



OBWALDEN TOURISMUS AG
GESCHÄFTSBERICHT

2015





Fähnenschwinger am Umzug des Zentralschweizerischen Jodelfestes in Sarnen

Mit Erfahrung selbstbewusst in die Zukunft

Die Aufbaubarbeiten der Obwalden Tourismus AG sind weitgehend abgeschlossen und die neue Struktur hat sich bewährt. Unsere Arbeit ist auf das kantonale Tourismusgesetz abgestützt, was uns eine gewisse finanzielle Sicherheit gibt. Aber wir sind auch gefordert, in Zukunft zusätzliche Mittel zu generieren, um die uns übertragenen Aufgaben noch besser wahrnehmen zu können. Eine relativ kleine Organisation wie die Obwalden Tourismus AG ist auf gute Partnerschaften mit anderen Tourismusorganisationen und touristischen Leistungsträgern angewiesen. Auch hier versuchen wir, vermehrt den Hebel anzusetzen, um die Marktleistungen gegen aussen zu steigern.

Dass der Tourismus weiterhin vor grossen Herausforderungen steht, zeigte uns die Abhängigkeit vom Eurokurs – etwa mit dem Einbruch der Gästezahlen aus Deutschland oder mit verschiedenen Hotelabschlüssen im vergangenen Jahr. Wir dürfen uns nicht ausruhen, vielmehr muss die Vermarktung der touristischen Leistungen ständig vorangetrieben werden. Obwalden als Geheimtipp wird in Zukunft in der Schweiz und im grenznahen Ausland noch intensiver vermarktet.

Im letzten Jahr fanden wiederum mehrere Grossanlässe im Kanton statt, welche wir als geeignetes Instrument für die Vermarktung sehen und diese auch entsprechend unterstützen. Sehr wichtig ist das alljährliche Oldtimertreffen «OiO» am Pfingstwochenende, welches wir in Zukunft noch intensiver unterstützen. Eine einmalige Chance, Obwalden von seiner besten Seite zu präsentieren, war das Zentralschweizer Jodlerfest in Sarnen. Auch hier konnten wir mit wertvoller Arbeit zum guten Gelingen beitragen und danken dem OK für die professionelle Durchführung dieses Anlasses. Das Jubiläumsfest 200 Jahre Gastfreundschaft in der Zentralschweiz fand unter dem Namen Gästival während dem ganzen

Jahr statt. Ein grosser Erfolg war das Eröffnungsfest am 30. Mai in Sarnen mit der längsten Bar der Welt. Eine einzigartige Atmosphäre mit über 50 Bars lockte Tausende von Besucherinnen und Besuchern an: Wir waren schlicht und einfach überwältigt! Ein weiterer Höhepunkt war der Besuch der schwimmenden Plattform Seerose bei der Schifflände in Alpnachstad. Während 18 Tagen konnten bei schönstem Sommerwetter rund 12 000 Personen begrüsst werden, die sich das Spektakel nicht entgehen lassen wollten.

Mit den Erfahrungen aus den ersten drei Geschäftsjahren hat der Verwaltungsrat im Hinblick auf die neu abzuschliessenden Leistungsvereinbarungen mit dem Kanton und den Gemeinden die strategischen

OBWALDEN WIRD IN ZUKUNFT NOCH STÄRKER ALS GEHEMITPP VERMARKTET!

Schwerpunkte für die Zukunft festgelegt. Dabei steht die Vermarktung klar im Zentrum. Unter dem Aspekt der Tatsache, dass die Touristen in der Infostelle lediglich 7 Prozent ausmachen, müssen die Kosten für die Gästebetreuung vor Ort (Infostellen) gesenkt respektive für Marketing eingesetzt werden. Damit wir auch in Zukunft den wichtigen Wirtschaftszweig Tourismus stärken können, ist eine effiziente und effektive Vermarktung der vielen Vorzüge Obwaldens unumgänglich. Wir sind gefordert und freuen uns, diese Herausforderungen weiterhin mit viel Elan und Herzblut anzupacken.

Florian Spichtig, Verwaltungsratspräsident

BERICHT
5

MARKETING UND VERKAUF
4-7

EINKÄUFE
12-15

INFOSTELLE
16-17

FACTS & FIGURES
18-19

ORGANE
20

Obwalden in Feierlaune – ein Event jagt den anderen!

Werbemittel/Drucksachen

Die Erarbeitung neuer und Optimierung bestehender Broschüren ist für die tägliche Gästeberatung sehr wichtig. Neben zahlreichen realisierten Kommunikationsmitteln in Zusammenarbeit mit Partnern wie Luzern Tourismus entstanden im 2015 auch einige neue, eigene Broschüren oder neue Inhalte bestehender Drucksachen.

Geheimtippkarte – Die Möglichkeit, am 60. Zentralschweizerischen Jodlerfest in Sarnen auf dem Dorfplatz mit einem Stand auf einen Schlag 60 000 Besucherinnen und Besucher aus der ganzen Schweiz anzusprechen, hat die OT AG dazu bewegt, eine Geheimtippkarte zu kreieren. Die Karte bringt den Gästen verschiedene Geheimtipps von Obwalden näher, um diese in Zukunft in der schönen Region willkommen zu heissen. Die Geheimtipp-Karte verrät auf einer Panoramäubersicht acht spannende Geheimtipps. Die Lust bei den Gästen, diese Geheimtipps zu einem späteren Zeitpunkt zu entdecken, wurde mit einer attraktiven Vergünstigung zu jedem Tipp geschürt. Über den ganzen Sommer hinweg wurden die gedruckten 20 000 Exemplare komplett verteilt.

Panoramakarte – Die beliebte Panoramäubersicht von Obwalden wurde komplett überarbeitet und mit neuen Wanderrouten versehen. Zudem erscheint auf der Rückseite neu die Winteransicht. Die Karte ist bei den Gästen von Obwalden sehr beliebt und wird neben der saisonalen Gästebroschüre rege mitgenommen und in Beratungsgesprächen verwendet.

Gästebroschüre Sommer – Im April 2015 ist die erste Sommerausgabe der Gästebroschüre erschienen. Wie auch die Winterbroschüre 2014/2015 bietet sie den Gästen einen Überblick über die Region Obwalden mit all ihren Besonderheiten. Die Broschüre setzt sich aus Informationen über Ferienorte, Top-Events, Wandern, Biken, Klettern, Fischen, Wasserwelt, Abenteuer, Sehenswürdigkeiten und vielem mehr zusammen.

Sie dient gleichzeitig auch als Unterkunftsübersicht und präsentiert attraktive Pauschalangebote mit Übernachtung. Die Gästebroschüre ist zweisprachig in Deutsch und Englisch, damit dieses Werbemittel auch im internationalen Markt eingesetzt werden kann.

Gästebroschüre Winter – Analog der Sommerbroschüre ist im Oktober 2015 die Winterbroschüre 2015/16 präsentiert worden. Der inhaltliche Aufbau des Printprodukts ist im gleichen Stil gehalten wie bereits seine Vorgängerversion. Etwas Neues enthält die Broschüre jedoch – die Broschüren-Mitte. Um den Slogan «Obwalden – der Geheimtipp» in den Printprodukten mehr aufzunehmen, wurde erstmals ein persönlicher Geheimtipp einer Person aus Obwalden präsentiert. Fredy Glanzmann, der Olympia- und WM-Medaillengewinner und Betreiber des Sportgeschäfts Glanzmann Sport im Langis, verrät seinen ultimativen Wintergeheimtipp: eine Skitour zum Sessel, inmitten ruhiger und unberührter Natur. Diese sympathische, persönliche Empfehlung einer Person aus Obwalden soll künftig auch in der Sommerbroschüre Platz finden.

Eventmanagement

FIS Europacup Melchsee-Fruut – Die FIS Europacup Slalomrennen gehören zum festen Bestandteil des Eventkalenders auf Melchsee-Fruut. Die Slaloms mit internationaler Beteiligung versprachen 2015 zum 9. Mal spannende Wettkämpfe zwischen Skirennfahrern auf dem Sprung an die Weltspitze. Die Obwalden Tourismus AG ist bei diesen Rennen für die Unterkunftsorganisation der Skiteams aus aller Welt verantwortlich. Nach strikten FIS-Regeln be weisen die partizipierenden Obwaldner Hotels jährlich eine sehr hohe Flexibilität zugunsten der Athletinnen und ihrem Staff. Die Zusammenarbeit funktioniert dank der langjährigen Erfahrung der beteiligten Hotelpartner immer reibungslos. Hierfür gebührt grosser Dank.



Geheimtippkarte Obwalden

Trophäenschau Lungern – Vom 9. bis 11. Januar 2015 fand in Lungern die 19. Obwaldner Trophäenschau statt. Durchführungsort war der Brünig Park, in dem die in Jägerkreisen bestens bekannte unterirdische Schiessanlage Brünig Indoor integriert ist. Die jädlichen Trophäen aus den Jahren 2013 und 2014 wurden stolz präsentiert. Nebst diesen wurden die Besucher mit interessanten Sonderthemen wie dem Fischerparadies Lungern und den Bartgeiern in Obwalden unterhalten. Auch die Obwalden Tourismus AG war mit einem Stand während diesen drei Tagen präsent und verriet dem Publikum die bestgehiteten Geheimtipps. Standunterstützung erhielt die OT AG von diversen Leistungspartnern. Daneben wurde ein attraktiver Wettbewerb durchgeführt.

60. Jodlerfest Sarnen – «Fyyrä bi dä Tschifeler», so lautete das Motto des 60. Zentralschweizerischen Jodlerfestes, welches vom 26. bis 28. Juni 2015 in Sarnen stattfand. Dieser Anlass war ein grosses Highlight im Jahr 2015 in der Zentralschweiz und bleibt den Festbesuchern noch lange in bester Erinnerung. Über 65 000 BesucherInnen lockte es an diesem sonnigen Wochenende nach Sarnen, um dem Jodelgesang, den Alphorn- und Büchelklängen und den folkloristischen Darbietungen zu horchen. Mit über 3000 Aktiven wurden die Erwartungen übertroffen. Dieser Anlass war für Obwalden die beste Gelegen-

heit, sich und seine Schön- und Besonderheiten zu präsentieren. Auf dem Dorfplatz in Sarnen war Obwalden Tourismus mit dem neu angeschafften Werbezelt mittendrin. Am Stand konnten viele interessante Gespräche geführt werden. Als Erinnerung an das Jodlerfest in Sarnen konnten die Gäste ein Foto von sich mit dem schönen Obwaldner Panorama im Hintergrund knipsen lassen und mit nach Hause nehmen. Der Foto-Buzzer lief so heiss wie das Wetter.

Gästival – Das Jahr 2015 wurde in der Zentralschweiz der Gastfreundschaft gewidmet. Zu diesem Zweck haben sich die Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Nidwalden und Obwalden zu einem Trägerverein zusammengeslossen, welcher die 200-jährige Tourismusgeschichte der Region feierte. Eine breit gefächerte Auswahl von Aktivitäten und Projekten stellte im Jubiläumsjahr die Gastfreundschaft in den Mittelpunkt. Gästival-Herzstück war die Seerose, eine schwimmende Plattform auf dem Vierwaldstättersee. Eine Reihe von weiteren Kernprojekten wie der Waldstätterweg, die Friendly Hosts und eine breit angelegte Gästival-Mitmachkampagne trug das Jubiläum in die Bevölkerung. Die Seerose ankernte vom 6. bis 23. August 2015 auch vor Alpnachstad und erfreute mit attraktiven Tages- und Abendprogrammen ein grosses Publikum. Dank dem tollen Sommerwetter konnte die einmalige Atmosphäre richtig genossen werden.

Am 30. Mai 2015 fand im Rahmen des Gästivals ein Jubiläumfest in allen fünf Kantonshauptorten der Zentralschweiz statt. Dabei sollte der Tisch als Symbol der Gastfreundschaft eine wichtige Rolle spielen. Für das Jubiläumfest in Samen entstand die Idee der längsten Bar der Welt. Über 50 Vereine und Gastrobetriebe trugen mit ihren kreativen Bars zu einem grossen Volksfest bei. Dank der ausgelassenen Stimmung und dem tollen Wetter war das Fest ein voller Erfolg.

Product Management

Produktblätter – Wiederum sind neue Produktblätter und Angebotsübersichten für die Gästeinformation und -beratung entstanden. Diese können unter anderem auf der Webseite heruntergeladen werden und sind so der Öffentlichkeit zugänglich. Hier ein nicht abschliessender Auszug einiger Produktblätter:

- Top 10 Sommer
- Top 10 Winter
- Familien-Ausflugstipps Sommer
- Familien-Ausflugstipps Winter
- Dorfrundgänge Obwalden

Packages – Viele neue, attraktive Pauschalangebote für Gäste konnten vorbereitet oder umgesetzt werden. Die Pauschalen sind jeweils an Übermachungen im Sarneraatal geknüpft mit einem Zusatzangebot wie

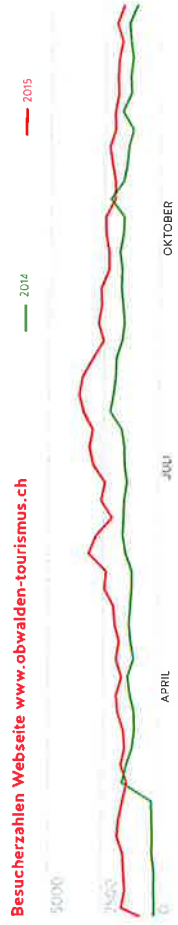
dem Tell Pass, Bergbahn-Erlebnissen oder Gästival-Tickets. Packages ermöglichen den Gästen, ein komplettes Angebot aus einer Hand zu buchen.

Wandertouren – In enger Zusammenarbeit mit Urs Wallimann und Peter Rohrer von den Obwaldner Wanderwegen wurde eine neue Wanderbrochure mit 25 Routen am Berg und im Tal ausgearbeitet. Von leicht bis anspruchsvoll sind verschiedene Routen aus allen Gemeinden enthalten. Mehrheitlich befinden sich die Touren an direktem ÖV-Anschluss. Zudem können auf der Webseite obwalden-tourismus.ch/touren ebenfalls 25 Routen mit GPS-Daten, Höhenprofil und 3-D-Flug angeschaut und heruntergeladen werden.

Touring – Auf der Grand Tour of Switzerland ist der Weg das Ziel. Die rund 1600 Kilometer lange Entdeckungsreise führt durch vier Sprachregionen, über fünf Alpenpässe, zu elf UNESCO-Welterbestätten sowie zu zwei Biosphären; und an 22 Seen entlang. Dieses Produkt wurde von Schweiz Tourismus ins Leben gerufen und begleitet die Marketingkampagnen unter dem Namen Touring. Leider führt die Grand Tour of Switzerland nicht durch den Kanton Obwalden. Doch auch vom Kanton Obwalden aus gibt es zahlreiche schöne Touren über verschiedene Pässe, auf Nebenstrassen zu malerischen Dörfern und entlang tieflauer Seen. Um trotzdem auf den



Plakatkampagne in Zusammenarbeit mit den Sportbahnen Melchsee-Frutt



Promotions-Schwung von Schweiz Tourismus für die Touring-Kampagne aufzuspringen, hat Obwalden Tourismus vier Routen ab Obwalden zusammengestellt. Dazu wurde eine attraktive Touring-Pauschale mit diversen Highlights entlang der Routen kreiert. Für diese Pauschale konnten zahlreiche Angebotspartner gewonnen werden wie die Pilatus-Bahnen, die Sportbahnen Melchsee-Frutt, Freilichtmuseum Ballenberg, Verkehrshaus Luzern und viele mehr. Die OT AG investierte 2015 sehr viel Zeit in das Product Management. Im Frühjahr 2016 erscheinen dazu die Touring-Karte in gedruckter Version sowie die Onlinepräsenz der ganzen Themenkampagne.

Kommunikationsmassnahmen

Webseite – Die Webseite obwalden-tourismus.ch ist seit knapp 2 Jahren online. Das Wachstum der Besucherzahlen ist überaus positiv, konnte doch eine Steigerung von 75,6 % mit 112 639 Besuchern im Jahr 2015 erzielt werden. In der Statistik zeichnet sich das digitale Zeitalter ab: 39,8 % der Besucher betrachteten die Webseite mithilfe eines Smartphones oder eines Tablets. Im Jahr 2014 waren es noch 32,5 %. Um auf dem internationalen Markt mithalten zu können, ist die Webseite seit Anfang Februar 2015 via Google Translate in 15 Sprachen verfügbar.

Newsletter – Obwaldner Feriengäste und an Freizeitaktivitäten interessierte Personen erhalten zehn bis zwölf Mal jährlich den Obwaldner Newsletter. Behandelt werden in den Newslettern aktuelle Themen, Aktionen, Pauschalangebote, Events und vieles mehr. Der Gäste-Newsletter zählt knapp 5500 Empfänger.

eMarketing – Im vergangenen Jahr wurden die Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen weiter ausgebaut. Mit regelmässigen Posts auf der Facebook-Seite von Obwalden konnte die Fan-Zahl um 14 % gesteigert werden. Zudem konnte mit Google AdWords weitere Online-Anzeigen der Traffic auf der Webseite gesteigert werden.

Marktbearbeitung: Schweiz – Schwerpunktmarkt von Obwalden Tourismus bleibt nach wie vor die Schweiz. Nachfolgende Marketingaktivitäten waren die Höhepunkte in der Marktbearbeitung Schweiz im Jahr 2015:

Winterkampagne – In Zusammenarbeit mit den Sportbahnen Melchsee-Frutt wurde im Januar eine grosse Plakatkampagne im Raum Zürich, Aargau und Zug lanciert. Hauptbotschaft der Kampagne war die kurze Anreisedauer nach Obwalden. Parallel zur Plakatkampagne wurden Postautos im Gebiet Knonau eramt mit den gleichen Sujets beschriftet. Ebenfalls lief während dieser Zeit eine Online-Kampagne, um möglichst viele Gäste für Wintersport in Obwalden zu begeistern.

Sommerkampagne – Obwalden Tourismus realisierte während der Sommersaison zahlreiche Werbeaktivitäten im Bereich Online und Print. Einige Umsetzungen sind nachfolgend aufgelistet:

- Sommerausflug-Serie in der Neuen Luzerner Zeitung: 2 x PR-Bericht, 8 x Inserat (Auflage: 126 917)
- Freizeitipp in der RailAway-Regionen-Broschüre Sommer (Auflage: 30 000)
- WirzTravel: Inserat in Reisekatalog
- Online Branding- und Performance-Kampagne: Google AdWords und Werbeanzeigen auf mehr als 50 der grössten Webseiten der Schweiz (z.B. blick.ch, zomin.ch, nzz.ch, tagesanzeiger.ch u. v. m.)

Raiffeisenaktion Zentralschweiz – Die Zentralschweizer Tourismusregionen, die Transportunternehmen Zentralschweiz und die Raiffeisengruppe Schweiz offerierten im Sommer ein exklusives Mitgliederangebot für die Raiffeisenkunden. Die Mitglieder profitierten von 50 % Ermässigung auf den Teilpass und von 50 % Ermässigung auf Hotel-Angebote in der Zentralschweiz. Auch einige Obwaldner Hotels waren bei der Aktion dabei und konnten so Schweizer Gäste von Ferien im Sarneraatal überzeugen. Die Raiffeisenaktion war ein voller Erfolg, was sich auch in der Loggernächte-Statistik widerspiegelt.

Seminarkampagne – Das Segment Seminar bildet in der Marketingstrategie der Obwalden Tourismus AG aufgrund des sehr guten Hotelangebots, der guten Erreichbarkeit und der abwechslungsreichen Rahmenprogramme einen Schwerpunkt für die nächsten drei bis fünf Jahre. Mit fünf engagierten Hotelpartnern, welche auf Meeting und Incentives spezialisiert sind, konnte erstmals eine gemeinsame Seminarkampagne lanciert werden. Hauptmassnahme dieser Kampagne war ein Direct Mailing an 300 Firmenkontakte. Unter dem Slogan «Business as unusual» wurde den Firmen kommentarlos der 192-seitige Buchband «Obwalden im Mittelpunkt» im Branding von Obwalden Tourismus verschickt. Zwei Wochen später erhielten die Empfänger ein Nachfass-Mailing mit allen Hotelangeboten für Seminare. Zudem fand durch die Hotelpartner eine aufwendige Telefonakquise statt. Nebst dieser Massnahme wurde Folgendes umgesetzt:

- Onpage-Optimierung: Seminarpauschale kreiert, Rahmenprogramme und Online-Anfrageformular für Seminare in Obwalden ausgearbeitet
- Osterbesuche bei Obwaldner Firmen als Dank für Berücksichtigung der Obwaldner Seminarhotels
- Online Branding- und Performance-Kampagne: GoogleAdWords und Werbeanzeigen auf mehr als 50 der grössten Webseiten der Schweiz (z.B. blick.ch, zomin.ch, nzz.ch, tagessanzeiger.ch u. v. m.)

Marktbearbeitung Deutschland – Nachfolgende Hauptaktivitäten wurden zusammen mit dem Keypartner Deutschland umgesetzt:

- Internationale Tourismusmesse Berlin (ITB): weltweite grösste Tourismusmesse mit 175 000 Besuchern
- 20-seitiges Merian Special zur Region Luzern-Vierwaldstättersee: Auflage 145 000, Distribution in drei Wellen (März, Mai, Juni)
- E-Marketing: Online-Kampagne und redaktionelle Specials sowie Online-Weiterbildungsplattform für Expediten und Social Media
- Ausschreibung und Durchführung von individuellen und Gruppenmedienreisen sowie Mediennewsletter und Medienmitteilungen

Marktbearbeitung Niederlande – Bereits zum zweiten Mal war Obwalden Tourismus mit einigen Zentralschweizer Tourismusorganisationen Keypartner im Markt Niederlande. Unter anderem genoss Obwalden folgende Präsenzen in den Niederlanden:

- Travel Guide Booklet Grand Tour of Switzerland: 100 000 Auflage
- E-Marketing-Kampagne: Webpräsenz MyS.com/tour, Online-Anzeigen, Google AdWords, Social Media
- Persönliche Präsenz an Fiets en Wandelbeurs vom 31.1. bis 1.2.2015 in Amsterdam: 18 950 Besucher
- Kooperation mit niederländischem Wanderverband: E-Marketing, Membrmagazin (Auflage 36 236)
- KAM: Trade-Newsletter (Touroperators und Reisebüros)
- KMM: Medienmitteilungen und Medienbulletins



«SRF bi de Lüt - Wunderlande» mit Nik Hartmann unterwegs im Sarneraatal, Mai 2015

Marktbearbeitung weltweit – Obwalden Tourismus machte wiederum bei der Sommerkampagne von Schweiz Tourismus mit, Thema der Sommerkampagne 2015 war Touring. Die Kampagne wurde weltweit gesteuert mit Schwerpunkt in den Ländern CH, BE, DE, ES, FR, IT, JP, NL, RU, UK, US. Bei der Kampagne wurde vor allem auf Online-Medien gesetzt. Daneben wurde Obwalden in eine hochfrequentierte Print- und iPad-Broschüre (Auflage: 3 Mio.) in verschiedenen Sprachen integriert.

Medienarbeit

Medienkommunikation – Obwalden Tourismus pflegt in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Luzern Tourismus den Kontakt zu spannenden nationalen und internationalen Medien. Wiederum war Obwalden in der weltweiten Medienlandschaft mit Geheimtipps aktiv vertreten. Einige dieser Plattformen waren:

- Gemeindeporträts über mehrere Seiten im Aktuell Obwalden (6 Erscheinungen) von Januar bis Juni 2015
- 1-seitiger PR-Bericht «Was für ein Leben» in der Rhein Neckar Zeitung, Deutschland (Auflage 86 397)
- Ausstrahlung «Mini Peiz, dini Beiz» im Schweizer Fernsehen im März/April 2015 mit den Restaurants Cantina Caverna in Lungern, Landgasthof Grossteil in Giswil, Mühle in Sarnen und Yucatan in Engelberg

- «SRF bi de Lüt - Wunderlande» Nik Hartmann unterwegs im Sarneraatal im Mai 2015
- Ausstrahlung Konzertabend am OBWALD im Schweizer Fernsehen
- Radio-Interviews Hitradio OHR, Süddeutsches Land, und Radio Munot, Schaffhausen
- 2-seitiger Weekentipp «Moorbärfeld Langis» in der Schweizer Familie im Juli 2015 (Auflage 189 388)
- 1-seitiger PR-Bericht im ACE Auto Club Europa e.V., Deutschland, im November 2015 (Auflage 359 360)

Bretute Medien-Studienreisen – Nachfolgende Medienreisen hat Obwalden Tourismus persönlich organisiert und vor Ort betreut:

- Merian Entdeckungsreise, Deutschland: Februar 2015, 3 Tage mit 3 Teilnehmern
Interessen: Wintersport, Wellness
- Gruppenmedienreise Glamping, Deutschland: Mai 2015, 3 Tage mit 4 Teilnehmern
Interessen: Campingreisen, Wandern, Traditionen und Brauchtum
- Auto Classic Magazin, Deutschland: August 2015, 4 Tage mit 1 Teilnehmer (kurzfristig abgesagt), wurde auf 2016 verschoben
Interessen: Oldtimer-Tour durch Obwalden, Landschaft, Wandern
- Studienreise Lufthansa City Center, Deutschland: Oktober 2015, 1 Tag mit 12 Teilnehmern
Interessen: Landschaft, Brünig Indoor

JAHRESRECHNUNG 1.1.2015 - 31.12.2015

BILANZ

AKTIVEN	2015		2014	
	CHF	CHF	CHF	CHF
Umlaufvermögen				
Flüssige Mittel	675 587.82	579 899.30		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	50 759.90	72 634.45		
Übrige kurzfristige Forderungen	3 907.65	5 548.25		
Forderungen gegenüber Aktionären	-	150.00		
Aktive Rechnungsabgrenzungen	24 872.95	24 066.43		
Total	755 128.32	682 298.43		
Anlagevermögen				
Wertschriften	18 000.00	18 000.00		
Mobile Sachanlagen	25 900.00	36 600.00		
Total	43 900.00	54 600.00		
Total Aktiven	799 028.32	736 898.43		

PASSIVEN	2015		2014	
	CHF	CHF	CHF	CHF
Kurzfristiges Fremdkapital				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	85 155.90	63 904.60		
Verbindlichkeiten Gutscheine	310 038.85	282 133.45		
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	7 305.93	12 204.45		
Passive Rechnungsabgrenzungen	32 031.84	75 018.40		
Rückstellungen	35 000.00	-		
Total	469 552.52	433 266.60		
Langfristiges Fremdkapital				
Rückstellungen	77 000.00	77 000.00		
Fonds Infrastruktur Projekte	17 000.00	-		
Total	94 000.00	77 000.00		
Total Fremdkapital	563 552.52	510 266.60		
Eigenkapital				
Aktienkapital	100 000.00	100 000.00		
Gesetzliche Kapitalreserve	123 720.00	119 120.00		
Gesetzliche Gewinnreserve	1 000.00	500.00		
Gewinnvortrag	6 537.85	3 670.85		
Jahresgewinn	4 237.95	3 346.99		
Total Eigenkapital	235 475.80	226 637.85		
Total Passiven	799 028.32	736 898.45		

JAHRESRECHNUNG 1.1.2015 - 31.12.2015

ERFOLGSRECHNUNG

ERTRAG	2015		2014	
	CHF	CHF	CHF	CHF
Betriebsbeitrag aus Lieferungen und Leistungen				
Tourismusabgaben	900 962.45	893 374.00		
Beitrag Kanton Obwalden	180 000.00	180 000.00		
Ertrag aus Dienstleistungen	201 399.69	127 511.95		
Erlösminderungen	-24 798.86	-2 470.00		
Total	1 257 563.28	1 198 415.95		

AUFWAND	2015		2014	
	CHF	CHF	CHF	CHF
Direkter Aufwand				
Gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden	-176 705.74	-178 650.80		
Freiwillige Abgaben Einwohnergemeinden	-	-129 428.75		
Tourismuskoooperationen	-33 833.70	-26 007.95		
Marketing- und Werbeaufwand	-389 203.32	-515 535.02		
Total	-599 742.76	-849 622.52		

Bruttoergebnis nach direktem Aufwand	657 820.52	348 793.43		
Personalaufwand	-452 023.48	-478 631.55		
Bruttoergebnis nach Personalaufwand	205 797.04	-129 838.12		
Übriger betrieblicher Aufwand				
Raumaufwand	-23 640.00	-23 640.00		
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-205.50	-1 283.05		
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-85 585.12	-108 777.05		
Sonstiger betrieblicher Aufwand	-40 189.66	-43 289.31		
Total	-149 620.28	-176 929.41		
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Wertberichtigungen, Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern	56 176.76	-306 767.53		
Abschreibungen	-15 367.64	-15 800.00		
Abschreibungen Mobilien, Einrichtungen, EDV	40 809.12	-322 567.53		
Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, ausserordentlichem Erfolg und Steuern	-895.62	-1 430.98		
Finanzaufwand				
Zinsaufwand, Spesen	475.65	973.90		
Zinsertrag	-487.97	-487.08		
Total	40 389.15	-323 024.61		
Betriebsergebnis vor ausserordentlichem Erfolg und Steuern	-	-29 974.35		
Ausserordentlicher Aufwand				
Ausserordentlicher Aufwand	-	197 000.00		
Veränderung Rückstellungen Grossanlagen	-35 000.00	51 000.00		
Veränderung Rückstellungen Projekte Marketing	-	112 500.00		
Veränderung Rückstellungen Darlehen/Tourismusvereine 2013	-	-		
Total	-35 000.00	327 525.65		
Jahresgewinn vor Steuern	5 389.15	4 501.04		
Steuern	-1 154.20	-1 154.05		
JAHRESGEWINN	4 234.95	3 346.99		

ANHANG

Nettoauflösung stiller Reserven

	2015	2014
	CHF	CHF
	-	25 186 95

Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen

	2015	2014
	CHF	CHF
	-	25 186 95

Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

	2015	2014
	CHF	CHF
	21 727 20	19 040 45

Gesetzliche Grundlage

Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Vorschriften des Schweizerischen Rechnungslegungsrechts, insbesondere den Artikeln 957ff. über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung, erstellt.

Offene Rechtsstreitigkeit

Derzeit besteht noch eine pendente Rechtsstreitigkeit im Zusammenhang mit zwei Zweitwohnungseigentümern, die sich gegen die Erhebung der Tourismusabgabe wehren. Das Volkswirtschaftsdepartement, der Regierungsrat des Kantons Obwalden und anschliessend das Verwaltungsgericht des Kantons Obwalden haben die Beschwerden abgewiesen. Diesen Entscheid haben die Beschwerdeführer ans Bundesgericht weitergezogen. Das Beschwerdeverfahren ist noch hängig.

ANTRAG ÜBER DIE VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS

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

	2015	2014
	CHF	CHF
Vortrag am 01.01.	6 517 85	3 670 86
Jahresgewinn	4 237 95	3 346 99
Bilanzgewinn	10 755 80	7 017 85
Zuweisung an die gesetzliche Gewinnreserve	-500 00	-500 00
Vortrag auf neue Rechnung	10 255 80	6 517 85



BDO AG
Kornstrasse 31
Postfach 1654
6061 Sarnen

Tel. +41 41 866 37 72
Fax +41 41 866 37 78
www.bdo.ch

REVISIONSBERICHT

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 2015 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 Fehlbauungen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungsbehandlungen sowie den Umstand angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungsbehandlungen 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 die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Sarnen, 29. Februar 2016

BDO AG

Ivan Christen
Leitender Revisor
Zugelassener Revisionsexperte

i.V. Barbara Odermatt

Beilagen
Jahresrechnung
Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns

BDO AG, im Auftrag in Sarnen, ist der unabhängige Schweizer Revisionsfirma des internationalen BDO Netzwerks.

Im Zeichen der Gastfreundschaft

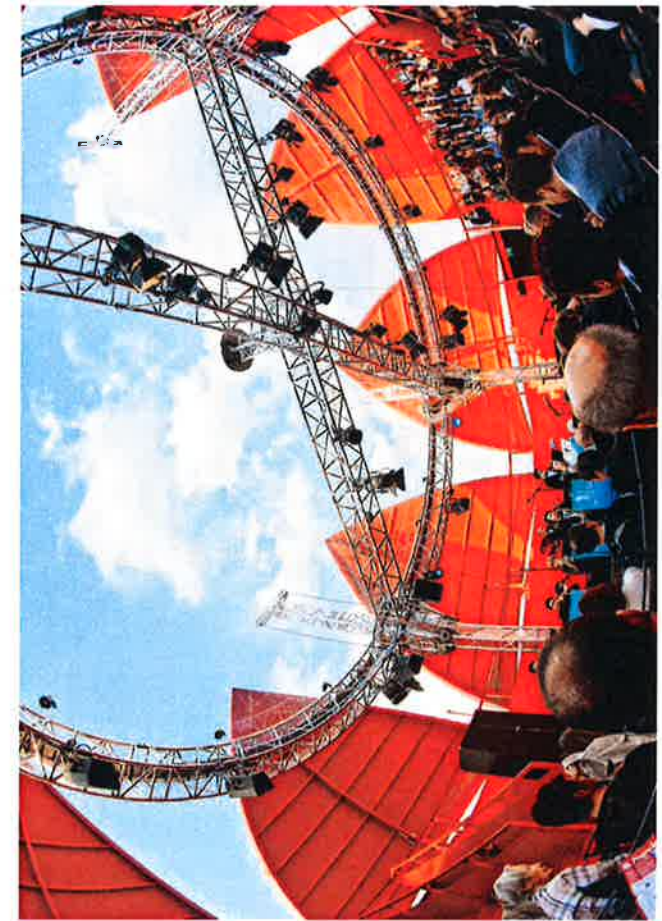
Anlässe und Workshops – Die Standpräsenz am Infoworkshop der Luzern Tourismus AG im April teilte sich Obwalden Tourismus mit den Sportbahnen Melchsee-Fruitt, um Interessenten aus touristischen Betrieben der Zentralschweiz gebündelte Informationen abzugeben. Danach konnte etwas durchgeatmet werden bis zum Zentralschweizer Jodlerfest in Sarnten im Juni. Mitarbeitende der Infostelle arbeiteten im Vorfeld im Ressort Personal über 150 Stunden mit, welche über ein Sponsoring abgegolten wurden. Auch der Vorverkauf der Eintritte und Festführer in der Tourist Info lief wie am Schnürchen. Unterkunftsfragen wurden ebenfalls fleissig bearbeitet.

Friendly Hosts – Zum ersten Mal waren diesen Sommer die Obwaldner Botschafter der Gastfreundschaft im Einsatz. Im Rahmen des Gästivals wurde das Projekt der Friendly Hosts aus Luzern auf die gesamte Zentralschweiz ausgeweitet. Neun Hosts waren von Juni bis Oktober in Alpnachstad, Sachseln und Melchsee-Fruitt unterwegs und standen den Gästen bei Fragen aller Art zur Verfügung. Rund 1000 Gäste nahmen die Dienste der freundlichen Helfer in Obwalden in Anspruch.



Friendly Hosts in Obwalden

Auswertung der Kontakte – Knapp 7000 persönliche Kontakte verzeichnete die Infostelle 2015. Die Schalterverkäufe (Verkauf von Gutscheinen, Tageskarten, Fischerpatenten etc.) generierten alleine über 3000 Kontakte – dies entspricht 45 % des Gesamtumsatzes. Touristen suchten die Tourist Info vor allem im August auf. Die Touristen machten lediglich 7 % der Kontakte aus.



Konzert auf der Seerose

Eine grosse Änderung erfuhren die beliebten Gastro-Gutscheine. Da den Restaurants seit 1.1.2015 keine Kommission mehr auf den eingelösten Gutscheinen abgezogen wird, nehmen mehr Restaurants teil. Für die Obwalden Tourismus AG bedeutet dies zwar weniger Einnahmen und mehr Aufwand, das Angebot des Verbands Gastro Obwalden gewinnt dadurch aber an Attraktivität. Ebenfalls kann mit den Gastro-Gutscheinen der Umsatz in den Restaurantsbetrieben gesteigert werden.

Auch dieses Jahr besuchten die Mitarbeitenden der Infostelle mindestens einen Leistungsträger pro Monat, um dessen Angebot kennenzulernen.

Partner – Zum ersten Mal fand dieses Jahr ein «Tourismuskaff» mit Vertretern der lokalen Tourismusvereine statt. Das Treffen hat das Ziel, Neuigkeiten auszutauschen, Informationen weiterzugeben, Synergien zu nutzen und die Infostellen besser zu vernetzen.

Am 25. November 2015 fand der erste Tourismustreff statt. Rund 30 Teilnehmende aus touristischen Betrieben waren im Brünig Park anwesend. Nach der Vorstellung des Marketingprogramms der OT AG präsentierte Birv Kennel seine Schliffenhunde-Angebote. Beim anschliessenden Apéro wurde die Möglichkeit genutzt, sich besser kennenzulernen und auszutauschen. Die OT AG wird diesen Tourismustreff zukünftig dreimal jährlich durchführen.

Qualitätsprogramm – Pünktlich vor Jahresende wurde das Qualitätslabel Qi erfolgreich erarbeitet. Das Qualitäts-Gütesiegel Stufe I konzentriert sich auf die Qualitätsentwicklung und widmet sich insbesondere der Servicequalität. Es wirkt primär nach innen und motiviert die Mitarbeitenden zu qualitätsbewusstem Arbeiten.

Anfragen, Buchungen und Offerten – 142 potenzielle Gäste erhielten Post (Broschüren) aus Obwalden. Bei den Buchungen erzielte das neue System von e-domizil bezüglich Ferienwohnungen erste Erfolge. 49 Ferienwohnungen haben sich bei e-domizil registriert, davon sind 42 direkt online buchbar. Bis Ende Jahr gingen 128 Buchungen ein – dies ist eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 33%. Über die Hälfte der Buchungen verzeichneten die Ferienwohnungen in der Gemeinde Lungern. Etwa 40% der Hotels im Sameraal nutzen das Onlinebuchungsportal von STC (Switzerland Travel Center).

Verkaufssortiment – Mit dem Ticketverkauf über Starticket wurde das Sortiment weiter ausgebaut. Tickets für die Seerose des Gästivals konnten ebenfalls in der Tourist Info erworben werden.

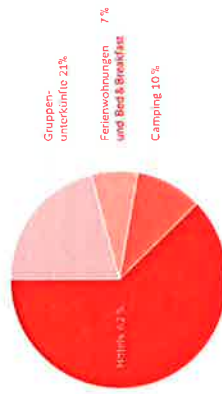
Gefragt waren auch die Dorfführungen in Sarnten und Flüeli-Ranft. 30 Führungen wurden durch das Team von Obwalden Tourismus organisiert und durchgeführt, dies sind 17 Führungen mehr als 2014. Die gute Zusammenarbeit mit dem Wallfahrtskreatariat Sachseln trug zu erfolgreichen Führungen in Flüeli-Ranft bei.

LOGIERNÄCHTE

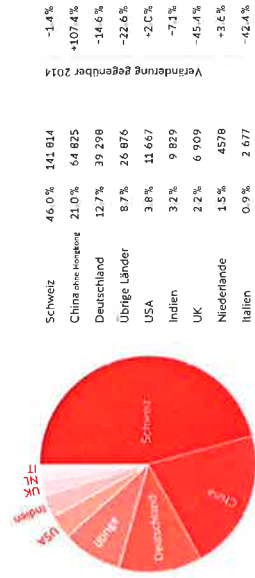
Die Hotellerie in der Schweiz registrierte im Jahr 2015 einen Rückgang um 0,8 % gegenüber 2014. Bei den ausländischen Gästen wurde ein Minus von 1,7 % verzeichnet. Das Jahr 2015 war von der Aufhebung des Mindestkurses des Frankens zum Euro geprägt. Mit einem Plus von 0,2 % blieb die Nachfrage von Gästen aus der Schweiz im Vergleich zum Vorjahr stabil. Dies geht aus den definitiven Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik (BFS) hervor.

Auch das Sarneraatal blieb von der Aufhebung des Mindestkurses nicht verschont. Die Hotellerie schreibt trotz Schliessung von 3 Betrieben ein Plus von 3 %. Dies ist auf die Zunahme der Gäste aus China zurückzuführen. Bei Schweizer Gästen und bei allen anderen wichtigen Märkten ist ein Rückgang zu verzeichnen. Gesamthaft generierten die Hotels im Sarneraatal 308 473 Logiernächte. Somit wurde die Grenze von 300 000 zum ersten Mal seit Bestehen der OT AG geknackt. Auch die übrigen Bereiche wie Ferienwohnungen und Gruppenunterkünfte erreichten eine Zunahme von rund 7 %. Im Bereich Camping ist im Sarneraatal ein Plus von ca. 11,7 % zu verzeichnen. Die Hotellerie, Parahotellerie, Campingplätze und Gruppenunterkünfte generierten zusammen im Jahr 2015 total 505 329 Logiernächte, was einer Zunahme von 5 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

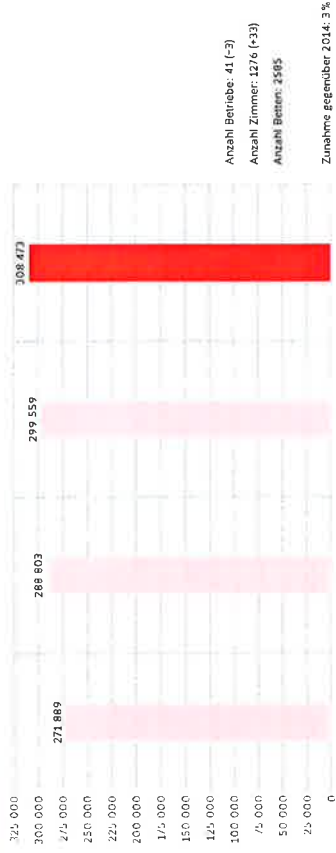
Anteil Logiernächte



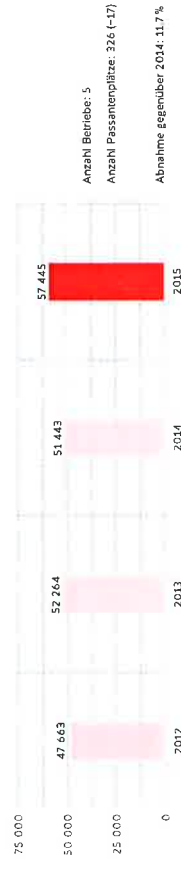
Gästerherkunft



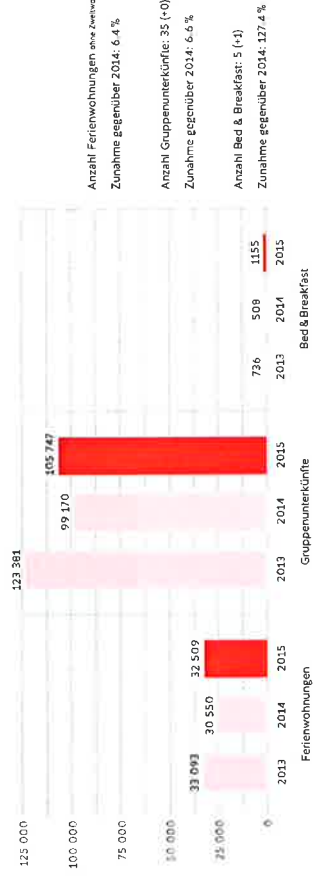
Hotellerie



Camping



Ferienwohnungen, Gruppenunterkünfte, Bed & Breakfast



Quellen: Bundesamt für Statistik, 23.2.2015
- Erhebung Obwalden Tourismus

VERWALTUNGSRAT

Florian Spichtig* Präsident Vertreter Sächseln	Beat Odermatt Gemeinderat Sarnen, Sarnen
Josef Inderbitzin* Vize-Präsident Direktor Hotel Krone, Sarnen	Hansruedi Odermatt Restaurant Bahnhofli, Lungern
Niklaus Bleiker* Regierungsrat, Alpnach	Thomas Spitzmüller Vertreter Giswil
Bruno Della Torre* Hotel und Restaurant Kreuz, Sächseln	Alexandra Townend Genoni Direktorin Parkhotel Waldheim, Wilen
Walter Küchler Präsident Gastro Obwalden, Flietli-Ranft	Beat von Deschwanden Betriebsleiter Sportbahnen Meldsee-Fruit, 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 31.12.2015): Der Kanton besitzt 7032 Aktien, die übrigen 373 Aktionäre zusammen 2968 Aktien.

GESCHÄFTSSTELLE

Markus Bolliger Alpnach	Geschäftsleiter 100 %	Yves Schwab Beckenried	Gästabereitung 100 %
Nadine Röhlin Stans	Leiterin Marketing 100 %	Désirée Blättler Kerns	Gästabereitung 60 %
Anja Degiampietro Alpnach	Leiterin Infostelle 100 %	Marion Imfeld Sarnen	Administration 40 %

HERAUSGEBER

Obwalden Tourismus AG
Bahnhofplatz 1 | 6050 Sarnen
Telefon +41 (0) 41 666 50 40
info@obwalden-tourismus.ch
www.obwalden-tourismus.ch

KONZEPT UND GESTALTUNG

Andreas Aeschbacher
Agentur für Konzept und Gestaltung
www.a.a.ch
FOTOGRAFIE
OT AG, Emanuel Ammann
Sibylle Kuhnlein, Stef. Marcas Oger

TEXT

Markus Bolliger, Florian Spichtig
Nadine Röhlin, Anja Degiampietro
KOBBERTOSAT
Kühnli, Julia Schwegler, Weiring
DRUCK
Kühnli Druck AG, Giswil



Saaremaa auf dem Alpmachensee

OBWALDEN

Tourismus



