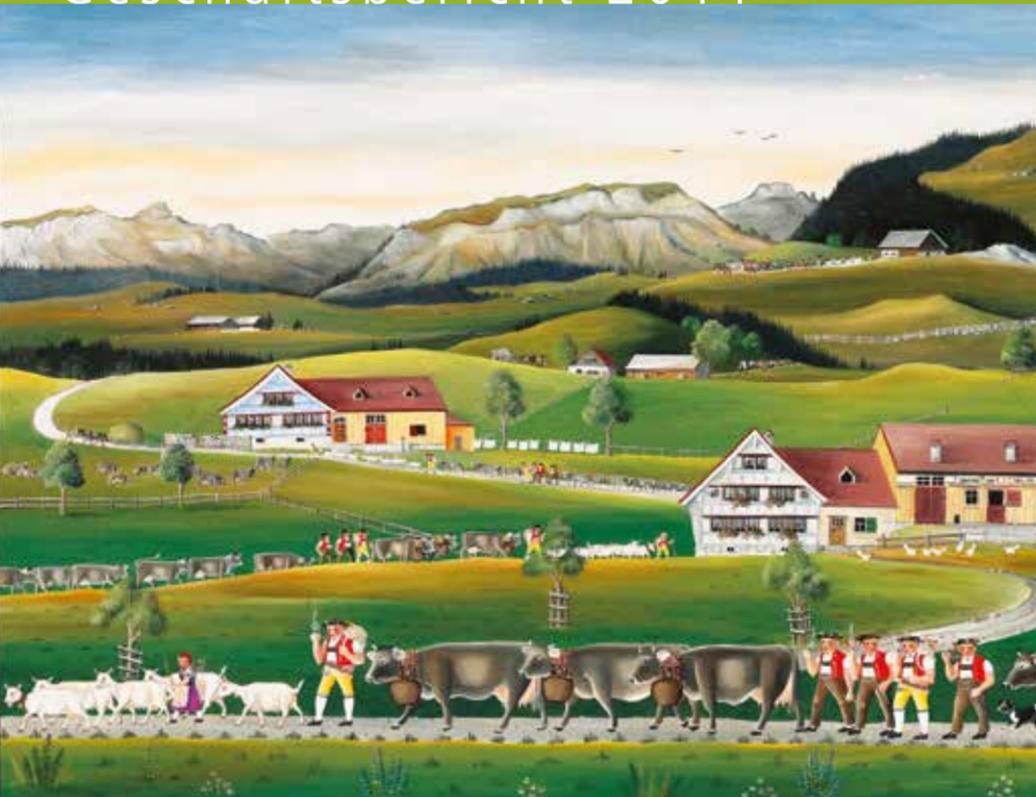


Appenzellerland.

appenzell.ch



Geschäftsbericht 2014



Verein Appenzellerland Tourismus AI.

Vorwort des Präsidenten.

«Nicht die Grösse entscheidet über den Erfolg einer Destination sondern deren klare Positionierung!». Diese Aussage des Wirtschaftsforschungs- und Beratungsinstitut Basel (BAK) ist für mich die Kernaussage für unseren Tourismus. Ich bin der festen Überzeugung, dass es uns dank dieser klaren Positionierung leichter fällt, die Bedürfnisse der Gäste optimal zu befriedigen und diesen ein authentisches Ferienerlebnis vor Ort zu bieten. Ganz im Sinne unseres strategischen Grundsatzes: «Wo Appenzell drauf steht, ist auch Appenzell drin!» Diese Tatsache gibt uns gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die nötige Sicherheit und Stabilität. Der heutige Schweizer Gast ist zu Recht anspruchsvoll. Er weiss, dass er für eine Leistung mehr bezahlt als in anderen Ländern. Er ist aber durchaus bereit, diesen Mehrpreis zu bezahlen, wenn er auch einen entsprechenden Mehrwert erhält. Dieser setzt sich aus Qualität, Gastfreundschaft und unverwechselbarer Landschaft zusammen. Wir dürfen uns nicht von jedem Discountpreisangebot unserer Mitbewerber verleiten lassen, dasselbe zu tun. Qualität hat einen Preis. Dieser Preis nimmt uns aber auch in die Pflicht, entsprechend professionell zu handeln und stetig besser zu werden.

An dieser Stelle ist es mir ein grosses Bedürfnis, unsere beliebte und kaum mehr wegzudenkende Appenzeller Ferienkarte zu erwähnen. Angebote wie sie zeigen, dass es auch in unserer Region möglich ist, nachhaltige und konkurrenzfähige Produkte anzubieten. Ich bin der festen Überzeugung, dass der Fall der Eourotergrenze dem Appenzellerland mittel- bis langfristig nicht schadet. «Mitleid» und «Solidarität» sind meiner Meinung nach die falschen Argumente und zeugen mehr von Schwäche als von Unternehmertum.

Nebst starken Produkten und Angeboten vor Ort, ist eine professionelle Kommunikation mitentscheidend. Dabei bin ich dort, wo es Sinn macht, durchaus für Kooperationen und Zusammenarbeit bereit. Jedoch nur solange jeder Partner sich selber nicht untreu wird und die eingangs erwähnte Positionierung nicht aus den Augen verliert.

Eine solche sinnvolle Kooperation war die Appenzeller Regionalmarketing AG (ARMAG), dessen Mandat wir bis Ende des Berichtsjahres mit grossem Erfolg führen durften. Ich bedaure ausserordentlich, dass dieser guten Marketingorganisation auf Grund der Sparbemühungen im Kanton Appenzell A.Rh. die finanziellen Mittel entzogen wurde und diese Organisation somit liquidiert werden musste. Es liegt unserem Verein sehr viel daran, dass wir auch in Zukunft unsere Produzenten und Handwerker gemeinsam mit dem Tourismus im Boot haben. Dies nicht nur als Geldgeber oder Imageträger, sondern als Partner mit gegenseitigem Nutzen. Wir müssen die Synergien noch stärker nützen und so einen wichtigen Beitrag zu einer gesunden Volkswirtschaft in unserem Kanton beitragen.

Meine Kolleginnen und Kollegen vom Vorstand und ich sind der festen Überzeugung, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Unsere Ziele für das kommende Jahr sind hoch, aber realistisch. Dank der öffentlichen Hand und den Beiträgen unserer Mitglieder lassen sich diese konsequent umsetzen. Dies schafft Arbeitsplätze und eine gesunde Entwicklung, nicht nur im Tourismus, sondern in allen Branchen des Kantons.

Ruedi Ulmann
Präsident





Inhalt	Seite
Vorwort des Präsidenten.....	2
Einladung mit Traktandenliste.....	4
Protokoll der HV VAT AI 2014.....	5
Jahresbericht	8
Bericht der Revisoren	22
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).

Dienstag, 31. März 2015, 18.30 Uhr, Drehrestaurant Hoher Kasten, Brülisau

- 1. Begrüssung**
- 2. Wahl der Stimmzähler**
- 3. Protokoll der Hauptversammlung vom 1. April 2014**
- 4. Jahresbericht**
- 5. Abnahme der Jahresrechnung und des Revisorenberichts**
- 6. Budget 2015**
- 7. Wahlen**
- 8. Wünsche und Anträge**

Treffpunkt: 18.00 Uhr bei der Talstation in Brülisau. Es müssen keine Billette gelöst werden.

Im Anschluss an die Hauptversammlung laden wir alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu einem Nachtessen ein.



Protokoll der Hauptversammlung VAT AI vom 1. April 2014, Hotel Landgasthof Eischen, Kau

Traktandenliste

1. Begrüssung

Präsident Ruedi Ulmann begrüsst herzlich die Mitglieder und Gäste an der 115. Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI. Die gute Arbeit des Geschäftsführers Guido Buob und seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird verdankt. Ebenfalls geht ein Dank an die Vorstandsmitglieder für die gute Zusammenarbeit und an alle Leistungsträger, welche zum Erfolg im Jahr 2013 beigetragen haben. Zur Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

2. Wahl der Stimmzähler

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

3. Protokoll der letzten Hauptversammlung vom 17. April 2013, Berggasthaus Alter Säntis, Alpstein

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

4. Jahresbericht

Der Geschäftsbericht 2013 wurde allen Mitgliedern per Post zugestellt.

Der Präsident Ruedi Ulmann weist in seinen Ausführungen des letzten Jahres auf die erfolgreiche Weiterentwicklung in der Angebotsstrategie hin. Dabei wird auch in den nächsten Jahren in aller Konsequenz an der im Jahre 2010 ausgearbeiteten Strategie (2011–2016) festgehalten. Denn ein wichtiger Erfolgswert im Tourismus sei auch die langfristige und konsequente Umsetzung der eigenen Positionierung. Nur so erhält man bei den Kunden ein Gesicht und werde bei der Fülle an touristischen Angeboten überhaupt wahrgenommen.

Ganz speziell hebt der Präsident die gezielten Marketingaktivitäten zur Förderung des Winters und der Nebensaison hervor. Mit diesen Massnahmen möchte die strategische Ebene gezielt die Ertragslage für die Leistungsträger nicht in der Hochsaison erhöhen, sondern in der schwachen Nebensaison und an Randzeiten. Dabei können erfreulicherweise schon erste Erfolge festgestellt werden.

Der Geschäftsführer Guido Buob blickt in einem ausführlichen Jahresbericht auf die Tätigkeiten der Geschäftsstelle zurück.

- Der Internationale Medienanlass hat den Tourismus im Jahr 2013 begleitet. Er war trotz schlechtem Wetter ein grosser Erfolg. Das Hauptziel wurde aus Sicht des Tourismus erreicht. Schweiz Tourismus hat wieder einmal die Ostschweiz und das Appenzellerland wahrgenommen.
- Die verkauften Gastrogutscheine stiegen auch im 2013 wieder an, trotz bereits sehr guten Zahlen im 2012. Im Jahr 2014 wird wahrscheinlich die Grenze von CHF 1 Million an offenen Gutscheinen geknackt.

- Die Zahl der Logiernächte ist in den vergangenen Jahren gleichbleibend und liegt in der Hotellerie bei rund 160'000 Übernachtungen pro Jahr. In den Sommermonaten sind die Hotelbetten bereits sehr gut ausgelastet. In der Winter- und Nebensaison liegt noch Potenzial vor. Dies wird mit Hilfe von zahlreichen Marketingaktivitäten gezielt gefördert.

Guido Buob präsentiert die zahlreichen Marketingaktivitäten, die im Jahr 2013 getätigt wurden.

- Für den Winter 2013/14 wurde erstmals eine Winterferienkarte realisiert. Dank den spontanen und unkomplizierten Zusagen der Leistungsträger beinhaltet die Ferienkarte im Winter nun sogar mehr Leistungen als im Sommer.
- Der Wintersportbericht konnte dank NRP-Gelder realisiert werden. Auf diesen zwei Karten werden die Angebote und Öffnungszeiten im Bereich Wintersport täglich aktualisiert.
- Die Besucherzahlen der Internetseite www.appenzell.ch zählte im 2013 34% eindeutige Besucher mehr als noch im Vorjahr. Was bedeutet, dass durchschnittlich 1'100 Besucher pro Tag die Internetseite besuchen.
- Die Nebensaison wird durch das Culinarische Frühlingserwachen im Alpstein schmackhaft gemacht. Die Zusammenarbeit mit dem Appenzellerland Regionalmarketing und dem Culinarium wird dabei sehr geschätzt.
- Weiter zeigt Guido Buob die Auswirkung einer Medienreise auf. Im Sommer 2013 wurde ein Fotoshooting der Schweizer Wanderwege organisiert. Ein Bild davon schmückt nun das Titelbild der Broschüre «Wandern mit Bonus 2014», welche mit einer Auflage von 330'000 Exemplaren gedruckt wurde.
- Weitere Marketingaktivitäten in der online-Kommunikation und PR nach Innen wurden erläutert.
- Guido Buob bedankt sich bei allen Leistungsträgern, die versuchen den Winter und die Nebensaison zu fördern. Denn gerade hier hat das Appenzellerland noch Potenzial, und nur mit gezielten Marketingaktivitäten kann dieses Potenzial auch erreicht und umgesetzt werden.
- Des Weiteren zeigt Guido Buob die ersten Auswirkungen der Winterförderung auf.

Präsident Ruedi Ulmann dankt Guido Buob für die Berichterstattung des Geschäftsjahres 2013. Das Wort zum Jahresbericht wird nicht gewünscht.

5. Abnahme der Jahresrechnung und des Revisorenberichts

Die Jahresrechnung ist im Geschäftsbericht auf den Seiten 24 und 25 aufgeführt. Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 2'254'380.11 und Ausgaben von CHF 2'328'490.28 mit einem Verlust von CHF 74'110.17 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von CHF 180'261.33 und ein Testat über CHF 60'000.00. 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. Verdankt werden die Beiträge des Kantons, der Bezirke, der Feuerschau und Gastro AI sowie die freiwilligen Beiträge von Institutionen und Mitgliedern.

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 2013 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.

Die Jahresrechnung und der Revisorenbericht werden von der Versammlung einstimmig genehmigt.

6. Budget 2014

Das Budget für das Jahr 2014 sieht eine ausgeglichene Rechnung vor. Für Fragen stehen Ruedi Ulmann und Guido Buob gern zur Verfügung. Es werden keine Fragen gestellt.

7. Wahlen

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, Appenzeller Produkte
Hörlér Lydia, Gewerbe Appenzell
Inauen Luzia, Landwirtschaft
Manser Ruedi, Bergwirte
Manser Sepp, Bezirke
Mock Lydia, Ferienwohnungen und B&B
Wittwer Roberto, Hotellerie

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

8. Wünsche und Anträge

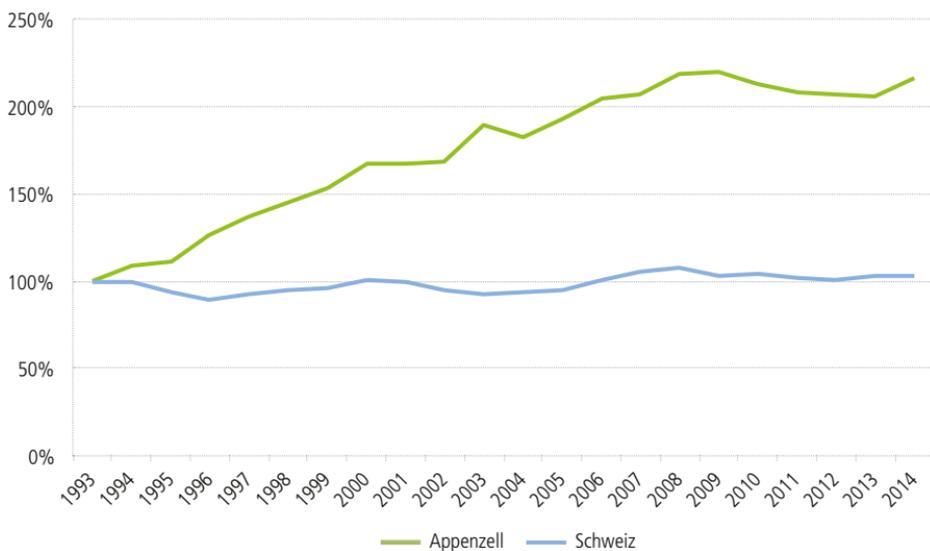
Der Präsident Ruedi Ulmann dankt den Anwesenden für die Teilnahme an der Hauptversammlung. Die Versammlung wird geschlossen.

Appenzell, Mai 2014 / Sandra Inauen

Erfreuliche Logiernächte.

Wer hätte das gedacht? Trotz schlechtem Sommerwetter verzeichnet der Kanton eine der höchsten Übernachtungswerte überhaupt. Mit 5.0% (absolute Zahl: 7'957) mehr Logiernächten gegenüber dem Vorjahr konnten die Übernachtungen in der Hotellerie erfreulich gesteigert werden. 168'058 mal übernachteten Gäste somit im Jahr 2014 in Hotels und Berggasthäuser in Appenzell Innerrhoden. Die Gründe für den Erfolg sind vielschichtig: Die Raiffeisen-Aktion alleine bescherte den neun teilnehmenden Hotels ein Plus von 7'000 Logiernächten, wobei es zu erwähnen gilt, dass erfreulicherweise zahlreiche Gäste an der Aktion «vier für drei Nächte» teilnahmen und so länger als ein oder zwei Tage in der Destination verweilten. Sicherlich brachten auch die von Appenzellerland Tourismus lancierten Pauschalangebote in der Winter- und Vorsaison den einen oder anderen neuen Gast zu uns und schlussendlich glauben wir, dass auch die Hotellerie sich ständig dem Umfeld anpasst und in Kommunikation, Service und Infrastruktur immer professioneller handelt.

Das Bewusstsein, dass die Dienstleistungskette von A bis Z stimmen muss, hat in den letzten Jahren bei allen Leistungsträgern im Kanton stark zugenommen. Denn nur die Kombination der Bemühungen sämtlicher touristischer Leistungsträger im Kanton bringt den erwünschten Erfolg. Allerdings gibt es drei Hauptfaktoren, welche nicht durch uns vor Ort beeinflusst werden können: Wirtschaftslage, Währung und Wetter. Umso mehr gilt es die Faktoren, welche wir beeinflussen können, richtig zu machen und weiterhin auf Qualität, Flexibilität, Freundlichkeit und die Marke Appenzell zu setzen. Dass das Jahr 2015 ein schwieriges Jahr werden wird, ist vorauszusehen. Deswegen den Kopf in den Sand zu stecken, entspricht nicht dem Naturell der Appenzellerinnen und Appenzeller. Im Gegenteil: Jetzt erst recht!



Logiernächtestatistik Appenzell Innerrhoden und Schweiz

Jahr	Appenzell I.Rh.			Schweiz		
	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
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
2013	131'283	28'818	160'101	15'889'226	19'734'657	35'623'883
2014	142'809	25'249	168'058	16'026'135	19'907'377	35'933'512

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

Rekord bei Gruppenangeboten.

Das Jahr 2014 bestätigte einmal mehr die Wichtigkeit des Gruppengeschäfts für die gesamte Tourismuswirtschaft im Kanton. Trotz schlechter Witterung im Sommer verzeichnen wir die höchste Anzahl durchgeführter Gruppenprogramme in der Geschichte unseres Vereins. Diese Tatsache bestätigt unsere Strategie, auf Gruppen zu setzen, um wetterunabhängiger zu werden. In konkreten Zahlen heisst das, dass die Geschäftsstelle 1'404 Gruppenprogramme verkauft hat. Dies entspricht einer Steigerung um 25% gegenüber dem Vorjahr. Dieser Erfolg basiert in erster Linie auf der qualitativ hervorragenden Arbeit der rund 30 Teilzeitangestellten, welche die Gruppenprogramme durchführen. Zudem tragen aber auch die immer wieder neuen Programme und der ausserordentliche Service im Verkauf wesentlich zu diesem grossen Erfolg bei. Im Bereich der Kommunikation wissen wir, dass die «Mund zu Mund-Werbung» nach wie vor die beste Referenz für unsere Gruppenangebote ist. Trotzdem haben wir uns im vergangenen Frühling entschlossen, aktiv gewisse Zielgruppen anzusprechen. So haben wir mit einem Mailing sämtliche deutschsprachigen Gemeinden der Schweiz und einige Kirchgemeinden angeschrieben. Ebenso wurden sämtliche Gruppengäste, welche zwischen 2008 bis 2013 schon einmal in unserer Destination waren, mit unserer Gruppenbroschüre bedient. Diese Mailings umfassten rund 5'000 Adressen, welche durch die Marketingabteilung persönlich angeschrieben wurden. Immer wieder wichtig zu betonen ist, dass sämtliche durch unseren Verein angebotenen Gruppenangebote klar zu Appenzell und seinem Image passen müssen. Trotz der weiterhin bestehenden Tendenz nach immer exklusiveren Programmen bleibt sich die Geschäftsstelle in der Angebotsgestaltung treu: Es gibt nur Gruppenprogramme, welche die Marke Appenzell stärken und nicht solche die von der Marke Appenzell profitieren!

Führungen	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Dorfführungen	335	459	594	623	633	463	458	614
Dorfführungen mit Käse		26	50	55	59	57	42	63
Dorfführungen mit Apéro			12	13	8	4	13	7
Dorfführungen mit Handwerker	13	63						
Schmackhafte Dorfführungen			94	121	93	71	86	87
Kulinarische Dorfführungen			27	47	50	34	49	59
Museums-Führungen	79	52	27	68	34	41	55	48
Wildkirchli-Führungen	30	39	32	41	28	48	53	47
Tages- und ½-Tagesbegleitungen	18	61	16	6	20	20	1	3
Singen/Jodeln		4	155	209	224	272	260	330
Nachtwächter-Führungen					14	36	58	82
Führungen Toobenschopf			21	27	29	20	18	14
Laternenwanderung							2	2
Sagen erzählen							5	28
Dialektvortrag						2	8	5
Diverses	65	29	15	19	19	12	12	15
Total	540	733	1043	1229	1211	1080	1120	1404

Erste Erfolge Winter.

Seit drei Jahren investieren wir mit Hilfe von Geldern aus der Neuen Regionalpolitik (NRP) in die Wintermonate. Unser ehrgeiziges Ziel ist es dabei, die Auslastung der touristischen Infrastruktur im Winterhalbjahr zu verbessern. Dies nicht nur im Bereich der Beherbergung, sondern auch im Bereich des Tagestourismus. Denn auch die Museen, Dorfgeschäfte, Luftseilbahnen und Gastronomiebetriebe sind im Winter für zusätzliche Gäste dankbar.

Es scheint noch etwas früh, ein erstes Fazit zu ziehen, doch zeigen erste Erfolge, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Sowohl die Zahlen der Gruppenprogramme, als auch die der Übernachtungen bewegen sich kontinuierlich nach oben. Besonders erfreulich ist, dass zahlreiche Leistungsträger mitziehen. Insbesondere die drei Luftseilbahnen haben das Potenzial erkannt und haben auch im Winter ihre Positionierung geschärft und ihr Angebot ausgeweitet. Der Prozess der Winterförderung wird noch lange nicht abgeschlossen sein. Da die NRP-Gelder als Anschubfinanzierung gedacht sind, müssen später sämtliche wiederkehrenden Kosten aus der laufenden Rechnung bezahlt werden. Noch besser muss es uns in Zukunft gelingen, auch im Winter wetterunabhängige Angebote zu schaffen. Dies bedeutet konkret, nicht nur auf Schnee und Bewegung in der freien Natur zu setzen, sondern auch auf Ruhe, Erholung und Genuss. Dass diese Aufgabe nicht einfach ist, versteht sich von selbst, und auch hier müssen die Leistungsträger mit ihren Angeboten mitziehen.



Appenzeller Ferienkarte.

Es wäre spannend zu sehen, wo der Tourismus im Kanton ohne Appenzeller Ferienkarte stehen würde. Wären wir ebenso erfolgreich? Zweifellos ist es vermessen und falsch, den Erfolg einer Destination auf ein einzelnes Produkt abzuwälzen. Hört man sich bei den Gastgebern und Gästen aber um, wird bei vielen die Appenzeller Ferienkarte als eines der wichtigsten Verkaufs- bzw. Entscheidungsargumente angesehen. Sämtliche Gästerückmeldungen bestätigen, dass sie das Angebot der Appenzeller Ferienkarte geschätzt haben und von der Grosszügigkeit des Angebots überrascht waren. Aus Sicht von Appenzellerland Tourismus sind wir stolz, dass wir seit zehn Jahren «die beste Gästekarte der Schweiz (und auch von Österreich)» anzubieten haben. Es muss uns weiterhin gelingen, die Gäste positiv zu überraschen und keine «0815-Angebote» zu kreieren. Ein solches Produkt ist nur möglich, wenn alle Touristikerinnen und Touristiker in einer Destination sich bewusst sind, wie wichtig der wertschöpfungsreiche Übernachtungstourismus für die gesamte Volkswirtschaft und das Image der Region ist. Für das Jahr 2015 ist das Angebot der Appenzeller Ferienkarte gesichert. Von Seiten der Geschäftsstelle werden wir alles daran setzen, dass es die Karte auch in Zukunft geben wird. Die ersten Verhandlungen mit den Leistungserbringern für eine Karte in kommenden Jahren wurden bereits aufgenommen. Ebenso hoffen wir, auch in Zukunft auf die finanzielle Unterstützung unserer Partner aus der Wirtschaft zählen zu können.



Herzlichen Dank unseren Partnern der Appenzeller Ferienkarte:



Auflösung Regionalmarketing.

Während den vergangenen vier Jahren durfte unsere Geschäftsstelle in Form eines Mandats die Appenzellerland Regionalmarketing AG führen. Dies übten wir mit grosser Freude aus. Anfänglich war die Aufgabe von vielen strategischen Herausforderungen geprägt: Reorganisation der Geschäftsstelle, Mittelbeschaffung, Grundauftrag und Partnerzertifizierung sind nur ein paar Stichworte. Allmählich stellten sich auch erste Erfolge ein und so wurde ein neues Reglement verabschiedet, welches die Rechte und Pflichten der Partner festhielt. Die Strategie der Organisation wurde komplett neu ausgearbeitet. Der Auftritt wurde neu gestaltet und an die beiden Tourismusorganisationen des Appenzellerlands angepasst und schliesslich wurde eine Zusammenarbeit mit dem Trägerverein Culinarium vereinbart, um auch in der Region Ostschweiz noch stärker verankert zu werden. Auch die Partner konnten von Jahr zu Jahr mehr von der Appenzellerland Regionalmarketing AG profitieren. Der neue Internetauftritt und die Partnerbroschüre wurden Mitte des Jahres 2014 fertiggestellt. Ebenso wurden die Messeauftritte ständig verbessert und professionalisiert. Der Erfolg aller Bemühungen zeigte sich schliesslich in der Zufriedenheit der Partner mit der Organisation.

Leider hat dann der Regierungsrat des Kantons Appenzell Ausserrhoden aufgrund der kritischen Finanzsituation entschieden, die Appenzellerland Regionalmarketing AG ab 2015 nicht mehr finanziell zu unterstützen. Dem Verwaltungsrat blieb am Ende nichts mehr übrig, als die Organisation zu liquidieren. Unser Verein Appenzellerland Tourismus AI hat sich nun bereit erklärt, die Appenzellerland Regionalmarketing AG im Sinn und Geist innerhalb des VAT AI weiterzuführen. Wie diese Tätigkeit im Detail aussieht, wird sich im Laufe des Jahres 2015 noch weisen. Für uns von der Geschäftsstelle ist klar, dass man die gute Zusammenarbeit zwischen Produzenten, Handwerker und Tourismus auf keinen Fall aufgeben möchte. So sollen weiterhin überall dort, wo Synergien vorhanden sind, diese auch genutzt werden. Dass der Kanton Appenzell Innerrhoden dieses Vorhaben mit einem klar definierten Leistungsauftrag auch unterstützt, freut die Geschäftsstelle und spornet zugleich auch an, die begonnene Arbeit im Dienste der gesamten Wirtschaft weiterzuführen.



E-Marketing.

In einer zunehmend vernetzten Welt ist die digitale Kommunikation von zentraler Bedeutung. Dies bestätigen die kontinuierlich steigenden Zugriffszahlen auf unsere Webseite: Knapp eine halbe Million eindeutige Besucher können wir im Geschäftsjahr zählen. Zu diesem positiven Ergebnis beigetragen hat sicherlich, dass wir tagtäglich neue Nachrichten für unsere Gäste aufschalten. Sei es beispielsweise der Wegzustand, den unsere Schalterangestellten täglich sorgfältig aufbereiten, oder während des Frühsommers die Daten der Alpauffahrten. In einer Zeit, in der zwei Drittel aller Personen Mobile-Internet nutzen* und somit jederzeit und überall online sein können, ist eine grosse Gewichtung dieses Kanals unabdingbar.

Neu haben wir einen Wintersportbericht programmieren lassen. Dieser enthält eine interaktive Winterkarte, wo auf einen Blick ersichtlich ist, welche Wintersportangebote aktuell geöffnet und welche geschlossen sind. Nebst dem aktuellen Status werden auch Detailinformationen der einzelnen Angebote ausgegeben. Diese Daten werden jeden Tag von den betreffenden Leistungsträgern selber gepflegt.

Um die Präsenz im digitalen Umfeld weiter auszubauen, haben wir pünktlich zum Start der Wintersaison eine App lanciert. Diese kostenlose App ist erhältlich im Android- und IOS-Store und informiert rund um das Freizeit- und Kulturangebot im Appenzellerland. Des Weiteren haben wir im Mai neu die Seite apezeoll.ch vom «Verband Detailhandel Appenzell» erstellt, welche direkt auf unsere Unterseite «Einkaufen in Appenzell» führt.

Zweimal jährlich versenden wir neu einen französischen Newsletter. Für kulturinteressierte Gäste gibt es seit Oktober den neuen Brauchtums-Newsletter. Die Abonnenten erhalten in unregelmässigen Abständen vertiefte Informationen über unsere Bräuche und Traditionen und erfahren, wo diese hautnah miterlebt werden können.

*Quelle: Werbefibel 2015



Trotz des wachsenden digitalen Informationskonsums sind wir überzeugt, dass unsere Gäste nach wie vor gern ein Printprodukt in den Händen halten. Insgesamt 2'185 Prospektbestellungen wurden im Berichtsjahr durch das Schalterteam bearbeitet. Ebenfalls sind für unsere Messe- und Promotionsauftritte die Broschüren nach wie vor von zentraler Bedeutung. Ist der Gast einmal vor Ort, liefern ihm die Broschüren nützliche Informationen und dienen als Orientierungshilfe während seines Aufenthalts.

Neu dazugekommen ist die Broschüre «Appenzeller Naturerlebnisse». Der Leser erhält darin 42 konkrete Wandervorschläge sowie Informationen rund um die Tier- und Pflanzenwelt. Wie sämtliche Broschüren von uns, wird auch dieses hochwertige Produkt den Gästen kostenlos abgegeben. Die grosse Nachfrage nach dieser Broschüre, sowohl seitens der Gäste, als auch der Leistungsträger, rechtfertigen und bestätigen unseren Entscheid. Getreu nach dem Motto «das eine tun, das andere nicht lassen», investieren wir derzeit nebst in das E-Marketing immer noch einen grossen Budgetanteil in unsere Broschüren.



Medienarbeit.

Zu den wichtigsten Aufgaben gehört der Austausch mit den Medienleuten, welchen wir mit grosser Sorgfalt hegen und pflegen. Regelmässig geben wir an Journalisten Auskünfte bei telefonischen Anfragen. Im Berichtsjahr haben wir zudem 26 Medienreisen für einzelne Journalisten oder für ganze Journalistengruppen organisiert und begleitet. Die Programme der Reisen werden individuell auf die Bedürfnisse der Medienschaffenden zugeschnitten. Ist der Journalist einmal vor Ort, wird dieser persönlich durch uns betreut. Sämtliche Leistungen – seien es die Übernachtungen, die Verpflegung oder das Programm – werden den Medienleuten vom VAT AI offeriert.

Nebst den Medienreisen ist für uns auch die aktive Information sehr wichtig. Dabei bereiten wir medienspezifische Themen auf und versenden diese in regelmässigen Abständen an die Redaktionen. Insgesamt 14 Medienmitteilungen wurden im Berichtsjahr versandt.

Aus all diesen Bestrebungen sind über 300 Artikel und Beiträge in verschiedenen Kanälen (Zeitungen, Magazine, Online, Radio, TV) resultiert. Dass diese für das Appenzellerland von grossem Wert sind, versteht sich von selbst, denn all diese Investitionen und Bemühungen vervielfachen sich bei positiv verfassten Beiträgen.



Frische Messeauftritte und Promotionen, wirkungsvolle Inserate und attraktive Mailings – hier einige Beispiele: Die neu kreierten Pauschalangebote in Zusammenarbeit mit den Hoteliers fanden auf Anhieb grossen Absatz und wurden insgesamt über 160 Mal verkauft. Wir starteten drei Wellen: Januar / Februar mit Wellness-Angeboten, März / April mit Romantik-Angeboten und Mai / Juni mit Wander-Angeboten. Die Hoteliers gewährten einen attraktiven Rabatt auf drei Nächte und der VAT AI übernahm im Gegenzug die gesamte Kommunikation sowie deren Kosten.

Zum ersten Mal wurde eine gemeinsame Kampagne mit den vier Bergbahnen und Appenzellerland Tourismus AR auf die Beine gestellt. Im Wert von CHF 55'000.00 wurden verschiedene Massnahmen (Radio, Print und Online) umgesetzt.

Gemeinsam mit den vier Luftseilbahnen und Appenzellerland Tourismus AR haben wir uns an drei Ferienmessen (Bern, Zürich und St.Gallen) präsentiert. Zusammen mit der Appenzellerland Regionalmarketing AG organisierten wir zudem die Auftritte als Gastregion an der Gôt et Terroirs in Bulle sowie an der Expo in Rapperswil.

Dies ist nur ein kleiner Auszug der verschiedenen Massnahmen, die der VAT AI umsetzte. Wir schöpfen die Möglichkeiten der Promotion aus, um das Appenzellerland in seiner Vielfalt im Zielgebiet zu vermarkten.



Zahlen und Fakten.

	2013	2014
Webbesuche / Tag	1'092	1'315
Webbesuche / Jahr	398'431	480'050
Partnerwebseiten	16	17
Newsletter-Abonnenten (Partner-, Gäste-, Gruppen-, Brauchtums-Newsletter, französischer Newsletter)	10'032	15'993
facebook-Kontakte	2'555	3'144
Betreute Medienreisen	32	26
Erschienene Artikel	369	308
Prospektbestellungen	2'402	2'185
Verkauf Gastro-Gutscheine	CHF 691'839.00	CHF 729'435.00

Internationaler Medienanlass	2013
Betreute Medienreisen	14
Erschienene Artikel	277
Werbeäquivalenzwert	CHF 5'827'802.63
Medienkontakte	107'369'988



Neusignalisation der Wanderwege.

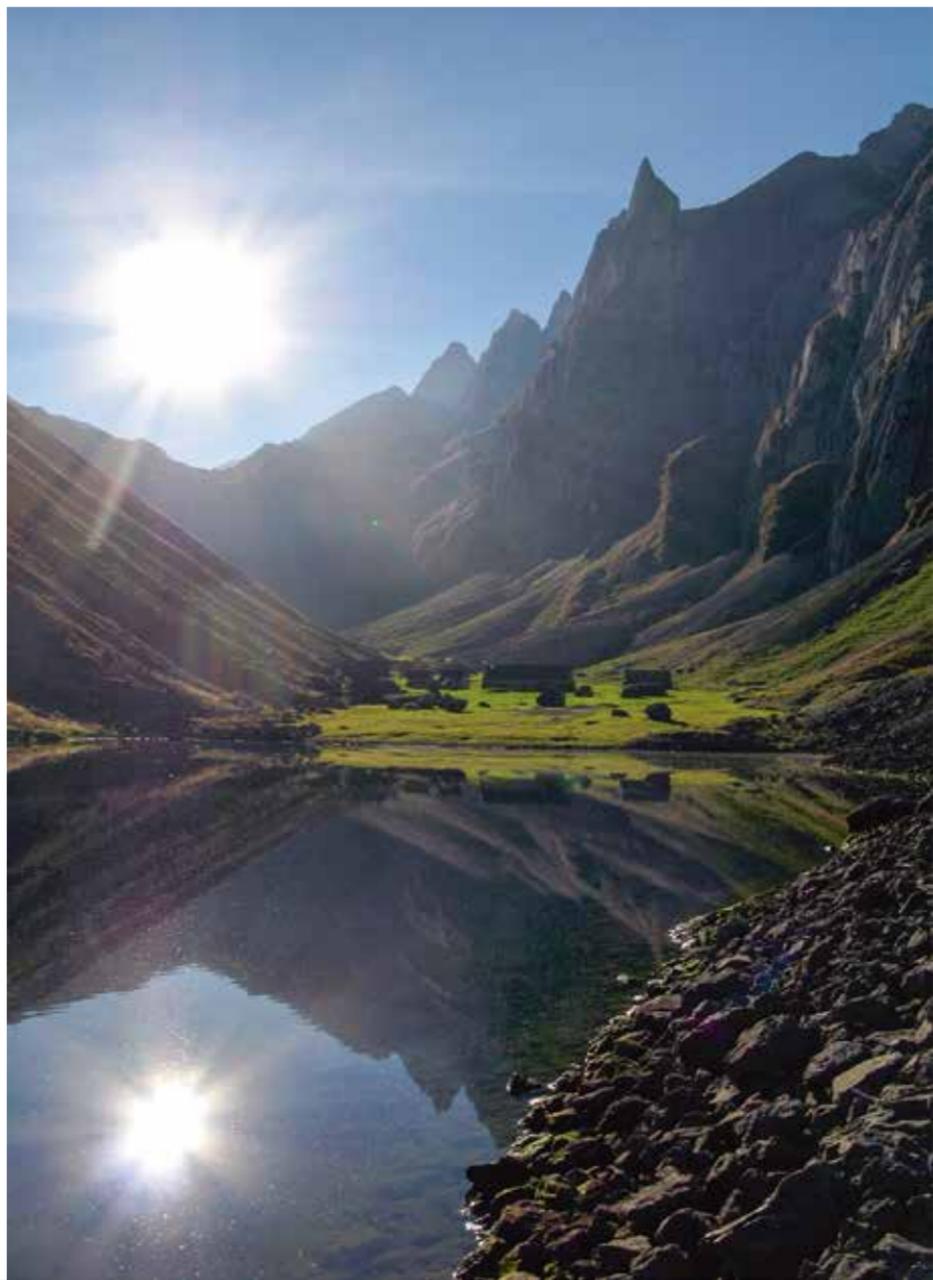
Eine eigentliche Herkulesaufgabe steht den Bezirken im Jahr 2015 im Bereich Wanderwege bevor. Nachdem im Berichtsjahr 2014 die Routenplanung praktisch abgeschlossen werden konnte, gilt es nun die weiteren Schritte umzusetzen. Nebst dem klaren Ziel der Bezirke, dass keine Wanderwege aufgelöst werden, wird auch die Signalisationsqualität verbessert. Die Komplexität der Materie erfordert eine genaue Kontrolle der Routenplanung. Die heutigen Wanderwegdaten bestehen aus einer Erfassungsart aus den 70iger Jahren. Dies entspricht nicht mehr den heutigen Anforderungen und Möglichkeiten einer schweizweit gültigen Signalisation. Darum mussten die Bezirke zwingend die Digitalisierung der Wanderwege vorantreiben. Erfreulicherweise haben sämtliche Bezirke der Übernahme dieser Kosten zugestimmt. Im kommenden Jahr werden nun sämtliche Wegweiser neu hergestellt und montiert. Ebenso erhalten die wichtigsten Standorte eine Informationstafel mit deren Hilfe die Wanderinnen und Wanderer ihre Tour planen können. Gleichzeitig sind die Wanderwege so aktualisiert, dass die Daten zu 100% mit den elektronischen Karten, wie zum Beispiel auf Schweiz Mobil, übereinstimmen. Das ganze Projekt ist ein klares Bekenntnis, sowohl der Bezirksbehörden als auch von Seiten Appenzellerland Tourismus, dass man auch in Zukunft an der Positionierung als Wanderdestination festhalten will.



Gedanken für die Zukunft.

«Die grösste Gefahr für den Erfolg ist der Erfolg!» Diese nicht ganz neue Weisheit könnte auch für den Tourismus in unserem Kanton zutreffen. Seit Jahren reiten wir in Appenzell Innerrhoden auf einer touristischen Erfolgswelle. Die hohe Zahl an Logiernächten, die Rekordzahlen im Gruppengeschäft, die überproportional positiven Rückmeldungen der Gäste zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Dieser Erfolg verpflichtet uns aber alle, unser Denken und Handeln im Tourismus ständig zu überdenken. Es gibt keine Regel, dass es richtig ist, wenn an Bewährtem festgehalten wird. Es gibt aber auch keine Regel, dass nur das Neue den Erfolg bringen wird. Wir alle, vom Leistungsträger bis zum Vorstand, müssen überlegen, was uns weiterhin den Erfolg sichert. Was muss an Bewährtem aufgegeben werden? Welche Neuheiten müssen zwingend eingeführt werden? Ohne Innovations- und Veränderungsbereitschaft läuft im Tourismus mittel- bis langfristig nicht mehr viel. Die Gäste spüren die Dynamik in einer Region ganz unbewusst. Die Mehrheit unserer Leistungsträger zeichnet gerade dieser Elan aus. Zudem besitzen wir in Appenzell das grosse Glück, dass zahlreiche starke Produzenten die gleiche Dynamik an den Tag legen und so die Marke Appenzell stärken.

Wir von der Geschäftsstelle spüren in der täglichen Arbeit mit unseren Leistungsträgern sehr wohl, wo das Tourismusfeuer noch brennt und wo man sich unterdessen doch schon an die wohlige Wärme gewöhnt hat. Der starke Franken wird uns in den nächsten Monaten und Jahren zwingen, das Feuer mit hoher Flamme aufrechtzuerhalten. Zudem freuen wir uns auf die Investitionen jedes bestehenden und neuen Hotelbetriebs. Die Appenzeller Ferienkarte müssen wir, wenn immer möglich, mit dem heutigen Angebot weiterhin anbieten können und auch im Bereich Infrastruktur (Verkehr im Dorf, Landschaftsbild, Wanderwegqualität) brauchen wir den Mut und die Bereitschaft, uns dem Gästebedürfnis zu stellen. Nebst den infrastrukturellen Voraussetzungen braucht es aber auch Disziplin, Qualitätsbewusstsein, Flexibilität, Freundlichkeit und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit. Neid gegenüber unseren Mitbewerbern oder Nachbarn bringt uns nicht weiter. Von seiten Geschäftsstelle freuen wir uns, die anstehenden Herausforderungen anzunehmen und mit allen Partnern zusammen einen wesentlichen Beitrag zur Innerrhoder Volkswirtschaft zu leisten.



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 2014 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, 24. Februar 2015

Die Revisoren

Evelyne Buschor

Cyrrill Keller

Regula Moser





Erfolgsrechnung mit Budget.

Ertrag	Rechnung 2013	Budget 2014	Rechnung 2014	Budget 2015
Verkauf Handelsware & Dienstleistungen	610'623.70	590'000.00	640'015.32	625'000.00
Freiwillige Beiträge Bezirke, Feuerschau, Gastro AI, Schweizer Wanderwege	57'911.60	51'000.00	54'461.60	54'000.00
Subvention Kanton	831'000.00	831'000.00	831'000.00	876'000.00
Mandate	107'932.55	114'000.00	111'112.65	44'000.00
Kommunikation Tourismus	250'350.96	148'000.00	220'935.60	130'000.00
Produktmanagement	305'556.77	300'000.00	309'407.84	305'000.00
Appenzeller Produkte	0.00	0.00	0.00	128'000.00
Beiträge aus Wanderwegunterhalt	128'270.95	116'000.00	134'368.30	111'000.00
Ertragsminderungen	-37'266.42	-30'000.00	-42'036.91	-35'000.00
Ertrag Total	2'254'380.11	2'120'000.00	2'259'264.40	2'238'000.00

Aufwand	Rechnung 2013	Budget 2014	Rechnung 2014	Budget 2015
Einkauf Handelsware & Dienstleistungen	289'032.21	265'000.00	305'008.55	280'000.00
Personal Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	864'831.27	815'000.00	890'835.63	807'000.00
Verwaltungsaufwand Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeug, Spesen	181'512.53	190'000.00	157'377.32	193'000.00
Kommunikation Tourismus	606'326.48	460'000.00	507'708.37	450'000.00
Produktmanagement	308'614.36	335'000.00	290'526.92	345'000.00
Appenzeller Produkte	0.00	0.00	0.00	128'000.00
Wanderwegunterhalt Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	72'483.62	50'000.00	139'187.05	50'000.00
Abschreibungen Möbiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	5'689.81	5'000.00	13'421.06	20'000.00
Aufwendungen Total	2'328'490.28	2'120'000.00	2'304'064.90	2'273'000.00
Gewinn /Verlust	-74'110.17	0.00	-44'800.50	-35'000.00
Total	2'254'380.11	2'120'000.00	2'259'264.40	2'238'000.00

Bilanz per 31.12.14	2013		2014	
	Aktiven	Passiven	Aktiven	Passiven
Kasse	26'987.70		42'581.13	
Kasse Fremdwährungen	4'243.87		290.53	
Postcheck	117'800.51		140'164.72	
Bankguthaben UBS Appenzell	67'885.55		67'808.60	
Bankguthaben UBS Appenzell Sparkonto	60'086.07		59'523.32	
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	841'950.86		809'698.76	
Diverse Debitoren	263'459.34		284'223.40	
Delkredere	-1'000.00		-1'000.00	
Aktive Rechnungsabgrenzung	33'708.75		40'594.35	
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	
Fahrzeuge	0.00		38'000.00	
Diverse Kreditoren		187'547.42		228'695.83
Passive Rechnungsabgrenzung		1'051'344.00		1'122'321.00
Fonds für Anlässe		10'000.00		10'000.00
Testat		60'086.07		59'523.32
Eigenkapital		180'261.33		106'151.16
Gewinn/Verlust		-74'110.17		-44'800.50
	1'415'128.65	1'415'128.65	1'481'890.81	1'481'890.81

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 Sântis, 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@bluewin.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 «Grosse Alpfahrt» aus Buch «Öses Lendli Appenzöll»
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

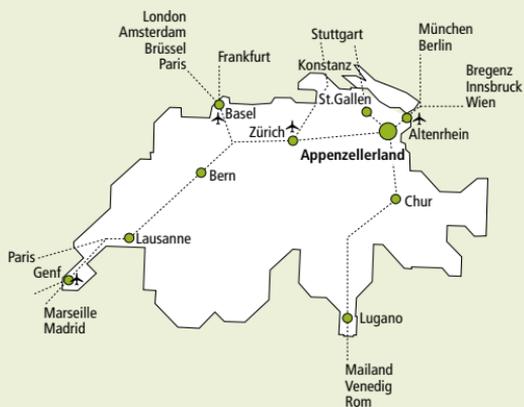
Hautle Patric	Wegmeister
Signer Andrea	Information
Heim Aline	Sekretariat
Keller Rosalia	Marketing
Wyss Katia	Marketing
Belz Eveline	Marketing (bis Juli 2014)
Inauen Sandra	Sekretariat
Streule Barbara	Lernende
Fässler Ramona	Lernende
Fässler Janica	Lernende

Teilzeit-Mitarbeiterinnen

Dörig Regina	Information
Fässler Yvonne	Information / Führungen
Oberholzer Yvonne	Information
Broger Helene	Museum / Führungen
Lutz Doris	Museum
Koller Antonia	Museum / Führungen (bis Februar 2014)

FührerInnen und Aushilfskräfte

Breu Rita	Inauen Maria	Manser Evelyne
Brülisauer Katja	Inauen Martin	Manser Joe
Brülisauer Marcel	Inauen Priska	Manser Rosalie
Brülisauer Sepp	Inauen Vreni	Neff Walter
Fässler Elsbeth	Kölbener Susanne	Rempfler Riccarda
Frick Walter	Koller Erich	Rusch Kurt
Fritsche Patricia	Koller Kathrin	Sutter Hans
Hamm Maria	Koller Marcel	Sutter Katrin
Inauen Bettina	Koller Michael	Sutter Thomas
Inauen Hannes	Koller Patricia	Zimmermann Sophie
Inauen Hans		



Zu den Veranstaltungen
www.appenzell.ch/veranstaltungen

Appenzellerland Tourismus AI 
 CH-9050 Appenzell
 Tel. +41 (0)71 788 96 41
 Fax +41 (0)71 788 96 49
info@appenzell.ch

appenzell.ch