

Appenzellerland.

www.appenzell.ch



Geschäftsbericht 2011



Verein Appenzellerland Tourismus AI.

Vorwort.

Papier ist geduldig. Das war uns sehr wohl bewusst, als wir uns im vorletzten Jahr daran machten, eine neue Strategie für Appenzellerland Tourismus AI auszuarbeiten. Es galt, ehrgeizige und dennoch realistische Ziele zu formulieren. Denn letztlich kann eine Strategie in der Theorie noch so überzeugen, erst in der praktischen Umsetzung zeigt sich ihr Wert.

Heute können wir zufrieden feststellen, dass die Balance zwischen Vision und «Alltagstauglichkeit» gelungen ist. Die Strategiearbeiten sind abgeschlossen und werden laufend umgesetzt – mit grossem Erfolg. Mit unseren Tourismuskollegen aus Appenzell Ausserrhodon arbeiten wir in Form von Messeauftritten gut zusammen. Die neue Strategie betrifft vor allem das «Wie», nicht das «Was». Es geht um die Fragen, wie wir uns gegen aussen präsentieren und wie wir gegen innen arbeiten. Nicht angetastet wird hingegen, wer und was wir sind. Unser Land, unser Brauchtum mit seinen vielfältigen Traditionen, darf nie den Bedürfnissen eines schnellen, massentauglichen Tourismus weichen. In der Eigenständigkeit und Unverwechselbarkeit liegt unsere Stärke, sie macht uns einzigartig – und damit zum gesuchten Reise- und Ausflugsziel.

Die Informationen und Zahlen im vorliegenden Geschäftsbericht belegen diese Philosophie. Ein kleines Beispiel dazu: Die Zahl der Führungen im 2011 ist stabil geblieben, auch wenn die Nachfrage sehr gross ist. Es geht um einen darum, die Qualität hochzuhalten, zum anderen liegt uns viel an einem guten, friedlichen Miteinander zwischen Gästen und Einheimischen. Eine massive Vergrösserung des Angebots verträgt sich nicht mit diesen Zielen. Sehr willkommen sind hingegen Investitionen in Hotellerie, Gastronomie und Infrastrukturen. Was das angeht, waren unsere Anbieter auch 2011 mutig und innovativ und haben zahlreiche Verbesserungen und Erneuerungen umgesetzt.

Solche Investitionen lohnen sich natürlich nur, wenn sie kommuniziert und vermarktet werden. Unserer Kommunikations- und Marketingstelle ist es auch im 2011 gelungen, die Angebote der Leistungsträger gezielt zu verbreiten und so viele potenzielle Gäste auf Appenzell Innerrhodon aufmerksam zu machen. Auch hier gilt es, Schwerpunkte zu setzen. In Zukunft möchten wir das Winterhalbjahr noch gezielter vermarkten und ein attraktives Angebot bereithalten, unter anderem mit einem gut präparierten Winterwander-Wegnetz. Denn eine Region wie unsere kann 365 Tage im Jahr punkten.

Im laufenden Jahr werden wir auf den erzielten Verbesserungen weiter aufbauen. Eine Strategie lässt sich aber nicht kostenlos konsequent umsetzen. Nur dank der Mittel der öffentlichen Hand und den Beiträgen unserer Mitglieder können wir die gesteckten Ziele eines ausbalancierten und erfolgreichen Tourismus erreichen.

Ruedi Ulmann
Präsident





Inhalt	Seite
Vorwort.....	2
Einladung mit Traktandenliste.....	4
Protokoll der HV VAT AI 2011.....	5
Jahresbericht.....	8
Erfolgsrechnung mit Budget.....	18
Bilanz.....	19
Bericht der Revisoren.....	20
Unsere Zukunft.....	21
Organe.....	22
Geschäftsstelle.....	23

Einladung mit Traktandenliste.

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

Dienstag, 10. April 2012, 19.00 Uhr Waldgasthaus Lehmen, Weissbad

- 1. Begrüssung**
- 2. Wahl der Stimmzähler**
- 3. Protokoll der Hauptversammlung vom 13. April 2011**
- 4. Jahresbericht**
- 5. Abnahme der Jahresrechnung und des Revisorenberichts**
- 6. Budget 2012**
- 7. Wahlen**
- 8. Wünsche und Anträge**

Vorstandsmitglied Alois Inauen hat auf die diesjährige Hauptversammlung seine Demission eingereicht. Der Vorstand schlägt den Mitgliedern als Ersatz Ruedi Manser, Bergwirtepräsident, vor.

Im Anschluss an die Hauptversammlung laden wir alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu einem Nachtessen ein. Ebenso sind Sie herzlich eingeladen, die vor zwei Jahren neu renovierten Gästezimmer im Waldgasthaus Lehmen zu besichtigen.



Protokoll der HV VAT AI 2011.

Protokoll der Hauptversammlung VAT AI vom 13. April 2011, Hotel Hecht, Appenzell

Traktandenliste

1. Begrüssung

Präsident Ruedi Ulmann begrüsst die Mitglieder und Gäste der Hauptversammlung herzlich.

Die gute Arbeit des Geschäftsführers Guido Buob und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird verdankt. Ebenfalls geht ein Dank an die Vorstandsmitglieder für die gute Zusammenarbeit.

Zur Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

2. Wahl der Stimmzähler

Als Stimmzähler werden Evelyne Buschor-Züger und Erich Haas vorgeschlagen. Es werden keine Gegenanschläge gemacht und Ruedi Ulmann geht zum Traktandum 3 über.

3. Protokoll der letzten Hauptversammlung vom 4. Mai 2010, Berggasthaus Kronberg, Jakobsbad

Das Protokoll ist im Geschäftsbericht auf Seite 5 einzusehen. Das Wort ist frei, wird aber nicht gewünscht. Das Protokoll wird genehmigt und verdankt.

4. Jahresbericht

Der Geschäftsbericht 2010 wurde allen Mitgliedern per Post zugestellt.

Der Geschäftsführer Guido Buob präsentiert im Jahresbericht die wichtigsten Projekte und Massnahmen von Appenzellerland Tourismus AI.

- Die Frequenzen des Tagestourismus sind sehr zufriedenstellend. Die angebotenen Führungen und Gruppenangebote von Appenzellerland Tourismus AI konnten um 17 % gesteigert werden. Das Jahr 2010 wird mit 165'197 Logiernächten als drittbestes Tourismusjahr bewertet. Die Logiernächtezahlen zeigen im Jahr 2010 jedoch ein Minus von – 3.3 % (CH + 1.7 %). Dieser leichte Rückgang darf angesichts des starken Frankens und der nicht immer idealen Wetterbedingungen positiv gewertet werden.
- Wiederum tätigte die Tourist Information Vorverkäufe für verschiedene Anlässe. In diesem Jahr fanden 23 Vorverkäufe mit einem Verkauf von rund 10'000 Tickets statt.
- Das Projekt Alpsteinpass 2010 war mit 2'800 Absolventen ein grosser Erfolg. Auch die zahlreichen Medienberichte waren positiv. Allen Partnern gilt ein herzlicher Dank. Das Projekt Alpsteinpass wird im 2011 nicht durchgeführt.
- Die Appenzeller Ferienkarte ist grosszügig, überraschend, echt und unkompliziert. Gäste die mindestens 3 Nächte bei einem Beherberger übernachten, profitieren von den vielen Leistungen und Angeboten. Die Vereinbarungen mit den Partnern sind in einem Drei-Jahresvertrag geregelt von 2010–2012.
- Der Umbau der Tourist Information ist nach dreimonatiger Bauzeit abgeschlossen. Die Tourist Information und der Eingangsbereich des Museums präsentieren sich nun in neuem Glanz. Die touristische Dienstleistungsqualität kann so weiterhin hoch gehalten werden.

Guido Buob stellt die zahlreichen Marketingaktivitäten, die im Jahr 2010 getätigt wurden, vor:

- Tägliche Pflege des Internetauftritts – www.appenzell.info
- Lancierung des Fotowettbewerbs auf Facebook
- Produktion aller Broschüren
- Verschiedene TV-Sendungen
- 12 Messen und Promotionen
- 23 Medienreisen mit 44 Medienschaffenden
- Touristikertage, Schulungen
- Medienmitteilungen, Publireportagen

5. Abnahme der Jahresrechnung und des Revisorenberichts

Die Jahresrechnung wird im Geschäftsbericht auf den Seiten 18 und 19 aufgeführt. Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von Fr. 2'118'898.99 und Ausgaben von Fr. 2'117'934.48 mit einem Gewinn von Fr. 964.51 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von Fr. 265'000.00 und ein Testat über Fr. 65'000.00. Verdankt werden die Beiträge des Kantons, der Bezirke, der Feuerschau und Gastro AI, die freiwilligen Beiträge von Institutionen und Mitgliedern. Ein herzlicher Dank geht an Guido Buob. Er hat es verstanden, den Finanzhaushalt sauber und konsequent zu führen. Die Mittel sind sparsam, effizient und verantwortungsvoll eingesetzt worden.

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

Die Revisorin Evelyne Buschor-Züger wird ersucht, den Revisorenbericht vorzutragen. Die Revisionsstelle hat die Buchführung und die Jahresrechnung für das abgeschlossene Jahr 2010 geprüft. Gemäss Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung dem Gesetz und den Statuten. Die Revisionsstelle empfiehlt der Versammlung die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Das Wort zur Jahresrechnung wird nicht gewünscht.

Der Jahresrechnung und dem Revisorenbericht wird von der Versammlung einstimmig zugestimmt.

6. Budget 2011

Das Budget 2011 sieht infolge des Umbaus einen Verlust von Fr. 76'000.00 vor. Für Fragen stehen Ruedi Ulmann und Guido Buob gerne zur Verfügung. Es werden keine Fragen gestellt.

7. Strategie 2011–2016

Das Strategiepapier wurde allen Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Die wichtigen Punkte des Strategiepapiers werden von Ruedi Ulmann erklärt.

Das Wort zum Strategiepapier ist frei. Ruedi Eberle wünscht das Wort. Er bittet den Tourismus nicht als Heimatschutz aufzutreten. Es führen viele Wanderwege durch Heimaten.

Das Strategiepapier wird von der Versammlung einstimmig angenommen.

8. Wahlen

Das Vorstandsmitglied Josef Anton Hersche demissioniert aus dem Vorstand. Seine kollegiale und engagierte Mitarbeit wird von Ruedi Ulmann verdankt.

Der Revisor Urs Büchel wird verabschiedet und auch ihm gebührt ein herzlicher Dank.

Andrea Bischofberger nimmt die Wahl des Präsidenten Ruedi Ulmann vor. Ruedi Ulmann wird von der Versammlung einstimmig wiedergewählt.

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

Landammann Dr. Daniel Fässler

Bischofberger Andrea, Bischofberger AG

Inauen Alois, Bergwirte

Inauen Luzia, Landwirtschaft

Manser Sepp, Bezirke

Mock Lydia, Ferienwohnungen und B&B

Wittwer Roberto, Hotellerie

Als Ersatz für den zurücktretenden Josef Anton Hersche wird vom Vorstand Lydia Hörler, Bezirk Appenzell, vorgeschlagen. Es werden keine weiteren Vorschläge gemacht. Lydia Hörler wird gewählt und im Vorstand willkommen geheissen.

Die Revisoren Evelyne Buschor-Züger und Cyrill Keller stellen sich erneut für das Amt zur Verfügung. Sie werden in Globo bestätigt und Ruedi Ulmann dankt für die gute Zusammenarbeit. Zur Wahl als dritter Revisor empfiehlt der Vorstand Frau Regula Moser. Diesem Vorschlag wird zugestimmt.

9. Wünsche und Anträge

Die Mitarbeiterinnen Olivia Rechsteiner, Katrin Willi und Mirjam Wüthrich werden verabschiedet und die engagierte Arbeit verdankt.

Guido Buob weist auf die ausgeschriebenen Motivationsseminare hin und freut sich über eine rege Teilnahme.

Zudem fordert Guido Buob die Anwesenden auf, bei neuen touristischen Projekten und Ideen ein Gesuch an die neue Regionalpolitik zu stellen. Die Mitglieder sollen sich an Guido Buob oder Benedict Vuilleumier wenden.

Der Präsident Ruedi Ulmann dankt den Anwesenden für die Teilnahme an der Hauptversammlung. Die Versammlung wird geschlossen.

Aline Heim

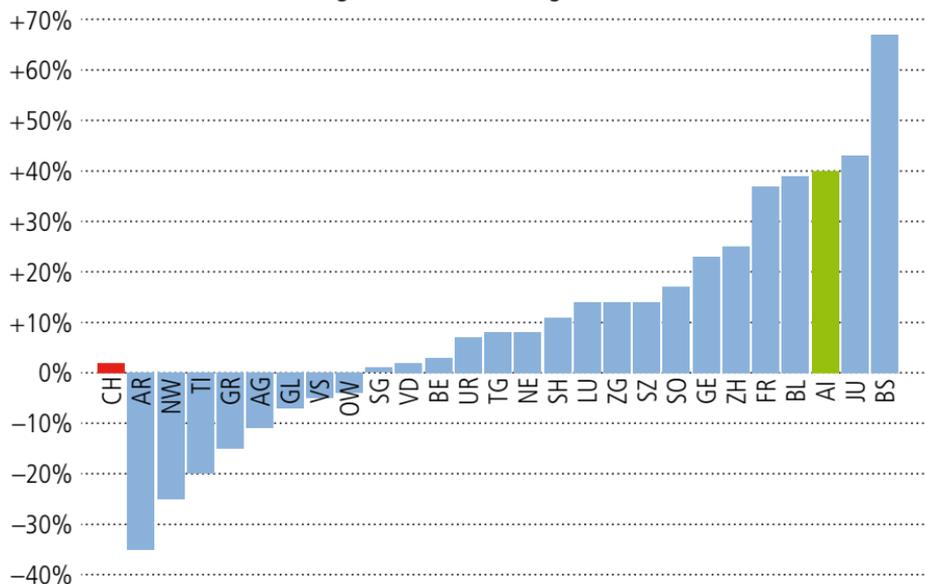
Appenzell, Mai 2011

Die Zahlen.

Betrachtet man die Entwicklung der Logiernächte der vergangenen Jahre, zeigt sich immer mehr, dass sich die Anzahl Gästeübernachtungen im Kanton Appenzell I.Rh. um den Wert von 160'000 einpendeln. Die bekannten externen Einflüsse wie Wetter, Wirtschaft und Währungskurs bewirken zwar Schwankungen, aber immer im Bereich von +/- 10%. Da während der Sommer- und Herbstsaison kaum noch Wachstumspotential auszumachen ist, konzentrieren sich die Bemühungen von Appenzellerland Tourismus AI auf die Förderung der Vor- und Nebensaison. Diese anspruchsvolle Aufgabe muss langfristig und auf allen Ebenen (Behörden und Leistungsträger) angegangen werden. Dies wurde auch im Strategiepapier von Appenzellerland Tourismus AI, welches in diesem Jahr abschliessend bearbeitet wurde, entsprechend festgehalten. Die Zahlen vom Jahr 2011 belegen, dass von Januar bis Dezember 161'965 Personen in der Berg- und Talhotellerie des Kantons logierten. Dies entspricht einem leichten Rückgang von 2% (absolut 3'232 Logiernächte) gegenüber dem gleichen Zeitraum im Jahr 2010. Der Wert entspricht exakt dem gesamtschweizerischen Durchschnitt, der ebenfalls bei minus 2% liegt. Entgegen der negativen Entwicklung in der Hotellerie, kann der Tagestourismus erfreulich hohe und zum Teil sogar neue Rekordwerte verzeichnen. So weisen alle drei Luftseilbahnen im Kanton sehr gute Frequenzen auf. Hauptgrund war sicherlich das sehr gute Wetter während des ganzen Jahres. Einzig der Monat Juli fiel buchstäblich ins Wasser. Zudem zeigt es sich einmal mehr, dass der starke Franken sich weniger auf die Tagestouristen auswirkt als auf den übernachtenden Tourismus.

Die kantonale Logiernächteentwicklung während den vergangenen zehn Jahren zeigt, dass sich der Tourismus im Kanton AI gegenüber anderen Kantonen sehr positiv entwickelt hat.

Logiernächteveränderung 01/11



Logiernächtestatistik Appenzell Innerrhoden und Schweiz

Jahr	Appenzell I.Rh.			Schweiz		
	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
1960	36'848	7'358	44'206	12'217'530	15'977'845	28'195'375
1970	53'665	22'403	76'068	14'297'513	21'358'842	35'656'355
1980	63'500	20'643	84'143	15'374'682	20'340'860	35'715'542
1985	69'274	20'989	90'263	15'295'548	20'672'094	35'967'642
1987	66'817	22'268	89'085	15'686'671	19'907'605	35'594'276
1988	62'510	19'847	82'357	15'757'805	19'480'974	35'238'779
1989	64'535	25'694	90'229	16'238'653	20'859'759	37'098'412
1990	60'210	25'840	86'050	16'162'228	21'392'363	37'554'591
1991	58'245	24'379	82'624	16'331'917	20'719'138	37'051'055
1992	56'516	27'373	83'889	15'285'856	20'562'361	35'848'217
1993	53'699	23'959	77'658	14'627'306	20'104'739	34'732'045
1994	60'089	24'171	84'260	14'521'056	20'077'601	34'598'657
1995	65'831	20'587	86'418	13'873'240	18'744'165	32'617'405
1996	77'674	19'981	97'655	13'383'545	17'615'151	30'998'696
1997	81'533	24'921	106'454	13'685'543	18'294'328	31'979'871
1998	73'180	25'154	98'334	13'988'105	18'935'950	32'924'055
1999	91'741	27'388	119'129	14'419'187	18'778'137	33'197'324
2000	101'341	28'418	129'759	14'862'187	20'157'515	35'019'702
2001	105'246	24'816	130'062	15'174'040	19'500'472	34'674'512
2002	108'637	22'362	130'999	15'012'881	17'977'451	32'990'332
2003	124'456	22'830	147'286	14'923'993	17'148'729	32'072'722
2004 *	118'555	22'583	141'138	–	–	–
2005	125'249	24'851	150'100	14'622'420	18'321'316	32'943'736
2006	131'867	27'015	158'882	15'203'977	19'644'449	34'848'426
2007	132'851	28'060	160'911	15'447'065	20'917'735	36'364'800
2008	138'916	30'671	169'587	15'825'473	21'508'296	37'333'769
2009	136'356	34'394	170'750	15'303'224	20'285'669	35'588'893
2010	135'469	29'728	165'197	15'765'304	20'442'508	36'207'812
2011	132'912	29'053	161'965	15'752'367	19'733'889	35'486'256

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

Der Verkauf.

Aufgrund der Wirtschaftskrise musste im Gruppengeschäft ein Rückgang erwartet werden. Mehr als erfreulich zeigt die Statistik der Gruppenreisen am Ende des Jahres nun, dass die Rekordzahlen des vergangenen Jahres beinahe gehalten werden konnten. Insgesamt wurden 1'197 (Vorjahr 1'229) Führungen und Gruppenangebote durch die Tourist Information Appenzell verkauft. Die breite Palette der Angebote zeigt, dass nicht nur einzelne Leistungsträger von den Angeboten profitieren, sondern die ganze Destination. Der Erfolg des Gruppengeschäfts ist dabei auf unterschiedliche Faktoren zurückzuführen: 1. Die attraktiven und innovativen Angebote überzeugen mit einem guten Preis-/Leistungsverhältnis, 2. die Professionalität mit der die Leistungsträger ihre Angebote bündeln und anbieten und 3. die schlanke und sehr direkte Verkaufsorganisation, welche die Geschäftsstelle in Appenzell anbietet. Dies zeigt, dass in den letzten Jahren diesbezüglich die richtigen Entscheide getroffen wurden. Zudem bestätigen die zu 98 % positiven Rückmeldungen der Gäste, dass die Servicekette von der Information (Internet, Broschüre oder Telefon) bis zur Rechnungsstellung optimal verläuft. Viele Organisatorinnen und Organisatoren von Gruppenreisen bestätigen ein Wiedersehen in Appenzell. So hat auch nachweisbar die Anzahl von wiederkehrenden Gruppen in den letzten Jahren zugenommen.

Führungen	1995	2000	2005	2009	2010	2011
Dorfführungen	196	335	459	594	623	633
Dorfführungen mit Käse			26	50	55	59
Dorfführung mit Apéro				12	13	8
Dorfführungen mit Handwerker		13	63			
Schmackhafte Dorfführungen				94	121	93
Kulinarische Dorfführungen				27	47	50
Museums-Führungen		79	52	27	68	34
Wildkirchli Führungen		30	39	32	41	28
Tages- und ½ Tagesbegleitungen		18	61	16	6	20
Singen/Jodeln			4	155	209	224
Führung Toobenschopf				21	27	29
Diverses		65	29	15	19	19
Total	196	540	733	1043	1229	1197

Das Dienstleistungszentrum.

Dass sich die Tourist Information in den letzten Jahren zu einem Dienstleistungszentrum für das ganze Appenzellerland entwickelt hat, ist bekannt. Touristische Leistungen wie der telefonische und schriftliche Auskunftsdienst, der Versand von Broschüren, das Eintrittsinkasso für das Museum Appenzell oder der Verkauf der Gastro-Gutscheine beinhalten klar touristische Zwecke. Alleine im letzten Jahr wurden über 15'000 Gutscheine mit einem Wert von Fr. 460'000.00 über die Theke der Tourist Information verkauft. Die über 20 Vorverkäufe, welche die Tourist Information gratis übernimmt, stellen ein nicht zu unterschätzender Beitrag an die kulturelle Vielfalt dar. Bedenkt man, dass bei anderen Vorverkäufen eine Vorverkaufscommission zwischen 10 und 20 % bezahlt werden muss, können die Anlässe in Appenzell zu vernünftigeren Preisen verkauft werden. Dies kommt schlussendlich den Besucherinnen und Besuchern, aber auch den Veranstaltern zu Gute. Trotz Online-Buchbarkeit werden immer noch rund 3 % aller Logiernächte durch die Geschäftsstelle direkt gebucht. Dies bestätigt die Tatsache, dass die Geschäftsstelle nicht nur das touristische Dienstleistungszentrum des Appenzellerlandes ist, sondern auch der touristische Verkaufsknotenpunkt. Zwar zeichnete sich schon vor Jahren der Trend ab, dass immer weniger Tagesgäste ein Zimmer am Schalter der Tourist Information buchen, dafür aber immer mehr Gruppenreisen über die Geschäftsstelle gebucht werden. Selbstverständlich haben mittlerweile die Kommissionserträge aus dem Verkauf von Reisen ins Appenzellerland die Hotelkommissionserträge bei weitem übertroffen. Für die Verantwortlichen ist aber viel wichtiger, dass die Leistungsträger dank den unterschiedlichen Verkäufen eine höhere Wertschöpfung erhalten und so ihre Mittel wieder für Investitionen tätigen können.

Mehr Platz für Gäste und eine bessere interne Organisation waren die Hauptziele beim Umbau der Tourist Information. Sie hat sich bereits im ersten Betriebsjahr mehr als bewährt.



Die Kommunikation.

Seit drei Jahren gelingt es der Geschäftsstelle immer mehr und besser, sich mit den richtigen Angeboten an der richtigen Stelle auf die richtige Art präsent zu zeigen. Dafür werden nicht mehr Mittel als früher verwendet. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass die internen Abläufe und Wege kürzer, speditiver und zielgerichteter erfolgen. Praktisch täglich treffen sich die Kommunikationsabteilung und das Produktmanagement zu kurzen Besprechungen, um die neuesten Aufgaben gemeinsam in Angriff zu nehmen. Einer engen Zusammenarbeit mit weiteren Partnern wie «Appenzellerland. natürlich besser!», Appenzellerland Tourismus AR, Ostschweiz Tourismus und Schweiz Tourismus wird dabei entsprechend viel Gewicht beigemessen und überall dort wo Synergien als sinnvoll betrachtet werden, diese auch aktiv gesucht. Die eigentliche Marketingabteilung unter der neuen Leitung von Frau Rosalia Keller hat dabei sämtliche Register des Marketing-Mix gezogen. Im Jahr 2011 besuchte die Geschäftsstelle drei Messen (Ferienmesse Zürich und St.Gallen sowie die CMT in Stuttgart), betreute 20 Medienreisen und schrieb gleich selber über zehn Medienberichte. Grossen Wert legt die Geschäftsstelle auf eine optimale Betreuung der Medienschaffenden. Diese Investitionen vervielfachen sich in positiv verfassten redaktionellen Beiträgen der Medien weltweit.

Die beiden Marketingverantwortlichen Cécile Kessler (VAT AR) und Rosalia Keller (VAT AI) an der Ferienmesse in Zürich.



Die digitale Plattform.

Steil nach oben haben sich die Besucherzahlen auf www.appenzell.info und www.alpstein.ch entwickelt. Sämtliche statistischen Werte haben sich gegenüber dem Vorjahr praktisch verdoppelt. Die wichtige und vergleichbare Grösse von Besuchern auf der Website bestätigt, dass jeden Monat mindestens 20'000 Besucher auf unserer Domain zu Gast waren. Immer mehr bewährt sich zudem die enge Verknüpfung der Homepage mit interessierten Leistungsträgern unserer Destination. Der Grundsatz «Einmal eingeben – überall präsent sein!» scheint immer beliebter zu werden und wirkt sich auch in tieferen Unterhaltskosten sowohl für Leistungsträger, wie auch für die Geschäftsstelle aus. Ferner geht aus den statistischen Zahlen hervor, dass immer mehr wiederkehrende Besucher auf die Seite gehen. Dies bestätigt, dass die Inhalte interessant und hilfreich sind und die Benutzer gerne wieder auf die Seite zurückkommen. Ein wichtiger Beitrag zu diesem Erfolg leisten zudem all jene Partner, welche mit uns zusammen die Inhalte pflegen, aktualisieren und immer wieder Neues einbringen. Mit 506 hochgeladenen Fotos und über 2'400 Bildbewertungen hat sich der Fotowettbewerb auf Facebook zu einer wahren Erfolgsgeschichte entwickelt. Positiv überrascht wurde die Geschäftsstelle von der Qualität und Professionalität der eingereichten Fotos. Die Auswahl des Gewinner-Bildes war für die Jury entsprechend anspruchsvoll.

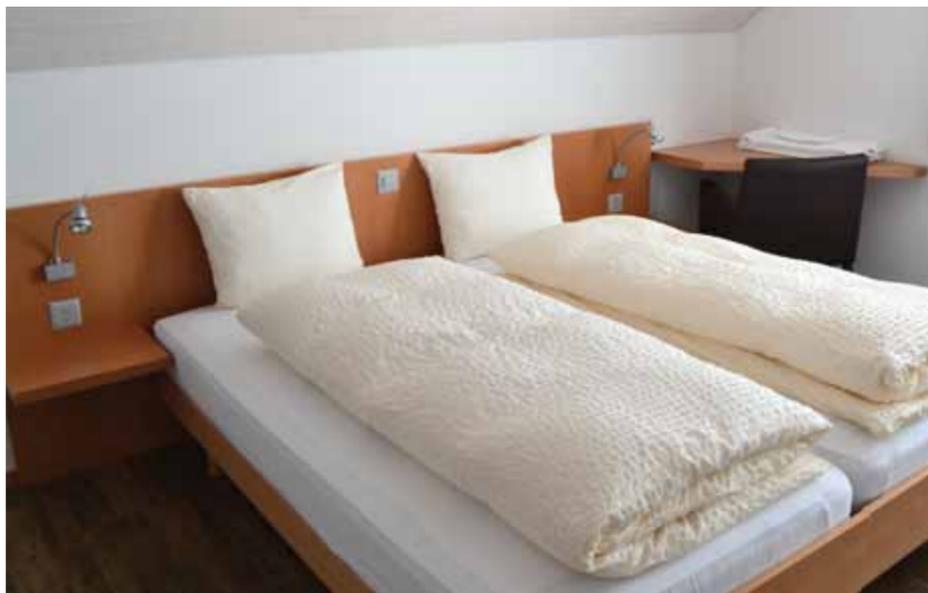
Rundum zufriedene Gesichter anlässlich der Preisübergabe des Facebook-Wettbewerbs an Frau Viviane Schmid durch Rosalia Keller (Marketing VAT AI) und Roberto Wittwer (Hotel Hof Weissbad).



Die Investitionen.

Der eigentliche Motor der Appenzeller Tourismuswirtschaft sind die Investitionen in die touristische Infrastruktur. Auch im vergangenen Jahr haben zahlreiche Leistungsträger das Risiko nicht gescheut und in die Verbesserung ihrer eigenen Infrastruktur investiert. Diese Investitionen machen sich zwar erst mittel- bis langfristig bezahlt, sind aber dringend nötig, um auf dem Tourismusmarkt bestehen zu können. Nebst den zahlreichen privaten Investitionen hat aber auch die öffentliche Hand Gelder gesprochen, um das touristische Angebot weiter zu verbessern. Nicht zu vergessen sind dabei auch die jährlichen Investitionen der Bezirke in den Unterhalt des Wanderwegnetzes, was oft als Selbstverständlichkeit angesehen wird, aber doch jährlich mit rund Fr. 100'000.00 zu Buche schlägt. Mit dem Umbau der Tourist Information hat auch unser Verein ein klares Zeichen gesetzt. Dank der guten Zusammenarbeit mit dem Museum Appenzell sowie dem Bau- und Umweltdepartement des Kantons als eigentlicher Bauherr, konnte in kurzer Zeit ein geglückter Umbau getätigt werden, der den heutigen qualitativen Erwartungen der Gäste entspricht. Durch den Umbau konnte nicht nur die Bedienungsqualität verbessert werden, sondern es konnten auch die internen Abläufe optimiert werden. Von den Einheimischen kaum wahrgenommen wurde die Optimierung und Ergänzung der Fussgängerbeschilderung im Dorf Appenzell. Unter der Projektleitung von unserer Geschäftsstelle wurde die gesamte Beschilderung überprüft und verbessert. Dass während der Umsetzungsphase des Projekts gleich auch noch die gesamte Neusignalisation des Bahnhofs vorgenommen wurde zeigt, wie vielseitig und flexibel die Angestellten unserer Geschäftsstelle sind. Ganz nach dem Motto: «Solange es den Gästen dient, stellen wir unsere Dienste gerne zur Verfügung.» Die Schilder selber wurden von den zuständigen Bezirken (Fussgängerbeschilderung im Dorf) sowie von den Appenzeller Bahnen bezahlt.

Dank privaten und öffentlichen Investitionen (stellvertretend hier ein Bild der neuen Zimmer im Gasthaus Loosmühle) ist der Tourismus in unserer Destination weiterhin gut positioniert, krisenresistent und erfolgreich.



Die Positionierung.

Wer glaubt, mit einem Einheitsbrei und grosser Vielfalt könne erfolgreich Tourismus betrieben werden, täuscht sich. Der weltweite Verdrängungskampf der touristischen Destinationen zwingt die Anbieter immer mehr zur Spezialisierung auf einzelne Märkte und Zielgruppen. Dass unsere Destination dabei sehr gut positioniert ist, spiegelt sich nicht nur in den statistischen Zahlen, sondern auch in den Rückmeldungen der Gäste wieder. Das seit Jahren klare Bekenntnis zu Tradition und Brauchtum mitten in einer schönen Landschaft, greift nach wie vor und ist auch weiterhin in der vom Vorstand verfassten Strategie festgehalten. Dass dabei Nischenangebote, Innovationen und Spezialisierungen Platz haben dürfen – ja müssen – versteht sich von selbst. Aber eben nur soweit, wie die Grundpositionierung nicht Schaden davon trägt. Der Vorstand von Appenzellerland Tourismus AI ist überzeugt, dass sich die Appenzellerinnen und Appenzeller nur selber um die eigenen Lorbeeren bringen können, indem sie die über Generationen hochgehaltenen Werte durch kurzfristiges Gewinnstreben aufs Spiel setzen. Nur die konsequente Fokussierung auf die Bedürfnisse des Gastes sichert langfristig die aus dem Tourismus erwünschten Erträge. Die Marke «Appenzell» alleine genügt nicht, das Angebot muss stimmen.

Sich klar positionieren bedeutet, sich abgrenzen zu können und die eigenen Werte konsequent hochzuhalten. Die typische Appenzeller Landschaft trägt viel zu dieser Positionierung bei.



Die Servicequalität.

Die Steigerung der Servicequalität gehört zu den in der Strategie festgelegten Zielen unserer Destination. Im Vergleich zu anderen Destinationen in Europa rechtfertigen unsere Preise keinen durchschnittlichen Service. Darum müssen alle Personen, die im Tourismus tätig sind, die in ihrem Betrieb gebotene Qualität (Dienstleistung und Infrastruktur) ständig hinterfragen und verbessern. Erstmals wurde zu diesem Zweck für alle Touristiker, welche mit den Gästen in direkten Kontakt kommen, ein Motivations-Seminar zum Thema «Wertschöpfung durch Wertschätzung» organisiert. Die weit über den Erwartungen eingegangenen Anmeldungen zeigen, dass sich viele der Problematik bewusst sind und bereit sind, die eigene Dienstleistungsqualität zu verbessern. (Dass sich bei einzelnen Betrieben die Teilnahme bereits im ersten Jahr auf die Umsatzzahlen positiv ausgewirkt haben soll, ist wahrscheinlich nur ein Gerücht mit einem Schuss Humor.) Das gleiche Ziel verfolgt die auf das Jahr 2012 neu ins Leben gerufene Appenzeller Ferienkarte für Hotelangestellte. Ganz nach dem Grundsatz: «Nur was ich kenne, kann ich auch verkaufen!», wird den Angestellten in der Hotellerie eine Ferienkarte für die ganze Saison angeboten, damit sie die Leistungen in der Destination besser kennen lernen und so besser Auskunft geben können.

«Nur was ich kenne, kann ich verkaufen!» – Die grüne Ferienkarte für Hotelangestellte.



Das Produktmanagement.

Nebst Investitionen braucht es auch die Offenheit für Innovationen. Nur mit neuen Angeboten und Produkten sind die Gäste bereit, ein weiteres Mal Urlaub am selben Ort zu buchen. Damit die Destination dabei nicht in einen blinden Aktionismus verfällt, wurde die Strategie ausgearbeitet, welche klare Leitplanken für unsere Destination setzt. Mit der kulinarischen E-Bike Tour wurde ein neues Angebot geschaffen, das schon im ersten Jahr der Durchführung auf Interesse stiess. Ein wichtiges Ziel bei der Ausarbeitung neuer Produkte ist, möglichst viele Leistungsträger von einem neuen Angebot profitieren zu lassen und eine echte Wertschöpfung daraus zu generieren. Die Geschäftsstelle ist überzeugt, dass die für 2012 geplante Beschilderung der Route zu einer weiteren Steigerung der Verkaufszahlen führen wird. Mit «Schlitteln am Kronberg» haben die Verantwortlichen der Kronbergbahn ein neues Produkt geschaffen, das bereits in den ersten Wochen nach der Eröffnung auf ein sehr grosses und positives Echo stiess. Den mutigen Entscheid auf den Skibetrieb vollständig zu verzichten und auf die Karte «Schlitteln» zu setzen, zeigt einmal mehr, wie auch eine unpopuläre Entscheidung dazu beiträgt, die eigene Unternehmung vorwärts zu bringen. Die Eröffnung der «Brauquöll Appenzell» war schon lange ein Gästebedürfnis und eigentlich der logische Schritt für die erfolgreiche Unternehmung Appenzeller Bier. Die Geschäftsstelle ist überzeugt, dass von diesem Angebot die Ladengeschäfte im ganzen Dorf profitieren werden und dieses auch neue Gäste nach Appenzell bringen wird. Investitionen sind der Motor für die Tourismuswirtschaft. Doch sind es auch die Produkte, welche aus den Investitionen gestaltet werden, die den Tourismus erst recht in Schwung bringen.

Appenzell als Winterdestination? Man könnte es fast meinen, wenn man die Kolonne von anstehenden Schlittlern bei der Talstation der Kronbergbahn sieht.



Erfolgsrechnung mit Budget.

Ertrag	Rechnung 2010	Rechnung 2011	Budget 2011	Budget 2012
Mandate	105'995.00	106'945.00	115'000.00	115'000.00
Verkauf Handelsware & Dienstleistungen	615'313.93	593'888.87	640'000.00	680'000.00
Marketingertag (neues Konto)	533'603.30	475'849.61	297'000.00	380'000.00
Freiwillige Beiträge				
Bezirke, Feuerschau, Gastro AI	49'782.10	40'020.00	39'000.00	38'000.00
Beiträge aus Wanderwegunterhalt	114'468.50	108'179.91	71'000.00	96'000.00
Subvention Kanton	731'000.00	781'000.00	781'000.00	781'000.00
MWST-VST-Kürzung gem. Verwendung	-31'263.84	-40'244.52	-12'000.00	-12'000.00
Ertrag Total	2'118'898.99	2'065'638.87	1'931'000.00	2'078'000.00

Aufwand	Rechnung 2010	Rechnung 2011	Budget 2011	Budget 2012
Personal				
Löhne, Sozialleistungen, Spesen, Weiterbildung	769'888.15	803'792.06	700'000.00	780'000.00
Verwaltungsaufwand				
Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung	210'628.08	247'437.00	239'000.00	170'000.00
Abschreibungen				
Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	0.00	-14'715.00	5'000.00	5'000.00
Wanderwegunterhalt				
Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	45'140.49	37'119.03	15'000.00	25'000.00
Marketingaktivitäten				
PR, Werbung, Projekte, Gästeprogramme	777'816.35	811'595.33	718'000.00	808'000.00
Einkauf Handelsware & Dienstleistungen	314'461.41	263'878.55	330'000.00	290'000.00
Aufwendungen Total	2'117'934.48	2'149'106.97	2'007'000.00	2'078'000.00
Gewinn/Verlust	964.51	-83'468.10	-76'000.00	0.00
Total	2'118'898.99	2'065'638.87	1'931'000.00	2'078'000.00

Bilanz per 31.12.11	2011		2010	
	Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven
Kasse	44'300.00		29'749.85	
Kasse Fremdwährungen	262.41		469.05	
Postcheck	105'434.97		100'156.77	
Bankguthaben UBS Appenzell	68'011.15		66'254.81	
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	66'761.52		65'854.68	
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	618'141.38		870'299.36	
Diverse Debitoren	218'997.06		185'436.40	
Delkredere	-1'000.00		-1'000.00	
Transitorische Aktiven	29'800.00		27'000.00	
Aktien	1.00		1.00	
Aktien Appenzellerland Tourismusmarketing AG	1.00		1.00	
Aktien Appenzellerland Regionalmarketing AG	1.00		1.00	
Material für Ruhebänke	1.00		1.00	
Material für Wegunterhalt	1.00		1.00	
Büroeinrichtungen	1.00		1.00	
Diverse Kreditoren		195'396.24		226'879.89
Transitorische Passiven		680'852.00		694'651.00
Rückstellungen Ferienkarte		0.00		21'045.42
Rückstellung Projekt Alpstein		4'376.90		0.00
Rückstellungen Umbau		0.00		49'000.00
Fonds für Anlässe		20'000.00		20'000.00
Testat		66'761.52		65'854.68
Eigenkapital		266'795.93		265'831.42
Gewinn		-83'468.10		964.51
	1'150'714.49	1'150'714.49	1'344'226.92	1'344'226.92

Bericht der Revisoren.

An die Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Appenzellerland Tourismus AI für das am 31. Dezember 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich. Während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen. Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen 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 Gesetz und Statuten. Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Appenzell, 13. Februar 2012

Die Revisoren

Evelyne Buschor

Cyrrill Keller

Regula Moser



Unsere Zukunft.

Mit der Anstellung von drei Lernenden und zwei Praktikantinnen bekennt die Geschäftsstelle, dass ihr auch die Förderung des Nachwuchses am Herzen liegt. Thomas Kölbener, Sandra Inauen, Livia Rempfler, Fabienne Roos und Tabea Schmutz (v.l.) bringen nicht nur frischen Wind in unser Unternehmen, sondern sind selber auch stolz, den Gästen das Appenzellerland näher zu bringen.



Appenzellerland Tourismus AI

Präsident	Ulmann Ruedi, Postfach 14, 9108 Gonten ruedi.ulmann@greenvieh.ch	Tel. +41 (0)71 795 40 62
Mitglieder	Ldm. Fässler Daniel, Weissbadstr. 3a, 9050 Appenzell daniel.faessler@vd.ai.ch	Tel. +41 (0)71 787 38 48
	Bischofberger Andrea, Alpstein, Fehrlen, 9057 Weissbad abischofberger@baerli-biber.ch	Tel. G +41 (0)71 798 90 10 Tel. P +41 (0)71 799 11 18
	Hörler Lydia, Rosenböhlleli 10, 9050 Appenzell Meistersrüte lydia.hoerler@sunrise.ch	Tel. P +41 (0)71 787 36 22
	Inauen Alois, Berggasthaus Plattenbödeli, 9057 Weissbad info@plattenboedeli.ch	Tel. G +41 (0)71 799 11 52 Tel. P +41 (0)71 799 11 15
	Inauen Luzia, Lauffenstrasse 8, 9050 Appenzell lauffenlehn@bluewin.ch	Tel. +41 (0)71 787 10 20
	Manser Sepp, Berggasthaus Meglisalp, 9057 Weissbad sepp.manser@schwende.ch	Tel. G +41 (0)71 799 11 28 Tel. P +41 (0)71 799 15 78
	Mock Lydia, Eggerstandenstrasse 53, 9050 Appenzell contact@hauslydia.ch	Tel. +41 (0)71 787 42 33
	Wittwer Roberto, Böhlisjockes 2, 9057 Weissbad r.wittwer@hofweissbad.ch	Tel. G +41 (0)71 798 80 80 Tel. P +41 (0)71 797 02 19

Kontrollstelle

Revisoren	Buschor-Züger Evelyne, Oberbad 18, 9050 Appenzell evelyne.buschor@sgkb.ch	Tel. +41 (0)78 633 20 81
	Keller-Sutter Cyrill, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell cyrill.keller@moserhoerler.ch	Tel. +41 (0)71 788 10 70
	Moser-Broger Regula, Mosershalde 22, 9050 Appenzell r.moser@appenzellertreuhand.ch	Tel. +41 (0)71 780 19 90

Impressum

Inhalt	Appenzellerland Tourismus AI
Fotos	Archiv Appenzellerland Tourismus/ Titelbild: Bauernmalerei von Dölf Mettler Sonderausstellung im Museum Appenzell
Gestaltung	Koller Werbung ASW, Appenzell
Druck	Druckerei Appenzeller Volksfreund, Appenzell

Geschäftsstelle / Tourist Information

Geschäftsführer Buob Guido, Hauptgasse 4, 9050 Appenzell
guido.buob@appenzell.ch Tel. +41 (0)71 788 96 41
Fax +41 (0)71 788 96 49

Mitarbeiter/innen

Hautle Patric	Wegmeister
Signer Andrea	Information
Heim Aline	Sekretariat
Keller Rosalia	Marketing
Willi Katrin	Marketing (bis Juli 2011)
Brülisauer Remo	Marketing
Rechsteiner Olivia	Marketing (bis Juni 2011)
Roos Fabienne	Lernende
Inauen Sandra	Lernende
Kölbener Thomas	Lernender
Wüthrich Mirjam	Praktikantin (bis Juni 2011)
Schmutz Tabea	Praktikantin
Rempfler Livia	Praktikantin

Teilzeit-Mitarbeiterinnen

Bühler Ingrid	Information
Dörig Regina	Information
Fässler Elsbeth	Information / Führungen
Fässler Yvonne	Information / Führungen
Broger Helene	Museum / Führungen
Hamm Maria	Museum / Führungen
Koller Andrea	Museum / Führungen

FührerInnen und Aushilfskräfte

Breu Rita	Inauen Priska	Rempfler Riccarda
Brülisauer Katja	Inauen Vreni	Rusch Kurt
Büsser Raphaela	Kölbener Susanne	Schiegg Sandra
Frick Walter	Koller Erich	Streule Claudia
Frischknecht Cornelia	Koller Kathrin	Sutter Hans
Fritsche Patricia	Koller Marcel	Sutter Stefanie
Inauen Bettina	Koller Michael	Sutter Thomas
Inauen Hannes	Manser Joe	Walzthöny Madeleine
Inauen Maria	Neff Walter	Zimmermann Sophie
Inauen Martin		



Appenzellerland Tourismus AI 

CH-9050 Appenzell

Tel. +41 (0)71 788 96 41

Fax +41 (0)71 788 96 49

info@appenzell.ch

www.appenzell.ch