

Appenzellerland.

www.appenzell.ch



Geschäftsbericht 2012



Verein Appenzellerland Tourismus AI.

Jede Person, die sich mit Tourismus befasst weiss, dass nicht die Grösse einer Destination über deren Erfolg entscheidet, sondern die klare Positionierung. Zudem gilt es in aller Konsequenz die Gästebedürfnisse zu berücksichtigen und die Bevölkerung entsprechend zu sensibilisieren. Diese strategischen Grundsätze hat sich der Vorstand während all seiner Tätigkeit auch im vergangenen Jahr zu oberst auf die Fahne geschrieben. So ist es uns stets wichtig, dass Brauchtum und Kultur nicht als Inszenierung erhalten müssen. Im Gegenteil: Wir legen grossen Wert auf die Echtheit, Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit der Bräuche. Denn diese Grundwerte bedeuten das wahre Fundament unserer erfolgreichen Destination.

Die konsequente und praktische Umsetzung unserer Strategie zeigt langfristig auch ihre Wirkung. Eine kürzlich erschienene Studie der UBS führt uns vor Augen, wie wichtig der Tourismus für Appenzell ist. Im Sommertourismus belegen wir zusammen mit dem Kanton Tessin die vordersten Plätze. Dies erfordert auch Engagement und Wohlwollen der Bevölkerung. Wie soll ein sanfter qualitativ hochstehender Tourismus (z.B. im Dorf) betrieben werden, wenn wir nicht bereit sind, die nötige Infrastruktur zur Verfügung zu stellen? Auch da sind klare Regeln und konsequentes Durchsetzen gefragt. Eine starke Marke wie Appenzell braucht nicht nur Pflege, sondern auch das eine oder andere Opfer.

Im vergangenen Jahr hat sich der Vorstand intensiv mit der Umsetzung des Ausbaus der Talwanderwege beschäftigt. Bei diversen Begegnungen mit Grundbesitzern wurde festgestellt, dass es sich als schwierig erweist, neue Wege zu erschliessen. So hoffe, dass in naher Zukunft auch der für uns sehr wichtige Agrotourismus seine Wurzeln schlagen kann und dadurch die Landwirtschaft noch direkter vom Tourismus profitiert.

Mit dem Projekt «Appenzeller Winter» möchte der Vorstand das Winterhalbjahr intensiver und interessanter gestalten. Mit neu ausgesteckten Schneeschuhrouten konnten wir das Angebot für unsere Gäste erweitern. Nur dank den Mitteln der öffentlichen Hand und den Beiträgen, welche in den Tourismusförderungsfonds einbezahlt werden, können wir unsere Strategie und deren Massnahmen konsequent durchsetzen. Wir werden nicht darum herumkommen, eine Häufung dieses Fonds anzugehen. Ich danke daher jetzt schon für die finanzielle Unterstützung und den Goodwill, damit wir unsere gesteckten Ziele zum Wohle der gesamten Volkswirtschaft auch in Zukunft erreichen können.

Ruedi Ulmann
Präsident





| Inhalt | Seite |
|------------------------------------|--------------|
| Vorwort..... | 2 |
| Einladung mit Traktandenliste..... | 4 |
| Protokoll der HV VAT AI 2012..... | 5 |
| Jahresbericht..... | 9 |
| Bericht der Revisoren..... | 23 |
| Erfolgsrechnung mit Budget..... | 24 |
| Bilanz..... | 25 |
| Organe..... | 26 |
| Geschäftsstelle..... | 27 |

Einladung mit Traktandenliste.

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

Mittwoch, 17. April 2013, 19.00 Uhr Berggasthaus Alter Säntis

- 1. Begrüssung**
- 2. Wahl der Stimmenzähler**
- 3. Protokoll der Hauptversammlung vom 10. April 2012**
- 4. Jahresbericht**
- 5. Abnahme der Jahresrechnung und des Revisorenberichts**
- 6. Budget 2013**
- 7. Wahlen**
- 8. Wünsche und Anträge**

Im Anschluss an die Hauptversammlung laden wir alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu einem Nachtessen ein. Ebenso sind Sie herzlich eingeladen, die neu renovierten Zimmer im Berggasthaus Alter Säntis zu besichtigen.



Protokoll der Hauptversammlung VAT AI vom 10. April 2012, Waldgasthaus Lehmen, Weissbad

Traktandenliste

1. Begrüssung

Präsident, Ruedi Ulmann begrüsst die Mitglieder und Gäste an der 113. Hauptversammlung vom Verein Appenzellerland Tourismus AI. Er dankt Geschäftsführer Guido Buob und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für den grossen Einsatz und die geleistete Arbeit. Ebenfalls geht ein Dank an die Vorstandsmitglieder für die gute Zusammenarbeit. Zur Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

2. Wahl der Stimmzähler

Als Stimmzählerin wird Patricia Fritsche vorgeschlagen. Es werden keine Gegenvorschläge gemacht und Ruedi Ulmann geht zum Traktandum 3 über.

3. Protokoll der letzten Hauptversammlung vom 13. April 2011, Hotel Hecht, Appenzell

Das Protokoll ist im Geschäftsbericht auf Seite 5 einzusehen. Das Protokoll wird ohne Wortmeldungen genehmigt und verdankt.

4. Jahresbericht

Der Geschäftsbericht 2011 wurde allen Mitgliedern per Post zugestellt.

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

- Schweiz Tourismus hat im vergangenen Jahr schweizweit eine Gästenumfrage zum Thema Freundlichkeit gemacht. Leider ist das Resultat nicht gut ausgefallen. Zum Glück hebt sich diesbezüglich das Appenzellerland ab: Die Gästerückmeldungen der Gäste im Appenzellerland sind nämlich bis zu 98 % positiv. Trotzdem bemüht sich Appenzellerland Tourismus AI mit verschiedenen Massnahmen darum, die «freundlichste Destination der Schweiz» zu werden. Zur Steigerung der Servicequalität werden wieder Seminare angeboten.
- Trotz Preiserhöhungen konnte Appenzellerland Tourismus AI fast gleichviel Führungen wie im Vorjahr anbieten. Von Vorteil ist, dass Gruppen wetterunabhängig sind, eine grosse Wertschöpfung generieren und weniger sensibel auf die Frankenstärke reagieren. Um eine attraktive Angebotspalette zu halten, werden laufend neue Programme ausgearbeitet.
- Die Rekordfrequenzen bei den Luftseilbahnen sind wesentlich für den Tagestourismus. Die Logiernächteentwicklung zeigt einen leichten Rückgang von 2 % (CH -2 %) gegenüber dem Vorjahr. Dieser leichte Rückgang darf angesichts des starken Frankens positiv gewertet werden. Möchte das Appenzellerland weiterhin als Ferienregion gelten, brauchen wir eine gesunde Hotellerie und steigende Logiernächtezahlen. Die Appenzeller Ferienkarte ist ein Produkt der Hotellerie und zielt auf die Feriengäste ab.

Zahlreiche Marketingmassnahmen wurden im Geschäftsjahr 2011 realisiert.

- Die Internetseite www.appenzell.ch generiert im Durchschnitt über 20'000 Besucher pro Monat. Die Inhalte werden täglich aktualisiert und überprüft.
- Das Gewinnerbild des Facebook-Wettbewerbs zielt die neue Wanderbroschüre. Über 500 Bilder wurden hochgeladen und die Fans haben fleissig abgestimmt.
- Der GästeneNewsletter wird einmal pro Monat an 4673 Abonnenten verschickt.
- Im Jahr 2011 besuchte die Geschäftsstelle drei Messen, betreute 20 Medienreisen und schrieb selber über zehn Medienberichte.
- Weitere Marketingaktivitäten waren: PR nach innen mit den Partnernewsletter, Touristikertage, Schulungen, Promotionen und die Produktion aller Broschüren.

Präsident Ruedi Ulmann dankt Guido Buob für die Berichterstattung des Geschäftsjahres 2011.

Leo Sutter ist der Meinung, dass in der Wanderkarte auch die Wanderwege in der Hügellandschaft eingezeichnet werden sollen, denn vor allem in den Frühlingsmonaten werden diese rege benutzt. Ruedi Ulmann verweist auf die neu gestaltete Panoramawanderkarte, in welcher der Ausschnitt gegenüber der Vorgängerkarte extra vergrössert wurde.

Leo Sutter ist der Auffassung, dass mit dem Angebot der Nachtwächter-Führung die Echtheit nicht gewahrt sei. Weiter findet er, dass die Tauzieh-WM 2012 im falschen Zeitpunkt stattfindet und zu gross für das Dorf Appenzell sei.

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. 2'065'638.87 und Ausgaben von Fr. 2'149'106.97 mit einem Verlust von Fr. 83'468.10 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von Fr. 266'000.00 und ein Testat von Fr. 66'000.00. Verdankt werden die Beiträge des Kantons, der Bezirke, der Feuerschaugemeinde und von Gastro AI, die freiwilligen Beiträge von Institutionen und Mitgliedern. Einen herzlichen Dank richtet Präsident Ruedi Ulmann an Guido Buob. Er hat es verstanden, die Finanzen sparsam, effizient und verantwortungsvoll zu führen.

Das Wort zur Rechnung wird nicht verlangt.

Die Revisorin Evelyne Buschor-Züger wird ersucht, den Revisorenbericht zu erstatten. Die Revisionsstelle hat die Buchführung und die Jahresrechnung für das abgeschlossene Jahr 2011 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 2012

Das Budget für das Jahr 2012 sieht eine ausgeglichene Rechnung vor. Es werden keine Fragen gestellt.

7. Wahlen

Alois Inauen hat seine Demission aus dem Vorstand erklärt. Er wurde an der Hauptversammlung 2006 als Vertreter des Bergwirtevereins gewählt. Seine engagierte Mitarbeit und seine Fachkompetenz werden von Ruedi Ulmann verdankt.

Andrea Bischofberger nimmt die Wahl des Präsidenten 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

Hörlner Lydia

Inauen Luzia

Manser Sepp

Mock Lydia

Wittwer Roberto

Als Ersatz für den zurücktretenden Alois Inauen wird vom Vorstand Ruedi Manser, Berggasthaus Alter Säntis, vorgeschlagen. Es werden keine weiteren Vorschläge gemacht. Ruedi Manser wird gewählt und im Vorstand willkommen geheissen.

Die Revisoren Evelyne Buschor-Züger, Cyrill Keller-Sutter und Regula Moser-Broger stellen sich für ein weiteres Jahr zur Verfügung. Sie werden in Globo bestätigt, und Ruedi Ulmann dankt für die gute Zusammenarbeit.

8. Wünsche und Anträge

Sepp Breitenmoser, OK-Präsident der Tauzieh-WM 2012, nimmt Stellung zum vorgängigen Votum von Leo Sutter. Der Termin für die Tauzieh-WM wurde international bestimmt, eine Terminschiebung war deswegen unmöglich. An dieser Stelle möchte er allen Helfern und Sponsoren danken und freut sich auf die einmalige Chance für Appenzell, einen solch grossen Anlass durchzuführen.

Im Auftrag des Verwaltungsrats des Hotels Hof Weissbad stellt Sepp Breitenmoser den Antrag zur Bildung einer Konzeptgruppe für den Bereich Talwanderwege. Es sei dringender Handlungsbedarf vorhanden, die Talwanderwege im Sommer und Winter zu fördern und auszubauen.

Präsident Ruedi Ulmann stellt dazu fest, dass dieses Ziel auch in der Strategie von Appenzellerland Tourismus AI niedergeschrieben ist. Letzten Herbst wurde eine Arbeitsgruppe geschaffen, die das Thema Talwanderwege bereits intensiv behandelt.

Landammann Daniel Fässler dankt allen Personen, die dafür sorgen, dass der Tourismus im Kanton Appenzell Innerrhoden qualitativ hochstehend bleibt. Trotzdem benötigen die touristischen Angebote weitere Verbesserungen. Deshalb unterstützt auch Ldm. Daniel Fässler, die Bemühungen zur Verbesserung der Talwanderwege. Als zweiten Punkt spricht er die Landwirtschaft an. Für den Tourismus ist die Landwirtschaft ein ausgezeichneter und wichtiger Werbeträger. Deshalb ist es zentral, die Bauern stärker in den Tourismus einzubinden, und damit das Verständnis für den Tourismus weiter zu fördern. Der Agrotourismus soll aus diesem Grund in Zusammenarbeit mit den Bauern gestärkt werden.

Guido Broger erkundigt sich nach der Sanierung der Kesselismühle-Brücke.

Präsident Ruedi Ulmann dankt den Anwesenden für die Teilnahme an der Hauptversammlung und schliesst die Versammlung.

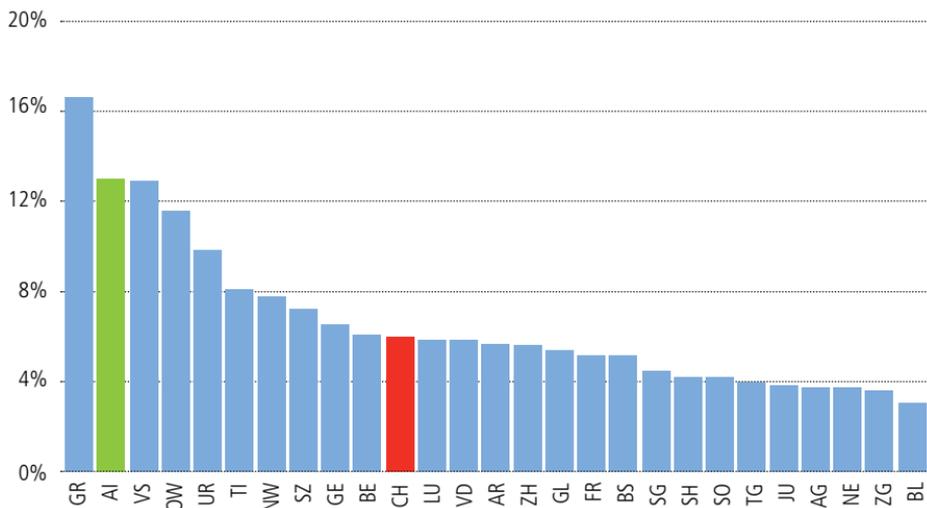
Appenzell, April 2012 / Aline Heim



Volkswirtschaftliche Bedeutung.

Eine aktuelle Studie der UBS zeigt deutlich auf, wie wichtig die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für den Kanton Appenzell I.Rh. ist. Nach Graubünden mit einem Anteil von 17 % aller Beschäftigten, welche im Tourismus arbeiten, folgt an 2.Stelle bereits der Kanton Appenzell I.Rh. mit 12 %. Damit sind in unserem Kanton im Verhältnis gleich viele Personen wie im Kanton Wallis (ebenfalls an 2.Stelle) direkt im Tourismus tätig. Die Statistik zeigt auch, dass dieser Wert schweizweit bei 6 % liegt und verdeutlicht relativ klar, welch grosse wirtschaftliche Bedeutung der Tourismus für den Kanton Appenzell Innerrhodens besitzt. Diese Bedeutung verpflichtet alle wichtigen Entscheidungsträger im Kanton weiterhin dafür zu schauen, dass für den Tourismus die entsprechenden Rahmenbedingungen zur Verfügung gestellt werden. Kritisch im Auge zu behalten ist die negative Entwicklung der verfügbaren Hotelzimmer. Der schleichende aber stetige Wegfall von Hotelzimmern wird sich mittelfristig negativ bemerkbar machen. Es ist höchste Zeit mit geeigneten Massnahmen die nötigen Schritte in die Wege zu leiten, damit diesem Trend Einhalt geboten wird.

Prozentualer Anteil der Vollbeschäftigten im Tourismus pro Kanton

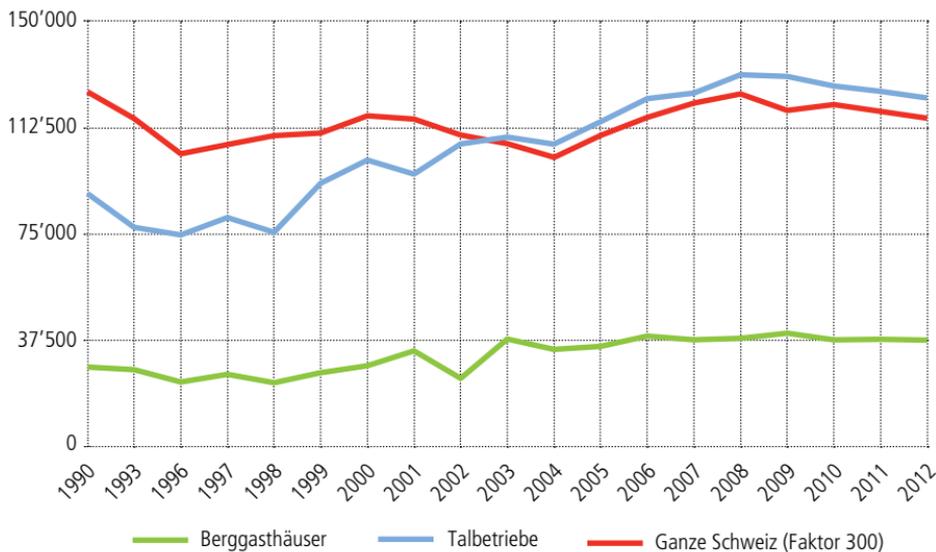


Quellen: Eidg. Betriebszählung 2008, UBS

Logiernächte.

Der Kanton Appenzell I.Rh. verzeichnet für das Jahr 2012 einen leichten Logiernächterückgang von 0,9% (-1427 Logiernächte). Dieser Wert liegt erfreulicherweise immer noch deutlich unter dem gesamtschweizerischen Rückgang von 2,0%. In konkreten Zahlen heisst das, dass bis Ende 2012 160'538 Gästeübernachtungen in den Hotels und Berggasthäusern des Kantons erfasst wurden. In Anbetracht des starken Schweizer Fränkens, des schlechten wirtschaftlichen Umfelds und insbesondere auch angesichts der ungünstigen Wetterverhältnisse während des ganzen Jahres musste mit einem höheren Rückgang gerechnet werden. Beobachtet man die Zahlen der einzelnen Schweizer Kantone etwas genauer, fällt auf, dass vor allem die Landkantone zum Teil massive Rückgänge verzeichnen mussten und die Städte die Zahlen leicht verbessern oder zumindest halten konnten. Umso zufriedenstellender ist daher der nur leichte Rückgang in unserem Kanton. Ein wichtiger Grund für diesen Umstand ist sicherlich die Tauzieh-WM vom September. Damit konnte ein Anlass nach Appenzell gebracht werden, der einerseits ein hervorragendes Medienecho auslöste und andererseits aber auch rund 2000 Logiernächte für die Talhotellerie brachte. Alles in allem betrachtet dürfen die Leistungsträger somit zufrieden mit den Erträgen des Jahres 2012 sein.

Logiernächteentwicklung Appenzell Innerrhodens und ganze Schweiz



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 |
| 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 |
| 2012 | 131'641 | 28'897 | 160'538 | 15'690'035 | 19'076'238 | 34'766'273 |

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

Ein Weltrekord...

Das Jahr 2012 prägten gleich zwei Top-Anlässe, deren Ausstrahlungen weit über die nationalen Grenzen hinausgingen. Der Weltrekord mit der längsten Ruhebänk auf dem Kronberg war im Bereich Angebotsgestaltung sicherlich ein einmaliger Höhepunkt. Das von der Sortenorganisation Appenzeller Käse lancierte und von der Kronbergbahn mitgetragene Projekt, erreichte innert Kürze eine Bekanntheit, welche alle Erwartungen bei weitem übertraf. Zwei Gründe für den grossartigen Erfolg waren sicherlich die sehr professionelle Aufgleisung des Projekts durch die SO Appenzeller Käse, aber auch die durch unseren Wegmacher perfekt geplante und gebaute 1013 Meter lange Ruhebänk auf der Krete des Kronbergs.

Die längste Bank auf dem Kronberg



...und Weltmeisterschaften.

Es ist allgemein bekannt, dass es die Appenzellerinnen und Appenzeller verstehen, Feste zu organisieren und zu feiern. Die über viele Jahre im Voraus geplanten Tauzieh-Weltmeisterschaften erfüllten in jeder Hinsicht die Erwartungen der Teilnehmer, der Sponsoren und der Besucherinnen und Besucher. Die einwandfrei organisierten Wettkämpfe mit dem einmaligen Rahmenprogramm machten diesen Anlass nicht nur für die Sportlerinnen und Sportler aus der ganzen Welt zu einem unvergesslichen Erlebnis, sondern auch für die einheimische Bevölkerung. Dank dem aussergewöhnlichen Einsatz von über 1000 Helferinnen und Helfern gelang es Appenzell einmal mehr, sich medial hervorragend in Szene zu setzen.

Tauzieh-WM Appenzell 2012



Klein aber fein.

Gerne geht bei der ganzen Fokussierung auf die Grossanlässe vergessen, dass der Tourismus während des ganzen Jahres vor allem von kleinen und feinen Angeboten lebt. Zweifellos braucht es die Höhepunkte wie eine TauziehwM, um wieder einmal in den nationalen Medien ein entsprechendes Gehör zu erhalten. Aber schlussendlich sind es die kleinen Angebote, welche aus vielen bunten Mosaiksteinen ein wunderbares Gesamtbild erstrahlen lassen. Mit Stolz zeigen wir unseren Gästen die Schönheit der Landschaft, mit Hingabe erklären wir einen Brauch und mit Freude verweisen wir auf ein kulturelles Angebot. Hinter all diesen Angeboten steckt immer sehr viel Arbeit und Engagement von Personen, welche bereit sind, sich für eine Sache einzusetzen. Diese Eigenart zeichnet die Appenzellerinnen und Appenzeller aus und macht unseren Tourismus so erfolgreich. Die Geschäftsstelle versucht zusammen mit den Veranstaltern, den Behörden und der einheimischen Bevölkerung die Angebote so zu gestalten, dass kein inszenierter «Kitschtourismus» oder simpler «Sauglattismus» entsteht. Dies bedingt aber auch, den Mut zu zeigen und bei dieser sicherlich nicht immer einfachen Gratwanderung auch einmal «nein, so nicht!» zu sagen. Es gilt weiterhin die Appenzeller Werte hoch zu halten und so die Erträge aus dem Tourismus langfristig zu sichern.

Um auch den kleinen und feinen Anlässen entsprechend Beachtung zu schenken ist eine lose Auswahl dieser Anlässe dargestellt.

16. APPENZELLER LÄNDLERFEST 2012



Ausstellung Museum Liner



Stobede im Alpstein



Ziegenausstellung im Museum Appenzell



Appenzeller Ferienkarte.

Bereits seit 2005 gibt es die Appenzeller Ferienkarte. Unbestritten hat dieses Produkt während den vergangenen acht Jahren einen wichtigen Teil zur erfolgreichen Entwicklung des Tourismus in unserer Destination beigetragen. In zahlreichen Gesprächen und Verhandlungen mit allen beteiligten Leistungsträgern, Beherbergern und Partnern konnte im vergangenen Jahr erreicht werden, dass die Appenzeller Ferienkarte für die Jahre 2013 bis 2015 gesichert ist. Dieses wichtige Bekenntnis aller Beteiligten brauchte es, damit das Appenzellerland auch in Zukunft als Ferienregion positioniert und wahrgenommen wird. Die Geschäftsstelle wird sich für die kommenden Jahre zum Ziel setzen, die Kommunikation der Ferienkarte weiter auszubauen, um die Vorzüge der europaweit besten Gästekarte noch mehr unter die Leute zu bringen.



Herzlichen Dank unseren Partnern der Appenzeller Ferienkarte:



Angebotsgestaltung.

Im Bereich der Angebotsgestaltung wurden im Jahr 2012 wiederum zahlreiche Projekte und Ideen umgesetzt. Hervorzuheben sind insbesondere die neuen Beschilderungen einer Mountainbike- und Veloroute von Appenzell nach Altstätten. Aber auch die Kulinarische E-Bike Tour, welche vor einem Jahr neu lanciert wurde und im Frühling 2012 durchgehend beschildert wurde, erhielt die gewünschte qualitative Verbesserung. Ferner wurden auf den Winter 2012/13 erstmals fünf Schneeschuhrouten mit einer Gesamtlänge von über 32 km neu beschildert. Ebenso wurde im Rahmen der strategischen Winterförderung erstmals ein Sternen- und Laternenweg in Weissbad initialisiert. Dieser neue geschaffene Winterwanderweg wurde jeden Abend mit Petrollampen beleuchtet und fand sowohl bei Gästen als auch Einheimischen grossen Anklang.

Kulinarische E-Bike Tour



Was zu erwarten war, ist schliesslich auch eingetroffen: Im Gruppengeschäft mussten wir einen kleinen Rückgang in Kauf nehmen. Allerdings darf gesagt werden, dass auch hier die Einbussen deutlich unter den Erwartungen liegen. Dank starker Angebotspalette mit konsequenter Ausrichtung auf Qualität und Flexibilität, verzeichneten wir letztendlich einen Rückgang um lediglich 11 % auf insgesamt 1080 durchgeführte Gruppenprogramme. Dass auch neue Programme wie die Nachtwächterführung grossen Anklang finden, freut die Geschäftsstelle besonders. Dies weil gemäss ausgearbeiteter Strategie die Wintermonate mit gezielten Angeboten bewusst gefördert werden sollen. Die Nachtwächterführung, welche vor allem im Winter, wenn es früh dunkel wird, das Gruppenangebot ergänzt, entspricht exakt diesen strategischen Vorgaben. Wie bei den Individualprogrammen wollen wir unseren Grundsätzen eines qualitativen Tourismus treu bleiben. Die Geschäftsstelle ist überzeugt, dass nur so nachhaltig das gesunde Miteinander von gelebter Kultur und touristischer Vermarktung erfolgen kann.

| Führungen | 1995 | 2000 | 2005 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--------------------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Dorfführungen | 196 | 335 | 459 | 594 | 623 | 633 | 463 |
| Dorfführungen mit Käse | | | 26 | 50 | 55 | 59 | 57 |
| Dorfführungen mit Apéro | | | | 12 | 13 | 8 | 4 |
| Dorfführungen mit Handwerker | | 13 | 63 | | | | |
| Schmackhafte Dorfführungen | | | | 94 | 121 | 93 | 71 |
| Kulinarische Dorfführungen | | | | 27 | 47 | 50 | 34 |
| Museums-Führungen | | 79 | 52 | 27 | 68 | 34 | 41 |
| Wildkirchli-Führungen | | 30 | 39 | 32 | 41 | 28 | 48 |
| Tages- und ½ Tagesbegleitungen | | 18 | 61 | 16 | 6 | 20 | 20 |
| Singen/Jodeln | | | 4 | 155 | 209 | 224 | 272 |
| Nachtwächter-Führungen | | | | | | 14 | 36 |
| Führungen Toobenschopf | | | | 21 | 27 | 29 | 20 |
| Diverses | | 65 | 29 | 15 | 19 | 19 | 14 |
| Total | 196 | 540 | 733 | 1043 | 1229 | 1211 | 1080 |

Öffentlichkeitsarbeit.

Der Vorstand hat sich bei der Überarbeitung der Strategie klar das Ziel gesetzt, im Bereich Öffentlichkeitsarbeit einen neuen Schwerpunkt zu setzen. Mit zahlreichen grösseren und kleineren Massnahmen möchte er erreichen, dass sich die Bevölkerung vermehrt der Bedeutung des Tourismus bewusst wird. Der im Frühling 2012 lancierte «Tag der offenen Hoteltüren» erfreute sich ausserordentlich grosser Beliebtheit. Die Veranstaltung zeigt deutlich auf, dass die Bevölkerung in Appenzell I.Rh. an den touristischen Angeboten interessiert ist und sich mit dem Tourismus identifizieren kann. Für die teilnehmenden Hotelbetriebe war es gleichzeitig eine gute Plattform, sich nicht nur den Gästen, sondern auch der Bevölkerung zu präsentieren. Denn nach wie vor ist die «Mund zu Mund»-Werbung eine der besten und erfolgreichsten Werbeträger.

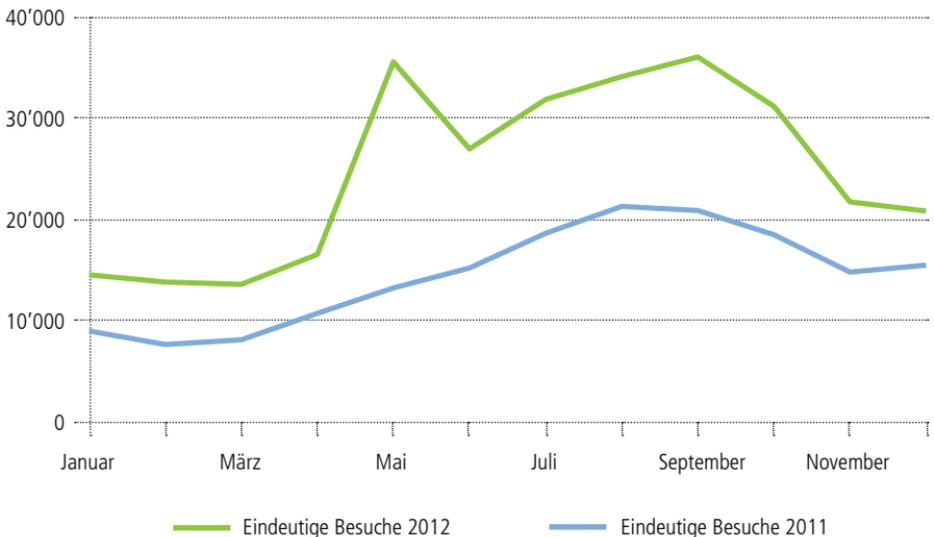
Ebenso bemüht sich die Geschäftsstelle mit regelmässigen Pressemeldungen, redaktionellen Beiträgen und Newslettern über ihre Tätigkeit zu informieren. Ganz nach dem Grundsatz «Tue Gutes und sprich darüber». All diese Massnahmen zielen schlussendlich darauf, die Bevölkerung für die Anliegen des Gastes zu sensibilisieren und so weiterhin die wichtige Basis für einen erfolgreichen Tourismus zu legen.

Tag der offenen Hoteltüren



Im Bereich E-Marketing war das vergangene Jahr von zahlreichen Neuerungen und Angebotserweiterungen geprägt. Das Projekt «Alpstein von Oben» fand mit der Aufschaltung im Mai 2012 seinen Abschluss. Erfreulicherweise zeigte die statistische Auswertung am Ende des Monats gleich eine Verdoppelung der Internetbesucher. Ebenso erfreulich am ganzen Projekt war, dass nicht nur alle am Projekt involvierten Personen sehr gut miteinander zusammen arbeiteten, sondern auch bei der Finanzierung alle ihren Teil dazu leisteten. Bereits im Frühjahr konnten die englische und die französische Version der Homepage aufgeschaltet werden. Wenn auch über 90 Prozent der Appenzeller Gäste aus dem deutschsprachigen Raum stammen, erscheint es uns wichtig, dass man sich auch in anderen Sprachen über das Appenzellerland informieren kann. Weitere Projekte waren die Umsetzung eines handyoptimierten Internetauftritts sowie die neue Möglichkeit, Gruppenreisen und Pauschalen gleich online buchen zu können. Alle Massnahmen bewähren sich und werden zum Teil über den Erwartungen benutzt. Dies belegen auch die erfreulichen Besucherzahlen unserer Website, die immer mehr elektronischer Dreh- und Angelpunkt für touristische Auskünfte im Appenzellerland wird.

Internet-Besucherstatistik mit den Vergleichszahlen des Vorjahres



Broschüren.

Obwohl sich immer mehr Gäste mit Hilfe elektronischer Medien über Ferenziele und dessen Angebote informieren, wird von einer Tourismusdestination wie Appenzell erwartet, den Gästen zeitgemässe Broschüren und Informationen zur Verfügung zu stellen. Dass auch die Broschüren einem Wandel unterzogen sind, versteht sich von selbst. Die Geschäftsstelle hat sich während den vergangenen Jahren bewusst die Mühe gemacht, sämtliche Drucksachen zu hinterfragen und wo nötig Verbesserungen anzubringen. In enger Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern wurden so eine neue Winterbroschüre gestaltet sowie je eine neue Sommer- und Winterpanoramakarte lanciert. Insbesondere die Sommerpanoramakarte mit sämtlichen Informationen zu Bergbahnen, Berggasthäusern und Wanderwegen fand sofort grossen Anklang und reissenden Absatz. Sämtliche Reaktionen von Gästen, aber auch von den Leistungsträgern fielen sehr positiv aus. Dabei ist eine emotionale und einheitliche Bildwelt unverzichtbar. Darum wurden im vergangenen Jahr zahlreiche Fotoshootings durchgeführt, um auch diesbezüglich wieder auf dem neuesten Stand zu sein.



Auf die Menschen zugehen und in Kontakt mit ihnen zu treten gehört sicherlich zu den Erfolgsrezepten des Tourismus. Diesen wichtigen Grundsatz lebt die Geschäftsstelle vor allem an Messen und Gastregionsauftritten aus. Zusammen mit der Appenzellerland Regionalmarketing AG und der Partnerorganisation von Appenzellerland Tourismus AR war die Geschäftsstelle im Berichtsjahr an zahlreichen Messen und Veranstaltungen vertreten. Beispiele dazu sind die Auftritte an der Muba, an der Gewerbemesse in Egg und der Wülflinger Dorfet sowie die Teilnahme an einer Promotion in sämtlichen Filialen von Coop Ostschweiz. Die Zusammenarbeit der starken Produktmarken aus dem Appenzellerland und dem Tourismus kommt bei den potentiellen Gästen sehr gut an und stärkt die Marke Appenzell. Die Geschäftsstelle hält sich dabei explizit an gewisse Grundsätze wie z.B. das Tragen der Appenzeller Tracht. Dies erleichtert uns eine klare Positionierung und Abgrenzung gegenüber den Mitbewerbern. Nebst den Produzenten, welche immer wieder die kulinarischen Stärken des Appenzellerlands hervorheben, sind auch die Handwerker imageprägende Botschafter, die allseits bewundert werden.

Coop-Promotion Ostschweiz



Neue Regionalpolitik.

Dass der Neuen Regionalpolitik im Geschäftsbericht einer Tourismusorganisation gleich eine ganze Seite gewidmet wird, mag auf den ersten Blick erstaunen. Beginnt man aber die Projekte und Massnahmen aufzuzählen, welche in den letzten Jahren mit der Neuen Regionalpolitik mitfinanziert wurden, zeigt sich sehr schnell, wie wichtig diese Förderung durch Bund und Kanton für unseren Tourismus ist. Das grösste Konzept erstreckt sich über vier Jahre und betrifft die Förderung der eher schwachen Wintermonate. Gezielt soll mit Projekten und Kommunikationsmassnahmen versucht werden, einen Gegentrend zum oftmals hektischen Wintertourismus zu schaffen. Mit Angeboten wie dem «Steene- und Lateene-Weeg», der Signalisation der Schneeschuhrouten und mit neuen Informationsbroschüren sollen langfristig und nachhaltig neue Gästesegmente für den Winter gewonnen werden. Aber auch die Projekte wie die «Sensibilisierung der Einheimischen», die Ausarbeitung der neuen Tourismusstrategie, die Förderung des E-Marketings oder das Projekt «Alpstein von Oben» konnten von Geldern der Neuen Regionalpolitik profitieren. Wichtig bei der Umsetzung von solchen Plänen ist, dass nicht an einzelne Personen oder Firmen finanzielle Mittel gesprochen werden, sondern der Allgemeinheit. Zudem dürfen solche Gelder immer nur zur Initialisierung von Angeboten und Projekten benutzt werden. In späteren Phasen müssen alle Strukturen selbsttragend sein.

Schneeschuhtour im Alpstein



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 2012 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, 19. Februar 2013

Die Revisoren

Evelyne Buschor

Cyrrill Keller

Regula Moser



Erfolgsrechnung mit Budget.

| Ertrag | Rechnung 2011 | Rechnung 2012 | Budget 2012 | Budget 2013 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Mandate | 106'945.00 | 107'979.55 | 115'000.00 | 110'000.00 |
| Verkauf Handelsware & Dienstleistungen | 593'888.87 | 569'978.41 | 680'000.00 | 555'000.00 |
| Marketingertrag | 475'849.61 | 576'195.54 | 380'000.00 | 514'750.00 |
| Freiwillige Beiträge | | | | |
| Bezirke, Feuerschau, Gastro AI | 40'020.00 | 40'065.00 | 38'000.00 | 39'000.00 |
| Beiträge aus Wanderwegunterhalt | 108'179.91 | 138'378.00 | 96'000.00 | 106'000.00 |
| Subvention Kanton | 781'000.00 | 781'000.00 | 781'000.00 | 831'000.00 |
| MWST-VST-Kürzung gem. Verwendung | -40'244.52 | -30'216.09 | -12'000.00 | -30'000.00 |
| Ertrag Total | 2'065'638.87 | 2'183'380.41 | 2'078'000.00 | 2'125'750.00 |

| Aufwand | Rechnung 2011 | Rechnung 2012 | Budget 2012 | Budget 2013 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Personal | | | | |
| Löhne, Sozialleistungen, Spesen, Weiterbildung | 803'792.06 | 832'257.24 | 780'000.00 | 815'000.00 |
| Verwaltungsaufwand | | | | |
| Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung | 247'437.00 | 180'602.07 | 170'000.00 | 191'500.00 |
| Abschreibungen | | | | |
| Mobilien, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg | -14'715.00 | 0.00 | 5'000.00 | 5'000.00 |
| Wanderwegunterhalt | | | | |
| Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen | 37'119.03 | 61'226.04 | 25'000.00 | 40'000.00 |
| Marketingaktivitäten | | | | |
| PR, Werbung, Projekte, Gästeprogramme | 811'595.33 | 839'980.58 | 808'000.00 | 897'600.00 |
| Einkauf Handelsware & Dienstleistungen | 263'878.55 | 272'380.98 | 290'000.00 | 250'000.00 |
| Aufwendungen Total | 2'149'106.97 | 2'186'446.91 | 2'078'000.00 | 2'199'100.00 |
| Gewinn/Verlust | -83'468.10 | -3'066.50 | 0.00 | -73'350.00 |
| Total | 2'065'638.87 | 2'183'380.41 | 2'078'000.00 | 2'125'750.00 |

| Bilanz per 31.12.12 | 2012 | | 2011 | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | Aktiven | Passiven | Aktiven | Passiven |
| Kasse | 42'252.25 | | 44'300.00 | |
| Kasse Fremdwährungen | 193.40 | | 262.41 | |
| Postcheck | 113'667.81 | | 105'434.97 | |
| Bankguthaben UBS Appenzell | 67'955.80 | | 68'011.15 | |
| Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell | 66'012.72 | | 66'761.52 | |
| Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank | 620'245.67 | | 618'141.38 | |
| DL Vorverkäufe Pauschalen | -620.00 | | 0.00 | |
| Diverse Debitoren | 325'046.49 | | 218'997.06 | |
| Delkredere | -1'000.00 | | -1'000.00 | |
| Transitorische Aktiven | 58'937.53 | | 29'800.00 | |
| 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 | | 199'489.62 | | 195'396.24 |
| Transitorische Passiven | | 836'934.00 | | 680'852.00 |
| Rückstellung Projekt Alpstein | | 0.00 | | 4'376.90 |
| Fonds für Anlässe | | 10'000.00 | | 20'000.00 |
| Testat | | 66'012.72 | | 66'761.52 |
| Eigenkapital | | 183'327.83 | | 266'795.93 |
| Gewinn/Verlust | | -3'066.50 | | -83'468.10 |
| | 1'292'697.67 | 1'292'697.67 | 1'150'714.49 | 1'150'714.49 |

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, Rosenböhleli 10, 9050 Appenzell Meistersrüte lydia.hoerler@sunrise.ch | Tel. P +41 (0)71 787 36 22 |
| | Inauen Luzia, Lauffenstrasse 8, 9050 Appenzell lauffenlehn@bluewin.ch | Tel. +41 (0)71 787 10 20 |
| | Manser Ruedi, Berggasthaus Alter Säntis, 9107 Urnäsch info@altersaentis.ch | Tel. G +41 (0)71 799 11 60 Tel. P +41 (0)71 797 02 04 |
| | 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 «Am Seealpsee» aus Buch «Öses Lendli Appezöll» |
| 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 Signer Andrea Heim Aline Keller Rosalia Brülisauer Remo Wyss Katia Roos Fabienne Inauen Sandra Kölbener Thomas Streule Barbara Schmutz Tabea Schwarz Mirja Rempfler Livia | Wegmeister Information Sekretariat Marketing Marketing (bis August 2012) Marketing Lernende (bis Juli 2012) Lernende Lernender Lernende Praktikantin (bis Juni 2012) Praktikantin Praktikantin |
| Teilzeit-Mitarbeiterinnen | Bühler Ingrid Dörig Regina Fässler Yvonne Oberholzer Yvonne Broger Helene Hamm Maria Koller Andrea | Information (bis Februar 2012) Information Information / Führungen Information Museum / Führungen Museum (bis November 2012) / Führungen Museum / Führungen |
| FührerInnen und Aushilfskräfte | Breu Rita Brülisauer Katja Fässler Elsbeth Frick Walter Frischknecht Cornelia Fritsche Patricia Inauen Bettina Inauen Hannes Inauen Maria Inauen Martin | Inauen Priska Inauen Vreni Kölbener Susanne Koller Erich Koller Kathrin Koller Marcel Koller Michael Manser Joe Manser Rosalie Neff Walter Rempfler Riccarda Rusch Kurt Schiegg Sandra Streule Claudia Sutter Hans Sutter Katrin Sutter Thomas Walzthöny Madeleine Zimmermann Sophie |



Unsere mobile
Webseite

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