

Appenzellerland.

appenzell.ch



# GESCHÄFTS BERICHT 2025

VEREIN APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

## VORWORT PRÄSIDENT

Ein jeder Bergsteiger hütet sein Seil wie seinen Augapfel. Das Seil verbindet und macht das Abenteuer erst zum Bergerlebnis. Der Seilpartner ist der Sparringspartner des Vertrauens. Nur wenn beide am gleichen Strick ziehen, ist der Erfolg in Griffweite. Fehlt das Vertrauen in sich oder in den Partner, ist das Unternehmen gefährdet. Der Partner sichert und schaut, dass das gemeinsame Vorhaben zum Erfolg wird - zusammen!

Der Vorstand und vor allem der Ausschuss hat im letzten Jahr etliche Sitzungen zur Zusammenarbeitsvereinbarung abgehalten. Die Zusammenführung zweier eigenständiger Unternehmen wurde unterschätzt. Die Wahrung von regionaler Identität und ihre Umsetzung bedingen eine Kontinuität in der Markenbotschaft bei beiden Unternehmen. Dies gestaltet sich als Herausforderung in allen damit verwandten Themen. Es gilt nun, das Seil fest in beiden Organisationen zu verknoten, die Sicherungsstellen zu definieren und den Routenverlauf festzulegen.

Die operative Zusammenarbeit startete am 1.1.2026 – ich meine, ein geglückter Beginn. Das operative Seil wurde aufgenommen, die Seilschaft ist motiviert und gerüstet. Nun geht es an den Aufstieg in einer sehr positiven Grundhaltung, mit gegenseitiger Toleranz und dem Willen, das Vorhaben im guten Sinne umzusetzen.

Das Haus an der Hauptgasse 38 ist vom Keller bis unter Dach gefüllt mit touristischer Kompetenz und grossem Fachwissen für unsere Gäste und die Appenzeller Leistungsträger. Nicht alle Leistungen der Geschäftsstelle sind sicht- und messbar, oder sie werden nicht in direkten Zusammenhang mit dem Tourismus gebracht. Es ist jedoch unsere erklärte Aufgabe, auch die Bedürfnisse der Einheimischen gegen innen und aussen zu vertreten, denn in einer lebenswerten, «heimeligen» Umgebung fühlt sich nämlich auch der Gast «angekommen».

Der Vorstand wird nach Annahme der Statutenänderung um zwei Personen aus dem Verwaltungsrat der ATAG bereichert. Der Appenzeller Tourismus soll geprägt sein von einem Leitsatz von Christoph Engl: «Bedeutsamkeit geht mit Abgrenzung Hand in Hand. Gerade deshalb tun sich viele Destinationen schwer, sich auf wenig zu konzentrieren. Die Angst, Zielgruppen und Potenziale zu verlieren, regiert immer mit. Vielfalt und Breite wird lieber das Wort gegeben als Konzentration und Verknappung» (Christoph Engl, Destination Branding).

Mein erster Dank gebührt den Mitarbeitenden der Geschäftsstelle. Sie tragen in höchst loyaler Weise und mit viel Motivation den Appenzeller Tourismus in beide Kantone.

Ich danke den Regierungen, Bezirken und Gemeinden beider Kantone für die wohlwollende Unterstützung. Ich danke allen Leistungsträgern, die sich für eine ehrliche und gelebte Gastfreundschaft einsetzen, für jede Investition in den eigenen Betrieb. Es ist mir ein Anliegen, in diesem Dank nicht nur die gastronomischen Investitionen zu erwähnen, denn Investitionen in einen Laden, in ein Handwerk, in einen Zulieferbetrieb kommen auch jedem Einheimischen, den zahlreichen Gästen und ganz direkt den Leistungsträgern zugute.

Ich danke allen, die sich aus Eigeninitiative und Gemeinsinn für ein breites Angebot in den Bereichen Unterhaltung, Kultur, Brauchtum, Sport und Kunst im Appenzellerland einsetzen.

Und schliesslich danke ich auch allen Vereinsmitgliedern für die wertvolle Unterstützung während des Jahres, für die ehrliche Kritik und die aufbauenden Worte.

Weissbad, im Februar 2026



Euer Präsident  
Sepp Manser

Einladung mit Traktandenliste	<b>04</b>
	<b>06</b> Protokoll HV 2025
Rückblick Tourismus	<b>10</b>
	<b>34</b> Rückblick Regionalmarketing
Ausblick Tourismus	<b>38</b>
	<b>40</b> Jahresrechnung
Revisorenbericht	<b>45</b>
	<b>47</b> Organe
Mitarbeitende	<b>48</b>

## TITELBILD

Innerrhoder Werktagstracht

## APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

Hauptgasse 38 · 9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

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

# HAUPTVERSAMMLUNG 2026

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

## MONTAG, 30. MÄRZ 2026

ab 18.00 Uhr Apéro und freie Besichtigung der neuen Büroräumlichkeiten im Dachgeschoss von Appenzellerland Tourismus AI am Landsgemeindeplatz

19.00 Uhr Hauptversammlung im Hotel Säntis

Anschließend Nachtessen

## TRAKTANDENLISTE 2026

- |                                        |                                                              |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1. Begrüssung                          | 5. Abnahme der Jahresrechnung 2025 und des Revisorenberichts |
| 2. Wahl der Stimmenzähler              | 6. Budget 2026                                               |
| 3. Protokoll der Hauptversammlung 2025 | 7. Statutenänderung                                          |
| 4. Jahresbericht 2025                  | 8. Wahlen                                                    |
|                                        | 9. Wünsche und Anträge                                       |



# HV 2025

## PIZZERIA RANK

### PROTOKOLL DER JUBILÄUMS- HAUPTVERSAMMLUNG VAT AI VOM 7. APRIL 2025, RESTAURANT RANK

#### 1. BEGRÜSSUNG

Sepp Manser begrüsst die Standeskommission, die Mitglieder, die Gäste und die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle an der 126. Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI. Die Einladung mit dem Geschäftsbericht 2024 wurde allen Mitgliedern fristgerecht per Post zugestellt. Zur Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

#### 2. WAHL DER STIMMENZÄHLER

Als Stimmenzähler werden Walter Neff «Hirschli» (Sänger) und Daniel Dobler (Berggasthaus Schäfler) gewählt. Gegenvorschläge werden keine gemacht.

#### 3. PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG 2024

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

#### 4. JAHRESBERICHT

##### Geschäftsbericht des Präsidenten

Der Vorstand hat sich zu vier ordentlichen und einer ausserordentlichen Sitzung getroffen und verschiedene Thematiken speziell behandelt. Dazu gehören vor allem die Massnahmen der Tourismuspolitik und Themen innerhalb des Tagesgeschäfts wie Campieren, Parkieren und Mountainbiken. Alle Schwerpunkte wurden von Sepp Manser kurz erläutert. Für die verschiedenen Bereiche wurden Arbeitsgruppen, unter anderem mit Personen aus dem Vorstand, gebildet und mögliche Massnahmen diskutiert.

Der Präsident erwähnt, dass der Vorstand des VAT AI und der Verwaltungsrat der Appenzellerland Tourismus AG dabei sind, die bestehende Zusammenarbeit und deren Potenziale zu prüfen.

##### Ehrungen

Besonders stolz ist der Vorstand auf seine langjährigen Mitarbeitenden. Für 15 Jahre werden Maria Inauen, Patric Haultle und Walter Frick und für 10 Jahre Sepp Brülisauer, Patricia Koller und Hans Inauen geehrt. Als Zeichen der Wertschätzung werden ihnen ein Blumenstraus und ein Gutschein überreicht.

### **Geschäftsbericht des Geschäftsführers**

Guido Buob begrüsst alle Anwesenden. Durch das Jubiläumsbuch wurde dem Geschäftsführer klar, wie gross die Bedeutung von beharrlichem und konsequentem Handeln für die wirtschaftliche Entwicklung einer Tourismusregion ist. Er hebt besonders hervor, wie bedeutend es ist, das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen und dabei den Appenzeller Werten treu zu bleiben. Auf eine ausführliche Erläuterung der einzelnen Geschäfte wird verzichtet, da diese detailliert im Geschäftsbericht nachzulesen sind.

Ein Thema spricht Guido Buob dennoch kurz an. Er betont, wie wichtig vorhandene Gesetze für eine klare Kommunikation mit Gästen sind. Aktuell gibt es immer wieder Fragen zum Drohnenverbot, zum Campieren im Alpstein oder zum Befahren von Wanderwegen mit dem Fahrrad. Es freut ihn, dass aktuell ein neues Velogesetz von der Standeskommission erarbeitet wird. Grundsätzlich wird von Seiten der Geschäftsstelle eine Trennung von Bikestrecken und Wanderwegen begrüsst, aber gleichzeitig die Wichtigkeit eines attraktiven Grundangebots von Bikerouten, insbesondere für Einheimische, betont.

Ein ganz besonderer Dank geht dieses Jahr an die Organisatoren des Eidg. Jubiläumsschwingfests, aber auch an den Vorstand, die Standeskommission und die Mitarbeitenden. Guido Buob lobt die vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie das Engagement der Angestellten der Geschäftsstelle. Abschliessend gibt der Geschäftsführer einen Ausblick auf kommende Projekte wie den Pop-up-Store in Luzern und die Flurnamentäfel. Guido Buob empfindet das Jubiläumsjahr als Erfolg. Er hebt hervor, dass der Tourismus ein wichtiger Bestandteil der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung von Appenzell Innerrhoden ist, und betont die Bedeutung von nachhaltigem Tourismus auf allen Ebenen.

Die beiden Jahresberichte von Präsident Sepp Manser und Geschäftsführer Guido Buob werden genehmigt.

### **5. ABNAHME DER JAHRESRECHNUNG UND DES REVISORENBERICHTS**

Die Jahresrechnung wird im Geschäftsbericht auf den Seiten 50 und 51 aufgeführt. Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 3'122'216.18 und Ausgaben von CHF 3'123'793.92 mit einem Verlust von CHF 1'577.74 ab. Der Verlust wird dem Eigenkapital belastet.

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

Der Revisorenbericht ist auf der Seite 55 aufgeführt. Die Versammlung verlangt keine Berichterstattung der Revisoren und genehmigt einstimmig die Jahresrechnung und den Revisorenbericht.

## 6. BUDGET 2025

Das Budget für das Jahr 2025, im Geschäftsbericht auf den Seiten 50 und 51, sieht eine ausgeglichene Rechnung vor. Das Budget wird ohne Wortmeldung zur Kenntnis genommen.

## 7. WAHLEN

Die Vorstandsmitglieder des VAT AI sind auf Seite 53 aufgelistet.

Herr Thomas Manser als Vertreter des Bergwirtevereins hat auf diese Hauptversammlung hin die Demission eingereicht. Seine Ersatzwahl wird nach den Bestätigungswahlen vorgenommen.

Der Präsident und die Mitglieder des Vorstands werden einstimmig wiedergewählt, und ihre Arbeit wird verdankt. Ebenso werden die Revisoren Herr Kevin Clavien, Frau Stefanie Kümpel und Herr Markus Koster bestätigt und mit Applaus bedacht.

Nach der Verdankung der langjährigen und grossen Verdienste von Herrn Thomas Manser im Vorstand wird Ruedi Zürcher, Berggasthaus Scheidegg, als neuer Vertreter des Bergwirtevereins in den Vorstand gewählt.

## 8. WÜNSCHE UND ANTRÄGE

Das Wort für weitere Wünsche und Anträge wurde durch den Präsidenten freigegeben und nicht genutzt.

## Interne Vernissage Jubiläumsbuch

Die beiden Autorinnen des Jubiläumsbuches, Nadia Pettannice und Kathrin Moeschlin, sind an der Hauptversammlung zu Gast und geben einen kurzen Einblick in das neue Buch.

Sie haben die vier folgenden Gegenstände mitgebracht und erläutert, welche während der Recherchearbeit für eine Überraschung gesorgt haben: einen Protokollband von 1868 des Promenadenvereins, eine Appenzeller Menükarte aus Tokio, ein exklusives Schild, das für «Nacktwandern verboten» steht, und ein rotes Bänkli. Laut Nadia Pettannice erzählt das Jubiläumsbuch mehr als nur die Geschichte des Vereins, sondern von Erfahrungen und dem Zusammenleben, was die Innerhoder Bevölkerung geprägt hat. Zum Abschluss bedanken sich Kathrin Moeschlin und Nadia Pettannice bei den beiden Kuratorinnen des Museums Appenzell, bei Sandro Frefel und der Standeskommission für die Unterstützung.

Nach dem kurzen Einblick in die spannende Geschichte bedankt sich der Präsident bei den beiden Autorinnen. Danach gibt er das Wort Landammann Roland Dähler, der das Buch als Erster lesen durfte.

Landammann Dähler betont, wie wichtig der Tourismus für den Appenzeller Wirtschaftszweig ist, denn jeder 6. Arbeitsplatz sei wegen des Tourismus geschaffen worden. Das Buch empfindet er als ein sehr verdientes Geschenk zum 125-Jahr-Jubiläum. Seine wichtigsten Erkenntnisse aus dem Jubiläumsbuch zeigen auf, dass der Erfolg des Tourismus nie garantiert war und immer erarbeitet werden musste. Auch früher gab es schon viele kritische Stimmen aus der Bevölkerung. Da die Lernenden der Geschäftsstelle den Grundstein für die Zukunft bilden, werden die Lernenden Jana Inauen und Lorena Sutter (Flavia Schmid ist abwesend) von Sepp Manser nach vorne gebeten, um die ersten offiziellen und signierten Exemplare entgegenzunehmen.

Zum Schluss bedankt sich Präsident Sepp Manser bei allen Anwesenden und schliesst die Versammlung.

Appenzell, 16. April 2025 / Lorena Sutter



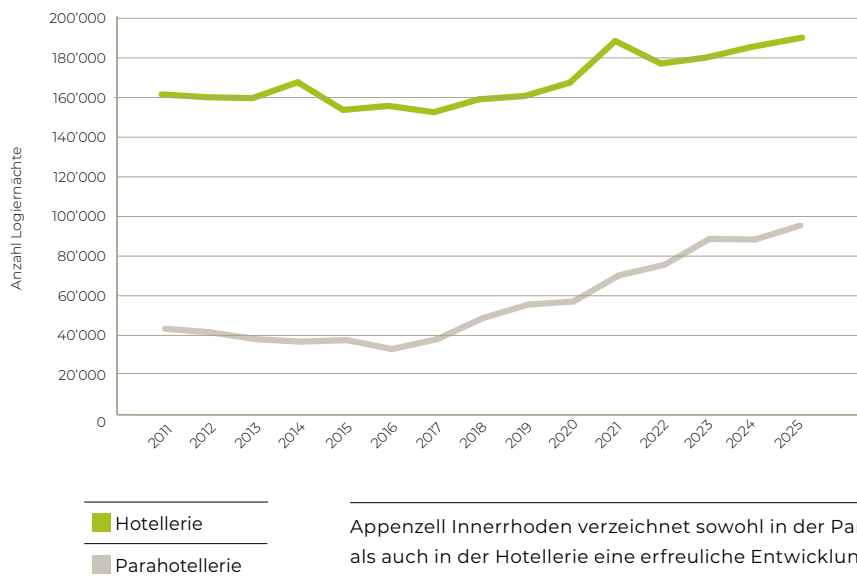
Vernissage Jubiläumsbuch an der Hauptversammlung 2025

## *vetschloofe, schnaachle, tromme, uusschloofe, bliibe, öbenachte*

Mit 189'851 Logiernächten in der Hotellerie und 95'486 Logiernächten in der Parahotellerie gehört 2025 zu den erfolgreichsten Tourismusjahren der letzten Jahrzehnte. Die Zahlen entsprechen gegenüber dem Vorjahr einer prozentualen Veränderung in der Hotellerie um 2.2% und in der Parahotellerie um 7.9%. Besonders erfreulich: Die saisonalen Schwankungen nehmen ab, und das Wetter ist insbesondere bei den Talbetrieben nicht mehr der allein bestimmende Buchungsfaktor. Verständlicherweise sieht dies im Alpstein etwas anders aus. Da bestimmt das Wetter vor allem in der Hauptferienzeit nach wie vor, ob Wanderinnen und Wanderer anreisen und übernachten oder stornieren. Aber besonders an den Wochenenden kann auch im Berggebiet ein Trend zur «Wetterfestigkeit» beobachtet werden - guter Ausrüstung, entsprechender Vorbereitung und internationalen Gästen, die ihren Besuch wegen der eng getakteten Zeit in der Schweiz nicht beliebig verschieben können, sei Dank.

Der Realität in die Augen schauen müssen wir in Sachen durchschnittlicher Aufenthaltsdauer. Trotz intensiver Bemühungen und Angebotsgestaltung mit Ferienkarte und gratis An- und Abreise verharren wir in Innerrhoden seit Jahren bei 1.8 Logiernächten. Damit liegen wir zwar nahe am schweizweiten Durchschnitt von 2.0 Logiernächten, aber die Zielsetzungen liegen darüber. Zu erklären ist diese unbefriedigende Situation mitunter damit, dass der Trend nach mehr, dafür kürzeren Aufenthalten anhält. Die ausgezeichnete verkehrstechnische Anbindung des Appenzellerlands führt ausserdem dazu, dass man schnell hier, aber auch schnell wieder fort ist. Zudem bleiben die Alpstein-Gäste praktisch ausschliesslich nur eine Nacht pro Berggasthaus und machen gleichzeitig rund einen Viertel der Logiernächte in AI aus. Ihre Kurzaufenthalte beeinflussen die statistisch belegte gesteigerte Aufenthaltsdauer in den Talbetrieben negativ.

### ENTWICKLUNG



Appenzell Innerrhoden verzeichnet sowohl in der Parahotellerie als auch in der Hotellerie eine erfreuliche Entwicklung.

## APPENZEL I.-RH.

## SCHWEIZ

Jahr	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
1995	65'831	20'587	<b>86'418</b>	13'873'240	18'744'165	<b>32'617'405</b>
2000	101'341	28'418	<b>129'759</b>	14'862'187	20'157'515	<b>35'019'702</b>
2005	125'249	24'851	<b>150'100</b>	14'622'420	18'321'316	<b>32'943'736</b>
2010	135'469	29'728	<b>165'197</b>	15'765'304	20'442'508	<b>36'207'812</b>
2015	132'594	21'576	<b>154'170</b>	16'052'181	19'576'295	<b>35'628'476</b>
2020	159'462	8'393	<b>167'855</b>	16'389'738	7'341'347	<b>23'730'738</b>
2021	173'764	14'935	<b>188'699</b>	20'960'665	8'598'184	<b>29'588'849</b>
2022	150'579	26'863	<b>177'442</b>	21'062'223	17'178'922	<b>38'241'145</b>
2023	149'211	31'178	<b>180'389</b>	20'838'141	20'920'942	<b>41'759'083</b>
2024	153'811	31'922	<b>185'733</b>	20'850'584	21'980'004	<b>42'830'588</b>
2025	153'748	36'103	<b>189'851</b>	<b>21'146'966</b>	<b>22'783'180</b>	<b>43'930'146</b>

Noch nie wurden in Appenzell Innerrhoden so viele Logiernächte in der Hotellerie verzeichnet wie im Jahr 2025. Diese erfreuliche Entwicklung entspricht nicht nur den Zielen und Vorgaben der kantonalen Tourismuspolitik, sondern auch der Strategie des VAT AI. Der hohe Anteil des Binnentourismus ist ganz in unserem Sinne, denn der einheimische Markt erweist sich gegenüber wirtschaftlichen Krisen als deutlich resistenter als das Ausland. Man darf gespannt sein, ob dem Kanton in den nächsten Jahren der Sprung über die 200'000er-Marke gelingen wird. Die Grundvoraussetzungen dafür sind auf jeden Fall vorhanden.

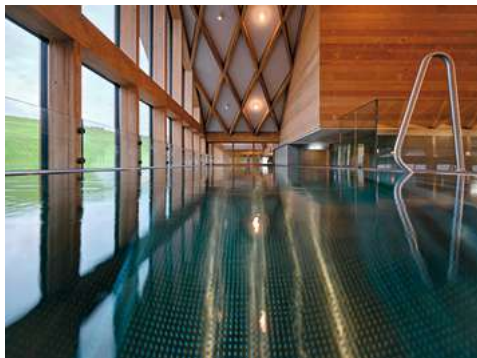
## *göld id finge nee, ombaue, renoviere, uufstocke, öbecheere*

Besonders viel tut sich betreffend Übernachtungsangebot aktuell in Gonten mit dem Resort Appenzeller Huus und im nahen Gontenbad mit dem zukunftsweisenden Umbau des Hotel Gasthaus Bad Gonten. Für eine Tourismusdestination sind solche Investitionen zweifellos ein Glücksfall. Besonders begrüßen wir von unserer Seite, dass die verschiedenen Häuser im Appenzeller Huus unterschiedliche Gäste-segmente ansprechen. Mit dem 5-Sterne-Huus Quell, dem 4-Sterne-Huus Löwen und dem 3-Sterne-Huus Bären verfügt Gonten nun über Beherbergungs-betriebe von exklusiver Qualität in drei verschiedenen Hotelkategorien. Schon jetzt zeigt sich, dass nicht nur Gonten von den Gästen profitiert, sondern die gesamte Destination. Die Häuser garantieren Qualität im eigenen Haus und fordern gleichzeitig die Mitbewerber in der ganzen Destination auf, ebenfalls in die Übernachtungsqualität zu investieren. Dies führt zur wichtigen Aufwärtsspirale, in der sich der Innerrhoder Tourismus seit Jahrzehnten befindet. Dieser Umstand ist kein Selbstläufer, wie viele meinen, sondern es stecken viel Arbeit, konsequentes Handeln und die Bereitschaft dahinter, Investitionen zu tätigen. Erfreulicherweise zeigt sich schon nach wenigen Betriebsmonaten des Huus Quell, dass die neuen, kaufkräftigen Gäste gern ins Dorf Appenzell zum Einkaufen kommen, und die Veranstaltungsreihe des «Appenzeller Forums» hat sich sehr gut etabliert, um kulturelle Glanzlichter an Sonntagabenden zu setzen. Man darf auf die Entwicklung gespannt sein.

Eine erfolgreiche Destination lebt aber auch von den bodenständigen, weniger pompösen Angeboten. Ein schönes Beispiel ist die Übernahme des Berg-gasthauses Ahorn durch eine neue Pächterin. Es sind gerade diese kleinen, aber wichtigen Perlen im Angebotsmix, welche die Vielfalt unserer Destinati-on ausmachen. Wir sind überzeugt, dass auch finanzkräftige Gäste solche Orte wie den Ahorn auf-suchen und schätzen werden.

An dieser Stelle gäbe es noch zahlreiche weitere Gasthäuser zu erwähnen. Jedes Restaurant, das nicht schliesst, eine Nachfolge findet oder an die nächste Generation übergeht und so einen Beitrag zur Angebotsvielfalt leistet, ist ein Gewinn. Eine Aufzählung im Rahmen eines Geschäftsberichts birgt immer die Gefahr, dass ein Betrieb vergessen geht, trotzdem seien an dieser Stelle neben dem Ahorn auch der Marktplatz, Christian Oertle Genuss und Wein, das Steakhouse Waldegg, das Little Italy Kaubad und das Chanh im Hörnli erwähnt.

Entscheidend ist - und das ist bei allen erwähnten Unternehmungen erfreulicherweise der Fall -, dass die Positionierung zu Appenzell passt. Die 2022 gemeinsam verabschiedete Strategie gibt die Leitlinien vor und wird von der Geschäftsstelle in aller Konsequenz verfolgt. Es ist wichtig, dass möglichst alle Betriebe im Appenzellerland denselben Fokus haben und insbesondere auch die gleichen Werte vertreten.



*aachoo, uuspacke,  
bädele, jünge weede, ehole,  
schwitze, massiere*



Von den Investitionen in den Übernachtungstourismus profitieren nicht nur die Gäste, sondern auch das einheimische Gewerbe und der Detailhandel.

## *vereise, Zögli fahre, schenke, öbechoo, omstiige, bade, lööse, veschicke, endere, uusfölle, velengere*

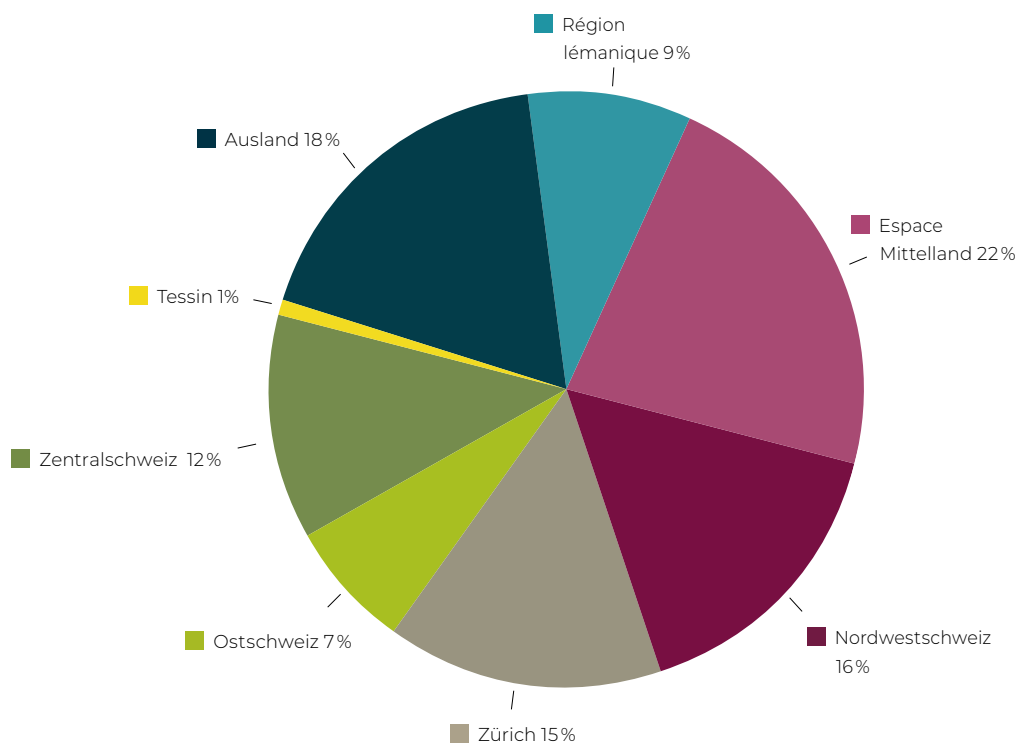
Im Berichtsjahr 2025 verging kaum ein Monat, in dem sich nicht irgendeine Schweizer Destination, eine touristische Vereinigung oder ein Beratungsinstitut in unserer Geschäftsstelle meldete, um sich nach dem Konzept und der Finanzierung der gratis An- und Rückreise zu erkundigen. Diesbezüglich ist Appenzell nach wie vor Pionierin.

Bei der Lancierung des Angebots wurde mit den Vertretern der SBB vereinbart, dass wir bezüglich Umsetzung und Finanzierung immer mit offenen Karten spielen und unsere Erfahrung mit Interessierten teilen. Das leben wir und stehen jederzeit gern mit Auskünften zur Verfügung. Natürlich geniessen wir einen Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Destinationen. Im Vordergrund steht aber einerseits klar die Förderung der Beherbergungsbetriebe mit diesem mehr als konkurrenzfähigen Produkt und andererseits unsere aktive Leistung gegen den Klimawandel. Wir möchten uns bewusst mit Taten statt Worten im Bereich ökologische Nachhaltigkeit hervorheben.

Im vergangenen Jahr haben die beteiligten Beherberger in Appenzell und Umgebung 14'961 Ferienkarten an die Gäste abgegeben. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 4%. Interessant sind die Vergleiche mit früheren Jahren insofern, als sich die Zahlen parallel zu den Logiernächtezahlen entwickeln. Daraus schliessen wir, dass es sich bei einer Steigerung der Logiernächtezahlen durchaus um Gäste handelt, die drei Nächte oder länger in der Region bleiben.

Per Sommer 2025 haben wir den Software-Anbieter der Ferienkarte gewechselt. Neu benutzen wir die Software der Firma AVS. Nach anfänglichen Startschwierigkeiten hat sich alles sehr zur Zufriedenheit der Anwenderinnen und Anwender entwickelt. Mit der neuen Software können wir nun genauere und breitere statistische Daten erheben. So wissen wir, dass rund die Hälfte aller Ferienkartengäste nach der Mindestanzahl von drei Nächten wieder abreist. Dies sind vorwiegend Gäste in der Hotellerie und in B&Bs. 20% bleiben vier Nächte, die restlichen 30% sind überwiegend Gäste in Ferienwohnungen und -häusern, die fünf, sechs oder sieben Nächte bleiben.

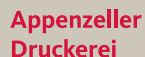
## HERKUNFT DER GÄSTE NACH GROSSREGIONEN IN DER SCHWEIZ UND DEM AUSLAND 2025



Anhand der ausgestellten Billette können wir eruieren, woher unsere Gäste anreisen. Überrascht sind wir über die stetige Zunahme an Billetten ab Flughäfen oder Grenzbahnhöfen für ausländische Gäste. Daraus lässt sich schliessen, dass das Angebot auf verschiedenen Kommunikationskanälen wahrgenommen wird und das digitale, nutzerfreundliche Handling auch im Ausland verstanden wird.



# DANKE FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG DER APPENZELLER FERIENKARTE



*spitze, sääle, betoniere, abiloo, flüüge, sichere, bore, uusrechne, aasääle, funke*

**Ein Stück Säntis-Geschichte wird neu geschrieben: Ende 2026 bringt die neue Schwebbahn Gäste noch komfortabler auf den Gipfel des Erlebnisbergs. Wo Tradition auf Innovation trifft, entsteht ein Bauwerk, das den Säntis als Wetterberg und Ausflugsziel für Generationen neu erlebbar macht.**

Von Mai bis Spätherbst 2026 läuft die Hauptphase der Bauarbeiten in der Talstation, bei den Stützen und in der Bergstation. In dieser Zeit bleibt der Bahnbetrieb unterbrochen.

Die vielfältigen Gastronomie- und Erlebnisangebote auf der Schwägalp stehen allen Gästen weiterhin zur Verfügung, und auch das «Säntis - das Hotel» ist geöffnet und heisst Gäste willkommen. Aus Innerrhoder Sicht wünschen wir eine unfallfreie Bauzeit, wir freuen uns auf die neue Bahn und fordern alle Alpsteinfreunde auf, in diesem Jahr den Säntis einmal ohne Bergbahn, dafür vielleicht auf einer mehrtägigen Bergwanderung zu besuchen.

#### **Projekt «Säntis 2026» - aktuelle Einblicke**

Ab Mai 2026 finden jeden Mittwoch von 10 bis 11 Uhr Präsentationen statt. Interessierte erhalten spannende Einblicke, Fakten und Insider-Informationen zum Fortschritt des Projekts «Säntis 2026». Je nach Baufortschritt können die Baustellenabschnitte direkt vor Ort besichtigt werden.

#### **Anmeldung zur Präsentation und weitere Informationen unter:**

[www.saentisbahn.ch/neubau-projekt-saentis2026](http://www.saentisbahn.ch/neubau-projekt-saentis2026)



Arbeiten nahe der Stütze 2 im Herbst 2025

*endere, telefoniere, reseviere, aalüüte, öbecheere, berootte, zemestölle, organisiere, absäge, verschiebe*

**«Guido, ihr in Appenzell seid für mich das Mass aller Dinge in Sachen Gruppen», sagte mir anlässlich eines Teamausflugs von Heidiland Tourismus der Geschäftsführer Orlando Bergamin.**

Dieses Lob eines Branchenkollegen, der selbst die Schwierigkeiten einer erfolgreichen Positionierung im Gruppengeschäft kennt, freute mich sehr. Als Geschäftsführer gebe ich dieses Lob aber sofort an die pflichtbewussten und allzeit flexiblen Mitarbeiterinnen im Gruppenbereich weiter. Von meinem Büro im ersten Stock erhalte ich, im Gegensatz zu früher an der Schäfligasse, einen sehr spannenden Live-Blick darauf, wie unsere Führerinnen, Führer, Vorjodlerinnen und Vorjodler mit den Gästen auf sympathische und professionelle Art umgehen. Sie vermitteln nicht nur Fachwissen, sondern berichten

auf lebendige, subtile und persönliche Weise über die Innerrhoder Kultur, über Land und Leute sowie die Traditionen. Man lacht, man hört zu, und man zeigt plötzlich sehr viel Respekt für die andere Seite.

Die Anzahl Gruppenführungen durch die Geschäftsstelle bewegt sich seit Jahren auf dem ungefähr gleich hohen Niveau. Dies ist erfreulich, widerlegt aber auch die gelegentlich gehörten Aussagen, dass es immer mehr Gruppengäste in Appenzell habe. Wie dem auch sei: Gastronomie, Detailhandel und Beherberger freuen sich über die rund 21'000 Gäste, die nur schon durch unsere Geschäftsstelle betreut werden. Neben der schönen Erinnerung wird sicherlich auch die eine oder andere Spezialität aus Appenzell mit nach Hause gebracht.

<b>GRUPPENPROGRAMME</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Dorfführungen	592	570	234	395	652	645	644	634
Dorfführungen mit Käse	49	35	3	3	22	21	24	27
Dorfführungen mit Apéro	71	98	41	43	82	81	42	65
Schmackhafte Dorfführungen	58	72	26	28	51	38	61	55
Kulinarische Dorfführungen	52	34	12	17	30	28	38	45
Wildkirchli-Führungen	60	53	15	17	45	39	25	26
Naturjodelkurse	365	381	122	116	310	322	317	353
Nachtwächter-Führungen	76	83	49	57	95	98	85	79
Frauenführung Appenzell				14	29	28	27	22
Sagen erzählen	15	29	9	18	19	20	33	12
Rondom-Führung Hoher Kasten	24	22	6	8	18	14	10	10
Individuelle Führungen	20	15	4	3	7	6	21	7
<b>Total</b>	<b>1'382</b>	<b>1'392</b>	<b>521</b>	<b>719</b>	<b>1'360</b>	<b>1'340</b>	<b>1'327</b>	<b>1'335</b>



*«Es war alles einfach grossartig  
- wir waren überall herzlich willkommen und haben uns so richtig wohl gefühlt.*

*Vielen herzlichen Dank.»*

**M. I. AUS OBERKIRCH**



*«Es war alles in allem ein perfekter Tag. Das Wetter war genial. Es war alles perfekt organisiert! Ein herzliches Dankeschön an das Tourist-Info-Büro.»*

**D. S. AUS REBSTEIN**



Ob die Spieler des FC St. Gallen oder die MG Hornussen (AG) – alle Schweizer Gruppengäste sind herzlich willkommen und sind begeistert von der Fülle und der Qualität des Gruppenangebots, das Ihnen in Appenzell geboten wird.

*stroommere, abropfe, hoble, uusmesse, moole,  
abchlääbe, vekable, striiche, velegge, mondiere*

Nach Fertigstellung und Bezug der neuen Tourist Information am Landsgemeindeplatz gingen Vorstand und Geschäftsstelle davon aus, dass nicht gleich wieder Umbauarbeiten im Gebäude vorgenommen werden müssten. Mit dem Mandat der Ausserrhoder Tourismusorganisation (ATAG) an den VAT AI zur operativen Führung des Tourismus über das ganze Appenzellerland wurde eine interne Reorganisation mit der Schaffung neuer Arbeitsplätze aber zwingend. Der Vorstand entschied früh und speditiv, das Dachgeschoss im 2. Stock der Geschäftsstelle künftig für weitere Büroräume umbauen zu lassen. An dieser Stelle sei dem langjährigen Mieter der Loftwohnung für sein Verständnis und seine Bereitschaft gedankt, im Rahmen der ordentlichen Kündigungsfrist auszuweichen. Neu werden im Dachgeschoss vier Arbeitsplätze, ein Sitzungszimmer, das auch als Mittagstisch verwendet werden kann, eine Küche und ein Badezimmer für die Angestellten sowie ein Gäste-WC vorhanden sein. Der Umbau wird CHF 140'000 kosten. Der VAT AI wird die Kosten aus dem Vermögen bezahlen und ordentlich abschreiben. Der Bezug der Räumlichkeiten wird Ende Januar 2026 vollzogen.

Sodann verfügt unser Verein über äusserst attraktive Arbeitsplätze, mit Möglichkeiten für die Angestellten, wie sie selten geboten werden können. Wie beim ersten Umbau hat der Vorstand die klare Vorgabe gesprochen, dass bei der Bauvergabe, wenn immer möglich, das einheimische Gewerbe berücksichtigt wird. Entsprechend fachgerecht wurden die Arbeiten auch ausgeführt.




---

Stellvertretend für alle Handwerker: Impressionen des Umbaus. Zweifellos gehören die neuen Arbeitsplätze in jeder Hinsicht zu den attraktivsten im Kanton.



Die Projektverantwortlichen beim Standort «Halten».

## *produziere, forsche, koordiniere, endere, aapasse*

Insbesondere im Produktmanagement zeigt sich, dass es oft Jahre braucht, um eine Idee erfolgreich im Gelände umzusetzen. Eine solche Idee war das Flurnamenprojekt, das sich am Ende über mehr als fünf Jahre erstreckte. Dabei ist es häufig nicht die Komplexität der Projekte, sondern schlicht und einfach die interne Priorisierung, die zu Verzögerungen führt. Es scheint uns aber richtig, dass an solchen Projekten weitergearbeitet wird, und zwar immer dann, wenn für einmal etwas weniger dringende Arbeit ansteht. Am Ende überwiegt die Freude aller am Projekt beteiligten Partner an der gelungenen Umsetzung.

Die Reaktionen auf das Flurnamenprojekt liessen nicht lange auf sich warten. Sie fielen durchweg positiv aus. Insbesondere viele Einheimische freuen sich und anerkennen die Bemühungen des Tourismus, dass man ein Stück Identität im Land auf sympathische Art behalten will. Eine Genugtuung sind auch die Reaktionen aus anderen Gegenden der Schweiz, wo über eine ähnliche Umsetzung nachgedacht wird. Ein grosser Teil der Arbeit erfolgte im Übrigen durch unsere ehemalige Lernende Lorena Sutter, die nach ihrer Lehrzeit noch mehrere Wochen bei uns «anhängte», sich der Montage der Tafeln im Gelände annahm und so das innere Land *noch* besser kennenlernte.



Gäste und Einheimische sollen unterwegs wissen, wie es dort heisst, wo sie sich befinden.

## *vedanke, rüeme, bespreche, uusdiskutiere, feschte, afüüre, schitte, bröötle*

Es ist nicht üblich, dass wir in einem Geschäftsbericht einen Partner speziell hervorheben. Wir gestatten uns aber eine Ausnahme, weil vom Jubiläumsjahr der Appenzeller Kantonalbank auch unsere Gäste, wir Einheimischen und zahlreiche Leistungsträger profitierten. Das grosse KB-Fest am 12. Juli mit einem Dorffest, das seinesgleichen sucht, und einem Konzert mit «Riana» und «Hecht» auf dem Zielplatz war sicherlich ein Höhepunkt. Für unsere Geschäftsstelle war die Organisation und Abwicklung des Vorverkaufs für das Konzert eine Herausforderung, welche die Angestellten der Tourist Information mit

Bravour meisterten. Speziell hervorheben möchten wir die enge Zusammenarbeit: Ein unkompliziertes und vor allem positives Miteinander mit gegenseitiger Wertschätzung schafft ein positives und konstruktives Arbeiten, das zum nachgelagerten Erfolg führt. So gesehen ist die Kooperation, wie sie unser Verein anlässlich des Jubiläumsjahres mit der Appenzeller Kantonalbank erleben durfte, sinnbildlich für das Miteinander, wie es unser Verein mit allen Leistungsträgern und Partnern im Kanton pflegt.

---

Mit dem Jubiläumsprojekt «KB Aktiv» zeigte sich die Appenzeller Kantonalbank besonders grosszügig. An sechs Feuerstellen in AI und AR, wo dringender Ersatz für die Lagerung von Brennholz geschaffen werden musste, finanzierte die Kantonalbank neue «Holzkaalt» – gebaut von Lernenden der Appenzeller Holzfachschule, damit Gäste und Einheimische jederzeit auf trockenes Holz zurückgreifen können. Stellvertretend hier abgebildet ist die Feuerstelle Scheidegg, die in einer kleinen Feier mit allen involvierten Personen eingeweiht wurde.





Am KB-Fest vom 12. Juli erfreuten sich Einheimische und Gäste aus der ganzen Schweiz. © Appenzeller Kantonalbank.

*zweg, iicheere, zemepacke, picknicke,  
Schue bönde, chiiche, ommeluege,  
vewiile, Uussicht gnüüsse, unilaufe,  
abilaufe*

**Unser wichtigstes strategisches Geschäftsfeld ist und bleibt das Wandern. Entsprechend setzt die Geschäftsstelle die Kräfte und Mittel zu Gunsten dieses Gästesegments ein. Die Massnahmen erfolgen dabei breit gefächert und dennoch konsequent.**

Als vom Kanton und den Schweizer Wanderwegen anerkannte Wanderweg-Fachorganisation sind wir Bindeglied zur Dachorganisation Schweizer Wanderwege, in der alle Kantone vertreten sind. Unser Verein setzt sich somit in Sachen Wanderwege nicht nur für Gäste, sondern in hohem Masse auch für Ein-

heimische ein. Insbesondere die Einheimischen schätzen es, wenn auch weniger oft begangene Wanderwege im Netzplan festgehalten und gesichert sind, aber auch entsprechend gut unterhalten werden. Für den Unterhalt sind die Bezirke zuständig. Sie investieren jährlich einen Betrag von mehreren hunderttausend Franken in deren Pflege. Diese Arbeiten werden durch Bezirksangestellte und den Wegmacher, der bei unserem Verein angestellt ist, ausgeführt. Wesentlich zum Erhalt der Wanderwege tragen aber auch die Bergwirte bei. Sie leisten jährlich über 1'000 Fronstunden an den Wanderwegen. Diese Arbeit kommt dem Gemeinwohl zugute und soll an dieser Stelle auch einmal verdankt sein.

Im Sinne der Interessenwahrung und der Qualitätssicherung hat sich die Geschäftsstelle anlässlich der Wanderweg-Netzplanaufgabe erfolgreich an zahlreichen Orten für den Erhalt der Wanderwege eingesetzt und sich gegen die Streichung aus dem Netzplan gewehrt. Überall ist es nicht gelungen, doch konnten praktisch in jedem Bezirk ein oder zwei Wegabschnitte im Netzplan gesichert und somit für kommende Generationen erhalten werden.



In diesem Jahr besuchten der Präsident der Dachorganisation Schweizer Wanderwege, NR Simon Stadler, und der Geschäftsführer Michael Roschi unseren Kanton. Gemeinsam mit Guido Buob begab man sich auf eine Bergtour, auf der unterschiedliche Wegabschnitte begutachtet wurden. Beim Mittagessen stiess Wegmacher Patric Hautle dazu.



Der Bergweg vom Parkplatz Wasserauen in Richtung Hüttenobel – Seealpee ist einer der Wegabschnitte, für deren Erhalt sich der Verein aktiv eingesetzt hat.

## *erkläre, bezölle, zuelose, öbelegge, sensibilisere, zemebocke, mitenand schwätze*

**Dass der Tourismus immer wieder Kritik ausgesetzt ist, gehört zum Alltag einer erfolgreichen Tourismusdestination. Spätestens seit den Recherchen zum Jubiläumsbuch unseres Vereins wissen wir, dass die negativen Auswirkungen des Tourismus schon in früheren Jahren immer wieder für Kritik und sogar für Beschädigungen sorgten. Unser Verein und die Geschäftsstelle sind bemüht, zusammen mit Behörden und Leistungsträgern alle Kritik aktiv anzugehen und gute Lösungen zu suchen. Dabei gilt es immer auch den gesetzlichen Rahmen zu kennen, auch wenn der eine oder andere Einheimische manchmal gern eine etwas härtere Linie fordert.**

Aktuell ist selbst für die Geschäftsstelle nicht immer und überall klar, was gilt. Die Diskussion mit Gästen zeigt leider, dass bald nur noch klare Verbote wirken und eingehalten werden. In einer von Individualismus, Rücksichtslosigkeit, Ignoranz und Egoismus geprägten Gesellschaft wird der Spielraum für das Vorleben des Mottos «Leben und leben lassen» immer kleiner. So pocht jeder auf die Anwendung seiner Rechte und akzeptiert andere Bedürfnisse kaum noch: Wir machen die Erfahrung, dass die Rücksichtnahme und gleichzeitig die Akzeptanz immer kleiner werden.

In diesem gesellschaftlichen Umfeld bewegen wir uns als Verein. Wir sind überzeugt, dass wir Lösungen finden werden. Eine gute Grundvoraussetzung ist gegeben: Behörden, Leistungsträger, Tourismus und Einheimische reden miteinander. Die Politik ist bemüht, die Anliegen der Bevölkerung aufzunehmen und sie mitwirken zu lassen. Die Politik, insbesondere das Volkswirtschaftsdepartement, hat den Lead übernommen und geht die Probleme mit einer gesunden Beharrlichkeit an. Häufig wird dabei vergessen, dass es oftmals neue Gesetze braucht, um Massnahmen wirkungsvoll umzusetzen. Diese Zeit müssen wir den Behörden geben und dürfen nicht bei jeder persönlichen Unzufriedenheit in den sozialen Medien wenig fundierte Kritik äussern.

In seiner Strategie 2022-2032 bekennt sich der VAT AI klar und deutlich zu einem nachhaltigen Tourismus. In diesem Sinne darf man auch uns an der Wahrnehmung eines sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Tourismus messen. Für diesbezügliche Diskussionen stehen sowohl wir von der Geschäftsstelle als auch der Vorstand zur Verfügung.



In gedruckten Zeitungen, aber auch auf digitalen Kanälen sorgte dieses Bild vom Fählensee für teilweise heftige Kritik.

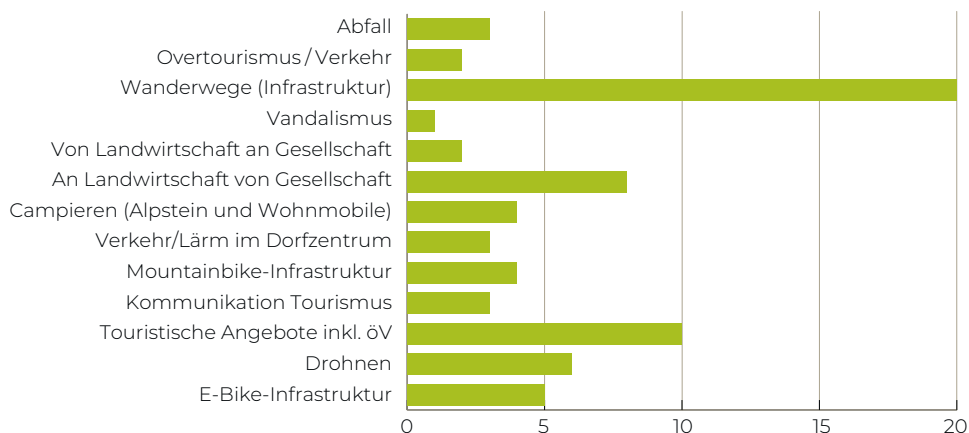
## *uusrüefe, uusrichte, chiibe, rüeme, tanke, flicke, sackere, esetze, mölde, endere*

**Morsche Zaunübergänge, fehlende Wegweiser, schlechte Zuganschlüsse aus dem Rheintal: Die Palette an Meldungen, die seit dem Frühsommer bei uns in der Geschäftsstelle als neuer «offizieller Meldestelle» eingingen, ist breit.**

Im Juni wurde das Meldesystem als Teil eines «Strausses» an Massnahmen zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus im Kanton lanciert und bei uns angesiedelt. In Ergänzung zur jahrelangen Praxis, nur schriftlich vorgebrachte Reklamationen zu bearbeiten, wurden neu sämtliche, auf allen Kanälen eingehenden Meldungen erfasst. Aufgrund der breiten medialen Thematisierung im Juni befürchtete man unzählige Meldungen, was sich nicht bewahrheitete. In den 210 Tagen bis zur Bilanz gingen rund siebzig Meldungen ein. Dabei waren rund die Hälfte der Meldenden Einheimische. Obenaus schwangen Rückmeldungen zur Wanderweg-Infrastruktur, die an die zuständigen Wanderweg-Verantwortlichen der Bezirk

weitergeleitet wurden. Diese behoben in der Folge die Mängel zeitnah. Auffällig häufig wurden fehlende Veloparkplätze und E-Bike-Ladestationen im Dorfkern moniert. Derartige Infrastruktur-Wünsche lassen sich allerdings nicht gleich schnell erfüllen wie der Ersatz eines verbogenen Wegweisers.

2026 wird das System beibehalten, und die Tourist Information dient weiterhin als Meldestelle. Da auch das leidige Littering wiederholt Meldungsinhalt war und sich weitere Stellen im Kanton (Landwirtschaftsamt, Bauernverband, Bergwirteverein Alpstein) mit der Thematik auseinandersetzen, wurde beschlossen, als Massnahme zur Sensibilisierung von Gästen auf die Wandersaison 2026 hin Abfallsäcke zu gestalten. Diese werden an Wandernde abgegeben und sollen dazu motivieren, den eigenen (und fremden) Abfall mit ins Tal oder ganz mit nach Hause zu nehmen. Es bleibt abzuwarten, ob das Liegenlassen von Abfall spürbar abnimmt.



Die Auswertung der Meldungen zeigt deutlich, dass eine funktionierende Wanderweg-Infrastruktur als wichtig erachtet wird.

## *uusflüüge, uusfahre, ommeluege, spaziere, flaniere, schnöchsle, Behndli fahre*

**Die Luftseilbahnen dürfen auf ein gutes bis sehr gutes Jahr 2025 zurückschauen. Das Wetter spielte zwar während der erfahrungsgemäss wichtigen Monate Juli und September nicht immer mit, doch glichen die anderen Monate das Minus erfreulicherweise wieder aus. Mit zum guten Ergebnis haben aber auch die oftmals schönen Wochenenden und zahlreiche Veranstaltungen beigetragen.**

Insgesamt verzeichneten die drei Innerrhoder Luftseilbahnen im Jahr 2025 657'840 Frequenzen (Vorjahr: 610'747). Da eine Berg- und Talfahrt als zwei Frequenzen gezählt wird, entsprechen diese Frequenzen rund 420'000 Fahrgästen.

In der heutigen Welt erwartet man, dass die Massnahmen zur Förderung der Nebensaison oder die Attraktivitätssteigerung von Ausflügen und Wanderungen bei weniger gutem Wetter schon mit der Lancierung entsprechende Wirkung zeigen. Die Erfahrung zeigt, dass die Gäste am Ende doch träger reagieren. Die konstante Bearbeitung der Marketingverantwortlichen in den letzten Jahren, um weniger gut ausgelastete Zeiten zu fördern, zeigt nun aber immer mehr Erfolg. Ganz nebenbei mit dem positiven Nebeneffekt, dass effektive Spitzentage weniger werden.

Eine besondere Erwähnung verdient nach wie vor die hervorragende Zusammenarbeit, welche die Luftseilbahnen untereinander pflegen. Sie bewei-

sen, dass Eigenständigkeit mit Zusammenarbeit einhergehen kann, ohne die eigene Identität oder Positionierung zu verlieren. Die erfolgreiche Saison in allen Betrieben zeigt, dass es am Ende praktisch immer nur Gewinner gibt. Explizit an dieser Stelle einzubeziehen gilt es die Säntisbahn, die mit den drei Innerrhoder Bahnen am gleichen Strick zieht. Nach aussen war diese Zusammenarbeit sicherlich mit dem Kombi-Billett «4 Bahnen, 1 Ticket» sichtbar, das im Berichtsjahr fleissig eingelöst wurde. Ausserdem in der Nebelmeer-Kampagne, die im Herbst 2025 nach fünfmaliger Durchführung ihren Abschluss fand. Die Bahnen nutzen erfreulicherweise aber auch viele Synergien im Hintergrund, sei es in der Technik, bei der Ausbildung oder im administrativen Austausch.

Als Tourismusorganisation schätzen wir diese Zusammenarbeit im höchsten Grade, erleichtert sie uns doch die Arbeit, und die Gäste spüren durchaus, dass hier im Appenzellerland alle am gleichen Strick ziehen.



Veranstaltungen sind bei den Luftseilbahnen ein wichtiges Instrument, um die Gäste immer wieder in die Region zu ziehen. Bereits zur Tradition entwickelt hat sich die Drohnenshow an der Talstation der Kronbergbahn, die jeweils enorm viel Publikum anzieht.

## *uufschaalte, iizüche, inneweede, klatsche, gfalle, reseviere, zueluege*

**Vielen Vereinsmitgliedern, Veranstalterinnen und Einheimischen ist gar nicht bewusst, wie viel administrative Arbeit in der Erfassung und Publikation aller im Kanton stattfindenden Veranstaltungen sowie in den zahlreichen Vorverkäufen steckt. Wir sehen uns in beiden Punkten als Kompetenzzentrum, Informationsdrehscheibe und Dienstleistungsstelle.**

Allein im vergangenen Jahr hat die Tourist Information Tickets im Wert von über CHF 500'000 umgesetzt. Dank der vor zwei Jahren eingeführten digitalen Lösung fand bezüglich Prozessabwicklung sicherlich ein Quantensprung statt. Dies allerdings mit dem grossen Nachteil, dass immer auch ein bestimmter Prozent-

satz an Kommissionsgebühren bezahlt werden muss, der früher direkt den Veranstaltenden zugutekam. Dadurch haben sich die Billettpreise leicht erhöht, damit den Veranstaltenden auch etwas bleibt. Wichtig für die Geschäftsstelle war und ist, dass Einheimische nach wie vor auch am Schalter der Tourist Information mit Billetten bedient werden. Das wird geschätzt, und unser Verein wird diese Möglichkeit weiterhin im Sinne der Öffentlichkeitsarbeit zum Selbstkostenpreis anbieten.

Die Erfassung, Kontrolle, Veröffentlichung und Weiterleitung von Veranstaltungen an den «Appenzeller Volksfreund» und weitere Kanäle ist ein zeitintensiver und wichtiger Bestandteil unserer Arbeit. Kaum ein Einheimischer ist sich bewusst, dass die im «Volksfreund» abgebildeten Veranstaltungen vom Tourismusbüro aufbereitet werden. Wir erachten diese Dienstleistung ebenfalls als zentralen Service einer Tourismusorganisation. Dies mit dem Ziel eines breiten und vielfältigen Kulturangebots für alle und in der Hoffnung auf bleibende Begegnungen zwischen Gästen und Einheimischen. Ergänzt wird das Themenfeld seit dem Frühling 2025 mit der Litfasssäule auf dem kleinen Brauereiplatz, die in sehr guter Zusammenarbeit mit dem Kunstmuseum Appenzell plakatiert wird.



Ganz im Sinne der Kulturförderung bietet Appenzellerland Tourismus AI bewusst den Service einer kostengünstigen Vorverkaufsplattform für einheimische Vereine und Organisatoren an. Denn wir sind uns bewusst, dass ein breites Kulturangebot viel zum Erfolg einer lebenswerten und lebendigen Region beiträgt.

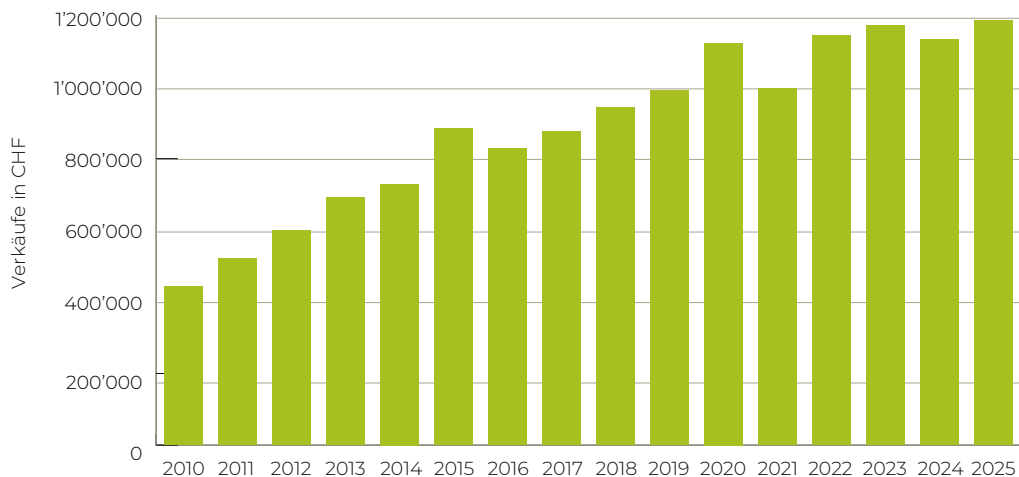
## *zähle, tuusche, schenke, öbechoo, iilööse, ommigee, uuszähle, chaufe, chläusele*

Im Jahr 2025 hat die Tourist Information Gutscheine im Wert von CHF 1'171'705 verkauft. Erneut ein Rekord! Für diesen Effort gilt den Angestellten am Schalter der Tourist Information ein besonderes Lob. Das Erfolgsrezept der Gutscheine ist bestechend einfach: überall und wirklich überall einlösbar, keine Kommissionen, einfache Abrechnung und wertige Erscheinung.

In einer digitalisierten Welt erfreuen sich die Gutscheine, die für die Leistungsträger mit Bargeld gleichzusetzen sind, einer nicht enden wollenden Beliebtheit. Was vor 25 Jahren mit handgeschriebenen Gutscheinen für das Personal des Tourismus als Weihnachtsgeschenk startete, wurde mittlerweile im ganzen Appenzellerland zu einem überaus beliebten Geschenk. Dank der klar analogen Ausrichtung und der einfachen Handhabung kommen die Gutscheine nicht als digitales Massenprodukt daher, sondern vermitteln sowohl dem Käufer als auch dem Beschenkten eine gewisse Individualität und Eigenständigkeit - typisch Appenzell.

Neben der gesamten administrativen Abwicklung der Gutscheine mit Verkauf, Rücknahmen und Auszahlungen nehmen die Angestellten am Schalter auch noch Telefone ab, erteilen Auskunft vor Ort und stellen Billette für Vorverkäufe oder Bahntickets für die gratis An- und Rückreise aus. Dazu kommen die Betreuung von Schnupperlernenden, die Ausbildung der Lernenden, das Schreiben von Rechnungen sowie das Richten von allerlei Prospektmaterial samt Versand. All dies geschieht immer mit einem Lächeln und freundlichem Tonfall, möge der Gast noch so kompliziert, fordernd oder eigenwillig sein.

Unsere Mitarbeiterinnen am Schalter der Tourist Information sind wahre Wunderwerke des Fleisses und der Freundlichkeit. Ihnen gebührt ein spezieller Dank!





Für einmal wie die Grossen arbeiten durfte Thea Inauen am Zukunftstag in der Tourist Information. Mit sichtlicher Freude und nicht ohne Stolz verkaufte sie Gutscheine.

## *inneweede, leene, zääge, mitmache, aamölde, mit hee neh, all Taag nebes loos*

Sowohl der Kanton im Rahmen der Tourismuspolitik als auch unser Verein selbst haben sich das strategische Ziel der Winterförderung gesetzt. Daran arbeiten wir in der Geschäftsstelle intensiv, und von diesem durchaus steinigen Weg lassen wir uns nicht abbringen. Schritt für Schritt, Jahr für Jahr arbeiten wir gemeinsam mit den Leistungsträgern an diesem volkswirtschaftlich wichtigen Thema. Dabei gilt es erste Erkenntnisse festzuhalten. So stellen wir fest, dass die Wetterverhältnisse im Winter weniger eine Rolle spielen als im Sommer, wo die Hauptbeschäftigung das Wandern ist. Natürlich helfen uns schöne Monate wie der vergangene November und Dezember mit vielen Nebeltagen im Mittelland und strahlendem Sonnenschein im Appenzellerland. Aber zu spontanen, wetterbedingten Stornierungen kommt es deutlich weniger. Wir stellen auch eine Tendenz fest, dass die Gäste nicht mehr zwingend Schnee erwarten, sondern sich dieser Wunsch eher auf Ski-Destinationen beschränkt. So ist sicherlich auch der Fokus der Geschäftsstelle richtig, im Winter zweigleisig zu fahren: «Kultur» und «Bewegung in der Natur». Die Nachfrage nach unserem Kulturprogramm im Winter steigt langsam, aber stetig. Bewusst halten wir auch an weniger gut gebuchten Angeboten fest, um eine möglichst breite Angebotspa-

lette anzubieten und so auch die Zielgruppen offener als im Sommer zu definieren.

Mit über 100 Teilnehmenden sind die Nachtwächterführungen nach wie vor die meistbesuchten Angebote. Aber auch kleine, feine Angebote wie «Räuchle», «Geführte Wanderung mit und ohne Schnee», «Herstellung einer Schokoladentafel» oder der «Spaziergang Kunstlandschaft» finden ihre Anhänger. Wir sind überzeugt, dass wir in die richtige Richtung arbeiten, und sind dankbar, wenn uns nicht nur die Gäste positive Rückmeldungen geben, sondern auch die Leistungsträger bestätigen, dass es passt.

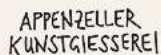
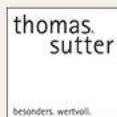
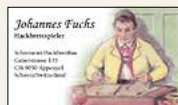
Neben dem Kulturprogramm im Winter erfreut sich auch die Hotelpauschale «de liebscht no echli bliibe» steigender Beliebtheit. Wir sind fast versucht, «endlich» zu sagen. «Endlich» spüren wir eine steigende Nachfrage nach diesem Angebot, das wir zusammen mit den Hotelbetrieben vor vier Jahren lancierten. Die Kombination aus Übernachtungen, gratis An- und Rückreise, Appenzeller Ferienkarte und Kulturprogramm ist attraktiv; nur fehlt uns die Kommunikationsmacht, um die Pauschale am Markt platzieren zu können.



«Räuchle», eines von vielen Angeboten im Kulturprogramm im Winter.



Die schnellsten Nachwuchsfahrerinnen treten im Rahmen des FIS-Slaloms bei besten Bedingungen am Horn gegeneinander an. Dem OK gebührt ein grosser Dank!



**WEITERE PARTNER**

Kurstöbli Appezöll, Appenzeller Handstickerei – Verena Schiegg,  
 Atelier Schmuck aus Haaren – Jakob Schiess, Bauernmaler – Martin Fuchs,  
 Dewiisli-Malerin – Sylvia Manser, Handschnitzer – Alfred Moser,  
 Handschnitzer – Dominic Bösch, Trachtenschneiderin – Bernadette Nef

## *iicheere, taanze, Werbig mache, vezölle, ruggussele, taalleschwinge, zääge, luege loo, vechaufe*

**2025 war für das Appenzeller Regionalmarketing ein arbeitsintensives und sehr erfolgreiches Jahr. Im April nahmen wir an der zweitgrössten Gewerbebesse des Kantons Bern in Herzogenbuchsee teil. Sieben Aussteller präsentierten ihre Spezialitäten und Produkte, und die Verkaufserlöse waren erfreulich.**

Viel zum Erfolg beigetragen hat die gute Zusammenarbeit mit dem örtlichen OK in Herzogenbuchsee, aber auch das attraktive Rahmenprogramm mit dem «Chrobeg-Chörl», den Kapellen «Baazli» und «Alpstee-Buebe» samt Hierig-Paar, Handwerkern und einem grossen Tourismusstand mit Glücksräd. Ein spezieller Dank geht aber auch an die Firma Pfefferbeere Foodstories, die für den Betrieb der kleinen, aber feinen Festwirtschaft verantwortlich war.

Solche Auftritte sind logistisch, personell und finanziell mit grossen Aufwendungen und einem gewissen Risiko verbunden. Gerade Gewerbesessen passen aber hervorragend zum Image unserer Destination:

Wir sind bodenständig, nahe an den Menschen und überzeugen mit hervorragenden Produkten. Während der drei Messtage bespielten wir ein Festzelt von 150 Quadratmetern. Dabei resultierten Einnahmen von CHF 40'000 und Ausgaben von CHF 60'000. Nicht eingerechnet sind die Umsätze der Metzger und Bäcker, die persönlich vor Ort waren und sowohl Einnahmen wie Aufwände eigenhändig verbuchten.

Die Lohnkosten der Projektleiterin Anuba Streule sind ebenfalls nicht in den obenstehenden Kosten inkludiert. Sie ist zwar von Appenzellerland Tourismus AI angestellt, hat aber den Auftrag, sich um die Partner des Appenzeller Regionalmarketings zu kümmern. Dafür erhält wiederum der VAT AI dankenswerterweise einen Beitrag aus dem kantonalen Wirtschaftsförderungsfonds. Alle Partner sind sich einig, dass die Gelder effizient und zielgerichtet eingesetzt werden. Der Zusammenhalt ist einmalig, und die Unterstützung durch die öffentliche Hand wird überaus geschätzt.

### Auftritt als Gastregion an der Gewerbeausstellung in Herzogenbuchsee

Das Appenzeller Regionalmarketing und Appenzellerland Tourismus AI waren vom 10. bis 13. April zu Gast an der Hoga, der Gewerbeausstellung in Herzogenbuchsee. Der Auftritt kam bei den Besucherinnen und Besuchern sehr gut an.

(Mitg.) Die zweitgrösste Messe im Kanton Bern öffnete am 10. April mit der traditionellen Eröffnungsfeier ihre Tore. Da die Hoga zuletzt vor zehn Jahren stattgefunden hätte, war die Vorfreude der Einwohnerinnen und Einwohner von Herzogenbuchsee entsprechend gross und spürbar. Appenzell präsentierte sich im eigenen Gastzelt auf einer Fläche von 150 Quadratmetern.

Appenzellerland Tourismus AI brachte die für die Oberaargauer eher un-

kannte Region mit dem Film «Alpstein von oben», unterschiedlichen Prospekten und umfassenden Beratungsleistungen näher. Ausserdem konnten die Gäste verschiedene Appenzeller Produkte entdecken. Einige Produzenten waren mit ihren kollinarischen oder handwerklichen Spezialitäten persönlich vor Ort.

Die «Pfefferbeere AG» bot an einem Take-away-Stand eine Auswahl von traditionellen und innovativen Appenzeller Köstlichkeiten an. So stiessen sowohl die bekannte Siedwurst als auch das Brewbee-«Goback» aus Biretrobber auf sehr gutes Echo bei den Berner Gästen.

Vor allem am späteren Abend kam der Ausschankwagen von und mit «Appenzeller Bier» zum Einsatz. Das Bierangebot ist durch Produkte der «Appenzeller Alpenbitter AG» und Getränkespezialitäten der «Goba» komplettiert worden.



Die Standbelegschaft, die die Gastregion Appenzell an der Hoga vertrat.

(Bild: zfg)

Die «Alpsteebuebe» und die Kapelle Franz Manser («Baazli») sorgten an den vier Messtagen in Herzogenbuchsee für musikalische Unterhaltung. Am Samstag kamen die Besucherinnen und Besucher sogar in den Genuss des traditionellen «Hierig». Für heimelige Jodelklänge am Sonntag sorgte das «Chrobeg-Chörl» mit verschiedenen Auftritten in und vor dem Gastzelt sowie auf dem Messegelände. Zudem konnten die Besucher dem Handschneider Dominic Bösch und Bauernmaler Martin Fuchs bei ihrer Arbeit über die Schultern schauen. Die Gäste waren durchs Band höchst beeindruckt. Die Trägerorganisation Appenzeller Regionalmarketing bedankt sich bei allen Beteiligten für die grossartige Zusammenarbeit. Ausserdem gilt ein grosser Dank der Standbarterin Agathe Nispe und ihrem Team sowie dem OK der Hoga 2025.

Im Sinne einer starken Öffentlichkeitsarbeit wird auch in Appenzell über den Messeauftritt berichtet: «Appenzeller Volksfreund» vom 26. April 2025.

*pöschele, zölle, ommetue, fotografiere, schriibe, studiere, inneweede, probiere, uufbaue, gstaalte, aaluege*

**Neben der Gewerbesmesse in Herzogenbuchsee zählt die Präsenz am Olma-Genussmarkt in der St.Galler-Kantonalbank-Halle zu den Höhepunkten im Regionalmarketingjahr.**

Die von Jahr zu Jahr steigenden Verkaufszahlen zeigen, dass das gemischte Sortiment von gewerblichen und landwirtschaftlichen Produkten überaus gut ankommt. Lagen die Umsätze noch vor drei Jahren unter CHF 40'000, erreichten wir im Berichtsjahr einen Rekordumsatz von CHF 55'000. In Anbetracht der vielen kleinen Mengen und Beträge pro Kunde wird deutlich, dass die jeweils fünf Angestellten pro Tag hervorragende Olma-Arbeit leisteten. Das Regionalmarketing ist dabei in erster Linie Koordinationsstelle und Logistikzentrum für die 30 Produzenten und ihre Verkaufsprodukte.

Nebst den beiden Auftritten auswärts wurde der Nachdruck samt Ergänzung der überaus beliebten Regionalmarketingbroschüre «Qualität aus Tradition» umgesetzt. In nur gerade zwei Jahren wurden die 15'000 Exemplare der ersten Auflage an Einheimische und Gäste verteilt. Dies und neue Partner machten den Nachdruck erfreulicherweise nötig.

Im Appenzeller Regionalmarketing gibt es auch Sorgenkinder. So konnte trotz Bemühungen und Besichtigungen (u.a. in Lausanne, Luzern und Glarus) kein Pop-up-Store eröffnet werden. Entweder passte die Infrastruktur, die Lage, der Zeitpunkt oder der Preis nicht. Da die Einrichtung eines Pop-up-Ladens immer ein grosses finanzielles Engagement benötigt, gilt es, das Potenzial des Standorts im Vorfeld gründlich abzuklären. Die Geschäftsstelle ist weiterhin von der Idee überzeugt und beobachtet den Markt leerstehender Flächen mit guten Kundenfrequenzen.

Stark rückläufig ist der Verkauf der Geschenksets, bedingt durch die fehlende Bewerbung unsererseits. Der logistische Aufwand ist zu gross, und so haben wir entschieden, den Online-Geschenkkorbmarkt den Partnern mit ihren jeweils eigenen Geschenksets zu überlassen, was schliesslich auch in unserem Interesse liegt. Nach wie vor grosses Interesse zeigt die Geschäftsstelle am Verkauf von Give-aways für Gruppen und Kongressteilnehmer. Bei der Befüllung und Auslieferung wird kein Aufwand gescheut.



Lokaltermin im Brauquöll am Anlass «Partner besuchen Partner». Herzlichen Dank an Appenzeller Bier für die hervorragende Durchführung und die grosszügige Einladung.

## *mölche, rüere, mööllele, hoble, schliiffe, uuswale, abkante, wööze, tääge, onderenandmache*

Das Ziel des Appenzeller Regionalmarketings ist es nicht, möglichst viele Produzenten und Produkte unter einem Dach zu vereinen, sondern vielmehr, die qualitativ richtigen Partner dabeizuhaben. Nach Jahren der Stagnation der Mitgliederzahl freuen sich alle über die beiden neuen Partner. Ledibelle ist die vor zehn Jahren von Albert Koch in Gonten gegründete und heute etablierte Kosmetiklinie, bei der heimische Ziegenmolke ein wichtiges Basisprodukt bildet.

Ebenso erfreulich ist, dass mit Karin und Markus Ulmann eine Nachfolge für die bekannte Drechslerei Keller gefunden wurde. Das Paar aus Weissbad übernahm den Betrieb an der Hauptgasse in Appenzell. Für den gelernten Schreiner Markus Ulmann ist nun das Drechslerei-Hobby zum Beruf geworden. Der neu eingerichtete Laden besticht durch eine geschickte Kombination von modernen und traditionellen Verkaufsprodukten. Sowohl Gäste als auch Einheimische wissen es zu schätzen, dass es im Dorf weiterhin eine Drechslerei gibt.



*zögle, dischgeriere, entscheide, vewöffe, öbelegge,  
studiere, vegliiche, zuelose, chifle, lache*

Der 16. Juni 2025 dürfte sicherlich in die Geschichte des Tourismus im Appenzellerland eingehen. An diesem Tag haben die beiden Organisationen Appenzellerland Tourismus AG (ATAG) und Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI) besiegelt, ab 2026 unter einem Dach aufzutreten. Dabei hat die ATAG dem VAT AI ein Mandat zur Führung des operativen Geschäfts gegeben. So sollen die Geschicke des Appenzeller Tourismus ab 2026 von der neuen gemeinsamen Geschäftsstelle am Landsgemeindeplatz in Appenzell aus organisiert und koordiniert werden. Unterstützt werden sie dabei insbesondere im Auskunft- und Beratungsdienst von den beiden Tourist Informationen in Urnäsch und Heiden.

Vereinbart wurde zwischen den beiden Organisationen, dass man vorerst eine eigentliche Umsetzungsphase festlegt, um dann 2028 die beiden Organisationen offiziell zu fusionieren. Bis dahin bleiben die beiden Organisationen juristisch eigenständig, operativ werden aber sämtliche Arbeits-, Personal- und Kommunikationsbereiche in Appenzell zusammengelegt. Alle Protagonisten sind überzeugt, dass es dank der klaren Aufgaben- und Kompetenzaufteilung gelingen wird, zukünftig das Appenzellerland aus einem Guss zu vermarkten. Der Fokus wird dabei sowohl auf die Kommunikation und das Produktmanagement als auch auf die Gästebereitstellung vor Ort gelegt. Dank der wichtigen und starken Unterstützung beider Kantonsregierungen sind die Grundsteine für einen positiven und erfolgreichen Start gelegt.



Die beiden Tourismusorganisationen AR und AI bauen auf einem starken Fundament eine gemeinsame Tourismusbrücke. Ein historischer Schritt!



AI

14-11

AR



2003

Interkantonale Brücke über den Rotbach in der Göbsi.

# ERFOLGSRECHNUNG 2025

## MIT BUDGET 2026

ERTRAG	Rechnung 2024	Budget 2025	Rechnung 2025	Budget 2026
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	661'746.17	671'000.00	763'000.91	770'000.00
<b>Beiträge</b> Bezirke, Feuerschau, Gastro AI	36'520.00	37'000.00	37'532.00	37'000.00
<b>Marketingmassnahmen aus Vereinbarung VAT AI – ATAG</b>				200'000.00
<b>Subvention Kanton AI</b>	1'140'000.00	1'140'000.00	1'140'000.00	1'140'000.00
<b>Grundleistungen Vereinbarung VAT AI – ATAG</b>				810'000.00
<b>Fundraising Schweizer Wanderwege</b>	51'010.60	50'000.00	50'967.40	50'000.00
<b>Mandate</b>	56'020.79	48'000.00	48'036.61	48'000.00
<b>Kommunikation Tourismus</b>	119'066.04	90'000.00	100'644.29	133'500.00
<b>Produktmanagement</b>	517'678.57	425'000.00	455'778.55	532'000.00
<b>Appenzeller Produkte</b>	212'554.15	163'000.00	206'658.67	175'000.00
<b>Beiträge aus Wanderwegunterhalt</b>	195'333.79	196'000.00	241'600.32	196'000.00
<b>Ertragsminderungen</b>	-79'556.81	-60'000.00	-50'431.65	-117'000.00
<b>A. o. Erfolg</b>	194'622.88	70'000.00	15'320.56	150'000.00
<b>Immobilienertag</b>	17'220.00	20'000.00	12'280.00	0.00
<b>Ertrag Total</b>	<b>3'122'216.18</b>	<b>2'850'000.00</b>	<b>3'021'387.66</b>	<b>4'124'500.00</b>
<b>Verlust</b>	<b>1'577.74</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>58'000.00</b>
<b>Total</b>	<b>3'123'793.92</b>	<b>2'850'000.00</b>	<b>3'021'387.66</b>	<b>4'182'500.00</b>

<b>AUFWAND</b>	<b>Rechnung 2024</b>	<b>Budget 2025</b>	<b>Rechnung 2025</b>	<b>Budget 2026</b>
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	319'547.34	315'000.00	336'277.74	375'000.00
<b>Personal</b> Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	1'066'754.42	1'059'000.00	1'120' 587.29	1'616'000.00
<b>Verwaltungsaufwand</b> Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	245'541.99	198'000.00	228'459.86	407'000.00
<b>Kommunikation/Strategische Geschäftsfelder</b>	323'275.51	290'000.00	232'575.79	615'500.00
<b>Produktmanagement/Strategische Geschäftsfelder</b>	638'560.32	575'000.00	578'995.01	749'000.00
<b>Appenzeller Produkte</b>	200'910.39	163'000.00	211'177.03	175'000.00
<b>Wanderwegunterhalt</b> Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	134'092.46	115'000.00	133'135.98	115'000.00
<b>Abschreibungen</b> Möbiliar, Fahrzeuge, Maschinen, Anlagen	105'000.00	105'000.00	133'241.95	100'000.00
<b>A. o. Aufwand</b>	6'425.14	0.00	785.00	0.00
<b>Immobilienaufwand</b>	83'686.35	30'000.00	43'627.55	30'000.00
<b>Aufwendungen Total</b>	<b>3'123'793.92</b>	<b>2'850'000.00</b>	<b>3'018'863.20</b>	<b>4'182'500.00</b>
<b>Gewinn</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2'524.46</b>	<b>0.00</b>
<b>Total</b>	<b>3'123'793.92</b>	<b>2'850'000.00</b>	<b>3'021'387.66</b>	<b>4'182'500.00</b>

# BILANZ

## PER 31.12.2025

AKTIVEN	2024	2025
Kasse	39'043.10	47'669.35
Kasse Fremdwährungen	608.18	617.63
Postcheck	54'402.51	88'597.31
Bankguthaben UBS Appenzell	83'483.45	83'391.45
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	32'973.87	14'266.83
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	485'948.07	351'267.84
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank Wegweiser	10'306.65	10'318.80
Diverse Debitoren	192'236.29	263'599.48
Delkrede	-2'000.00	-2'000.00
Transitorische Aktiven	15'678.00	15'251.80
Aktien	1.00	1.00
Büroeinrichtungen	1.00	1.00
Material Ruhebänke	1.00	1.00
Material Wegunterhalt	1.00	1.00
Fahrzeuge	1.00	1.00
Immobilie Hauptgasse 38	3'410'775.95	3'335'097.50
Verlust	1'577.74	0.00
	<b>4'325'038.81</b>	<b>4'208'082.99</b>

<b>PASSIVEN</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>Diverse Kreditoren</b>	335'707.29	264'457.64
<b>Transitorische Passiven</b>	2'947'497.40	3'004'851.55
<b>Legat Contenbad</b>	32'973.87	14'266.83
<b>Fonds Neuanschaffung Fahrzeug</b>	45'300.00	10'000.00
<b>NRP-Darlehen Bund Hauptgasse 38</b>	900'000.00	850'000.00
<b>Eigenkapital</b>	63'560.25	61'982.51
<b>Gewinn</b>	0.00	2'524.46
	<b>4'325'038.81</b>	<b>4'208'082.99</b>

## ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

### FIRMA, RECHTSFORM UND SITZ

Appenzellerland Tourismus AI,  
9050 Appenzell (Verein)

### ANGABEN ÜBER DIE IN DER JAHRESRECHNUNG ANGEWANDTEN GRUNDSÄTZE

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

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

### ANZAHL MITARBEITENDE

Die Anzahl Vollzeitstellen lag im Jahresdurchschnitt nicht über 10.

### ERLÄUTERUNGEN ZU A. O., EINMALIGEN ODER PERIODENFREMDEN POSITIONEN DER ERFOLGSRECHNUNG

Beim ausserordentlichen Ertrag handelt es sich im Wesentlichen um die Abschreibung der Alpsteinpass-Gutscheine sowie den Verkauf des alten Fahr-

zeugs des Wegmachers. Der ausserordentliche Aufwand betrifft vorwiegend Korrekturen und Einlösungen von abgeschrieben Gutscheinen.

### SONSTIGE ANGABEN

Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeten Aktiven: CHF 3'335'098

Appenzell, 17. Februar 2026  
Appenzellerland Tourismus AI



**Präsident**  
Sepp Manser

**Geschäftsführer**  
Guido Buob

Im Auftrag der kantonalen Wanderweg-Fachorganisationen (WW-FO) akquirieren und betreuen die Schweizer Wanderwege Gönner/-innen und nationale Sponsoren. Dies erfolgt über ein zentrales Fundraising. Damit werden Aufgaben der Schweizer Wanderwege finanziert und diejenigen der kantonalen WW-FO unterstützt.

Die kantonalen WW-FO erhalten einen einheitlichen Sockelbetrag und einen variablen Beitrag, der sich nach der Einwohnerzahl und der Länge des Wanderwegnetzes berechnet.

Die Anteile werden zur Förderung eines attraktiven, sicheren und einheitlich signalisierten Wanderwegnetzes sowie zur Förderung des Wanderns verwendet.

# 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 2025 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 Fehl Aussagen 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.

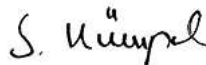
Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Anhang Gesetz und Statuten. Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Appenzell, 17. Februar 2026

### **Die Revisoren**



Kevin Clavien



Stefanie Kämpel



Markus Koster



## VORSTAND

<b>Präsident</b>	<b>Manser Sepp, Berggasthaus Meglisalp, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 799 11 28, Tel. P +41 71 799 15 78, manser@meglisalp.ch
<b>Mitglieder</b>	<b>Landammann Dähler Roland, Eggerstandenstrasse 35, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 79 222 15 55, roland.daehler@vd.ai.ch
	<b>Holderegger Aline, Lorettoweidli 22, 9108 Gonten</b> Tel. G +41 71 788 01 78, a.holderegger@appenzellerbier.ch
	<b>Inauen Bruno, Blumenrainstrasse 29d, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 30 35, inauenbrunner@bluewin.ch
	<b>Inauen Silvie, Küchenrain 11, 9057 Schwende</b> Tel. G +41 71 799 11 74, hotel@froheaussicht.ch
	<b>Koller Alfred, Ziegeleistrasse 1, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 50 30, alfred.koller@appenzell.ai.ch
	<b>Koller-Pfändler Karin, Eggerstandenstrasse 9, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 02 22, info@gaestehaus-koller.ch
	<b>Mock Walter, Himmelbergstrasse 4, 9108 Gontenbad</b> Tel. P +41 71 794 10 59, mockwalter@bluewin.ch
	<b>Schmid Josef, Triebnernstrasse 16, 9057 Weissbad</b> Tel. P +41 71 799 12 10, josef.schmid@jsberatung.ch
	<b>Wittwer Roberto, Böhlisjockes 2, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 798 80 80, Tel. P +41 71 797 02 19, r.wittwer@hofweissbad.ch
	<b>Zürcher Ruedi, Scheidegg 3, 9108 Gonten</b> Tel. G +41 71 794 11 20, Tel. P +41 79 563 75 02, info@scheidegg-ai.ch

## KONTROLLSTELLE

<b>Revisoren</b>	<b>Clavien Kevin, Weissbadstrasse 1, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 788 02 02, kevin.clavien@altrimo.ch
	<b>Koster Markus, Hauptgasse 21, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 787 18 73, markus.koster@appenzell.ai.ch
	<b>Kümpel Stefanie, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 788 10 70, stefanie.kuempel@contreva.ai

## MITARBEITENDE

### GESCHÄFTSSTELLE UND TOURIST INFORMATION

---

**Geschäftsführer** **Buob Guido, Hauptgasse 38, 9050 Appenzell**

Tel. +41 71 788 96 41, [guido.buob@appenzellerland.ch](mailto:guido.buob@appenzellerland.ch)

---

Alther Ivana	Marketing (bis Juni 2025)
Breitenmoser Nadine	Information (seit April 2025)
Hautle Patric	Wegmacher
Hehli Maria	Information
Inauen Jana	Lernende
Inauen Maria	Projektmanagement/Führungen
Koller Stefanie	Information
Manser Andrea	Frontoffice
Neff Fiona	Information (bis Oktober 2025)
Rusch Lynn	Information
Rusch Zoe	Lernende (seit August 2025)
Schmid Flavia	Lernende
Streule Anuba	Marketing
Streule Manuela	Information/Führungen
Sutter Lorena	Lernende (bis Juli) / Marketing (bis September 2025)
Wetter Melina	Backoffice



## FÜHRERINNEN UND FÜHRER SOWIE AUSHILFSKRÄFTE

Arnold André (Wegbau)

Breu Rita

Broger Helena

Brülisauer Sepp

Dörig Thomas

Eberhard Nathalie (Wegbau)

Fässler Dominik (Wegbau)

Fässler Martin

Frick Walter

Fritsche-Frehner Irene

Fritsche Thomas (Wegbau)

Gut Evelyn

Gut Ruth

Inauen Andreas

Inauen Anita

Inauen Hannes

Inauen Hans

Inauen Johann

Inauen Martin

Käslin Fanny

Kölbener Susanne

Koller Erich

Koller Kathrin

Koller Patricia

Künzle Irina

Lang Wolfgang (Wegbau)

Manser Anita

Manser Carmen

Manser-Fässler Evelyn

Manser Hannes (Wegbau)

Mösler Andrea

Neff Alissa

Neff-Inauen Vreni

Neff Lauro (Wegbau)

Neff Walter

Rohner Lea

Rusch-Mock Gisela

Signer Regula

Steuble Hans (Wegbau)

Vincens Samuel (Wegbau)

Weishaupt Lydia

Weniger Teresa



Teamanlässe, Betriebsbesichtigungen und «Buudeuusflog» ins Glarnerland.



