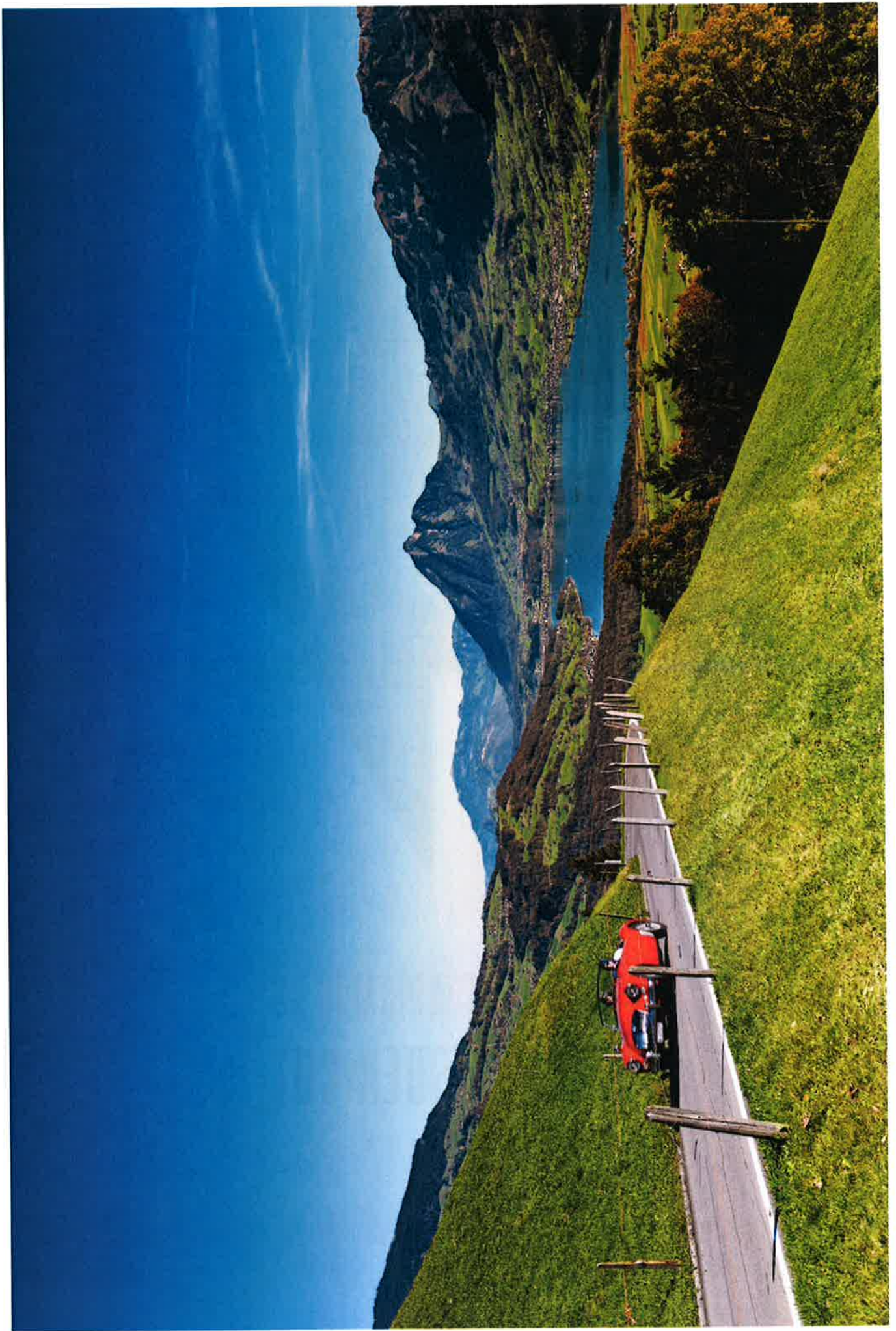




OBWALDEN TOURISMUS AG
GESCHÄFTSBERICHT

2014





GESPRÄCH ZWISCHEN VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENT FLORIAN SPICHTIG
UND GESCHÄFTSLEITER MARKUS BOLLIGER

**Für die noch junge Obwalden Tourismus AG war auch das
zweite Geschäftsjahr geprägt von vielen herausfordernden,
spannenden und auch speziellen Geschäften.**

Florian Spichtig (F.S.) Im ersten Jahr 2013 musste sehr viel Aufbauarbeit betrieben werden. 2014 war somit das erste reguläre Geschäftsjahr. Markus, was waren für dich die grössten Herausforderungen?

Markus Bolliger (M.B.) Wie schon 2013 im ersten Geschäftsjahr musste einerseits das Tagesgeschäft mit den zahlreichen Anfragen bewältigt und die Aufbauarbeiten der Organisation abgeschlossen werden und zugleich eine aktive Vermarktung des Kantons stattfinden. Für mich und vor allem auch für mein Team waren diese Schwierigkeiten zum Teil ein Spagat. Aber ich muss meinem Team ein Kompliment machen, wir konnten alle gesetzten Ziele erreichen. Beim Abschluss der Aufbauarbeiten spürte ich eine grosse Unterstützung vom Verwaltungsrat.

F.S. Tatsächlich war unser Anliegen immer auch spektiv und pragmatisch im Aufbau zu unterstützen. Wir wussten aufgrund der Jahresziele, dass die Ablösung des Reservationssystems erfolgen musste, die gemäss Gesetz definierten Leistungsvereinbarungen mit den Einwohnergemeinden unterschriften, die Entlastung der administrativen Aufgaben vorantreiben, aber auch die künftige Strategie diskutiert werden mussten. Wir wurden an den sieben Sitzungen im vergangenen Jahr mit spannenden Themen konfrontiert und auch gefordert. Ich hoffe sehr, wir konnten dir damit gute Rahmenbedingungen setzen.

M.B. Ja, dank euren raschen Entscheiden konnten wir auf der operativen Ebene zügig vorwärtsmachen. Für uns war es unter anderem sehr wichtig, dass das bestehende Reservationssystem Deskline durch ein modernes System abgelöst werden konnte.

Aus meiner Sicht ist es für die Unterkunftsanbieter heutzutage unentbehrlich, dass sie auf den Online-Portalen präsent sind. Ich denke, mit den Anbietern e-domizil und STC haben wir den richtigen Schritt gemacht. Leider ist es aber so, dass zurzeit noch nicht alle Hotel- und Ferienwohnungsbesitzer ihr Angebot aufschalten wollen.

F.S. Warum ist denn trotz dem noch fehlenden Willen aus deiner Sicht so wichtig, dass die Unterkünfte online buchbar sind?

M.B. Das Buchungsverhalten hat sich in den letzten Jahren stark verändert. So haben die Gäste vor 10 Jahren noch die örtliche Tourismusorganisation kontaktiert, um sich über Übernachtungsmöglichkeiten zu informieren.

« FÜR DIE UNTERKUNFTSANBIETER IST ES UNENTBEHRLICH, DASS SIE SICH AUF DEN ONLINE-PORTALEN PRÄSENTIEREN. »

Heute erfolgt die Suche zum grössten Teil über das Internet. Wenn eine Unterkunft gesucht wird, so wird bei Google der Begriff «Unterkünfte in Obwalden» eingegeben. Und wer hier nicht vertreten ist, hat ziemlich geringe Chancen, vom Kunden angefragt und gebucht zu werden. Und mit den neuen Systemen haben wir eine gute Präsenz. Zudem steigt es die Attraktivität einer Region enorm, wenn möglichst viele Unterkünfte angeboten werden. Wir

müssen hier sicher noch Überzeugungsarbeit leisten, damit Obwalden mit den vielen Ferienwohnungen und schönen Hotels im Internet besser präsent ist. Jetzt aber etwas ganz anderes. Wie sieht es eigentlich mit den vom Gesetz vorgeschriebenen Leistungsvereinbarungen mit den Einwohnergemeinden aus? Das hat die Obwalden Tourismus AG während dem letzten Jahr auch ziemlich beschäftigt.

F.S. Wir haben mit den betroffenen Einwohnergemeinden und auch Tourismusorganisationen in zahlreichen Sitzungen und Gesprächen versucht, eine einheitliche Lösung zu finden. Unser Ziel war ganz klar, dass die gesetzlich vorgeschriebenen 20 Prozent der Tourismusabgaben, welche an die Gemeinden zurückfliessen, möglichst effizient eingesetzt werden können. Es hat sich gezeigt, dass die Wünsche und Anforderungen der sechs Gemeinden ziemlich breit gefächert sind und wir nicht allen Ansprüchen gerecht werden können. Daher hat der Verwaltungsrat einen Grundsatzentscheid gefällt und die Leistungsvereinbarungen darauf aufgebaut.

M.B. Und wie sieht dieser Grundsatz der Leistungsvereinbarungen aus?

F.S. Die 20 Prozent Rückfluss der Tourismusabgaben an die Gemeinden, das sind aktuell CHF 175.000.00 pro Jahr, bestehen aus drei Teilen. Mit dem grössten Teil helfen wir, die örtlichen Infostellen zu finanzieren, ein Teil wird für regionale Veranstaltungen, unter anderem das FIS Europacup Rennen, das wir für lokale und regionale touristische Projekte zur Verfügung. Ich bin überzeugt, dass der Verwaltungsrat hier einen Schritt in die richtige Richtung macht. Denn nur gemeinsam und koordiniert können wir den Tourismus im Kanton stärken und weiter ausbauen.

M.B. Auch mit unserer zukünftigen Strategie habt ihr euch im Verwaltungsrat befasst. Kannst du hierzu bereits etwas berichten?

F.S. Der Prozess ist noch nicht abgeschlossen. Was sich aber abzeichnet, ist die Stärkung der bereits im Vorfeld definierten Geschäftsfelder «Natur, Sport und Bewegung, Pilgern, Kultur und Veranstaltungen».

Obwalden hat diesbezüglich noch Steigerungspotenzial. Aber statt Worten brauchen wir Taten! Ein Paradebeispiel hierzu ist der Ausbau des Angebots im Bereich Mountainbiking. Wir stehen dazu in engem Kontakt

«NUR GEMEINSAM UND KOORDINIERT KÖNNEN WIR DEN TOURISMUS IM KANTON STÄRKEN UND WEITER AUSBAUEN.» F.S.

mit der neu gegründeten IG Bike Obwalden und der Projektgruppe BikeArena Giswil, aber auch mit verschiedenen kantonalen Ämtern, Gemeinden oder den Obwaldner Wanderwegen. Wir möchten mit der Unterstützung des Regionalentwicklungsverbands Sameraatal respektive mit NRP-Geldern Mittel beschaffen, um eine überregionale Bike-Region aufzubauen. Gegenüber den alpinen Mitbewerbern haben wir die grossen Vorteile, dass Obwalden respektive die Zentralschweizer Voralpen, sehr gut erreichbar sind und Biker sich während neun Monaten im Jahr vergnügen können und eine entsprechende Wertschöpfung in den Hotels, Ferienwohnungen, Bergbahnen und Restaurants generiert werden kann.

M.B. Das sehe ich auch so. Die Obwalden Tourismus AG hat zwar die Hauptaufgabe, den Kanton touristisch zu vermarkten, aber wir müssen uns sicher auch dafür einsetzen, dass entsprechend attraktive Angebote im Kanton aus- und aufgebaut werden.

F.S. Du warst mit deinem Team aber nicht nur mit Aufbauarbeiten beschäftigt. Kannst du kurz zwei, drei Höhepunkte nennen, wie ihr Obwalden im 2014 vermarktet habt?

M.B. Marketingmässig haben wir einiges unternommen. Da war die Lancierung der neuen Webseite, für welche wir übrigens immer noch Komplimente erhalten, oder die Einführung gezielter Werbemittel wie Postkarten, Dorfpläne und die Winterbroschüre.

In Kooperation mit Luzern Tourismus und Schweiz Tourismus waren wir an Werbekampagnen in der Schweiz, in Deutschland und auch Holland beteiligt und haben selber diverse Werbeaktivitäten mit den



Markus Bolliger, Florian Spichig

Schwerpunkten Wintersport, Wandern und Fischen durchgeführt. Auch konnten wir sechs internationale Medienreisen in Obwalden begleiten und die Teilnehmer vom tollen Angebot überzeugen. Als Highlights dürfen auch der einmalige Auftritt am Zürcher Tour de Suisse erwähnt werden. Wir waren bei beiden Anlässen stark involviert und haben den Kanton mit seinen besten Seiten erfolgreich präsentiert. Ich denke, diese grosse Präsenz ist enorm wichtig für die Region und ich bin überzeugt, dass dies auch viele neue Gäste nach Obwalden bringt.

F.S. Tatsächlich hat sich Obwalden an diesen Grossanlässen vorbildlich gezeigt! Frische und freche Auftritte haben wir uns auf die Fahne geschrieben und umgesetzt.

«MIT VIEL HERZBLUT UND ÜBERZEUGUNG AUF UNSERE EINZIGARTIGKEIT SETZEN UND DER FRANKENSTÄRKE TROTZEN.» F.S.

Meines Erachtens müssen wir in diesem Jahr mit der aktuellen Frankenstärke noch mehr auf unsere Einzigartigkeit setzen und die 200 Jahre Gastfreundschaft in der Zentralschweiz unter dem Titel «Gästival» mit Herzblut anpacken. Zu vorzuziehenden Wegekärlern, herzlich einen Bratchässervieren, hilfsbereit Ski vermieten oder spannende Geschichten und Sagen erzählen – jede und jeder ist gefordert.

M.B. Unter dem Motto «Obwalden – der Geheimtipp!» machen wir auf uns aufmerksam, und diverse Geheimtipps hat Obwalden Tourismus während dem letzten Jahr verraten. Was sind deine persönlichen Geheimtipps für 2015?

F.S. Ich beschränke mich (ohne Anspruch auf Vollständigkeit) auf einmalige Anlässe: Das Jubiläumsfest zum Gästival mit der längsten Theke der Welt im Sarner Dorf (30. Mai), das Zentralschweizerische Jodlerfest (26.–28. Juni), 150 Jahre Tourismus auf Melchsee-Frutt mit dem Jubiläumabend (14. August) und das Jubiläumsjahr «Engelberg – 200 Jahre bei Obwalden». Wir dürfen uns 2015 also wieder auf ein veranstaltungsreiches Jahr freuen.



Obwalden Tourismus kann auf einige wegweisende Massnahmen, Projekte und Events zurückblicken, die gemeinsam dazu beitragen, den Kanton neu zu positionieren.

Bereits Anfang 2014 war klar, dass dieses Jahr im Bereich Marketing vielversprechend und spannend wird. Der Onlinegang der neuen Webseite, der Auftritt als Gastkanton am Sechseläuten in Zürich und der Halt der «Tour de Suisse» in Sarnen waren nur einige Highlights, die auf das Team der Obwalden Tourismus AG zukamen. In diesem arbeitsreichen Jahr konnten im Bereich Werbemittel und Marktbearbeitung ebenfalls Meilensteine gesetzt werden.

Werbemittel / Drucksachen

Postkarten und Steller – Seit dem Gastauftritt am Sechseläuten in Zürich wirbt die Obwalden Tourismus AG mit über 30 Geheimtipp-Postkarten. Diese dienen einerseits als Informationsmittel für die Gäste, andererseits können Besucher diese als Souvenir mit nach Hause nehmen oder an Verwandte und Bekannte in die ganze Welt senden. So gelangen die Geheimtipps wiederum in die Hände von potenziellen Gästen. Die Geheimtipp-Postkarten können in Restaurants und Ferienunterkünften kostenlos bezogen werden. Die Postkarten befinden sich in roten Stellern, welche mit dem Obwalden-Tourismus-Logo versehen sind. Einige der Geheimtipps lassen sich auch als e-Card auf der Webseite versenden.

Dorfpläne und Panoramakarten – Ebenfalls 2014 ist von jeder Gemeinde ein Dorfplan kreiert worden. Mit der Erstellung dieser Dorfpläne ist man dem Bedürfnis der Leistungspartner nachgekommen, welche so die Gäste vor Ort besser beraten und auf den Karten entsprechende Highlights direkt einzeichnen können. Nebst den Dorfplänen gibt es nach wie vor die Panoramakarte, auf welcher die Seen- und Berglandschaft des Kantons optimal zur Geltung kommt. Darauf ist zudem auch das Wanderwegnetz ersichtlich.

Gästebroschüre Winter – Im September 2014 ist die erste Gästebroschüre von Obwalden erschienen. Die Winterbroschüre 2014/2015 bietet den Gästen einen breiten Überblick über die Region Obwalden mit all ihren Besonderheiten.

Die Broschüre setzt sich aus Informationen über Feriennorte, Top Events, Wintersportgebiete, Adventure, Wasserwelt, Kunst und Kultur, Unterkunstmöglichkeiten sowie aus einer Auflistung der Restaurants zusammen. Gedruckt wurde die Gästebroschüre in Deutsch und Englisch, um auch im internationalen Markt potenzielle Gäste anzusprechen. Zukünftig wird die Broschüre zweimal jährlich jeweils für die Winter- und die Sommersaison erscheinen. Die neue Sommerbroschüre wird den Gästen im April 2015 zur Verfügung stehen. Neben der Webseite ist die Broschüre das wichtigste Marketinginstrument. Sie wird bei Publikums- und Fachmessen und in den Tourist-Informationen der Region Luzern-Vierwaldstättersee eingesetzt und ist über das Mailinghouse von Schweiz Tourismus weltweit erhältlich. Die Broschüre liegt auch in Hotels, Restaurants und allen Tourismusbüros in Obwalden auf.

Werbematerial – Die Obwalden Tourismus AG präsentierte sich über das Jahr 2014 an zahlreichen Messen und Ausstellungen persönlich mit einem Stand vor Ort. Damit Obwalden auch glaubwürdig als «der Geheimtipp» vermarktet werden konnte, wurde Messematerial angeschafft. Dies sind zum einen sechs Roll-Banner, welche auf verschiedene konkrete Angebote in Obwalden hinweisen, und zum anderen ein Werbebanner, welcher mit der starken Bildeprache auf einer Grösse von fünf auf drei Metern besonders imponiert.



OBWALDEN
SARNEEN



OBWALDEN
SARNEEN



OBWALDEN
SARNEEN



OBWALDEN
SARNEEN

Roll-Banner für Messeauftritte.

Eventmanagement

Der Kanton Obwalden darf stolz sein auf seine Dichte und Vielfalt an Veranstaltungen. Unzählige kulturelle und sportliche Anlässe sind wiederkehrende touristische Anziehungspunkte für Gäste. Als besonders attraktiv beurteilen Gäste dabei traditionelle, authentische Veranstaltungen sowie einzigartige Sportevents. Im vergangenen Jahr sind drei Anlässe besonders zu erwähnen, da sie nur einmalig oder zum ersten Mal in Obwalden stattgefunden haben:

Tour de Suisse in Sarneen – Die Gemeinde Sarneen wurde als Etappenort für die Tour de Suisse ausgewählt. Der Tross fuhr am Sonntag, 15. Juni 2014, vom Tessin über den Brünig in Obwalden ein und setzte am Nachmittag zum Schlusspunkt im Zentrum von Sarneen an. Am Sonntagabend wurde das Velofest zum Fussballfest. Auf der riesigen Leinwand wurden von Radsport auf die Fussball-WM umgeschaltet. Rund 2000 Fans liessen sich diese Chance nicht entgehen und verfolgten das erste WM-Spiel der Schweiz gegen Ecuador im wohl grössten Public Viewing der Zentralschweiz. Der Montagmorgen wurde sportlich durch die Schule Sarneen begleitet. Mit Schülerstaffel-Stimmung angeheizt, bevor um 10.50 Uhr die Fahrerpräsentation startete. 800 Schülerinnen und Schüler traten beim Traktorenrennen begeistert in die Pedalen, angefeuert vom grossen Publikum. Um Punkt 11.48 Uhr fiel dann bei strahlendem Sonnenschein der Startschuss zur 3. Etappe der Tour de Suisse über 206 Kilometer nach Heiden AR. Das heitere Velofest

lockte am Sonntag und Montag total rund 15 000 begeisterte Sportfans in den Obwaldner Kantonshauptort. Während der gesamten Tour de Suisse begleitete ein mit Obwalden Tourismus gebrandetes Auto den Etappenross von Bellinzona bis Saas-Fee und verteilte auf der Strecke Give-aways und Geheimtipp-Postkarten.

Switzerland Marathon light – Anlässlich seines Rücktritts als Spitzensportler organisierte Viktor Röthlin am 7. September 2014 den 1. Switzerland Marathon light um den schönen Sarnersee. Bei strahlendem Sonnenschein und heissen Temperaturen strömten rund 5000 Laufbegeisterte für diesen exklusiven Sportevent nach Obwalden. Auch der mehrfache Olympiasieger im Langlauf Dario Cologna startete an diesem Tag in der Kategorie über 10 Kilometer. Diese erste Durchführung des Halbmarathons war zugleich die Abschlussparty für den Marathon-Europameister Viktor Röthlin. Aus dem Sportanlass wurde in Sarneen ein grosses Volksfest mit einem Livekonzert von Stiller Has und mit dem ehemaligen Skistar Didier Cuche als Überraschungsgast.

Folklorcabende – In eine weitere Runde gingen die Folkloreabende. Zum ersten Mal fanden die Abende in ganz Obwalden statt. In elf Hotels traten lokale Trachtengruppen und Jodlerklubs auf.



Liveübertragung Fussball-WM am Velofest Sarneen.



Traktorenrennen am Velofest Sarneen.

Product Management

Produktblätter – Um die Gästeinformation und -beratung zu optimieren, hat Obwalden Tourismus viele neue Produktblätter und Angebotsübersichten geschaffen. Ein nicht abschliessender Auszug einiger Produktblätter:

- Top 10 Winter- und Top 10 Sommeraktivitäten
- Feuerstellen und Grillplätze
- Spielfläche
- Hindernisfreies Obwalden

Gästekarte – Mit der Gästekarte geniessen Übernachtungsgäste besondere Vorteile in Obwalden. Dank der Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus profitieren sie zudem von attraktiven Vergünstigungen für Bergbahnen, Museen und vieles mehr in der gesamten Zentralschweiz. Die Gästekarte ist in sämtlichen Tourismusbüros, Hotels und bei Ferienwohnungsbesitzern erhältlich.

Packages – In Zusammenarbeit mit den Leistungspartnern kreierte Obwalden Tourismus viele neue Pauschalangebote für die Sommer- und Wintertour. Bei den verschiedenen Packages kommen Sportbegeisterte, Kulturinteressierte, Kulinarikverehrer und Musikliebhaber genauso auf ihre Kosten wie Familien und Gruppen.

Malspass – Im Sommer 2014 hat Obwalden Tourismus erneut den Malwetbewerb lanciert. Wer sein schönstes Plätzchen in Obwalden zeichnete, nahm

automatisch am Wettbewerb teil. Das Voting fand über die Facebook-Seite statt.

Kommunikationsmassnahmen

Webseite – Die Obwalden Tourismus AG erscheint seit dem 26.2.2014 online in einem neuen Kleid. Für die neue Webseite wurden intern grosse Ziele gesetzt, schliesslich bildet sie das Herzstück der Kommunikation. Frisch und frech kommt der Auftritt daher und liefert dem Nutzer alle wichtigen touristischen Inhalte, um den Aufenthalt in der Region ideal und individuell zu gestalten. Dabei steht die Markenbotschaft «Obwalden – der Geheimtipp» stets im Zentrum. Die Obwalden Tourismus AG ist überzeugt, mit dem neuen Design den Bedürfnissen der Besucher gerecht zu werden. Bereits auf der Startseite wird der Benutzer von einer starken, emotionalen Bildwelt gefesselt. Ebenfalls auf der Frontseite erweckt der Geheimtipp-Marker Neugier. Die Hauptnavigation ist bewusst übersichtlich und benutzerfreundlich gestaltet. Starke Stichworte wie «Erleben», «Geniessen» oder «Erholen» heben die Präsenz von anderen Destinationen ab und animieren zum Erkunden der Angebote. Zudem kann jede Inhaltsseite auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen geteilt werden.

Die Internetseite wurde suchmaschinenoptimiert, um bei Google ein Top-Ranking zu erzielen. Die Obwalden Tourismus AG wird sich mit diesem Thema weiterhin befassen und den Inhalt stetig optimieren. Die Webseite ist in Responsive Design umgesetzt. Dies ermöglicht es, Inhalte der Webseite auf mobilen



obwalden-tourismus.ch auf Smartphone und Tablet.

Endgeräten wie Smartphones oder Tablets einheitlich anzuzeigen. Das Layout wird hierbei so flexibel gestaltet, dass es eine auf mobilen Endgeräten gleichbleibende Benutzerfreundlichkeit bietet und der Besucher sämtliche Inhalte schnell aufnehmen kann.

Social Media – Die Social-Media-Kanäle nehmen im Marketing einen hohen Stellenwert ein. Auch die Obwalden Tourismus AG nutzt diese Medien in der Kommunikation. Per Ende Jahr betrug die Anzahl der Fans von «Obwalden» auf Facebook 1491. Auch auf den Videokanälen Youtube und Vimeo gibt es eine aktive Interaktion mit den Nutzern.

Newsletter – Integriert in die neue Webseite wurde auch ein Newsletter-Tool. Acht- bis zehnmal jährlich wird der Gäste-Newsletter an über 3700 Empfänger per E-Mail verschickt. Unter den Empfängern befinden sich Obwaldener Ferien- und Tagesgäste sowie interessierte Einheimische.

Marktbearbeitung Schweiz – Der Heimatmarkt bleibt für den Schweizer Tourismus der wichtigste Quellmarkt. Die Nähe zu den Erholungsgebieten, gepaart mit der Tendenz, immer kürzer, aber spontaner zu reisen, ist eine Chance für uns. Allerdings bleiben Ferien im Ausland weiterhin sehr attraktiv, was eine grosse Herausforderung darstellt. Zusammen mit den Zentralschweizer Tourismusorganisationen hat die Obwalden Tourismus AG an der Sommerkampagne von Schweiz Tourismus teilgenommen. Mit der Zusage zur Sommerkampagne ist Obwalden weltweit

präsent, jedoch hauptsächlich in den Ländern CH, BE, DE, ES, FR, IT, JP, NL, RU, UK, US. Die Kampagne wurde unter dem Leitthema «Aussichten» lanciert und beinhaltet hauptsächlich folgende professionelle Umsetzungen der Marketingaktivitäten:

- Integration in hochfrequentierte Printbroschüre (Auflage: 3 Mio.)
- Abbildung Region Obwalden mit einem Tipp in eBroschüre
- Integration in UBS-Broschüre mit einem Tipp
- Integration und Distribution von Angeboten mittels drei Angebotswellen auf mySwitzerland.com
- Obwalden Tourismus realisierte zudem im Markt Schweiz zahlreiche Werbeaktivitäten im Bereich Online, Print und Radio. Geografisch gesehen lagen die Schwerpunkte in der Zentralschweiz und in Zürich. Einige Umsetzungen sind nachfolgend aufgelistet:
- Winterausflug-Serie in der Neuen Luzerner Zeitung: 4 x PR-Bericht, 15 x Inserat (Auflage: 114 544)
- Sommerausflug-Serie in der Neuen Luzerner Zeitung: 3 x PR-Bericht, 20 x Inserat (Auflage: 107 306)
- Kostenbeteiligte Medienauftritte Schacherseppli-Erlebnisweg im Migros Magazin: 1 x PR-Bericht, 2 x Inserat (Auflage: 1,5 Mio.)
- Freizeittrips in der RailAway Regionen-Broschüre Sommer (Auflage: 30 000)



Gästebroschüre Winter.

- NZZ Tipp der Woche am 2.5.2014 (Auflage: 124 000)
- WirzTravel: Inserat in Reisekatalog und persönliche Teilnahme an Reisepräsentation für WirzTravel-Stammkunden

«Obwaldener Äplerchilbi z Ziri» – unter diesem Motto präsentierte sich Obwalden als Gastkanton am diesjährigen «Sächslütäre» in Zürich. Zahlreiche begeisterte Besucherinnen und Besucher waren vom 25.-4. bis 28. 4. 2014 auf dem Lindenhofplatz in Zürich. Trotz dem Regenwetter waren nur strahlende und begeisterte Gesichter zu sehen. Neben der Präsentation des Brauchtums kam auch die vielfältige kulinarische Seite nicht zu kurz. Egal ob süss oder salzig – viele dieser Eigenzerzeugnisse konnten die Besucher an den Marktständen direkt kaufen. Im Wirtschaftszelt erhielten die Zürcherinnen und Zürcher einen Einblick in die innovativen Unternehmen Obwaldens.

Natürlich durfte auch die passende musikalische Unterhaltung nicht fehlen. Das Programm auf dem Lindenhofplatz kam sehr gut an. Von Alphornklängen über Naturjazz bis zu urthiger Volksmusik und Theatervorstellungen war alles vertreten. Ohne die takträufige Unterstützung und das Mitwirken zahlreicher Vereine und Einzelpersonen aus Obwalden wäre ein so erfolgreicher Gastauftritt nie möglich gewesen. Die Obwalden Tourismus AG bedankt sich herzlich bei allen, die zu diesem gelungenen Auftritt beigetragen haben.



Marktbearbeitung Deutschland – Unser nördliches Nachbarland bleibt unbesritten der wichtigste Auslandsmarkt für die Schweiz. Die Obwalden Tourismus AG hat aus diesem Grund eine Keypartnerschaft im Markt Deutschland mit Schweiz Tourismus und Luzern Tourismus abgeschlossen. Im grossen Markt Deutschland wurden umfassende Marketingaktivitäten umgesetzt. Innerhalb der Keypartnerschaft wurde im Printbereich die Region Luzern-Vierwaldstättersee mit Obwalden im wichtigsten Reise-magazin Deutschlands, dem ADAC, über das ganze Magazin monothematisch präsentiert. Das Key Meeting Management umfasste die Durchführung einer Gruppenmedienreise sowie die Ausschreibung individueller Medienreisen, den aktiven Einbezug von Obwalden in die gesamte Medienarbeit von Schweiz Tourismus Deutschland sowie die exklusive Integration in drei Medienmittlungen (1250 Empfänger) und drei Medien-Newsletter (1250 Empfänger). Ebenfalls Bestandteil der Keypartnerschaft waren Angebotsmailings, eMarketingaktivitäten und die Integration in der Online-Akademie für Reisebüromitarbeitende.

Im Rahmen des Leitthemas der Sommerkampagne haben 2014 verschiedene «Aussichten»-Events mit Beat Antenen in Wiesbaden, Karlsruhe, München und Stuttgart stattgefunden. Beat Antenen gehört zu den vielseitigsten Moderations-Persönlichkeiten in der Schweizer Medienszene. Nadine Röthlin vertrat die Region Luzern-Vierwaldstättersee und natürlich den Kanton Obwalden in Stuttgart.

JAHRESRECHNUNG OT AG 1.1.2014 - 31.12.2014

BILANZ

AKTIVEN	2014 CHF	2013 CHF
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	579 899.30	769 628.65
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	72 634.45	140 740.00
Übrige kurzfristige Forderungen	5 548.25	7 365.25
Forderungen gegenüber Aktionären	150.00	6 400.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	24 066.45	28 779.65
Total	682 298.45	952 913.55
Anlagevermögen		
Wertschriften	18 000.00	18 000.00
Mobile Sachanlagen	36 600.00	52 400.00
Total	54 600.00	70 400.00
Total Aktiven	736 898.45	1 023 313.55
PASSIVEN		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	63 904.60	44 583.94
Verbindlichkeiten Gutscheine	282 133.45	254 943.80
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	12 204.15	23 921.70
Passive Rechnungsabgrenzungen	75 018.40	61 793.25
Rückstellungen	0.00	292 500.00
Total	433 260.60	677 742.69
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen	77 000.00	142 000.00
Total	77 000.00	142 000.00
Total Fremdkapital	510 260.60	819 742.69
Eigenkapital		
Aktienkapital	100 000.00	100 000.00
Gesetzliche Kapitalreserve	119 120.00	99 400.00
Gesetzliche Gewinnreserve	500.00	0.00
Gewinnvortrag	3 670.86	-
Jahresgewinn	3 346.99	4 170.86
Total Eigenkapital	226 637.85	203 570.86
Total Passiven	736 898.45	1 023 313.55



Weinreben am Ländenberg Sarnen.

JAHRESRECHNUNG OT AG 1.1.2014 - 31.12.2014

ERFOLGSRECHNUNG

	2014 CHF	2013 CHF
ERTRAG		
Betriebsbeitrag aus Lieferungen und Leistungen	893 374.00	964 277.20
Beitrag Kanton Obwalden	130 000.00	180 000.00
Ertrag aus Dienstleistungen	127 311.95	110 887.65
Erlösminderungen	-2 470.00	-15 400.00
Total	1 198 415.95	1 239 564.85
AUFWAND		
Direkter Aufwand		
Gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden	-178 650.80	-194 000.00
Freiwillige Abgaben Einwohnergemeinden	-129 428.75	-75 000.00
Aufwand Tourismuskooperationen	-26 007.95	-32 750.85
Werbenaufwand	-175 171.00	-115 700.90
Übriger Marketingaufwand	-340 364.02	-107 870.19
Total	-849 622.52	-525 321.94
Bruttoergebnis nach direktem Aufwand	348 793.43	714 242.91
Personalaufwand	-478 631.55	-416 493.45
Bruttoergebnis nach Personalaufwand	-129 838.12	297 749.46
Übriger betrieblicher Aufwand	-23 640.00	-26 390.00
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-1 288.05	-10 539.05
Verwaltungs- und Informationsaufwand	-108 717.05	-80 462.16
Sonstiger betrieblicher Aufwand	-43 289.31	-27 907.45
Total	-176 929.41	-145 298.66
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern	-306 767.53	152 450.80
Abschreibungen	-15 800.00	-23 384.75
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern	-322 567.53	129 066.05
Finanzaufwand	-1 430.98	1 207.09
Finanzertrag	973.90	215.15
Total	-457.08	-991.94
Betriebsergebnis vor ausserordentlichem Erfolg und Steuern	-323 024.61	128 074.11
Ausserordentlicher Aufwand		
Personalaufwand von Dritten für Aufbau	-29 974.35	-99 275.50
NRP Projekt Aufbau		410 828.95
Veränderung Rückstellungen Grossanlässe	197 000.00	-192 000.00
Veränderung Rückstellungen Projekte Marketing	53 000.00	-130 000.00
Veränderung Rückstellungen Dreizehntägige Tourismuswoche 2013	112 500.00	-112 500.00
Total	327 525.65	-122 896.55
Jahresgewinn vor Steuern	4 501.04	5 177.56
Steuern	-1 154.05	-1 006.70
JAHRESGEWINN	3 346.99	4 170.86

ANHANG

	2014 CHF	2013 CHF
Nettoaufbau stiller Reserven	25 186.95	0.00
Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen		
Bis 10 Vollzeitstellen	zutreffend	zutreffend
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	19 040.45	10 552.55
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 Vorjahr handelte es sich um ein überlanges Geschäftsjahr.		
Freiwillige Angaben	160 300.00	160 000.00
Brandversicherungswert der Sachanlagen		
Offene Rechtsstreitigkeiten		
Derzeit besteht noch eine pendente Rechtsstreitigkeit im Zusammenhang mit zwei Zweitwohnungsneigentümern, die sich gegen die Erhebung der Tourismusabgabe wehren. Das Volkswirtschaftsdepartement und anschliessend der Regierungsrat des Kantons Obwalden haben die Beschwerden abgewiesen. Diesen Entscheid haben die Beschwerdeführer ans Verwaltungsgericht des Kantons Obwalden weitergezogen. Das Beschwerdeverfahren ist noch hängig.		
ANTRAG ÜBER DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS		
Der Verwaltungsrat schlägt vor, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:		
Bilanzgewinn	3 670.86	0.00
Jahresgewinn	3 346.99	4 170.86
Bilanzgewinn	7 017.85	4 170.86
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	-500.00	-500.00
Vortrag auf neue Rechnung	6 517.85	3 670.86

REVISIONSBERICHT



Tel. +41 41 646 2777
 Fax +41 41 646 2778
 www.bdo.ch

BDO AG
 Kernenstrasse 31
 8600 Olten
 6861 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 2014 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 Fehlleistungen 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 denkbarer 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 die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Sarnen, 13. März 2015

BDO AG

Ivan Christen

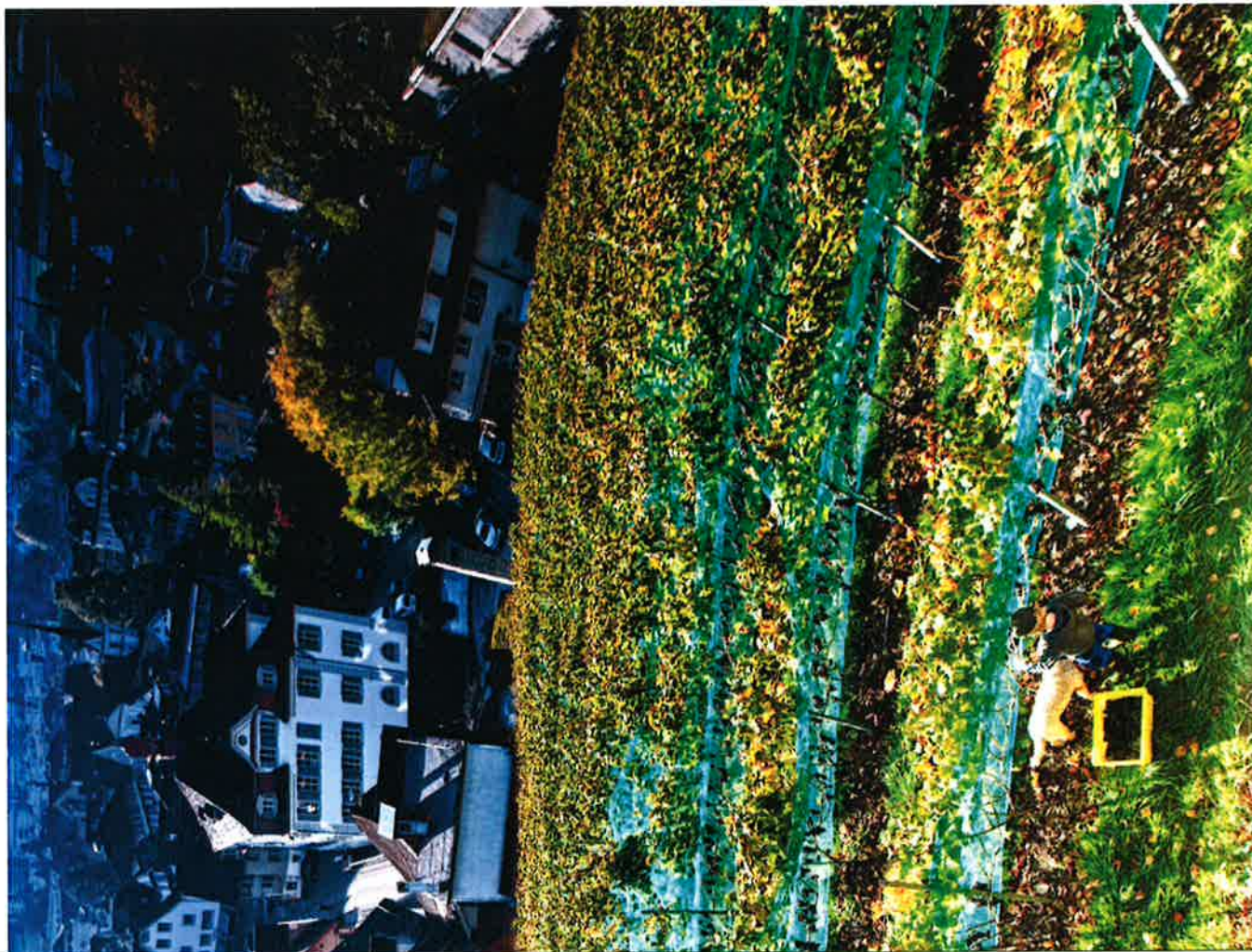
Leitender Revisor

Zugelassener Revisionsexperte

I.V. Barbara Odermatt

Beilagen
 Jahresrechnung
 Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns

BDO AG, ein Mitglied der PwC-Gruppe, ist die ausschliessliche Schweizer Mitgliedsgesellschaft des internationalen BDO-Netzwerks.





Internationale Touristikmesse Berlin (ITB)

Zu diesen «Aussichtens»-Events sind Tourenoperatoren, Medien und Endkunden eingeladen worden. Die Gäste erleben eine exklusive Show, produziert und moderiert von Beat Antenen nach dem Motto «ein perfekter Tag». Die Show wurde mit künstlerischen Acts, Stimmungsbildern und Filmen aus der Schweiz sowie einigen Interviews abgerundet. Im Anschluss hatten die Besucher die Möglichkeit, an den Ständen der verschiedenen Regionen Informationen zu sammeln.

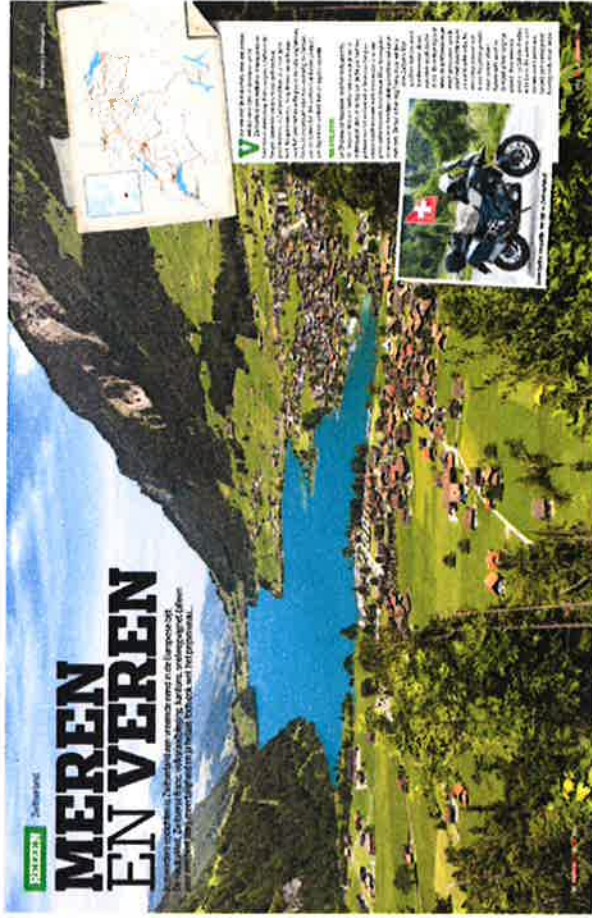
Vom 5. bis 9. März 2014 fand die ITB Berlin statt. Rund 170 000 Besucher waren auf der weltweit führenden Messe der internationalen Reiseindustrie anwesend. Über 40 Prozent der Einkäufer stammen aus dem Ausland. Mit dem persönlichen Besuch vor Ort an der ITB konnten im Voraus Treffen mit interessanten Medienkontakten realisiert werden, um dabei gezielte Angebote zu präsentieren.

Losgelöst von der Keypartnerschaft Deutschland ist am 20.9.2014 im Hitradio OHR eine Reportage über Obwalden in der Sendung «Reisefieber» mit dem Interviewpartner Markus Bolliger, Geschäftsführer Obwalden Tourismus AG, ausgestrahlt worden. Das Hitradio OHR ist in der Region Baden-Württemberg das Lokalradio Nummer eins und erreicht täglich rund 173 000 Hörer.

Zudem erschien zum Thema Pilgertourismus in der Omnibus Revue, einem der wichtigsten Magazine in der Busbranche in Deutschland, ein Inserat.

Marktbearbeitung Niederlande – Zum ersten Mal war Obwalden Tourismus mit einigen Zentralschweizer Tourismusorganisationen auch Keypartner im Markt Niederlande unter der Leitung von Luzern Tourismus. Die Niederländer gehören seit Jahrzehnten zu den treuesten Gästen der Schweiz. Gerade in den Bergregionen und in der Parahotellerie sind die Niederländer eine der wichtigsten und loyalsten Gästegruppen überhaupt. Der Schwerpunkt der Keypartnerschaft lag grundsätzlich auf der Sommersaison. Im Printbereich genoss Obwalden die Präsenz in fünf Ausgaben des Salt Magazine, einem Aktiv- und Abenteuer-Lifestyle Magazin mit 75 000 Kontakten. Zur Unterstützung wurden diverse Social-Media-Aktivitäten lanciert. Im Key Account Management wurde Obwalden zudem im Trade Newsletter integriert. Der Trade Newsletter wird einmal pro Monat an ausgewählte Trade-Kontakte (Tourenoperatoren und Reisebüros) gesandt. Im Zusammenhang mit dem Thema «150 Jahre Wintertourismus in der Schweiz» wurden 2 redaktionelle Seiten in einem holländischen Wintersportmagazin realisiert.

Highlight der Keypartnerschaft Niederlande war die grosse Velo- und Wandermesse in Amsterdam. Diese Publikumsmesse ist eine sehr zielgruppenorientierte Erlebnismesse für alle Outdoor-Liebhaber. Seit Jahren hat sie bei diesem anspruchsvollen Publikum einen festen Platz in der Agenda und lockt damit über 20 000 Besucher an. Die Schweiz war im Jahr 2014 als Gastland an der Messe präsent und erzeugte mit speziellen Aktionen und Events zusätzliche Aufmerksamkeit. Auch Obwalden Tourismus war vom 1. bis 2. März 2014 für die Region Luzern-Vierwaldstättersee vor Ort. Mit der gebürtigen Holländerin Mäggi Lagemaat von Giswil-Mörialp Tourismus hat Obwalden Tourismus eine Person gefunden, welche genau wusste, wie und mit welchen Angeboten die Holländer zu überzeugen waren, um ihre nächsten Ferien in Obwalden zu verbringen. An dieser Stelle geht ein herzliches Dankeschön an Mäggi Lagemaat für ihren grossartigen Einsatz für die Region Obwalden in Amsterdam. Zur Verstärkung des Messeauftrittes war Obwalden Tourismus während dem ganzen Monat März 2014 auf der holländischen Webseite von Schweiz Tourismus (www.myswitzerland.com/nl) mit einem Onlinebanner präsent.



Lungen im Motorbike Magazin Moto 73; Auflage: 25 297, Leser: 63 242

Medienarbeit

Betreute Medienreisen & Studientrips – Das persönliche Erlebnis steht bei Medien- und Studientrips im Vordergrund. Nur wer das Angebot vor Ort persönlich erlebt hat, kann eine authentische Berichterstattung oder Empfehlung abgeben. Medien-schaffende sind Multiplikatoren, welche aufgrund ihrer Position in der Öffentlichkeit die Verbreitung ihrer Meinung nachhaltig fördern. Darum pflegt die Obwalden Tourismus AG den aktiven Kontakt zu spannenden Medien in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Luzern Tourismus um möglichst viele positive Publikationen über Obwalden zu erzielen. Zahlreiche Artikel über Obwalden als Geheimtipp in hochwertigen Magazinen, Zeitschriften und Newspapern sind weltweit erschienen. Nachfolgende Medienreisen wurden von Obwalden Tourismus organisiert und betreut:

- Rhein-Neckar-Zeitung, Auflage: 102 954
Themen: Wintersport, Natur, Familien
- UOL Brasil, eines der grössten Onlineportale
Themen: Agrotourismus, günstige Unterkünfte

- Individuelle Medienreise Schweiz Tourismus, 7 Teilnehmer aus aller Welt
Themen: Sommer, Wandern, Natur
- Studientrip Willy Scharnow Stiftung, 13 Teilnehmer aus Deutschland
Themen: Sommer, Kultur, Natur, Erlebnis
- Straubinger Tagblatt, Nutzer: 234 000
Themen: Sommer, Wandern, Seelandschaft
- Studientrip Sharp Travel Service, 2 Teilnehmer von den Philippinen
Themen: Sakraltourismus

Die nationale und internationale Medienarbeit ist enorm wichtig und erfordert hohe finanzielle sowie personelle Ressourcen für die individuelle Betreuung. Es gilt von der Anreise über die Unterkunft, die Verpflegung, Interviewpartner und Rahmenprogramm-punkte alles bis ins kleinste Detail zu planen und durchzuführen. Ohne die breite Unterstützung der zahlreichen Partner und Leistungsträger wäre dies nicht möglich.

Die geringe Zahl der Buchungen und Offerten erforderte eine Veränderung.

Grossanlässe – Das Jahr 2014 war gespickt mit Grossanlässen aller Art. Im April war Obwalden als Gastkanton am Sechseläuten in Zürich vertreten und die Mitarbeitenden der Infostelle betreuten während vier Tagen den Infostand auf dem Lindenhofplatz. Sportlicher ging es im Juni weiter mit Sarnen als Etappenort der Tour de Suisse. Auch hier waren die Mitarbeitenden der Infostelle im Einsatz.

Im August nahmen Studenten und ehemalige Studenten ganz Sarnen und Umgebung anlässlich des Zentralfestes der schweizerischen Studentenverbände ein. Von Freitag bis Sonntag fanden im Kantonshauptort Delegiertenversammlungen, Vorträge, Festgottesdienste, ein Fackelumzug und ein grosser Festumzug statt. Die Unterkunftsorganisation lief vollumfänglich über Obwalden Tourismus. Etwas ruhiger gestaltete sich der touristische Auftritt an der BUI Fachmesse in Lungern. Daneben wurde bereits an der Helfervergängerorganisation für das Zentral-schweizerische Jodlerfest in Sarnen 2015 gearbeitet.

Auswertung der Kontakte – Die Infostelle verzeichnete rund 1000 Kontakte weniger als im Vorjahr. Zurückzuführen ist dieser Rückgang einerseits auf die Auflösung der Leistungsvereinbarung mit Nidwalden

Tourismus, andererseits gingen weniger Fragen bezüglich der Tourismusabgabe ein. Dennoch konsultierten im Jahr 2014 über 8400 Kunden und Gäste die Tourist Info. Wie bereits 2013 handelte es sich grösstenteils um Anfragen zum Sarneraatal, gefolgt von Anliegen, die den TCS betrafen.

Anfragen, Buchungen und Offerten – Das Ergebnis der Kontakte spiegelt sich auch bei den Anfragen, Buchungen und Offerten wieder. Rund 198 Prospektanfragen, 65 Buchungen und 140 Offerten wurden bearbeitet. Besonders die geringe Zahl der Buchungen und Offerten erforderte eine Veränderung, deshalb entschied die Obwalden Tourismus AG, das Reservationssystem für die Ferienwohnungen und Hotels zu wechseln.

Reservationssystem für Ferienwohnungen und Hotels – Der definitive Beschluss für den Wechsel des Reservationssystems fiel im August. Ausschlaggebend war die Tatsache, dass das von Vierwaldstättersee Tourismus übernommene Programm Feratel Deskline veraltet ist und keine Schnittstellen zu anderen Onlineportalen aufweist. Zudem hält der Trend der Onlinebuchungen weiter an. Gäste informieren sich nicht nur über das Internet, sondern wollen

Kontakte pro Monat



sich ihren Aufenthalt in der Destination auch gleich online reservieren. Mit der Switzerland Travel Center AG (STC) und e-domizil stehen Obwalden Tourismus nun kompetente und erfahrene Partner zur Seite, die über ein weltweites Netzwerk verfügen.

STC ist ein Tochterunternehmen von Schweiz Tourismus und den Schweizerischen Bundesbahnen SBB. Die Distribution der Hotels erfolgt auf über 300 Partnerseiten. Die Online-Kontingentsverwaltung, das Handling von Promotionen und die Schnittstellen zu Channel Managern sind unkompliziert. Channel Manager sind Programme, die den Hoteliers die tägliche Arbeit erleichtern, indem sie Anpassungen von Zimmerpreisen und Kontingente für mehrere Kanäle über eine Datenmaske übernehmen.

Per Ende Jahr waren 13 Hotels bei STC vertreten. Mit jedem online buchbaren Hotel gewinnt die Region an Attraktivität. Zudem können die Mitarbeitenden der Tourist Infos den Gästen über STC Offerten ausstellen und die Zimmer auch direkt buchen. Bei e-domizil, dem grössten Online-Ferienwohnungsvermittler der Schweiz, sind derweil rund 4000 Partner angeschlossen. E-domizil ist ein Unternehmen der Switzerland Travel Center AG. Die Ferienwohnungsvermieter profitieren von vorteilhaften Konditionen und einer vereinfachten Buchungsabwicklung. Der Gast freut sich über die benutzerfreundliche Buchungsmaske sowie einen einfachen Buchungsablauf.

Im Oktober bereitete Obwalden Tourismus die Ferienwohnungsbesitzer und Hoteliers mittels Informations-schreiben und Infoveranstaltungen auf den Wechsel zu e-domizil und STC vor. Rund 45 Vermieger nahmen an der Informationsveranstaltung zu e-domizil teil. Die Hotels wurden direkt von STC kontaktiert. Zum Welcome-Apéro, offeriert von STC im Dezember im Hotel Krone Sarnen, erschienen acht interessierte Hoteliers.

Verkaufssortiment – Gutscheine für Angebote von Fredy Glanzmann Sport können neu auch in der Infostelle bezogen werden. Die Infostelle verkaufte dieses Jahr erstmals Keycards der Melchsee-Fruut. Dass Obwalden ein wahres Fischerparadies ist, zeigte

sich am Verkauf der Fischerpatente, welcher sich mit 178 Patenten zu Buche schlug. Auch die Gutscheine der Gastro Obwalden und der Sarnen Fachgeschäfte waren nach wie vor sehr beliebt. Bei den Gastro Gutscheinen erzielte die Obwalden Tourismus AG einen Umsatz von CHF 217 000.–, bei den Gutscheinen der Sarnen Fachgeschäfte belief sich der Umsatz auf rund CHF 78 000.–. Seit Oktober fungiert die Infostelle für die Mitglieder der Sarnen Fachgeschäfte auch als Rückgabestelle der in den Läden eingelösten Gutscheine.

Das Obwaldner Chinderopenair, welches im September auf dem Landenberg stattfand, liess seinen Ticketvorverkauf von Mai bis September über die Infostelle abwickeln.

Die Dorfführungen in Sarnen und Flüeli-Ranft waren auch 2014 gefragt. Ein besonderes Erlebnis war der erstmalig durchgeführte Sagenbummel, bei welchem die Teilnehmer am Feuer neben einem Cheli und Dessertspezialitäten aus dem Obwaldnerland schaurig-schöne Geschichten genossen haben.

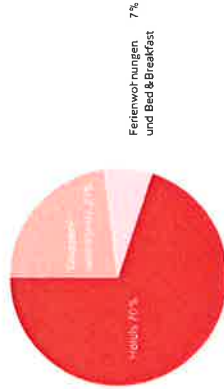
Um Gäste am Schalter noch kompetenter beraten zu können, besuchte das Team sieben Leistungsträger, um deren Angebot zu erleben. Auch im nächsten Jahr werden die Mitarbeitenden der Tourist Info unterwegs sein, um Partner und Angebote noch besser kennenzulernen.

LOGIERNÄCHTE

Die Schweizer Hotellerie durfte nach dem Aufschwung 2013 auch 2014 auf ein gutes Jahr zurückblicken. Gesamtschweizerisch wurden beim Bundesamt für Statistik 35,9 Millionen Logiernächte verzeichnet. Acht der dreizehn Tourismusregionen registrierten in der Sommersaison 2014 gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode einen Logiernächteanstieg. Bereits auf Platz zwei findet sich die Region Luzern-Vierwaldstättersee mit einem Plus von 8'100 Logiernächten (+3,8%).

Die Hotels in Obwalden, exklusive Engelberg, generierten rund 207'201 Übernachtungen, dies sind fast 3% mehr als noch im Vorjahr. Die Gästeherkunft Obwaldens spiegelt den Trend der Schweiz wider. So legten China und Grossbritannien zu, während die Logiernächte der inländischen und der Gäste aus Deutschland gering abnahmen. Die Anzahl Übernachtungen bei den indischen Gästen und den Besuchern aus den Niederlanden, Italien und den USA blieben dagegen stabil.

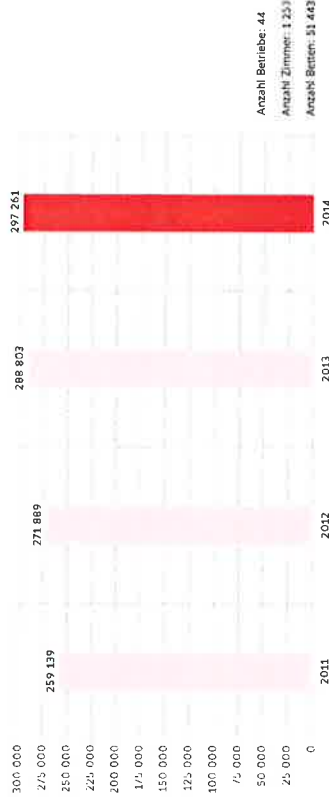
Anteil Logiernächte



Gästeherkunft



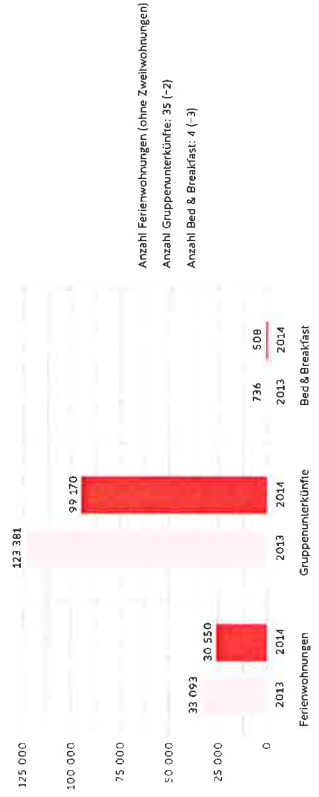
Hotellerie



Camping



Ferienwohnungen, Gruppenunterkünfte, Bed & Breakfast



VERWALTUNGSRAT

- | | |
|--|---|
| Florian Spichtig* Präsident
Geograf, Sachsehn | Beat Odermatt
Gemeinderat Sarnen, Sarnen |
| Josef Inderbitzin* Vize-Präsident
Direktor Hotel Krone, Sarnen | Hansruedi Odermatt
Restaurant Bahnhöfli, Lungern |
| Niklaus Bleiker*
Regierungsrat, Alpnach | Thomas Spitzmüller
Präsident Giswil-Mörialp Tourismus, Giswil |
| Bruno Della Torre*
Geschäftsleiter Berghotel Bomistock, Kerns | Alexandra Townend Genoni
Direktorin Parkhotel Waldhölmi, Wilen |
| Walter Küchler
Präsident Gastro Obwalden, Flüeli-Ranf | Beat von Deschwanden
Techn. Leiter Sportbahnen, Melchsee-Fruut, Kerns |

* 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 31.12.2014): Der Kanton besitzt 7147 Aktien, die übrigen 376 Aktionäre zusammen 2853 Aktien.



Auggelalp – Mittelpunkt der Schweiz, Sachsehn.

GESCHÄFTSSTELLE

- | | | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|---|
| Markus Bolliger
Alpnach | Geschäftsleiter 100 % | Marion Imfeld
Sarnen | Gästabehreung 40 % |
| Nadine Röthlin
Stans | Leiterin Marketing 100 % | Romy Bacher
Lungern | Gästabehreung 40 %
bis Sept. 2014 |
| Anja Degiampietro
Alpnach | Leiterin Infostelle 100 % | Yves Schwab
Beckenried | Praktikum Gästabehreung 100 %
ab Sept. 2014 |
| Désirée Blättler
Kerns | Gästabehreung 70 % | | |

Die Obwalden Tourismus AG ist nicht nur bemüht, Obwalden als innovative Reisedestination voranzutreiben und die Wertschöpfung der Region zu steigern, sondern will sich auch intern stets weiterentwickeln und verbessern. Obwalden Tourismus setzt sich zum Ziel, in den nächsten Jahren die drei Qualitätsgütesiegel des Schweizer Tourismusverbands zu erarbeiten. Zur Erreichung dieses Bestrebens hat Anja Degiampietro die Ausbildung zum Qualitätscoach absolviert. Qualität wird auch in der Parahotellerie gross geschrieben. Der Schweizer Tourismusverband bietet für Ferienwohnungen und Gästezimmer ein Klassifikationssystem, bei dem klassifizierte Objekte analog der Hotellerie bis fünf Sterne Superior erlangen können. Die Qualität wird regelmässig mittels Stichproben überprüft. Marion Imfeld liess sich entsprechend ausbilden und übernimmt diese Aufgabe im Sarneraatal. Klassifikationen gewinnen besonders bei Vergleichsportalen zunehmend an Bedeutung und haben Einfluss auf das Buchungsverhalten der Gäste, weshalb die Bewertung mit Sternen auch bei den Ferienwohnungen eine wichtige Rolle spielt.

Désirée Blättler hat im Herbst 2014 die Ausbildung zur Tourismusfachfrau HF an der Höheren Fachschule für Tourismus in Luzern begonnen. Das erlernte Tourismus- und Managementwissen kann sie optimal einbringen und umsetzen.

Nach erfolgreichem Abschluss des Bachelor-Studiums in Tourismus und Mobilität hat Romy Bacher ihre Tätigkeit im Teilzeitpensum bei Obwalden Tourismus beendet. Yves Schwab ergänzt neu das Team der Infostelle seit September als Praktikant Gästabehreung.

ZIELE

Das Jahr 2014 stand ganz im Zeichen der Vermarktung des Sarneraats. Die Ziele, welche sich die Obwalden Tourismus AG für 2014 gesetzt hatte, wurden umgesetzt. Für die nächsten drei bis fünf Jahre hat der Verwaltungsrat nachfolgende Ziele definiert:

- Streuung von mind. 4000 Aktien an Privatpersonen und Firmen
- Neustrukturierung der Infopoints im Sarneraatal
- Eigenständige Publikation eines Periodikas für Gäste und Bevölkerung
- Lancierung von nachhaltigen Touring-Angeboten mit Steigerung der Wertschöpfung
- Positionierung Obwaldens als DAS Fischerparadies der Schweiz in Kombination mit Unterkunftsangeboten für Ferienwohnungen und Hotels
- Positionierung Obwaldens im Bereich Mountainbike mit regionalen und überregionalen Angeboten
- Positionierung des touristischen Angebots im Rahmen des e-OW im Bereich mobile Kommunikation und E-Mobilität (Auto, Fahrrad, Zug etc.)
- Steigerung des Bekanntheitsgrades der Bruderklausen-Landschaft im Rahmen der 600-Jahre-Gedenkfier von Niklaus von Flüe
- Positionierung Obwaldens im Bereich Seminar

200 JAHRE GASTFREUNDSCHAFT ZENTRALSCHWEIZ

Das Jahr 2015 wird in der Zentralschweiz zum Jahr der Gastfreundschaft. Um die 200-jährige Tourismusgeschichte zu feiern, haben sich die Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Obwalden und Nidwalden zu einem Trägerverein zusammengeschlossen und das Gästival ins Leben gerufen. Das Herzstück des Jubiläums wird die Seerose sein. Das vielfältige Programm lädt Gross und Klein zu einem Besuch der schwimmenden Plattform auf dem Vierwaldstättersee ein. Künstler und Musiker aus der Schweiz, aber auch Strassenmusiker

aus aller Welt sorgen für ein kulturelles Feuerwerk auf dem See. Eine Reihe von weiteren Kernprojekten wie die Friendly Hosts, das Jubiläumfest am 30. Mai 2015 oder eine breit angelegte Mirachkampagne tragen das Jubiläum an die Bevölkerung. Der neu gestaltete Waldstätterweg ermöglicht eine Rundwanderung um den gesamten Vierwaldstättersee. Unterwegs erzählt eine elektronische App mit Texten, Bildern und historischen Film- und Tondokumenten an 50 Standorten von der Tourismus- und Agrargeschichte der Region.

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

KONZEPT UND GESTALTUNG
Amelia Anderwägen
Agentur für Konzept und Gestaltung
www.a-a.ch
FOTOGRAFIE
DT AG, Mirjam Böber, Urs Steller,
Karin und Kurt Jostel Inheld

TEXT
Markus Berger, Florian Suchs
Karin Döblich, Arja Dregelmeier
POBBERTSCHAT
Emigriet, Julia Schwager, Wald
POLICY
Kuchen Druck AG, Gisli



Alphornlänge im Hauptbahnhof Zürich am Sechseläuten.

OBWALDEN

Tourismus



