

Appenzellerland.

appenzell.ch



GESCHÄFTS BERICHT 2019

VEREIN APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

VORWORT

PRÄSIDENT

Der Tourismus im Spannungsfeld vieler Anspruchsgruppen

Liebe Mitglieder

Sehen Sie sich als Tourismusbotschafter von Appenzellerland Tourismus AI? Im letzten Geschäftsbericht habe ich von einer touristischen Gratwanderung geschrieben, auf der wir uns befinden. Haben Sie 2019 gelegentlich den touristischen Grat gespürt?

Der Vorstand und unsere Geschäftsstelle standen im vergangenen Jahr wiederum oft auf einem schmalen Grat. Zahlreiche Entscheide mussten gefällt werden, die nicht immer populär waren und auch nicht immer leicht und für alle nachvollziehbar. Aber im Grossen und Ganzen wurde versucht, allen Anspruchsgruppen möglichst zu gleichen Teilen Rechnung zu tragen.

In der bereits angekündigten neuen Strategie, die jedoch der bisherigen Philosophie des VAT AI treu bleibt und demzufolge schon fast «alter Wein in neuen Schläuchen» ist, haben wir uns vertieft mit dem Tourismus-Markt auseinandergesetzt. Im Kontext von Kanton, Leistungsträger, Gast und Einheimischer wurde eine Auslegeordnung gemacht. So wurde der alte Wein neu aufbereitet und analysiert - ein Cuvée oder eine Assemblage ist entstanden. Die Materialisierung des Gebindes wurde angepasst, Länge und Durchmesser des Gefässes wurden überdacht sowie das Design verfeinert. Der Vorstand und die Geschäftsstelle müssen sich ständig mit den gesellschaftlichen Veränderungen befassen und bereit sein, sinnvolle Veränderungen anzunehmen. Die zentralen Schnittstellen Leistungsträger, Politik, Gast und Einheimischer müssen im Fokus einer Destination stehen. Denn nur so werden wir als eine erfolgreiche Destination wahrgenommen. Der Grundstein - die Strategie - ist gelegt, bauen wir darauf auf.

Als Folge aus den Denkvorgängen werden sich auch innerhalb des Vorstandes Veränderungen ergeben. Mit der Schaffung von Ressortverantwortlichen und fixen Arbeitsgruppen sind wir überzeugt, gewisse strategische Themen vertiefter bearbeiten zu können. Aus diesen organisatorischen Neugestaltungen erhoffen wir uns, vermehrt die eine oder andere Vision von Seiten VAT AI anstossen zu können.

Der VAT AI darf sich glücklich schätzen über das ihm entgegengebrachte grosse Wohlwollen der vier Pfeiler Gast, Leistungsträger, Einheimischer und Politik. Gerade die Politik hat mit der positiven Verabschiedung der Verordnung zum Tourismusförderungsgesetz einen wichtigen Meilenstein gesetzt. Die Geschäftsstelle durfte die positiven Auswirkungen bereits erfahren. Der Geldfluss ermöglicht nämlich die Umsetzung eines meiner Zwischenziele als Präsident, nämlich ein vermehrtes Agieren an Stelle von Reagieren. Im Namen von Vorstand und Geschäftsstelle, aber sicherlich auch im Namen aller Leistungsträger spreche ich hierfür einen grossen Dank aus.

Als Präsident des VAT AI bin ich erfreut über die grosse Motivation und die positiv vorausschauende Einstellung, die rund um den VAT AI herrscht. Diese geht sowohl von den Leistungsträgern als auch von den Einheimischen und der Politik aus und wird von anderen Destinationen und den Gästen stark wahrgenommen. Darauf dürfen wir stolz sein! Tragen wir ihr Sorge!



Sepp Manser
Präsident

Vorwort Präsident	02	
	04	Einladung mit Traktandenliste
Protokoll HV 2019	06	
	10	Rückblick Tourismus
Rückblick Regionalmarketing	32	
	36	Ausblick Tourismus
Jahresrechnung	38	
	43	Revisorenbericht
Organe	45	
	46	Geschäftsstelle

TITELBILD

Keine Tracht ohne elegante Frisur.
Die Haare dürfen das Brüechli nicht berühren.
So kommt auch das Halsschloss
besser zur Geltung.

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI 

9050 Appenzell · Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch

EINLADUNG

HAUPTVERSAMMLUNG

**Wir laden Sie herzlich ein zur ordentlichen
Hauptversammlung des Vereins
Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI).**

**Montag, 30. März 2020, 19.00 Uhr,
Gasthaus Freudenberg, Appenzell**



TRAKTANDENLISTE 2019

1. Begrüssung

2. Wahl der Stimmenzähler

3. Protokoll der Hauptversammlung
vom 25. März 2019

4. Jahresbericht

5. Abnahme der Jahresrechnung 2019
und des Revisorenberichts 2019

6. Budget 2020

7. Wahlen

8. Wünsche und Anträge

HV 2019

RESTAURANT ALPSTEIN

PROTOKOLL DER HAUPTVER- SAMMLUNG VAT AI VOM 25. MÄRZ 2019, RESTAURANT ALPSTEIN, APPENZELL

TRAKTANDENLISTE

1. BEGRÜSSUNG

Sepp Manser begrüsst zum ersten Mal als Präsident die Mitglieder und Gäste an der Hauptversammlung von Appenzellerland Tourismus AI. Hinsichtlich der Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

2. WAHL DER STIMMENZÄHLER

Als Stimmenzähler werden Stephan Sutter (Hotel Appenzell), Thomas Manser (Berggasthaus Bollenwees), Wisi Inauen (Berggasthaus Plattenbödeli) und Markus Koster (Luftseilbahn Kronberg) gewählt. Gegenvorschläge werden nicht gemacht.

3. PROTOKOLL DER LETZTEN HAUPTVER- SAMMLUNG VOM 25. MÄRZ 2019, RESTAURANT ALPSTEIN, APPENZELL

Das Protokoll ist im Geschäftsbericht auf den Seiten 6 bis 9 abgedruckt. Es wird ohne Wortmeldung genehmigt und verdankt.

4. JAHRESBERICHT

Der Geschäftsbericht 2018 wurde allen Mitgliedern per Post zugestellt.

In seinem ersten Jahr als Präsident von Appenzellerland Tourismus AI habe er sich oft gewundert, mit wie vielen Themen, Personen, Charakteren, Freudigem und weniger Freudigem sich die Geschäftsstelle beschäftigt, erwähnt Sepp Manser. Kein Tag ist wie der andere - keiner bis ins letzte Detail planbar. Dies macht die Arbeit schlussend-

lich interessant, aber auch anspruchsvoll. Der Vorstand traf sich zu drei ordentlichen und einer ausserordentlichen Sitzung. Zusätzlich trafen sich Sepp Manser, Andrea Bischofberger (Vizepräsidentin) und Guido Buob (Geschäftsführer) zu fünf weiteren Sitzungen.

Im Jahr 2018 hat sich der Vorstand mit folgenden Themen auseinandergesetzt:

- Vernehmlassung des Tourismusförderungsgesetzes
- Vernehmlassungen zur Windenergieanlage in Oberegg, zum Konzept der Innerrhoder Alpen sowie zum kantonalen Konzept von Wald und Wild
- Zukünftige Sicherung der Finanzen
- Fortführung der Strategie 2011-16
Zum Abschluss des Jahresberichts gibt Sepp Manser den Gästen drei Kernaussagen des Buches «Destination Branding» mit auf den Weg.

Gratulationen

Sepp Manser ist es eine besondere Ehre und Freunde, zwei Leistungsträgern zu gratulieren, die beide überaus nachhaltige und grosse Spuren in die touristische Landschaft von Appenzell gezogen haben. Das Romantik Hotel Säntis feiert 2019 sein 100-jähriges Bestehen, und das Hotel Hof Weissbad gibt es in dieser Form seit 25 Jahren.

Ehrungen

Patric Hautle und Yvonne Fässler gratuliert er für ihr 10-Jahr-Jubiläum als treue und sehr engagierte Mitarbeiter.

Danke

Zum Abschluss der Rede ist es Präsident Sepp Manser ein wichtiges Anliegen allen Mitgliedern und Verbänden, Bezirken, Feuerschau, Kanton, Gewerbe- und Bauernverband sowie Gastro AI für die freiwilligen, aber auch für die unfreiwilligen Beiträge ganz herzlich zu danken. Weiter dankt er den Kantons- und Bezirksbehörden für die Schaffung der idealen politischen Rahmenbedingungen. Danken möchte er auch dem Appenzellerland Tourismus AR für die sehr gute und kollegiale Zusammenarbeit. Ein grosser Dank gebührt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Geschäftsstelle für ihre hervorragende Arbeit.

Jahresrückblick des Geschäftsführers

Der Geschäftsführer Guido Buob begrüsst alle Anwesenden im Saal und erklärt speditiv, dass die Anwesenden dieses Jahr einen ganz anderen Jahresrückblick erleben als sonst. Es werden über die Plattform «Kahoot» 15 Fragen zum Tourismusjahr 2018 gestellt. Am Schluss wird der «Touristiker des Jahres» gekürt.

Entwicklung der Logiernächte

Auf der Jahresstatistik der Logiernächte ist zu sehen, dass es wieder aufwärtsgeht. Hätte das Hotel Hof Weissbad im Januar und Februar nicht geschlossen gehabt, wären die Zahlen sicher noch deutlich höher ausgefallen. Man sei aber auch so schon zufrieden, da es auf die Logiernächte bezogen das zweitbeste Tourismusjahr gewesen sei.

Gründe für den Erfolg

Für den kurzfristigen Erfolg ist das Wetter der entscheidende Faktor. Dieses könne man nicht beeinflussen. Umso mehr Einfluss könne man auf diverse andere Faktoren nehmen, die sich in einem langfristigen Erfolg durchaus abzeichnen:

- Vor 5 Jahren Investitionen in int. Medienanlass mit ST
- Seit 8 Jahren Freundlichkeitsseminar
- Seit 8 Jahren ein Webportal für alle!
- Seit 10 Jahren Ausbildung von einheimischen Lernenden

- Seit 15 Jahren Abgabe der Appenzeller Ferienkarte
- Seit 15 Jahren aktive Zusammenarbeit Produkte - Tourismus
- Seit 20 Jahren aktiver Verkauf mit Gruppen
- Seit 20 Jahren ständige Investitionen der Leistungsträger in die Infrastruktur
- Seit 20 Jahren eine kantonale Organisation für den inneren Landesteil
- Seit 50 Jahren Logo nie stark verändert
- Seit 120 Jahren klare Konzentration auf Landschaft, Kultur, Gesundheit und somit die immer gleichen Werte und Bilder

Seit 20 Jahren online buchbar

«Digitalisierung» ist mittlerweile ein Modewort geworden. An dieser Stelle zeigt der Geschäftsführer, dass diese in unserem Tourismus schon lange Einzug gehalten hat und auch weiterhin halten wird.

- Praktisch 100% der Hotels im Tal sind seit 20 Jahren online buchbar.
- Bei den Ferienwohnungen gab es im Berichtsjahr 70 Online-Buchungen, die insgesamt 416 Logiernächte generierten.

Appenzell in den Medien

Guido Buob spielt einen Filmzuschnitt ab. Darin werden die wichtigsten Auftritte in Sendungen und Webportalen gezeigt.

Befragung über Gästezufriedenheit

Im Rahmen der Befragung des Volkswirtschaftsdepartements über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für den Kanton Appenzell Innerrhoden hat auch der VAT AI die Gelegenheit genutzt und ein paar Fragen zur Gästezufriedenheit an die Gäste gestellt.

Die beiden wichtigsten Erkenntnisse daraus waren, dass über 50% der Gäste über die «Mund-zu-Mund-Werbung» auf Appenzell aufmerksam geworden sind, und über 80% der Gäste hat es im Urlaub in Appenzell an nichts gefehlt.

Gutscheine

Im Jahr 2018 wurden Gutscheine im Wert von CHF 942'125 in der Tourist Information verkauft. An die Leistungsträger wurden Gutscheine im Wert von CHF 820'481 zurückerstattet. Der Geschäftsführer fordert alle HV-Teilnehmer auf, die Gutscheine ohne MWST in Rechnung zu stellen. Zudem bittet er darum, die Gutscheine zu sammeln und auch die alten Gutscheine weiterhin anzunehmen.

Aktuelle Projekte

Im Rahmen des NRP-Projekts «Appenzell 2020» hat die Geschäftsstelle personelle Kapazitäten bekommen, die sich ausschliesslich um Produktmanagement-Projekte kümmern. Dies mit dem klaren Ziel, die Qualität der Angebote für die Gäste und die Attraktivität der Destination gesamthaft zu steigern.

Aktuelle Projekte sind:

- Torgriffe an Weidezäunen
- Hotel- und B&B-Wegweisung
- «Rond om»-Wege in Dörfern und Weilern
- Neusignalisation Kapellenweg
- Jodel-Solo
- Flurnamen
- Wanderzeiten digital

Das wichtigste Gut

Unser wichtigstes Gut, so führt der Geschäftsführer aus, seien die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Bekanntlich betreibe die Geschäftsstelle keine gross bezahlte Marktforschung, sondern lasse nach wie vor die Gäste direkt sprechen. So werden seit Jahren Gruppen nach ihrem Aufenthalt zur Zufriedenheit hinsichtlich ihres Ausflugs befragt. Man staune jedes Jahr über die nur positiven Rückmeldungen der Gäste. Der Dank gehe aber nicht nur an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Geschäftsstelle, sondern an alle im Saal. Denn schliesslich seien auch sie ein Teil des Gruppenangebots und würden auch im Buch der Gästebefragungen immer wieder äusserst positiv erwähnt.

Mitglieder Regionalmarketing

Das Ziel im Appenzeller Regionalmarketing sei es nicht, immer mehr Partner zu gewinnen und zu wachsen, sondern innerhalb dieser Partner eine gute Stimmung und Zufriedenheit zu erreichen. Dies nenne man dann qualitatives Wachstum, und das sei deutlich nachhaltiger als ein quantitatives Wachstum.

Dank

Der Geschäftsführer bedankt sich bei allen HV-Teilnehmern für die grossartige Zusammenarbeit im vergangenen Jahr. Ein spezieller Dank gebührt dem neuen Präsidenten Sepp Manser für die tolle Unterstützung. Auch Landammann Daniel Fässler wird für die elfjährige Zusammenarbeit verdankt. Das Wort zum Jahresbericht wird nicht gewünscht.

5. ABNAHME DER JAHRESRECHNUNG UND DES BERICHTS DER REVISOREN

Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 2'374'270.67 und Ausgaben von CHF 2'363'091.30 mit einem Gewinn von CHF 11'179.37 ab.

Das Wort zur Rechnung ist frei, wird aber nicht verlangt. Die Versammlung verlangt keine Berichterstattung der Revisoren und genehmigt einstimmig die Jahresrechnung und den Revisorenbericht.

6. BUDGET

Das Erfreuliche am Budget vorweg: Die Subvention des Kantons aus dem Tourismusförderungsfonds erhöht sich um CHF 80'000 auf total CHF 980'000. Davon stammen CHF 380'000 direkt vom Kanton und die restlichen CHF 600'000 von Beherbergern und Beiträgen von Gewerbe und Detailhandel. Das Budget wird ohne Abstimmung zur Kenntnis genommen.

7. WAHLEN

Für die diesjährige HV haben folgende Persönlichkeiten ihre Demission eingereicht.

Landammann Dr. Daniel Fässler, Milo Goldener, Eveline Buschor-Züger. Die Ersatzwahlen werden am Schluss vorgenommen. Vizepräsidentin Andrea Bischofberger übernimmt die Wahl des Präsidenten. Sepp Manser wird einstimmig zur Wiederwahl und als Präsident gewählt. Die übrigen Vorstandsmitglieder werden in globo einstimmig gewählt. Die beiden Revisoren (Cyrill Keller und Lorenz Gmünder) werden ebenfalls in globo gewählt.

Für Landammann Dr. Daniel Fässler braucht es keine Ersatzwahl. Er ist von Amtes wegen im Vorstand des VAT AI. Als Ersatzwahl für Milo Goldener schlägt der Vorstand Alfred Sutter (neuer Präsident des Detailhandelsverbandes Dorf Appenzell) vor. Als neuer Revisor wird Kevin Clavien vorgeschlagen. Alfred Sutter und Kevin Clavien werden einstimmig gewählt.

8. WÜNSCHE UND ANTRÄGE

Landammann Dr. Daniel Fässler berichtet über die Studie «Die touristische Wertschöpfung in Innerrhoden».

Sepp Breitenmoser berichtet über das kommende Jubiläumsschwingfest 2020. Man freut sich, dass Appenzell als Austragungsort gewählt wurde. Ein Kurzfilm zeigt, wie man sich gegen namhafte Städte als Austragungsort durchgesetzt hat.

Sepp Manser bedankt sich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des VAT AI für ihren Einsatz. Das Wort ist frei, wird aber nicht gewünscht. Die Versammlung wird hiermit geschlossen.

Appenzell, 25. März 2019

Der Präsident, Sepp Manser / Die Protokollführerin, Katja Signer

«MAN MUSS NICHT SCHLAFEN, UM ZU TRÄUMEN»

Klaus Klages

Im Jahr 2019 haben Gäste aus aller Welt während zahlreicher Nächte wunderbar in Appenzell geschlafen. Sicherlich hat der eine oder andere Gast auch noch am Tag gedacht, dass er träume, denn bei so schönen An- und Ausblicken, wie Appenzell und der Alpstein sie bieten, hat man noch schnell das Gefühl, dass man träumt. An dieser Stelle sei all jenen gedankt, die in jeder Hinsicht dem Land Sorge tragen, damit sich unsere Gäste auch weiterhin tagsüber die Augen reiben können!

Nach dem aussergewöhnlich schönen Sommer 2018 und den damit verbundenen Rekordzahlen im gesamten Schweizer Tourismus durfte man für das Jahr 2019 kaum mehr so hohe Werte erwarten. Erfreulicherweise kam es anders als erwartet, und es wurden 2019 ähnlich hohe Umsätze wie im Vorjahr erreicht. Diese erfreuliche Tatsache belegt, dass der Innerrhoder Tourismus gut und nachhaltig aufgestellt ist. Im Bewusstsein, dass nach wie vor das Wetter der wichtigste Einflussfaktor ist, zeigen die Zahlen auch, dass die Bemühungen für einen vermehrt «wetterunabhängigen» Tourismus in kleinen Prozentschritten greifen.

Bei den Logiernächtezahlen gilt es zu beachten, dass das Hotel Hof Weissbad im Vorjahr (2018) während der ersten zwei Monate des Jahres geschlossen hatte. So durfte erwartet werden, dass die Zahlen für 2019

höher ausfallen werden. Gleichzeitig kann aber ins Feld geführt werden, dass einige Beherberger im Jahr 2019 keine Zimmer vermieteten, da grössere Renovationen getätigt wurden. So empfing unter anderem das Berggasthaus Alter Säntis den ganzen Sommer über keine Übernachtungsgäste, damit der Umbau speditiv vorangehen konnte. Im Jahr 2019 logierten von Januar bis Dezember 161'150 (Vorjahr: 159'514) Gäste in den Hotels und Berggasthäusern des Kantons. Das sind 1,0% (in absoluten Zahlen 1'636 Logiernächte) mehr als im Vorjahr. Dieser Wert liegt leicht unter dem schweizweiten Durchschnitt von 1,9% Steigerung.

Viel wichtiger als die eigentlichen Zahlen ist die Tatsache, dass seitens der Beherberger weiterhin in die touristische Infrastruktur investiert wird. Wie oben erwähnt, wurde ein grosser Teil der Zimmer im Berggasthaus Alter Säntis erneuert, und auch weitere Betriebe wie der Hohe Hirschberg, die Krone Brülisau, das Gäste- und Schokohaus Neuhaus oder das Gästehaus Koller haben für ihre Verhältnisse grosse Investitionen getätigt. Diese Investitionen sichern den Erfolg für die Zukunft und bedeuten für den Tourismus gut angelegtes Kapital. Es ist überaus wichtig, dass die Leistungsträger dabei von Appenzellerland Tourismus AI, aber auch von den Behörden positiv motiviert und unterstützt werden. Schlussendlich profitiert die gesamte Wirtschaft von einem starken Tourismus im Kanton.

STATISTIK

LOGIERNÄCHTE

APPENZELL I.-RH.

SCHWEIZ

Jahr	APPENZELL I.-RH.			SCHWEIZ		
	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
1985	69'274	20'989	90'263	15'295'548	20'672'094	35'967'642
1990	60'210	25'840	86'050	16'162'228	21'392'363	37'554'591
1995	65'831	20'587	86'418	13'873'240	18'744'165	32'617'405
2000	101'341	28'418	129'759	14'862'187	20'157'515	35'019'702
2004*	118'555	22'583	141'138	–	–	–
2005	125'249	24'851	150'100	14'622'420	18'321'316	32'943'736
2006	131'867	27'015	158'882	15'203'977	19'644'449	34'848'426
2007	132'851	28'060	160'911	15'447'065	20'917'735	36'364'800
2008	138'916	30'671	169'587	15'825'473	21'508'296	37'333'769
2009	136'356	34'394	170'750	15'303'224	20'285'669	35'588'893
2010	135'469	29'728	165'197	15'765'304	20'442'508	36'207'812
2011	132'912	29'053	161'965	15'752'367	19'733'889	35'486'256
2012	131'641	28'897	160'538	15'690'035	19'076'238	34'766'273
2013	131'283	28'818	160'101	15'889'226	19'734'657	35'623'883
2014	142'809	25'249	168'058	16'026'135	19'907'377	35'933'512
2015	132'594	21'576	154'170	16'052'181	19'576'295	35'628'476
2016	132'760	23'429	156'189	16'244'561	19'288'015	35'532'576
2017	131'260	21'765	153'025	16'919'875	20'472'865	37'392'740
2018	136'344	23'170	159'514	17'413'041	21'393'736	38'806'777
2019	137'139	24'011	161'150	17'922'428	21'639'611	39'562'039

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

«DIE BESTE BILDUNG FINDET EIN GESCHEITER MENSCH AUF REISEN»

Johann Wolfgang von Goethe

Wir dürfen davon ausgehen, dass mehrheitlich gescheite Menschen unsere Destination besuchen kommen. Unsere Gäste sind an Kultur und Brauchtum interessiert und möchten Land und Leute näher kennen lernen. Wir dürfen stolz darauf sein und gerne zeigen, wie wir sind und was wir haben. Danke, liebe Gäste, dass ihr euch für uns Appenzellerinnen und Appenzeller interessiert und auch den nötigen Respekt gegenüber unseren Bräuchen zeigt!



Die Frequenzen der Luftseilbahnen sind in der Regel die aussagekräftigsten Kennzahlen, wenn es um die Bewertung des Ausflugstourismus geht. Die Bergbahnen und Berggasthäuser sind deutlich stärker vom Wetter abhängig als die Gastronomie und Hotellerie im Tal. Ein Blick auf die Frequenzen der Innerrhoder Luftseilbahnen im Jahr 2019 zeigt, dass die Zahlen nur ganz leicht unter den Zahlen des Rekordsommers 2018 liegen. Bei der Luftseilbahn Jakobstad-Kronberg erfreulicherweise sogar darüber. Bei sämtlichen Bahnen liegen die Besucherfrequenzen

deutlich über dem 10-Jahres-Durchschnitt. Auch bei den Bergbahnen gilt die Devise, dass Qualität und Nachhaltigkeit wichtiger sind als laufend neue Rekordfrequenzen. Nicht nur die Verwaltungsräte der Luftseilbahnen, auch die Bergwirtinnen und Bergwirte bestätigen mit ihren strategischen Entscheidungen, dass überall langfristig geplant und die Entwicklung immer über mehrere Jahre betrachtet wird. Umso erfreulicher ist es, dass insbesondere bei der langfristigen Betrachtungsweise sämtliche Zahlen ein gesundes Wachstum zeigen.



«NUR DAS BESTE IST GUT GENUG»

Seit über 15 Jahren profitieren unsere Gäste von der besten Gästekarte der Schweiz. Mit über 20 Gratis-Leistungen pro Saison erhält der Gast ab drei Nächten ein «Rundum-sorglos-Paket», das weitherum seinesgleichen sucht und unserer Hotellerie eine gute Grundaustattung beschert. Danke, liebe Sponsoren, denn ohne euch gäbe es die Appenzeller Ferienkarte nicht!

Das Angebot der Appenzeller Ferienkarte ist aus dem Innerrhoder Tourismus nicht mehr wegzudenken. Sämtliche Beherberger, vom Hotel bis zur Ferienwohnung, bestätigen, dass die Gäste das Angebot nicht nur schätzen, sondern dass es mit ein Grund für Ferien in Appenzell ist. Aus Sicht von Appenzellerland Tourismus AI ist die Ferienkarte nicht nur ein attraktives Produkt für die Feriengäste, sondern auch ein Instrument, das nach innen wirkt. Die Bereitschaft der Leistungserbringer, den Beherbergungstourismus in Innerrhoden mit Spezialkonditionen zu stärken, zeugt von Solidarität und Gemeinschaftsinn. Alle am Produkt beteiligten Stellen wissen, dass es dem eigenen Betrieb besser geht, wenn es den tou-

ristischen Partnern auch gut geht. Die Ferienkarte wird in den nächsten Jahren inhaltlich kaum mehr grosse Veränderungen erleben. Das Handling wurde bereits 2019 vereinfacht, indem die Gäste bei den Bergbahnen mittels QR-Code die Gratisfahrten einlösen können. Im Jahr 2020 steht, dank Geldern aus der Neuen Regionalpolitik (NRP), die Lancierung einer digitalen Karte an. Mit diesem Schritt werden nicht nur die Gäste, sondern vermehrt auch die Leistungsträger und Beherberger ins digitale Zeitalter geführt. Von Seiten Appenzellerland Tourismus AI freut man sich auf genauere Zahlen bei den Nutzern und auf eine hoffentlich noch speditivere Abrechnungsabwicklung.



DIE BESTE GÄSTEKARTE BESITZT AUCH DIE BESTEN SPONSOREN!



goba-welt.ch



Appenzeller
Druckerei



GUET GÖLL, GRATIS OND GRÜE UF APPEZÖLL!



Gratis An- und Rückreise

Ab einem Aufenthalt von 3 Nächten in einem Hotel in Appenzell, erhalten Sie die An- und Rückreise mit dem öffentlichen Verkehr sowie den Gepäcktransport ab Ihrem Wohnort bis nach Appenzell geschenkt.

www.appenzell.ch/grüninsgrüne

«STEIGERUNG: GUTSEIN, GUTSCHEIN, GUTHABEN»

Manfred Hinrich

Es scheint eine endlose Steigerung zu sein. Immer mehr Menschen möchten ihren Mitmenschen etwas Gutes tun und verschenken einen Tourismus- und Gastrogutschein aus Appenzell. Viel hört man den Spruch, dass der Tourismus durch die nicht eingelösten Gutscheine mächtig profitiere und sich schon ein ordentliches Guthaben gebildet habe. Dem ist leider nicht so. Da es sich um Wert-Gutscheine handelt und diese überall im Kanton eingelöst werden können, ist der Rücklauf der verkauften Gutscheine sehr hoch. Seit 20 Jahren konnten noch nie Gutscheine abgeschrieben werden. Trotzdem sind wir sehr zufrieden und danken allen, die einen Appenzeller Gutschein verschenken und dafür sorgen, dass das Geld im Land bleibt!

Im Jahr 2019 gingen Gutscheine im Gesamtwert von CHF 990'000 (Vorjahr: CHF 940'000) über den «Ladentisch» der Tourist Information. Natürlich wäre es schön gewesen, wenn die Million verkaufter Gutscheine geknackt worden wäre. Aber dies ist mehr eine psychologische denn eine wirtschaftliche Grenze. Die Tatsache, dass dieses Geld den touristischen Leistungsträgern und dem Gewerbe in Innerrhoden sehr direkt zugutekommt, ist einiges bedeutender und rechtfertigt den beträchtlichen Aufwand der Geschäftsstelle von Appenzellerland Tourismus AI im Zusammenhang mit der Herausgabe von Gutscheinen.



Die guten Feen der Tourist Info sorgen dafür, dass das Geld bzw. die Gutscheine im Kanton nie ausgehen.



Nicht nur im Sommer zeigt sich Appenzell in seinem schönsten Kleid, auch zur Adventszeit präsentiert es sich – ob mit oder ohne Schnee – von seiner gastfreundlichen Seite.

cocoon

«WER ZU HAUSE KEINE **BESUCHER** EMPFÄNGT, WIRD IN DER FREMDE KEINEN **WIRT** HABEN»

aus China

Trotz oder gerade wegen der Digitalisierung erlebt unsere Tourist Information eine eigentliche Wiederbelebung. Der persönliche Kontakt wird geschätzt, die einheimische und natürliche Sprache wird gern gehört, und das sympathische Lächeln zeigt, dass unsere Gäste herzlich willkommen sind und «Siri» ihren Job weiterhin im Handy erledigen darf. Danke, liebe Schalterangestellte!

Noch vor ein paar Jahren machten in touristischen Kreisen Aussagen und Vorhersagen die Runde, dass es Tourist Informationen in Zukunft nicht mehr brauchen wird. Man ging davon aus, dass sich dank der Digitalisierung die Gäste zukünftig nur noch online informieren und ein besetztes Büro vor Ort überflüssig werde. Die Erfahrung zeigt, dass sich Gäste sehr wohl online informieren, aber weiterhin die Dienstleistungen einer Tourist Information in Anspruch nehmen wollen. Dabei haben sich die Aufgaben einer Tourist Information gewandelt. Waren es vor zehn Jahren noch Auskünfte und Buchungen für Hotels und Veranstaltungen in der Destination, wünschen die Gäste heute vielmehr Auskünfte zu Geheimtipps und per-

sönliche Empfehlungen - oft suchen die Gäste förmlich nach sozialen Kontakten. Die Tourist Information Appenzell ist wohl die einzige Tourismusstelle der Schweiz, die häufiger von den Einheimischen als von Gästen besucht wird. Einerseits dank dem Verkauf der Gutscheine, andererseits sicherlich aber auch dank den zahlreichen Vorverkäufen für verschiedenste Veranstaltungen. Alleine im Monat Dezember wurden Vorverkäufe für über 30 Vorstellungen durchgeführt. Mit dieser Dienstleistung leistet Appenzellerland Tourismus AI einen wesentlichen Beitrag ans kulturelle Schaffen in Appenzell, wovon wiederum auch die Gäste profitieren.

Erstmals hat ein Frequenzzähler im Jahr 2019 die Besucherinnen und Besucher in der Tourist Information gezählt. Nach Abzug des Personals, das ebenfalls diesen Eingang benützt, zeigte sich, dass rund 50'000 Personen Dienstleistungen der Geschäftsstelle in Anspruch nahmen oder das Museum Appenzell besuchten. Die Eintrittsstatistik des Museums Appenzell belegt, dass rund 20% dieser 50'000 Personen das Museum besuchten.



«ZUR BEGÜNSTIGUNG DES
HEILUNGSPROZESSES DÜRFTEN SO
MANCHE **MUND-ZU-MUND-BEATMUNG**
ETWAS **ZÄRTLICHER** AUSFALLEN.»

Martin Gerhard Reisenberg

Wir sind schon zufrieden, wenn unsere Gruppen­gäste die klassische «Mund-zu-Mund-Werbung» anwenden und sich somit auf das Weitersagen der tollen Erlebnisse beschränken. Denn auch die Weiterempfehlung des perfekt organisierten Gruppenausflugs hat bei uns durchaus heilende Wirkung. Danke all jenen Leistungsträgern, die jede Gruppe so empfangen, als wäre es die erste!

Aus volkswirtschaftlicher Sicht gehören die Gruppenausflüge zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen Innerrhodens. Gruppen reisen bei jedem Wetter an und garantieren somit eine bessere und auch saisonal breitere Auslastung. Zudem belegen immer wieder gehörte Aussagen der Organisatoren von Gruppenreisen, dass sie auf Grund einer Empfehlung aus der Gruppe nach Appenzell kommen. Dies untermauert unsere Überzeugung, dass die eigentlichen Teilnehmer von Gruppenprogrammen die wichtigsten Botschafter und Werbeträger für zukünftige Besuche sind. Von

«Mund-zu-Mund-Propaganda» sagt man gern, dass es die günstigste Werbung sei. Die Verantwortlichen von Appenzellerland Tourismus AI sind überzeugt, dass es wohl eher die teuerste Werbung ist, da alle Angestellten im Betrieb das ganze Jahr über und bei allen Gästen eine begeisterte Weiterempfehlung nur durch einen dienstleistungsorientierten Top-Service erreichen. «Vo nütz choot nützl!»

Im Berichtsjahr hat die Tourist Information 1'419 (Vorjahr: 1'438) Gruppenangebote verkauft und durchgeführt. Das meistgebuchte Gruppenangebot ist mit 570 Durchführungen nach wie vor die klassische Dorfführung. Es zeigt sich, dass sich die Anzahl der Führungen im Bereich von jährlich 1'400 bis 1'500 festsetzt. Dieser hohe Wert soll in den nächsten Jahren beibehalten werden. Wachstumspotenzial sehen die Verantwortlichen einzig in den Angeboten über die Wintermonate. Entsprechende Bemühungen sind aufgelegt und werden sicherlich noch weitergeführt.

FÜHRUNGEN	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Dorfführungen	633	463	458	614	678	635	559	592	570
Dorfführungen mit Käse	59	57	42	63	38	61	51	49	35
Dorfführungen mit Apéro	8	4	13	7	2	7	55	71	98
Schmackhafte Dorfführungen	93	71	86	87	109	93	72	58	72
Kulinarische Dorfführungen	50	34	49	59	55	68	77	52	34
Museums-Führungen	34	41	55	48	29	24	29	47	23
Wildkirchli-Führungen	28	48	53	47	63	64	65	60	53
Tages- und ½-Tages-Begleitungen	20	20	1	3	1	0	0	0	0
Singen / Jodeln	224	272	260	330	334	384	396	365	381
Nachtwächter-Führungen	14	36	58	82	85	73	74	76	83
Führungen «Toobenschopf»	29	20	18	14	6	7	3	8	4
Laternenwanderung			2	2	3	1	1	1	0
Sagen erzählen			5	28	20	25	25	15	29
Dialektvortrag		2	8	5	14	14			0
Rondom-Führung Hoher Kasten						30	25	24	22
Individuelle Führungen	19	12	12	15	17	16	14	20	15
Total	1211	1080	1120	1404	1454	1502	1446	1438	1419



«DIE WERBUNG VERSPRICHT UNS IMMER MEHR EINZIGARTIGE SUPER-SONDER-SPEZIAL-ANGEBOTE. INZWISCHEN SIND DIE EINFACHEN UND NATÜRLICHEN DINGE DAS GANZ BESONDERE»

Frank Dommenz

Auch wir von Appenzellerland Tourismus AI kommen nicht darum herum, unsere Angebote in den besten Tönen zu loben. Wir erkennen aber den Trend, dass oft die einfachen Dinge je länger, je besser ankommen. Darum suchen wir bewusst Nischenangebote, die weniger mit Spektakel überzeugen, dafür mit Witz und Bodenständigkeit. Danke, Neue Regionalpolitik (NRP), dass du uns bei der Produktentwicklung unter die Arme greifst und wir so unsere Gäste immer wieder überraschen können.



Bereits vor drei Jahren wurde eine neue Stelle im Produktmanagement geschaffen. Üblicherweise sehen solche Stellen vor, dass bestehende Angebote gebündelt und in Form von Pauschalen oder Rabatten auf den Markt gestellt werden. Die Produktmanagerin von Appenzellerland Tourismus AI sieht ihren Aufgabenschwerpunkt eine Stufe tiefer, indem sie wirklich Neues, Überraschendes und manchmal ganz Einfaches schafft. Dies können konkrete neue Angebote sein oder aber auch qualitative Verbesserungen von in die Jahre gekommenen Angeboten.

Dass diese Angebotsgestaltung deutlich mehr Aufwand bedeutet, als vermutet wird, hat sich erst mit der praktischen Tätigkeit gezeigt. Trotzdem konnten erste Erfolge im Laufe des Jahres präsentiert werden (Torgriffe, digitale Erfassung der Wegweiser, Beschilderung Kapellenrundweg, vertiefte Zusammenarbeit Tourismus und Landwirtschaft), und man darf insbesondere auf das Jahr 2020 gespannt sein, welche neuen Angebote geschaffen werden, an denen sich nicht nur Gäste, sondern auch Einheimische erfreuen dürfen.

Jede Wanderin und jeder Wanderer greift danach und ist froh, dass es ihm «keine fitzt». Selbst kleine Dinge wie ein intakter Torgriff können viel zu einem glücklichen Wandertag beitragen.

«EIN GROSSER MUND IST ZU FAUL ZU ARBEITEN»

aus Russland

Dass ein zu marktschreierisches Handeln nicht immer gut ankommt, hat der Vorstand schon vor Jahren erkannt und die Bedeutung des Produktmanagements auf die gleich wichtige Ebene wie die Kommunikation gesetzt. Denn seriöse Arbeit vor Ort wird von den Gästen durchaus wahrgenommen. Damals sprach noch niemand von sozialen Medien, zweifellos bestreiten nun die Gäste einen grossen Teil der Kommunikation selber. Danke, liebe Influencer!

Die Leistungen der Kommunikationsabteilung fallen in aller Regel auswärts bei den potenziellen Kunden an. So werden sie weder von den Einheimischen noch von den Leistungsträgern wahrgenommen und die Ausgaben gelegentlich auch in Frage gestellt. Vorstand und Geschäftsstelle achten beim Einsatz der finanziellen Mittel darauf, dass die Gelder gezielt und mit möglichst grosser Wirkung verwendet werden. Die im Verhältnis zu anderen Destinationen und Regionen äusserst knappen Kommunikationsmittel werden entsprechend überlegt eingesetzt. Die messbaren Grössen, aber schlussendlich auch die Anzahl Gäste belegen, dass die Wirkung überproportional hoch sein muss.

Nebenstehende Grafik zeigt, dass sich die Website appenzell.ch nach wie vor grosser Beliebtheit erfreut und entsprechende Steigerungsraten aufweist. Auch bei der Website gilt von Seiten Geschäftsstelle der Grundsatz «Weniger ist oftmals mehr!». So gesehen verzichten wir bewusst auf technische Raffinessen und gehen davon aus, dass die Gäste die klare und einfache Menüführung, die Aktualität sowie die hohe Qualität der Bilder schätzen und immer wieder gern darauf zurückkehren, um sich über die Ferienregion Appenzell-Alpstein zu informieren.

Nach wie vor grosse Steigerungsraten weisen die Follower und Likes bei den sozialen Medien auf. Insbesondere bei Instagram zahlt sich die vor Jahren eingeschlagene Strategie aus und belegt, dass durch konsequente Pflege Zahlen erreicht werden können, die normalerweise nur durch externe Unterstützung und mit entsprechendem Mitteleinsatz generiert werden können. In Anbetracht des schmalen Budgets werden auch die sozialen Medien intern durch Mitarbeiterinnen bespielt. Im Rahmen der Möglichkeiten wird hier zweifelsohne sehr gute Arbeit geleistet.

BESUCHER WEBSITE

2012	296'822
2013	398'431
2014	480'050
2015	467'218
2016	515'469
2017	633'204
2018	717'161
2019	825'530

FOLLOWER INSTAGRAM

2016	1'080
2017	6'537
2018	9'624
2019	15'100

«WERBUNG SOLL INFORMIEREN, NICHT DRANGSALIEREN»

Fred Ammon

Nach wie vor dürfen die Gäste unserem Werbeversprechen «Wo Appenzell draufsteht, steckt Appenzell drin!» trauen. Dieses Versprechen nimmt aber nicht nur die Geschäftsstelle in die Pflicht, sondern alle Unternehmen, die sich mit Appenzell identifizieren. Ebenfalls für Appenzell steht, dass man bodenständig und überlegt wirbt. Ein plumpes oder penetrantes «Aufdrücken» von Leistungen und Produkten entspricht nicht dem Charakter der Appenzellerinnen und Appenzeller! Darum danken wir allen Unternehmen, die überlegt und respektvoll mit der Marke «Appenzell» umgehen.

Eine wichtige Aufgabe unserer Kommunikation ist es, interessierte Journalisten professionell zu betreuen. Dabei arbeitet die Geschäftsstelle eng mit Schweiz Tourismus zusammen. Denn auch im Bereich «Journalismus» muss je länger, je mehr die «Spreu vom Weizen getrennt werden können». So besuchten im vergangenen Jahr Journalisten aus Deutschland, Frankreich, den USA und Russland unsere Feriendestination, die vor Ort durch Appenzellerland Tourismus AI betreut, jedoch von Schweiz Tourismus vermittelt wurden.

Nach mehr als 100 Jahren war 2019 das erste Jahr, in dem Appenzell keinen gedruckten Hotelführer mehr herausbrachte. Dieser Schritt fiel der Geschäftsstelle nicht leicht. Die Gesamtnachfrage war in den letzten Jahren aber derart stark eingebrochen, dass dieser unpopuläre Entscheid gefällt werden musste.

Es wäre aber falsch zu behaupten, dass sämtliche Broschüren und Informationsflyer keinem Gästebedürfnis mehr entsprechen, im Gegenteil: Die Info Appenzell, die Brauchtumsbroschüre, die Gruppenbroschüre und vor allem die beiden Panoramakarten von Sommer und Winter erfreuen sich bei den Gästen grosser Beliebtheit.

Auf eine Aussendienststelle für das Gruppengeschäft wird auch in den kommenden Jahren verzichtet. Die Exklusivität und die Originalität unserer Programme, verbunden mit einem perfekten Service durch die Tourist Information und die Leistungsträger, erlauben uns, so zu handeln. Um gelegentlich doch auch ganz neue Gruppengäste anzusprechen, lancieren wir in unregelmässigen Abständen Mailings für potenzielle Gäste, die dazu animiert werden sollen, ihren nächsten Ausflug nach Appenzell zu planen. Im Oktober 2019 wurde wieder einmal ein solches Mailing an über 2000 Firmen im Raum Gossau - St. Gallen - Rheintal versandt, um für Weihnachtsanlässe in Appenzell zu werben. Ob die merkbare Steigerung der Nachfrage nach Gruppenangeboten in der Adventszeit auf dieses Mailing zurückzuführen ist, ist wie immer schwer nachzuvollziehen. Es gab aber Gruppen, die sich bei ihrer Anfrage auf dieses Mailing bezogen.



ZAHLEN UND FAKTEN

10'146

Gespeicherte Bilder auf neuer
Bilddatenbank des VAT AI

161'150

Anzahl Logiernächte
Hotellerie

52'051

Anzahl Logiernächte
Parahotellerie

10

Betreute Medienreisen

329'100

Gedruckte Broschüren

7'900

Abgegebene Tragtaschen



TOURISMUS DIGITAL

723'276	Eindeutige Webbesucher
9'806	Facebook-Freunde
14'877	Follower auf Instagram
36'000	Abonnenten Newsletter (vor Datenbereinigung DSGVO)

MITARBEITER

5	Vollzeitangestellte
3	Lernende
2	Teilzeitangestellte
5	Schalterangestellte
23	Gästeführer/-innen
10	Sänger
1	Wegmacher
1	Wanderleiter
7	Aushilfskräfte

35'000

Angenommene Telefone

50'000

Gäste in Tourist Information

27

Anzahl Mitglieder
im Regionalmarketing

997'155.00

Verkaufte Gutscheine

487

Hotelbuchungen durch
die Geschäftsstelle

1'595

Per Post verschickte
Antworten auf Gästeanfragen



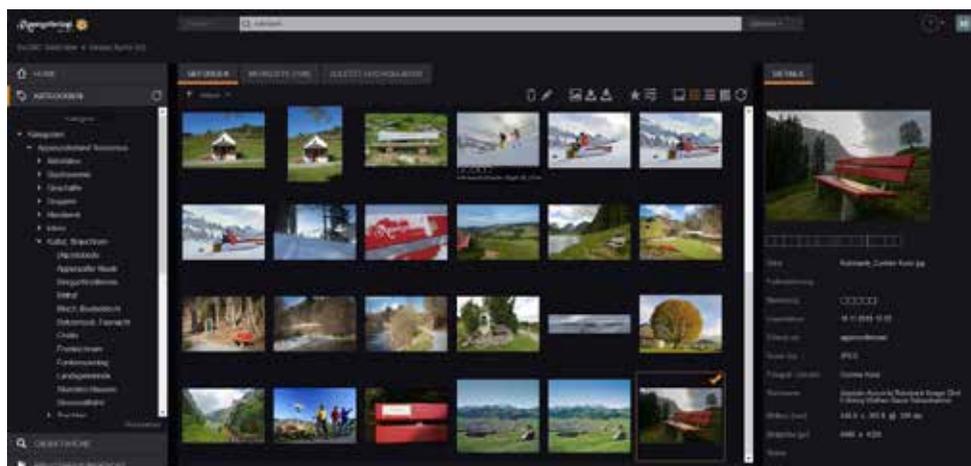
«SCHÖNE BILDER STREICHELN UNSERE SEELE!»

Helmut Grassl

In der 120-jährigen Geschichte von Appenzellerland Tourismus AI spielen Bilder von jeher eine entscheidende Rolle. In Appenzell sind wir in der glücklichen Lage, dass es uns an schönen Sujets nicht mangelt. Es fällt aber auf, dass die Ausschnitte der Fotos immer kleiner werden müssen, damit kein Störfaktor ins Bild rückt. Unsere Seele lechzt geradezu nach optischen Streicheleinheiten. Geben wir ihr die Möglichkeit und achten wir darauf, dass der Fokus nicht noch enger wird!

Gegen aussen kaum sichtbar, aber für die tägliche Arbeit von enormer Bedeutung ist die Schaffung einer Bilddatenbank mit über 10'800 touristischen Bildern. Diese wurden im vergangenen Jahr nicht nur mit Stichworten, Autoren und Standorten versehen, sondern auch in einer Datenbank gespeichert, zu der auch externen Benutzern sehr schnell und einfach der Zutritt gewährt werden kann.

Für die Leistungsträger im Kanton besitzt Appenzellerland Tourismus AI nun eine Sammlung aktueller Bilder, von denen jeder gratis profitieren kann. So übernimmt die Geschäftsstelle eine wichtige Managementaufgabe bei der Verwaltung von Appenzeller Bildern.





Diese Bilder sind im Rahmen eines NRP-Projekts von Tourismus und Landwirtschaft entstanden. Einerseits ermöglichen die Bilder der Landwirtschaft, ihre Produkte in ein noch besseres Licht zu rücken, andererseits kann der Tourismus mit professionellen Bildern helfen, die Vermarktung der Produkte zu steigern.

IDYLLISCHES **SCHWENDETAL**





«LIEBE GEHT DURCH DEN MAGEN, LACHEN GEHT ÜBER ALLES!»

Manfred Hinrich

Gäste, die unsere Messeauftritte besuchen, merken schnell, dass es hier niemandem auf den Magen oder aufs Gemüt schlägt. Denn die fröhliche Stimmung und die feinen Spezialitäten versetzen sie in eine nie gekannte Euphorie. Ja sie verleitet sie sogar dazu, sofort eine Spezialität zu kaufen und vor Ort Ferien in Appenzell zu buchen. Danke, Kanton, für die finanzielle Unterstützung des Appenzeller Regionalmarketings!

Das Geschäftsjahr des Appenzeller Regionalmarketings, das der Verein Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI) im Rahmen einer Leistungsvereinbarung im Auftrag des Volkswirtschaftsdepartements führen darf, war durch drei grosse Auftritte geprägt.

Gleich zu Jahresbeginn waren Appenzell Innerrhoden und seine Produzenten während zehn Tagen zu Gast in Basel an der letzten Muba. Auf über 600 m² waren sämtliche grossen Produzenten, Fleisch- und Backspezialitäten vertreten. Dabei konnten zahlreiche Spezialitäten degustiert und gleich eingekauft werden. Ferner war ein Tourismusstand vor Ort, und eine attraktive Appenzeller Stube mit musikalischer Unterhaltung wurde mehrheitlich und sehr erfolgreich durch die Bergwirte aus dem Alpstein geführt. Unser Kanton hat sich hier von seiner besten Seite gezeigt, und die erwirtschafteten Umsätze lagen am Ende weit über den Erwartungen.

Zwei weitere grosse Auftritte gingen im Sommer mit dem Fête des Vignerons und im Herbst mit der Gewerbesmesse in Oftringen über die Bühne. Inhaltlich präsentierte sich der Kanton ähnlich wie an der

Muba. Auf Grund der Besucherzahlen waren diese Auftritte ebenfalls ein Erfolg. Es zeigte sich aber bei einem Vergleich aller Auftritte, dass der Aufwand für eine grosse und lange Messe praktisch gleich gross ist wie für eine kleine und kurze. Diese Tatsache wirkt sich jeweils am Ende entsprechend auf die Kosten aus. Zweifellos gehören solche Auftritte zu den besten Möglichkeiten, wie sich Region und Produkte gemeinsam präsentieren können. Die Exklusivität eines Auftritts garantiert die Wahrnehmung durch die Kunden bzw. potenziellen Gäste. Appenzell zeigt sich volksnah, farbig und fröhlich. Dabei zielt man beim Konsumenten bewusst auf alle Sinne, um einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Ohne Zweifel leistet der Kanton mit seinem Beitrag an die Organisation «Appenzeller Regionalmarketing» einen existentiellen Beitrag, der direkt und indirekt der ganzen Wirtschaft im Kanton nützt.

Weitere Massnahmen zu Gunsten des Appenzeller Regionalmarketings waren die Fortführung der Herausgabe von Tragtaschen, die ständige Aktualisierung des Internetauftritts sowie die punktuelle Erneuerung des Ausstellungsmaterials. Eine nicht zu unterschätzende Aufgabe ist es auch, den Austausch der Partner untereinander zu fördern. Im Rahmen eines jährlichen «Partner besuchen Partner»-Anlasses besuchte eine grosse Anzahl an Mitgliedern dieses Jahr die Firma Möbelhandwerk Koch in Gonten. Die Teilnehmer aus den verschiedenen Branchen trafen sich dabei zum Austausch, zum Kennenlernen neuer Geschäftsmodelle, zum Fachsimpeln und unter Umständen auch dazu, neue Geschäftsideen zu entwickeln.

MITGLIEDER REGIONALMARKETING



goba-welt.ch



OHNE LOGO

Atelier Schmuck aus Haaren, Schiess Jakob

Appenzeller Sennenhandwerk, Fässler Hampi

Kunstgewerbe Dörig, Dörig Roger

Kurstöbli Appenzöll,

Appenzeller Handstickerei, Schiegg Verena

Bauernmaler, Fuchs Martin

Devislimalerin, Manser Sylvia

Trachtenschneiderin, Nef Bernadette

Handschnitzer, Moser Alfred





IMPRESSIONEN VON BESUCHTEN MESSEN IM JAHR 2019



-
1. **Muba**
8.–17. Februar 2019

 2. **Fête des Vignerons**
9. August 2019

 3. **Gwärbi Oftringen**
4.–6. Oktober 2019

«BLICK ICH ZURÜCK, SAG ICH DANKE, BLICK ICH NACH VORN, SAG ICH JA»

Rainer Kaune

Zweifellos haben wir dankbar zu sein, dass es unserem Tourismus so gut geht. Dahinter steckt sehr viel Arbeit! Appenzell ist kein «Selbstläufer», wie viele meinen. Die Marke Appenzell muss tagtäglich gepflegt und die Positionierung gestärkt werden. Wer glaubt, er müsse anders auftreten als das Image von Appenzell, um noch mehr zu profitieren und den «Fünfer und s'Weggli» zu erhalten, schadet der Marke und verwässert sie. Darum danken wir allen, die stur die Marke pflegen und der Versuchung, anders zu sein, widerstehen können!

Per Mitte März lanciert die Geschäftsstelle, zusammen mit der Appenzeller Hotellerie, ein Angebot, wie es die Schweiz selten zuvor sah: Alle Gäste, die drei Nächte oder länger in einem Hotel in Appenzell und Umgebung nächtigen, erhalten die An- und Rückreise mit dem öffentlichen Verkehr geschenkt. Damit verfolgt Appenzellerland Tourismus AI gleich mehrere Ziele: 1. Neue Gäste gewinnen 2. Bisherige Gäste zum Umsteigen auf den öV bewegen 3. Das Image von Appenzell als Ort mit Tradition und Innovation weiter stärken 4. Allen beweisen, dass man nicht ausruht, sondern vorwärts schaut und arbeiten muss, möchte man weiter erfolgreich sein.



Die dreijährige Pilotphase soll Aufschluss darüber geben, ob die Gäste bereits auf den Zug des Klimaschutzes aufsteigen. In einer ersten Phase soll das Angebot im Tal durchgeführt werden, als zweiter Schritt sollen dann die Ferienwohnungen dazustossen und als dritter Schritt die Berggasthäuser im Alpstein. Jeder Schritt wird wohl überlegt erfolgen müssen und kann erst getätigt werden, wenn die Erfahrungen aus dem ersten Schritt ausgewertet werden. Appenzellerland Tourismus AI ist jedoch überzeugt, dass von einem solchen Angebot die gesamte Tourismuswirtschaft profitieren wird, denn in der Regel sind die Leute bereit, in den Ferien Geld auszugeben. Sparen sie es bei der Anreise, lassen sie es in der Destination liegen.

Alle paar Jahre organisieren initiative Personen einen Grossanlass in Appenzell. Sei es nun ein schweizerisches Studentenfest, eine Tauzieh-Weltmeisterschaft, ein Turnfest, ein Jodlerfest oder, wie dieses Jahr, ein Eidgenössisches Jubiläumsschwingfest. Alle Anlässe haben etwas gemeinsam: Sie passen zu Appenzell, sie bringen Publikum nach Appenzell, das unseren definierten Zielgruppen entspricht, und die Bevölkerung identifiziert sich mit den Anlässen und hilft mit, ohne die eigene Freude am Fest zu vernachlässigen. Die Appenzellerinnen und Appenzeller sind ein geselliges Völklein, das merkt man spätestens dann, wenn man einen solchen Anlass besucht.



ERFOLGSRECHNUNG MIT BUDGET

ERTRAG	Rechnung 2018	Budget 2019	Rechnung 2019	Budget 2020
Verkauf Handelsware und Dienstleistungen	648'465.30	670'000.00	635'002.71	643'000.00
Freiwillige Beiträge Bezirke, Feuerschau, Gastro AI	35'460.00	35'000.00	37'361.50	35'000.00
Subvention Kanton	900'000.00	980'000.00	980'000.00	1'000'000.00
Beitrag Schweizer Wanderwege	29'734.80	25'000.00	43'401.00	40'000.00
Mandate	77'759.77	55'000.00	77'157.55	65'000.00
Kommunikation Tourismus	91'157.28	86'800.00	115'770.50	88'500.00
Produktmanagement	275'034.05	250'000.00	328'527.05	275'000.00
Appenzeller Produkte	154'200.17	140'000.00	388'917.46	143'000.00
Beiträge aus Wanderwegunterhalt	194'445.45	150'000.00	159'201.80	162'000.00
Ertragsminderungen	-31'986.15	-40'000.00	-40'270.32	-40'000.00
Ertrag total	2'374'270.67	2'351'800.00	2'725'069.25	2'411'500.00

AUFWAND	Rechnung 2018	Budget 2019	Rechnung 2019	Budget 2020
Einkauf Handelsware und Dienstleistungen	319'198.90	330'000.00	287'387.29	295'000.00
Personal Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	866'191.26	963'000.00	913'263.85	986'000.00
Verwaltungsaufwand Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	261'123.52	205'000.00	264'736.11	195'000.00
Kommunikation Tourismus	324'126.42	298'800.00	330'815.71	329'800.00
Produktmanagement	297'505.09	340'000.00	413'125.68	350'000.00
Appenzeller Produkte	175'984.88	140'000.00	399'638.88	143'000.00
Wanderwegunterhalt Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	105'573.80	60'000.00	85'108.39	95'000.00
Abschreibungen Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	13'387.43	0.00	16'951.00	0.00
Aufwendungen total	2'363'091.30	2'336'800.00	2'711'026.91	2'393'800.00
Gewinn / Verlust	11'179.37	15'000.00	14'042.34	17'700.00
Total	2'374'270.67	2'351'800.00	2'725'069.25	2'411'500.00

BILANZ

PER 31.12.2019

AKTIVEN	2018	2019
Kasse	29'151.65	29'680.40
Kasse Fremdwährungen	4'325.00	2'645.57
Postkonto	346'496.80	437'088.08
Bankguthaben UBS Appenzell	67'484.35	67'404.35
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	41'177.57	40'678.47
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	1'408'039.15	1'701'733.50
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank Wegweiser	31'652.40	32'155.80
Diverse Debitoren	133'237.49	113'663.50
Delkredere	-1'000.00	-1'000.00
Transitorische Aktiven	13'117.25	5'634.91
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	1.00	1.00
	2'073'687.66	2'429'690.58

PASSIVEN	2018	2019
Diverse Kreditoren	172'534.82	219'437.60
Transitorische Passiven	1'803'448.60	2'084'005.50
Fonds für Anlässe	10'000.00	10'000.00
Legat	41'177.57	40'678.47
Fonds Neuanschaffung Fahrzeug	15'000.00	30'000.00
Eigenkapital	20'347.30	31'526.67
Gewinn/Verlust	11'179.37	14'042.34
	2'073'687.66	2'429'690.58

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 19.02.2020 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2019 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

Keine wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven.

Appenzell, 19. Februar 2020

Appenzellerland Tourismus AI

Präsident

Sepp Manser



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 2019 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, 19. Februar 2020

Die Revisoren

Kevin Clavien



Cyrill Keller



Lorenz Gmünder





«DER FISCH FÄNGT AM KOPF AN ZU STINKEN»

Deutsches Sprichwort

Nun wissen somit alle Appenzellerinnen und Appenzeller, warum es dem Tourismus im Kanton schon seit Jahren so gut geht. Das Gremium des Vorstandes funktioniert! Man nimmt die Verantwortung auf der strategischen Ebene wahr, lässt aber die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der operativen arbeiten. Das wirkt sich wiederum positiv auf die Motivation derselben aus. So ist es nicht nur ein Fisch, der gesund und munter im Tourismusteich schwimmt, sondern ein ganzer Schwarm.

Präsident	Manser Sepp, Berggasthaus Meglisalp, 9057 Weissbad Tel. G +41 71 799 11 28, Tel. P +41 71 799 15 78, sepp.manser@schwende.ch
Mitglieder	Landammann Dähler Roland, Eggerstandenstrasse 35, 9050 Appenzell Tel. P +41 79 222 15 55, roland.daehler@vd.ai.ch
	Bischofberger Andrea, Alpstein, Fehlen, 9057 Weissbad Tel. G +41 71 798 90 10, Tel. P +41 71 799 11 18, abischofberger@baerli-biber.ch
	Hörlér Lydia, Rosenböhleli 10, 9050 Appenzell Meistersrüte Tel. P +41 71 787 36 22, lydia.hoerler@sunrise.ch
	Inauen Luzia, Laufenstrasse 8, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 10 20, laufenLehn@bluewin.ch
	Manser-Barmettler Thomas, Berggasthaus Bollenwees, 9058 Brülisau Tel. G +41 71 799 11 70, info@bollenwees.ch
	Mock Lydia, Eggerstandenstrasse 53, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 42 33, contact@hauslydia.ch
	Schmid Josef, Trieberrnstrasse 16, 9057 Weissbad Tel. P +41 71 799 12 10, josef.schmid@bsg.ch
	Sutter Alfred, Obere Hirschbergstrasse 12, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 80 60, alfred@boehli-appenzell.ch
	Sutter Stephan, Hotel Appenzell, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 15 15, info@hotel-appenzell.ch
	Wittwer Roberto, Böhlijsjockes 2, 9057 Weissbad Tel. G +41 71 798 80 80, Tel. P +41 71 797 02 19, r.wittwer@hofweissbad.ch

KONTROLLSTELLE

Revisoren	Clavien Kevin, Böhleli 4, 9050 Appenzell Tel. G +41 58 792 73 71, kevin.clavien@ch.pwc.com
	Gmünder Lorenz, Mosersweid 55, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 228 29 30, lgmuender@gmx.ch
	Keller-Sutter Cyrill, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 10 70, cyrill.keller@moserhoerler.ch

«MAN FINDET NOCH EHER DREISSIG
TÜCHTIGE ANGESTELLTE ALS EINEN,
 DER DIESE **DREISSIG RICHTIG** LEITET»

Wilhelm Schlichting

GESCHÄFTSSTELLE / TOURIST INFORMATION

Geschäftsführer **Buob Guido, Hauptgasse 4, 9050 Appenzell**

Tel. +41 71 788 96 41, guido.buob@appenzell.ch

Fässler Janica	Marketing
Fässler Yvonne	Information/Führungen
Hautle Patric	Wegmacher
Hehli Maria	Information
Inauen Maria	Projektmanagement/Führungen
Kölbener Simone	Backoffice
Lippuner Kimberly	Lernende (seit August 2019)
Manser Andrea	Frontoffice
Neff Alissa	Information
Neff Samira	Information
Oberholzer Yvonne	Information
Schönenberger Ivana	Marketing
Signer Katja	Lernende (bis Juli 2019)
Ulmann Nadine	Lernende
Wetter Melina	Lernende



Geschäftsausflug Neuenburg 2019

Führerinnen und Führer sowie Aushilfskräfte	Breitenmoser Irene (Museum)	Knechtle Reto (Wegbau)
	Breu Pascal (seit Juni 2019)	Kölbener Susanne
	Breu Rita	Koller Erich
	Broger Helene	Koller Kathrin
	Burtscher Yannick (Wegbau)	Koller Marcel
	Brülisauer Marcel	Koller Michael
	Brülisauer Sepp	Koller Patricia
	Fässler Elsbeth	Künzle Irina
	Fässler Christa (bis Juni 2019)	Lutz Doris (Museum)
	Fässler Guido (Wegbau)	Manser Evelyn
	Fässler Martin	Manser Rosalie
	Frick Walter	Moosmann Urs (Wegbau)
	Hamm Maria	Neff Bruno
	Hasler Nina (Museum)	Neff Emil (Wegbau)
	Hehli Ueli (Wegbau)	Neff Walter
	Inauen Hannes	Rusch Kurt
	Inauen Hans	Rusch-Mock Gisela (Mai 2019)
	Inauen Martin	Streule Manuela
	Inauen Priska	Sutter Thomas
	Inauen Vreni	Wyss-Rusch Albert (Wegbau)
	Käslin Fanny (seit Mai 2019)	

Impressum

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

Scholde · Wechtüfl · Aagstöllti · Kässeli · Mөлchbüechli · Stifte · velompe
Gaschtig · Wegmache · Uufwand · zölle · Begweet · Etrag · Fүroobed ·
Gastrovereinigung · Rewisoore · en waame Znacht · Weet · Göld · abstim-
me · Feriwohnigsvemiete · Personalchöschte · Prospekt · Gschäftsbricht
Speese · Zees · wölle · Johresrechmig · späre · Guetschii · stöllli Reserve ·
huuslig · Puure · abschriibe · echli bralle · usebotze · Ferichaate-Sponsoore
hөndehäbig · schinne · is Dooff · inveschtiere · Soome · wölle · Weente
Uuftrett · Wettepricht · Messe · Öbenachtege · Schriiberei · zroggluege
Gschäftsführe · fөschiluege · markiere · uusstecke · stuune · Gruppe-
gschäft · Uusflög · Schurnalischte · Voostand · soziali Medie · prichte · Träg-
täsche · inneweede · Regionalmarketing · sөnnig · Büdsche · waam · Göld
schөinne wä en Seich · linahme · zemecho · Uusgobe · iichere · bilanziere ·
Mitgliede · Inventaa · zemezölle · Akzie · uusrechne · Benkliondehaalt
President · Guethabe · Gschäftspricht · gschäfte · Göld · meh · mönde ·
weeche · Dooffühlerinne · Scholde · Weechtüfl · Aagstöllti · Kässeli
Mөлchbüechli · Stifte · velompe · Gaschtig · Wegmache · Uufwand · zölle ·
Begweet · Etrag · Fүroobed · Gastrovereinigung · Rewisoore · en waame
Znacht · Weet · Göld · abstimme · Feriwohnigsvemiete · Personalchöschte
Prospekt · Gschäftsbricht · Speese · Zees · wölle · Johresrechmig · späre
Guetschii · stöllli Reserve · huuslig · Puure · abschriibe · echli bralle · usebot-
ze · Ferichaate-Sponsoore · hөndehäbig · schinne · is Dooff · inveschtiere ·
Soome · wölle · Weente · Uuftrett · Wettepricht · Messe · Öbenachtege ·
Schriiberei · zroggluege · Gschäftsführe · fөschiluege · markiere · uus-
stecke · stuune · Gruppeggeschäft · Uusflög · Schurnalischte · Voostand ·
soziali Medie · prichte · Trägtäsche · inneweede · Regionalmarketing · sөn-
nig · Büdsche · waam · Göld · schөinne wä en Seich · linahme · zemecho
Uusgobe · iichere · bilanziere · Mitgliede · Inventaa · zemezölle · Akzie ·
uusrechne · Benkliondehaalt · President · Guethabe · Gschäftspricht
gschäfte · Göld · meh · mönde · weeche · Dooffühlerinne · Scholde · We-
echtüfl · Aagstöllti · Kässeli · Mөлchbüechli · Stifte · velompe · Gaschtig ·
Wegmache · Uufw · jobed · Gastroverei-
nigung · Rewisoore · d · abstimme · Feri-
wohnigsvemiete · F · äftsbricht · Speese ·
Zees · wölle · Johr · ölli Reserve · huus-
lig · Puure · abschriibe · echli bralle · usebotze · Ferichaate-Sponsoore

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI 

9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch