



24. Oktober 2025

**Herzlich
Willkommen
zum
Gemeinde-Apéro**

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

Informationen

- Budget 2026
- Ersatz Wasserleitungen Mühleweg bis Blattistrasse
- Informationen aus Projekten
 - Stärten. Gewässerschutzmassnahmen
 - Sagendorfstrasse. Sanierung
 - Machbarkeitsstudie Liegenschaften
- Nutzungsplanung / Gesamtrevision. Stand

Informationen

- diverse Kurzinformationen
- Fragen aus der Bevölkerung

Informationen

Röm.-Kath. Kirchgemeinde Emmetten

Rechenschaftsbericht

- der Pfarrei Emmetten
- der Kirchgemeinde Emmetten
- Budget 2026
- Ausblick

- Wahl Emmetterin / Emmetter des Jahres durch das Event Team



Budget 2026

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

Budget 2026

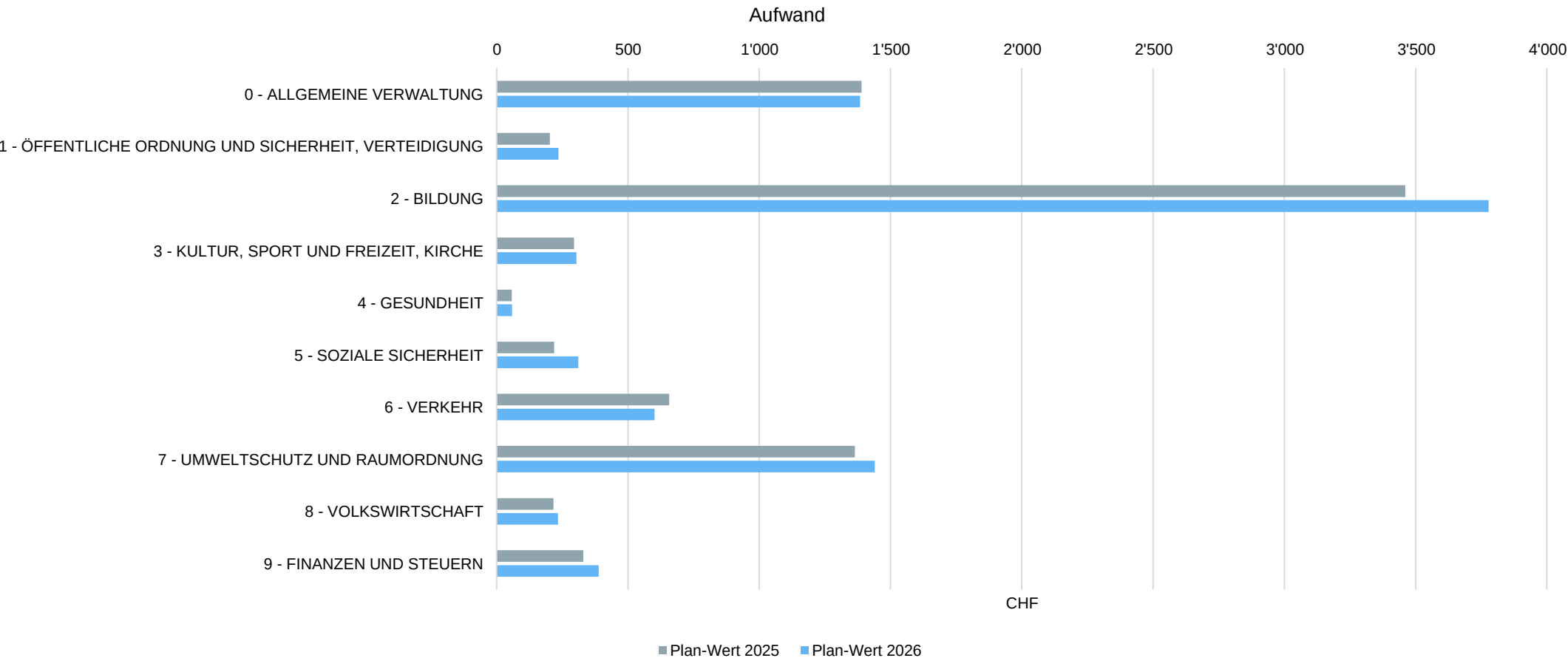
Übersicht Erfolgsrechnung

Ertrag	CHF	9'174'700
Aufwand	CHF	8'732'900
Ertragsüberschuss	CHF	441'800

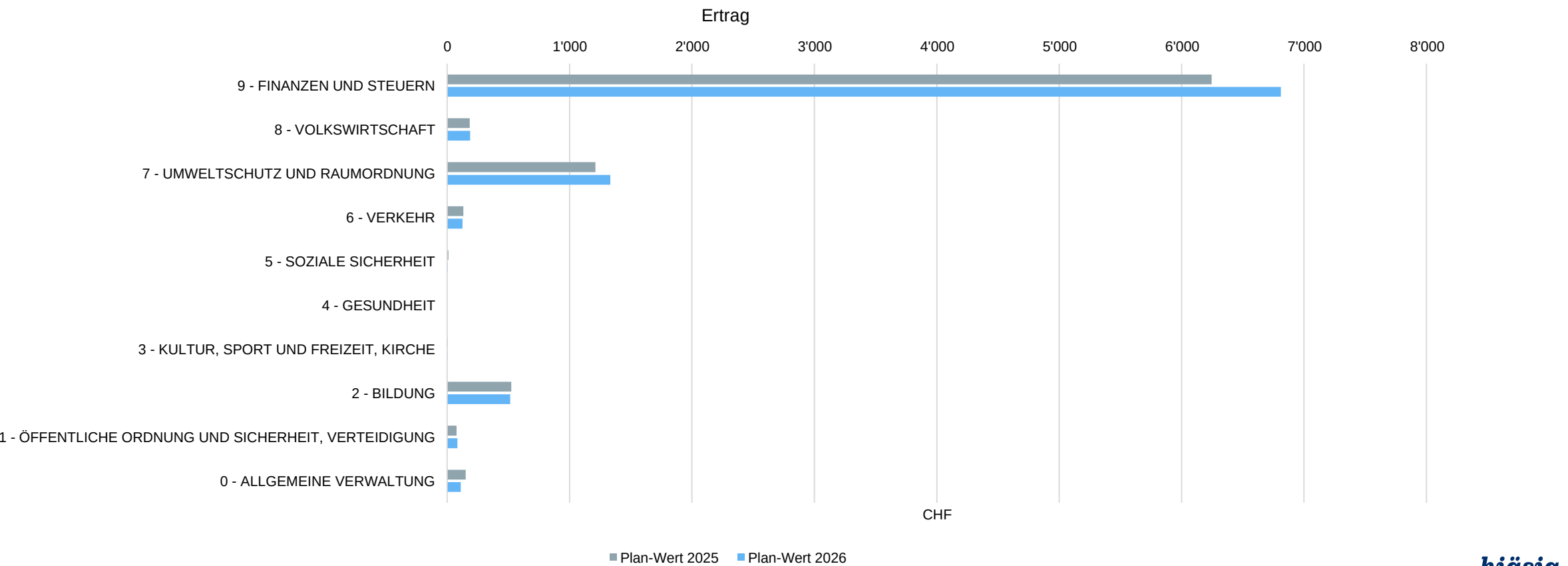
Übersicht Investitionsrechnung

Einnahmen	CHF	0
Ausgaben	CHF	713'100
Nettoinvestitionen	CHF	713'100

Budget 2026 – Erfolgsrechnung



Budget 2026 – Erfolgsrechnung



Budget 2026 – Investitionsrechnung

INV00184	Anteil kant. Rahmenkredit Bikewegnetz	5'400
INV00186	Erneuerung Strassenbeleuchtung St. Annaweg, Schöneck, Panoramaweg	80'000
INV00187	Unterhalt TG A	70'500
INV00188	Unterhalt TG C	97'200

Investitionen im Budget 2026 zu genehmigen	253'100
---	----------------

Budget 2026 – Investitionsrechnung

Laufende Verpflichtungskredite

#Projekt Stärten	CHF 1'180'000
#Machbarkeitsstudie Liegenschaften	CHF 250'000

Geplante Verpflichtungskredite

#Wasserleitung Mühleweg Blattistrasse	CHF 300'000
#Siedlungsleitbild	CHF 160'000

#: GemFHG, Art.45 ist mit Sperrvermerk im Budget zu erfassen

***Dürfen wir
Fragen
beantworten?***





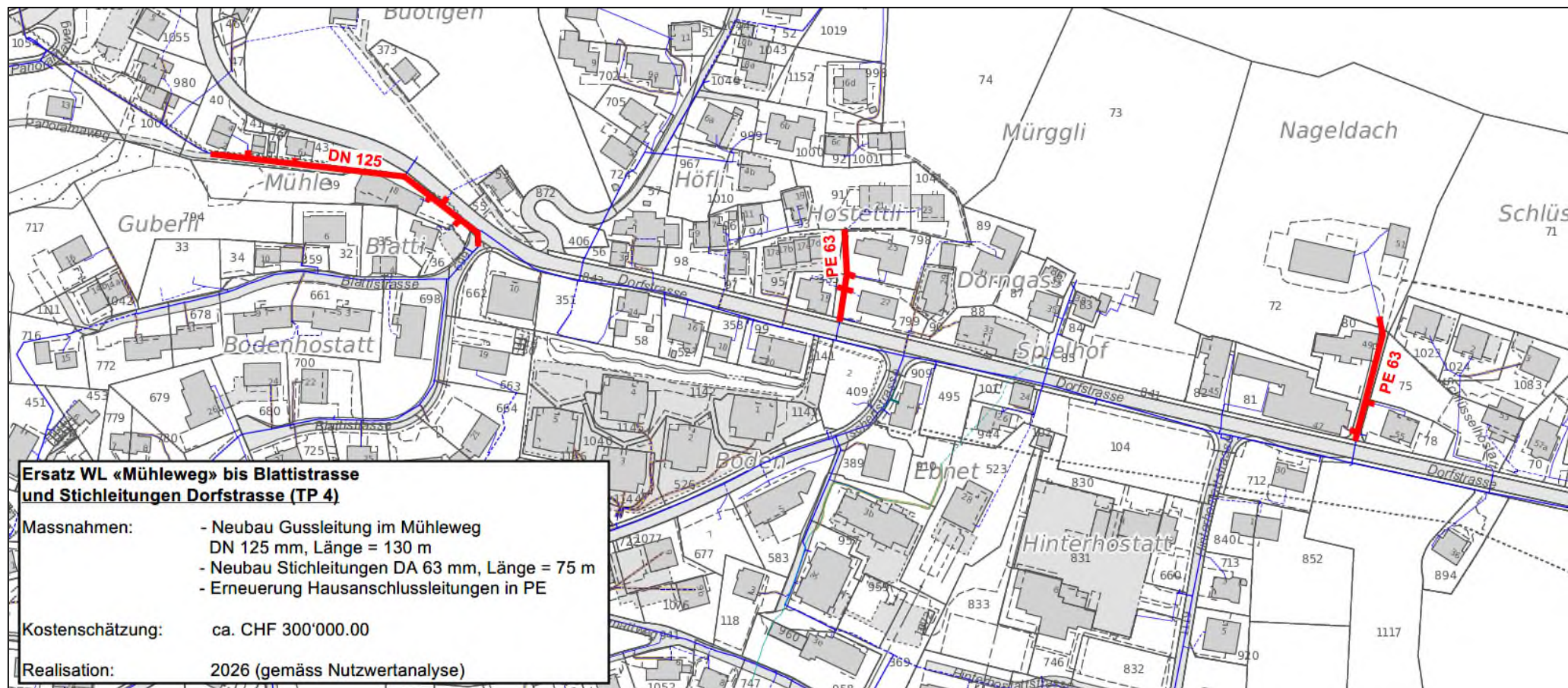
Ersatz Wasserleitungen Mühleweg bis Blattistrasse

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

Ausgangslage

- Ersatz alte Wasserleitungen (Baujahr ca. 1975)
- Neubau Gussleitungen im Mühleweg
- Hausanschlussleitungen ersetzen durch PE-Leitungen
- Kosten CHF 300'000.00 exkl. MwSt. (Preisbasis Juni 2025)

Ersatz Wasserleitungen Mühleweg bis Blattistrasse



Zeitplan

Unter Vorbehalt der Zustimmung durch die
Gemeindeversammlung vom 20. November 2025

Dezember 2025

- Eingabe Baugesuch
- Ausschreibung Baumeister
- Ausschreibung Sanitär

Februar 2026

- Arbeitsvergabe

Mai/Juni 2026

- Baustart

Zeitplan

Juli/August 2026

- Abschluss Bauphase

Oktober/November 2026

- Projektabschluss

***Dürfen wir
Fragen
beantworten?***





Informationen aus Projekten

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

Stärten, Gewässerschutzmassnahmen

- Baustart Anfang Mai 2025
- Verzögerung des Zeitplans, schlechte Witterungen und Felsen
- Bauarbeiten werden ende Oktober anfangs November 2025 abgeschlossen

Stärten, Gewässerschutzmassnahmen



Stärten, Gewässerschutzmassnahmen



Stärten, Gewässerschutzmassnahmen



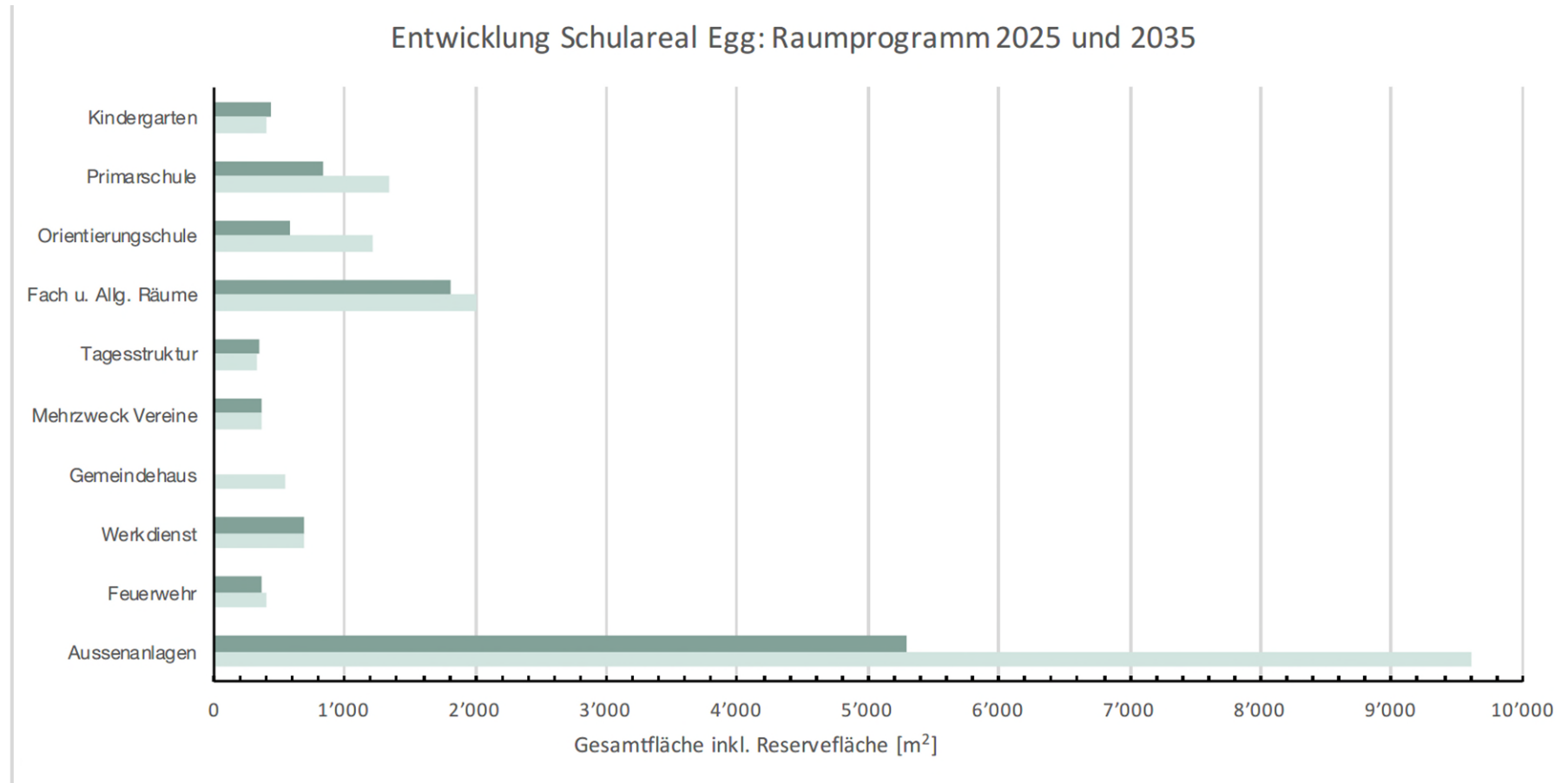
Sagendorfstrasse, Sanierung

- Sanierung Strasse, Brücke, Abwasser, Wasser und Beleuchtung
- Infoveranstaltung Grundeigentümer und Anwohner 15. Oktober 2025
- Vorprojekt Start 2026
- Antrag Baukredit Herbst 2026
- Voraussichtlichen Baustart 2027
- Projektdauer 2 – 3 Jahre

Liegenschaftsstrategie. Machbarkeitsstudie

- Projekt Machbarkeitsstudie mit Firma ZEITRAUM Planungen AG gestartet.
- Raumprogramm zusammen mit Vertretern Bevölkerung und Einbezug Vereinen entworfen.
- Bedarf zusätzliche Schulräume per 2030+ ausgewiesen.
- Bedarf zusätzliche Turnhalle im Gespräch.
- Schaffung neuer Parkmöglichkeiten vorgesehen.

Liegenschaftsstrategie. Machbarkeitsstudie





Nutzungsplanung / Gesamtrevision

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

Aktueller Stand:

- Gesuch um Fristverlängerung wurde bewilligt (bis 31.12.2026)
- Einwendungsverhandlungen sind abgeschlossen
- Ausserordentliche Gemeindeversammlung 26. Juni 2025
- Unterlagen Abgabe Regierungsrat Kanton Nidwalden 30. Juni 2025
- Warten auf Entscheid Regierungsrat Kanton Nidwalden

***Dürfen wir
Fragen
beantworten?***





Kurzinformationen

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

GR – Klausur

- Fokus auf 2027+
- Überarbeitung Strategie, Teilstrategien und Festlegung oder Korrektur Schlüsselergebnisse

Klausur 23.09.2025. Anpassungen

Mier hebid Sorg

Das natürliche Gefahrenpotenzial ist bis Dezember 2025 evaluiert.

Die touristische Haltung sowie die Organisation (Tourismusstrategie) sind bis Mitte 2025 **30. Juni 2026** definiert.



verlängert

Mier machids digital

Die Bildungsstrategie liegt bis 31. März 2026 vor und ist vom GR genehmigt.

Die Finanzstrategie liegt bis 31. Dezember 2025 vor und ist vom GR genehmigt.



erreicht

Die Mehrjahresplanungen aus allen Verwaltungsbereichen liegen bis zur Frühlingsklausur 2026 vor.

Mier entwicklid sinnvoll

Bis Ende 2032 sind die Gemeindehochbauten (Gemeindeverwaltung, Werkhof, Schulhäuser, Turnhallen, Aussenanlagen) zeitgemäss gebaut / saniert.

Mier machids midänand

Das ausserschulische Betreuungsangebot an **4-5** Tagen pro Woche startet mit Schuljahr **27/28** und ist reglementiert.



Umfang und Inhalt angepasst

Bis Ende 2026 ist geklärt, was mit dem Dorfzentrum passieren wird. Bis **Ende 2027** wird das Siedlungsleitbild erarbeitet und definierte Schwerpunkte abgedeckt.



Umfang und Inhalt angepasst

Operative Schwerpunkte (2027+)

- Projekte zur Digitalisierung
- Projekt Sagendorfstrasse (Wasser, Abwasser, Strasse)
- Projekt Hugenstrasse (Wasser, Abwasser, Strasse)
- Projekte Buotigen und Gumprecht (Abwasser)
- Projekte Stockhütte Färnital (Wanderwege)
- Projekt Steckenmattstrasse (Strasse)
- Projekt Langsamverkehrsanbindung Sagendorf-Hattig
- Projekte Bushaltestellen und Dorfplatz
- Projekte aus Liegenschaftstrategie

Langsam- verkehr / Fusswegplan

- Rechtliche und raumplanerische Abklärungen
- Parallel läuft Gesetzesrevision kant. Wanderweggesetz – Inkraftsetzung voraussichtlich Anfang 2026
- Langsamverkehrsverbindung Hattig soll im Fusswegplan verankert werden

Tagesstruktur

- Ausschreibung zur Angebotsabgabe an externe Anbieter im Juli 2025
- 1 Anbieter hat ein Angebot eingereicht
- die Offerte ist über dem Schwellenwert mit dem Einladungsverfahren
- das geplante Angebot muss überprüft werden
- Start wird auf Schuljahr 2027/2028 verschoben

Milizsystem

- Rückmeldung Workshop 7. Mai 2025
- 15 interessierte Personen
- Spannende Erkenntnisse zu
 - Rolle und Arbeit der Parteien
 - Ängste, Bedenken für Ratstätigkeit und Komplexität
- Nächste Runde mit Parteien zur Besprechung weiteres Vorgehen



emmetten.ch



*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

GR-Wahlen

- Rücktritt von Toni Mathis und Stefan Müller per 30. Juni 2026
- Wahlvorschläge bis Mitte März 2026
- Interessierte Personen dürfen sich gerne bei den Parteien, bei GR-Mitgliedern oder bei der Verwaltung unverbindlich melden.



Allgemeines

***hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.***

REICHWEITE. PRÄSENZ. MEDIA IMPACT.

Die Medien- und Sponsorenbilanz der Tour de Suisse 2025



VERGLEICH ETAPPENORTE

TV-Grafikeinblendungen und Text-Nennungen in Print/Online erzielen eine hohe marketingrelevante Wertschöpfung für die TdS-Etappenorte



Küssnacht am Rigi

8,9 Mio. CHF

ungewichteter Werbewert



Beckenried

4,0 Mio. CHF

ungewichteter Werbewert



Emmetten

5,1 Mio. CHF

ungewichteter Werbewert



Stockhütte

4,6 Mio. CHF

ungewichteter Werbewert

STOCKHÜTTE

Sponsoringwerte für den Etappenort Stockhütte (1/2)

Im Rahmen der Tour de Suisse 2025 wurde Stockhütte erstmals als Etappenort gewählt – und das gleich mit besonderer Bedeutung: Als Zielort des entscheidenden Zeitfahrens bildete Stockhütte den spektakulären Abschluss der Rundfahrt. Die malerische Bergkulisse, kombiniert mit der sportlichen Dramatik, sorgte für hohe mediale Sichtbarkeit (Live-TV-Reichweite von 123 Tsd.) und starke emotionale Aufladung des Austragungsorts.

6,8 Std.

Sichtbarkeit im Schweizer TV

Die TV-Sichtbarkeit i.H.v. knapp 7 Std. wurde insb. durch die stetige Einblendung des Ortes als TV-Grafikelement erzielt. Präsenz auf dem Zielbogen und vereinzelte Landschaftsaufnahmen komplettieren die Sichtbarkeit.

124,2 Mio.

Werbekontakte

Über alle Medienkanäle hinweg erzielte Stockhütte rund 124 Mio. Werbeträgerkontakte. Der Grossteil (77%) davon wird über Textnennungen und Routen-Grafiken in Online und Print generiert.

4,6 Mio. CHF

Max Ad Value

Die crossmediale Verteilung der Werbeträgerkontakte spiegelt sich auch in der Verteilung des Werbewertes wider: Auch hier sind Online und Print die Werttreiber, ergänzt durch die Grafikeinblendungen im TV.

STOCKHÜTTE

Sponsoringwerte für den Etappenort Stockhütte(2/2)

Der Etappenort Stockhütte erzielte hohen Werbewert durch häufige Nennungen und Routen-Grafiken in Schweizer Online- und Printmedien. Zudem war der Name während der TV-Übertragungen im Schweizer Fernsehen fast durchgehend eingeblendet, was die Sichtbarkeit und den Sponsoringwert deutlich steigerte.

Werbewert je Werbemittel

In Mio. CHF

Nennung	2,01
Routen-Grafik	1,54
TVGI	0,76
Podium Backdrop	0,14
Marschtabelle	0,10
Zielbogen	0,01
Beauty Shot	0,00
Sonstiges	0,00
Social Media	0,00

Online

343
Artikel

87,7 Mio.
Reichweite

Print

132
Artikel

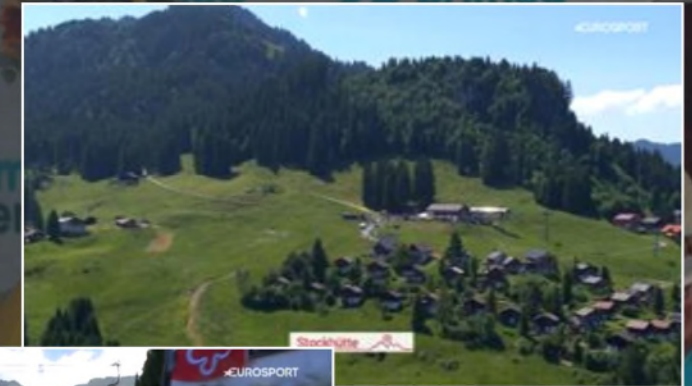
13,8 Mio.
Reichweite

Social Media

102
Posts

21 Tsd.
Engagements

Sequenzen aus der TV-Übertragung



EMMETTEN

Sponsoringwerte für den Etappenort Emmetten (1/2)

Im Rahmen der Tour de Suisse 2025 bildete Emmetten den Zielort der siebten Etappe, welche zuvor in Neuhausen am Rheinfall begann. Die Lage oberhalb des Sees, kombiniert mit der sportlichen Dramatik des Schlusspanstiegs der Etappe, sorgte für starke TV-Zuschauerzahlen (Live-TV-Reichweite von 154 Tsd.) und starke emotionale Aufladung des Zielorts. Die Präsenz während der siebten und achten Etappe ließen Emmetten in das Spotlight der nationalen Berichterstattung treten.

~11 Std.

Sichtbarkeit im Schweizer TV

Knapp 11 Std. TV-Sichtbarkeit wurde insb. durch die stetige Einblendung der Orte als TV-Grafikelemente erzielt. Präsenz auf dem Podium Backdrop und vereinzelte Landschaftsaufnahmen komplettieren die Sichtbarkeit.

149,5 Mio.

Werbekontakte

Rund 150 Mio. Werbekontakte erreichte die Berichterstattung über Emmetten insgesamt. Der größte Anteil ließ sich hierbei auf Nennungen und eingeblendete TV-Grafiken zurückführen (> 90 Mio. Kontakte).

5,1 Mio. CHF

Max Ad Value

Der Werbewert der Sichtbarkeit wird besonders durch Nennungen (ca. 30% des gesamten Werts) sowie durch eingeblendete TV-Grafiken auf über 5 Mio. CHF getrieben.

EMMETTEN

Sponsoringwerte für den Etappenort Emmetten (2/2)

Emmetten erreichte die höchsten Werbewerte durch Nennungen während der TV-Übertragungen und die häufige Sichtbarkeit des Ortsnamens mittels TV-Grafikeinblendung. Durch die Positionierung des Ortes als Zielort der 7. Etappe und als Durchfahrtsort während der finalen 8. Etappe, wurden weitere Werbewerte durch die Sichtbarkeit auf Routen-Grafiken erreicht.

Werbewert je Werbemittel

In Mio. CHF



Online

349
Artikel

92,49 Mio.
Reichweite

Print

133
Artikel

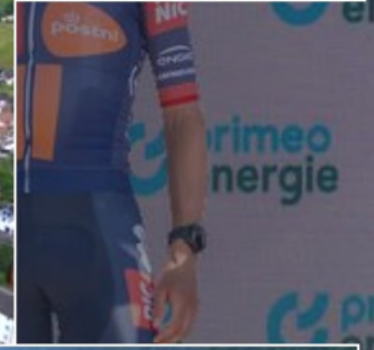
11,86 Mio.
Reichweite

Social Media

193
Posts

86 Tsd.
Engagements

Sequenzen aus der TV-Übertragung





Fragen aus der Bevölkerung

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*



24. Oktober 2025

**Herzlichen Dank
für Ihren Besuch**

*hiäsig.
uifrichtig.
lebändig.
weytsichtig.*

Traktanden zu Gemeinde-Apéro

- Rechenschaftsbericht:
 - Der Pfarrei Emmetten
 - Der Kirchgemeinde Emmetten
- Information Budget 2026
- Ausblick

Gemeinde-Apéro 24.10.2025

Pfarrei Emmetten



Gemeinde-Apéro 24.10.2025

Pfarrei Emmetten



Heimosterkerze zieren



Minilager



Minifest



Palmen binden
Palmsonntag



Gemeinde-Apéro 24.10.2025

Kirchgemeinde Emmetten



Neue Audioanlage

Gemeinde-Apéro 24.10.2025

Kirchgemeinde Emmetten



Mitarbeiter in der Kirchgemeinde

Gemeinde-Apéro 24.10.2025

Kirchgemeinde Emmetten

	Budget Erfolgsrechnung 2026			
Gesamtergebnis Funktionale Gliederung			2026	2025
Aufwand			513670	583970
Ertrag			552400	529800
Ertragsüberschuss			38730	
Aufwandüberschuss				54170

Gemeinde-Apéro 24.10.2025

Pfarrei Emmetten

Ausblick



Gemeinde-Apéro 24.10.2025