



JAHRESBERICHT 2025

GEDANKEN ZUM TOURISMUSJAHR 2025

Im Berichtsjahr wurden wichtige Weichen für die Zukunft gestellt. Einerseits konnten verschiedene für den Verein zentrale Vereinbarungen erfolgreich abgeschlossen beziehungsweise verlängert werden, andererseits wurden die personellen Ressourcen gezielt ausgebaut, um den künftigen Anforderungen gerecht zu werden. Nachfolgend wichtige Themen:

Luzerner Seetal

Auf Grundlage des neuen Tourismusleitbildes und des Tourismusgesetzes erarbeitete Seetal Tourismus gemeinsam mit den Luzern Landregionen, der Luzern Tourismus AG sowie der kantonalen Dienststelle für Raum und Entwicklung eine neue Leistungsvereinbarung. Diese wurde von allen Beteiligten genehmigt, Ende 2025 unterzeichnet und trat per 1. Januar 2026 für vorerst drei Jahre in Kraft. Neben bestehenden Schwerpunkten setzt die Vereinbarung verstärkt auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung und die Förderung des Tourismusbewusstseins.

Seetal Tourismus engagierte sich zudem im Innotour-Projekt «Luzern Nachhaltig (LUNA)» unter der Leitung der Luzern Tourismus AG, das Ansätze für eine nachhaltige Transformation von Tourismusregionen entwickelt. Ebenfalls aktiv beteiligt war die Organisation am Projekt «Agrotourismus als Chance», das gemeinsam mit den Luzerner Tourismusorganisationen und dem Berufsbildungszentrum Natur und Ernährung (BBZN) umgesetzt wird.

Aargauer Seetal

Nach der Ablehnung einer tourismuspolitischen Motion im Kanton Aargau wurde unter der Leitung von Aargau Tourismus ein neues Tourismusleitbild erarbeitet. Seetal Tourismus wirkte gemeinsam mit weiteren Regionen und der kantonalen Standortförderung daran mit. Ein zentrales Anliegen ist die Stärkung und finanzielle Unterstützung der regionalen Tourismusorganisationen. Das Leitbild befindet sich aktuell in Prüfung; die Verabschiedung sowie die Unterzeichnung einer entsprechenden Charta sind für 2026 vorgesehen.

Kooperationen & Partnerschaften

Im Jahr 2025 liefen drei zentrale Vereinbarungen aus, die erfolgreich verlängert werden konnten:

- Kooperation mit Museum Aargau mit Fokus auf die Weiterentwicklung des Drachentalfestes (verstärkt nachhaltige Ausrichtung)
- Sponsoringvereinbarung mit der Hypothekbank Lenzburg (Verlängerung um zwei Jahre)
- Sponsoringvereinbarung mit der SWL Energie AG zur Unterstützung der E-Bike-Angebote für drei Jahre

Diese Partnerschaften bilden weiterhin eine wichtige Grundlage für die Tätigkeit von Seetal Tourismus.

Impressum:

Herausgeber: Seetal Tourismus, Lenzburg
Redaktion: René Bossard, Melanie Widmer
Jahresrechnung und Budget: Karin Zubler
Layout: Diana Fry, Melanie Widmer
Titelbild: Seeufer Hallwilersee in Aesch LU, © Beat Brechbühl
© 2026, Seetal Tourismus

SEETAL TOURISMUS

Niederlenzerstrasse 25 | +41 41 920 45 29 | info@seetaltourismus.ch
CH-5600 Lenzburg | www.seetaltourismus.ch

Organisation

Im Berichtsjahr kam es zu einem Wechsel in der Leitung der Geschäftsstelle: Vera Büchel verliess die Organisation per Ende April 2025. Ihre Nachfolge trat Melanie Widmer am 23. April 2025 an.

Zur Bewältigung zusätzlicher Aufgaben wurde die Geschäftsstelle personell verstärkt. Für administrative und buchhalterische Aufgaben wurde eine Kooperation mit IDEE SEETAL vereinbart, wodurch interne Ressourcen entlastet und Kosten optimiert werden konnten.

Dank & Ausblick

Seetal Tourismus profitiert weiterhin von der engagierten Unterstützung seiner Mitglieder, Partner und Sponsoren. Diese Zusammenarbeit bildet eine zentrale Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung von Projekten und die kontinuierliche Weiterentwicklung des touristischen Angebots in der Region.

Ein besonderer Dank gilt den Partnerorganisationen, insbesondere Luzern Tourismus, den Luzern Landregionen, Aargau Tourismus sowie den regionalen Entwicklungsträgern Lebensraum Lenzburg Seetal und IDEE SEETAL. Ebenso danken wir unseren Sponsoren, der Hypothekbank Lenzburg und der SWL Energie AG, sowie dem langjährigen Partner Museum Aargau für die verlässliche Zusammenarbeit.

Ein grosser Dank richtet sich zudem an den Vorstand und die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle. Ihr Engagement und ihre Professionalität haben wesentlich dazu beigetragen, die anstehenden Aufgaben erfolgreich zu bewältigen und wichtige Projekte voranzutreiben.

Im Jahr 2026 darf Seetal Tourismus sein 30-jähriges Bestehen feiern. Dieses besondere Ereignis möchten wir gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Partnern würdigen. Die 30. Generalversammlung findet deshalb auf dem Schiff statt – ein symbolischer Ort, um die Vielfalt der regionalen Angebote und die kantonsübergreifende Zusammenarbeit zu zelebrieren. Im operativen Geschäft wird Seetal Tourismus die laufenden Projekte konsequent weiterführen, die Umsetzung der neuen Leistungsvereinbarung aktiv vorantreiben und sich weiterhin engagiert für eine nachhaltige sowie zukunftsorientierte Entwicklung des Tourismus im Seetal einsetzen.

René Bossard

INHALT

Marketingaktivitäten & Website

Seite 4

Jahresrechnung 2025 & Budget 2026

Seite 9

Vorstand, Geschäftsstelle & Mitglieder

Seite 14

Nachhaltige Entwicklung & Ausblick

Seite 15

MARKETINGAKTIVITÄTEN & WEBSITE

MARKETINGAKTIVITÄTEN

Weekend-Tipp «Schweizer Familie»

Am 15. Mai 2025 erschien in der grössten Familienzeitschrift der Schweiz, der Schweizer Familie, ein Weekend-Tipp zum Schongiland. Im Rahmen einer vierteiligen Serie präsentierten die Luzern Land Regionen jeweils einen Freizeittipp. Mit einer Auflage von rund 100'688 Exemplaren erreichte die Publikation über 389'000 Leser:innen.

Broschüren & Karten

Im Jahr 2025 erfolgten Nachdrucke der beliebten Broschüren aus der Auflage von 2024, darunter die E-Bike-Karte und der Wanderverführer. Ergänzend erschien mit dem neuen Flyer «Erlebnisse in der Luzerner Landschaft» ein kompaktes Informationsangebot, das die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten in den Luzern Land Regionen übersichtlich zusammenfasst. Eine Vielzahl von Broschüren und Karten ist kostenlos bei der Geschäftsstelle erhältlich.

Jahreskalender

In Kooperation mit der Hypothekbank Lenzburg produzierte Seetal Tourismus den Jahreskalender 2026. Die 13 stimmungsvollen Aufnahmen der Fotografin Valentina Gallo zeigen die malerischen Landschaften des Luzerner und Aargauer Seetals und laden dazu ein, die Region aus neuen Blickwinkeln zu entdecken.

2für1 Gutscheinebuch Seetal

Nachdem die erste Auflage des 2für1 Gutscheinebuchs zahlreiche positive Rückmeldungen erhielt und auf grosses Interesse stiess, wurde das 2für1 Gutscheinebuch Seetal 2026 veröffentlicht. Das Gutscheinebuch bietet eine Vielzahl attraktiver 2für1-Angebote und trägt auch im zweiten Jahr dazu bei, die regionale Gastronomie sowie die Freizeit- und Kulturangebote wirkungsvoll zu fördern.

Gästeverführer

Die attraktiven Vergünstigungen sind auf den Websites von Seetal Tourismus sowie Aarau Info publiziert. In Kombination mit dem A-Welle-Gästeticket entsteht ein besonders reizvolles Angebot, das von den teilnehmenden Übernachtungsbetrieben gerne an ihre Gäste abgegeben wird. Seit Dezember 2025 wird das A-Welle-Gästeticket digital über eine FAIRTIQ-Lösung angeboten, was die Nutzung für Gäste noch einfacher und komfortabler macht.

Weitere Publikationen

Angebote von Leistungsträgern aus dem Seetal wurden in verschiedenen Broschüren von Luzern Tourismus integriert, darunter Freizeit-Erlebnisse, die Velokarte Luzern Land und der City Guide. Zudem wurde das Seetal im Routenführer der Herzroute und der Herzschleife vorgestellt.



Weekend Tipp in der Schweizer Familie



2für1 Gutscheinebuch



neuer Flyer zur LULA Region



Drachentalfest 2025



Shooting BeNeLux-Herbstkampagne



Stand am Chlausmärt Lenzburg 11.12.2025

Partner-Anlässe & Veranstaltungen

Seetal Tourismus organisierte 2025 verschiedene Anlässe für Mitglieder und Partner, darunter das Frühstück für Gastgeber sowie die Generalversammlung. Darüber hinaus war Seetal Tourismus an weiteren Veranstaltungen präsent und stellte die Region einem breiten Publikum vor – unter anderem am Drachentalfest, an der Delegiertenversammlung der IDEE SEETAL sowie am Chlausmärt in Lenzburg.

LTAG-Partnertag

Am 8. April 2025 fand der jährliche LTAG-Partnertag statt, bei dem über 30 touristische Aussteller ihre neuesten Highlights für Tourismusexperten mit direktem Gästekontakt präsentierten. Seetal Tourismus war gemeinsam mit den Luzerner Landregionen vertreten.

Luzern Land

In Zusammenarbeit mit den Luzern Landregionen (Seetal, Sempachersee, Willisau und UNESCO Biosphäre Entlebuch) wurden folgende Marketingaktivitäten umgesetzt:

- CityGuide: Erlebnisse in der Luzerner Landschaft
- PromoPost-Versand des Flyers «Erlebnisse in der Luzerner Landschaft» mit integrierten Rabattbons (Seetal: Schloss Heidegg) und eine Out-of-Home-Kampagne im Juni 2025
- Weekend Tipp Schweizer Familie
- BeNeLux Herbst-Kampagne mit «In de Bergen» - Wytske & Peter in de Luzern Regio
- mehrjähriges Projekt «Agrotourismus als Chance»

Zusätzlich zu den genannten Massnahmen wurden in Zusammenarbeit mit Aargau Tourismus und Luzern Tourismus weitere Marketingaktivitäten umgesetzt. Diese Liste ist nicht abschliessend und wird durch zusätzliche Massnahmen ergänzt.



Impressionen Fotoshooting 2025



Fotos und Reel-Produktion zur Seen-Hopping Kampagne

Fotoshooting & Videodreh

Beat Brechbühl fotografierte stimmungsvolle Herbstaufnahmen aus dem Seetal sowie ergänzende Weihnachtsbilder. Zusätzlich war Seetal Tourismus an der Seen-Hopping Kampagne von Luzern Tourismus beteiligt, bei der Laila Bosco vielseitige Fotos auf und neben dem See aufnahm. In Zusammenarbeit mit dem Social-Media-Team von Luzern Tourismus entstand zudem ein Reel zur Kampagne, das auf den Social-Media-Kanälen veröffentlicht wurde. Alle Bilder stehen den Partner:innen für die Bewerbung der Region zur Verfügung.

ONLINE MARKETING

Januarloch-Kalender

Der Januarloch-Kalender wurde zu einer weiteren Erfolgsgeschichte von Seetal Tourismus und Sempachersee Tourismus. Mit über 52'300 Teilnehmenden übertraf die Beteiligung das Vorjahr deutlich. Die begleitende Medienkampagne, sowohl in Printmedien als auch in sozialen Netzwerken sorgte für grosse Aufmerksamkeit und trug zum Erfolg der Aktion bei.



Pressespiegel & Blog

Auch im Jahr 2025 war Seetal Tourismus regelmässig in den Medien präsent. Zudem betreibt Luzern Tourismus seit 2019 den Blog «Geschichten aus dem Herzen der Schweiz». Dort wurden persönliche Erlebnisberichte und Tipps zu verschiedenen Themen und Angeboten im Seetal auf blog.luzern.com veröffentlicht.

Newsletter

Im Jahr 2025 versandte Seetal Tourismus insgesamt acht Newsletter an rund 12'000 Empfänger:innen. Darin wurden aktuelle Neuigkeiten aus der Region, Veranstaltungen und neue Angebote von Leistungsträger:innen kommuniziert. Der Newsletter erfreut sich weiterhin grosser Beliebtheit, was die hohe Öffnungsrate von rund 24% bestätigt.

Social Media

Regelmässig wurden touristische Neuigkeiten und Angebote aus der Region Seetal und Umgebung über die verschiedenen Kanäle (Facebook & Instagram) beworben. Die Kennzahlen für das Jahr 2025 sind nachfolgend aufgeführt.

Facebook

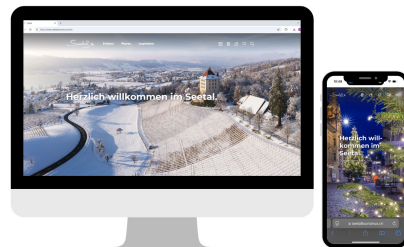
- 1'579 Follower
- 91 neue Follower
- 31'316 Inhalts-Aufrufe
- 66 % Frauen | 34 % Männer

Instagram

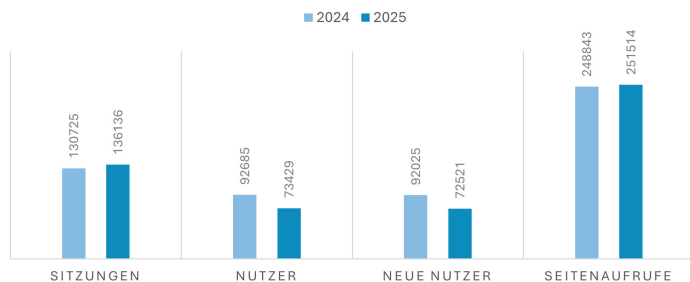
- 1'775 Follower
- 292 Neue Follower
- 9'911 Reichweite
- 25'832 Inhalts-Aufrufe
- 64 % Frauen | 36 % Männer

WEBSITE

Die ausführliche Website zählt zu den wichtigsten Kommunikationsmitteln von Seetal Tourismus. Die Startseite wird regelmässig angepasst, monatlich werden die News angeschaltet und die Angebote unserer Partner aktualisiert.



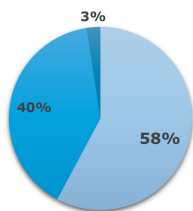
Anzahl Zugriffe



| | 2024 | 2025 | +/- |
|---------------------------------|----------|----------|-----------|
| Sitzungen | 130'725 | 136'136 | + 4.14 % |
| Nutzer | 92'685 | 73'729 | - 20.77 % |
| Neue Nutzer | 92'025 | 72'521 | - 21.19 % |
| Seitenaufrufe | 248'843 | 251'514 | + 1.07 % |
| Durchschnittliche Sitzungsdauer | 00:01:00 | 00:01:08 | + 13.33 % |

Zugriffe nach Gerät

■ Mobile ■ Desktop ■ Tablet



| | 2024 | 2025 | +/- |
|---------|--------|--------|-----------|
| Mobile | 57'368 | 42'479 | - 25.95 % |
| Desktop | 33'282 | 29'226 | - 12.19 % |
| Tablet | 2'539 | 1'769 | - 30.33 % |

Meistbesuchte Seiten:

1. Januarloch-Kalender
2. Startseite
3. Seeuferweg Hallwilersee
4. Veranstaltungen
5. Webcams
6. Erleben
7. Wandern & Spazieren
8. Alpwirtschaft Horben
9. Gästekarte Luzern Land
10. E-Bike Region Seetal

Geografische Herkunft

Über 87% der Besucherinnen und Besucher auf der Website stammen aus der Schweiz, verteilt auf die folgenden Regionen:

1. Zürich
2. Bern
3. Bulle
4. Luzern
5. Thun

JAHRESRECHNUNG 2025 & BUDGET 2026

Im Jahr 2025 konnte die Region Seetal erneut zahlreiche Gäste aus der Schweiz mit ihrer malerischen Landschaft und den vielfältigen Freizeitmöglichkeiten begeistern. Der Vorstand und die Geschäftsstelle bewältigen diese Aufgabe jedoch nicht allein – sie ist nur dank der engagierten Mitgliedschaft und der vertrauensvollen Zusammenarbeit möglich. Der Vorstand schätzt diese Unterstützung sehr.

Die Jahresrechnung 2025 weist ein überaus erfreuliches Ergebnis aus. Der Mehrertrag von rund CHF 32'800 ist insbesondere auf den Bereich FoodTrail und Fahrradverleih via Rent a Bike zurückzuführen, aber auch kleinere Mehreinnahmen bei Mitglieder- und Partnerbeiträgen sowie bei einzelnen Projekten trugen zum positiven Ergebnis bei. Leicht unter Budget lagen hingegen die Einnahmen aus Logiernächten.

Auf der Aufwandsseite resultiert eine Budgetüberschreitung von rund CHF 22'900. Dies ist vor allem auf höhere Direktaufwände im Zusammenhang mit dem FoodTrail und dem Fahrradverleih zurückzuführen. Bei verschiedenen anderen Positionen, etwa beim Achtsamkeitstrail, bei der Direktwerbung oder bei sonstigen touristischen Aktivitäten konnten teilweise Einsparungen erzielt werden.

Der Personalaufwand lag moderat über dem Budget. Die Mehrkosten stehen insbesondere im Zusammenhang mit der Rekrutierung und Einarbeitung der neuen Leitung Geschäftsstelle sowie zusätzlichen Aufwendungen im Hinblick auf die neue Kooperation mit IDEE SEETAL. Auch der Betriebsaufwand fiel leicht höher aus als geplant und steht im Zusammenhang mit diesen Veränderungen. Trotz der höheren Aufwendungen konnte dank der deutlich höheren Erträge ein Jahresgewinn von CHF 11'110.35 erzielt werden. Dieser liegt klar über dem budgetierten Gewinn von CHF 1'230.60 und zeigt insgesamt eine erfreuliche Entwicklung der Vereinsaktivitäten im Jahr 2025.

Die neue Leistungsvereinbarung beeinflusst sowohl das Budget 2026 wie auch die daraus definierten Projekte wesentlich. Für das Jahr 2026 rechnet Seetal Tourismus somit mit einem Betriebsertrag von CHF 312'700. Dieser liegt über den Ergebnissen der Vorjahre und ist insbesondere auf geplante Projekte in den Bereichen Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Förderung des Tourismusbewusstseins zurückzuführen, für welche entsprechende Beiträge vorgesehen sind. Der Beitrag des Kantons Luzern zur Basisfinanzierung ermöglicht es weiterhin, die Marketing- und Kommunikationsaktivitäten konsequent fortzuführen.

Die Einnahmen aus Mitglieder- und Partnerbeiträgen sowie der Unterstützung durch den Kanton Luzern bewegen sich weiterhin auf einem stabilen Niveau und bilden die verlässliche Grundlage der Finanzierung. Nach dem erfolgreichen Jahr 2025 wird auch der FoodTrail mit Fahrradverleih via Rent a Bike erneut als wichtiger Ertragsposten berücksichtigt. Der Ertrag für den Achtsamkeitstrail wurde aufgrund geringerer Sponsorereinnahmen tiefer budgetiert.

Gleichzeitig wird auf der Aufwandsseite weiterhin kostenbewusst gearbeitet, da nicht budgetierte Ausgaben erhebliche Auswirkungen haben könnten. Der Gesamtaufwand ist für 2026 mit CHF 309'505 budgetiert. Der höhere Aufwand steht vor allem im Zusammenhang mit der geplanten Umsetzung der erwähnten Aufgaben aus der Leistungsvereinbarung. Um dies zu bewerkstelligen, ist eine Erhöhung der Stellenprozentage der Geschäftsstelle geplant, was sich im gesamten Personalaufwand niederschlägt. Unter Berücksichtigung aller Positionen wird für das Jahr 2026 ein Jahresgewinn von CHF 3'195 erwartet. Das Budget ist bewusst vorsichtig geplant und trägt gleichzeitig der Weiterentwicklung der touristischen Angebote in der Region Rechnung.

Wir danken Ihnen herzlich für Ihre Unterstützung und freuen uns darauf, weiterhin gemeinsam zur Attraktivität des Seetals beizutragen. Möge das Seetal mit seinen landschaftlichen Schönheiten und vielfältigen Angeboten auch künftig Gäste und Bevölkerung gleichermaßen zum Verweilen einladen.

Karin Zubler,
Vorstandsmitglied Seetal Tourismus

| Bilanz per 31.12.2025 | 31.12.2025 | | 31.12.2024 | |
|------------------------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| | CHF | % | CHF | % |
| Aktiven | | | | |
| Flüssige Mittel | | | | |
| Kasse | 1'135.00 | | 565.00 | |
| Hypobank NRP 238.219.305 | 48'641.05 | | 35'592.46 | |
| | 49'776.05 | 82.7 | 36'157.46 | 72.9 |
| Forderungen | | | | |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 1'823.55 | | 1'870.10 | |
| Guthaben Verrechnungssteuer | 241.50 | | 241.50 | |
| | 2'065.05 | 3.4 | 2'111.60 | 4.3 |
| Aktive Rechnungsabgrenzungen | 5'938.65 | 9.9 | 9'604.15 | 19.4 |
| Total Umlaufvermögen | 57'779.75 | 96.0 | 47'873.21 | 96.6 |
| Anlagevermögen | | | | |
| Finanzanlagen | | | | |
| Aktien AARGAU Tourismus AG | 1'000.00 | | 1'000.00 | |
| | 1'000.00 | 1.7 | 1'000.00 | 2.0 |
| Mobile Sachanlagen | | | | |
| Einrichtung Herzschlaufe | 1.00 | | 1.00 | |
| Büroeinrichtung, EDV-Anlagen | 1400.00 | | 700.00 | |
| | 1'401.00 | 2.3 | 701.00 | 1.4 |
| Total Anlagevermögen | 2'401.00 | 4.0 | 1'701.00 | 3.4 |
| Total Aktiven | 60'180.75 | 100.0 | 49'574.21 | 100.0 |
| Bilanz per 31.12.2025 | 31.12.2025 | | 31.12.2024 | |
| | CHF | % | CHF | % |
| Passiven | | | | |
| Verbindlichkeiten | | | | |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistung | 5'581.45 | | 8'721.71 | |
| | 5'581.45 | 9.3 | 8'721.71 | 17.4 |
| Passive Rechnungsabgrenzungen | 5'870.00 | 9.8 | 3'233.55 | 6.5 |
| Total Fremdkapital | 11'451.45 | 19.0 | 11'955.26 | 24.1 |
| Eigenkapital | 37'618.95 | | 32'954.41 | |
| Jahresgewinn | 11'110.35 | | 4'664.54 | |
| Total Eigenkapital | 48'729.30 | 81.0 | 37'618.95 | 75.9 |
| Total Passiven | 60'180.75 | 100.0 | 49'574.21 | 100.0 |

Erfolgsrechnung vom 01.01.25 bis 31.12.25

| | 2025 | | 2024 | |
|-------------------------------------------|--------------------|-------|-------------------|-------|
| | CHF | % | CHF | % |
| Betriebsertrag | | | | |
| Mitgliederbeiträge ST | 24'500.00 | | 23'700.00 | |
| Ertrag Logiernächte/-Abgaben | 8'829.50 | | 11'331.65 | |
| Ertrag Bund/Kanton/Tourismus | 65'000.00 | | 65'000.00 | |
| Ertrag Flyer/Karten/Werbung | 18'883.54 | | 23'085.50 | |
| Ertrag Partner BRONCE | 14'550.00 | | 14'900.00 | |
| Ertrag Partner SILBER | 11'200.00 | | 12'600.00 | |
| Ertrag Partner GOLD | 16'500.00 | | 16'500.00 | |
| Ertrag Projekt Drachental | 11'005.93 | | 11'197.17 | |
| Ertrag Projekt Foodtrail / Fahrradverleih | 34'947.85 | | 1'672.00 | |
| Ertrag Projekt LULA | 19'597.20 | | 37'407.95 | |
| Ertrag Projekt Achtsamkeitstrail | 7'000.00 | | 17'000.00 | |
| | 232'014.02 | 100.0 | 234'394.27 | 100.0 |
| Direkter Aufwand | | | | |
| Aufwand Herzschlaufe | -14.90 | | -760.00 | |
| Aufwand Projekt Drachental | -8'271.40 | | -9'668.45 | |
| Aufwand Foodtrail / Fahrradverleih | -30'530.65 | | -6'308.00 | |
| Aufwand Projekt LULA | -1'729.60 | | -11'945.25 | |
| Aufwand Projekt Achtsamkeitstrail | -2'389.00 | | -10'886.06 | |
| Aufwand Kalender/Direktwerbung | -18'275.40 | | -22'669.85 | |
| Aufwand Touristik + sonstiger | -9'152.85 | | -21'760.55 | |
| | -70'363.80 | -30.3 | -83'998.16 | -35.8 |
| Bruttogewinn I | 161'650.22 | 69.7 | 150'396.11 | 64.2 |
| Personalaufwand | | | | |
| Löhne & Gehälter | -88'703.25 | | -85'808.15 | |
| Spesen / Repräsentation | -3'008.55 | | -1'766.33 | |
| AHV/IV/EO SVA Aargau | -5'807.90 | | -6'097.35 | |
| Berufliche Vorsorge | -2'020.50 | | -2'304.80 | |
| Unfallversicherung | -185.95 | | -209.45 | |
| Krankentaggeldversicherung | 259.85 | | 34.45 | |
| Übriger Personalaufwand | -1'925.05 | | -199.00 | |
| | -101'911.05 | -43.9 | -96'350.63 | -41.1 |
| Bruttogewinn II | 59'739.17 | 25.7 | 54'045.48 | 23.1 |

| Erfolgsrechnung vom 01.01.25 bis 31.12.25 | 2025 | | 2024 | |
|-------------------------------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | CHF | % | CHF | % |
| Betriebsaufwand | | | | |
| Raumaufwand | -4'929.40 | -2.1 | -4'929.40 | -2.1 |
| Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren | -614.95 | -0.3 | -614.95 | -0.3 |
| Verwaltungsaufwand | -20'816.75 | -9.0 | -17'921.15 | -7.6 |
| Marketing, Kommunikation | -21'206.85 | -9.1 | -25'547.40 | -10.9 |
| | -47'567.95 | -20.5 | -49'012.90 | -20.9 |
| Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) | 12'171.22 | 5.2 | 5'032.58 | 2.1 |
| Finanz- und übriges Ergebnis | | | | |
| Finanzertrag | 58.15 | 0.0 | 342.75 | 0.1 |
| Finanzaufwand | -212.72 | -0.1 | -210.79 | -0.1 |
| | -154.57 | -0.1 | 131.96 | 0.1 |
| Abschreibungen | | | | |
| Abschreibungen Mobile Sachanlagen | -906.30 | | -500.00 | |
| | -906.30 | -0.4 | -500.00 | -0.2 |
| Jahresergebnis vor Steuern | 11'110.35 | 4.8 | 4'664.54 | 2.0 |
| Steuern | 0.00 | 0.0 | 0.00 | 0.0 |
| Jahresgewinn | 11'110.35 | 4.8 | 4'664.54 | 2.0 |

BUDGET 2026

| Ertrag | CHF |
|----------------------------------|-------------------|
| Mitgliederbeiträge | 22'700.00 |
| Ertrag Logiernächte | 9'000.00 |
| Ertrag Kanton/Tourismus | 90'000.00 |
| Ertrag Flyer/Karten/Werbung | 22'500.00 |
| Ertrag Partner Bronze | 14'200.00 |
| Ertrag Partner Silber | 11'200.00 |
| Ertrag Partner Gold | 14'500.00 |
| Ertrag Drachental | 8'600.00 |
| Ertrag Foodtrail/Fahrradverleih | 35'000.00 |
| Ertrag LULA | 00.00 |
| Digitalisierung | 50'000.00 |
| Nachhaltigkeit | 20'000.00 |
| Tourismusbewusstsein | 10'000.00 |
| Ertrag Achtsamkeitstrail | 5'000.00 |
| Total Ertrag | 312'700.00 |
| | |
| Aufwand Herzschlaufe | 500.00 |
| Aufwand Drachental | 8'500.00 |
| Aufwand Foodtrail/Fahrradverleih | 30'200.00 |
| Aufwand LULA | 00.00 |
| Digitalisierung | 30'000.00 |
| Nachhaltigkeit | 12'000.00 |
| Tourismusbewusstsein | 6'000.00 |
| Aufwand Achsamkeitstrail | 2'500.00 |
| Aufwand Kalender/Direktwerbung | 22'000.00 |
| Aufwand Touristik & sonstiger | 15'000.00 |
| Löhne & Gehälter | 126'700.00 |
| Spesen/Repräsentationen | 3'500.00 |
| AHV/IV/EO SVA Aarau | 7'500.00 |
| Berufliche Vorsorge | 2'600.00 |
| Unfallversicherung | 250.00 |
| Krankentaggeldversicherung | 350.00 |
| Übriger Personalaufwand | 500.00 |
| Raumaufwand | 6'425.00 |
| Sachversicherungen, Abgaben | 620.00 |
| Verwaltungsaufwand | 23'000.00 |
| Marketing/Kommunikation | 9'800.00 |
| Finanz- & übriges Ergebnis | 1'560.00 |
| Total Aufwand | 309'505.00 |
| | |
| Jahresgewinn | 3'195.00 |

VORSTAND, GESCHÄFTSSTELLE & MITGLIEDER

Vorstand

Der Vorstand startete mit folgender Besetzung ins neue Vereinsjahr und traf sich zu vier Sitzungen:

- René Bossard, Präsident
- Ueli Haller
- Karin Zubler
- Noel Huwiler
- Adrian Remund
- Jessica Müller
- Claudia Heger

Der vakante Vorstandssitz konnte anlässlich der Generalversammlung 2025 wieder besetzt. Claudia Heger als Vertreterin des Luzerner Seetals wurde gewählt.

Rechnungsrevisorinnen

- Agnese Fanconi
- Daniela Ammeter Bucher bis 29.04.2025
- Joel Közle ab 29.04.2025

Buchhaltung WEGTREU AG

- Thomas Saxer
- Reto Felder
- Michael Liembd

Vertretung in der Seeuferschutzkommission Hallwilersee

- Ueli Haller

Vertretung strategischer MALT, Marketingbeirat Luzern Tourismus AG, Luzern Land

- René Bossard

Vertretung operativer MALT, Marketingbeirat Luzern Tourismus AG, Luzern Land

- Melanie Widmer

Projektverantwortlicher NRP-Projekte

- René Bossard

Mitarbeitende Seetal Tourismus

- Vera Büchel, Leiterin Geschäftsstelle bis 30. April 2025
- Melanie Widmer, Leiterin Geschäftsstelle ab 1. Mai 2025
- Diana Fry, Marketing & Grafik bis 31. Dezember 2025
- Lisbeth Langenegger, Assistentin Geschäftsstelle ab 1. September 2025

Mitglieder und Partner

Die Mitglieder und Partner von Seetal Tourismus bilden ein engagiertes Netzwerk. Dazu gehören nicht nur Vertreterinnen und Vertreter klassischer Tourismusbetriebe wie Hotels, Restaurants, Sehenswürdigkeiten und Museen, sondern auch langjährige Partner. Gemeinsam setzen sie sich für eine starke Freizeit- und Tourismusregion ein.

Mitgliederbeiträge 2025

| | |
|-------------------------|-----------|
| Gold-Partner | CHF 2'000 |
| Silber-Partner | CHF 1'400 |
| Bronze-Partner | CHF 700 |
| Touristische Mitglieder | CHF 300 |
| Einzelmitglieder/Gönner | CHF 100 |

Mitglieder per 31.12.2025

| |
|--------------------------------------|
| 38 Gold-, Silber- und Bronze-Partner |
| 80 einfache Mitglieder |
| 6 Einzelmitglieder |
| 124 Mitglieder total |

NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Nachhaltigkeit ist in der Strategie 2025–2030 von Seetal Tourismus verankert, welche an der Generalversammlung 2025 von den Mitgliedern bestätigt wurde. Damit bekennt sich Seetal Tourismus langfristig zu einer verantwortungsvollen Entwicklung, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte vereint.

Im Rahmen der Leistungsvereinbarung sowie des Innotour-Projekts «LUNA: Luzern nachhaltig» engagiert sich Luzern Tourismus gemeinsam mit den regionalen Tourismusorganisationen, den touristischen Verbänden sowie Leistungsträgern für eine nachhaltige Entwicklung der Region Luzern-Vierwaldstättersee. Als Projektpartner engagiert sich Seetal Tourismus insbesondere in Themenbereichen, die für den Tagestourismus im Seetal von grosser Relevanz sind. Bereits umgesetzt wurde die stärkere Sichtbarkeit nachhaltiger Mobilität: Die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr wird auf der Website prominenter dargestellt und beworben. Aktuell liegt der Fokus auf dem Thema Barrierefreiheit. Ziel ist es, barrierefreie Angebote im Seetal zu erfassen und sichtbar zu machen.

Swisstainable: Engagement für nachhaltigen Tourismus

Seetal Tourismus ist seit 2023 Teil des Swisstainable-Programms und trägt seither das Level I – «committed». Dieses Programm vereint touristische Betriebe und Organisationen mit dem Ziel, nachhaltigen Tourismus in der Schweiz klarer zu positionieren. Die getroffenen Massnahmen wurden im ersten Reporting aufgeführt und erläutert. Weitere Massnahmen sind dazugekommen und werden schrittweise erarbeitet.



Darüber hinaus strebt Seetal Tourismus an, auch für das Swisstainable-Destinationsprogramm das Level I zu erreichen. Im laufenden Jahr beschäftigt sich die Geschäftsstelle gemeinsam mit dem Vorstand der Motivation der Leistungsträger:innen zum sich daran zu beteiligen. Ziel ist es, bis Ende 2026 die Anerkennung als Swisstainable Destination zu erlangen und damit einen wichtigen Meilenstein für eine nachhaltige Tourismuszukunft im Seetal zu setzen. Im Seetal sind derzeit folgende Anzahl touristische Betriebe im Swisstainable-Programm vertreten:

- Level III – leading: 2 Betriebe
- Level II – engaged: 1 Betrieb
- Level I – committed: 6 Betriebe
- Im Anmeldeprozess: 2 Betriebe

Die stetig wachsende Beteiligung zeigt das Engagement der regionalen Leistungsträger:innen, gemeinsam einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Seetals zu leisten.

Leistungsvereinbarung: Nachhaltigkeit

Im Rahmen der neuen Leistungsvereinbarung verpflichtet sich Seetal Tourismus, Nachhaltigkeit verstärkt in der Gästekommunikation zu verankern und transparent über die eigene Nachhaltigkeitsstrategie zu informieren. Dazu gehört, nachhaltigkeitsrelevante Inhalte in Broschüren und weiteren Kommunikationsmitteln sichtbar zu machen sowie, wo immer möglich, klimaneutral zu drucken.

Geplant ist zudem ein Blogbeitrag über einen Swisstainable-Betrieb aus dem Seetal, um spannende Beispiele aus der Region hervorzuheben. Auf den Social-Media-Kanälen wird das Thema Nachhaltigkeit verstärkt und regelmässig kommuniziert.

Ein besonderes Projekt innerhalb der Leistungsvereinbarung ist die Entwicklung eines Wimmelbildes zur Region Seetal. Dieses zeigt sowohl korrektes als auch problematisches Verhalten im Tourismusalltag und soll interaktiv für Sensibilisierung sorgen, sowohl im Bereich Nachhaltigkeit als auch in der allgemeinen Tourismussensibilisierung.

AUSBLICK

Marketingaktivitäten

Die Drucksachen werden rechtzeitig zur Saisoneroöffnung erscheinen. Die beliebte Velokarte «E-Bike fahren im Seetal» sowie der Wanderverführer «Wandern und Spazieren im Seetal» werden in aktualisierter Form erneut aufgelegt. Auch im Jahr 2026 stehen wieder verschiedene Events auf der Agenda, darunter das Frühstück für Gastgebernde, das Drachentalfest: Natur und Schloss, die Wandernacht sowie der slowUp Seetal. Seetal Tourismus setzt auch im kommenden Jahr auf gezielte Marketingmassnahmen in Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus, Aargau Tourismus und den Luzern Landregionen. Zu den wichtigsten Kommunikationskanälen zählen weiterhin der regelmässig erscheinende Newsletter, die umfangreiche Website sowie Social Media, über welche die vielfältigen Angebote der regionalen Leistungsträger wirkungsvoll beworben werden.

Leistungsvereinbarung: Digitalisierung

Im Bereich Digitalisierung orientiert sich Seetal Tourismus an den Massnahmen von Luzern Tourismus. Ein zentraler Schwerpunkt liegt dabei auf der Weiterentwicklung des digitalen Marktplatzes. Gleichzeitig wird die Datenqualität der Websiteinträge kontinuierlich gepflegt, um Gästen jederzeit aktuelle und verlässliche Informationen zu bieten. Für 2026+ sind zudem neue digitale Projekte geplant, darunter die Entwicklung eines AI Local Guides für die Website.

Leistungsvereinbarung: Tourismussensibilisierung

Ab 2026 wird Seetal Tourismus Massnahmen zur Tourismussensibilisierung vorantreiben, um die regionale Bevölkerung gezielt für tourismusrelevante Themen zu gewinnen und das Verständnis für die Anliegen des Tourismus zu stärken. Dazu gehört die Beteiligung an Publireportagen in lokalen Medien für mehr Sichtbarkeit. Vom 4. bis 6. September 2026 präsentiert sich Seetal Tourismus zudem gemeinsam mit dem regionalen Entwicklungsträger IDEE SEETAL und deren Förderverein an der Gewerbeausstellung in Hochdorf. Der gemeinsame Auftritt bietet eine ideale Plattform, um die Region und ihre Angebote vorzustellen sowie die Themen Nachhaltigkeit und rücksichtsvolles Verhalten im Freizeit- und Naturraum zu vermitteln.

LULA-Projekt «Agrotourismus als Chance»

Seetal Tourismus wird zusammen mit den Luzern Landregionen das Projekt «Agrotourismus als Chance» weiter vorantreiben. Ziel ist es, interessierte Betriebe zu unterstützen, sei es beim Einstieg in den Agrotourismus oder bei der Weiterentwicklung bestehender Angebote. Durch gezielte Begleitung und Vermarktung sollen zusätzliche attraktive Erlebnisse im Seetal entstehen und das regionale Angebot nachhaltig gestärkt werden.

Touristische Signaltafel «Seetal» bei Autobahnausfahrt Buchrain

Gemeinsam mit Luzern Tourismus werden im Kanton Luzern die touristischen Autobahnsignaltafeln erneuert und vereinheitlicht. Im Rahmen dieses Projekts erhält das Seetal an der Autobahnausfahrt Buchrain eine prominente Sichtbarkeit: Auf beiden Seiten der Ausfahrt wird künftig eine touristische Hinweistafel zum Seetal platziert. Zusätzlich wird der touristische Auftritt der Luzern Landregionen an der Raststätte Neuenkirch überarbeitet und aufgewertet.

Verein, Vorstand & Geschäftsstelle

Der Vorstand bleibt beständig und zeichnet sich durch eine konstruktive, engagierte und vertrauensvolle Zusammenarbeit aus. Melanie Widmer arbeitet einmal im Monat in Hochdorf und ist dadurch für die Luzerner Mitglieder gut erreichbar. Gleichzeitig pflegt sie einen engen Austausch mit den regionalen Entwicklungsträgern IDEE SEETAL sowie dem Lebensraum Lenzburg Seetal, was die regionale Vernetzung weiter stärkt. Per 1. Mai 2026 erhält die Geschäftsstelle wertvolle Verstärkung: Christelle Schmid übernimmt Aufgaben in den Bereichen Kommunikation und Gästeservice. Mit ihrer Unterstützung können sowohl die Kernaufgaben als auch die zusätzlichen Aufgaben aus der Leistungsvereinbarung weiter ausgebaut und die Servicequalität für Gäste und Partner verbessert werden.



Vertrauen verbindet. www.hbl.ch

Mit einer guten Bank im Rücken können Sie auf einen Rucksack verzichten.

Es ist beruhigend, für alle Fälle gewappnet und auf alles vorbereitet zu sein.

Velofahrer verstauen dafür Proviant, Sackmesser, Wanderkarte, Mini-Apotheke, Ersatzkleider und Regenschutz in ihren Rucksack.

Mit uns haben Sie eine Bank im Rücken, die in jeder Situation für Sie die passende Lösung parat hat.



Hypothekarbank
Lenzburg