

# Nidwalden Obwalden

## Tourismusmagnet oder Bauernkanton?

**Obwalden** Die beiden Maturandinnen Anja Rohrer und Selina Stockmann haben eine Untersuchung zum Jugendtourismus durchgeführt und eine illustrierte Broschüre angefertigt. Was die beiden festgestellt haben, ist überaus interessant.

Romano Cuonz

redaktion@obwaldnerzeitung.ch

«Ist Obwalden ein Tourismusmagnet oder doch eher ein Bauernkanton?» lautete die rhetorische Frage, die das Duo Anja Rohrer (19) aus Alpnach und Selina Stockmann (17) aus Sarnen bei der Präsentation ihrer Maturaarbeit dem Publikum stellte. In einer intensiven gemeinsamen Arbeit hatten sie ihr Augenmerk während nicht weniger als zehn Monaten auf dieses Thema gerichtet. Anja Rohrer dazu: «Was uns bei einer Umfrage vor allem interessierte, waren die Meinungen junger Leute zwischen 16 und 26 Jahren.» Und Selina Stockmann ergänzte: «Im Gegenzug dazu beabsichtigten wir, die interessantesten Angebote des Kantons Obwalden in einer attraktiven Broschüre vorzustellen.»

In ihrer Umfrage arbeiteten sie mit einfach formulierten Fra-

### Maturaarbeit

über die Attraktivität Obwaldens für junge Touristen

gen, damit die vorab jungen Teilnehmer keine Verständnisprobleme hatten. Ihre Leitfrage dabei lautete: «Wie attraktiv ist die Tourismusdestination Obwalden für junge Menschen in Ausbildung?» Zum Mitmachen ermunterten sie verschiedene Schulen in der Deutschschweiz. Indessen: Nicht alle Angefragten wollten sich darauf einlassen. «Deshalb haben wir unsere Anfragen auch über Social Media und über die Online-Plattformen der Schulen



Anja Rohrer (links) und Selina Stockmann (rechts) mit Désirée Blättler von Obwalden Tourismus.

Bild: Romano Cuonz (Sarnen, 12. Dezember 2018)

gestartet», erklärte Anja Rohrer. Selina Stockmann fügte bei: «Schliesslich war es mit 569 Personen, die uns die Bogen ausgefüllt zurückschickten, doch eine repräsentative Umfrage.»

### Wo Obwalden liegt, wissen 80 Prozent der Befragten

Die Auswertung förderte interessante Erkenntnisse zutage. Vorerst: Der Tourismusort Obwalden ist auch für junge Menschen ziemlich attraktiv. Der Kanton unterbreitet viele Angebote, die bei Jugendlichen recht gut ankommen. «Allerdings müssen wir erwähnen», so die Maturandinnen in ihrer Analyse, «dass viele Aktivitäten in einem höheren Preissegment sind; dazu zählen klar der Titlis in Engelberg, der Pilatus in Alpnachstad und je nach dem auch Melchsee-Frutt,

sowie das Canyoning und Brüni Indoor.» Eine Folge der hohen Preise: Die Jugendlichen kommen gemäss Umfrage nicht regelmässig, sondern eher selten nach Obwalden.

Als Beispiele für sowohl lohnenswerte wie auch kostengünstige Angebote nannten Auswärtige etwa den Skatepark in Sarnen oder das Fischerparadies Lungern. Ein klares Plus für Obwalden ist seine zentrale Lage. Bei der Auswertung ihrer Umfrage gelangten die beiden Schülerinnen überdies zu einer fürs heimische Marketing überdenkenswerten Feststellung. Da heisst es nämlich: «Gewisse Angebote waren den Umfrageteilnehmern oftmals gar nicht bekannt. Wir vermuten, dass noch viel mehr junge Touristen nach Obwalden kommen würden, wenn ihnen

unsere Freizeitangebote präsentiert wären.» Die Frage «Welcher Art von Aktivitäten gehen Sie in Ihrer Freizeit am liebsten nach?» hingegen brachte ein nicht allzu überraschendes Resultat: An erster Stelle steht der Sport. Gleich darauf folgen eher gemütliche Aktivitäten. Dazu stellten Anja Rohrer und Selina Stockmann allerdings fest: «Es wird vermutlich niemand extra nach Obwalden kommen, um ein Kino zu besuchen, eher kombiniert jemand einen Tagesausflug mit einem Wellnessaufenthalt.» Interessant ist sicher auch die Antwort auf die Frage, wie viel Geld junge Leute für ihre Hobbys auszugeben bereit sind. Fast die Hälfte setzte die Limite bei 50 Franken. Und doch zeigten sich 25 Prozent auch bereit, bis zu 100 Franken auszugeben. Positiv überraschte die Ma-

turandinnen vor allem eine Tatsache: Hohe 87 Prozent aller Befragten wussten ganz genau, wo der Kanton Obwalden liegt. Noch gar nie in Obwalden waren nur gerade 20 Prozent!

### Geschenk für Umfrageteilnehmer

Bei den Resultaten aus der Umfrage wollten es die Gymnasias-tinnen nicht belassen. «Unser Ziel war immer, eine einladende Broschüre mit möglichst vielen spannenden Obwaldner Angeboten an junge Touristen zu adressieren», bemerkte Anja Rohrer. Selina Stockmann ergänzte: «Diese gestalteten wir mit eigenen Fotos und erklärenden Texten in Duden-Schriftsprache und im Obwaldner Dialekt.» Das Produkt darf sich sehen lassen. Die von den beiden Gymnasiastin-

### «Sehr wertvolle Ergebnisse!»

**Reaktion** Désirée Blättler, tätig im Bereich Marketing von Obwalden Tourismus, hält die von Selina Stockmann und Anja Rohrer gestaltete Broschüre «Obwalden – Das gibt es alles zu entdecken» in den Händen. Und sie macht aus ihrer Begeisterung keinen Hehl: «Die ansprechende Broschüre präsentiert bekanntere und unbekanntere Angebote für 16- bis 26-jährige in Obwalden. Die beiden Maturandinnen haben junge Erwachsene in der Deutschschweiz zum Freizeitangebot in Obwalden und das Freizeitverhalten im Allgemeinen befragt. Die Ergebnisse sind für Obwalden Tourismus sehr wertvoll, da diese Informationen bisher nicht vorhanden waren und uns bei der Marktbearbeitung unterstützen. Die Auswertung der Umfrage gibt eine eindeutige Antwort. Gäste aus anderen Kantonen haben ein sehr positives Bild von unserem Kanton.» (cuo)

nen mit viel Geschick und Fantasie bebilderte Broschüre beschreibt über alle Obwaldner Gemeinden verteilt nicht weniger als 18 lohnenswerte Ziele. «Zu den Angeboten setzten wir selber kreierte Icons, die Auskunft über Ort, Anreise wie auch Kosten geben», erläuterten die Schülerinnen ihr Produkt. Es geht übrigens mittels E-Book-Version – als «Geschenk» sozusagen – an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage.