



GESCHÄFTS BERICHT 2020

VORWORT PRÄSIDENT

Mut zu Grenzen und Verzicht

Unter diesem Titel hat der Vorstand des Vereins Appenzellerland Tourismus AI zahlreiche Themen behandelt, ja teilweise gar damit «gerungen».

Wie schnell es doch gehen kann, und man steht mehr auf der Nord- oder der Südseite des touristischen Grats! Dieses Jahr waren wir definitiv auf der Schattenseite unterwegs. So wurden dem Tourismus Auswirkungen in die Schuhe geschoben, gegen die sich der VAT AI schon in der Strategie 2010-2016 ausgesprochen hat. Leider mussten sich der Vorstand und die Geschäftsstelle auch anhören, dass Vollzugsmassnahmen nicht umgesetzt würden. Ich darf hierbei daran erinnern, dass der VAT AI keine Vollzugsmöglichkeiten hat.

Die Corona-Situation hat Gäste in unseren Kanton «gespült», denen der Umgang mit der Natur und dem Grundbesitz der Landwirtschaft sowie der nötige Respekt gegenüber dem aufgesuchten Ort grösstenteils fremd waren. Die Folgen davon beschäftigten Behörden und Tourismus intensiv.

Der Vorstand hat sich aber auch eingehend mit der Erarbeitung der Strategie 2022-2032 auseinandergesetzt. Dabei war von Anfang an klar, dass man an den drei bewährten Pfeilern der Philosophie festhalten, ja sie eher noch klarer und intensiver fassen will. Dem Vorstand, der Geschäftsstelle, vor allem jedoch mir als Präsident wurde im letzten Jahr klar, dass eine Tourismusdestination auch Mut zu Grenzen und Verzicht braucht.

- Appenzell ist eine starke Marke - eine starke Marke braucht den Mut zu starken Grenzen.
- Es gibt keine besseren Destinationsbotschafter als die Bewohner mit ihren Produkten und zufriedene Gäste.
- Das authentische Angebot ist König. Dieses baut seit Generationen auf Landschaftsbild, Kultur und Brauchtum und wird weiterhin konsequent verfolgt.

«Strategie heisst: ein erreichbares Ziel klar im Blick zu haben» (Christoph Engl, Destination Branding). Der VAT AI will mit seiner Strategie eine aktive Rolle einnehmen. Er will Verantwortung tragen, aber auch mit der Kompetenz ausgerüstet werden, handeln zu können. Dem Vorstand war es bei der Erarbeitung stets wichtig, dass Leistungsträger, Einheimische, Behörden, die Geschäftsstelle und selbst die Gäste ihre Rolle in der Tourismusstrategie sehen.

Der Tourismus in Innerrhoden spielt volkswirtschaftlich wie gesellschaftlich eine zentrale Rolle. In der Kette der Verantwortung sind sich die Verantwortlichen von der Standeskommission bis zum Leistungsträger bewusst, dass in unserem kleinen Kanton nicht alle Bedürfnisse und Ansprüche erfüllt werden können. Dies ist eine zentrale Aufgabe nach «innen».

Im Namen des gesamten Vorstands darf ich mich bei unserem Geschäftsführer bedanken für sein seit Jahren sehr grosses Engagement für unseren Kanton. Dieses färbt auch auf die Mitarbeitenden ab. Ihnen allen gebührt ein grosser Dank, insbesondere auch für ihre enorme Flexibilität während des Lockdowns. Ich persönlich bedanke mich für all die grossen Leistungen und die hervorragenden Ideen.

Zu guter Letzt darf ich mich bei Ihnen, sehr geehrte Leistungsträger, Gäste und Einheimische, bedanken. Bedanken für das Verständnis für den Tourismus, der ab und an zu Diskussionen Anlass gibt. Bedanken für die Hilfsbereitschaft auf vielen Ebenen im Kanton. Bedanken für die grossen Anstrengungen für ein ausgeglichenes Miteinander. Bedanken für die vielen Diskussionen mit Ihnen, die ehrliche Kritik und die überaus zahlreichen lobenden Worte. Schliesslich bedanke ich mich auch beim Vorstand für die konstruktiven Diskussionen und die differenzierten Meinungen zum Wohle des Innerrhoder Tourismus.



Euer Präsident
Sepp Manser

| | | |
|---|-----------|-------------------------------------|
| <u>Vorwort Präsident</u> | 02 | |
| <u>Abstimmungs- formular 121. Haupt- versammlung 2020</u> | 04 | Einladung mit Traktandenliste |
| <u>Rückblick Regionalmarketing</u> | 06 | Rückblick Tourismus |
| <u>Jahresrechnung</u> | 08 | |
| | 30 | Ausblick Tourismus |
| | 32 | |
| | 34 | |
| | 39 | Revisorenbericht |
| <u>Organe</u> | 40 | |
| | 43 | Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter |

TITELBILD

Hoffentlich nur vorübergehend:
Die Maske zur Innerrhoder Werktagstracht

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI 

9050 Appenzell · Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch

HAUPTVERSAMMLUNG 2021

**Auf Grund der Covid-Vorgaben des Bundes
findet die Hauptversammlung des Vereins
Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI) in
schriftlicher Form statt.**





TRAKTANDENLISTE 2021

1. Protokoll der Hauptversammlung
vom 25. März 2020

2. Jahresbericht

3. Abnahme der Jahresrechnung 2020
und des Revisorenberichts 2020

4. Budget 2021

5. Wahlen

6. Genehmigung der Strategie 2022 – 2032

7. Anpassung der Statuten

8. Wünsche und Anträge

AUSWERTUNG ABSTIMMUNGSFORMULAR – 121. HAUPTVERSAMMLUNG 2020

| | Eingegangene Stimmen | Anzahl Ja-Stimmen |
|--|-------------------------|----------------------|
| TRAKTANDEN DER 121. HAUPTVERSAMMLUNG | | |
| Genehmigung des Protokolls der Hauptversammlung vom 25. März 2019 | 125 | 124 |
| Genehmigung des Jahresberichts in Form des schriftlichen Geschäftsberichts 2019 | 125 | 123 |
| Genehmigung der Jahresrechnung 2019 | 125 | 124 |
| Kenntnisnahme des Budgets 2020 | 125 | 122 |
| Wiederwahl von Sepp Manser als Präsident | 125 | 123 |
| Wiederwahl von Landammann Roland Dähler als Vorstandsmitglied | 125 | * |
| Wiederwahl von Andrea Bischofberger als Vorstandsmitglied | 125 | 123 |
| Wiederwahl von Luzia Inauen als Vorstandsmitglied | 125 | 123 |
| Wiederwahl von Thomas Manser als Vorstandsmitglied | 125 | 124 |
| Wiederwahl von Lydia Mock als Vorstandsmitglied | 125 | 125 |
| Wiederwahl von Josef Schmid als Vorstandsmitglied | 125 | 125 |
| Wiederwahl von Alfred Sutter als Vorstandsmitglied | 125 | 124 |
| Wiederwahl von Stephan Sutter als Vorstandsmitglied | 125 | 122 |
| Wiederwahl von Roberto Wittwer als Vorstandsmitglied | 125 | 125 |
| Neuwahl von Herrn Hauptm. Franz Fässler als Ersatz für Frau Hauptm. Lydia Hörler | 125 | 121 |
| Wiederwahl von Kevin Clavien als Revisor | 125 | 125 |
| Wiederwahl von Lorenz Gmünder als Revisor | 125 | 125 |
| Wiederwahl von Cyrill Keller als Revisor | 125 | 125 |

* Keine Wahl notwendig, da von Amtes wegen im Vorstand

Aufgrund der aussergewöhnlichen Lage wurde im Jahr 2020 keine physische Hauptversammlung durchgeführt. Nach einer anfänglichen Verschiebung vom März in den Juni musste die Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI schriftlich durchgeführt werden. Die Vorgaben des Bundes liessen keine Hauptversammlung mit der Anwesenheit der Mitglieder zu.

430 Mitglieder wurden schriftlich mit den Traktanden bedient. 125 Rückmeldungen sind eingetroffen und ausgezählt worden. Der Vorstand hat die Rückmeldungen kontrolliert und genehmigt.

Das Protokoll, die Jahresrechnung und der Revisorenbericht wurden einstimmig genehmigt. Über das Budget muss nicht abgestimmt werden, da dies durch den Vorstand genehmigt wird. Alle bisherigen Vorstands- und Revisionsmitglieder wurden mit vereinzelt Gegenstimmen wiedergewählt. Bezirkshauptmann Franz Fässler wurde als Nachfolger von Frau Lydia Hörler als Vertreter des Bezirks Appenzell in den Vorstand gewählt.

Bemerkungen einiger Mitglieder wurden ebenfalls vom Vorstand zur Kenntnis genommen. Erfreulicherweise haben viele Mitglieder die Möglichkeit von persönlichen Notizen genutzt. Diese sind zu einem sehr grossen Teil lobend und positiv ausgefallen. Der Vorstand interpretiert dies als Zeichen, dass man mit der Tätigkeit der Geschäftsstelle und des Vorstands zufrieden ist. Die wenigen Wünsche oder Verbesserungsvorschläge werden geprüft, allerdings sind es keine offiziellen Anträge und müssen somit auch nicht protokolliert werden.



ROTE KÖPFE WAREN KEINE SELTENHEIT

Der Shutdown im Frühling hat zu einer Situation geführt, wie sie der Kanton Appenzell Innerrhoden noch nie erlebt hat. Alle Betriebe, Anlagen und Infrastrukturen mussten während Monaten geschlossen bleiben, sämtliche Veranstaltungen wurden verboten.

Die Bevölkerung wurde aufgefordert, zu Hause zu bleiben und sich nur in ihrer unmittelbaren Umgebung zu bewegen. Da der Frühling 2020 gleichzeitig als einer der sonnigsten in die Statistiken eingehen dürfte, suchten die Menschen die Natur auf. Viele Gemeinden am Bodensee riegelten die öffentlichen Parkplätze ab, Freizeit- und Einkaufszentren entfielen als Wochenendbeschäftigung, und es kam zu einem nie dagewesenen Ansturm von Menschen und

Fahrzeugen in Richtung Wasserauen/Seealpsee. Die Folge waren ein Verkehrschaos und die Ansammlung von Abfall und Fäkalien - eine Situation, die auch bei vielen Einheimischen für rote Köpfe sorgte. Dabei wurde der Tourismus ungerechterweise an den Pranger gestellt, indem er für die Situation verantwortlich gemacht wurde. Dieses gesellschaftliche Phänomen war jedoch auch in anderen Regionen in der Schweiz feststellbar und war zweifellos auf die ausserordentliche Corona-Situation zurückzuführen. Erfreulicherweise hat sich dann die Lage im Laufe des Sommers wieder beruhigt. Trotzdem wurden und werden im Bereich des Ausflugstourismus Lehren gezogen, um solche Situationen zumindest ansatzweise besser meistern zu können.



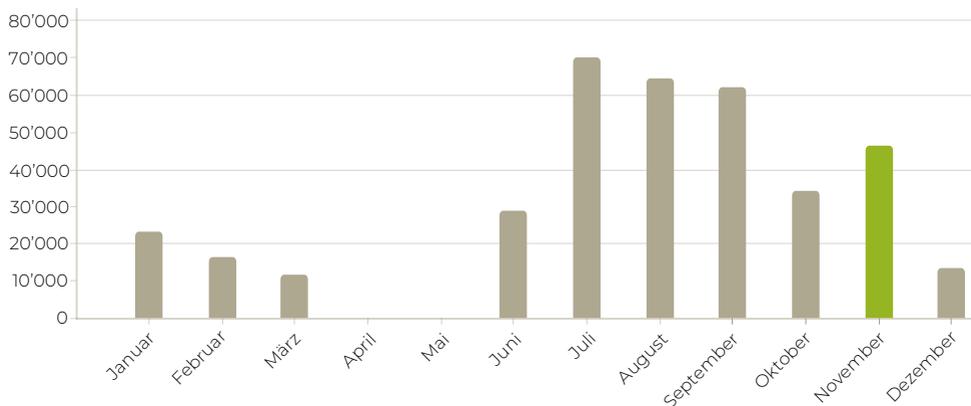
Ein Bild, das nicht nur in den sozialen Medien grosse Wellen schlug und den Tourismus an den Pranger stellte. Nachdem der Robidog entfernt wurde, hat sich gezeigt, dass die grosse Mehrheit der Besucher des Seealpsees den Abfall selber ins Tal trägt.

ZWEITE WELLE: UNTEN GRAU UND OBEN BLAU

Kaum hatte im November die 2. Corona-Welle so richtig «Fahrt aufgenommen», war auch das Wetter wieder entsprechend schön. Eine seltene Hochdruckwetterlage mit «unten grau und oben blau» bestimmte über Wochen das Wetter im Alpstein. Zum Glück spielten sich dann im November nicht noch einmal die gleichen Szenarien wie im Frühling ab. Offensichtlich hatten die ersten Massnahmen gewirkt, und auch die Ausflügler selber waren für das richtige Verhalten in der Natur sensibilisiert. Zudem zeigte sich bei jeder Massnahme, bei der die Behörde die Bevölkerung weniger einschränkte, ein geringerer Druck auf die Natur. Offene Läden, Parkplätze am See sowie kulturelle Veranstaltungen im kleinen Rahmen trugen so zu einer Entlastung bei.

Unabhängig von der 2. Welle hat sich gezeigt, dass im November durchaus Potenzial für eine Saisonverlängerung besteht. Insbesondere dann, wenn sich die Wetterlage mit Nebel im Mittelland und schönstem Sonnenschein in den Bergen über längere Zeit hält, besteht ein grosses Nachfragepotenzial.

KUMULIERTE FREQUENZEN DER LUFTSEILBAHNEN EBENALP UND KRONBERG 2020



Wie wichtig der November für die Luftseilbahnen bei guten Wetterbedingungen sein kann, zeigt die obestehende Darstellung der kumulierten Frequenzen der beiden Luftseilbahnen Ebenalp und Kronberg. Die Luftseilbahn Hoher Kasten wurde wegen der Umbauarbeiten nicht in die Statistik einbezogen.



Als Sofortmassnahme zur Sensibilisierung der Gäste wurden Hinweisschilder mit Verhaltensregeln montiert, die den Besuchern des Seealpsees das richtige Verhalten erklären sollen.



Ebenfalls wurden entlang des Barfussweges von der Kommission Conten 2025 Hinweisschilder montiert. Auch hier sollen die Besucherinnen und Besucher auf das richtige Verhalten aufmerksam gemacht werden.

«Toobe»-Museum

Puure-Regle



AM ENDE SCHWARZE ZAHLEN

Die Corona-Pandemie hat den Tourismus im Kanton Appenzell I. Rh. im Jahr 2020 stark beeinflusst. Bis im März deutete alles auf ein ausserordentlich gutes Jahr hin. Sämtliche Bereiche verzeichneten sehr gute Buchungs- und Reservationsstände, bis dann am 15. März 2020 die Schliessung aller Betriebe erfolgen musste.

Erstmals war somit nicht das Wetter der entscheidende Erfolgsfaktor im Innerrhoder Tourismus, sondern ein Virus, das in der Folge während des ganzen Jahres Einfluss auf den Tourismus hatte, aber am Ende doch noch für schwarze Zahlen verantwortlich war. Denn nach anfänglichen Befürchtungen, dass es für den Tourismus grosse Einbussen geben werde, zeigte sich bald, dass der Kanton mit seiner Positionierung und den naturnahen Angeboten von der Krise profitieren kann. Viele Schweizerinnen und Schweizer wollten nicht auf Ferien verzichten und verbrachten diese im eigenen Land. Häufig wurde dabei Appenzell als Urlaubsziel auserkoren, und der

Aufenthalt wurde entsprechend länger gebucht als üblicherweise. Es erwies sich deutlich als Vorteil, dass man sich in den letzten Jahren bei den Zielmärkten konsequent auf den Binnentourismus konzentriert hatte. So hatte der Ausfall der ausländischen Gäste praktisch keine Auswirkungen beziehungsweise konnte mit den zusätzlichen Schweizer Gästen mehr als wettgemacht werden.

Am Ende des Berichtsjahrs wies der Kanton Appenzell Innerrhoden als schweizweit einziger Kanton höhere Logiernächtezahlen als im Vorjahr aus. Von Januar bis Dezember logierten 167'855 (Vorjahr: 161'150) Gäste in den Hotels und Berggasthäusern des Kantons. Das sind 4,2% oder 6'705 Logiernächte mehr als im Vorjahr. Schweizweit sind, infolge der Corona-Pandemie, die Logiernächte im letzten Jahr um 40,0% zurückgegangen.



Der Kanton Appenzell Innerrhoden ist der einzige Kanton der Schweiz, der trotz Pandemie positive Zahlen ausweisen kann.

Sowohl in der Parahotellerie als auch in der Hotellerie ist besonders erwähnenswert, wie viele Gäste aus der Romandie den Kanton als Ferienziel gewählt haben. Sicherlich trugen die Medien einiges dazu bei: Einerseits verzeichnete Appenzell Innerrhoden seit Ostern und insbesondere während der wichtigen Ferienzeit keine neuen Corona-Fälle, andererseits war vor allem in den Medien der Westschweiz das Ange-

bot der Gratis An- und Rückreise mit dem öffentlichen Verkehr stark präsent. Dazu kommt, dass der Kanton Appenzell Innerrhoden in den letzten Jahren verschiedentlich in der Westschweiz als Gastkanton an Messen und Veranstaltungen vertreten war, was gemäss Rückmeldungen von Gästen aus der Romandie mit ein Auslöser für ihren Besuch im Appenzellerland war.

APPENZELL I.-RH.

SCHWEIZ

| Jahr | Schweiz | Ausland | Total | Schweiz | Ausland | Total |
|-------------|---------|---------|----------------|------------|------------|-------------------|
| 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 |
| 2005 | 125'249 | 24'851 | 150'100 | 14'622'420 | 18'321'316 | 32'943'736 |
| 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 |
| 2020 | 159'462 | 8'393 | 167'855 | 16'389'738 | 7'341'347 | 23'730'738 |

Logiernächtezahlen Appenzell Innerrhoden und ganze Schweiz im Vergleich.

MIT EINEM **BLAUEN AUGE** DAVONGEKOMMEN

Auf die Frequenzen der Luftseilbahnen hatte der Ansturm von Tagesgästen im Frühling keinen Einfluss, da auch sie, wie alle touristischen Betriebe, geschlossen bleiben mussten. So sind verständlicherweise die Frequenzzahlen weniger positiv ausgefallen als in den Vorjahren. Die unausgesprochene Angst der Gäste, sich in einer Gondel anzustecken, war trotz durchdachter und umgesetzter Schutzkonzepte spürbar. Dank des schönen Wetters, aber auch der Bemühungen der Bergbahnen, Vertrauen zu schaffen, bewegen sich die Frequenzeinbussen bei sämtlichen Bahnen zwischen 15% und 40% bezogen auf das Vorjahr. Diese Einbussen sind verkraftbar, da die Vorjahre erfolgreich waren und auch Reserven geschaffen wurden. So gesehen ist man mit einem blauen Auge davongekommen. Die Luftseilbahn Hoher Kasten AG hat die aktuelle Lage genutzt, die anstehenden Ausbaurbeiten am Tunnel auf dem Berg vorzuziehen und so während

der Krise eine Investition für die Zukunft zu tätigen. Ebenso hat die Luftseilbahn Jakobsbad-Kronberg AG 2.5 Millionen in den Ausbau der Freizeitanlagen im Tal investiert. Die Installation eines Zipline-Parks und einer «Märliwelt» stärken die Positionierung als Familien- und Freizeitberg. Zudem konnte im Sommer das Solarfaltdach über dem Parkplatz in Jakobsbad in Betrieb genommen werden, welches einen vorbildlichen Beitrag an einen ökologischen Tourismus leistet.

Noch stärker als die Luftseilbahnen haben die Museen unter der Pandemie gelitten. Trotz attraktiver Sonderausstellungen und strikter Einhaltung der Covid-19-Vorgaben sind die Besucherzahlen in den Museen stark zurückgegangen. Zweifellos ist auch hier der entscheidende Faktor, dass die Menschen in ihrer Freizeit in die Natur gehen und nicht Innenräume aufsuchen wollten.



Maskenpflicht und Schutzkonzepte, wie hier bei der Luftseilbahn Wasserauen-Ebenalp, wurden konsequent eingehalten.



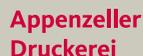
Es spricht für den Glauben an die Zukunft des Tourismus, wenn während Krisenzeiten in «bessere Zeiten» investiert wird. Solche Investitionen haben Symbolcharakter für die gesamte Wirtschaft im Kanton.

EIN FARBENFROHES ANGEBOT

Das Hauptziel der Appenzeller Ferienkarte ist es, die Gäste zu animieren, länger als die durchschnittlichen zwei Nächte in der Destination zu verweilen. Dank Corona und der Aufforderung, im eigenen Land zu bleiben, buchten die Schweizerinnen und Schweizer effektiv Ferien über mehrere Tage. Das Angebot der Appenzeller Ferienkarte konnte dabei sicher den einen oder anderen Gast überzeugen, nach Appenzell zu reisen. Von dieser Tatsache profitierten nachweislich auch die Gastronomie und die Detailhandelsgeschäfte. Da in diesem Jahr praktisch nur Schweizer Gäste in Appenzell waren, spielte die Währungssituation keine Rolle. Die Gäste waren gemäss Rückmeldungen aus allen Branchen äusserst ausgabefreudig und bereit, Schweizer Preise zu bezahlen.

Dank Unterstützung der Neuen Regionalpolitik (NRP) wurde auf das Jahr 2020 hin die digitale Appenzeller Ferienkarte eingeführt. Nach anfänglicher Skepsis der Leistungsträger und auch technischen Kinderkrankheiten funktionierte das System bis zum Ende des Jahres einwandfrei. Damit hat man gemeinsam einen weiteren wichtigen Schritt im Bereich der Digitalisierung gemacht. Die Zukunft wird zeigen, wie sich die Karte, auch dank der digitalen Möglichkeiten, weiterentwickeln kann. Die vereinfachte Abrechnung der ausgegebenen Karten entlastet zusätzlich die Geschäftsstelle und ermöglicht eine bessere Kontrolle über die Frequenzen der Appenzeller Ferienkarte. Ob sich dieser Trend der längeren Aufenthaltsdauer in den kommenden Jahren fortführen lässt, wird sich zeigen. Es ist und bleibt auf jeden Fall erklärtes Ziel des VAT, die Gäste mit attraktiven Produkten zu längeren Aufhalten zu animieren.

DANKE



Für die Innerrhoder Museen war das Jahr 2020 mehr als undankbar. Trotz attraktiver Ausstellungen und einfacher Zugänglichkeit mit der Appenzeller Ferienkarte fanden wegen der behördlichen Schliessungen kaum Besucher in die Museen.



«GRÜN INS GRÜNE» ZU GUNSTEN DES KLIMAS

Bereits seit mehreren Jahren zeichnet sich ein Trend zum ökologischen Reisen ab. Im Laufe von 2019 hat sich dieser mit der Klimabewegung noch verstärkt und schliesslich auch in den nationalen Wahlen niedergeschlagen. Im Innerhoder Tourismus war man sich schon immer der Bedeutung der Natur bewusst und hat entsprechend die Angebote ausgerichtet.

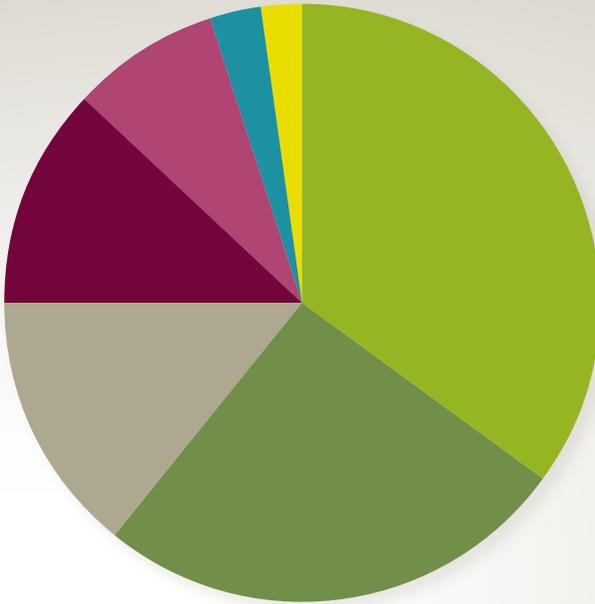
Mit der Gratis An- und Rückreise möchte sich der VAT AI noch stärker für einen ökologischen Tourismus einsetzen. Die direkten Einflussmöglichkeiten mit Blick auf das ökologische Verhalten der Gäste ist für eine Tourismusorganisation oft kleiner als vielfach angenommen. In der Regel entscheiden gesellschaftliche Trends und Moden über das Verhalten einer Freizeitgesellschaft. Die Erfahrungen mit der Appenzeller Ferienkarte zeigen aber, dass man mit attraktiven Angeboten durchaus Einfluss auf das Gästeverhalten nehmen kann. So konnte dank der Ferienkarte und ihrer Abgabe ab drei Übernachtungen der Rückgang der Aufenthaltsdauer in unserer Destination gestoppt werden. Das Gleiche möchte man nun auch mit der Gratis An- und Rückreise im Bereich der Ökologie und des Klimaschutzes erreichen. Darum hat die Geschäftsstelle den Slogan «Grün ins Grüne» lanciert. Sicherlich spielt die Anzahl der Feriengäste, die neu mit dem Zug anstelle des Autos anreisen, für das Weltklima eine äusserst bescheidene Rolle. Wenn man aber berechnet, wie viel Tonnen CO₂ das Angebot bereits 2020 eingespart hat, dann ist es sicherlich ein Schritt in die richtige Richtung.

Nebst dem ökologischen Gedanken möchte man sich als Ferienregion natürlich auch mit innovativen Ideen und Angeboten von den Mitbewerbern abheben und sich so einen Wettbewerbsvorteil erarbei-

ten. Dies scheint im Corona-Jahr 2020 mit Blick auf die Logiernächte und die Herkunft der Gäste auch gelungen zu sein. Über 1400 Gäste haben im Jahr 2020 vom Angebot der Gratis An- und Rückreise profitiert und insgesamt 5800 Logiernächte generiert. Eine Gästebefragung bei den Nutzern dieses Angebots hat zudem klar zum Ausdruck gebracht, dass fast ein Drittel der Gäste wegen der Gratis An- und Rückreise Appenzell als Feriendestination gewählt hat und bei den anderen befragten Gästen das Angebot immerhin mit ein Grund war, nach Appenzell zu kommen.

Solche Angebote sind nur dank der Neuen Regionalpolitik (NRP) möglich, denn mit Hilfe dieser Bundes- und Kantonsgeräde können Projekte initiiert und angepackt werden. Das finanzielle Risiko hält sich für den VAT AI und die Beherberger in einer ersten Phase in Grenzen. Zweifellos macht sich die Geschäftsstelle, zusammen mit den Beherbergern, jetzt schon Gedanken darüber, wie das Angebot auch in Zukunft finanziert werden kann. Auch bei diesem Projekt hatte Corona einen grossen Einfluss, da das Bahnfahren während der Pandemie nicht zu den Lieblingsaktivitäten der Schweizerinnen und Schweizer gehörte. Darum sind die Zahlen mit Vorsicht zu geniessen und in den nächsten Jahren sorgfältig auszuwerten. Nicht zu unterschätzen gilt es auch die Tatsache, dass von einem solchen Angebot nicht nur die Hotellerie profitiert, sondern auch der Detailhandel. Wohl jeder Gast besucht während seines Ferienaufenthalts das Dorf Appenzell mehrmals. Dass das Geld, das bei der Anreise eingespart wurde, trotzdem ausgegeben wird, bestätigen die Gäste nicht nur schriftlich in den Umfragen, sondern auch Wirte und Detailhändler berichten einhellig über ausgabefreudige Gäste.

HERKUNFT DER GÄSTE, DIE VOM ANGEBOT DER GRATIS ANREISE GEBRAUCH GEMACHT HABEN



| | |
|-------------------|---------|
| Genferseeregion | 35,60 % |
| Espace Mittelland | 26,09 % |
| Zürich | 13,37 % |
| Nordostschweiz | 11,79 % |
| Zentralschweiz | 8,43 % |
| Tessin | 2,43 % |
| Ostschweiz | 2,29 % |

Nicht nur die Gratis An- und Rückreise mit dem ÖV wurde den Gästen geboten, sondern auch der Gratis Gepäcktransport von zu Hause bis ins Hotel war ein neues Angebot, welches das ökologische Reisen attraktiver machen soll. Dieses Angebot war eine Zusammenarbeit zwischen SBB, Schweiz Tourismus, den Appenzeller Bahnen und Appenzellerland Tourismus AI.



ES MUSS NICHT IMMER GOLD SEIN, DAS GLÄNZT

Beim Umsatz durch verkaufte Gutscheine überschritt man erstmals die Millionengrenze deutlich. Mit Gutscheinen im Gesamtwert von CHF 1'123'000.- verkaufte man eine noch nie dagewesene Menge. Corona hat sicherlich auch hier eine massgebende Rolle gespielt. Da praktisch keine Weihnachtssessen stattfinden dürfen, haben sich viele Firmen dazu entschlossen, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Gutscheine als «Ersatz» zu schenken. Der Kantonal Gewerbeverband, Gastro AI und Appenzellerland Tourismus AI haben zu diesem Zweck in unkomplizierter und reibungsloser Zusammenarbeit eine Aktion mit speziell gestalteten Weihnachtsgutscheinen lanciert.

Das Angebot der Appenzeller Gastro-Gutscheine gibt es nun bereits seit 20 Jahren und die Beliebtheit dieses Geschenks scheint nicht abzureissen. Auf den ersten Blick könnte man meinen, dass sich der Tourismus an den Gutscheinen eine goldige Nase verdient. Dem ist aber nicht so, denn nach wie vor werden Verkauf und Auszahlung ohne Kommission abgewickelt, und die Portokosten für den Versand sowie die Kreditkartengebühren trägt, nebst der grossen administrativen Arbeit der VAT AI. Erwähnenswert ist auch, dass die Geschäftsstelle von Appenzellerland Tourismus AI noch nie Gutscheine abschreiben konnte. Da es sich um Geldwerte handelt, die überall eingelöst werden, ist der Rücklauf nahezu bei 100%. Aus volkswirtschaftlicher Sicht ist es besonders erfreulich, dass jeder Franken dieser Gutscheine garantiert im Appenzellerland ausgegeben wird.



MEHR ALS EIN FARBTUPFER

Da die Tourist Information über mehrere Wochen geschlossen bleiben musste, sind die Besucherfrequenzen entsprechend gesunken. Für die Verantwortlichen war es aber wichtig, dass via Telefon, Post und E-Mail weiterhin Auskünfte eingeholt, Ferien gebucht oder Gutscheine bestellt werden konnten. Dieser Service wurde von den Gästen sehr geschätzt, und so konnten schon während der Shutdown-Phase zahlreichen Gästen Unterlagen und Informationen für die Sommerferien zugestellt werden.

Gerade in dieser schwierigen Phase hat sich gezeigt, dass es nichts Besseres als den kompetenten, persönlichen Kontakt gibt. Online-Informationen werden zwar angeschaut und studiert, doch am Ende möchte jeder Gast doch eine ganz individuelle Beratung für sein spezifisches Anliegen. Die kantonale Tourismusorganisation tut gut daran, auch in Zukunft das Angebot des Auskunftsdienstes am Schalter hochzuhalten.

Mit dem Verkauf der Gutscheine und den Vorverkäufen für Veranstaltungen ist die Tourist Information auch für die Einheimischen eine wichtige Anlaufstelle. Ein Dienstleistungszentrum, in dem sich Gäste und Einheimische treffen - auch das macht Appenzell so speziell.



Seit bald zehn Jahren bildet die Geschäftsstelle Lernende aus. Dabei gehört es zu den Tätigkeiten im ersten Lehrjahr, wie hier Leandra Manser zeigt, am Schalter kompetent und professionell die Gäste zu bedienen.

FÜR EINMAL EIN GRAU-IN-GRAU-GESCHÄFT

Das Gruppengeschäft ist in der Regel eine der wert-schöpfungsreichsten und zuverlässigsten Sparten im Innerrhoder Tourismus. Im Jahr 2020 ist das Gruppengeschäft jedoch zusammengebrochen. Noch im März sah es so aus, als ob es in Sachen Gruppenausflüge ein Rekordjahr geben würde. Dies hat sich dann mit der Einschränkung von Gruppen-grössen und der Aufforderung, zu Hause zu blei-ben, schnell geändert. Die kantonale Geschäftsstel-le hat sich daraufhin zum Ziel gesetzt, sämtliche Stornierungen und Verschiebungen kostenfrei und äusserst kulant durchzuführen. Dies mit der Ab-sicht, die Gäste für spätere Jahre gewinnen zu kön-

nen. Ob sich der grosse personelle Aufwand und die Kulanz sämtlicher Leistungsträger im Kanton auszahlen, werden die kommenden Jahre zeigen. Es darf festgehalten werden, dass aus vielen Stor-nierungen Verschiebungen wurden. Dank der An-reise vieler Individualgäste wurden die Ausfälle der Gruppen in der Hotellerie kompensiert. Am meis-ten finanzielle Ausfälle (rund 60% gegenüber dem Vorjahr) hatte Appenzellerland Tourismus AI selbst zu verbuchen, da sich weder aus den eigenen Grup-penprogrammen noch aus den Kommissionen Er-träge ergaben. Die zahlreichen Umbuchungen wa-ren aber trotzdem sehr arbeitsintensiv.

| FÜHRUNGEN | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Dorfführungen | 463 | 458 | 614 | 678 | 635 | 559 | 592 | 570 | 234 |
| Dorfführungen mit Käse | 57 | 42 | 63 | 38 | 61 | 51 | 49 | 35 | 3 |
| Dorfführungen mit Apéro | 4 | 13 | 7 | 2 | 7 | 55 | 71 | 98 | 41 |
| Schmackhafte Dorfführungen | 71 | 86 | 87 | 109 | 93 | 72 | 58 | 72 | 26 |
| Kulinarische Dorfführungen | 34 | 49 | 59 | 55 | 68 | 77 | 52 | 34 | 12 |
| Museums-Führungen | 41 | 55 | 48 | 29 | 24 | 29 | 47 | 23 | 9 |
| Wildkirchli-Führungen | 48 | 53 | 47 | 63 | 64 | 65 | 60 | 53 | 15 |
| Tages- und ½-Tages-Begleitungen | 20 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Singen/Jodeln | 272 | 260 | 330 | 334 | 384 | 396 | 365 | 381 | 122 |
| Nachtwächter-Führungen | 36 | 58 | 82 | 85 | 73 | 74 | 76 | 83 | 49 |
| Führungen «Toobenschopf» | 20 | 18 | 14 | 6 | 7 | 3 | 8 | 4 | 0 |
| Laternenwanderung | | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Sagen erzählen | | 5 | 28 | 20 | 25 | 25 | 15 | 29 | 9 |
| Dialektvortrag | 2 | 8 | 5 | 14 | 14 | | | 0 | 0 |
| Rondom-Führung Hoher Kasten | | | | | 30 | 25 | 24 | 22 | 6 |
| Individuelle Führungen | 12 | 12 | 15 | 17 | 16 | 14 | 20 | 15 | 4 |
| Total | 1080 | 1120 | 1404 | 1454 | 1502 | 1446 | 1438 | 1419 | 530 |

Im Berichtsjahr hat die Tourist Information nur 530 (Vorjahr 1'419) Gruppenangebote verkauft und durchgeführt. Nicht in dieser Statistik enthalten sind die 70 kostenlosen öffentlichen Dorfführungen für Individualgäste, die zeitweise doppelt und teilweise auf Französisch geführt wurden. Dies, um der grossen Nachfrage von Individualgästen und Gästen aus der Romandie gerecht zu werden und natürlich auch um die Vorgaben des Bundesamts für Gesundheit einzuhalten.

Im Glauben, dass die Menschen nicht ohne soziale Kontakte und Erlebnisse sein können, wird das Gruppengeschäft, sobald sich die Wirksamkeit der Massnahmen bessert, wieder anziehen. Dies wird je nach Pandemiesituation bereits im Jahr 2021 der Fall sein.



Im Gegensatz zu den Dorfführungen für Gruppen erlebten die Gratis-Dorfführungen für Individualgäste eine enorme Nachfrage. Diese war zeitweise so gross, dass die Führungen doppelt und auf Französisch durchgeführt werden mussten.

EIN BUNTER STRAUSS AN MASSNAHMEN

Appenzell Innerrhoden gehört zu jenen Kantonen, die erkannt haben, dass im zukünftigen Tourismusmanagement die Produktgestaltung an Bedeutung gewinnen wird. Die Gäste sind kritischer geworden und teilen insbesondere auf den sozialen Medien schnell einem breiten Publikum mit, wenn ein Angebot nicht den Versprechungen eines Ortes entspricht. Gleiches gilt natürlich auch im positiven Sinne. Ein Blick über die Destinationsgrenze zeigt, dass immer mehr Kantone und Regionen diesen Trend aufnehmen. Appenzell ist dank der Unverwechselbarkeit seiner Landschaft und seiner Traditionen gut aufgestellt. Der Hauptort gilt als «schönstes Einkaufsdorf der Schweiz», und die Angebote, Informationen sowie Serviceleistungen aller Leistungsträger stimmen zu grossen Teilen. Neu

geschaffene «Rondom-Wege», eine neue Hotelwegweisung, die Förderung des Agrotourismus sowie die Ausarbeitung von neuen Winterpauschalen für die Hotellerie sind nur ein Auszug der Produkte und Angebote, die im Produktmanagement neu erarbeitet wurden. Die Stelle einer Produktmanagerin oder eines Produktmanagers, wie sie bei Appenzellerland Tourismus AI im Rahmen eines NRP-Projekts existiert, ist aus einer modernen Tourismusorganisation nicht mehr wegzudenken. Dass von einem aktiven Produktmanagement auch die Einheimischen profitieren, wird leider oft zu wenig gesehen und muss von den Verantwortlichen zukünftig noch besser kommuniziert werden.



Zusammen mit den Bezirken wurden in allen Dörfern und Weilern «Rondom-Wege» geschaffen, die den Gästen das Entdecken der unmittelbaren Umgebung erleichtern sollen. Erste Beobachtungen zeigen, dass die Wege auch von Einheimischen gern begangen werden.

Nicht ohne Stolz betiteln wir Appenzell als «schönstes Einkaufsdorf der Schweiz». Das Zusammenspiel von Familienbetrieben und kompetenter Beratung, moderner Ladeninfrastruktur und gepflegten Häusern in einer fussgängerfreundlichen Umgebung ist einmalig und ein wichtiges touristisches Angebot für alle Leistungsträger im Kanton.



MAN TRÄGT WEISS, ABER NICHT NUR!

Die veränderten klimatischen Bedingungen haben schon vor Jahren dazu geführt, dass ein klassischer Wintertourismus in Appenzell Innerrhoden nicht mehr möglich ist. Das belegen auch die saisonalen Schwankungen der Logiernächte. Die Korrektur struktureller Schwächen kann nur schwer und langfristig vorgenommen werden. Es sind in der Regel kleine Schritte, die zum Erfolg führen. Mittlerweile hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass nicht mehr der «Schnee» als Hauptanziehungspunkt gelten darf, sondern «Appenzell» - sei es mit oder ohne Schnee. Es muss uns in den nächsten Jahren gelingen, die «Winterzeit in Appenzell» besser zu positionieren und zu vermarkten. So wurde erstmalig auf den Winter 2020/2021 ein Wochenprogramm geschaffen, das bewusst mit oder ohne Schnee attraktiv ist. So trägt die Winterzeit in Appenzell weiterhin ein weisses Kleid, aber eben nicht nur.

Der Lancierung eines Winterwochenprogramms hat die 2. Corona-Welle einen dicken Strich durch die Rechnung gemacht. Kaum lanciert, mussten praktisch alle Angebote gestrichen werden. Die Geschäftsstelle wird sicherlich im Winter 2021/2022 einen neuen Versuch starten.

WINTERWOCHENPROGRAMM

DIENSTAG

DORFFÜHRUNG APPENZELL

Spannende Ausführungen und interessante Geschichten aus dem kleinsten Kantonshauptort.

Treffpunkt

10.15 Uhr, Tourist Information, Hauptgasse 4, Appenzell

Kosten

gratis, ohne Voranmeldung

MITTWOCH

FÜHRUNG APPENZELLER ALPENBITTER

Dem Geheimnis bei einem geführten Rundgang durch die Kräuterammer etwas näher kommen.

Treffpunkt

10.00 Uhr, beim Eingang Appenzeller Alpenbitter, Weissbadstrasse 27, Appenzell

Kosten

gratis, ohne Voranmeldung

BIBER BACKEN

Faszinierender Einblick in die Backstube mit Herstellung des eigenen Bibers.

Treffpunkt

14.00 Uhr, Bäckerei Böhli, Engelgasse 9, Appenzell

Kosten

CHF 34.- pro Person

Voranmeldung

bis am Montag (Vortag) um 12.00 Uhr, info@appenzell.ch, 071 788 96 41

FÜHRUNG DURCH DAS MUSEUM APPENZELL

In einer Stunde mehr über Appenzeller Handstickerei, Trachten, Volksglaube, Bauern- und Möbelmalerei, Bräuche und Traditionen und Innerrhoder Eigenheiten erfahren.

Treffpunkt

14.00 Uhr im Museum Appenzell. Jeden zweiten und vierten Mittwoch im Monat

Kosten

Museumseintritt (Führung inbegriffen), ohne Voranmeldung

NACHTWÄCHTERFÜHRUNG

Mystische Stimmung und interessante Ausführungen im Innerrhoder Dialekt auf dem nächtlichen Rundgang durch Appenzell.

Treffpunkt

20.00 Uhr, auf dem Kirchenplatz in Appenzell

Kosten

gratis

Voranmeldung

bis am Montag (Vortag) um 12.00 Uhr, info@appenzell.ch oder 071 788 96 41

PROGRAMM 1.11.2020 – 31.3.2021

DONNERSTAG

FÜHRUNG DURCH DIE MINERALQUELLE GOBA AG

Auf einer Betriebsbesichtigung mehr erfahren zur Geschichte und den Produkten der Mineralwasser-Quelle.

Treffpunkt

10.00 Uhr, beim Eingang der Mineralquelle Contenbad

Kosten CHF 6.– pro Person

Voranmeldung

bis am Mittwoch (Vortag) um 12.00 Uhr, info@goba-welt.ch oder 071 795 30 30

FREITAG

GEFÜHRTE WANDERUNG, MIT UND OHNE SCHNEE

Auf einer ca. 2-stündigen Runde zu Fuss Land und Leute kennenlernen. Bei jedem Wetter.

Treffpunkt

9.30 Uhr, bei der Tourist Information Appenzell

Kosten gratis

Voranmeldung

bis am Donnerstag (Vortag) um 12.00 Uhr, info@appenzell.ch oder 071 788 96 41

SAMSTAG

«RÄUCHLE», EIN URALTER INNERRHODER BRAUCH

Einführung zum Thema «Räuchle» inklusive Herstellung der ganz persönlichen Räuchermischung.

Treffpunkt

10.00 Uhr, beim Rathaus in Appenzell

Kosten CHF 33.–

Voranmeldung

bis am Freitag (Vortag) um 12.00 Uhr, info@appenzell.ch oder 071 788 96 41

SONNTAG

FÜHRUNG DURCH DAS MUSEUM APPENZELL

In einer Stunde mehr über Appenzeller Handstickerei, Trachten, Volksglaube, Bauern- und Möbelmalerei, Bräuche und Traditionen und Innerhoder Eigenheiten erfahren.

Treffpunkt

14.00 Uhr im Museum Appenzell
Jeden ersten und dritten Sonntag im Monat

Kosten

Museumseintritt
(Führung inbegriffen), ohne Voranmeldung

FÜHRUNG ALTBAU KUNSTHALLE ZIEGELHÜTTE

In einer halben Stunde das spannende architektonische Innenleben der Kunsthalle Ziegelhütte kennenlernen.

Treffpunkt

16.00 Uhr, Kunsthalle Ziegelhütte

Kosten

Museumseintritt
(Führung inbegriffen), ohne Voranmeldung

**«ALL TAG NEBES ANDES, CHASCH USELESE»****«LOOS-STOBEDE»**

Traditionelles, geselliges Beisammensein zu «löpfigen» Klängen bekannter Appenzeller Formationen und spontanen Einlagen musikalischer Gäste.

Treffpunkt

15.00 Uhr, Garni Loosmühle in Weissbad
(ausser 27. Dezember 2020)

Kosten

gratis, ohne Voranmeldung

DONNERSTAG

«STOBEDE» IM REST. RÖSSLI

Traditionelles, geselliges Beisammensein mit spontanen musikalischen Einlagen der Gäste.

Treffpunkt

20.00 Uhr, Restaurant Rössli, Weissbadstr. 25, Appenzell

Kosten

gratis, ohne Voranmeldung

**SAGENERZÄHLUNG AUF DEM «STEENE- OND LATEENE-WEEG»***

Gemütlicher Spaziergang durch den winterlichen Wald und dabei der Sagenerzählerin und ihren Geschichten zuhören.

Treffpunkt

17.00 Uhr, beim Hotel Hof Weissbad

* vom 29. November 2020 bis 7. Februar 2021

Kosten

gratis, ohne Voranmeldung

DAS GELBE VOM EI

912'981 Besucherinnen und Besucher haben im vergangenen Jahr die Website appenzell.ch besucht. Dabei wurden 3,7 Mio. Mal Seiten aufgerufen. Alleine schon diese Zahlen belegen, wie wichtig und wertvoll die Website für den Kanton ist. Besonders erfreulich ist, dass immer wieder positive Reaktionen der Gäste über Aktualität, Bedienerfreundlichkeit, Inhalt und Bildauswahl an die Geschäftsstelle gelangen. Aber auch Aussagen von Einheimischen bestätigen, dass auch sie die Informationen schätzen. So gesehen lohnt sich der Aufwand der Aktualisierung und Datenaufbereitung vollumfänglich. Einziger Wermutstropfen ist, dass sich die touristischen Leistungsträger der Bedeutung der Seite zu wenig bewusst sind und das Schaufenster zu wenig nutzen. Denn Appenzellerland Tourismus AI stellt die Seite für Top-Angebote oder aussergewöhnliche Investitionen nach wie vor und gern gratis zur Verfügung.

Die Überarbeitung der Website konnte ebenfalls im vergangenen Jahr abgeschlossen werden. Die Vereinigung von Appenzeller Spezialitäten, Handwerk, Gastronomie, Detailhandel, Landwirtschaft, Kultur und touristischen Angeboten auf einer einzigen Website widerspiegelt das ausserordentliche Zusammenspiel aller Leistungsträger und Produzenten im Kanton. Das spüren am Ende auch die Gäste und Konsumenten, was wiederum den Verkauf und Konsum einheimischer Waren sowie den Markenwert Appenzells als Ganzes erhöht.

In diesem aussergewöhnlichen Jahr war oft von Einheimischen zu hören, dass man «zu viel» Werbung betreibt. Dies, obwohl Appenzellerland Tourismus AI kaum Geld in reine Kommunikationsmassnahmen investiert. Die Geschäftsstelle betrachtet alle Medien

wie Broschüren, Website oder soziale Kanäle in erster Linie als Informationsplattformen, um über Angebote und Tätigkeiten informieren zu können. Auf plakative bezahlte Werbung muss man schon aus finanziellen Gründen verzichten. Ein Blick in andere Regionen und Destinationen würde zudem schnell aufzeigen, mit welchem bescheidenem Kommunikationsbudget in Appenzell doch eine maximale Aufmerksamkeit erzielt wird. Die einzige Plattform, die wirklich zu Imagezwecken gepflegt wird, ist Instagram. Die hohe und nach wie vor steigende Anzahl von 25'000 Followern zeigt die ungebrochene Attraktivität dieses Kanals. Durch die eigene Bewirtschaftung der sozialen Kanäle (Instagram und Facebook) haben wir zumindest auf den Appenzeller Plattformen die Inhalte im Griff. So können wir immerhin hier bestimmen, wie und was über Land und Leute kommuniziert wird.





Allein schon die Tatsache, dass immer noch über 350'000 Exemplare an Broschüren und Flyern gedruckt werden, bestätigt, dass auch eine noch so moderne Tourismusorganisation nicht ohne Drucksachen auskommen wird.



APPENZELL.CH

Landwirtschaft,
Handwerk, Produkte,
Kultur, Detailhandel,
Gastronomie,
Spezialitäten, Sport

Gern wird im Zeitalter der Digitalisierung die Bedeutung der klassischen Broschüren heruntergespielt. Ein Wandel ist zweifellos festzustellen, aber die Entwicklung verläuft langsamer, als von der digitalen Werbeindustrie behauptet wird. Nachdem bereits vor mehreren Jahren kein Veranstaltungskalender in gedruckter Form mehr hergestellt wurde, verzichtete die Geschäftsstelle im vergangenen Jahr erstmals auf die Produktion eines gedruckten Unterkunftsverzeichnisses. Dieser Schritt wurde doch von vielen interessierten Gästen nicht verstanden, aber auch die Geschäftsstelle muss gelegentlich unpopuläre Entscheidungen fällen und das Wünschbare vom Machbaren unterscheiden.

ALLES ANDERE ALS FARBLOS

Nicht nur der Tourismus wurde von der Corona-Pandemie geprägt, auch das Appenzeller Regionalmarketing musste seine Tätigkeit massiv einschränken. Vor allem durften während des ganzen Jahres keine Publikumsmessen mit Innerrhoder Beteiligung stattfinden. So mussten die zwei geplanten Auftritte in Winterthur und am Weihnachtsmarkt in Montreux annulliert werden. Die geplanten Gelder werden für spätere Jahre zurückgestellt. Insbesondere vom Auftritt in Montreux haben sich die Mitglieder und Träger der Organisation viel versprochen, gehört doch der dortige Weihnachtsmarkt zu den schönsten und bekanntesten in der ganzen Schweiz. Leider musste auch der werbewirksame Auftritt in Appenzell am Eidgenössischen Jubiläumsschwingfest 2020 verschoben werden.

Glücklicherweise war schon vor der Corona-Krise geplant, dass man im Jahr 2020 einen grossen Teil der Marketingausgaben in qualitativ hochwertige Imagefilme für die Partner investieren möchte. Jedem Partner des Regionalmarketings wurde die Möglichkeit geboten, einen Film über seinen Betrieb, seine Produkte und die Menschen dahinter aufnehmen zu lassen. Damit die Filme auf verschiedenen Kanälen präsentiert werden können, wurden pro Betrieb eine Kurz- und eine Langversion hergestellt. Die Produktionskosten wurden vollumgänglich durch das Appenzeller Regionalmarketing getragen, das auch die Organisation und die Koordination verantwortete. Die Partner mussten lediglich die Bereitschaft zeigen, bei den Filmen mitzuwirken, und ihre Zeit zur Verfügung stellen. Sämtliche Filme sind unter www.appenzell.ch eingebunden.



Videoproduktion bei Dewiisli-Malerin Sylvia Manser





EIN SILBERSTREIFEN AM HORIZONT

Am Ende des Jahres 2020 ist man versucht zu sagen, dass es nur besser werden kann. Dies trifft trotz hoher Logiernächtezahlen auch auf den Innerhoder Tourismus zu. Denn eine Branche, von der schon in normalen Zeiten eine enorme Flexibilität erwartet wird (Wetter, Währung, Trends), ist dringend darauf angewiesen, dass zumindest beim Personal und beim Wareneinkauf frühzeitig geplant werden kann. Der Beginn der Impfungen ist ein Schritt zur Normalität, wobei es wahrscheinlich Herbst werden wird, bis insbesondere das Gruppengeschäft anziehen wird.

Von Seiten des Appenzellerland Tourismus AI werden wir bestrebt sein, die stets neuen Situationen anzunehmen und den Fokus auf positive Entwicklungen zu legen. Es gehört nicht zum Charakter des Appenzellers, die Faust im Sack zu machen. Es ist bekannt, dass nicht die Grossen die Kleinen fressen, sondern die Schnellen die Langsamen. Zahlreiche neue Angebote sind geplant und werden im Laufe des Jahres aufgegleist. Natürlich hoffen wir, dass das Jubiläumsschwingfest stattfinden darf, aber auch alle anderen grösseren und kleineren Anlässe und Veranstaltungen sind wichtige Träger einer gelebten Kultur, die sowohl Einheimische als auch Gäste schätzen. Ein erster Silberstreifen am Horizont zeichnet sich schon ab, auch wenn er erst «Hoffnung» heisst, aber diese stirbt ja bekannterweise zuletzt.



ERFOLGSRECHNUNG MIT BUDGET

| ERTRAG | Rechnung 2019 | Budget 2020 | Rechnung 2020 | Budget 2021 |
|---|--------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| Verkauf Handelsware und Dienstleistungen | 635'002.71 | 643'000.00 | 261'691.63 | 315'000.00 |
| Freiwillige Beiträge Bezirke, Feuerschau, Gastro AI | 37'361.50 | 35'000.00 | 38'035.00 | 37'000.00 |
| Subvention Kanton | 980'000.00 | 1'000'000.00 | 1'000'000.00 | 1'000'000.00 |
| Beitrag Schweizer Wanderwege | 43'401.00 | 40'000.00 | 49'533.30 | 50'000.00 |
| Mandate | 77'157.55 | 65'000.00 | 73'767.50 | 73'000.00 |
| Kommunikation Tourismus | 115'770.50 | 88'500.00 | 134'945.17 | 98'000.00 |
| Produktmanagement | 328'527.05 | 275'000.00 | 470'588.07 | 549'000.00 |
| Appenzeller Produkte | 388'917.46 | 143'000.00 | 141'647.57 | 153'000.00 |
| Beiträge aus Wanderwegunterhalt | 159'201.80 | 162'000.00 | 189'131.21 | 167'000.00 |
| Ertragsminderungen | -40'270.32 | -40'000.00 | -55'351.51 | -40'000.00 |
| Ertrag total | 2'725'069.25 | 2'411'500.00 | 2'303'987.94 | 2'402'000.00 |

| AUFWAND | Rechnung 2019 | Budget 2020 | Rechnung 2020 | Budget 2021 |
|--|--------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|
| Einkauf Handelsware und Dienstleistungen | 287'387.29 | 295'000.00 | 123'744.16 | 175'000.00 |
| Personal Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung | 913'263.85 | 986'000.00 | 779'251.69 | 824'000.00 |
| Verwaltungsaufwand Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen | 264'736.11 | 195'000.00 | 233'036.67 | 195'000.00 |
| Kommunikation Tourismus | 330'815.71 | 329'800.00 | 340'238.53 | 356'000.00 |
| Produktmanagement | 413'125.68 | 350'000.00 | 516'944.66 | 599'000.00 |
| Appenzeller Produkte | 399'638.88 | 143'000.00 | 142'280.44 | 153'000.00 |
| Wanderwegunterhalt Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen | 85'108.39 | 95'000.00 | 134'386.96 | 100'000.00 |
| Abschreibungen Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg | 16'951.00 | 0.00 | 29'247.91 | 0.00 |
| Aufwendungen total | 2'711'026.91 | 2'393'800.00 | 2'299'131.02 | 2'402'000.00 |
| Gewinn / Verlust | 14'042.34 | 17'700.00 | 4'856.92 | 0.00 |
| Total | 2'725'069.25 | 2'411'500.00 | 2'303'987.94 | 2'402'000.00 |

BILANZ

PER 31.12.2020

| AKTIVEN | 2019 | 2020 |
|---|---------------------|---------------------|
| Kasse | 29'680.40 | 39'809.00 |
| Kasse Fremdwährungen | 2'645.57 | 1'077.57 |
| Postkonto | 437'088.08 | 444'661.54 |
| Bankguthaben UBS Appenzell | 67'404.35 | 67'324.35 |
| Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell | 40'678.47 | 40'678.47 |
| Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank | 1'701'733.50 | 1'919'988.25 |
| Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank Wegweiser | 32'155.80 | 32'484.30 |
| Diverse Debitoren | 113'663.50 | 347'591.57 |
| Delkredere | -1'000.00 | -1'000.00 |
| Transitorische Aktiven | 5'634.91 | 5'440.95 |
| Aktien Appenzeller Bahnen | 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 |
| | 2'429'690.58 | 2'898'062.00 |

| PASSIVEN | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Diverse Kreditoren | 219'437.60 | 285'422.70 |
| Transitorische Passiven | 2'084'005.50 | 2'476'234.90 |
| Fonds für Anlässe | 10'000.00 | 10'000.00 |
| Legat | 40'678.47 | 40'678.47 |
| Fonds Neuanschaffung Fahrzeug | 30'000.00 | 35'300.00 |
| Eigenkapital | 31'526.67 | 45'569.01 |
| Gewinn/Verlust | 14'042.34.34 | 4'856.92 |
| | 2'429'690.58 | 2'898'062.00 |

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 08.02.2021 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2020 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

Keine wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven.

Appenzell, 8. Februar 2021

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 2020 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, 08. Februar 2021

Die Revisoren

Kevin Clavien



Cyrill Keller



Lorenz Gmünder



VORSTAND

| | |
|-------------------|--|
| 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 |
| | Fässler Franz, Hagstrasse 3, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 09 50, franz@metzgerei-faessler.ch |
| | Inauen Luzia, Laufenstrasse 8, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 10 20, lautenLehn@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, Triebnernstrasse 16, 9057 Weissbad Tel. P +41 71 799 12 10, josef.schmid@bsg.ch |
| | Sutter Alfred, Obere Hirschbergstrasse 12, 9050 Appenzell Tel. G +41 788 15 70, alfred@boehli-appenzell.ch |
| | Sutter Stephan, Hotel Appenzell, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 15 15, info@hotel-appenzell.ch |
| | Wittwer Roberto, Böhlisjockes 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, Engulgasse 2, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 02 02, kevin.clavien@altrimo.ch |
| | 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 |





Beim «Tumme» vorbildlich aus-
gesparter Wanderweg in Hinterkau.
Im Namen aller Wanderwegnutzer
dem qualitätsbewussten Landwirt
ein herzliches «Vegölltsgott».

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 |
| Manser Andrea | Frontoffice |
| Manser Leandra | Lernende (seit August 2020) |
| Neff Alissa | Information |
| Neff Samira | Information |
| Oberholzer Yvonne | Information |
| Schönenberger Ivana | Marketing |
| Ulmann Nadine | Lernende (bis Juli 2020) |
| Wetter Melina | Lernende |

FÜHRERINNEN UND FÜHRER SOWIE AUSHILFSKRÄFTE

| | | |
|-----------------------------|------------------------|-------------------------|
| Breitenmoser Irene (Museum) | Hehli Ueli (Wegbau) | Koller Patricia |
| Breu Pascal | Inauen Hannes | Künzle Irina |
| Breu Rita | Inauen Hans | Lutz Doris (Museum) |
| Broger Helena | Inauen Maria | Manser Dominik (Wegbau) |
| Brülisauer Marcel | Inauen Martin | Manser Evelyn |
| Brülisauer Sepp | Inauen Priska | Manser Rosalie |
| Fässler Elsbeth | Inauen Vreni | Neff Bruno |
| Fässler Guido (Wegbau) | Käslin Fanny | Neff Walter |
| Fässler Martin | Knechtle Reto (Wegbau) | Rusch Kurt |
| Frick Walter | Kölbener Susanne | Rusch-Mock Gisela |
| Fritsche Daniel (Wegbau) | Koller Erich | Streule Manuela |
| Fritsche Thomas (Wegbau) | Koller Kathrin | Sutter Thomas |
| Hamm Maria | Koller Marcel | |
| Hasler Nina (Museum) | Koller Michael | |

Geschäftspricht · Bettfläsche · aagsteckt · gschäfte · Fiebe messe · gimpft
Göld · me gohts nützig · ke Hoostig · meh · Maske · Covid-Taaskfors
mönde · alls ischt zue · Feeri deheem · malode · onde d Lüüt · Speistond
chrank · Landsgmeend im Soome · Aazääche · ooliidig · abgsäät · ken
Funkesonntig · veläädelig · veschobe · ke Lendlefescht · Tääg zölle ·
deheem hocke · ke Theate · deheem · chaald Ohre · nüd verusi · de Chefe
Hennehuud · ke Dekoraziöndle · müed · Muesmehl · ken Usgang ·
z choz haa · Chrankeschwöschte · ken Chlöööle · impfe · Fiebe · ke Metti ·
Chrankewage · iicheere · ken Frondliichnaam · Hueschte · mit hee neh · ke
Faschned · Pfnösl · de Schiisse · ke Landsgmeend · vechölt · e waami Stiine
ke Schwingfescht · hääse · chiiche · ke Hoostig · tomme Grend · pfnochse
ke Konsert · chötzelig · tnüüsse · ke Stobede · chrööpelig · Schnopftuech
hööchi Zahle · im Nescht · schnodere · desinfiziere · Bettsöck · ooleiig ·
nüd aagriiffe · Chrankehuus · Laaffe · go teschde · Grendweh · haus onderi
Schnodebrems · tuet mi eggele · elee · mi früüts · Telifookomferenz · e
Müedi · vo deheem uus weeche · e Füüli · Houmoffis · vetnocke · Tokte
Nockeli · Götteli · Toktegottere · Tröpfli · e Chrott im Hals onne · Zäpfli
Quarantäne · Mitteli · tööschtig · fö Hitz ond Brand · ken Appediit ·
vetschlooffe · T Hend wäsche · Chriesisack · Abstand haalte · nüd fot tööre
denand d Hand nome gee · Führiigsstaab · schnüüze · Bondesrood · ke
Guu · Massnahme · Isolatioo · nütz · aastecke · seeble · Kriisestaab · süüche
Muulchoob · teschte · Süüch · waate · Gsöcht
Geschäftspricht · Bettfläsche
aagsteckt · gschäfte · Fiebe messe · gimpft · Göld · me gohts nützig · ke
Hoostig · meh · Maske · Covid-Taaskfors · mönde · alls ischt zue · Feeri
deheem · malode · onde d Lüüt · Speistond · chrank · Landsgmeend im
Soome · Aazääche · ooliidig · abgsäät · ken Funkesonntig · veläädelig ·
veschobe · ke Lendlefescht · Tääg zölle · deheem hocke · ke Theate · deheem
chaald Ohre · nüd verusi · de Chefe · Hennehuud · ke Dekoraziöndle · müed
Muesmehl · ken Usgang · z choz haa · Chrankeschwöschte · ken Chlöööle ·
impfe · Fiebe · ke Metti · Chrankewage · iicheere · ken Frondliichnaam
Hueschte · mit hee r
vechölt · e waami s
tomme Grend · pfi
chrööpelig · Schnop
Bettsöck · ooleiig · nüd aagriiffe · Chrankehuus · Laaffe · go teschde ·

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI 

9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch