

Ein ausserordentlich schöner Sommer bescherte den drei grossen Luftseilbahnen im Kanton bis in den August hinein erfreuliche Gästefrequenzen. Leider fiel dann der wichtige September völlig ins Wasser. In der Summe darf aber beim Ausflugs- und Wandertourismus, die unsere Luftseilbahnen vorwiegend ansprechen, von einem guten Jahr gesprochen werden. Dies auch im Wissen, dass Wetterkapriolen zum Geschäft gehören. Die klare Positionierung jeder einzelnen Bahn wurde konsequent weitergeführt. Dies führt je länger, je mehr dazu, dass jeder Betrieb eigene Schwerpunkte setzt und an Kontur gewinnt. Diese Diversifikation unter den Luftseilbahnen begrüsst Appenzellerland Tourismus AI sehr. Es zeigt, dass professionell gearbeitet wird, ohne die Zusammenarbeit zu vernachlässigen. Im Gegenteil: Je klarer sich jede Luftseilbahn präsentiert, desto weniger Neid kann entstehen und man freut sich am gegenseitigen Erfolg. Diese Feststellung ist bei den Luftseilbahnen seit einigen Jahren offensichtlich zu beobachten und wirkt sich sehr positiv auf die Wahrnehmung der gesamten Destination aus.

Auch wenn wir unseren Fokus von Seiten Appenzellerland Tourismus AI mehrheitlich auf den über-

nachtenden Tourismus legen, sind wir als Destination auf einen starken Ausflugstourismus bei den Luftseilbahnen angewiesen. Denn sie sind weiterhin der Motor und machen die Destination für viele Gäste, aber auch Wanderinnen und Wanderer aus der Region attraktiv. Darum haben wir zusammen mit den drei Innerrhoder Luftseilbahnen, der Säntis Bahn und Appenzellerland Tourismus AR entschieden, die schwach frequentierten Monate nach den Herbstferien bewusst und stark zu bewerben. Entstanden ist, unter der Leitung der Werbeagentur koller.team, eine originelle Kampagne die sämtliche sozialen Kanäle nutzt. Deren Hauptbotschaft ist, den Kunden im Unterland in Echtzeit Bilder von den nebelfreien Gipfeln zu liefern und so auf aktuelle und gleichzeitig originelle Weise zu zeigen, dass es sich lohnt, einen Ausflug in die Berge in Betracht zu ziehen, die Sonne zu geniessen und sich etwas Gutes zu tun. Die äusserst erfreulichen Traffics auf den sozialen Kanälen und die vielen Teilnehmer am gleichzeitig lancierten Wettbewerb sprechen für sich. Am Ende sind aber doch jeweils die Frequenzen bei den Luftseilbahnen das Mass aller Dinge, und diese sind sehr positiv ausgefallen. An dieser Stelle gebührt allen Beteiligten für die tolle Zusammenarbeit ein grosser Dank.

KUMULIERTE FREQUENZEN DER LUFTSEILBAHNEN KRONBERG, EBENALP UND HOHER KASTEN

