besuch in Obwalden

Gemeinsam mit einem jungen Drohnenfotograf hat Obwalden Tourismus im Jahr 2023 mit kleinen Videoproduktionen von Obwalden gestartet. Die Aufnahmen sollen die neue Website untermalen, für die Social-Media-Kanäle und für Online-Displaywerbung genutzt werden. Zusätzlich werden die Aufnahmen auch den Leistungsträgern zur Verfügung gestellt, welche in den Aufnahmen vorkommen.

Luzerner Zeitung: Analog zu den Vorjahren publizierte Obwalden Tourismus auch im Jahr 2023 diverse Inserate und Publireportagen unter der Rubrik «Winter- bzw. Sommerausflug» in der Luzerner Zeitung.

Blog Luzern-Vierwaldstättersee: Auf der Plattform «Blog Luzern-Vierwaldstättersee» konnte das erste Mal die 100 000-Marke an Leserinnen und Lesern geknackt werden. 2023 waren 103 909 Leserinnen und Leser auf der Plattform, die 153 658 Seitenaufrufe generiert haben. Obwalden Tourismus hat gemeinsam mit den Partnern insgesamt 14 Blogbeiträge veröffentlicht.

Newsletter: Obwalden Tourismus verschickt zwei Typen von Newslettern: GästeneNewsletter und Partnernewsletter.

Aufgrund der neuen und verschärften Datenschutzbestimmungen hat Obwalden Tourismus im Bereich des GästeneNewsletters gehandelt und die bestehenden Kontakte zur Validierung ihrer Registrierung beim Newsletter aufgefordert. Leider folgte darauf ein starker Rückgang, was die Anzahl Abonnenten des GästeneNewsletters betrifft. Obwalden Tourismus arbeitet am Wiederaufbau des Kundstamms und überprüft alternative Möglichkeiten, um die Gäste über Angebote und Neuigkeiten auf dem Laufenden zu halten. Der Partnernewsletter dient dazu, die Leistungsträger und Partner über die Aktivitäten von Obwalden Tourismus auf dem Laufenden zu halten, über Neuigkeiten und Aktivitäten von Luzern und Schweiz Tourismus zu informieren sowie sonstige Mitteilungen aus der Region weiterzugeben.

«LET'S GOW»-App: Trotz minimalem Wachstum wurde der Betrieb der «LET'S GOW»-App nach gut vier Jahren am 21. Dezember 2023 offiziell eingestellt.

Dies, weil zum einen das auf vier Jahre angesetzte Fokusthema «Laufen» abgeschlossen wurde und zum anderen eine kostenintensive Weiterentwicklung nicht mehr gedeckt werden konnte.

Events

Im Jahr 2023 durften mehrere grössere Events in Obwalden begrüsst werden. Vom 23. bis 25. Juni 2023 fand das Innerschweizer Trachtenfest im Sportcamp Melchtal und auf der Melchsee-Frutt statt. 1000 Trachtenleute aus der ganzen Schweiz kamen zusammen, tanzten und musizierten. Gleich an drei Wochenenden im Juni fand das 27. Obwaldner Kantonschützenfest 2023 statt. Während 10 Tagen kamen über 7800 Schützinnen und Schützen aus der ganzen Schweiz zusammen. Anfang September 2023 durften dann rund 3000 Teilnehmer und Teilnehmerinnen an der 10. Ausgabe des Switzerland Marathon light in Sarnen begrüsst werden. Der Anlass fand zum letzten Mal unter diesem Namen statt. Zukünftig wird der Event unter dem Namen «Sarnersee Lauf» geführt. Daneben fanden weitere, teils seit vielen Jahren etablierte Events wie das O-iO (Oldtimer in Obwalden), das Festival erstKlassik am Sarnersee, die Ruderregatta, das Volkskulturfest Obwald, das Seenachtsfest Lungern, das Rapattack Festival und viele mehr statt. Der Profit, welchen die Region durch solche Events generiert, ist gross. Sei es hinsichtlich Logiernächte, Medienpräsenz, neue Gästesegmente etc. Obwalden Tourismus hat nur beschränkte Möglichkeiten (finanziell und strukturell), sich bei diesen Events einzubringen und Hand zu bieten, ist jedoch stetig bestrebt, die Unterstützung zu bieten, die möglich ist. Ein grosses und herzliches Dankeschön den Organisatoren und den vielen helfenden Händen, die dafür sorgen, dass wir solche tollen Events in der Region haben und durchführen können.

Projekte

Intensivseminar HFT Samedan: 20 Studierenden der Höheren Fachschule für Tourismus und Management aus Samedan waren Ende September/Anfang Oktober 2023 für eine Woche zu Gast in Obwalden. Den Studierenden wurden insgesamt fünf touristische Problemstellungen aus der Region vorgelegt, welche sie in Gruppen analysierten und ihre Ideen Ende Woche vorstellten. Es wurden folgende

Themen bearbeitet: «Alternative Winterangebote Langis-Glaubenberg», «Frequenzsteigerung der Postautolinie Giswil-Glaubenbielen-Sörenberg», «Oldtimer in Obwalden», «Schlechtwetterangebote Turren» und «Sommerangebotsentwicklung Melchsee-Frutt». Ende Jahr stellte die Fachschule die fertigen Arbeiten den Projektpartnern und Obwalden Tourismus zu. Eine spannende Möglichkeit, neue Ideen in die Region zu bringen und die Sichtweise junger Touristiker und Touristikerinnen einzunehmen, die die Region vor dieser Projektwoche nicht kannten.

Bikegenossenschaft: 2023 war das erste Betriebsjahr der Bikegenossenschaft, welche die Vision und die Strategie verfolgt: «Die Zentralschweizer Regionen nutzen das grosse Mountainbike-Potenzial durch eine überregionale Zusammenarbeit, um den Gästen ein attraktives Sommerangebot zu bieten.» Die Bikegenossenschaft hat im Jahr 2023 unter anderem daran gearbeitet, die Bekanntheit zu steigern und die Marke zu etablieren. Dabei wurden diverse Kampagnen gefahren und diverse Bike-Events vor Ort mit einem Stand besucht. Weiter wurde eine Bike-Kodex-Kampagne gestartet, die den fairen, toleranten und respektvollen Umgang fördern soll. Ein Projekt, das von den Zentralschweizer Kantonen (LU, SZ, UR, NW und OW) mitgetragen wurde. Daneben wurden weitere Projekte gestartet, die der Förderung des Mountainbikesports in der Zentralschweiz dienen. Obwalden Tourismus ist im Vorstand der Bikegenossenschaft und bringt sich an den Vorstandssitzungen mit ein. Durch Michael Heiserholt wird das Thema Mountainbike in Obwalden auch im Kanton mittels einer Konzepterarbeitung vorangetrieben.

AMA Aargauer Messe in Aarau: Vom 20. bis 24. März 2024 ist Obwalden Tourismus wiederum als Gastregion unterwegs. Dieses Mal im Schachen in Aarau. Der Auftritt als Gastregion wird in einem ähnlichen Rahmen wie an der Zuger Messe aufgegleist. Dadurch kann einiges übernommen werden. Nichtsdestotrotz ist die AMA ein Projekt, das bereits im Jahr 2023 mit der Planung und der Organisation startete. Obwalden Tourismus freut sich, mit beinahe allen Partnern vom Auftritt der Zuger Messe auch in Aarau aufzutreten und den rund 30 000 Besucherinnen und Besuchern ein Stück Obwalden zu präsentieren.



Obwaldner Jung Juizer bei der Eröffnungsfeier an der Zuger Messe



Marketingpool und Marketingprogramm

Die Arbeitsgruppe «Marketingpool» besteht aus Vertreterinnen und Vertretern der Tourismusbranche Obwalden. Im Jahr 2023 wurden zwei Sitzungen durchgeführt. Die Anzahl der Sitzungen war gering, da die grossen Massnahmen für das Jahr 2023 bereits klar definiert waren und auch das Jahr 2024 mit dem neuen Webauftritt und dem zweiten Auftritt als Gastregion nicht viel Spielraum offenlässt. Für das Jahr 2024 ist wieder ein grösserer Einsatz des Marketingpools geplant, unter anderem mit der Durchführung eines Workshops. Darin soll erarbeitet werden, wie die aktuell grossen Aktivitäten, insbesondere die Auftritte an Messen sowie die Gästezeitung, zu beurteilen sind und ob das auch zukünftig einen Erfolg versprechenden Weg darstellt. Dabei sollen alternative Wege und Ideen generiert und besprochen werden.

Das Marketingprogramm von Obwalden Tourismus wird jeweils gegen Ende Jahr den Partnerinnen und Partnern, Leistungsträgern und Leistungsträgerinnen präsentiert. Im Jahr 2023 fand die Präsentation der Marketingaktivitäten in einem neuen Rahmen statt. Obwalden Tourismus lud zu einem gemütlichen Networking-Brunch im Seehotel Wilerbad ein. Neben der Vorstellung der Marketing-Schwerpunkte für das Jahr 2024 durfte sich Pascal Wolf, Geschäftsführer REV Sarneraatal, der als Gastreferent vor Ort war, mit einem Vortrag den Teilnehmenden präsentieren. Pascal Wolf brachte den Anwesenden die Regionalentwicklung in Obwalden näher. Diese neue Form der Präsentation unseres Marketingprogramms stiess auf gutes Echo und die Anzahl der Teilnehmenden war sehr erfreulich.

Infrastrukturprojekte

Der Rückfluss aus den Tourismusabgaben an die Gemeinden beträgt jährlich 20 %. Ein Teil dieses Betrags wird für die Unterstützung von Infrastrukturprojekten eingesetzt. 2023 wurden 42 000 CHF für Infrastrukturprojekte ausgeschüttet. Folgende Projektanträge wurden unterstützt: Erneuerung Wandertafeln CH-Wanderland (Obwaldner Wanderwege), Innerschweizer Trachtenfest 2023, Projekt Audiotour Lungern, Sanierung/Vergrösserung Spielplatz Camping Seefeldpark, Sanierung IVS-Weg Alpnach, QR-Panorama-Bänkli für interaktiv unvergessliche Bergmomente Melchsee-Frutt, Open-Air-Bühne für die shOWtime und das Rapattack Festival 2023.

JAHRESRECHNUNG 1.1.2023–31.12.2023

BILANZ

AKTIVEN		2023	2022
		CHF	CHF
Umlaufvermögen	Flüssige Mittel	338 913.16	305 557.80
	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	68 023.35	103 786.75
	Delkredere	-16 600.00	-13 300.00
	Übrige kurzfristige Forderungen	15 415.85	10 643.20
	Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	16 220.00	7 050.00
	Aktive Rechnungsabgrenzungen	11 701.46	18 576.30
	Total	433 673.82	432 314.05
Anlagevermögen	Maschinen und technische Einrichtungen	98 400.00	75 000.00
	EDV-Anlagen	3 800.00	9 000.00
	Büromobiliar	1.00	1.00
	Total	102 201.00	84 001.00
Total Aktiven		535 874.82	516 315.05

PASSIVEN		2023	2022
		CHF	CHF
Kurzfristiges Fremdkapital	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	159 503.55	135 060.35
	Verbindlichkeiten gegenüber direkt oder indirekt Beteiligten und Organen	6 713.45	1 885.00
	Verbindlichkeiten Gutscheine	78 430.00	77 860.00
	Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	18 270.75	21 685.96
	Passive Rechnungsabgrenzungen	48 525.42	28 631.97
	Kurzfristige Rückstellungen	0.00	23 500.00
	Total	311 443.17	288 623.28
Langfristiges Fremdkapital	Fonds Infrastruktur-Projekte	7 119.96	14 777.16
	Total	7 119.96	14 777.16
	Total Fremdkapital	318 563.13	303 400.44
Eigenkapital	Aktienkapital	100 000.00	100 000.00
	Gesetzliche Kapitalreserve	127 200.00	127 200.00
	Gesetzliche Gewinnreserve	1 500.00	1 500.00
	Eigene Kapitalanteile	-5.00	-5.00
	Vortrag am 1.1.	-15 780.38	-134 384.62
	Jahresgewinn	4 397.08	118 604.23
	Bilanzverlust	-11 383.30	-15 780.39
	Total Eigenkapital	217 311.70	212 914.61
Total Passiven		535 874.83	516 315.05

FINANZEN

JAHRESRECHNUNG 1.1.2023–31.12.2023

ERFOLGSRECHNUNG

ERTRAG		2023	2022
		CHF	CHF
Betrieblicher Ertrag aus	Tourismusabgaben	858 870.45	834 911.60
Lieferungen und Leistungen	Beiträge Kanton Obwalden	162 000.00	162 000.00
	Ertrag aus Dienstleistungen	212 004.96	143 086.35
	Erlösminderungen	-3 600.00	3 893.80
Total Ertrag		1 229 275.41	1 143 891.75
AUFWAND		2023	2022
		CHF	CHF
Direkter Aufwand	Gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden	-171 714.10	-164 057.10
	Tourismuskoooperationen	-36 409.23	-28 581.02
	Marketing- und Werbeaufwand	-307 646.89	-270 753.72
	Total	-515 770.22	-463 391.84
	Bruttogewinn	713 505.19	680 499.91
Personalaufwand		-561 453.67	-527 500.04
	Bruttoergebnis nach Personalaufwand	152 051.52	152 999.87
Übriger betrieblicher Aufwand	Raumaufwand	-29 003.02	-28 969.80
	Unterhalt, Reparaturen und Ersatz	-1 341.44	-552.76
	Verwaltungs- und Informatikaufwand	-63 683.91	-67 867.65
	Sonstiger betrieblicher Aufwand	-31 946.18	-24 114.13
	Total	-125 974.55	-121 504.34
	Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, Steuern, Abschreibungen und Wertberichtigungen	26 076.97	31 495.53
Abschreibungen mobile Sachanlagen		-17 225.65	-31 266.88
	Betriebsergebnis vor Finanzerfolg und Steuern	8 851.32	228.65
Finanzerfolg	Finanzaufwand	-1 726.12	-1 580.62
	Finanzertrag	32.70	408.45
	Total	-1 693.42	-1 172.17
Ausserordentlicher oder periodenfremder Erfolg	Ausserordentlicher Aufwand	-2 260.82	0.00
	Ausserordentlicher Ertrag	0.00	120 000.00
	Total	-2 260.82	120 000.00
	Jahresgewinn/-verlust vor Steuern	4 897.08	119 056.48
Direkte Steuer		-500.00	-452.25
JAHRESGEWINN / -VERLUST		4 397.08	118 604.23

ANHANG

Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze, soweit diese nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind

Die angewandten Grundsätze entsprechen dem Gesetz.

Mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Grundsätze haben weder Wahlrechte bestanden noch wurden Ermessensentscheide gefällt, welche eine wesentliche Auswirkung auf die Erstellung der vorliegenden Jahresrechnung haben. Ferner liegen keine weiteren Besonderheiten bezüglich Bilanzierung vor, welche eine separate Darstellung benötigen.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Im Vorjahr wurden bei Forderungen in der Höhe von rund 16 000 CHF Einsprachen/Beschwerden eingereicht. Diese Forderungen wurden im Berichtsjahr bezahlt. Die Forderungen werden pauschal mit 5% wertberichtigt. Zusätzlich wurden Einzelwertberichtigungen im Umfang von 13 800 CHF (VJ: 9 200 CHF) vorgenommen.

Betrieblicher Ertrag aus Lieferungen und Leistungen

20% der Tourismusabgaben fließen an die Gemeinden zurück (gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden). Im Berichtsjahr wurde der Rückfluss der Tourismusabgaben abzüglich der effektiven Verluste aus Forderungen über 300 CHF berechnet.

	31.12.2023	Vorjahr
	CHF	CHF
Nettoauflösung der stillen Reserven		
Auflösung der stillen Reserven	23 680	0

Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen

Bis 10 Vollzeitstellen	zutreffend	zutreffend
------------------------	------------	------------

Eigene Aktien

Bestand eigene Aktien per 1.1.	5	5
Erwerb eigener Aktien	0	0
Veräusserung eigener Aktien	0	0
Bestand eigene Aktien per 31.12.	5	5

Die eigenen Kapitalanteile wurden der Obwalden Tourismus OT AG unentgeltlich zugesprochen. Daher wurden diese Kapitalanteile als Pro-Memoria-Position im Eigenkapital erfasst.

Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten aus langfristigen Mietverträgen: fester Mietvertrag bis 31. Mai 2028	93 810	128 050
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	11 624	14 519

Ausserordentliche, einmalige oder periodenfremde Positionen

Einmalige Kosten für Statutenänderung	2 261	0
Kompensation pandemiebedingter Ertragsausfälle aus Tourismusabgaben	0	120 000
Total ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	2 261	120 000

Antrag über den Vortrag des Bilanzverlusts

Der Verwaltungsrat schlägt vor, den Bilanzverlust wie folgt vorzutragen:

Vortrag am 1.1.	-15 780.39	-134 384.62
Jahresgewinn	4 397.08	118 604.23
Bilanzverlust am 31.12. und Vortrag auf neue Rechnung	-11 383.31	-15 780.39

REVISIONSBERICHT



Tel. +41 41 618 05 70
www.bdo.ch
ralf.minder@bdo.ch
roman.zurmuehle@bdo.ch

BDO AG
Kernserstrasse 31
Postfach
6061 Sarnen

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der

Obwalden Tourismus OT AG, Sarnen

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Obwalden Tourismus OT AG für das am 31. Dezember 2023 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen. Ein Mitarbeitender unserer Gesellschaft hat im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der eingeschränkten Revision war er nicht beteiligt.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über den Vortrag des Bilanzverlusts auf die neue Rechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Sarnen, 5. März 2024

BDO AG

Ralf Minder
Leitender Revisor
Zugelassener Revisionsexperte

ppa. Roman Zurmühle
Zugelassener Revisor

Beilagen
Jahresrechnung
Antrag über den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung

BDO AG, mit Hauptsitz in Zürich, ist die unabhängige, rechtlich selbstständige Schweizer Mitgliedsfirma des internationalen BDO Netzwerkes.

Dienstleistungen im Mittelpunkt

Dienstleistungskontakte

Die Infostelle am Bahnhof Sarnen 2023 verzeichnete rund 7,5 % mehr Kontakte als im Vorjahr. Diese beliefen sich auf gut 5700 persönliche Kontakte. Anfragen betragen 21,3 %. Der Verkauf von Gutscheinen und anderen Dienstleistungen hat mit 73,1 % den Hauptteil der Kontakte ausgemacht, während die TCS-Geschäftsstelle für 6,8 % der Frequenzen gesorgt hat, allgemeine Auskünfte für 1,9 % sowie solche zur Zentralbahn für 1,0 %. Eine Leistungsvereinbarung mit der Zentralbahn stellt die touristische Gästeinformation auch ausserhalb der Öffnungszeiten der Infostelle von Obwalden Tourismus sicher.

Verkaufssortiment

Der Absatz der Gastro-Gutscheine lag bei 401380 CHF und hat im Vergleich zum Vorjahr um 1,43 % abgenommen. Die meisten Verkäufe fielen mit rund 20 % auf den Monat Dezember.

Der Umsatz aus dem Verkauf von Gutscheinen der Sarnener Fachgeschäfte ist im Vergleich zum Vorjahr um 17 % gestiegen und betrug 51960 CHF.

Weiter wurden 108 Obwaldner Fischerpatente verkauft, was einem Umsatz von 4215 CHF entspricht.

Aus weiteren Verkaufsartikeln, namentlich Gutscheinen für die Mörlialp, Tell-Pässe, Krimi-Trails, Landeskarten und Einnahmen aus der Ticketplattform «See Tickets» resultierten 2023 Umsätze in der Gesamthöhe von rund 9258 CHF.

Eigene Produkte

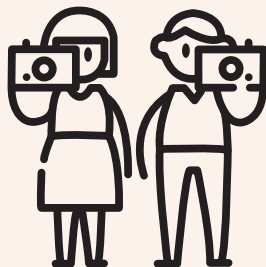
Das eigene Produkteangebot umfasst im Berichtsjahr nach wie vor Alufflaschen im Holzdesign, Taschenmesser mit Holzabdeckung und Schneidebretter. Der mit eigenen Produkten erzielte Umsatz lag bei 527 CHF. Im Jahr 2023 wurden keine zusätzlichen Eigenprodukte geschaffen.

Buchungen von Ferienwohnungen

Über das Schweizer Buchungsportal e-domizil werden auch Ferienwohnungen in Obwalden angeboten. Dieser Buchungskanal ist integraler Bestandteil unserer Website. Im Jahr 2023 waren 67 Objekte im Kanton (exkl. Engelberg) mietbar.

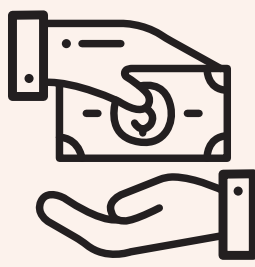
Aus 399 Buchungen über diesen Kanal resultierte ein Umsatz von rund 332340 CHF, das entspricht 65 Buchungen weniger als im Vorjahr und einem Umsatzrückgang von 13,5 %. Für die Buchungen verant-

Aktivitäten Infostelle am Bahnhof Sarnen



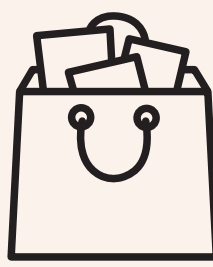
1077
GÄSTE

2022: 730 (+47,5%)
2021: 863 (-15,4%)



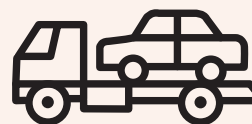
3817
VERKÄUFE

2022: 3513 (+8,65%)
2021: 2565 (+37,0%)



120
PROSPEKTE

2022: 107 (+12,1%)
2021: 121 (-11,6%)



677
TCS

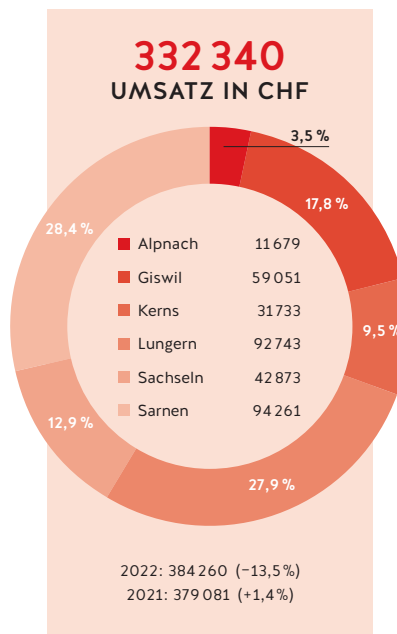
2022: 539 (+25,6%)
2021: 447 (+20,6%)

wortlich waren 1197 Gäste; pro Buchung reisen somit durchschnittlich 3 Personen an.

Hauptsächlich wird dieser Buchungskanal von Gästen aus der Schweiz genutzt – ihr Anteil machte rund 42% aus, gefolgt von 36% Buchungen aus Deutschland. Die über e-domizil generierten Logiernächte von 8267 verzeichnen im Berichtsjahr ein Minus von 18,4% gegenüber dem Vorjahr.

Die Digitalisierung schreitet weiter voran, was wir vermehrt auch bei unseren buchenden Gästen verspüren. Die Analysen von e-domizil haben ergeben, dass die Gäste direkt online buchen möchten (keine Anfragen per E-Mail oder Telefon). Aufgrund dieser Marktentwicklung wird es bei e-domizil in den nächsten Jahren einige Veränderungen geben. Die angebotenen Ferienwohnungen sollen möglichst direkt online zu jeder Zeit buchbar sein. Das aktuell beliebte Modell des Objektinrates mit direkter Kontaktaufnahme mit den Vermietern und Vermieterinnen soll mit der Zeit zu einem Auslaufmodell werden. Obwalden Tourismus bleibt rege im Austausch mit e-domizil und den Vermietern und Vermieterinnen, um hier eine Motivation zu einem Modellwechsel «Onlinebuchbarkeit» bei den Anbietern zu erreichen. Ein weiteres Ziel ist es, die freien Zeiträume in der Nebensaison besser auszulasten und online zur Verfügung zu stellen. Das hilft der Region, dem lokalen Gewerbe und lohnt sich, um zusätzliche Buchungen zu generieren. Das Potenzial online buchbarer Ferienwohnungen in Obwalden ist gross.

Buchungsumsatz Ferienwohnungen bei e-domizil



*Objekte = Ferienwohnungen, welche direkt online buchbar sind



Blick vom Landenberg, Sarnen

LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE

Mit 219 194 Logiernächten oder einem Plus von 10,9 % ist die Nachfrage nach Übernachtungen im Hotel 2023 gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen. In Sarnen konnte mit einem Anstieg um 3,8 % sogar das Niveau von vor der Coronapandemie erreicht werden. Gesamthaft sind wir vom Erreichen dieser Marke aber noch recht weit entfernt; die Logiernächtezah 2023 liegt noch um 27,8 % unter der von 2019.

Erfreulich ist, dass die Nachfrage aus allen Auslandsmärkten zugenommen hat. Insbesondere der Anstieg aus Europa (+18,3 %) stimmt zuversichtlich. Die beträchtlichen Wachstumsraten aus Asien (+189,7 %), Amerika (+98,1 %) und dem statistisch zusammengefassten Raum «Afrika/Ozeanien» (+272,9 %) sind allerdings vor dem Hintergrund des vorausgegangenen Einbruchs einzuordnen. Aber immerhin: Aus Asien konnten 2023 wieder 11 619 Übernachtungen verzeichnet werden, aus Amerika 5500. Aus Europa waren es 47 499, was einem Marktanteil von 21,7 % entspricht.

Treue Schweizerinnen und Schweizer

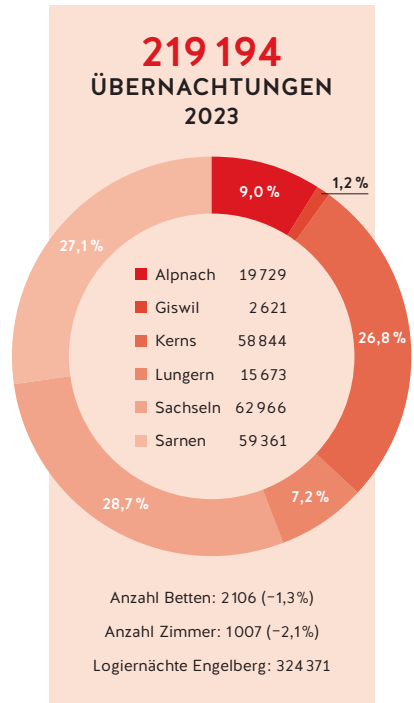
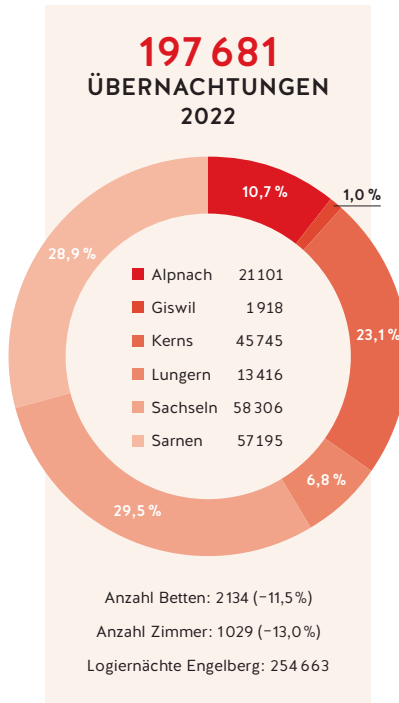
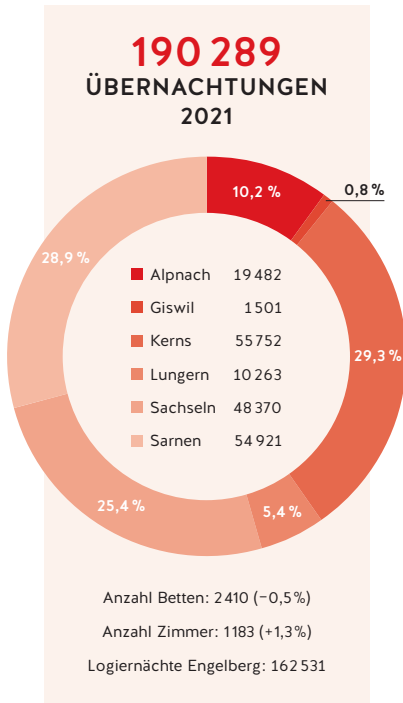
Während sich der relative Marktanteil der Schweizer Gäste mit der Erholung der ausländischen Nachfrage von 76,1 % im Vorjahr auf 69,9 % im Berichtsjahr verschoben hat, waren einheimische Touristinnen und Touristen dem Sarneraatal 2023 mehr als treu. Mit 153 120 Übernachtungen sorgte ihr Anteil gegenüber 2022 für ein Plus von 1,8 % oder 2768 Logiernächten.

Auf Gemeindeebene konnten mit Ausnahme von Alpnach alle Gemeinden vom Logiernächte-wachstum profitieren. In Giswil lag es bei 36,7 %, in Kerns bei 28,6 %, in Lungern bei 16,8 %, in Sarnen bei 3,8 % und in Sachseln bei 8 %. Der Rückgang in Alpnach lag bei 6,5 %. Nur eine marginale Veränderung gab es bei der Aufenthaltsdauer im Sarneraatal; bei 116 002 Ankünften lag sie 2023 im Durchschnitt bei 1,89 Nächten. Im Jahr davor waren es 1,88 Nächte.

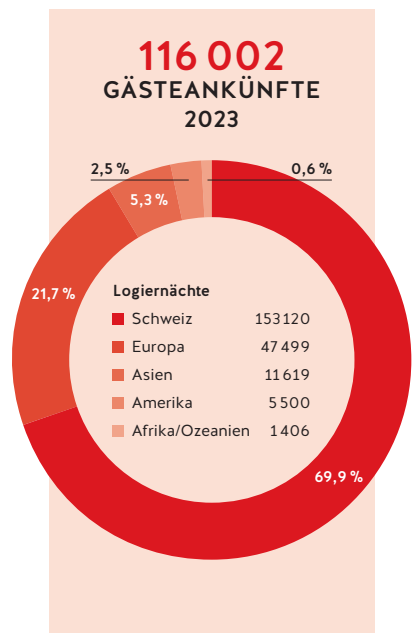
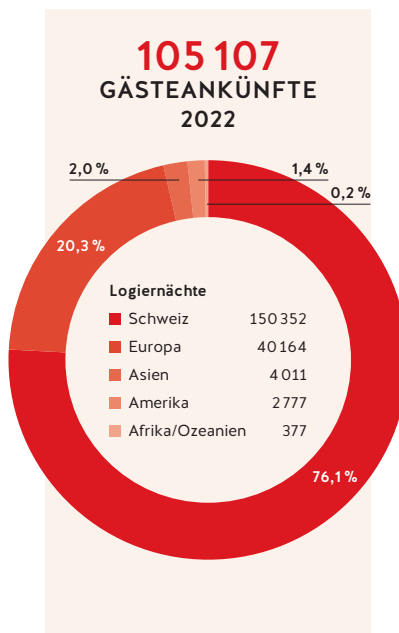
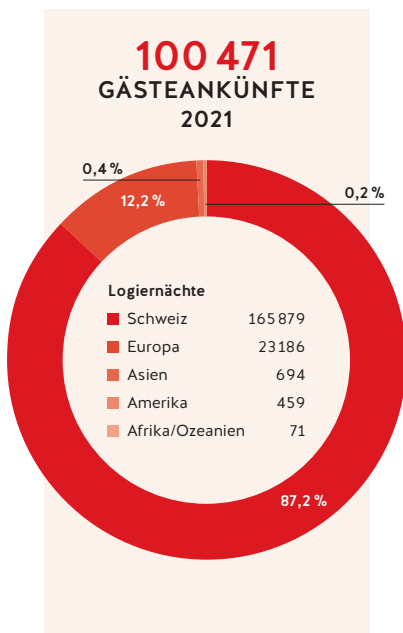


Gasthaus Engel, Sachseln

Logiernächte Hotellerie nach Gemeinden



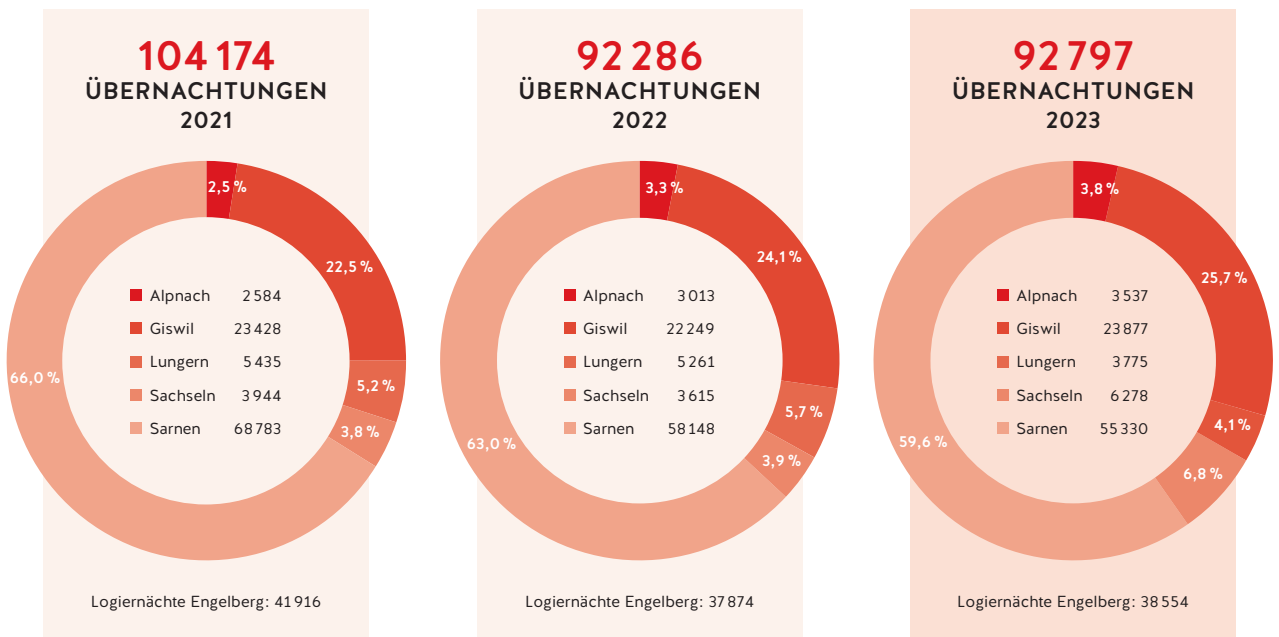
Anzahl der Gästeankünfte und Logiernächte Hotellerie nach Herkunftsländern



LOGIERNÄCHTE CAMPING

Auf den Sarneraataler Campingplätzen war die Nachfrage 2023 stabil. Mit 92797 Logiernächten lag sie um 511 Übernachtungen oder 0,6 Prozentpunkte über dem Vorjahr und damit praktisch gleichauf. Der Löwenanteil wurde mit 55330 Logiernächten in Sarnen verbucht, Giswil trägt mit 23877 Nächten zum Resultat bei, Sachseln mit 6278, Lungern mit 3775 und Alpnach mit 3537. Alpnach, Giswil und Sachseln haben in diesem Segment im Vergleich zum Vorjahr Übernachtungen gewonnen, Lungern und Sarnen eingebüsst. Ein nicht zu unterschätzender Effekt für die stabile Nachfrage auf den Campingplätzen dürfte das milde Wetter gewesen sein, das die Saison verlängert hat.

Logiernächte Camping nach Gemeinden



PARAHOTELLERIE

Auch das Angebot an Ferienwohnungen, Gruppenunterkünften, Berggasthäusern, Schlafen im Stroh etc. ist für die Beherbergung von Gästen in unserer Region ein wichtiges Segment. Leider fehlen dazu aussagekräftige Zahlen vom Bundesamt für Statistik. Stellvertretend sind in der Rubrik «Infostelle» punktuell Zahlen zu Ferienwohnungsbuchungen zu finden.



Blick auf Lungern mit dem Lungernersee

GESCHÄFTSSTELLE



Daniel Scardino
Geschäftsführer
100 % | seit 1. 11. 2019
aus Nottwil



Tamara Durrer
Marketingleiterin
100 % | seit 1. 9. 2019
aus Kerns



Yves Schwab
Marketing und Gästebetreuung
100 % | seit 1. 9. 2014
aus Beckenried



Désirée Blättler
Marketing und Gästebetreuung
30 % | seit 1. 12. 2013
aus Kerns



Nadine Amstutz
Marketing
40 % | seit 1. 3. 2013
aus Kerns



Monika Fallegger
Buchhaltung und Administration
50 % | seit 1. 10. 2019
aus Alpnach Dorf



Julia Kathriner
Gästebetreuung und Social Media
80 % | 15. 3. 2021–31. 12. 2023
aus Giswil



Lisa Wechlin
Praktikantin und Gästebetreuung
60 % | 1. 10. 2022–31. 10. 2023
aus Sarnen



Cornelia Baer
Gästebetreuung und Social Media
40 % | seit 1. 5. 2023
aus Sarnen



Chiara Iotti
Gästebetreuung und Social Media
60 % | seit 1. 11. 2023
aus Möhlin

AKTIONÄRE

Die Aufteilung der Aktien setzt sich wie folgt zusammen (Stand 31. 12. 2023): Der Kanton Obwalden besitzt 6947 Aktien (Anteil rund 69,5 %), die übrigen 400 Aktionäre zusammen 3053 Aktien (Anteil rund 30,5 %).

VERWALTUNGSRAT

Thorsten Fink, Präsident
Hotelier, Kerns

Christoph Zumstein
Inhaber Hotel Bahnhof, Giswil

Susanne Ming
Vertreterin Parahotellerie, Lungern

Beat Odermatt
Gemeinderat Sarnen, Sarnen

Hansruedi Odermatt
Inhaber Hotel Bahnhofli, Lungern

Stefan Flück
Gemeinderat Kerns, Kerns



Auf dem Sachsler Höhenweg



OBWALDEN

Tourismus



FOLGEN SIE UNS AUF SOCIAL MEDIA

