

**OBWALDEN TOURISMUS AG**  
**GESCHÄFTSBERICHT**

**2024**





Tannalp, Melchsee-Frukt





## WORTE DES VR-PRÄSIDENTEN

5

---

## RÜCKBLICK DES GESCHÄFTSFÜHRERS

6-7

---

## MARKETING UND VERKAUF

8-15

---

## FINANZEN

16-19

---

## INFOSTELLE

20-21

---

## FACTS & FIGURES

23-25

---

## ORGANE

27



### HERAUSGEBER

Obwalden Tourismus AG

Bahnhofplatz 1 | 6060 Sarnen

Telefon +41 (0) 41 666 50 40

[info@obwalden-tourismus.ch](mailto:info@obwalden-tourismus.ch)

[www.obwalden-tourismus.ch](http://www.obwalden-tourismus.ch)

### SATZ

Küchler Druck AG, Giswil

[www.kuechler-druck.ch](http://www.kuechler-druck.ch)

### FOTOGRAFIE

Samuel Büttler, Christian Imfeld,

AMA by WZS Management AG,

Obwalden Tourismus AG

### KORREKTORAT

Korrigiert., Sarnen, [www.korrigiert.ch](http://www.korrigiert.ch)

### TEXTE

Obwalden Tourismus AG, Thorsten Fink

im März 2025

## WORTE DES VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENTEN

### Weichenstellen für die Zukunft

Geschätzte Aktionärinnen, geschätzte Aktionäre

Das Geschäftsjahr 2024 war für den Verwaltungsrat und mich als Präsident ein Jahr der intensiven Vorbereitungen und Weichenstellungen für die Zukunft. Zusammen mit den Vertreterinnen und Vertretern unseres Hauptaktionärs, dem Kanton Obwalden, ging es vor allem darum, die definierten Massnahmen aus der Leistungsvereinbarung umzusetzen und die ebenfalls vorgesehene strategische und organisatorische Weiterentwicklung aufzugleisen. Die bereits in diesem Jahr gewonnenen Ideen und Zielsetzungen erlauben es uns, effizient und fokussiert die Inhalte der Leistungsvereinbarung 2028–2031 vorzubereiten und die Tätigkeit der Obwalden Tourismus AG auf die kommenden Anforderungen vorzubereiten.

Insbesondere unsere Rolle als Marketingorganisation, unsere zukünftigen Aufgaben und die operative Umsetzung der Strategie standen und stehen im Mittelpunkt unserer Aktivitäten. Fragen, wie zum Beispiel die nach der Bedeutung der künstlichen Intelligenz im Tourismus oder der veränderten Erwartungen und Motive für das Reisen, aber auch die Ansprüche der Leistungsträger und Partner der OTAG wurden in diese Überlegungen aufgenommen.

Gleichzeitig lag ein Hauptaugenmerk auf der Aufklärung und Information zu den Aufgaben der OTAG gemäss Tourismusgesetz, -verordnung und der Leistungsvereinbarung mit dem Kanton Obwalden, da die hier bestehenden Unklarheiten immer wieder zu unnötigen Ressourceneinsätzen führten und vielfach Missverständnisse bestanden. In mehreren Workshops mit dem Volkswirtschaftsdepartement, den Gemeinden und dem Team der OTAG wurden die vielfältigen Gründe dieser Unklarheiten herausgearbeitet und angegangen.

Trotz dieser positiven Veränderungen bleibt das Umfeld für die OTAG herausfordernd. Die Einnahmen aus den Tourismusabgaben stagnieren und die Haushaltssituation des Kantons erlaubt verständlicherweise keine höheren Beiträge an den Tourismus. Diese Herausforderungen nehmen wir dennoch zum Anlass, zuversichtlich in die Zukunft zu schauen und Projekte zu lancieren, die uns neue Einnahmequellen erschliessen und gleichzeitig den Tourismusstandort Obwalden fördern. Wir freuen uns auf diese Entwicklungen und die Möglichkeiten, die sich daraus ergeben.

Die kommende Generalversammlung zum Geschäftsjahr 2024 wird leider die letzte Generalversammlung von Susanne Ming sein, die sich entschieden hat, nicht wieder zur Wahl anzutreten. Diese Entscheidung bedauere ich sehr, da Susanne in den vergangenen neun Jahren ein sehr wertvolles Mitglied des Verwaltungsrates war und mit ihren umsichtigen Beiträgen und ihrer Fachkompetenz, aber vor allem auch als Lungererin stets die Sitzungen des VR bereichert hat. Ich danke Susanne Ming von Herzen für die geleistete Arbeit und wünsche ihr alles Gute für die Zukunft.

Ihnen allen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, liebe Leistungstragende und liebe Freunde der OTAG, danke ich für die Unterstützung im vergangenen Geschäftsjahr und freue mich auf eine weiterhin hervorragende Zusammenarbeit.

**Thorsten Fink**  
Verwaltungsratspräsident

## RÜCKBLICK DES GESCHÄFTSFÜHRERS

### Ausblick statt Rückblick – gemeinsam innovativ

Das Geschäftsjahr 2024 der Obwalden Tourismus AG stand im Zeichen von Wachstum, Erneuerung und Herausforderungen. Die Region Sarneraatal wurde mit gezielten Massnahmen in den Fokus des schweizerischen Tourismus gerückt. Statt auf eine detaillierte Rückschau setzt dieser Bericht den Schwerpunkt auf Zukunftsperspektiven – denn der Blick nach vorne eröffnet Chancen und neue Reichweiten. Die Marketingaktivitäten 2024 sind in den einzelnen Berichten dieses Jahresberichts ausführlich dokumentiert und bieten einen klaren Überblick über die wichtigsten Entwicklungen und Aktivitäten des vergangenen Jahres.

Im vergangenen Jahr wurden zahlreiche Projekte lanciert und bestehende Initiativen weiterentwickelt. Besonders hervorzuheben ist die Stärkung der Marke «Obwalden – der Geheimtipp», die durch gezielte Kampagnen und Kooperationen mit lokalen Partnern an Bekanntheit gewonnen hat. Diese Erfolge bilden eine solide Basis, die weiter mit neuen Angeboten ausgebaut werden kann, um den Erwartungen und Bedürfnissen der Gäste noch besser gerecht zu werden und die Begeisterung für die Region weiter zu steigern.

Nach eingehender Analyse und unter Berücksichtigung aktueller Trends und Szenarien gibt das OT-Team einen kurzen Ausblick auf geplante Projekte und Fortschritte laufender Initiativen im Jahr 2025.

#### Digitale Transformation

Das Jahr 2025 soll in Obwalden als Jahr der Innovation und Digitalisierung gesehen werden. Die digitale Transformation wird weiter vorangetrieben, um sowohl interne Prozesse zu optimieren als auch die Gäste mit neuen Angeboten zu begeistern. Ein wichtiger Meilenstein ist die Weiterführung des «Data & Content Hub» von Luzern Tourismus, der eine optimale digitale Vernetzung und den Zugriff auf zertifizierte und einheitliche Inhalte für die gesamte Region ermöglicht. Diese zentrale digitale Plattform für innovative Erlebnisformate steht im Zentrum der Strategie, die Region moderner und nachhaltiger zu präsentieren. Ergänzend sollen weitere digitale Schnittstellen entwickelt werden, um weitere touristische Partner zu erschliessen.

Ein weiterer Schritt ist die Fortsetzung der Investitionen in die Suchmaschinenoptimierung (SEO), um die digitale Sichtbarkeit des touristischen Angebots zu erhöhen. Ziel ist es, potenzielle Gäste direkt



Blick über das Sarneraatal

anzusprechen und die Attraktivität der Region online zu stärken. Diese Vernetzung reduziert nicht nur den organisatorischen Aufwand, sondern optimiert auch das digitale «Besucherlebnis».

Ein zentrales Element der Digitalstrategie ist der Ausbau der digitalen Kommunikation. Mit gezielten Inhalten, Informationsquellen und Empfehlungen soll die Vielfalt Obwaldens digital erlebbar gemacht werden. Dazu gehört der Einsatz von interaktiven Übersichtskarten, die Gästen eine benutzerfreundliche Möglichkeit bieten, Sehenswürdigkeiten, Routen und Erlebnisse in der Region besser zu entdecken. Diese Massnahmen stärken die digitale Präsenz Obwaldens und sichern langfristig die Wettbewerbsfähigkeit im Tourismusmarkt.

### Fokus auf das Eventmanagement

Kultur- und Sportveranstaltungen sind ein zentrales Element dieser noch zu entwickelnden Strategie. Die Integration eines Eventmanagements als neues Geschäftsfeld kann bei entsprechender Finanzierung nicht nur bestehende Strukturen entlasten, sondern auch gezielt neue Grossanlässe lancieren. Obwalden will sich damit als Destination für einzigartige Erlebnisse positionieren und die Zusammenarbeit mit den lokalen Akteuren stärken.

Ein Ziel ist es, die Arbeitsprozesse zu professionalisieren und zu vereinfachen, um den gestiegenen Anforderungen gerecht zu werden. Veranstaltungen und Events sollen künftig zentraler geplant werden, um eine reibungslose Umsetzung zu gewährleisten und die Attraktivität für Gäste und Einheimische weiter zu erhöhen.

### Obwalden Tourismus setzt weiterhin auf Messen

Die Obwalden Tourismus AG setzt langfristig auf eine starke Präsenz an Messen und Gewerbeausstellungen, um die touristische Vielfalt der Region einem breiten Publikum näherzubringen.

Diese Strategie wird auch 2025 fortgeführt. So wird Obwalden als Gastregion an der «Züri Oberland Mäss» (ZOM) in Wetzikon vertreten sein, um sich gezielt einem neuen Publikum zu präsentieren. Der kontinuierliche Austausch mit Branchenpartnern und Messebesuchern bleibt ein zentrales Element der Tourismusstrategie.

### Ideenwerkstatt Sarneraatal

Abschliessend ein Rückblick auf den Workshop des Marketingpools Sarneraatal. Hier wurde intensiv analysiert, diskutiert und mit kreativen Ansätzen in die Zukunft geblickt. Die Ergebnisse sprechen für sich: Zu den neuen Vorschlägen gehören Roadshows, die in verschiedenen Städten der Schweiz auf Obwalden aufmerksam machen sollen, ein «Obwaldnerschiff», das die Region auf einem der schönsten Schweizer Seen repräsentieren könnte, und die Entwicklung einer geheimnisvollen «Obwaldner Geheimtipp-Box», die Neugier wecken soll.

Diese Ideen befinden sich nun in der Planungsphase. Im Jahr 2025 sollen sie weiter ausgearbeitet und auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden. Der Workshop hat eindrucksvoll gezeigt, wie wichtig gemeinsames Brainstorming und kreative Prozesse für die Zukunftsgestaltung des Sarneraatal sind.

### Gute Arbeit!

Zum Schluss ein herzliches Dankeschön – an das engagierte Team, die touristischen Leistungserbringer, die Wirtschaftspartner sowie die Gemeinden und den Kanton. Gemeinsam wurden die Herausforderungen des letzten Jahres gemeistert und wichtige Schritte für die Zukunft von Obwalden gemacht. Mit vereinten Kräften wird daran gearbeitet, die Region weiterzuentwickeln und neue Impulse für den Tourismus zu setzen. Merci!

**Daniel Scardino**

Geschäftsführer der Obwalden Tourismus AG



## OBWALDEN Tourismus – zwischen Face to Face und digital

Obwalden Tourismus setzte im Jahr 2024 auf eine Kombination zwischen direkten Begegnungen und digitalen Kampagnen. Der Schwung aus dem erfolgreichen Auftritt als Gastregion an der Zuger Messe Ende 2023 wurde mitgenommen und fand einen erneuten Höhepunkt Ende März 2024 in Form eines weiteren Gastauftrittes an der AMA, der Aargauer Messe in Aarau. Ein weiterer Meilenstein war die Lancierung der neuen Website von Obwalden Tourismus gegen Ende Oktober 2024.

### Messen

Die AMA Aargauer Messe Aarau fand vom 20. bis 24. März 2024 statt. Obwalden präsentierte sich auf rund 200 m<sup>2</sup> gemeinsam mit Partnern aus Tourismus und Wirtschaft, darunter Sportbahnen Melchsee-Frutt, Seilpark discOWER, Pilatus-Bahnen, Zentralbahn, Lungern-Turren-Bahn, Melchtal Resort, Brunos Salatsaucen, Kernser Pasta, Kaffee 13/15, Kernser Edelpilze und Seiler Käse. Ergänzt wurde der Messeauftritt mit diversen Tagesausstellern. Während fünf



Stand Obwalden Tourismus und Partner an der Messe AMA, Aarau



Stand Obwalden Tourismus und Partner an der Messe AMA, Aarau

Messtagen konnte sich Obwalden rund 30 000 Besuchenden aus dem ganzen Kanton Aargau und den umliegenden Gemeinden präsentieren und vorstellen. Um bereits im Vorfeld auf Obwalden aufmerksam zu machen, wurde die Gästezeitung «Geheimtipp», Ausgabe 7, in der Region Aarau via PromoPost-Versand verteilt. Über 35 000 Zeitungen fanden den Weg in die Haushaltungen im Einzugsgebiet der AMA. Zusätzlich erhielt Obwalden einen prominenten Platz in der Messezeitung, welche als Beilage der Aargauer Zeitung gestreut wurde und mit einer Auflage von 55 000 Exemplaren erschienen ist.

Die Messeaktivitäten von Obwalden Tourismus wurden mit der Teilnahme an der Gewerbeausstellung in Alpnach vom 30. Mai bis 2. Juni 2024 abgerundet. Der Auftritt wurde gemeinsam mit den Obwaldner Wanderwegen, Seilpark DiscOWer und den Pilatus-Bahnen gestaltet und zielte darauf ab, den Austausch mit der lokalen Bevölkerung zu suchen.





Seminar-Fotoshooting auf dem Pilatus



Assistants' Day im Kongresshaus Zürich

### Kampagnen

**«2 für 1»-Tell-Pass-Aktion:** Bereits zum vierten Mal wurde 2024 die Tell-Pass-Kampagne umgesetzt. Das Angebot ermöglicht es Gästen, ab zwei Übernachtungen in der Region und beim Kauf eines Tell-Passes den zweiten Tell-Pass kostenlos dazuzubekommen. Von diesem Angebot profitieren konnten Gäste von Hotels, Ferienwohnungen und Campingplätzen. Insgesamt wurden durch diese Aktion 32 3-Tages-Pässe, 14 4-Tages-Pässe, 18 5-Tages-Pässe und 16 Pässe für Kinder herausgegeben.

**Seminarkampagne:** Die Stärkung des MICE-Sektors im Sarneraatal war auch 2024 das Hauptziel der Seminarkampagne. Gemeinsam mit den Seminarhotels Pilatus Kulm Hotels, Hotel Krone Sarnen, Hotel Kreuz by b\_smart, Turrenhuis, Seehotel Wilerbad und dem Jugendstil-Hotel Paxmontana wurden gezielt Marketingmassnahmen definiert und umgesetzt. Ein Höhepunkt war ein Business Dinner, durchgeführt in den Pilatus Kulm Hotels. Dabei wurden gezielt Seminarverantwortliche aus Unternehmungen nach Obwal-

den eingeladen, um das MICE-Angebot sowie mögliche Rahmenprogramme vor Ort kennenzulernen. Weiter war der Auftritt am Assistants' Day im Kongresshaus in Zürich fixer Bestandteil der Aktivitäten. Rund 1000 Besuchende haben die Messe besucht. Um die visuelle Präsenz zu stärken, wurden in den Seminarhotels der Kampagne Fotoshootings durchgeführt. Ausserdem wurden die Marketingmassnahmen gezielt mit Print- und Onlinewerbung ergänzt. Abgeschlossen wurde das Kampagnenjahr mit Firmenbesuchen. Mit einem Teambuilding-Spiel wurde einerseits Danke gesagt und andererseits auf das schnell erreichbare, charmant geführte und unvergleichliche Seminarangebot im Sarneraatal aufmerksam gemacht.

**Digitalkampagne:** Die Google-Search-Kampagne aus dem Jahr 2023 wurde fortgesetzt und saisonal angepasst und optimiert. Das Zielgebiet umfasste den Raum Deutschschweiz. Zudem wurde eine Livesystems-Kampagne lanciert, die gezielt Tagesausflüge nach Obwalden bewarb. Die Ausspielung erfolgte hauptsächlich in Verkehrsbetrieben in der Region Luzern und Aargau.

### Social Media

Obwalden Tourismus fokussierte sich auf die Social-Media-Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn (für den Seminarbereich) und Youtube. Die Followerzahlen auf den Plattformen Instagram und Facebook konnten keinen exzessiven, aber einen stetigen Zuwachs verzeichnen. Auf beiden Kanälen wurden Beiträge gezielt mit Paid Posts gefördert und Sommer- und Winterkampagnen mittels Ads geschaltet. Der Schwerpunkt lag auf organischer Interaktion. Obwalden Tourismus war bestrebt, die Kanäle regelmässig und aktiv mit News, Informationen und Bildern aus der Region zu unterhalten und einen aktiven Austausch mit den Partnern zu pflegen. Eine enge Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus und den umliegenden Regionen half ausserdem, sich über Trends und Erfahrungen auszutauschen.

### Website

Zahlreiche Stunden wurden investiert, um das bestehende Gästeportale abzulösen und das neue Content-Management-System von Engelberg Tourismus zu übernehmen. Die technische Umsetzung und ins-

besondere die inhaltliche Migration konnten durch die enge Zusammenarbeit im Team erfolgreich bewältigt werden. Nach rund einem halben Jahr Arbeit konnte die neue Website am 28. Oktober 2024 erfolgreich in Betrieb genommen werden.

Die Umstellung auf die neue Plattform führte zu einer klar verbesserten Wiedererkennungswirkung. Durch die Abschaltung des Gästeportals erfolgte nun eine vollständige Rückkehr zum Corporate Design und zur Corporate Identity. Zudem wurde eine modernere Darstellung der touristischen Angebote von Obwalden erreicht, was sowohl die Nutzererfahrung als auch die effiziente Pflege der Inhalte optimiert.

Ein besonderer Fokus wurde zudem auf die Suchmaschinenoptimierung (SEO) gelegt. Die Informationsarchitektur der Website wurde vollständig überarbeitet und an die Suchintention der Nutzerinnen und Nutzer angepasst. Durch gezielte Keyword-Recherchen wurden neue Seiten erstellt, um die Sichtbarkeit in spezifischen Themenbereichen zu steigern. Diese Optimierungsmassnahmen sollen langfristig dazu beitragen, die Auffindbarkeit von Obwalden Tourismus in den Suchmaschinen zu verbessern. Da



SEO-Erfolge erst mit einer gewissen Zeitverzögerung messbar sind, bleibt abzuwarten, wie sich die getroffenen Massnahmen auf das Ranking und den Traffic der Website auswirken werden.

Im Jahr 2024 verzeichnete die Website [www.obwalden-tourismus.ch](http://www.obwalden-tourismus.ch) insgesamt 253 697 Nutzer und Nutzerinnen, die zusammen 679 636 Seitenaufrufe generierten. Mit einem Anteil von 68,4 % sind die Zugriffe über Smartphones weiter angestiegen, während Desktop-Endgeräte 28,6 % und Tablets 3,0 % der Zugriffe ausmachten. Auch in diesem Jahr war die Übersichtsseite der Sehenswürdigkeiten die am häufigsten besuchte Seite. Besonders beliebt waren die Seiten zu Lungern-Turren, zur Moorlandschaft Glaubenberg, zu den Wanderangeboten, Veranstaltungen sowie zu den Geheimtipps und Webcams.

### Druckmaterialien

Im Printbereich standen 2024 wiederum die beiden Gästezeitungen «Geheimtipp» Sommer und Winter im Fokus. Die Sommerausgabe wurde mit einer Auflage von 45 000 Exemplaren gedruckt und mittels PromoPost-Versand an rund 35 000 Haushaltungen in der Region Aargau verteilt. Die Winterausgabe erschien mit einer Auflage von 40 000 Stück und wurde an über 30 000 Haushaltungen in den Regionen Aargau und Solothurn verschickt. Zusätzlich wurden die Zeitungen an den Messeauftritten und in der Region Sarneraatal verteilt. Die Imagebroschüre wurde etwas aufgefrischt und ein Nachdruck ausgelöst. Diese Broschüre wird hauptsächlich über das Mailinghouse von Schweiz Tourismus und via Luzern Tourismus verteilt und zielt darauf ab, neue Gäste für die Region zu begeistern.

### Weitere Aktivitäten

**Blog Luzern-Vierwaldstättersee:** Der Blog Luzern-Vierwaldstättersee mit «Geschichten aus dem Herzen der Schweiz» wurde auch im Jahr 2024 gespielt. Basierend auf Google-Analytics-Daten haben im Jahr 2024 105 968 Nutzerinnen und Nutzer den Blog besucht und insgesamt 152 088 Aufrufe generiert. Obwalden Tourismus veröffentlichte gemeinsam mit Partnern insgesamt neun Blogbeiträge.

**Newsletter:** Nach der Umsetzung der neuen Datenschutzrichtlinien arbeitete Obwalden Tourismus weiterhin daran, den Gäste-Newsletter zu stärken und die Abonnentenzahl wieder aufzubauen. 2024 wurden sieben Gäste-Newsletter mit saisonalen News, Angeboten und Ausflugsmöglichkeiten verschickt. Zusätzlich erhielten Partner fünf Newsletter mit relevanten Neuigkeiten von Luzern und Schweiz Tourismus sowie Informationen über die Aktivitäten von Obwalden Tourismus.

**Blick Summit:** Auch 2024 beteiligte sich Obwalden an der Blick-Wanderchallenge. Diesmal war der Sädel auf 1672 m ü. M. Teil der Aktion. Blick ergriff wiederum zahlreiche Marketingmassnahmen, um die 26 Summits zu promoten. Der Schild mit dem Gipfelcode auf dem Sädel wurde insgesamt 430 Mal gescannt.

### Events

Im Jahr 2024 konnten wiederum mehrere etablierte grössere Events in Obwalden begrüsst werden. Das O-iO (Oldtimer in Obwalden), das erstKlassik am Sarnersee, die Ruderregatta, das Volkskulturfest Obwald, das Seenachtsfest Lungern, der Sarnersee Lauf oder das UrRock, um nur einige zu nennen. Die Durchführung und die Präsenz solcher Events sind wichtig für die Region. Obwalden Tourismus hat nur beschränkt Möglichkeiten, sich im Bereich der Events einzubringen. Es laufen aber intensive Bestrebungen, hier neue Möglichkeiten auszuarbeiten – mehr dazu unter Projekte. An dieser Stelle möchte Obwalden Tourismus ein grosses Dankeschön aussprechen an alle Organisatoren und helfenden Hände, die dazu beitragen, Events und Anlässe in unserer Region durchzuführen und zu ermöglichen.

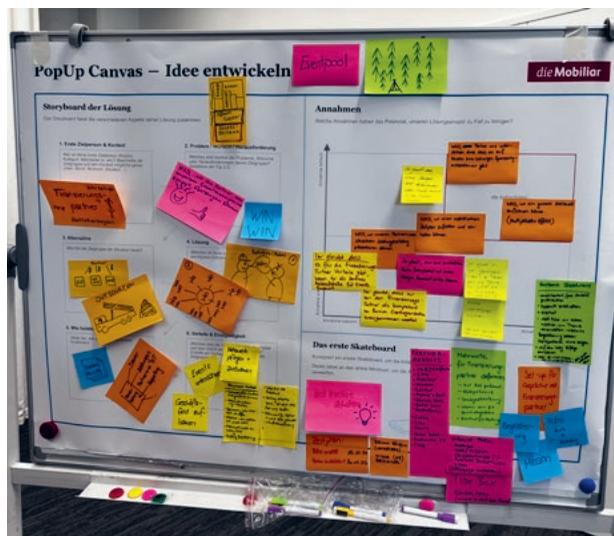
### Projekte

**Rufbus Lütholdsmatt:** Im Mai 2024 hat der Pilotbetrieb der neuen «Bus alpin»-Linie von Alpnach auf die Lütholdsmatt gestartet. Die Busse mit einer Kapazität von 9 bis 14 Personen fahren an Wochenenden und Feiertagen bis zu vier Mal täglich. Die Fahrt muss vorgängig via «Bus alpin»-App oder per Telefon reserviert werden. Bus alpin verlängert das ÖV-Angebot basierend auf einer kommunalen Trägerschaft. Obwalden Tourismus ist Teil dieser Trägerschaft und unterstützt das Angebot auf der kommunikativen Ebene.

**LUGA 2026 – Sonderschau:** In Zusammenarbeit mit dem Marketingpool (Gremium wird weiter aufgegriffen) wurde festgesetzt, dass die Auftritte von Obwalden an Messen auch weiterhin in Form von Gastauftritten stattfinden soll. Obwalden Tourismus arbeitet daher stetig daran, weitere Messeauftritte in dieser Form aufzuleisen und zu prüfen. 2024 wurde das Projekt LUGA 2026 – Auftritt als Sonderschau – gestartet. 2025 wird ein Konzept ausgearbeitet, das diesen Messeauftritt prüft, die Grundlage für Gespräche mit Partnern schafft und letztendlich Entscheidungsgrundlage für eine Teilnahme liefert.

**Projekt Alternative Winterangebote im Gebiet Langis-Glaubenberg:** Dieses Projekt wurde 2022 mit einem ersten Workshop gestartet, welcher die Ausgangslage im Gebiet, die Möglichkeiten und Zielgruppen diskutierte. In einem weiteren Schritt hat sich 2023 eine Studentengruppe der HFT Samedan mit der Problemstellung auseinandergesetzt und Ideen ausgearbeitet. 2024 wurde ein zweiter Workshop angesetzt, an dem sich die Teilnehmenden mit den Resultaten des ersten Workshops und den Erkenntnissen der Studentengruppe auseinandersetzten und Ideen definierten, die weiterverfolgt werden sollen. Obwalden Tourismus wirkt hier in der Rolle des Organisators und Unterstützers.

**Eventmanagement:** Das Thema Events in Obwalden ist bereits seit längerer Zeit ein Thema, das bei Obwalden Tourismus diskutiert und hinterfragt wird. Die aktuelle Leistungsvereinbarung mit dem Kanton 2024-2027 nimmt diese Aufgabe auf mit der Bedingung, dass die Finanzierung nicht aus den Einnahmen der Tourismusabgaben sichergestellt wird. Obwalden Tourismus hat 2024 zwei Workshops der «Mobiliar» zum Thema «Innovationsfähigkeit und Entwicklung» besucht und sich intensiv damit auseinandergesetzt, in welcher Form das Thema Events bei Obwalden Tourismus integriert werden könnte. Basierend auf den Resultaten wird das Thema auch 2025 weiterverfolgt. Ziel ist es, Gespräche zu führen, Bedürfnisse abzuklären, Finanzierungsmöglichkeiten zu prüfen und ein Konzept zu erarbeiten.



Workshop zum Thema Events im Sarneraatal

**Bikegenossenschaft:** 2024 startete die Bikegenossenschaft in das zweite Betriebsjahr. Immer mit dem Ziel, gemeinsam mit Kantonen, Gemeinden, Tourismusorganisationen und Leistungsträgern den Mountainbikesport in der Gesamtregion zu fördern, legale Angebote zu schaffen und die Wertschöpfung zu steigern. Neben den Aktivitäten im Bereich der Regionentwicklung (Tourismusorganisationen – Kantonale Fachstellen Infrastruktur – Mountainbiker-Community) hat die Bikegenossenschaft aktiv daran gearbeitet, die Bekanntheit weiter zu steigern. Die Bikegenossenschaft war an diversen Bike-Events vor Ort anwesend, hat Videokampagnen gestartet, die Social-Media-Community vergrößert und ist im Bereich Merchandise aktiv geworden. Zentraler Bestandteil sind auch Projekte wie das NRP-Projekt Fairtrail Zentralschweiz, bei dem das Thema Biken ein Bestandteil ist, sowie die Kommunikation des Bike-Kodex. In Obwalden ist Michael Heiserholt als Projektleiter für das Thema Mountainbike zuständig. Aktuell wird an der Strategie und der Erstellung eines umfassenden Mountainbikenez- und -richtplans gearbeitet.



Alpabzug, Giswil



### Marketingpool und Marketingprogramm

Der Marketingpool – ein wertvolles Gremium für Obwalden Tourismus – war auch 2024 wieder engagiert. Anfang Juli wurde ein eintägiger Workshop durchgeführt. Dabei wurden Werbemittel wie die Gästezeitung «Geheimtipp» hinterfragt, es wurde die Teilnahme sowie die Teilnahmeform an Messen infrage gestellt und es wurden zukünftige Aktionen diskutiert. Der Austausch, die Inputs und Diskussionen waren und sind für Obwalden Tourismus sehr wertvoll und fliessen in die Tätigkeiten und die Massnahmen ein.

Gegen Ende Jahr wurden die Partnerinnen und Partner zur Präsentation des Marketingprogramms 2025 von Obwalden Tourismus eingeladen. Der Rahmen dieser Veranstaltung wurde vom Vorjahr übernommen und am Morgen mit einem Frühstück durchgeführt. Neben der Vorstellung der Marketing-Schwerpunkte fanden zwei Gastreferate Platz an dieser Veranstaltung. Romy Bacher, Leiterin Nachhaltigkeit beim Schweizer Tourismus-Verband, stellte das Programm Swisustainable vor und ging auf die aktuellen Entwicklungen in Bezug auf Nachhaltigkeit ein. Das zweite Gastreferat wurde von Michael Heiserholt, Projektleiter Mountainbike in Obwalden, gehalten. Er berichtete über das Thema Mountainbike in Obwalden – aktueller Projektstand und Ziele.

### Infrastrukturprojekte

Der Rückfluss aus den Tourismusabgaben an die Gemeinden beträgt jährlich 20%. Ein Teil dieses Betrags wird für die Unterstützung von Infrastrukturprojekten eingesetzt. 2024 wurden CHF 26 000.– für Infrastrukturprojekte ausgeschüttet. Folgende Projektanträge wurden unterstützt: Projekt KulTOUR Sarnen (Museum Obwalden) mit CHF 5000.–, Projekt Aufbau «Kids Bike Village Giswil» (Bikeschule Mörlialp) mit CHF 12 500.–, Projekt HolzerSauna Strandbad Sachseln (Verein HolzerSauna) mit CHF 3000.–, Projekt «Wintersicherer Zugang für die Unterwelt Melchsee-Frutt» (Tourismusverein Melchsee-Frutt, Melchtal, Kerns) mit CHF 5500.–. Damit wurde nicht der gesamte zur Verfügung stehende Fonds aufgebraucht. Der Überschuss wurde auf das Jahr 2025 übertragen.

## JAHRESRECHNUNG 1. 1. 2024 – 31. 12. 2024

### BILANZ

AKTIVEN		2023 CHF	2024 CHF
<b>Umlaufvermögen</b>	Flüssige Mittel	338913.16	379686.11
	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	68023.35	56114.10
	Delkredere	- 16600.00	- 7700.00
	Übrige kurzfristige Forderungen	15415.85	3519.70
	Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	16220.00	9780.00
	Aktive Rechnungsabgrenzungen	11701.46	20168.27
	<b>Total</b>	<b>433 673.82</b>	<b>461 568.18</b>
<b>Anlagevermögen</b>	Maschinen und technische Einrichtungen	98400.00	76200.00
	EDV-Anlagen	3800.00	32000.00
	Büromobiliar	1.00	1.00
	<b>Total</b>	<b>102 201.00</b>	<b>108 201.00</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>535 874.82</b>	<b>569 769.18</b>
PASSIVEN		2023 CHF	2024 CHF
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	159503.55	133152.25
	Verbindlichkeiten gegenüber direkt oder indirekt Beteiligten und Organen	6713.45	6936.10
	Verbindlichkeiten Gutscheine	78430.00	90120.00
	Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	18270.75	4579.83
	Passive Rechnungsabgrenzungen	48525.42	78913.60
	Kurzfristige Rückstellungen	0.00	4000.00
	<b>Total</b>	<b>311 443.17</b>	<b>317 701.78</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	Fonds Infrastruktur-Projekte	7119.96	15476.21
	<b>Total</b>	<b>7 119.96</b>	<b>15 476.21</b>
	<b>Total Fremdkapital</b>	<b>318 563.13</b>	<b>333 177.99</b>
<b>Eigenkapital</b>	Aktienkapital	100000.00	100000.00
	Gesetzliche Kapitalreserve	127200.00	127360.00
	Gesetzliche Gewinnreserve	1500.00	1500.00
	Eigene Kapitalanteile	- 5.00	- 5.00
	Vortrag am 1. 1.	- 15780.38	- 11383.31
	Jahresgewinn/-verlust	4397.08	19119.50
	Bilanzgewinn/-verlust	- 11383.30	7736.19
	<b>Total Eigenkapital</b>	<b>217 311.70</b>	<b>236 591.19</b>
<b>Total Passiven</b>		<b>535 874.83</b>	<b>569 769.18</b>

# FINANZEN

## JAHRESRECHNUNG 1. 1. 2024 – 31. 12. 2024

### ERFOLGSRECHNUNG

ERTRAG		2023	2024
		CHF	CHF
<b>Betrieblicher Ertrag aus</b>	Tourismusabgaben	858870.45	862164.85
<b>Lieferungen und Leistungen</b>	Beiträge Kanton Obwalden	162000.00	180000.00
	Ertrag aus Dienstleistungen	212004.96	163187.32
	Erlösminderungen	- 3600.00	5642.00
<b>Total Ertrag</b>		<b>1 229 275.41</b>	<b>1 210 994.17</b>
AUFWAND		2023	2024
		CHF	CHF
<b>Direkter Aufwand</b>	Gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden	- 171714.10	- 171781.35
	Tourismuskoooperationen	- 36409.23	- 32579.00
	Marketing- und Werbeaufwand	- 307646.89	- 239949.96
	<b>Total</b>	<b>- 515 770.22</b>	<b>- 444 310.31</b>
	Bruttogewinn	713505.19	766683.86
<b>Personalaufwand</b>		<b>- 561 453.67</b>	<b>- 557 719.35</b>
	Bruttoergebnis nach Personalaufwand	152051.52	208964.51
<b>Übriger betrieblicher Aufwand</b>	Raumaufwand	- 29003.02	- 31242.26
	Unterhalt, Reparaturen und Ersatz	- 1341.44	- 327.36
	Verwaltungs- und Informatikaufwand	- 63683.91	- 66099.92
	Sonstiger betrieblicher Aufwand	- 31946.18	- 28815.97
	<b>Total</b>	<b>- 125 974.55</b>	<b>- 126 485.51</b>
	Betriebsergebnis vor Finanzerfolg, Steuern, Abschreibungen und Wertberichtigungen	26076.97	82479.00
<b>Abschreibungen mobile Sachanlagen</b>		<b>- 17 225.65</b>	<b>- 60 856.52</b>
	Betriebsergebnis vor Finanzerfolg und Steuern	8851.32	21622.48
<b>Finanzerfolg</b>	Finanzaufwand	- 1726.12	- 2088.53
	Finanzertrag	32.70	85.55
	<b>Total</b>	<b>- 1 693.42</b>	<b>- 2 002.98</b>
<b>Ausserordentlicher oder periodenfremder Erfolg</b>	Ausserordentlicher Aufwand	- 2260.82	0.00
	Ausserordentlicher Ertrag	0.00	0.00
	<b>Total</b>	<b>- 2 260.82</b>	<b>0.00</b>
	Jahresgewinn/ -verlust vor Steuern	4897.08	19619.50
<b>Direkte Steuer</b>		- 500.00	- 500.00
<b>JAHRESGEWINN / -VERLUST</b>		<b>4 397.08</b>	<b>19 119.50</b>

## ANHANG

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

Die angewandten Grundsätze entsprechen dem Gesetz.

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

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Die Forderungen werden pauschal mit 5% wertberichtigt. Zusätzlich wurden Einzelwertberichtigungen im Umfang von 5100 CHF (VJ: 13800 CHF) vorgenommen.

### Betrieblicher Ertrag aus Lieferungen und Leistungen

20% der Tourismusabgaben fliessen an die Gemeinden zurück (gesetzliche Abgaben Einwohnergemeinden). Im Berichtsjahr wurde der Rückfluss der Tourismusabgaben abzüglich der effektiven Verluste aus Forderungen über 3258 CHF berechnet.

	Vorjahr CHF	31. 12. 2024 CHF
<b>Nettoauflösung der stillen Reserven</b>		
Auflösung der stillen Reserven	23680	0

### Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen

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

### Eigene Aktien

Bestand eigene Aktien per 1. 1.	5	5
Erwerb eigener Aktien	0	0
Veräusserung eigener Aktien	0	0
Bestand eigene Aktien per 31. 12.	5	5

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

### Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten aus langfristigen Mietverträgen: fester Mietvertrag bis 31. Mai 2028	93810	72570
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	11624	18521

### Ausserordentliche, einmalige oder periodenfremde Positionen

Einmalige Kosten für Statutenänderung	2261	0
<b>Total ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag</b>	<b>2 261</b>	<b>0</b>

### Antrag über den Vortrag des Bilanzverlusts

Der Verwaltungsrat schlägt vor, den Bilanzverlust wie folgt vorzutragen:

<b>Vortrag am 1.1.</b>	<b>- 15 780.39</b>	<b>- 11 383.31</b>
Jahresgewinn	4397.08	19119.50
<b>Bilanzgewinn / -verlust am 31.12. und Vortrag auf neue Rechnung</b>	<b>- 11 383.31</b>	<b>7 736.19</b>

Nachdem die gesetzlichen Reserven 50% des Aktienkapitals betragen, verzichtet der Verwaltungsrat gemäss Art. 672 Abs. 2 OR auf eine weitere Zuweisung.

## REVISIONSBERICHT



Tel. +41 41 666 27 77  
www.bdo.ch  
sarnen@bdo.ch

BDO AG  
Kernerstrasse 31  
Postfach  
6061 Sarnen

**Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision**  
an die Generalversammlung der

**Obwalden Tourismus OT AG, Sarnen**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Obwalden Tourismus OT AG für das am 31. Dezember 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

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

Bei unserer Revision gemäss Art. 729a Abs. 1 OR sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über den Vortrag des Bilanzverlusts auf die neue Rechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Sarnen, 5. März 2025

BDO AG

**Ralf Minder**  
Leitender Revisor  
Zugelassener Revisionsexperte

**Roman Zurmühle**  
Zugelassener Revisor

Beilagen  
Jahresrechnung  
Antrag über den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung

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

## Die Dienstleistung im Mittelpunkt

### Dienstleistungskontakte

Die Infostelle am Bahnhof Sarnen verzeichnete im Jahr 2024 rund 4,7% mehr Kontakte als im Vorjahr. Diese beliefen sich auf gut 19700 persönliche Kontakte. Die touristischen Anfragen betrug 11,1%. Der Verkauf von Gutscheinen und anderen Dienstleistungen hat mit 79,8% den Hauptteil der Kontakte ausgemacht, während die TCS-Geschäftsstelle für 4,9% der Frequenzen gesorgt hat, allgemeine Auskünfte für 1,3% sowie solche zur Zentralbahn für 2,9%. Eine Leistungsvereinbarung mit der Zentralbahn stellt die touristische Gästeinformation auch ausserhalb der Öffnungszeiten der Infostelle von Obwalden Tourismus sicher.

### Verkaufssortiment

Der Absatz der Gastro-Gutscheine hat im Vergleich zum Vorjahr um 7,73% zugenommen und lag bei CHF 432430.-. Die meisten Verkäufe fielen mit rund 20% auf den Monat Dezember.

Der Umsatz aus dem Verkauf von Gutscheinen der Sarner Fachgeschäfte betrug CHF 48120.- und ist im Vergleich zum Vorjahr um 7,4% gesunken.

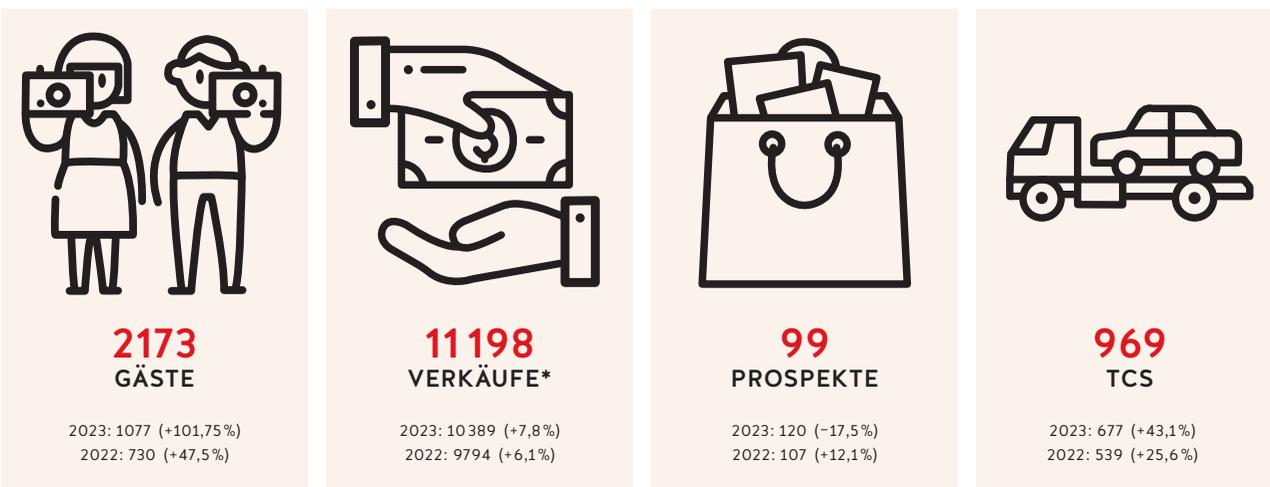
Weiter wurde ein Umsatz von CHF 5125.- durch den Verkauf von 134 Obwaldner Fischerpatenten erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr wurden somit 26 Stück mehr verkauft.

Aus weiteren Verkaufsartikeln, wie Zentralschweizer Gutscheinen, Gutscheinen für die Mörlialp, Tell-Pässe, Krimi-Trails, Pilatus-Tickets und Einnahmen aus der Ticketplattform «See Tickets», resultierten 2024 Umsätze in der Gesamthöhe von rund CHF 21375.-.

### Eigene Produkte

Im Berichtsjahr umfasst das eigene Produktangebot nach wie vor Taschenmesser mit Holzabdeckung, Alufaschen im Holzdesign und vereinzelte Schneidebretter. Der mit eigenen Produkten erzielte Umsatz lag bei CHF 225.-. Es wurden im Jahr 2024 keine zusätzlichen Eigenprodukte geschaffen.

### Aktivitäten Infostelle am Bahnhof Sarnen



\* = Veränderung der Auswertung aus dem Kassasystem Hiopos ab 2022

### Buchungen von Ferienwohnungen

Das Schweizer Buchungsportal e-domizil bietet ebenfalls Ferienwohnungen in Obwalden an und ist ein fester Bestandteil unserer Website. Im Jahr 2024 standen insgesamt 69 Objekte im Kanton (ohne Engelberg) zur Verfügung.

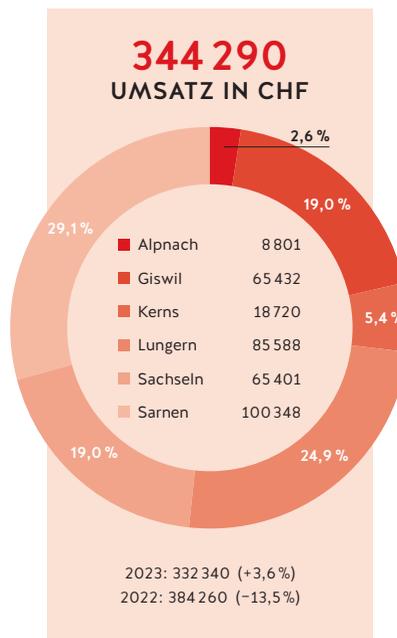
Über diesen Kanal wurden 392 Buchungen abgewickelt, wodurch ein Umsatz von rund CHF 344 290.– generiert wurde. Trotz 7 Buchungen weniger als im Vorjahr konnte der Umsatz um 3,6% gesteigert werden. Insgesamt reisten über diese Plattform 1493 Gäste an, was einer durchschnittlichen Gästezahl von 3,8 Personen pro Buchung entspricht.

Der Buchungskanal wird vorwiegend von Gästen aus der Schweiz genutzt, die einen Anteil von 40,3% ausmachen. Deutschland folgt mit einem Anteil von 36,2%. Die über e-domizil erzielten Logiernächte stiegen im Berichtsjahr um 5% auf insgesamt 8682 Übernachtungen.

### Webinar Obwalden Tourismus mit e-domizil

Um die Vermietung von Ferienwohnungen in Obwalden weiter zu stärken, fand ein gemeinsames Webinar mit e-domizil Schweiz statt – der führenden Schweizer Onlineplattform für Ferienunterkünfte. Die Veranstaltung richtete sich an Vermieterinnen und Vermieter und bot wertvolle Einblicke und praxisnahe Tipps zur erfolgreichen Vermietung.

### Buchungsumsatz Ferienwohnungen bei e-domizil



Themen des Webinars waren unter anderem eine Einführung in die Funktionsweise von e-domizil, bewährte Strategien zur optimalen Präsentation der Unterkünfte sowie aktuelle Trends und Entwicklungen in der Ferienhausbranche. Zudem wurden regionale Statistiken und Marktdaten zur Vermietung in Obwalden präsentiert.

Das Webinar stiess auf grosses Interesse: Rund 30 Vermieterinnen und Vermieter nahmen live teil und nutzten die Gelegenheit, sich per Chat und Videofunktion aktiv auszutauschen. Die rege Beteiligung zeigte das Interesse an digitalen Vermarktungslösungen und den Wunsch nach weiterführender Unterstützung in diesem Bereich.

Obwalden Tourismus erhofft sich durch diese Initiative, die Onlinepräsenz von buchbaren Ferienwohnungen in der Region weiter auszubauen und zu stärken.

\*Objekte = Ferienwohnungen, welche direkt online buchbar sind



Mittelpunkt der Schweiz, Älggialp

## LOGIERNÄCHTE HOTELLERIE 2024

Im Jahr 2024 verzeichnete die Hotellerie im Sarneraatal insgesamt 235 093 Logiernächte, was einer Zunahme von 7,3 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Trotz dieser positiven Entwicklung liegt die Zahl der Logiernächte immer noch 16,1 % unter dem Niveau von 2019, als 280 050 Logiernächte registriert wurden.

Erfreulich entwickelte sich die Nachfrage aus dem Ausland. Die Gäste aus Europa generierten 52 780 Logiernächte, was einer Zunahme von 11,1 % gegenüber 2023 entspricht und nun 22,4 % der Gesamtlogiernächte ausmacht. Besonders bemerkenswert ist die Zunahme der Gäste aus Asien um 20,8 % auf 14 032 Logiernächte und aus Amerika um 22,3 % auf 6 785 Logiernächte. Einzig die Nachfrage aus Afrika und Ozeanien verzeichnete einen leichten Rückgang um 15,7 % auf 1 185 Logiernächte.

Die inländische Nachfrage blieb stabil und erreichte mit 160 311 Logiernächten ein leichtes Plus von 4,7 % gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Schweizer Gäste an der Gesamtzahl der Logiernächte ging jedoch aufgrund der steigenden ausländischen Nachfrage von 69,9 % im Vorjahr auf 68,2 % im Berichtsjahr zurück.

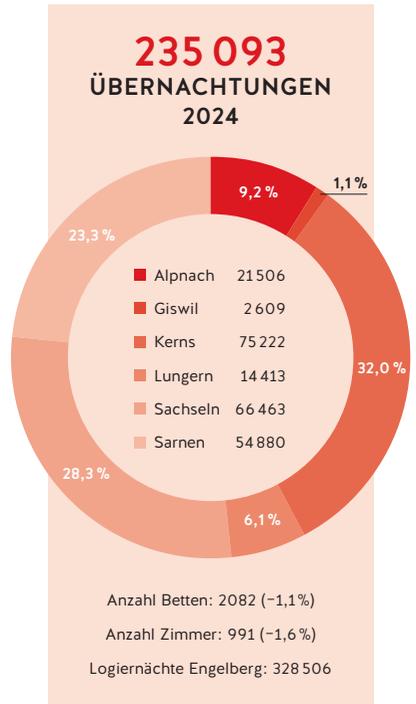
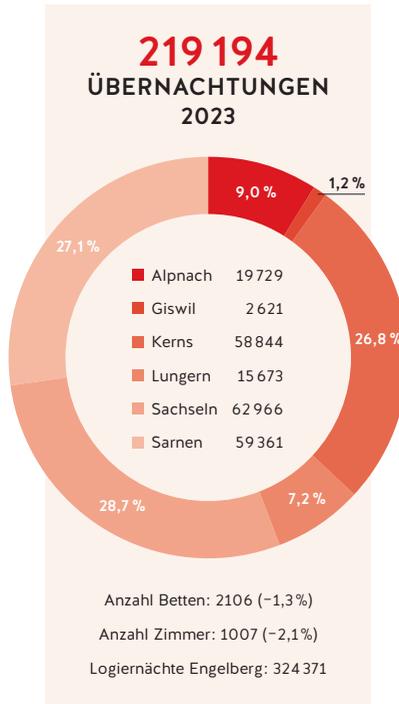
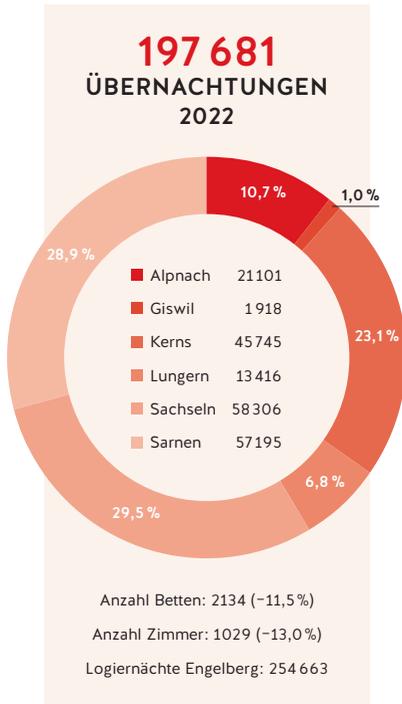
Auf Gemeindeebene zeigt sich ein differenziertes Bild. Alpnach verzeichnete mit 21 506 Logiernächten eine Zunahme von 9 % gegenüber dem Vorjahr. Giswil hingegen musste einen leichten Rückgang von 0,5 % auf 2609 Logiernächte hinnehmen. Kerns profitierte von einer deutlichen Zunahme von 27,7 % auf 75 222 Logiernächte, während Lungern einen Rückgang von 8 % auf 14 413 Logiernächte verzeichnete. Auch Sachseln und Sarnen verzeichneten Veränderungen: Sachseln mit einem Plus von 5,5 % auf 66 463 Logiernächte und Sarnen mit einem Minus von 7,5 % auf 54 880 Logiernächte.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer blieb mit 1,89 Nächten pro Gast gegenüber dem Vorjahr konstant.

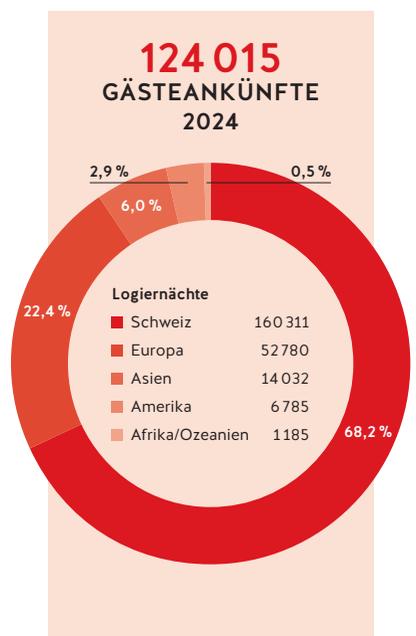
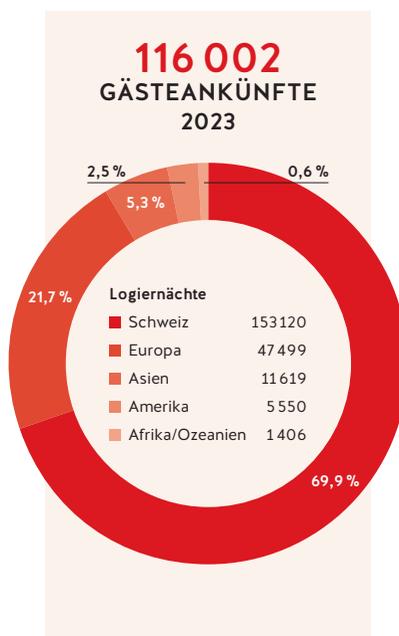
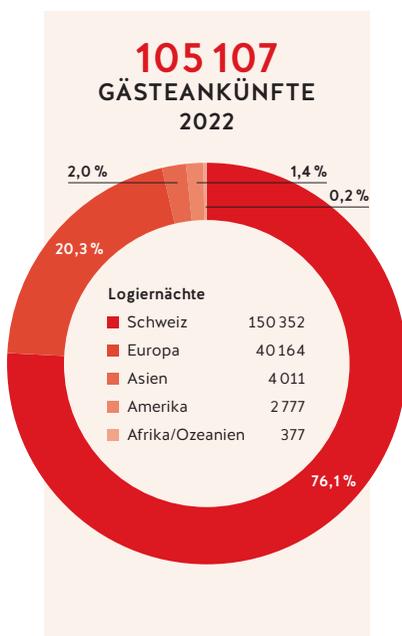


Hotel Bahnhof, Giswil

Logiernächte Hotellerie nach Gemeinden



Anzahl der Gästeankünfte und Logiernächte Hotellerie nach Herkunftsländern



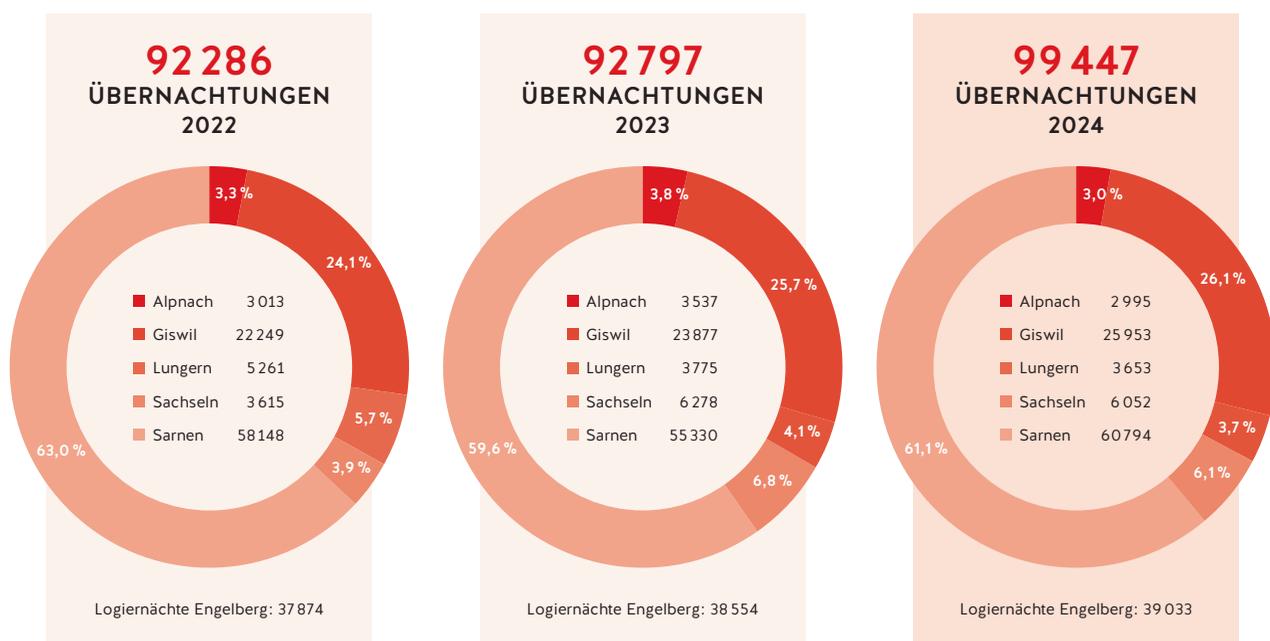
## LOGIERNÄCHTE CAMPING 2024

Die Campingplätze im Sarneraatal setzten ihren positiven Trend fort und verzeichneten im Jahr 2024 insgesamt 99 447 Logiernächte, was einer Zunahme von 7,2 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dieses Wachstum unterstreicht die anhaltende Beliebtheit des Campingtourismus in der Region.

Sarnen führt die Statistik mit 60 794 Logiernächten an, was einer Zunahme von 9,9 % gegenüber dem Vorjahr entspricht, gefolgt von Giswil mit 25 953 Logiernächten, was einer Zunahme von 8,7 % entspricht. Demgegenüber mussten Alpnach, Lungern und Sachseln leichte Rückgänge hinnehmen: Alpnach registrierte 2995 Logiernächte (-15,3 %), Lungern 3653 (-3,2 %) und Sachseln 6052 (-3,6 %).

Die stabile Nachfrage nach Campingaufenthalten ist teilweise auf die milde Witterung zurückzuführen, welche die Saison verlängerte und somit mehr Gästen die Möglichkeit bot, die Angebote zu nutzen. Auch die zunehmende Beliebtheit von naturnahen Ferienerlebnissen trägt dazu bei, dass Camping als Urlaubsform attraktiv bleibt.

### Logiernächte Camping nach Gemeinden



## PARAHOTELLERIE

Auch alternative Beherbergungsformen wie Ferienwohnungen, Gruppenunterkünfte, Berghütten oder Schlafen im Stroh spielen eine wichtige Rolle im Beherbergungsangebot unserer Region. Leider liegen hierzu keine umfassenden statistischen Erhebungen des Bundesamtes für Statistik vor. Einzelne Werte zu den Buchungen von Ferienwohnungen sind jedoch punktuell in der Rubrik «Infostelle» verfügbar.



Höhlentour, Melchsee-Frutt

## GESCHÄFTSSTELLE



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



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



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



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



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



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



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



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

## AKTIONÄRE

Die Aufteilung der Aktien setzt sich wie folgt zusammen (Stand 31.12.2024): Der Kanton Obwalden besitzt 6944 Aktien (Anteil rund 70 %), die übrigen 391 Aktionäre zusammen 3056 Aktien (Anteil rund 30 %).

## VERWALTUNGSRAT

**Thorsten Fink, Präsident**  
Leiter Betrieb und Infrastruktur, Mitglied der  
Geschäftsleitung Luzerner Psychiatrie AG, Kerns

**Hansruedi Odermatt**  
Verwaltungsratsmitglied, Restaurant Bahnhofli,  
Lungern

**Christoph Zumstein**  
Verwaltungsratsmitglied, Hotel Bahnhof, Giswil

**Beat Odermatt**  
Verwaltungsratsmitglied, Sarnen

**Susanne Ming**  
Verwaltungsratsmitglied, Erlebnishof Ming, Lungern

**Stefan Flück**  
Verwaltungsratsmitglied, Gemeinderat Kerns,  
Kantonsrat, Kerns





# OBWALDEN

Tourismus



FOLGEN SIE UNS AUF SOCIAL MEDIA

