

OBWALDEN TOURISMUS AG
GESCHÄFTSBERICHT

2013





GESPÄCH ZWISCHEN VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENT FLORIAN SPICHTIG
UND GESCHÄFTSLEITER MARKUS BOLLIGER

Die Obwalden Tourismus AG ist seit dem 1. Januar 2013 operativ tätig. Im Rahmen eines lockeren Gesprächs blicken Florian Spichtig und Markus Bolliger zurück auf ein ereignisreiches erstes Geschäftsjahr.

Florian Spichtig (F.S.) Wie schnell doch die Zeit vergeht! Eben erst standen wir noch gemeinsam im Büro von Regierungsrat Niklaus Bleiker. Das war im Oktober 2012 und unsere erste Begegnung. Erinnerst du dich?

Markus Bolliger (M.B.) Klar! Ein paar Minuten zuvor habe ich die Zusage für die Stelle als Geschäftsleiter von Obwalden Tourismus erhalten. Die Freude war gross und natürlich auch die Motivation, den Tourismus im Kanton auf Vordermann zu bringen. Dazu kam die Spannung, den neuen «Chef» kennen zu lernen.

F.S. Ging mir damals genau so. Die Motivation, in «meinem» Obwalden mit Engagement und Kreativität eine funktionierende Tourismusdestination aufzubauen, war und ist immer noch gross.

M.B. Welches waren für dich als Verwaltungspräsidenten die grössten Herausforderungen im ersten Geschäftsjahr?

F.S. Chronologisch waren es die Übernahme der Geschäftsstelle von Sarnen Tourismus bis Ende 2012 und die Aufnahme der operativen Tätigkeiten von Obwalden Tourismus ab Januar 2013. Gleichzeitig formierte sich der VR unter meiner Leitung und die Umsetzung des neuen Tourismusetzes stand an. Dazu definierten wir die Marketingstrategie, gaben Obwalden Tourismus mit dem neuen Erscheinungsbild ein Gesicht und durften den Umzug in die neuen Büroräumlichkeiten am Bahnhof Sarnen vorbereiten.



Zudem mussten auch die Leistungsvereinbarungen mit dem Kanton und den Einwohnergemeinden vorbereitet werden. Wie sah das bei dir aus? Du hast ja am 1. Februar 2013 deine Tätigkeit als Geschäftsleiter aufgenommen.

M.E. Ich habe damals, wie es mir beim Vorstandsgespräch zugesichert wurde, wirklich eine grüne Wiese vorgefunden. Das machte für mich die Aufgabe umso spannender. Schritt für Schritt habe ich zentrale Aufgaben wie die Personalrekrutierung und die Organisation der Geschäftsstelle in Angriff genommen. Bei aller Aufbauarbeit war es dabei wichtig, den Fokus auf das Tagesgeschäft mit der Gästereinformation und der Vermarktung der Region nicht aus den Augen zu verlieren.

F.S. Apropos Aufbauarbeit: Seit Juni 2012 haben wir im Kanton Obwalden ein neues Tourismusetz.

« DIE MOTIVATION, IN «MEINEM» OBWALDEN MIT ENGAGEMENT UND KREATIVITÄT EINE FUNKTIONIERENDE TOURISMUS-DESTINATION AUFZUBAUEN, WAR UND IST IMMER NOCH GROSS. » F.S.

Leistungsträger wie etwa Hotels, Ferienwohnungen, Bergbahnen, aber auch Restaurants und weitere zahlen der neuen Tourismusorganisation eine jährliche Pauschale. Das Geld fliessen neu nicht mehr in die einzelnen Gemeinden, sondern zur Obwalden Tourismus AG. Wie hast du die Umsetzung des neuen Gesetzes erlebt?

M.B. Zuerst mussten wir uns ein Bild machen, wer im Kanton vom neuen Gesetz betroffen ist, da gegenüber früher nicht mehr nur die Beherberger Abgaben bezahlen müssen. Danach galt es herauszufinden, wer diese Abgabepflichtigen sind. In den Kategorien Hotels, Ferienwohnungen und Transportunternehmern war dies relativ unkompliziert. Um jedoch an die Daten der Zweitwohnungsbesitzer im Kanton zu gelangen, mussten wir einen starken Effort leisten. Ich staunte nicht schlecht, als wir über 700 Zweitwohnungsbesitzer im Kanton ausmachten – und dies ohne Engelberg! Die Abgabepflichtigen wurden dann im Juni, Juli das erste Mal mit einer provisorischen Verfügung über die Höhe der Abgabe informiert.

F.S. Das gab ja dann ziemlich viele Telefonanrufe und schriftliche Einwände.

M.B. Da die meisten der Zweitwohnungsbesitzer mit unserer provisorischen Verfügung zum ersten Mal vom neuen Gesetz erfahren, waren sie natürlich nicht erfreut, eine höhere Abgabe bezahlen zu müssen. Das Ausmass der Reaktionen hat mich dann aber doch überrascht. Die Verantwortung von über 500 Vorbehalten zum neuen Gesetz hat uns im Zeitplan arg zurückgeworfen. Aber es gelang uns schliesslich, das neue Gesetz umzusetzen und die entsprechenden



Abgaben in Rechnung zu stellen. Der Initiaufwand im ersten Jahr war sehr gross. Ich bin aber zuversichtlich, dass wir die administrativen Aufwände in Zukunft massiv senken können. Am meisten Zeit benötigte ich, um die Absicht der neuen Gesetzgebung zu erklären.

F.S. Kannst du das Tourismusgesetz im Kanton Obwalden in ein paar Sätzen zusammenfassen?

M.B. Das neue Gesetz ist für den Tourismus eine kleine Revolution. Statt einer Kurtaxe verlangen wir nun eine jährliche Pauschale. Dies belohnt die Fleissigen, Leistungsträger, die ihre Unterkünfte nur wenige Wochen im Jahr vermieten, haben das Nachsehen. Mit der Annahme der Zweitwohnungsinitiative im Frühjahr 2012 entstanden auch neue Überlegungen zur Nutzung touristischer Infrastrukturen. Das neue Gesetz soll unsere Leistungsträger motivieren, ihre Betten möglichst oft zu vermieten. Mit der Schaffung des neuen Gesetzes und dem grossen finanziellen Engagement des Kantons haben wir die Verantwortung und die Aufgabe übernommen, den Kanton nach ausser zu tragen und unsere Landschaften, unsere Kultur und unsere Vielfalt aktiver zu vermarkten.

Nach der Gründung der Obwalden Tourismus AG im Sommer 2012 mussten alle Funktionen vor den Verwaltungsgängen über den Geschäftsleiter bis zu den MitarbeiterInnen neu besetzt werden. Das Amt des Verwaltungsratspräsidenten hat im November 2013 Herbert Spölin, Georg Jägi aus Sachseln, übernommen. Markus Bolliger aus Alpnach übernahm die Funktion des Geschäftsführers am 1. Februar 2014. Für beide ist die Aufgabe einer neuen, selbstständigen Verwaltungsgeschäftsleitung für den alten Kantonstil ein grosser Anreiz und Herausforderung zugleich.

fördern und diese Segmente mit gezielten Massnahmen anzusprechen. Was hast du für das laufende Jahr in Planung?

M.B. Der neue Internetauftritt bildet das Herzstück der Kommunikation, auf welchem alle anderen Massnahmen aufgebaut sind. Zusätzlich bearbeiten wir die einzelnen Geschäftsfelder mit gezielten Aktivitäten. Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Information nach innen, indem wir den Leistungsträgern und Gemeinden das Informationsmaterial für die Gästebetreuung vor Ort zur Verfügung stellen. Ein Highlight bildet sicherlich auch der Auftritt vom Kanton Obwalden am Sechseläuten. Der Tourismus ist einer der Schwerpunkte und wir wollen den Zürichern die Vielfalt und die kurze Reisezeit nach Obwalden näherbringen. Übrigens: Mit welchen Geheimtipps würdest du versuchen, neue Gäste anzulocken?

« OBWALDEN BESTEHT AUS VIELEN KLEINEN TOURISTISCHEN PERLEN. DIESE GILT ES AUFZUSPÜREN UND ENTSPRECHEND ALS GEHEIMTIPPS ZU VERMARKTEN. » M.B.

F.S. Da weiss ich gar nicht, wo anfangen. Obwalden ist voller kleiner Geheimtipps! Vom Fischessen am See bis zum Bratthäs auf der Alp, vom Sonnenaufgang auf dem Giswilerstock bis zur Freinacht am Fasnetmontag. Und seien wir ehrlich: Die Chance, auf einen Steinbock zu treffen, ist bei uns am Tomlihorn grösser als fast überall sonst in der Schweiz.

Give-Aways – An der Eröffnung des Bahnreisenzentrums fanden die kurz zuvor produzierten Give-Aways wie die OW-Kleber, Schokoladen und Ballone reisenden Absatz. An diversen Sportveranstaltungen in Obwalden sind zudem gebrandete Trinkflaschen verteilt worden.

Starke Partnerschaften sind in der Tourismusbranche nicht mehr wegzudenken. Bei Partnerschaften gilt es, die Synergien zu nutzen und Kräfte zu bündeln, um gemeinsame Kampagnen zu lancieren.

Kooperationen

Schweiz Tourismus (ST) – ST ist ein wichtiger Partner für Obwalden Tourismus. Durch die grosse Erfahrung und Marktbeobachtung sowie das Netzwerk von ST konnten im Jahr 2013 diverse Kampagnen lanciert werden. Die von Vierwaldstättersee Tourismus übernommene Website wurde ebenfalls von ST unterhalten.

Luzern Tourismus (LT AG) – Eine sehr enge Partnerschaft pflegt OT mit Luzern Tourismus. Gemeinsame Aktivitäten wie Messeauftritte, PR- und Medienkommunikation sowie Print- und Onlinewerbung haben durch gebündelte Marketinggelder grössere Wirkung im Markt, und Obwalden kann zusätzlich von der grossen Bekanntheit von Luzern profitieren. OT ist ebenfalls Mitglied des Marketingbeitrags Zentralschweiz, welcher durch Koordination von LT AG mehrmals jährlich tagt.

Weitere Partner – Der Austausch und die Angebotskoordination mit den lokalen Tourismusorganisationen in Obwalden sind sehr wichtig. Die lokalen Tourismusorganisationen sind insbesondere für die Gästebetreuung, die Infrastruktur vor Ort sowie die Angebotsgestaltung zuständig. Obwalden Tourismus konzentriert sich auf den Gesamtauftritt, die Kundengewinnung und die Angebotsbündelung. Um das Tourismusbewusstsein im Kanton zu stärken und die Gastfreundschaft aktiv zu leben, spielen auch die Bevölkerung, das Gewerbe und die Politik in diesem Gebilde eine wichtige Rolle.

Networking – Mit dem neuen Tourismusgesetz und der Gründung der neuen Obwalden Tourismus AG war der Informationsbedarf über die Neuerungen und weitere Zusammenarbeiten sehr gross. Mit persönlichen Besuchen bei Leistungspartnern, Vorträgen und Teilnahmen an Generalversammlungen diverser Organisationen und mit Informationsveranstaltungen für Leistungspartner wurde versucht, offene Fragen zu klären und das Tourismusbewusstsein zu stärken.

Product Management

Basis für die Angebotsgestaltung und -erweiterung war die im Mai erfolgte Bestandsaufnahme der touristischen Infrastruktur, des touristischen Angebots und der Leistungsträger. Dies erleichterte die spezifische Bearbeitung der Segmente erheblich. Aus der Bestandsaufnahme wurden die Geheimtipps abgeleitet und entsprechend vermarktet.

Obwaldner-Kombi – Ein neues Pauschalangebot wurde mit dem «Obwaldner-Kombi» ins Leben gerufen. Gäste konnten von April bis Oktober 2013 erstmals drei oder fünf Übernachtungen buchen und erhielten dazu den Tell-Pass zu einem Vorzugspreis. Das Package war auch im Winter buchbar.

Malwetbewerb Obwalden – Der von Sarnen Tourismus lancierte Malwetbewerb über die Sommersaison hinweg wurde von Obwalden Tourismus übernommen und auf den ganzen Kanton ausgeweitet. So konnten Kinder, die mit ihren Familien in Obwalden die Ferien verbrachten, ihr schönstes Plätzchen in Obwalden auf dem Malbogen zeichnen und die Zeichnung im Tourismusbüro abgeben. Jede Person, die eine Zeichnung vorbeibrachte, erhielt einen Gutschein für ein Dessert in einem beliebigen Restaurant in Obwalden. Der Wettbewerb fand grossen Anklang bei den Feriengästen.

SnowCard – Eine attraktive Winterpauschale ist in Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus entstanden. Bei Buchung dieses Angebots mit mindestens einer Übernachtung im Kanton Obwalden erhielt der Gast die SnowCard für einen Skitag in einem von 14 Wintersportgebieten der Zentralschweiz.



Filmaufnahmen Melchsee-Fruut

Rahmenprogramme für Gruppen und Seminare

Für die Bearbeitung der wichtigen Segmente Gruppen und Seminare wurden Rahmenprogramme für zwei Stunden, Halbtage und ganze Tage im Kanton Obwalden ausgearbeitet. Diese Zusammenstellung erlaubt es, bei Gruppen- und Seminaranfragen das optimale Programm für einen Aufenthalt mit Ausflugstipps in Obwalden zu präsentieren. Flankierend dazu wurde auch eine Übersicht mit Schlechtwetterangeboten erstellt – damit wird Obwalden auch bei Regen zum Geheimtipp.

Dorfführungen Sarnen und Flüeli-Ranft – Die Dorfführungen in Sarnen und Flüeli-Ranft waren besonders im September sehr gefragt. An einer «Schnupperdorfführung» hatten potenzielle Führer sowie Mitarbeiter des Bahnreisecentrums und der Hotel- und Restaurantbetriebe die Möglichkeit, den geschichtlichen Hintergrund von Sarnen kennen zu lernen. Dank treuen Führern konnten im vergangenen Jahr gesamthaft 24 Dorfführungen organisiert werden. Diese Führungen erfreuen sich grosser Beliebtheit bei unseren Gästen. Obwalden Tourismus möchte solche Angebote in Zukunft vermehrt in die Kommunikation aufnehmen.

Folklore im Sommer – Während der Sommermonate fanden insgesamt vier Folkloreabende statt. Das Hotel Krone in Sarnen, das Parkhotel Waldheim in Wilen, das Kurhaus am Sarnersee Wilen sowie das Seehotel Wilerbad Wilen machten vom Angebot Gebrauch und boten ihren Gästen einen urigen Abend mit guter Unterhaltung. Zu diesen Anlässen gab es seitens der Hotels und der Gäste ausschliesslich positive Rückmeldungen.

**Kommunikationsmassnahmen
Onlinemarketing**

– Das Onlinemarketing bestand aus drei Hauptaktivitäten: der Internetseite, dem Facebook-Auftritt sowie der Betreuung externer Web-Einträge. Mit dem Start von Obwalden Tourismus wurde der Internetauftritt von Vierwaldstättersee Tourismus übernommen. Hierbei wurde man tatkräftig von Giswil Tourismus unterstützt. Dafür bedankt sich Obwalden Tourismus herzlich. Die Aktualisierung und Instandhaltung dieser umfangreichen Website nahm viel Zeit in Anspruch. Die Inhalte mussten angepasst und neue Angebote aufgeschaltet werden. Die Seite zeigte das Angebot von den Kantonen Ob- und Nidwalden. Für das erste Jahr hat Obwalden Tourismus die Pflege der Website auch für

Nidwalden Tourismus ausgeführt. Folgende Statistik zeigt auf, wie viele Besucher sich für das touristische Angebot von Ob- und Nidwalden interessiert haben.

Besucher Website 2013	
Besucher Total	312 693
Neue Besucher	75 %
Wiederkehrende Besucher	25 %
Seitenaufrufe	1 952 258
Seiten/Besucher	6.24

(Quelle: Google Analytics)

Im Marketing bildet der neue Internetauftritt das Kernstück der Kommunikation. 2013 wurde intensiv an den Vorbereitungen für den Relaunch gearbeitet. Dabei wird auf emotionale Bilder und informative Karten gesetzt. Ab dem Jahr 2014 werden Obwalden und Nidwalden Tourismus mit separaten Internetseiten auftreten. Seit dem Bezug der neuen Büroräumlichkeiten beim Bahnhof Sarnen verfügt Obwalden Tourismus auch über einen Facebook-Account. Regelmässig wurden seither Angebote, Geheimtipps, Veranstaltungen, Fotos und Videos gepostet. Die Fananzahl steigt stetig. Per Ende Jahr 2013 zählte www.facebook.com/obwalden über 600 Fans. Obwalden Tourismus pflegt nebst der eigenen Website auch diverse externe Webinhalte bei Tourismuspartnern, Schweiz Mobil, GPS-Tracks und vielen mehr. Diese galt es aktuell zu halten.

Marktbearbeitung – Obwalden Tourismus hat im ersten Geschäftsjahr hauptsächlich Imagewerbung betrieben, um die Marke «Obwalden – der Geheimtipp» bekannt zu machen. Im Sommer lagen die Schwerpunkte bei den Aktivitäten Wandern, Fischen und Biken. Im Winter lag der Fokus auf Wintersport, Wellness und Gastronomie. Über das ganze Jahr hinweg wurden Veranstaltungsinhalte in den lokalen Medien publiziert. Die Insertionen wurden hauptsächlich in der Zentralschweiz und Zürich realisiert.


Im internationalen Markt war Obwalden Tourismus mit der Keypartnerschaft bei Schweiz Tourismus im Markt Deutschland in diversen Printmedien, mit Onlinepräsenzen, Mailings und organisierten Medientreisen präsent. Bereits aufgegleist sind einige Massnahmen für das Jahr 2014 in den Niederlanden und wiederum Deutschland.

Events – Ein wichtiges Standbein zur Steigerung des Bekanntheitsgrades sind diverse Anlässe mit einer überregionalen Ausstrahlung. Obwalden Tourismus unterstützt die Organisationen vorwiegend in Form von Kommunikationsmassnahmen, Unterkunftscoordination oder bei der aktiven Mitarbeit im Organisationskomitee. Ein Überblick einiger Anlässe, welche Obwalden Tourismus im 2013 unterstützt hat, sind unten aufgelistet. Nebst diesen Veranstaltungen sind im vergangenen Jahr auch diverse Projekte für Grossanlässe in den Jahren 2014 und 2015 in Angriff genommen worden.

- Oldtimer in Obwalden
- Schweizer des Jahres Äggigalp
- Mountainman
- o-tour Bike Marathon
- Grosse Alpabfahrt Kerns
- Weihnachtsmärkte Obwalden

Medienarbeit – Obwalden Tourismus pflegt nationale und internationale Medienkontakte. Mit der Kommunikation von Neuigkeiten und der Koordination von Medienreisen vor Ort wurden im vergangenen Jahr zahlreiche Themen bearbeitet und veröffentlicht. Folgende Aufgaben umfasst die Tätigkeit von Obwalden Tourismus im Medienbereich:

- Kontaktpflege im In- und Ausland
- Medien- und Partner-Newsletter
- Planung und Koordination der Medienreisen
- Betreuung von Presseleuten
- Mitorganisation von Studienreisen, Fam Trips
- Austausch und Zusammenarbeit mit den Medienabteilungen von Luzern Tourismus und Schweiz Tourismus
- Nachbearbeitung und Controlling der Besuche und Berichte in und über Obwalden



WO?

BLAUSEE AUF MELCHSEE- FRUIT

GEHEIMTIPP
FISCHEN

→ BACHFORELLEN
 → REGENBOGENFORELLEN
 → SAIBLINGE
 → NAMAYCUSH

Edelstich für Fliegenfischer
 – Saisonende 20. Oktober,
 20 Min von der Bergstation
 erreichbar. Alle Infos unter
www.melchsee-fruit.ch

www.obwalden-tourismus.ch/fischen

Zweiteiliges Inserat Fischen



Screenshot der neuen Website

JAHRESRECHNUNG OT AG 25.9.2012 - 31.12.2013

ERFOLGSRECHNUNG

	25.9.2012 - 31.12.2013	CHF
ERTRAG		
Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	Tourismusabgaben Beitrag Kanton Obwalden Ertrag aus Dienstleistungen Erlösminderungen Betriebsertrag aus Lieferungen und Leistungen	964 277.20 180 000.00 110 887.65 -15 600.00 1 239 564.85
AUFWAND		
Direkter Aufwand	Gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden Freiwillige Abgaben Einwohnergemeinden Aufwand Tourismuskoooperationen Werbeaufwand Übriger Marketingaufwand Total direkter Aufwand	-194 000.00 -75 000.00 -32 750.85 -115 700.90 -107 870.19 -525 321.94
Bruttoergebnis nach direktem Aufwand		714 242.91
Personalaufwand		-616 493.45
Bruttoergebnis nach Personalaufwand		297 749.46
Übriger betrieblicher Aufwand	Raumaufwand Unterhalt, Reparaturen, Ersatz Verwaltungs- und Informataufwand Sonsiger betrieblicher Aufwand Total übriger betrieblicher Aufwand	-26 390.00 -10 539.05 -80 462.16 -27 907.45 -145 298.66
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Wertberichtigungen, Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern		152 450.80
Abschreibungen	Abschreibungen Mobilbar, Einrichtungen, EDV	-23 304.75
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern		129 066.05
Finanzerfolg	Zinsaufwand, Spesen Zinsertrag Total Finanzerfolg	-1 207.09 215.15 -991.94
Betriebsergebnis vor ausserordentlichem Erfolg und Steuern		128 074.11
Ausserordentlicher Ertrag	NRP Projekt Aufbau Personalausleihe von Dritten für Aufbau Rückstellungen Grossanlässe Rückstellungen Projekte Marketing Rückstellungen Deftiggarantie Tourismusvereine Ausserordentlicher Aufwand	410 828.95 -99 225.50 -192 000.00 -130 000.00 -112 500.00 -533 725.50
Jahresgewinn vor Steuern		5 177.56
Steuern		-1 006.70
JAHRESGEWINN		4 170.86

ANHANG

Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen Bis 10 Vollzeitstellen	31.12.2013	zureiffend
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	CHF	10 552.35

Übrige Angaben

Diese Jahresrechnung wurde nach dem neuen Rechnungslegungsrecht, das seit dem 1. Januar 2013 in Kraft ist, erstellt. Die Obwalden Tourismus OT AG wurde am 25. September 2012 gegründet. Beim Berichtsjahr handelt es sich um ein überlanges Geschäftsjahr, deshalb sind keine Vorjahresangaben ausgewiesen.

Freiwillige Angaben

Brandversicherungswert der Sachanlagen	CHF	160 000.00
--	-----	------------

ANTRAG ÜBER DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS

Der Verwaltungsrat schlägt vor, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:

	25.9.2012 - 31.12.2013	CHF
Gewinnvortrag		0.00
Jahresgewinn		4 170.86
Bilanzgewinn		4 170.86
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve		-500
Vortrag auf neue Rechnung		3 670.86



REVISIONSBERICHT

IBDO

Tel. 041 464 2777
Fax 041 466 2778
www.ibdo.ch

BDO AG
Kornstrasse 31
6061 Sarnen

Bericht des Wirtschaftsprüfers an den Verwaltungsrat zur Jahresrechnung der Obwalden Tourismus OT AG in Sarnen
Auftragsgemäss haben wir als Wirtschaftsprüfer die beiliegende Jahresrechnung der Obwalden Tourismus OT AG bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seite 15 bis 17) für das den Zeitraum vom 25. September 2012 bis 31. Dezember 2013 umfassende Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Verwaltungsrates

Der Verwaltungsrat ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Verwaltungsrat für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Verantwortung ist, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die beruflichen Verhaltensanforderungen einzuhalten und die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erfassung von Prüfungsschwächen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstige Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Existenz und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Sarnen, 21. März 2014

BDO AG

Andreas Matti

dipl. Wirtschaftsprüfer

i.V. Barbara Odermatt-Ziegler

Beilagen

Jahresrechnung

BDO AG, am Hauptort in Zürich, ist die unabhängige, rechtlich einflussstarke Schweizer Mitgliedervereinigung des internationalen BDO Netzwerkes.

Die Infostelle hat ein turbulentes Jahr hinter sich. Die Bilanz fällt aber trotzdem sehr positiv aus.

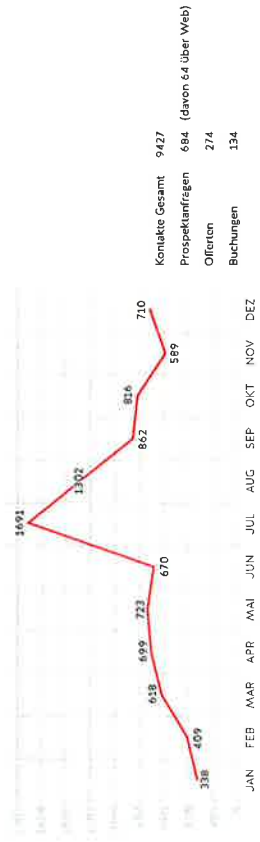
Anfragen, Buchungen und Offerten – Nebst den Anfragen für Obwalden galt es aufgrund einer mit Nidwalden Tourismus fürs Jahr 2013 abgeschlossenen Leistungsvereinbarung auch die Anfragen für Nidwalden zu beantworten. Die Infostelle fungiert auch als TCS-Kontaktstelle und Mountainman-Sekretariat. Rund 684 Prospektanfragen, 262 Buchungen und 274 Offerten wurden von der Infostelle im Jahr 2013 bearbeitet.

Neues Kompetenzzentrum am Bahnhof – Ende Juni 2013 erfolgte der Umzug ins Bahnreisezentrum, welches mit einer gelungenen Eröffnungsfeier am 4. Juli 2013 eingeweiht wurde. Die neuen Öffnungszeiten führen zu personellen Engpässen, weshalb nach einem Monat Probestaufbeschluss wurde, den 7-Tage-Betrieb auf sechs Tage zu reduzieren. Erfolgreich war der Umzug allemal: Touristen sowie Einheimische schätzen die neue zentrale Lage und die Infostelle erfreute sich besonders während des Sommers grosser Laufkundschaft. Die Zusammenarbeit mit der Zentralbahn gelang auf Anhieb, wovon die Gäste auch in Zukunft profitieren können.

Auswertung der Kontakte – Im ersten Jahr kontaktierten über 9400 Kunden die Infostelle. Den mit Abstand grössten Teil der Kontakte betrafen Anfragen für Obwalden, gefolgt vom TCS und Nidwalden. Bahnankünfte im Dienste der Zentralbahn wurden erst seit dem Umzug berücksichtigt. Viele der Kontakte für Obwalden sind auf Auskünfte zum neuen Tourismusgesetz zurückzuführen. Neben unzähligen Telefonanrufen gingen rund 500 Vorbehalte ein. Diese zusätzliche Belastung erschwerte die Bewältigung des Tagesgeschäfts zum Teil erheblich.

Verkaufssortiment – Das Sortiment der Infostelle wurde durch Gutscheine der Mörthalp und der Melchsee-Frukt erweitert. Die beliebten Gastro-Gutscheine können neu auch in den Tourismusbüros Kerns und Giswil bezogen werden. Der Verkauf der Fischerpatente verlief aussergewöhnlich gut, es wurden insgesamt 132 Patente abgegeben. Die Statistik kann seit Juli 2013 ausserhalb der Öffnungszeiten von Obwalden Tourismus bei der Zentralbahn zurückgegeben werden. Für einige Grossanlässe im laufenden Jahr übernimmt die Infostelle die Kontingentsabwicklung der Unterkünfte. Die Vorbereitungen haben bereits 2013 begonnen.

Kontakte pro Monat



Die neue Infostelle im Bahnreisezentrum Bahnhof Sarnen



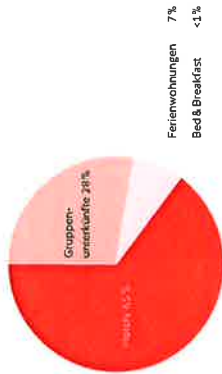
Eröffnungsfeier am 4. Juli 2013

LOGIERNÄCHTE

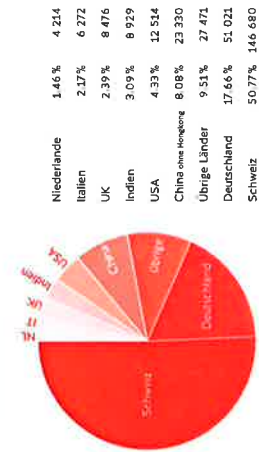
Die Hotellerie in der Schweiz verzeichnete gemäss den Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik im Jahr 2013 insgesamt 35,6 Millionen Logiernächte. Dies sind 2,5 Prozent mehr als 2012. Auch der Kanton Obwalden befindet sich im Aufschwung: Hier beträgt die Zunahme gegenüber dem Vorjahr stattliche 3,9%. In absoluten Zahlen wurden in den Obwaldner Hotels 604 970 Logiernächte generiert, was einem Plus von 22 552 Logiernächten entspricht. In der Zentralschweiz schlägt die Zunahme mit 2,9%

(96 398 Logiernächten) zu Buche. Insgesamt wurden in der Zentralschweiz total 3 414 116 Logiernächte gezählt. Noch viel erfreulicher für die Obwalden Tourismus AG ist die Tatsache, dass im Sarneraatal (ohne Engelberg) 6,3% mehr Logiernächte verbucht werden konnten als 2012. Die Hotels im Sarneraatal verzeichneten 288 803 Logiernächte und stehen somit an der Spitze des schweizerischen Mittels. Einzig der Kanton Zug verfügt über eine höhere Zuwachsrate.

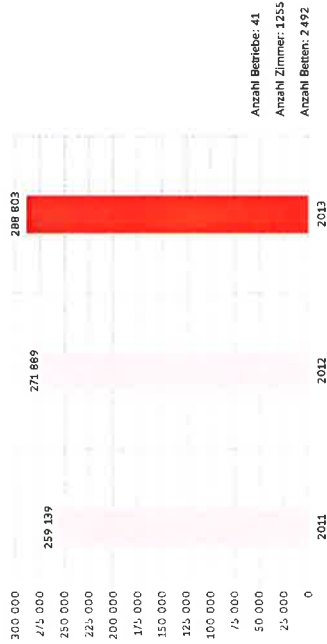
Anteil Logiernächte



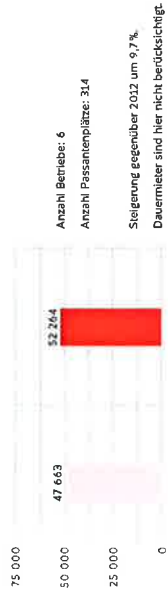
Gästerherkunft



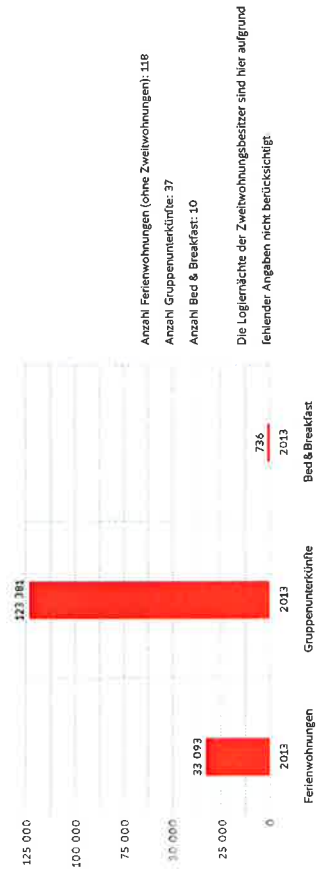
Hotellerie



Camping



Ferienwohnungen, Gruppenunterkünfte, Bed & Breakfast



ZIELE

Im ersten Geschäftsjahr lag der Schwerpunkt vor allem auf dem Aufbau der Organisation. Das Jahr 2014 steht dagegen ganz im Zeichen der Vermarktung des Kantons Obwalden. Die Marketing-Aktivitäten für die verschiedenen strategischen Geschäftsfelder werden im Detail geplant und umgesetzt. Neben der Vermarktung spielen auch die Aufbereitung der Informationsmittel für Gäste, Bevölkerung und Leistungsträger sowie die Vereinheitlichung der Angebote eine wichtige Rolle. Dazu hat der Verwaltungsrat für das Jahr 2014 folgende Ziele festgelegt.


EVENTS

Veranstaltungen gehören zu den am schnellsten wachsenden Teilsegmenten im touristischen Leistungsbündel. Der Eventtourismus wird immer bedeutender, trägt er doch auch erheblich zur Wertschöpfung des Kantons bei. Auch im Jahr 2014 stehen zahlreiche kulturelle und sportliche Grossanlässe in Obwalden an. OT bietet die eigenen Kommunikationskanäle zur Bewerbung des Anlasses an und unterstützt die Veranstalter teilweise mit aktiver Mitarbeit. Viele der Events sind wiederkehrend und sind so der ideale Treffpunkt für Einheimische und Gäste.

→ Steigerung der Wertschöpfung in der Region (Logiernächte und Frequenzen)
 → Verbesserung des Informationsflusses gegen innen
 → Definition von konkreten Informationen und Leistungen für Gäste und für Abgabepflichtige
 → Definition gezielter Marketing-Aktivitäten mit Ausrichtung auf die Segmente
 → Schwerpunkt des Marketings bildet der Raum Zürich mit dem Auftritt am Sechseläuten
 → Lancierung einer Datenbank mit Schnittstelle zur Buchhaltung

25.-28. April 2014 → Auftritt Sechseläuten Zürich
 7.-8. Juni 2014 → Oldtimer in Obwalden
 7.-8. Juni 2014 → Internationale Ruderregatta
 15.-16. Juni 2014 → Velofest – Tour de Suisse in Sarnen
 3.-6. Juli 2014 → Volkskulturfest Obwald
 Juli 2014 → Schweizerfest Obwald
 31. Juli 2014 → Seenachtsfest Lungern
 16. August 2014 → Mountainman
 29.-31. August 2014 → Zentralfest Sarnen
 7. September 2014 → Switzerland Marathon Light
 14. September 2014 → o-tour Bike Marathon






Finden Sie Ihre Mitte und die der Schweiz.

Von der Wirkungsstätte des heiligen Bruder Klaus zur Älggäalp, dem Mittelpunkt der Schweiz. Geniessen Sie die Ruhe und Natur dieser Kraftorte.

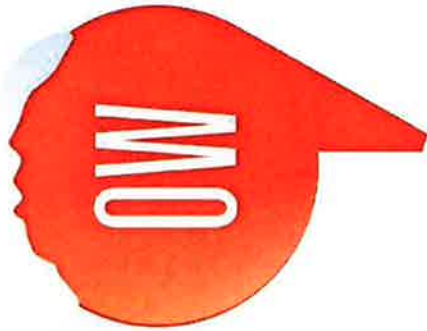
From the domain of Brother Klaus to the Älggäalp, the centre of Switzerland. Enjoy the peace and quiet of these places of energy.

Come into your own and Switzerland's centre.

www.obwalden-tourismus.ch

OBWALDEN
der Geheimtipp

WINTERPARADIES



Ob mit oder ohne Schnee.



VERWALTUNGSRAT



U.l.n.r.: Thomas Spitzmüller, Hansruedi Odermatt, Niklaus Bleiker, Bruno Della Torre, Alexandra Townend Genoni, Florian Spichtig, Walter Kändler, Beat von Deschwanden, Josef Inderbitzin. Es fehlt Beat Odermatt.

- | | |
|--|---|
| Florian Spichtig* Präsident
Geograf, Sachseln | Beat Odermatt
Gemeinderat Sarnen, Sarnen |
| Josef Inderbitzin* Vice-Präsident
Direktor Hotel Krone, Sarnen | Hansruedi Odermatt
Restaurant Bahnhöfli, Lungern |
| Niklaus Bleiker*
Regierungsrat, Alpnach | Thomas Spitzmüller
Präsident Giswil-Mörtlialp Tourismus, Giswil |
| Bruno Della Torre
Geschäftsleiter Berghotel Bonistock, Kerns | Alexandra Townend Genoni
Direktorin Parkhotel Waldheim, Wilen |
| Walter Kändler
Präsident Gastro Obwalden, Flüeli-Ranft | Beat von Deschwanden
Techn.-Leiter Sportbahnen Melchsee-Fruut, Kerns
(ohne Stimmrecht) |

* VR-Ausschuss

AKTIONÄRE

Das Aktienregister wird an der offiziellen Generalversammlung aufgelegt und kann von den Aktionären eingesehen werden. Die Aufteilung der Aktien setzt sich wie folgt zusammen (Stand 31.12.2013): Der Kanton Obwalden besitzt 7643 Aktien, die übrigen 353 Aktionäre zusammen 2357 Aktien.

GESCHÄFTSSTELLE



Von links: Romy Bacher, Désirée Blättler, Anja Degiampietro, Markus Bolliger, Marion Imfeld, Nadine Röthlin.

- Markus Bolliger *Geschäftsführer 100%*
Alpnach
- Nadine Röthlin *Leitende Marketing 100%*
Stans
- Anja Degiampietro *Leitende Instandhaltung 100%*
Alpnach
- Désirée Blättler *Gästebetreuung 70%*
Kerns
- Romy Bacher *Gästebetreuung 40%*
Lungern
- Marion Imfeld *Gästebetreuung 40%*
Sarnen

HERAUSGEBER
Obwalden Tourismus AG
Bahnhofplatz 1 | 6060 Sarnen
Telefon +41 (0) 41 666 30 40
info@obwalden-tourismus.ch
www.obwalden-tourismus.ch

KONZEPTION UND GESTALTUNG
Annette Aufenwieser
Agentur für Kreativität und Gestaltung
www.a-a.ch
FOTOGRAFIE
A. A. Herz und Kopf, Elvira Kammerer,
OT AG, Maria Böhler, Beat Föllmi

TEXT
Therese von Trapp, OT AG
KORBENSTIL
Friedrich-Josef Schwegler-Werndt,
DBU
Kocherhaus AG, Groll,
Reinhold J. Oberli (engl.) / J. H.



OBWALDEN

Tourismus



