

Appenzellerland.

appenzell.ch



# GESCHÄFTS BERICHT 2017

VEREIN APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

# VORWORT PRÄSIDENT

## Geschätzte Mitglieder

Während zehn Jahren durfte ich das Amt des Präsidenten des VAT AI innehaben und somit die strategische Leitung des wichtigsten Wirtschaftszweigs unseres Kantons, präsidieren. Persönlich betrachte ich dieses Amt als Ehre und Vertrauensbeweis unserer Mitglieder. Gleichzeitig sah ich darin aber auch einen Auftrag, den Tourismus in die richtigen Bahnen zu lenken, zu führen und wenn nötig einzugreifen. Rückblickend darf ich sagen, dass mir das zusammen mit dem Vorstand des VAT AI gelungen ist.

Ein paar für mich wichtige Punkte möchte ich an dieser Stelle hervorheben: Die Marke «Appenzell» gilt weitherum als sehr gut positioniert und steht für hohe Qualität und Innovationskraft. Das Image stimmt. Darauf dürfen wir alle stolz sein, denn es steckt viel mehr Arbeit dahinter als von aussen wahrgenommen wird. Vielen Leuten ist nicht bewusst, dass man ein Image nur sehr langfristig aufbauen, hingegen aber sehr schnell zerstören kann. Zudem braucht es für ein Image einer Tourismusdestination immer alle, die am gleichen Strick ziehen.

Grösste Sorge müssen wir weiterhin unserem Landschaftsbild tragen. Das ist unser Kapital. Hier besteht die Gefahr, dass wir kontinuierlich am Ast auf dem wir sitzen, sägen. Wir müssen gegenüber diesem wichtigsten touristischen Gut noch sensibler werden, ohne in die politisch grüne Ecke gedrängt zu werden. Wir müssen als Vorreiter zeigen, dass sich Gewerbe, Landwirtschaft, Tourismus und Natur durchaus ergänzen können und die Nutzung von gegenseitigen Synergien zu einer prosperieren den Wirtschaft und Gesellschaft führen können.

Weiterhin sehe ich eine wichtige Aufgabe darin, am sensiblen Umgang mit Kultur und Brauchtum zu arbeiten. Uns muss die Gratwanderung zwischen «vermarkten» und «bewahren» gelingen. Auch hier besteht ständig die Gefahr, dass man leichtfertig zu Gunsten des schnellen Geldes, einen Wert aufs Spiel setzt, der irreparabel sein kann. Diesen schwierigen Weg können wir nur gemeinsamen mit allen Bewohnerinnen und Bewohnern im Kanton gehen.

Ein weiteres wichtiges Anliegen in meiner Amtszeit war immer, dass wir während den Wintermonaten nicht untätig bleiben und so einem typisch ein-saisonalen Tourismus verfallen. Im Ansatz ist es uns gelungen, den Winter in Appenzell neu zu positionieren. Hier braucht es aber noch viel Engagement, gute Ideen und die politische Unterstützung, um den eingeschlagenen Weg fortzuführen.

Zum Schluss ist es mir wichtig, Ihnen allen, geschätzte Mitglieder, dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Geschäftsstelle ganz herzlich für die Unterstützung während den vergangenen zehn Jahren zu danken. Es war dank Ihnen eine schöne und lehrreiche Zeit in meinem Leben. Ich verspreche Ihnen, dass ich mich auch in meinem neuen Amt als Bauherr des Kantons Appenzell I.Rh. im Rahmen meiner Möglichkeiten für die Anliegen des Tourismus einsetzen werde.

Herzlichen Dank und sönd wöllkömmt!



Ruedi Ulmann  
Präsident



<u>Vorwort Präsident</u>	<b>02</b>	
	<b>04</b>	Einladung mit Traktandenliste
<u>Protokoll HV 2017</u>	<b>06</b>	
	<b>12</b>	Rückblick Tourismus
Rückblick Regionalmarketing	<b>27</b>	
	<b>34</b>	Jahresrechnung
<u>Revisorenbericht</u>	<b>39</b>	
	<b>40</b>	Organe
<u>Geschäftsstelle</u>	<b>42</b>	

### TITELBILD

Detailaufnahme der Männertracht

**APPENZELLERLAND TOURISMUS AI** 

CH-9050 Appenzell · Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch



# EINLADUNG

## HAUPTVERSAMMLUNG

**Herzliche Einladung zur ordentlichen  
Hauptversammlung des Vereins  
Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI).**

**Dienstag, 27. März 2018, 19.00 Uhr,  
Restaurant Greenvieh, Golf Gonten**

# TRAKTANDENLISTE

## 2018

---

1. Begrüssung

---

2. Wahl der Stimmzähler

---

3. Protokoll der Hauptversammlung vom 29. März 2017

---

4. Jahresbericht

---

5. Abnahme der Jahresrechnung 2017  
und des Revisorenberichts 2017

---

---

6. Budget 2018

---

7. Wahlen

---

8. Wünsche und Anträge

---



# HV 2017

## ROMANTIK HOTEL SÄNTIS

### **PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG VAT AI VOM 29. MÄRZ 2017 ROMANTIK HOTEL SÄNTIS, APPENZELL**

#### **TRAKTANDENLISTE**

##### **1. BEGRÜSSUNG**

Der Präsident Ruedi Ulmann begrüsst herzlich die Mitglieder und Gäste an der diesjährigen Hauptversammlung vom Verein Appenzellerland Tourismus AI. Er ist erfreut, dass trotz des schönen Wetters so viele Gäste teilnehmen.

Bei der Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

##### **2. WAHL DER STIMMENZÄHLER**

Als Stimmzähler werden Lydia Mock und Hannes Inauen für je zwei Reihen gewählt.

##### **3. PROTOKOLL DER LETZTEN HAUPTVERSAMMLUNG VOM 4. APRIL 2016, DREHRESTAURANT HOHER KASTEN, ALPSTEIN**

Das Protokoll ist im Geschäftsbericht auf den Seiten 6 bis 8 einzusehen. Es wird ohne Wortmeldung genehmigt und verdankt.

##### **4. JAHRESBERICHT**

Der Geschäftsbericht 2016 wurde allen Mitgliedern fristgerecht per Post zugestellt.

Der Vorstand hat sich im vergangenen Jahr an drei halben Tagen getroffen und vor allem die laufenden Geschäfte der Geschäftsstelle besprochen. Zudem gab es verschiedene strategische Themen, wie die Anschaffung einer neuen

Gutscheinsoftware, die zum Teil unbefriedigende Raumsituation der Geschäftsstelle, der Verkehr im Dorfkern, die Lancierung neuer NRP-Projekte sowie die Überarbeitung der Tourismusverordnung im Grossen Rat. Zu diskutieren gab ebenfalls ein Brief eines Mitglieds, das seinen Unmut betreffend Berücksichtigung einzelner Mitglieder im Internet und in Broschüren äusserte. Der Vorstand ist sich dieser Problematik der Gleichbehandlung durchaus bewusst. Man ist aber der Meinung, dass Leistungsträger, welche nicht Mitglied eines Branchen-Verbandes sind, im Rahmen des Basismarketings zwar mitgetragen werden müssen, aber eben nicht überall. Ruedi Ulmann erklärt, dass sich diese Verbände finanziell und vor allem auch mit viel persönlichem Einsatz an der Tourismusorganisation beteiligen. Davon profitieren alle und dafür darf auch eine gewisse Solidarität erwartet werden. Seiner Meinung nach ist der Zusammenhalt in einer kleinen Destination wichtig. Denn nur so kann man nach aussen stark auftreten und gemeinsam bestehen.

##### **Die Destination 2030**

Vor fünf Jahren wurde vom Vorstand eine Strategie ausgearbeitet. Diese ist nach wie vor gültig. Trotzdem spürt man einen Wandel im Tourismusmarketing. Vor ein paar Tagen kam Ruedi Ulmann eine neue Broschüre in die Hände, die acht Thesen für die zukünftige Tourismusorganisation im Jahr 2030 aufstellt. Anlässlich der Hauptversammlung nimmt er drei Thesen auf:

1. These: Die Dominanz des Marketings wird abnehmen und dafür die Wichtigkeit der Produktgestaltung zunehmen.

2. These: Identität der Destination geht vor Grösse.

3. These: Eine Destination braucht 3-5 starke Pferde.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich der VAT AI in die richtige Richtung bewegt und für die Zukunft gerüstet scheint. Nichts desto trotz gilt es, weiterhin wachsam zu sein. Im Rahmen der Überarbeitung der Strategie des VAT AI wird sicherlich die eine oder andere These in das Papier einfließen

Zum Schluss bedankt sich Ruedi Ulmann bei allen Mitglieder und Verbänden für die freiwilligen Beiträge. Gastro AI für die Bezahlung des Wasserrappens zu Gunsten des VAT AI. Den Kantons- und Bezirksbehörden für die Schaffung der idealen politischen Rahmenbedingungen, aber natürlich auch für die finanziellen Beiträge. Appenzellerland Tourismus AR für die sehr gute Zusammenarbeit und natürlich auch bei allen Angestellten der Geschäftsstelle für ihre hervorragende Arbeit.

Der Geschäftsführer Guido Buob begrüsst alle Anwesenden im Saal und präsentiert seinen Jahresbericht aus operativer Sicht.

Er beginnt mit einem Ärger. Denn durch unglückliche Umstände haben die Medien vom geplanten Qualitätsseminar erfahren. Er staune immer wieder, wie scharf die Medien auf das Thema Freundlichkeit, Servicequalität und Gästeservice sind und oft eine negative Sensation daraus machen. Buob informiert darüber, dass auch dieses Jahr ein Seminar für Angestellte zum Thema «Gäste begeistern» und «der erste Eindruck zählt» geplant ist. Wichtig ist ihm aber zu betonen, dass das Seminar nicht geplant wird, weil Appenzell ein Problem mit der Servicequalität hat, sondern einzig und alleine darum, weil man das hohe Niveau beibehalten will.

Die Gästekarte ist nicht nur wegen den inbegriffenen Leistungen und der Nachhaltigkeit die beste Gästekarte Europas, sondern auch betreffend Finanzierung. Sie ist nämlich trotz enormer Grosszügigkeit absolut selbsttragend und kommt seit 14 Jahren ohne zusätzliche Unterstützung der öffentlichen Hand über die Runden.

Die Finanzierung beruht nach wie vor auf folgenden drei Säulen:

1. Grosses Entgegenkommen der Leistungserbringer mit Pauschalentschädigungen.
2. Einkauf der Karte durch die Hotels.
3. Unterstützungsbeiträge durch viele Firmen.

Es gab noch nie so viel Kritik betreffend «überlaufenem» Alpstein, wie im vergangenen Jahr. Die Kritik kam ausschliesslich von Einheimischen. Buob erklärt, dass die 2. Saisonhälfte für den Tourismus enorm wichtig war, um den schlechten Frühling wieder aufzufangen. Zudem sollten die Kritiker nie vergessen, dass der Tourismus für unser Land eine ganz wichtige Exportwirtschaft ist und wir nicht am Ast, auf dem wir sitzen, sägen dürfen. Für das nächste Jahr wird vorgesehen, das antizyklische Verhalten der Gäste noch mehr zu fördern. Allerdings weiss auch er, dass dies nicht einfach ist.

Die Gutscheine zeigen gewaltige Verkaufszahlen auf. In einem Monat werden in der Tourist Information durchschnittlich 1900 Gutscheine gedruckt und verkauft. Das sind pro Tag 63 und auf die Stunde hinunter gerechnet 9 Gutscheine. Das bedeutet, dass in jeder Stunde, in der die Tourist Info geöffnet hat, die Geschäftsstelle CHF 350.- in der Innerrhoder Währung produziert. Insgesamt wurden Gutscheine im Wert von über CHF 800'000.- verkauft. Im Laufe des Jahres 2017 wird eine neue Gutscheinensoftware in Betrieb genommen, welche die Abwicklung einfacher macht.

Eine weitere Erfolgsgeschichte und auch wichtige Einnahmequelle bleibt das Gruppengeschäft. Als Beispiel für die rund 100 solcher Gruppen pro Jahr, wurde auf Seite 21 im Geschäftsbericht eine grobe Hochrechnung mit der Musikgesellschaft Galmihorn aus dem Wallis gemacht. Ebenso erwähnt Buob, dass per Zufall gleichzeitig einige Einheimische in der Tracht auf dem Hohen Kasten waren. Genau solche Treffen und solche Bilder sind unbezahlbar und natürlich allerbeste Werbung für unsere Feriendestination.

Auf die Frage, ob wir die Kommunikation noch im Griff haben, zeigt Buob das Bild von Roger Federer bei den Wildkirchlihöhlen. Dieses Bild hat auf Facebook 244'000 Likes und 2'200 Kommentare erhalten. Wo würden wir stehen, wenn Roger Federer negativ über uns geschrieben hätte? Buob ist im Laufe dieses Jahres bewusst geworden, dass es einen Teil in der Kommunikation gibt, den wir nicht mehr selber im Griff haben. Es sollte uns bewusst sein, dass uns heute dank sozialen Medienkanälen jedermann und für die ganze Welt ersichtlich in die Pfanne hauen könnte.

Der Bergwirteverein feierte dieses Jahr das 75-Jahr-Jubiläum. Schon bei der Gründung des Vereins wurden die Wanderwege als touristisches Kapital angesehen. Guido Buob zeigte

das Bild des neuen Weges von der Ebenalp via Wildkriechli zum Äscher, der dank dem milden Winter frühzeitig fertiggestellt werden konnte.

Das Signalisationsprojekt der Bezirke wird dieses Jahr abgeschlossen. Einzelne Korrekturen und Ergänzungen werden noch angebracht. Die Frage nach den alten Wegweisern ist immer wieder ein Thema. Sie werden ziemlich sicher in den Verkauf kommen. Der definitive Entscheid wird diesbezüglich erst im Herbst 2017 gefällt.

Im Rahmen eines Ausblicks weist Geschäftsführer Guido Buob auf das NRP-Projekt der Qualitätsoffensive für die Beherbergung hin. Es geht darum, sicherzustellen, dass unsere Hotellerie auch für die kommende Generation noch gut aufgestellt sein wird. Für die teilnehmenden Betriebe wird es eine Analyse der aktuellen Situation mit einem Ausblick in die Zukunft geben. Zudem soll aufgezeigt werden, wie ein Projekt mit Hilfe von NRP umgesetzt werden kann. Die Anmeldeformulare wurden bereits verschickt und rund ein Drittel aller Innerrhoder Betriebe machen mit.

Der Messeauftritt an der MIO in Olten war sicherlich ein Höhepunkt im Berichtsjahr des Regionalmarketings. Bei den Promotionen wurde die Zusammenarbeit mit Coop Ost-





schweiz weiter ausgebaut. Coop ist für die Produzenten ein wichtiger Partner, nicht zuletzt auch darum, weil alle mit alkoholischen Getränken auftreten dürfen.

Ebenfalls konnte der Appenzeller Geschenkekorb realisiert werden. Zusammen mit dem «Chäslade» konnte die Problematik der Logistik gelöst werden. Die Geschenksets können nun direkt bei Rahel Manser im Laden eingekauft werden oder auf [www.appenzell.ch](http://www.appenzell.ch).

Eine freudige Nachricht war ebenfalls, dass im letzten Jahr immer mehr Gruppen die schönen Appenzeller Tragtaschen mit oder für Give-aways in der Tourist Info beziehen. In der Regel werden diese Tragtaschen gratis abgegeben - allerdings mit der Auflage, dass ausschliesslich Appenzeller Produkte darin abgefüllt sind.

Zum Schluss bedankt sich Guido Buob bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die tolle Zusammenarbeit. Dem Vorstand und dem Präsidenten für die konstruktive und unkomplizierte Unterstützung. Den Behörden für das Wohlwollen, welches dem Verein und dem Tourismus entgegen gebracht wird.

Präsident Ruedi Ulmann dankt Guido Buob für die Berichterstattung über das Geschäfts-

jahr 2016. Das Wort zum Jahresbericht wird nicht gewünscht.

## 5. ABNAHME DER JAHRESRECHNUNG UND DES BERICHTS DER REVISOREN

Die Jahresrechnung wird im Geschäftsbericht auf den Seiten 30 bis 34 aufgeführt. Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 2'519'503.98 und Ausgaben von CHF 2'533'485.55 mit einem Verlust von CHF 13'981.57 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von CHF 61'350.66 und ein Testat über CHF 60'530.77. Ein herzlicher Dank geht an Guido Buob. Er hat es verstanden, den Finanzhaushalt sauber und konsequent zu führen. Die Mittel sind sparsam, effizient und verantwortungsvoll eingesetzt worden. Verdankt werden die Beiträge des Kantons, der Bezirke, der Feuerschau und Gastro AI sowie die freiwilligen Beiträge von Institutionen und Mitgliedern.

Das Wort zur Rechnung ist frei, wird aber nicht verlangt.

Der Revisorenbericht ist auf der Seite 35 aufgeführt. Die Versammlung verlangt keine Berichterstattung der Revisoren und genehmigt einstimmig die Jahresrechnung und den Revisorenbericht.



**6. BUDGET**

Das Budget für das Jahr 2017 sieht einen ausgeglichenen Abschluss vor. Das Budget wird ohne Wortmeldung zur Kenntnis genommen.

**7. WAHLEN**

Ruedi Ulmann hat an der Hauptversammlung von Gastro AI sein Präsidialamt an Stephan Sutter vom Hotel Appenzell abgegeben. Der Vorstand schlägt der Versammlung nun vor, Stephan Sutter auch als Vertretung von Gastro AI in den Vorstand zu wählen.

Stephan Sutter wird einstimmig in den Vorstand gewählt.

Zudem wird beschlossen, dass auch die Luftseilbahnen durch ein Mitglied im Vorstand vertreten sein sollen. Die Luftseilbahnen erhielten den Auftrag, gemeinsam einen Kandidaten vorzuschlagen. Sie entschieden sich für Josef Schmid. Auch er wird einstimmig gewählt.

Ruedi Ulmann begrüsst die beiden neuen Mitglieder im Vorstand.

Andrea Bischofberger bedankt sich für die gute Führung von Ruedi Ulmann und nimmt die Wahl des Präsidenten vor. Ruedi Ulmann wird von der Versammlung einstimmig als Präsident des VAT AI für ein weiteres Jahr gewählt.

Die übrigen Vorstandsmitglieder stellen sich alle für eine weitere Amtsdauer zur Verfügung. Sie werden in globo für ein weiteres Jahr einstimmig gewählt.

Landammann Dr. Daniel Fässler  
Bischofberger Andrea, Appenzeller Produkte  
Hörler Lydia, Bezirk Appenzell  
Inauen Luzia, Landwirtschaft  
Manser Sepp, Wanderwege Bezirke  
Mock Lydia, Ferienwohnungen und B&B  
Wittwer Roberto, Hotellerie  
Goldener Milo, Detaillisten

Die Revisoren Evelyne Buschor-Züger, Cyrill Keller-Sutter und Lorenz Gmünder stellen sich erneut für das Amt zur Verfügung. Sie werden ebenfalls in globo bestätigt. Ruedi Ulmann dankt für die gute Zusammenarbeit.

**8. WÜNSCHE UND ANTRÄGE**

Die langjährigen Mitarbeiter werden von Ruedi Ulmann geehrt.

Yvonne Oberholzer wird für ihr 10-jähriges, Andrea Manser für ihr 15-jähriges und Guido Buob für sein 20-jähriges Jubiläum gratuliert.

Der Präsident bedankt sich bei allen, die gekommen sind. Das Wort ist frei wird aber nicht benützt. Die Versammlung wird hiermit geschlossen.

Appenzell, März 2017 / Janica Fässler



Romantik Hotel Säntis, Appenzell

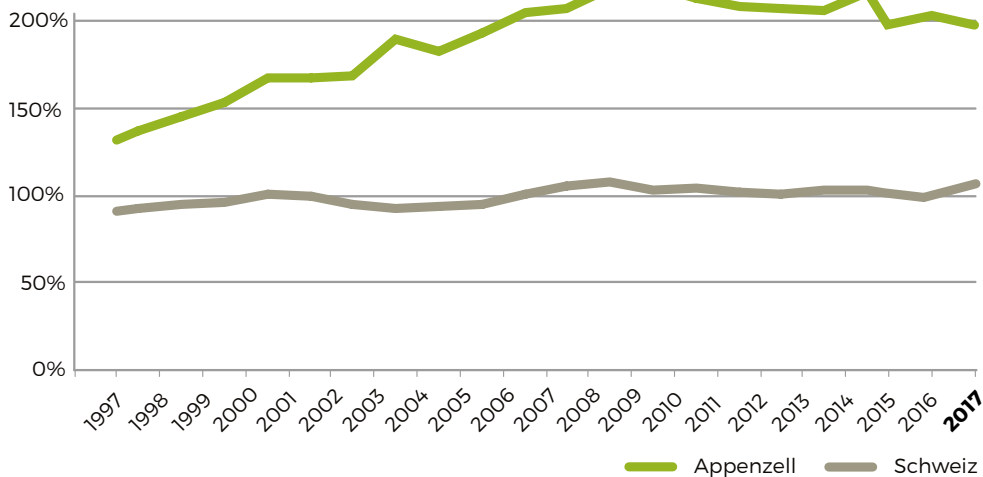
# EIN SCHÖNER SOMMER ALLEINE GENÜGT NICHT

## Aus touristischer Sicht hat das Jahr 2017 ausserordentlich positiv begonnen.

Aus touristischer Sicht hat das Jahr 2017 ausserordentlich positiv begonnen. Das schöne Wetter bis Ende August motivierte viele Gäste, einen Aufenthalt im Kanton Appenzell I.Rh. zu buchen. Lange sah es deshalb nach einem Rekordjahr aus. Doch leider fielen dann die für unseren Tourismus wichtigen Wandermonate September und Oktober mehr oder weniger ins Wasser. Auf das ganze Jahr gesehen, dürfen wir aber trotzdem von einem guten Tourismusjahr sprechen. Im Jahr 2017 logierten von Januar 2017 bis Dezember 2017 153'025 Gäste in den Hotels und Berggasthäusern im Kanton. Das sind 2.0% (absolut 3'164 Logiernächte) weniger als im Vorjahr 2016. Die Zahlen belegen einmal mehr, wie wichtig das Wetter für einen erfolgreichen Tourismus ist. Denn trotz schwächerem Schweizer Franken und

trotz guter Wirtschaftslage entscheiden die Gäste vor allem auf Grund des Wetterberichts, ob sie für ein paar Tage ins Appenzellerland fahren oder zu Hause bleiben. Von diesem gesellschaftlichen Trend sind nicht nur die Berggasthäuser betroffen, sondern immer mehr auch die Hotelbetriebe im Tal. Der Trend hin zu immer kürzeren Aufenthalten hält weiterhin an und dank digitaler Informations- und Buchungsplattform entscheiden sich die Gäste von Jahr zu Jahr noch kurzfristiger. Als einer der ganz wenigen Kantone sind bei uns auch die Logiernächtezahlen der Parahotellerie bekannt. Diese bewegen sich seit Jahren relativ konstant um die 20'000er Marke. Erfreulich ist sicherlich, dass die vom VAT AI vor Jahren obligatorisch erklärte Klassifikation der Ferienwohnungen zu einer Qualitätsverbesserung geführt hat. Nicht umsonst ist in der Geschäftsstelle seit fünf Jahren keine einzige Reklamation über einen Parahotelleriebetrieb eingegangen.

Entwicklung der Logiernächtezahlen in Appenzell Innerrhoden und der Schweiz





# STATISTIK

## LOGIERNÄCHTE

### APPENZEL I. RH.

### SCHWEIZ

Jahr	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
1985	69'274	20'989	<b>90'263</b>	15'295'548	20'672'094	<b>35'967'642</b>
1990	60'210	25'840	<b>86'050</b>	16'162'228	21'392'363	<b>37'554'591</b>
1995	65'831	20'587	<b>86'418</b>	13'873'240	18'744'165	<b>32'617'405</b>
2000	101'341	28'418	<b>129'759</b>	14'862'187	20'157'515	<b>35'019'702</b>
2003	124'456	22'830	<b>147'286</b>	14'923'993	17'148'729	<b>32'072'722</b>
* 2004	118'555	22'583	<b>141'138</b>	-	-	-
2005	125'249	24'851	<b>150'100</b>	14'622'420	18'321'316	<b>32'943'736</b>
2006	131'867	27'015	<b>158'882</b>	15'203'977	19'644'449	<b>34'848'426</b>
2007	132'851	28'060	<b>160'911</b>	15'447'065	20'917'735	<b>36'364'800</b>
2008	138'916	30'671	<b>169'587</b>	15'825'473	21'508'296	<b>37'333'769</b>
2009	136'356	34'394	<b>170'750</b>	15'303'224	20'285'669	<b>35'588'893</b>
2010	135'469	29'728	<b>165'197</b>	15'765'304	20'442'508	<b>36'207'812</b>
2011	132'912	29'053	<b>161'965</b>	15'752'367	19'733'889	<b>35'486'256</b>
2012	131'641	28'897	<b>160'538</b>	15'690'035	19'076'238	<b>34'766'273</b>
2013	131'283	28'818	<b>160'101</b>	15'889'226	19'734'657	<b>35'623'883</b>
2014	142'809	25'249	<b>168'058</b>	16'026'135	19'907'377	<b>35'933'512</b>
2015	132'594	21'576	<b>154'170</b>	16'052'181	19'576'295	<b>35'628'476</b>
2016	132'760	23'429	<b>156'189</b>	16'244'561	19'288'015	<b>35'532'576</b>
<b>2017</b>	131'260	21'765	<b>153'025</b>	16'919'875	20'472'865	<b>37'392'740</b>

\* 2004 wurde aufgrund einer Budgetkürzung des Bundes keine Beherbergungsstatistik erstellt.

# DIE BESTE GÄSTEKARTE EUROPAS

Produkte wie die Appenzeller Ferienkarte können den gesellschaftlichen Trend hin zu immer kürzeren Aufenthalten zwar nicht verhindern. Sie ermöglichen den Beherbergern aber in gewisser Weise, Gegensteuer zu geben. Mit attraktiven All-inklusive-Pauschalen für Gäste, welche drei Nächte oder länger im Kanton logieren, haben die Gastgeber die Möglichkeit, all diejenigen Gäste zu belohnen, welche länger als der Durchschnittsgast im Kanton verweilen und somit zu einer höheren Wertschöpfung beitragen. So liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Hotellerie pro Gast seit Jahren bei 1.8 Nächten pro Gast. Dieser Wert entspricht praktisch dem schweizerischen Durchschnitt von 2 Nächten, welcher noch vor ein paar Jahren bei durchschnittlich 2.5 Aufenthaltsnächten pro Gast lag.

Im Berichtsjahr 2017 wurden bei den Beherbergern rund 7'500 Ferienkarten abgeben. Natürlich darf

man die Anzahl Ferienkarten nicht einfach mit dem Preis einer durchschnittlichen Hotelübernachtung multiplizieren und behaupten, die Appenzeller Ferienkarte brächte diesen entsprechenden Mehrumsatz in der Hotellerie. Denn es ist nicht zu eruieren, welche Gäste auch ohne Ferienkarte drei Nächte gebucht hätten oder welche Gäste nur wegen dem Angebot der Appenzeller Ferienkarte angereist oder länger geblieben sind. Die hohe Zufriedenheit der Gäste wie auch der Beherberger mit dem Produkt bestätigen aber, dass die Appenzeller Ferienkarte für den Erfolg des Innerrhoder Tourismus ein wichtiges Angebot ist und bleibt. Zudem darf schon behauptet werden, dass es dem Tourismus im Kanton Appenzell I.Rh. sicherlich auch dank der Appenzeller Ferienkarte gelungen ist, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste halten zu können und diese somit mit ein Grund für den Erfolg des Tourismus im Kanton ist.



## DANKE

 Appenzeller  
Kantonalbank

 **MÖHL**  
Apfelsäfte

 **gaströai**  
appenzeller-genuss.ch

**Appenzeller  
Druckerei**

 **bischof  
berger**

 **Appenzeller**  
SWITZERLAND

 **goba**  
mineralquelle.ch

 **Appenzeller**  
Alpenbitter AG

 **APPENZELLER BIER**

# ES GEHT NUR GEMEINSAM

Die Appenzeller Ferienkarte ist in gewisser Weise auch eine Solidaritätskarte innerhalb des Tourismus in unserem Kanton. Zweifellos unterstützt die Karte die Beherberger bei der Ausarbeitung von attraktiven Pauschalen. Ferner stärkt sie das Image unserer Destination als Ferienregion, was in der Regel mit einem nachhaltigen und qualitativ hochwertigen Tourismus gleichzusetzen ist. Zahlreiche Leistungserbringer unterstützen die Karte mit den im voraus

abgemachten Pauschalentschädigungen und sichern dem VAT AI so zu, dass die Kosten, unabhängig von den Verkaufszahlen, im budgetierten Kostendach bleiben. Nur dank diesem Entgegenkommen funktioniert die Karte. An dieser Stelle sei allen Leistungsträgern der Appenzeller Ferienkarte im Namen der gesamten Volkswirtschaft ebenfalls einmal herzlich gedankt:

---

Appenzeller Badi

---

Appenzeller Bahnen

---

Appenzeller Brauchtumsmuseum, Urnäsch

---

Appenzeller Schaukäserei, Stein

---

Appenzeller Volkskunde-Museum, Stein

---

Brauerei Locher AG

---

Dani's Velolade

---

Dörig Sport

---

Hans Dörig

---

Hoher Kasten Drehrestaurant und Seilbahn

---

Kunsthalle Ziegelhütte

---

Kunstmuseum Appenzell

---

kyBoot Shop, Appenzell

---

Loipenclub Conten

---

Luftseilbahn Jakobsbad-Kronberg

---



---

Luftseilbahn Wasserauen-Ebenalp

---

Museum Appenzell

---

Neff Zweirad

---

PubliCar Appenzell

---

Rodelbahn Jakobsbad

---

Schneesportschule Schwende

---

Schuh + Sport am Landsgemeindeplatz

---

Skilift Alpenblick

---

Skilift Horn

---

Sport Baumann, Appenzell

---

SO Appenzeller Käse GmbH

---

Stefan Gollino

---

Streule Zweirad GmbH

---

Tennishalle Appenzell

---

# IMMER MEHR KANÄLE

Noch vor ein paar Jahren genügte es, schöne Farbbroschüren zu drucken und einen informativen Text dazu zu verfassen. Zwischenzeitlich sind neue Medien und Kanäle dazugekommen, die alle auch professionell bespielt werden müssen. Nur so hat man im hart umkämpften Verdrängungskampf um Gäste eine Chance. Diesen Herausforderungen stellen wir uns tagtäglich. Dabei ist es manchmal gar nicht so leicht festzustellen, welches Medium ein kurzfristiger Trend und welches wirklich Pflicht ist, um weiterhin erfolgreich werben zu können. In den letzten Jahren haben wir aber auch gemerkt, dass die wichtigste und beste Kommunikation nach wie vor die «Mund zu Mund»-Werbung ist. Diese funktioniert durchaus auch via soziale Medien.

Als Organisation mit relativ schmalen Kommunikationsbudget sind wir gezwungen, bewusst Schwerpunkte zu setzen. Mittels Instagram, Facebook, PR-Berichten, Messeauftritten, Website, Tragtaschen und Broschüren versuchen wir, die Gäste für unsere Destination zu gewinnen. Auf Massnahmen wie Plakatwerbung, Radio, Fernsehen, Videobottschaften, Twitter oder Inserate verzichten wir gänzlich. Vergleichen wir diesbezüglich die Kontaktzahlen mit unseren Partnerdestinationen in der Ostschweiz, schneiden wir sicherlich sehr gut ab. Diesbezüglich dürfen wir behaupten, dass wir die für die Kommunikation knappen Mittel zielgerichtet und effektiv einsetzen.



Filmaufnahme zum Thema Räuhele



# STAUNEN UND SCHMUNZELN

## EIN PAAR ZAHLEN DES JAHRES 2017

Anzahl gedruckte Broschüren	317'615
Eindeutige Internetbesucher	633'204
Newsletter-Abonnenten	27'088
Facebook-Freunde	8'286
Follower auf Instagram	6'537
Besuchte Messen und Promotionen	13
Gefahrene Autokilometer für Kommunikation	22'000
Gesammelte Medienberichte über Appenzell	591
Neu signalisierte Wanderwegkilometer	512
Hotelbuchungen durch die Tourist Information	441
Besucherinnen und Besucher in der Tourist Information (Hochrechnung)	40'000
Anrufe in der Tourist Information (Hochrechnung)	35'000
Erhaltene E-Mails in der Geschäftsstelle (Hochrechnung)	100'000
Gesendete E-Mails von der Geschäftsstelle (Hochrechnung)	70'000
Betreute Gruppengäste (Hochrechnung)	21'000
Vollzeitangestellte	7
Lernende	3
Teilzeit-Schalterangestellte	4
Gästeführerinnen und -führer sowie Sänger	30
TV-Teams betreut	10
Verschickte Gästeneuletter	18
Eingetragene Veranstaltungen	502
Betreute Journalistengruppen	33
Abgegebene Tragtaschen	7'200
Gutscheinumsatz CHF	874'955
Per Post verschickte Antworten auf Gästeanfragen	1'450

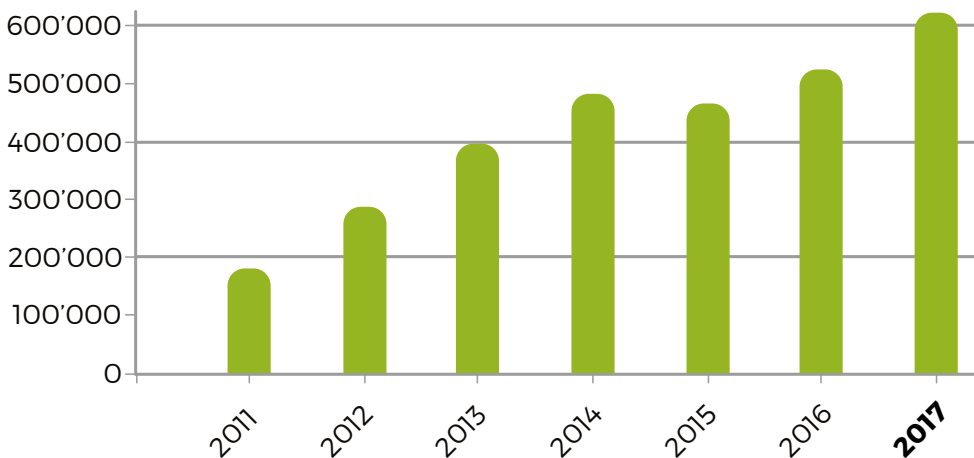
# IM WEB TOP AKTUELL

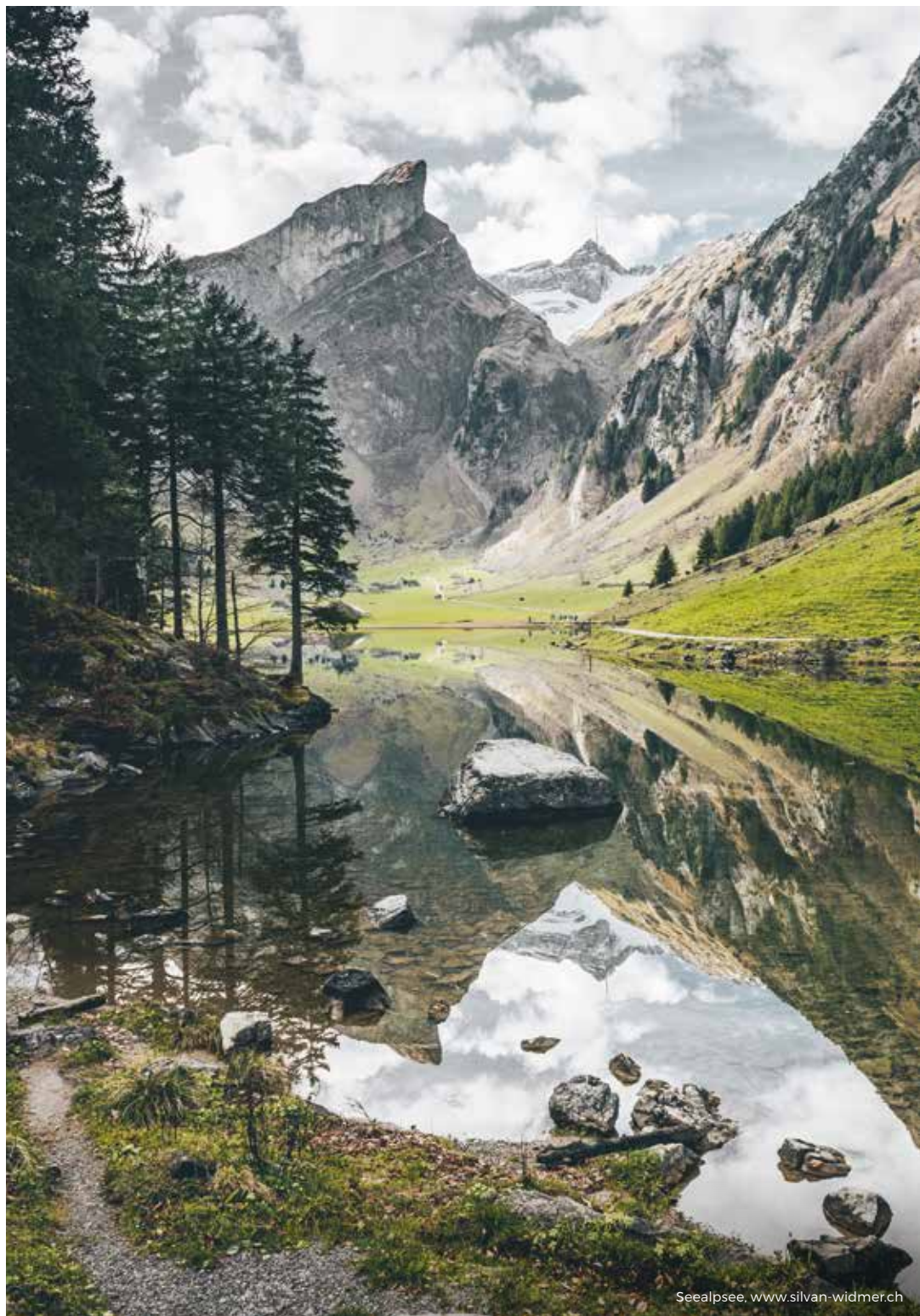
Nach wie vor verzeichnet der Internetauftritt [www.appenzell.ch](http://www.appenzell.ch) jährlich steigende Besucherzahlen. Nach einem kompletten Neuaufbau der Seite vor zwei Jahren wurden im Berichtsjahr 2017, auch aufgrund von Rückmeldungen von Gästen und Leistungsträgern, zahlreiche Verbesserungen in der Darstellung und in der Menüführung getätigt. Diese Arbeiten konnten im Dezember abgeschlossen werden. Das Resultat kann sich sicherlich sehen lassen: starke Bilder, aktuelle Informationen, klare Besucherführung, konsequentes CI/CD, Integration sämtlicher Leistungsträger, Online-Buchbarkeit sowie ein klarer Menüaufbau sind die Hauptanforderungen an unsere Website. Die Bewährungsprobe steht im kommenden Jahr an, wobei es selbstverständlich immer wieder laufende Anpassungen und Neuerungen geben wird. Als Vermittler von Informationen sind wir dringend auf die Mitteilungen

unserer Leistungsträger angewiesen. Dank unserem Web-Hosting-Partnermodell haben alle Leistungsträger die Möglichkeit, die eigene Website mit unserer Website zu verknüpfen. Durch diesen automatischen Datenaustausch ergibt sich eine Reduktion im administrativen Aufwand. Dieses vor vier Jahren gestartete Projekt hat sich in jeder Hinsicht bewährt.

Nicht nur mit der Domain [www.appenzell.ch](http://www.appenzell.ch) gelangt man auf das Webportal des VAT AI. Auch via die Landingpages unserer Partnerorganisationen Verband Detailhandel Appenzell ([www.appezoell.ch](http://www.appezoell.ch)), dem Verein Gastro AI ([www.appenzeller-genuss.ch](http://www.appenzeller-genuss.ch)) und dem Bergwirteverein Alpstein ([www.alpstein.ch](http://www.alpstein.ch)) erreicht der interessierte Besucher die Informationsplattform unserer Destination.

eindeutige Besucher der Website [appenzell.ch](http://www.appenzell.ch)





# QUALITÄTS-OFFENSIVE BEHERBERGUNG

Mit dem Ziel, auch in Zukunft das richtige Beherbergungsangebot im Kanton anbieten zu können, wurde durch das Volkswirtschaftsdepartement und den VAT AI eine Studie in Auftrag gegeben. Diese sollte nicht nur die heutige Situation der Beherbergung durchleuchten, sondern mit Hilfe nachgelagerter Handlungsempfehlungen die Auftraggeber dazu animieren, in Zusammenarbeit mit den Beherbergern die Weichen für die Zukunft richtig zu stellen.

Gleichzeitig wurde den Hotelbetrieben (Berg- und Talbetriebe) die Möglichkeit geboten, interne Betriebsanalysen erstellen zu lassen. Die vertraulichen Daten aus dieser Analyse haben ausschliesslich die teilnehmenden Betriebe erhalten. In ausführlichen Gesprächen zwischen Auftragnehmer (Firma Kohl&Partner) und den Betrieben konnte die für die Beherberger wichtige «Aussensicht» sichergestellt werden.

Zeitgemässe Zimmer sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Existenz eines Betriebes. Umso erfreulicher ist es, dass ein grosser Teil der Hotellerie laufend in die Infrastruktur investiert. Ein positives Beispiel unter vielen: Die neuen Zimmer im Hotel Appenzell.

Allgemein darf festgehalten werden, dass die Innerrhoder Hotellerie gut aufgestellt ist. Trotz grosser Investitionen zahlreicher Betriebe fehlt es in einigen Betrieben nach wie vor an zeitgemässer Infrastruktur. Allgemein kann positiv festgehalten werden, dass die Appenzeller Gastgeberinnen und Gastgeber ihre Arbeit sehr gut verstehen. Insbesondere die Gastfreundschaft und das qualitativ hochwertige Essen werden immer wieder positiv hervorgehoben. Mängel wurden vor allem im Bereich des Marketings festgestellt. Der über 300-seitige Bericht erkennt auch Chancen in einer verbesserten Zusammenarbeit unter den Beherbergern sowie in einer klareren Profilierung und Spezialisierung der einzelnen Betriebe.





# VON REKORD ZU REKORD

Die Gutscheine des Vereins Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI) wurden auch 2017 mit grossem Erfolg an Gäste und Einheimische verkauft. Insgesamt wurden Gutscheine im Wert von CHF 874'955.- verkauft, was einen erneuten Verkaufsrekord darstellt. Die neu gestaltete Gutscheinhülle mit dem Sujet der Frauen-Werktagstracht kam dabei sehr gut an. Da es sich bei den Gutscheinen um Wertgutscheine in Franken und nicht um spezifische Angebote oder Dienstleistungen handelt, ist auch der Rücklauf entsprechend hoch. Praktisch überall im Kanton können die Gutscheine zur Zahlung angerechnet werden. Dies bewirkt, dass die Umsätze direkt und nur bei einheimischen Betrieben getätigt werden. Entgegen der

landläufigen Meinung konnte in den vergangenen 17 Jahren seit Bestehen der Gastro-Gutscheine die Geschäftsstelle noch nie einen Betrag für nicht eingelöste Gutscheine abschreiben.

Dank der Anschaffung einer neuen Gutscheinssoftware konnte der administrative Aufwand der Geschäftsstelle für dieses schweizweit einmalige Produkt auf ein vernünftiges Mass reduziert und gleichzeitig auch die Sicherheit erhöht werden. Die Software wurde aus dem kantonalen Tourismusförderungsfonds finanziert und belastet die Rechnung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI nicht direkt.





Das neue Titelbild für die Gruppenbroschüre 2018 mit Hansruedi Aeschbacher

# WEITERHIN ERFOLG MIT GRUPPEN

Gerade in den wetterbedingt schwächeren Monaten September und Oktober zeigte sich, wie wichtig das Gruppengeschäft sein kann. In der Regel werden Gruppenausflüge 3 bis 5 Monate im voraus geplant und reserviert. Die Reise findet dann jeweils bei jedem Wetter statt, was den Beherbergern und den Anbietern von Gruppenpauschalen auch bei schlechtem Wetter eine gute Grundauslastung sichert.

Im Jahr 2017 haben 1446 Gruppen Dienstleistungen und Angebote über die Tourist Information gebucht.

Das sind 56 Gruppen weniger als im Rekordjahr 2016. Dabei gehören die verschiedenen Arten von Dorfführungen nach wie vor zu den beliebtesten Angeboten. Nicht in dieser Statistik aufgeführt sind all jene Gruppenangebote, welche direkt bei den jeweiligen Leistungsträgern reserviert und durchgeführt werden. Mündliche Umfragen bei diesen Partnern bestätigen, dass das Gruppensegment weiterhin sehr erfolgreich und für unseren Kanton auch aus wirtschaftlicher Sicht sehr wichtig ist.

<b>FÜHRUNGEN</b>	<b>2005</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Dorfführungen	459	623	633	463	458	614	678	635	559
Dorfführungen mit Käse	26	55	59	57	42	63	38	61	51
Dorfführungen mit Apéro		13	8	4	13	7	2	7	55
Dorfführungen mit Handwerker	63								
Schmackhafte Dorfführungen		121	93	71	86	87	109	93	72
Kulinarische Dorfführungen		47	50	34	49	59	55	68	77
Museums-Führungen	52	68	34	41	55	48	29	24	29
Wildkirchli-Führungen	39	41	28	48	53	47	63	64	65
Tages- und ½-Tages-Begleitungen	61	6	20	20	1	3	1	0	0
Singen/Jodeln	4	209	224	272	260	330	334	384	396
Nachtwächter-Führungen			14	36	58	82	85	73	74
Führungen «Toobenschopf»		27	29	20	18	14	6	7	3
Laternenwanderung					2	2	3	1	1
Sagen erzählen					5	28	20	25	25
Dialektvortrag				2	8	5	14	14	
Diverses	29	19	19	12	12	15	17	16	14
Rondom-Führung Hoher Kasten								30	25
<b>Total</b>	<b>733</b>	<b>1'229</b>	<b>1'211</b>	<b>1'080</b>	<b>1'120</b>	<b>1'404</b>	<b>1'454</b>	<b>1'502</b>	<b>1'446</b>





Leuenfall bei Lehmen



# PRODUKT-MANAGEMENT

Die vor etwas mehr als einem Jahr neu geschaffene 60% Stelle eines Produktmanagers bzw. einer Produktmanagerin konnte im Berichtsjahr noch nicht die gewünschten positiven Effekte auslösen. Einzelne Projekte wurden zwar angegangen und konnten umgesetzt werden, doch dies erst im Rahmen eines 20% Pensums. Geschäftsstelleninterne Aufgaben im unmittelbaren Kontakt mit den Gästen hatten sehr oft Vorrang und mussten prioritär behandelt

werden. Zudem zeigte sich bei vielen Projekten, dass der Weg von der Idee bis zur praktischen Umsetzung (Abklärungen tätigen, Überzeugungsarbeit leisten, Bewilligungen einholen und Finanzierung sicherstellen) weitaus mehr Zeit in Anspruch nimmt, als geplant. Dieses NRP-Projekt mit dem Namen «Appenzell 2020» hat aber einen Zeithorizont von vier Jahren und wird im Jahr 2018 sicherlich besser Fuss fassen.

Projektbeispiel im Rahmen des Produktmanagements: Die Hotelsignalisation im Tal lässt zu wünschen übrig. Da sich niemand wirklich dafür verantwortlich fühlt, kümmert sich die Projektleiterin um die Ersatzbeschaffung.





Appenzeller Spezialitäten vor einem typischen Appenzeller Bauernhaus

# GEMEINSAM VORWÄRTS

Nach der internen Umstrukturierung im Jahr 2016 hat die Organisation im Berichtsjahr 2017 so richtig Fahrt aufgenommen. Per Ende Jahr zählt die Organisation 28 Mitglieder. Noch wichtiger als die Anzahl Mitglieder scheinen der Geschäftsstelle, dass das Interesse und die Bereitschaft zur gemeinsamen Vermarktung der Marke Appenzell gestiegen ist. Dies zeigte sich unter anderem auch darin, dass an allen Messen und Promotionen mit diversen Partnern aus verschiedensten Branchen sehr erfolgreiche Auftritte umgesetzt werden konnten.

Die neu erschienene Regionalmarketing-Broschüre «Qualität aus Tradition» fand bei allen 28 Mitgliedern und auch bei potentiellen Kunden sehr grossen An-

klang. Obwohl in der Strategie des Appenzeller Regionalmarketings eigentlich festgehalten wird, dass nach innen keine Öffentlichkeitsarbeit geleistet wird, wurden sämtliche Innerrhoder Haushalte mit diesem einzigartigen Magazin bedient. Dies mit der Absicht, auch den Einheimischen das lokale Schaffen näher zu bringen sowie die Stärke und Verpflichtung der Marke Appenzell aufzuzeigen. Weitere Massnahmen, welche in erster Linie zur Stärkung der Marke Appenzell dienen, waren die Herausgabe von grossen und kleinen Tragtaschen, die Lancierung eines Geschenksets in unserem Online-Shop, der Verkauf von Give-aways sowie die Überarbeitung des Internetauftritts der Appenzeller Produkte.

Auch Rezepte, basierend auf Produkten unserer Regionalmarketing-Partner, sind Teil des Internetauftritts.  
Bild: Appenzeller Siedwurststrudel



# MITGLIEDER

---

Appenzeller Alpenbitter AG

---

Bischofberger AG

---

Brauerei Locher AG

---

Goba AG Mineralquelle und Manufaktur

---

SO Appenzeller Käse GmbH

---

appenzeller fleisch und feinkost ag

---

Appenzeller Ziegenprodukte AG

---

BÖHLI AG Bäckerei-Confiserie

---

Breitenmoser Fleischspezialitäten AG

---

Chocolat Manufacture Appenzell - Café-Conditorei Fässler

---

Café-Confiserie Laimbacher

---

Koch Möbelhandwerk AG

---

Landbäckerei Sammelplatz

---

Metzgerei Fässler AG

---

Motzer Bäckerei Gonten AG

---

Rütihof-Eier

---

Spezialitäten-Metzg Wetter

---

Appenzeller Milch AG

---

Atelier Schmuck aus Haaren - Schiess Jakob

---

Appenzeller Sennenhandwerk - Fässler Hampi

---

Hackbrettspieler Schreinerei Hackbrettbau - Fuchs Johannes

---

Kunstgewerbe Dörig - Dörig Roger

---

KURSSTÖBLI APPEZÖLL, Appenzeller Handstickerei - Schiegg Verena

---

Bauernmaler - Fuchs Martin

---

Devislimalerin - Manser Sylvia

---

Trachtenschneiderin - Nef Bernadette

---

Handschnitzer - Moser Alfred

---





METZGEREI  
**FÄSSLER**



**RÜTIH**  **F EIER**  
GELÜGELPRODUKTE



**Appenzeller**  
Alpenbitter AG



**Appenzeller**®  
S W I T Z E R L A N D



**Laimbacher**  
Café-Confiserie Appenzell

**bischof  
berger**

steinegg metzgerei  
fässler 



**Wetter Metzg**

**CHOCOLAT  
MANUFACTURE  
appenzell**



#### Ohne Logo

Atelier Schmuck aus Haaren – Schiess Jakob / Appenzeller Sennenhandwerk – Fässler Hampi /  
Kunstgewerbe Dörig – Dörig Roger / KURSSTÖBLI APPEZÖLL, Appenzeller Handstickerei – Schiegg Verena /  
Bauernmaler – Fuchs Martin / Devislimalerin – Manser Sylvia / Trachtenschneiderin – Nef Bernadette /  
Handschnitzer – Moser Alfred





1. «Hörfäsch», 12.-14. Mai 2017

2. Sonderausstellung Konstanz

3. WEGA Weinfelden, 28. September - 2. Oktober 2017

4. «Riedenermärt» Wallisellen, 30. September 2017



# EIN REKORD AN MESSETEILNAHMEN

Appenzellerland Tourismus AI und Appenzeller Regionalmarketing haben im Jahr 2017 an insgesamt 13 Messen mit 37 Ausstellungstagen teilgenommen. Diese Zahlen bedeuten einen absoluten Rekord in Sachen Messe-Auftritten. Wo wir das Appenzellerland auch präsentieren, wird uns sehr viel Wohlwollen und Freude entgegengebracht. Dabei treffen wir immer wieder auf Stammkunden, welche regelmässig im Appenzellerland unterwegs sind und von ihren Erlebnissen berichten. Gleichzeitig geht es natürlich auch darum, neue Gäste anzusprechen und zu gewinnen.

So war man unter anderem am «Hörifäsch» im Zürcher Unterland und an der WEGA in Weinfelden als Gastregion vertreten und wurde so von den Besucherinnen und Besuchern entsprechend exklusiv wahrgenommen. Ein weiterer - jedoch etwas klei-

nerer - Auftritt war am «Riedenermärt» in Wallisellen. Zusammen mit Coop Ostschweiz trat man ausserdem in insgesamt sechs Megastores an Promotionen auf. Sämtliche Auftritte, darunter zwei im Tessin, kamen bei den Coop-Kunden sehr gut an. Die Umsätze der Partner fielen entsprechend hoch aus und auch für das Appenzellerland wurde sowohl als Ausflugs- als auch als Ferienregion erfolgreich Werbung gemacht.

Die durchwegs klare und hoch ästhetische Standgestaltung, das konsequente Einhalten des CI/CD, das attraktive Rahmenprogramm, die zahlreichen Degustationen unser feinen Produkte sowie der prächtige Anblick unserer Botschafterinnen in der Tracht stärken die Marke Appenzell konsequent und nachhaltig.

Auch Messeauftritte haben ihre schönen Seite. Das Team der Coop Promotion 2017 im Tessin.





Impressionen des 1.-August-Auftrittes in Stuttgart

# EIN BILDERBUCHAUFTRITT

Deutschland zählt seit einigen Jahren nicht mehr zu jenen Märkten, die durch Appenzellerland Tourismus AI aktiv beworben werden. Im Rahmen einer Einladung des Schweizer Generalkonsulat in Stuttgart zu den 1.-August-Feierlichkeiten hat sich aber der Kanton Appenzell I.Rh. entschlossen, dieser Einladung, zusammen mit den Appenzeller Produzenten und dem Tourismus Folge zu leisten. Entstanden ist ein buntes Bilderbuchprogramm mit Reden, Vorträgen, Musik, Tanz, Gesang und typischen Appenzeller Spezialitäten. Die teilnehmenden Gäste zeigten sich vom Dargebotenen begeistert. Mehrfach war zu hören, dass dies die schönste 1.-August-Feier des Schweizer Konsulats seit Jahren gewesen sei.

Dass solche Anlässe nach aussen eine entsprechend positive Wirkung zeigen, erhofft man sich selbstverständlich. Gleichzeitig zeigt sich auch jedes Mal, wie wichtig diese Auftritte für die eigene Wahrnehmung und Identität sind: Man zeigt gern, was man hat und worauf man stolz ist! Zudem spielt der soziale Aspekt unter den Beteiligten immer auch eine wichtige Rolle. So nahmen in Stuttgart am frühen Morgen nach dem spät gewordenen 1.-August-Anlass sämtliche 30 Appenzeller Teilnehmerinnen und Teilnehmer an einer exklusiven Führung durch Stuttgart teil. Die wunderbaren Jodelklänge von der Spitze des Kirchturms mit den ersten Sonnenstrahlen verzauberten dann sowohl sämtliche anwesenden Appenzellerinnen und Appenzeller als auch die Stuttgarterinnen und Stuttgarter auf dem Weg zu ihrer Arbeit.



Landammann Daniel Fässler anlässlich seiner Rede

# ERFOLGSRECHNUNG MIT BUDGET

<b>ERTRAC</b>	<b>Rechnung 2016</b>	<b>Budget 2017</b>	<b>Rechnung 2017</b>	<b>Budget 2018</b>
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	730'976.61	715'000.00	669'789.61	706'000.00
<b>Freiwillige Beiträge</b> Bezirke, Feuerschau, Gastro AI	35'011.00	35'000.00	36'080.00	35'000.00
<b>Subvention Kanton</b>	896'412.00	900'000.00	900'000.00	900'000.00
<b>Beitrag Schweizer Wanderwege</b>	22'162.90	18'000.00	24'360.20	18'000.00
<b>Mandate</b>	86'243.45	80'000.00	84'600.33	70'000.00
<b>Kommunikation Tourismus</b>	210'793.65	190'000.00	182'352.47	92'800.00
<b>Produktmanagement</b>	261'222.28	260'000.00	260'905.30	250'000.00
<b>Appenzeller Produkte</b>	139'229.35	130'000.00	160'311.39	136'000.00
<b>Beiträge aus Wanderwegunterhalt</b>	202'582.59	187'000.00	120'394.68	170'000.00
<b>Ertragsminderungen</b>	-48'062.59	-35'000.00	-40'474.54	-40'000.00
<b>Ertrag Total</b>	<b>2'536'571.24</b>	<b>2'480'000.00</b>	<b>2'398'319.44</b>	<b>2'337'800.00</b>



<b>AUFWAND</b>	<b>Rechnung 2016</b>	<b>Budget 2017</b>	<b>Rechnung 2017</b>	<b>Budget 2018</b>
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	383'981.87	325'000.00	360'270.59	330'000.00
<b>Personal</b> Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	930'764.43	920'000.00	922'808.08	948'000.00
<b>Verwaltungsaufwand</b> Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	187'998.22	215'000.00	188'352.70	211'000.00
<b>Kommunikation Tourismus</b>	524'003.33	410'000.00	333'553.16	269'800.00
<b>Produktmanagement</b>	284'602.50	360'000.00	318'509.31	350'000.00
<b>Appenzeller Produkte</b>	140'548.55	130'000.00	171'136.19	136'000.00
<b>Wanderwegunterhalt</b> Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	110'764.52	100'000.00	73'752.15	73'000.00
<b>Abschreibungen</b> Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	17'867.87	20'000.00	12'999.00	20'000.00
<b>Aufwendungen Total</b>	<b>2'580'531.29</b>	<b>2'480'000.00</b>	<b>2'381'381.18</b>	<b>2'337'800.00</b>
<b>Gewinn/Verlust</b>	<b>-43'960.05</b>	<b>0.00</b>	<b>16'938.26</b>	<b>0.00</b>
<b>Total</b>	<b>2'536'571.24</b>	<b>2'480'000.00</b>	<b>2'398'319.44</b>	<b>2'337'800.00</b>

# BILANZ

## PER 31.12.2017

AKTIVEN	2016	2017
Kasse	38'112.85	20'335.15
Kasse Fremdwährungen	3'740.23	1'981.18
Postcheck	181'712.75	261'809.24
Bankguthaben UBS Appenzell	67'647.75	67'565.20
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	60'274.32	42'678.92
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	1'393'804.27	1'287'384.79
Diverse Debitoren	151'990.81	166'039.67
Delkredere	-1'000.00	-1'000.00
Transitorische Aktiven	50'807.85	33'265.85
Aktien	1.00	1.00
Aktien Appenzellerland Tourismusmarketing AG	1.00	1.00
Material Ruhebänke	1.00	1.00
Material Wegunterhalt	1.00	1.00
Büroeinrichtungen	1.00	1.00
Fahrzeuge	13'000.00	1.00
	<b>1'960'095.83</b>	<b>1'880'066.00</b>

<b>PASSIVEN</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Diverse Kreditoren	392'255.28	237'277.71
Transitorische Passiven	1'494'157.19	1'569'762.07
Fond für Anlässe	10'000.00	10'000.00
Legat	60'274.32	42'678.92
Eigenkapital	3'409.04	20'347.30
	<b>1'960'095.83</b>	<b>1'880'066.00</b>

# ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

## FIRMA, RECHTSFORM UND SITZ

Appenzellerland Tourismus AI,  
9050 Appenzell (Verein)

## ANGABEN ÜBER DIE IN DER JAHRESRECHNUNG ANGEWANDTEN GRUNDSÄTZE

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962 OR) erstellt.

Die Rechnungslegung erfordert von der Geschäftsführung Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen könnten. Die Geschäftsführung entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Organisation können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

## ANZAHL MITARBEITENDE

Die Anzahl Vollzeitstellen lag im Jahresdurchschnitt nicht über 10.

## WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch die Geschäftsführung am 21.02.2018 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2017 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

## NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

Keine wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven.

Appenzell, 21. Februar 2018

Appenzellerland Tourismus AI

### Präsident

Ruedi Ulmann



### Geschäftsführer

Guido Buob



# BERICHT DER REVISION

## **An die Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI**

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung und Anhang) des Appenzellerland Tourismus AI für das am 31. Dezember 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen. Unsere Prüfung erfolgte nach Grundsätzen, wonach eine

Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlansagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüfen die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilen wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Anhang Gesetz und Statuten. Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Appenzell, 21. Februar 2018

### **Die Revisoren**

Evelyne Buschor



Cyrill Keller



Lorenz Gmünder





# DER VORSTAND

<b>Präsident</b>	<b>Ulmann Ruedi, Postfach 14, 9108 Conten</b> Tel. G +41 71 795 40 62, ruedi.ulmann@greenvieh.ch
<b>Mitglieder</b>	<b>Landammann Fässler Daniel, Weissbadstr. 3a, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 38 48, daniel.faessler@vd.ai.ch
	<b>Bischofberger Andrea, Alpstein, Fehrlen, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 798 90 10, Tel. P +41 71 799 11 18, abischofberger@baerli-biber.ch
	<b>Goldener Milo, Hauptgasse 56, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 788 80 60, milo@goldener.ch
	<b>Hörlér Lydia, Rosenböhleli 10, 9050 Appenzell Meistersrüte</b> Tel. P +41 71 787 36 22, lydia.hoerler@sunrise.ch
	<b>Inauen Luzia, Lauffenstrasse 8, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 10 20, laufftenlehn@bluewin.ch
	<b>Manser-Barmettler Thomas, Berggasthaus Bollenwees, 9058 Brülisau</b> Tel. G Sommer +41 71 799 11 70 Tel. P +41 71 799 11 70, info@bollenwees.ch
	<b>Manser Sepp, Berggasthaus Meglisaip, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 799 11 28, Tel. P +41 71 799 15 78, sepp.manser@schwende.ch
	<b>Mock Lydia, Eggerstandenstrasse 53, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 42 33, contact@hauslydia.ch
	<b>Schmid Josef, Triebnstrasse 16, 9057 Weissbad</b> Tel. P +41 71 799 12 10, josef.schmid@bsg.ch
	<b>Sutter Stephan, Hotel Appenzell, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 788 15 15, info@hotel-appenzell.ch
	<b>Wittwer Roberto, Böhlisjockes 2, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 798 80 80, Tel. P +41 71 797 02 19, r.wittwer@hofweissbad.ch

## KONTROLLSTELLE

<b>Revisoren</b>	<b>Buschor-Züger Evelyne, Oberbad 18, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 78 633 20 81, evelyne.buschor@bluewin.ch
	<b>Gmünder Lorenz, Mosersweid 55, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 221 10 10, lgmuender@gmx.ch
	<b>Keller-Sutter Cyrill, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 788 10 70, cyrill.keller@moserhoerler.ch



Alpaufzug beim Seealpsee

# MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

## GESCHÄFTSSTELLE / TOURIST INFORMATION

**Geschäftsführer** **Buob Guido, Hauptgasse 4, 9050 Appenzell**  
Tel. +41 71 788 96 41, Fax +41 71 788 96 49, [guido.buob@appenzell.ch](mailto:guido.buob@appenzell.ch)

Abler Iris	Lernende
Fässler Janica	Lernende (bis Juli 2017)
	Marketing (seit August 2017)
Fässler Ramona	Back Office (bis November 2017)
Fässler Yvonne	Information/Führungen
Hautle Patric	Wegmacher
Hehli Maria	Information
Inauen Maria	Projektmanagement/Führungen
Kölbener Simone	Back Office (seit September 2017)
Manser Andrea	Front Office
Oberholzer Yvonne	Information
Signer Katja	Lernende
Stäheli Susanne	Marketing
Streule Barbara	Marketing (bis Oktober 2017)
Ulmann Nadine	Lernende (seit August 2017)



Hauptgasse Appenzell

---

<b>FührerInnen und Aushilfskräfte</b>	Breitenmoser Irene (Museum)	Koller Marcel
	Breu Rita	Koller Michael
	Broger Helene	Koller Patricia
	Brülisauer Katja	Künzle Irina
	Brülisauer Marcel	Lutz Doris (Museum)
	Brülisauer Sepp	Manser Evelyn
	Fässler Elsbeth	Manser Lukas (Wegbau)
	Fässler Guido (Wegbau)	Manser Rosalie
	Frick Walter	Neff Bruno
	Hamm Maria	Neff Manuel (Wegbau)
	Inauen Hannes	Neff Walter
	Inauen Hans	Neff Zoe (Information)
	Inauen Martin	Räss Christian
	Inauen Priska	Rusch Kurt
	Inauen Vreni	Streule Manuela
	Knechtle Lukas (Wegbau)	Sutter Hans
	Kölbener Susanne	Sutter Thomas
	Koller Erich	Ulmann Manuel (Wegbau)
	Koller Kathrin	Zimmermann Sophie

### **Impressum**

Inhalt	Appenzellerland Tourismus AI
Fotos	Archiv Appenzellerland Tourismus
Gestaltung	koller.team, Appenzell
Druck	Appenzeller Druckerei, Herisau

**APPENZELLERLAND TOURISMUS AI** 

CH-9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

[info@appenzell.ch](mailto:info@appenzell.ch) · [appenzell.ch](http://appenzell.ch)