



# GESCHÄFTS BERICHT 2016

# VORWORT PRÄSIDENT

Dreizehn Jahre durfte ich das Präsidium von Gastro AI inne haben. Ich bin froh, mit Stephan Sutter vom Café Hotel Appenzell einen würdigen und jungen Nachfolger für das Amt des Gastro-Präsidenten gefunden zu haben.

Persönlich ist es mir eine Freude, mich nun ganz auf die kommenden Herausforderungen im Tourismus konzentrieren zu können. In den vergangenen Jahren habe ich gesehen und schätzen gelernt, wie wichtig die Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Verbänden ist. Ob Bergwirteverein, Verband Detailhandel, Appenzeller Regionalmarketing oder eben Gastro AI - der Tourismus in einer Destination funktioniert nur, wenn wir alle am gleichen Strick ziehen. Gerade deshalb ist es wichtig, dass jeder einzelne Leistungsträger sich in seinem Verband engagiert und mitmacht. Abseitsstehen und trotzdem von nicht immer messbaren Leistungen der Verbände profitieren, ist zwar legitim, zeugt aber von wenig Gemeinschaftssinn. Ohne die Unterstützung der Verbände könnte unser Verein Appenzellerland

Tourismus AI niemals so schlagkräftig wirken. Sicherlich trägt die öffentliche Hand mittels Tourismusförderungsfonds die finanzielle Hauptlast. Es braucht aber immer auch eine starke Basis, um den Tourismus auch fachlich in die richtige Richtung zu lenken. In diesem Sinne danke ich allen Mitgliedern, welche sich für unseren Tourismus, sei es auf Behördenstufe oder Verbandsebene, finanziell und persönlich engagieren.

Nicht unterlassen möchte ich an dieser Stelle aber auch, der Geschäftsstelle mit all ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren engagierten und gästeorientierten Einsatz während des ganzen Jahres recht herzlich zu danken.

Sönd wöllkomm!



Ruedi Ulmann  
Präsident



<u>Vorwort Präsident</u>	<b>02</b>	
	<b>04</b>	Einladung mit Traktandenliste
<u>Protokoll HV 2016</u>	<b>06</b>	
	<b>10</b>	Rückblick Tourismus
Rückblick Regionalmarketing	<b>24</b>	
	<b>30</b>	Jahresrechnung
<u>Revisorenbericht</u>	<b>35</b>	
	<b>36</b>	Organe
<u>Geschäftsstelle</u>	<b>38</b>	

**TITELBILD**

Senn mit Fahreimer an der Viehschau

**APPENZELLERLAND TOURISMUS AI** 

CH-9050 Appenzell · Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch

# EINLADUNG

# HAUPTVERSAMMLUNG

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

**Mittwoch, 29. März 2017, 19.00 Uhr,  
Romantik Hotel Säntis, Appenzell**



# TRAKTANDENLISTE 2017

---

1. Begrüssung

---

2. Wahl der Stimmzähler

---

3. Protokoll der Hauptversammlung vom 4. April 2016

---

4. Jahresbericht

---

5. Abnahme der Jahresrechnung 2016 und des  
Revisorenberichts

---

---

6. Budget 2017

---

7. Wahlen

---

8. Wünsche und Anträge

---



# HV 2016

## HOHER KASTEN

### **PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG VAT AI VOM 4. APRIL 2016 PANORAMARESTAURANT HOHER KASTEN, BRÜLISAU**

#### **TRAKTANDENLISTE**

##### **1. BEGRÜSSUNG**

Herzlich begrüsst Präsident Ruedi Ulmann die Mitglieder und Gäste der 117. Hauptversammlung vom Verein Appenzellerland Tourismus AI. Er ist erfreut, dass nach dem wetterbedingten Scheitern im letzten Jahr die Verhältnisse dieses Jahr es zulassen, die Versammlung auf dem Hohen Kasten durchzuführen. Der Hohe Kasten ist als Ausflugs- und Freizeitangebot ein Leuchtturm und Aushängeschild im Appenzeller Tourismus und er bedankt sich für die Gastfreundschaft bei diesem wichtigen Leistungsträger.

Ruedi Ulmann ist überzeugt, dass man eine Destination nicht nur an ihrer Fläche und den Logiernächten messen darf, sondern dass vor allem das Produkt und die klare Positionierung entscheidend für den Erfolg ist. Diesbezüglich dürfen wir im Appenzellerland stolz auf unsere Destination sein, müssen ihr aber gleichzeitig auch Sorge tragen.

Die saisonale Erfahrung mit fast frühlingshafte Temperaturen vom letzten Winter ist zu akzeptieren und aus diesem festzustellenden Trend die richtigen Konsequenzen zu ziehen. Weiter stellt Ulmann fest, dass sich auch vermehrt Gäste ohne Schneelandschaft gern im Freien und an der frischen Luft bewegen. Dies

wiederum spornt unsere Tourismusverantwortlichen zu noch mehr Kreativität an, um Gäste von Appenzell zu begeistern.

Als Achtungserfolg betitelt Ulmann den Grosandrang der bereits zum zweiten Mal durchgeführten Appenzeller Frühlingstage im Dorf. Er gratuliert den Verantwortlichen des Verbands Detailhandel Appenzell und wünscht weiterhin viel Erfolg.

Ebenfalls bedankt er sich beim Geschäftsführer Guido Buob und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die gute Arbeit. Ein letzter Dank geht an die Vorstandsmitglieder für die gute Zusammenarbeit und an alle Leistungsträger, welche viel zum Erfolg im Jahr 2015 beigetragen haben. Zur Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

##### **2. WAHL DER STIMMENZÄHLER**

Die Stimmenzähler werden erst gewählt, wenn es bei einer Abstimmung nicht eindeutig ist.

##### **3. PROTOKOLL DER LETZTEN HAUPTVERSAMMLUNG VOM 31. MÄRZ 2015, TALSTATION LUFTSEILBAHN HOHER KASTEN, BRÜLISAU**

Das Protokoll ist im Geschäftsbericht auf den Seiten 6 bis 8 einzusehen. Es wird ohne Wortmeldungen genehmigt und verdankt.

#### 4. JAHRESBERICHT

Der Geschäftsbericht 2015 wurde allen Mitgliedern per Post zugestellt.

- Der Präsident, Ruedi Ulmann informiert, dass die Marke Appenzellerland seit 2005 im Markenrecht eingetragen und somit geschützt ist. Dieses Recht ist nun für weitere 10 Jahre verlängert.

Neu ist auch der Claim vom «Bodensee bis zum Säntis» geschützt und im Markenrecht eingetragen, Dieser Claim darf von den Tourismusorganisationen VATAI und ATAG frei benutzt werden.

- Gründe für die Finanzknappheit des Vereins sind, dass die Anforderungen im Bereich Marketing konstant steigen. (Internet, Social media, zeitgemässer Auftritt, Filme, Medienbetreuung) Darum ist eine Revision der Tourismusverordnung geplant. Die Förderung des Winters kostet Mittel in der Kommunikation und im Projekt-Management. Der Verkauf der Gastro-Gutscheine benötigt personelle Ressourcen und Infrastruktur. Das Appenzeller Regionalmarketing benötigt ebenfalls Infrastruktur, auch wenn es in Mandatsform abgerechnet wird.

Einmalige Grossprojekte wie der Internationale Medienanlass oder die Renovation der Tourist Information haben das Eigenkapital deutlich geschmälert.

Da es auch in Zukunft solche ausserordentliche Projekte geben wird, braucht der VAT AI ein solides finanzielles Fundament.

Fazit: Möchte die Destination Appenzell auch in Zukunft auf dem nationalen Tourismusparkett wahrgenommen werden, kommen wir um eine Erhöhung der Tourismusförderungsabgaben nicht herum.

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

- Das Netzwerk vom VATAI zeigt auf, wie wichtig eine klare Positionierung ist, um auch seinen Partnern zeigen zu können, wie sie vernetzt sind. Jeder touristische Leistungsträger sollte sich in

diesem Netzwerk finden, was eine offene Zusammenarbeit mit verschiedensten Leistungserbringern beweist.

- Die Grand Tour of Switzerland führt auch durch die Ostschweiz und speziell natürlich durch Appenzell. Dies ist eine grosse Chance, die es wahrzunehmen gilt.
- Guido bedankt sich bei den Sponsoren der Appenzeller Ferienkarte sowie bei den Leistungsträgern, welche die beste Gästekarte Europas ermöglichen. Die Appenzeller Ferienkarte ist bis ins Jahr 2018 gesichert.
- Anhand von positiven sowie negativen Einflussfaktoren zeigt Guido Buob auf, dass das Jahr 2015 eine Achterbahnfahrt war.
- Die zwei Hauptgründe für das Minus von 8.3% der Logiernächte Zahlen sind die Raiffeisenaktion vom Jahr 2014 welche uns rekordhafte Logiernächte gebracht hat sowie der starke Franken im Jahr 2015.
- Mit 1'454 Führungen ist das Jahr 2015 ein Rekordjahr im Gruppengeschäft.
- Tourismus hört nicht auf der Ladenschwelle oder im Internet auf! Darum ist es wichtig, ein professionelles Gesamtpaket zu bieten. Gäste schauen sehr wohl, was geboten wird. Sie sagen zwar nicht viel, sie kommen einfach nicht mehr!
- Das Kernstück der neuen Broschüren vom VAT AI sind Gastgeber. Sie geben jeder Broschüre ein Gesicht und eine Geschichte. Die neuen Broschüren kommen sehr gut an.
- Die neue Webseite ist nicht nur optisch auf dem neusten Stand sondern auch technisch. Das Grundprinzip der Webseite hat sich nicht verändert, alle Partner sind nach wie vor auf einer Seite vereint.
- Nicht nur Bilder auch Handyfilme werden immer wichtiger. Für den Handyfilm-Workshop der vom VATAI organisiert wird, gibt es noch wenige freie Plätze.
- Guido Buob stellt die neue Signalisation der Wanderwege vor. Er fordert alle Anwesenden auf, die Augen offen zu halten und allfällige Fehler beim VAT AI zu melden.
- Guido Buob bedauert die Auflösung vom Appen-

zeller Regionalmarketing sehr. Er freut sich aber umso mehr, dass der Kanton AI bereit ist das Regionalmarketing weiter zu führen und mit finanziellen Mitteln zu unterstützen.

- Guido Buob verabschiedet Sandra Inauen und Rosalia Keller.
- Der VAT AI umfasst rund 50 Voll- und Teilzeitstellen, somit ist er auch ein wichtiger Arbeitgeber. Jährlich wird eine Lernende ausgebildet.

Präsident Ruedi Ulmann dankt Guido Buob für die Berichterstattung des Geschäftsjahres 2015. Das Wort zum Jahresbericht wird nicht gewünscht.

## 5. ABNAHME DER JAHRESRECHNUNG UND DES REVISORENBERICHTS

Die Jahresrechnung wird im Geschäftsbericht auf den Seiten 30 bis 34 aufgeführt. Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 2'519'503.98 und Ausgaben von CHF 2'533'485.55 mit einem Verlust von CHF 13'981.57 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von CHF 61'350.66 und ein Testat über CHF 60'530.77. 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 Feuerchau und Gastro AI sowie die freiwilligen Beiträge von Institutionen und Mitgliedern.

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

Der Revisorenbericht ist auf der Seite 35 aufgeführt. Die Versammlung verlangt keine Berichterstattung der Revisoren und genehmigt einstimmig die Jahresrechnung und den Revisorenbericht.

## 6. BUDGET 2016

Das Budget für das Jahr 2016 sieht einen Verlust von CHF 45'000 vor. Das Budget wird ohne Wortmeldung zur Kenntnis genommen.

## 7. STATUTENÄNDERUNG

Artikel 12 Absatz 1

Bisher: Die Kommission besteht aus 5 - 9 Mitgliedern. Ein Mitglied der Standeskommission ist in der Kommission erwünscht. Nach Möglichkeit sollen wichtige Leistungsträger-Organisationen in der Kommission vertreten sein.



Neu: Die Kommission besteht aus 5 - 12 Mitgliedern. Ein Mitglied der Standeskommission ist in der Kommission erwünscht. Nach Möglichkeit sollen wichtige Leistungsträger-Organisationen in der Kommission vertreten sein.

Die Statutenänderung wird ohne Wortmeldung angenommen und tritt sofort in Kraft.

## 8. WAHLEN

Ruedi Manser stellt sich aufgrund der Demission im Bergwirteverein nicht mehr für eine weitere Amtsdauer zur Verfügung. Ruedi Ulmann bedankt sich bei ihm für seine geleistete Arbeit.

Für Ruedi Manser wird Thomas Manser einstimmig in den Vorstand gewählt.

Neu wird Milo Goldener als Vertreter der Detaillisten in den Vorstand gewählt.

Ruedi Ulmann begrüsst die beiden neuen Mitglieder im Vorstand.

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  
Hörler Lydia, Gewerbe Appenzell  
Inauen Luzia, Landwirtschaft  
Manser Sepp, Bezirke  
Mock Lydia, Ferienwohnungen und B&B  
Wittwer Roberto, Hotellerie

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

## 9. WÜNSCHE UND ANTRÄGE

Andreas Mock beschwert sich über die Benutzer des Barfusswegs. Er ist mit der aktuellen Situation unzufrieden und verlangt eine Lösung. Ruedi Ulmann nimmt die Beschwerde entgegen und leitet sie an die verantwortlichen vom Barfussweg weiter.

Appenzell, April 2016/Ramona Fässler



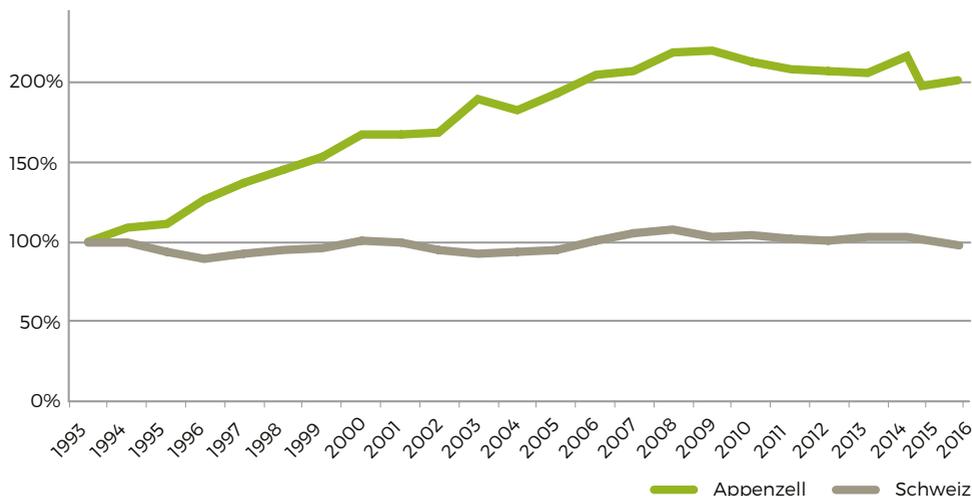
# NACH DEM REGEN SCHEINT DIE SONNE

## Das Jahr 2016 wird für den Kanton Appenzell Innerrhoden als gutes Tourismusjahr in die Geschichte eingehen.

Denn trotz weiterhin starkem Franken und einer wetterbedingt sehr schlechten ersten Jahreshälfte, konnten bis Ende des Jahres die Logiernächte um 1.3% gesteigert werden. In absoluten Zahlen sind das 156'189 Gäste, welche gesamthaft in den Hotels und Berggasthäusern übernachtet haben. Diese Steigerung um 2'019 Gästeübernachtungen ist aus zwei Gründen bemerkenswert: 1. Gesamtschweizerisch sind die Logiernächte um 0.3% zurückgegangen und 2. Die positiven Zahlen zeigen, dass es auch in Innerrhoden mit den Logiernächtezahlen wieder aufwärts geht. In den letzten Jahren war zwar nur ein leichter, aber doch kontinuierlicher Rückgang festzustellen.

Die Wetterabhängigkeit der Branche zeigte sich besonders deutlich bis Ende Juni. Aufgrund des schlechten Wetters hatten viele Leistungsträger Mühe, ihre Festangestellten sinnvoll zu beschäftigen. In der zweiten Jahreshälfte fehlten dann Arbeitskräfte an allen Ecken und Enden. Bei der einheimischen Bevölkerung erweckte dieser Ansturm an Gästen den Eindruck, dass insbesondere der Alpstein überrannt werde. Rückblickend gesehen waren diese Tage aber dringend nötig, um die erwähnte Frühsommerflaute wieder aufzuholen. Diese Erkenntnis bestätigen auch die Frequenzzahlen der drei grossen Innerrhoder Luftseilbahnen. Nur eine Bahn verzeichnete ein wirkliches Rekordjahr. Bei den beiden anderen Bahnen lagen die Frequenzen im langjährigen Mittel oder sogar leicht darunter und dies trotz den oben erwähnten sehr starken Tagen im Spätsommer und Herbst.

Entwicklung der Logiernächtezahlen in Appenzell Innerhoden und der Schweiz





# STATISTIK

## LOGIERNÄCHTE

### APPENZEL I. RH.

### SCHWEIZ

Jahr	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
1980	63'500	20'643	<b>84'143</b>	15'374'682	20'340'860	<b>35'715'542</b>
1985	69'274	20'989	<b>90'263</b>	15'295'548	20'672'094	<b>35'967'642</b>
1990	60'210	25'840	<b>86'050</b>	16'162'228	21'392'363	<b>37'554'591</b>
1995	65'831	20'587	<b>86'418</b>	13'873'240	18'744'165	<b>32'617'405</b>
2000	101'341	28'418	<b>129'759</b>	14'862'187	20'157'515	<b>35'019'702</b>
2003	124'456	22'830	<b>147'286</b>	14'923'993	17'148'729	<b>32'072'722</b>
* 2004	118'555	22'583	<b>141'138</b>	-	-	-
2005	125'249	24'851	<b>150'100</b>	14'622'420	18'321'316	<b>32'943'736</b>
2006	131'867	27'015	<b>158'882</b>	15'203'977	19'644'449	<b>34'848'426</b>
2007	132'851	28'060	<b>160'911</b>	15'447'065	20'917'735	<b>36'364'800</b>
2008	138'916	30'671	<b>169'587</b>	15'825'473	21'508'296	<b>37'333'769</b>
2009	136'356	34'394	<b>170'750</b>	15'303'224	20'285'669	<b>35'588'893</b>
2010	135'469	29'728	<b>165'197</b>	15'765'304	20'442'508	<b>36'207'812</b>
2011	132'912	29'053	<b>161'965</b>	15'752'367	19'733'889	<b>35'486'256</b>
2012	131'641	28'897	<b>160'538</b>	15'690'035	19'076'238	<b>34'766'273</b>
2013	131'283	28'818	<b>160'101</b>	15'889'226	19'734'657	<b>35'623'883</b>
2014	142'809	25'249	<b>168'058</b>	16'026'135	19'907'377	<b>35'933'512</b>
2015	132'594	21'576	<b>154'170</b>	16'052'181	19'576'295	<b>35'628'476</b>
<b>2016</b>	132'760	23'429	<b>156'189</b>	16'244'561	19'288'015	<b>35'532'576</b>

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

# GUTSCHEINE ALS WÄHRUNG

Es gab Tage in der Tourist Information, da nahm der Verkauf von Gutscheinen fast beängstigende Ausmasse an: Ein solcher Tag war der 15. Dezember 2016. An diesem Donnerstag gingen Gutscheine im Wert von mehr als CHF 11'000.00 über die Theke der Tourist Information. Gesamthaft gesehen wurden im Jahr 2016 für CHF 823'000.00 Gutscheine verkauft. Erfreulich ist dabei sicherlich auch die Tatsache, dass sowohl Firmen als auch die öffentliche Hand die Gutscheine als Geschenke für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für Kunden einsetzen. Die Gutscheine sind das einzige Zahlungsmittel, welches garantiert, dass das Geld den einheimischen Leistungsträgern und Gewerbebetrieben vor Ort zu Gute kommt. Es ist

sichergestellt, dass damit kein Einkaufstourismus im grenznahen Ausland betrieben werden kann. Aus Sicht der Geschäftsstelle ist der administrative Aufwand für die Gutscheine sicherlich sehr gross. Allerdings freuen sich alle Angestellten an den positiven Rückmeldungen sowohl der Käufer als auch derjenigen Betriebe, welche die Gutscheine bei uns zurückbringen. Zudem wurde auf Weihnachten dieses Jahres eine neu gestaltete Gutscheinhülle mit dem Sujet der Frauentracht lanciert. Diese fand bei der Bevölkerung grossen Anklang und unterstreicht einmal mehr den Grundsatz unserer Organisation: Wo Appenzell drauf steht, steckt auch Appenzell drin.



# FREUD UND LEID MIT SOZIALEN MEDIEN

**Bereits seit vielen Jahren wird von uns die Wichtigkeit der sozialen Medien, nicht nur für jüngere Gäste, betont. Um in diesem Bereich noch professioneller aufzutreten, hat die Geschäftsstelle eine einfache interne Strategie ausgearbeitet.**

Einzelne Berichte auf fremden Kanälen haben aber auch uns die Grenzen und Gefahren dieser Kommunikationskanäle aufgezeigt. Diskussionen auf diesen Plattformen über schlechten Service oder angeblich zu hohe Preise können ungeahnte Auswirkungen haben, die man von Seiten Tourismusorganisation nicht mehr steuern kann. Glücklicherweise haben wir aber im vergangenen Jahr von den sozialen Medien mehr profitiert, als dass sie uns geschadet haben. Unter anderem die Posts von Roger Federer und zahlreichen weiteren prominenten Besucherinnen und Besucher im Alpstein verhalfen uns zu grosser Popularität und sind beste Gratiswer-

bung für die ganze Destination. Die Zahlen vom Facebook-Eintrag von Roger Federer sprechen dabei eine deutliche Sprache: Das untenstehende Bild mit dem Eremitenhäuschen und Roger Federer erhielt auf seiner Facebookseite über 240'000 Likes und wurde 2858 Mal geteilt. Beachtungszahlen von denen andere nur träumen können!

Als Tourismusorganisation gilt es diesbezüglich auf dem Boden zu bleiben. Wir sind überzeugt, dass wir im Bereich Kommunikation weiterhin zielgerichtete Massnahmen einsetzen müssen. Gleichzeitig wollen wir aber den vom Vorstand eingeschlagenen Weg der qualitativen Förderung des touristischen Produkts, wie zum Beispiel das NRP-Projekt «Appenzell2020» (sh. Geschäftsbericht S. 17) prioritär behandeln. Denn ein gutes Produkt ist nach wie vor das beste Marketing. Dies gilt gleichermassen für alle touristischen Leistungsträger, wie auch für Tourismusdestinationen.

Sympathische Facebook-Einträge von Roger Federer stärken unsere Positionierung als Wanderdestination.



# TUE GUTES UND SPRICH DARÜBER

**Mit der Aufschaltung einer komplett überarbeiteten Website wurde im vergangenen Jahr ein wichtiger qualitativer Schritt vollzogen. Diese Investitionen spiegeln sich nun in den nochmals gesteigerten Besucherzahlen unserer Website wider.**

Mit 515'469 eindeutigen Besuchern auf der Domain appenzell.ch wurde die magische Zahl von einer halben Million Besucher pro Jahr überschritten. Somit besuchen pro Tag durchschnittlich über 1400 Interessierte unsere Seite. Ein Vergleich mit unseren Partnerdestinationen in der Ostschweiz zeigt, dass damit unsere Website die bestbesuchteste Destinations-Webseite der Ostschweiz ist. Neben den qualitativ hochwertigen Inhalten ist ein weiterer Grund für den Erfolg, dass die Zusammenarbeit mit den branchennahen Verbänden und Vereinen

perfekt funktioniert. Denn die Tatsache, dass Gastro AI (appenzeller-genuss.ch), der Bergwirteverein Alpstein (alpstein.ch) und der Verband Detailhandel Appenzell (apezoell.ch) mit ihren Domains auch auf appenzell.ch zugreifen, bestätigt die gute Zusammenarbeit im Innerrhoder Tourismus und ist ein gutes Beispiel dafür, wie und wo kleine Destinationen Synergien erfolgreich nutzen können. Trotz steigender Wichtigkeit der digitalen Kommunikation kommt der VAT AI nicht darum herum, Informationen in gedruckter Form aufzulegen. Der Relaunch der Broschüren wurde von den Gästen gut aufgenommen. Es versteht sich von selbst, dass kleinere Anpassungen ständig gemacht werden müssen. Ein Blick auf die Jahresrechnung zeigt, dass die Produktion der Werbemittel (Broschüren und Website) nach wie vor eine der wichtigsten Ausgabepositionen unseres Vereins ist.

Die Produktion der Broschüren erfordert eine weitsichtige Planung.

Das Bild zeigt ein Fotoshooting auf der Ebenalp für die Winterbroschüre im nächsten Jahr.







# QUALITÄTSOFFENSIVE BEHERBERGUNG

**Dank der Unterstützung von Geldern aus dem Fonds Neue Regionalpolitik (NRP) kann die Geschäftsstelle zwei interessante Projekte umsetzen.**

## **Auswertung der Beherbergungsstruktur AI**

Mit dem Ziel, dass die Hotels und Berggasthäuser auch in Zukunft gut aufgestellt sind, initiiert der VAT AI gemeinsam mit dem Volkswirtschaftsdepartement, eine umfassende Strukturanalyse der gesamten Beherbergungswirtschaft im Kanton Appenzell I.Rh. Dies mit dem klaren Ziel, den Fortbestand dieser wichtigen Branche zu sichern

und, wenn möglich, auch noch auszubauen. Gleichzeitig wird den Betrieben zu günstigen Konditionen die einmalige Möglichkeit geboten, den eigenen Betrieb von einer neutralen Stelle und absolut vertraulich analysieren zu lassen. Aus der gesamten Analysetätigkeit werden dann Handlungsempfehlungen abgeleitet, welche sowohl für den Kanton als auch für jeden einzelnen Betrieb nützlich sein können. In der Folge bietet sich für alle teilnehmenden Betriebe die grosse Chance, diese Handlungsempfehlungen mit Geldern aus der neuen Regionalpolitik (NRP) umzusetzen.

Der Kanton Appenzell I.Rh. möchte auch noch in 20 Jahren über eine starke Hotellerie und Berggastronomie verfügen. Das Projekt «Qualitätsoffensive Beherbergung» soll dies sicherstellen.



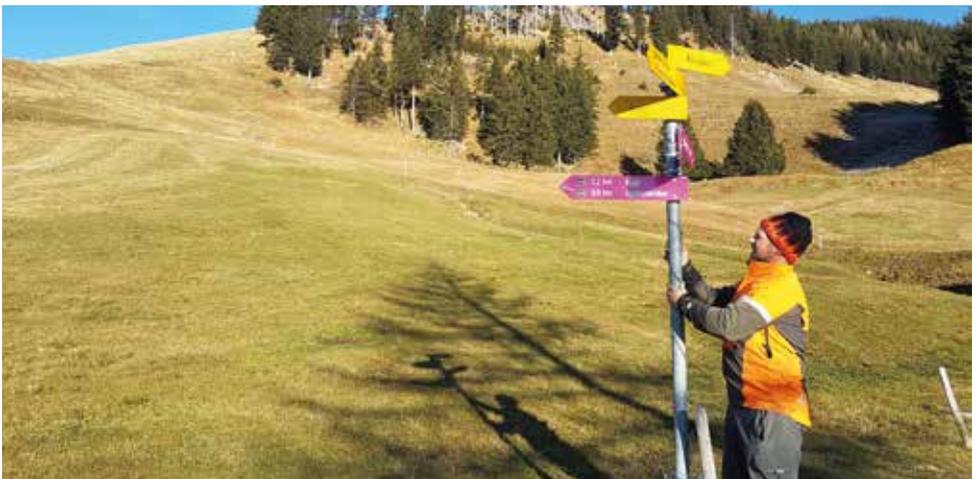
# OHNE PRODUKT KEIN MARKETING

**Ein wichtiger Grund für die Bekanntheit und Stärke der Marke Appenzell sind sicherlich die grossen Produzenten, welche den Namen «Appenzell» auf dem Markt erfolgreich positionieren.**

Eine Marke ist aber langfristig nur dann erfolgreich, wenn die Qualität der angebotenen Produkte das Kommunikationsversprechen einhält. Eine Diskrepanz zwischen Produktequalität und Kommunikation hätte mittel- bis langfristig fatale Folgen. Der Vorstand von Appenzellerland Tourismus AI ist sich dieser Tatsache ebenfalls bewusst und möchte in den kommenden Jahren die Angebotsqualität für die Gäste weiter steigern. Aus diesem Grund wurde das

NRP-Projekt «Appenzell 2020» ins Leben gerufen. Anstelle eines externen und meist sehr teuren Beratungsunternehmens hat der VAT AI beschlossen, eine 60%- Stelle für das Projektmanagement auszuschreiben. Diese Stelle hat die Aufgabe, Qualitätslücken bei Angeboten zu schliessen und mit Hilfe von innovativen und passenden Projekten das touristische Angebot für den Gast weiter zu verbessern. Finanziert wird diese Produktmanagementstelle aus Mitteln der Neuen Regionalpolitik (NRP). Die Umsetzung der Projekte muss dann allerdings durch die betroffenen Leistungsträger, Verbände oder die öffentliche Hand erfolgen. Nach vier Jahren soll im Rahmen eines grossen Schlussberichts festgehalten werden, welche Ziele und Projekte umgesetzt werden konnten.

Eine korrekte Signalisation der Winterangebote soll auch im Winter vermehrt Gäste anlocken.



# WEITERHIN WICHTIGES STANDBEIN

**Einmal mehr hat sich gezeigt, wie wichtig Gruppenreisen für den Tourismus in Appenzell sind. Denn trotz des schlechten Wetters im Frühling, haben diese Gäste schon früh gebucht und sind fast gezwungenermassen - nach Appenzell gekommen.**

Ein Blick auf die Gruppenstatistik zeigt, dass es bei den nachgefragten Gruppenangeboten immer wieder zu leichten Verschiebungen kommt. Von unserer Seite her hat sich sicherlich bewährt, dass wir an der

Angebotsstrategie festhalten und nur Gruppenprogramme anbieten, welche zu Land und Leuten passen und einen gewissen Informationswert enthalten. In Zusammenarbeit mit der Luftseilbahn und Drehrestaurant Hoher Kasten AG wurde die «rondom»-Führung in das Gruppenangebot von Appenzellerland Tourismus AI aufgenommen. Dies bedeutet, dass dieses Angebot, analog zur Wildkirchli-Führung auf der Ebenalp, durch unsere Geschäftsstelle organisiert, durchgeführt und abgerechnet wird.

FÜHRUNGEN	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Dorfführungen	335	459	623	633	463	458	614	678	635
Dorfführungen mit Käse		26	55	59	57	42	63	38	61
Dorfführungen mit Apéro			13	8	4	13	7	2	7
Dorfführungen mit Handwerker	13	63							
Schmackhafte Dorfführungen			121	93	71	86	87	109	93
Kulinarische Dorfführungen			47	50	34	49	59	55	68
Museums-Führungen	79	52	68	34	41	55	48	29	24
Wildkirchli-Führungen	30	39	41	28	48	53	47	63	64
Tages- und ½-Tagesbegleitungen	18	61	6	20	20	1	3	1	
Singen/Jodeln		4	209	224	272	260	330	334	384
Nachtwächter-Führungen				14	36	58	82	85	73
Führungen Toobenschopf			27	29	20	18	14	6	7
Laternenwanderung						2	2	3	1
Sagen erzählen						5	28	20	25
Dialektvortrag					2	8	5	14	14
Diverses	65	29	19	19	12	12	15	17	16
Rondom Führung Hoher Kasten									30
<b>Total</b>	<b>540</b>	<b>733</b>	<b>1'229</b>	<b>1'211</b>	<b>1'080</b>	<b>1'120</b>	<b>1'404</b>	<b>1'454</b>	<b>1'502</b>

# VON GRUPPEN PROFITIEREN

**Wie gross die Wertschöpfung aus einer Reise-gruppe ist, zeigt nachfolgendes Rechenbeispiel einer Gruppe aus dem Wallis, welche 2016 Appenzell besucht hat.**

Die Musikgesellschaft Galmihorn war eine von weit über 1'000 Gruppen, welche im vergangenen Jahr die Destination Appenzell besucht hat. Wie der Zufall es wollte, waren auch noch ein paar Einheimische in der Tracht anlässlich eines Fotoshootings auf dem Hohen Kasten. Die Gruppe liess es sich nicht nehmen, ein gemeinsames Erinnerungsfoto zu machen. Das sind Erlebnisse, wie sie nur Appenzell zu bieten hat.

Die Organisatoren waren von unseren Angeboten begeistert und damit einverstanden, darzulegen, wieviel Geld sie im Kanton ausgegeben haben.

**Kostenzusammenstellung Musikgesellschaft Galmihorn Münster VS 10. bis 11. September 2016 (ohne Anreise):**

---

28 Kulinarische Dorrführung Appenzell

**CHF 2'464.00**

---

1 Einführungskurs «Taler schwinge und grad häbe»

**CHF 280.00**

---

28 Pauschale «Appenzeller Trottiplausch»

**CHF 2'268.00**

---

28 Übernachtung im einfachen Hotel

**CHF 2'100.00**

---

28 Essen und Getränke

**CHF 1'680.00**

---

28 diverse Ausgaben/Mitbringssel

**CHF 1'400.00**

---

**Total CHF 10'192.00**

«Wir sind begeistert vom Appenzell und von der gelebten Gastfreundschaft!»



# STAUNEN UND SCHMUNZELN

## EIN PAAR ZAHLEN DES JAHRES 2016

Anzahl gedruckte Broschüren	271'000
Eindeutige Besuche auf <a href="http://www.appenzell.ch">www.appenzell.ch</a>	515'000
Newsletter Abonnenten	20'319
Facebook-Freunde	7'650
Follower auf Instagram	1'080
Gesammelte Medienberichte über Appenzell	573
Neu signalisierte Wanderwegkilometer	494 km
Hotelbuchungen durch die Tourist Information	536
Besucherinnen und Besucher in der Tourist Information (Hochrechnung)	40'000
Anrufe in der Tourist Information (Hochrechnung)	25'000
Gesendete E-Mails in der Geschäftsstelle	70'000
Erhaltene E-Mails in der Geschäftsstelle	100'000
Betreute Gruppengäste (Hochrechnung)	21'000
Vollzeitangestellte	7
Lernende	3
Teilzeit-Schalterangestellte	4
Gästeführerinnen und -führer und Sänger	30
TV Teams betreut	13
Gästenewsletter verschickt	18
Eingetragene Veranstaltungen	459
Betreute Journalistengruppen	24
Verkaufte Gutscheine	22'800
Verschenkte Gutscheinhüllen	15'000
Gutscheinumsatz	CHF 828'000
Abgegebene Tragtaschen	12'000
Per Post verschickte Gästeanfragen	1'766



# WIR NEHMEN WIEDER FAHRT AUF

## **Wider Erwarten hat die Reorganisation des Appenzeller Regionalmarketings mehr Zeit in Anspruch genommen als gedacht.**

Nicht nur die endgültige und rechtlich korrekte Auflösung der alten Organisation (Appenzellerland Regionalmarketing AG) dauerte rund ein Jahr länger als erwartet, sondern auch der Neuanfang im eigenen Kanton brauchte seine Zeit. Erfreulicherweise haben alle bisherigen Innerrhoder Betriebe in der neuen Organisation ihre Mitgliedschaft bestätigt. Zusätzlich konnten weitere Neumitglieder gewon-

nen werden. Insbesondere sind zahlreiche Handwerker zur neuen Organisation dazu gestossen. Diese oftmals sehr kleinen Betriebe sind wichtige Botschafter und Imagerträger unseres Kantons. Mit ihrer Kunst leisten Sie aber auch einen wichtigen kulturellen Beitrag zur Identifikation der Einheimischen mit dem Kanton. Die Geschäftsstelle hat das langfristige Ziel, dass sämtliche Handwerker Mitglied im Appenzeller Regionalmarketing sind und so eine wichtige und eigenständige Gemeinschaft innerhalb der Organisation bilden.



# MASSNAHMEN FÜR ALLE MITGLIEDER

**Im Jahr 2016 konnte das Appenzeller Regionalmarketing wiederum sehr schöne und publikumswirksame Auftritte organisieren. Insbesondere die Messe in Olten war aus Sicht der Geschäftsstelle ein voller Erfolg.**

Grosse und kleine Betriebe sowie Appenzellerland Tourismus AI traten gemeinsam an einem über 100 m<sup>2</sup> grossen Stand auf und boten ihre Angebote feil. Dank des unverkennbaren und echten Auftritts, an

dieser Stelle sei auch einmal der Standbauerin Agathe Nisple herzlich gedankt, interessierten sich nicht nur die Besucher, sondern auch die Medien aus der gesamten Region für den Appenzeller Stand. Nebst zahlreichen Berichten in der geschriebenen Presse, musste unsere Mitarbeiterin und verantwortliche Organisatorin Barbara Streule auch einige Radiointerviews im schönsten Appenzeller Dialekt abliefern.



# TRAGTASCHEN ALS IMAGETRÄGER

**Eine weitere Massnahme, welche durchaus auch im Bereich Öffentlichkeitsarbeit nach Innen eine Relevanz aufweist, ist die Lancierung neuer Tragtaschen.**

Diese durch Appenzellerland Tourismus AI und Appenzeller Regionalmarketing gemeinsam finanzierte Massnahme fand auch bei den Einheimischen sehr guten Anklang. Die Tragtaschen in zwei verschiedenen Grössen werden bei den Mitgliedern des Regionalmarketings rege abgegeben und teilweise explizit verlangt. Die Taschen sind für die Mitglieder kostenlos und sind ein spezieller Dank für ihr En-

gagement zu Gunsten des Kantons und seiner Produkte. Ein nicht unbedingt erwarteter Nebeneffekt der attraktiven Taschen zeichnete sich erst nach der Lancierung ab: Zahlreiche Veranstalter von Anlässen, Tagungen und Festen fragen nach den Taschen für Geschenke und Mitbringsel. Diese werden vom Appenzeller Regionalmarketing grosszügig verschenkt, allerdings mit der Bedingung, dass sie ausschliesslich mit Produkten unserer Mitglieder gefüllt werden dürfen. Somit setzt sich auch in diesem Fall der Grundsatz «wo Appenzell drauf steht, steckt Appenzell drin» durch.



# PROMOTION BEIM GROSSVERTEILER

**Erfreulicherweise kann die Zusammenarbeit mit Coop Ostschweiz von Jahr zu Jahr verstärkt werden.**

Dank der sehr guten Zusammenarbeit im Rahmen von Appenzeller Wochen konnte allmählich ein Vertrauensverhältnis aufgebaut werden, welches vor allem auch für die grossen Partner, welche mit typischen Appenzeller Produkten im Coop-Sortiment vertreten sind, von grossem Interesse ist. Dank der Einsicht in die Abverkaufszahlen der Ap-

penzeller Produkte während den speziellen Appenzeller Wochen bei Coop Ostschweiz erfährt auch die Geschäftsstelle, welche wirtschaftliche Bedeutung solche Wochen sowohl für unsere Produzenten als auch für Coop hat. Dank der engen Zusammenarbeit mit dem Tourismus konnten auch die Bergwirte in eine interessante Aktion mittels Kassabons integriert werden. Der Rücklauf von rund 2772 Kassabons in den Berggasthäusern bestätigt, wie positive Synergieeffekte zwischen zwei Partnergruppen geschaffen werden können.



# MITGLIEDER

---

Appenzeller Alpenbitter AG

---

Bischofberger AG

---

Brauerei Locher AG

---

Goba AG Mineralquelle und Manufaktur

---

SO Appenzeller Käse GmbH

---

appenzeller fleisch und feinkost ag

---

Appenzeller Ziegenprodukte AG

---

BÖHLI AG Bäckerei-Confiserie

---

Breitenmoser Fleischspezialitäten AG

---

Chocolat Manufacture Appenzell – Café-Conditorei Fässler

---

Café-Confiserie Laimbacher

---

Koch Möbelhandwerk AG

---

Landbäckerei Sammelplatz

---

Metzgerei Fässler AG

---

Motzer Bäckerei Gonten AG

---

Rütihof-Eier

---

Spezialitäten-Metzg Wetter

---

Appenzeller Milch AG

---

Atelier Schmuck aus Haaren – Schiess Jakob

---

Appenzeller Sennenhandwerk – Fässler Hampi

---

Hackbrettspieler Schreinerei Hackbrettbau – Fuchs Johannes

---

Kunstgewerbe Dörig – Dörig Roger

---

KURSTÖBLI APPEZÖLL, Appenzeller Handstickerei – Schiegg Verena

---

Bauernmaler – Fuchs Martin

---

Devisliimalerin – Manser Sylvia

---

Trachtenschneiderin – Nef Bernadette

---

Handschnitzer – Moser Alfred

---



**Ohne Logo**

Atelier Schmuck aus Haaren-Schiess Jakob / Appenzeller Sennenhandwerk-Fässler Hampi / Kunstgewerbe Dörig-Dörig Roger / KURSSTÖBLI APPEZÖLL, Appenzeller Handstickerei - Schiegg Verena / Bauernmaler-Fuchs Martin / Devisliimalerin-Manser Sylvia / Trachtenschneiderin-Nef Bernadette / Handschnitzer-Moser Alfred

# ERFOLGSRECHNUNG MIT BUDGET

<b>ERTRAC</b>	<b>Rechnung 2015</b>	<b>Budget 2016</b>	<b>Rechnung 2016</b>	<b>Budget 2017</b>
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	696'337.13	665'000.00	730'976.61	715'000.00
<b>Freiwillige Beiträge</b> Bezirke, Feuerschau, Gastro AI,	35'750.00	36'000.00	35'011.00	35'000.00
<b>Subvention Kanton</b>	876'000.00	876'000.00	896'412.00	900'000.00
<b>Beitrag Schweizer Wanderwege</b>	17'419.80	18'000.00	22'162.90	18'000.00
<b>Mandate</b>	85'932.55	79'000.00	86'243.45	80'000.00
<b>Kommunikation Tourismus</b>	310'115.89	182'900.00	210'793.65	190'000.00
<b>Produktmanagement</b>	275'216.71	299'000.00	261'222.28	260'000.00
<b>Apenzeller Produkte</b>	75'700.00	130'000.00	139'229.35	130'000.00
<b>Beiträge aus Wanderwegunterhalt</b>	185'831.41	151'000.00	202'582.59	187'000.00
<b>Ertragsminderungen</b>	-38'799.51	-35'000.00	-48'062.59	-35'000.00
<b>Ertrag Total</b>	<b>2'519'503.98</b>	<b>2'401'900.00</b>	<b>2'536'571.24</b>	<b>2'480'000.00</b>

<b>AUFWAND</b>	<b>Rechnung 2015</b>	<b>Budget 2016</b>	<b>Rechnung 2016</b>	<b>Budget 2017</b>
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	313'229.05	275'000.00	383'981.87	325'000.00
<b>Personal</b> Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	932'477.48	870'000.00	930'764.43	920'000.00
<b>Verwaltungsaufwand</b> Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	154'116.27	180'000.00	187'998.22	215'000.00
<b>Kommunikation Tourismus</b>	663'844.93	532'900.00	524'003.33	410'000.00
<b>Produktmanagement</b>	279'732.82	369'000.00	284'602.50	360'000.00
<b>Appenzeller Produkte</b>	75'356.10	130'000.00	140'548.55	130'000.00
<b>Wanderwegunterhalt</b> Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	95'693.57	70'000.00	110'764.52	100'000.00
<b>Abschreibungen</b> Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	19'035.33	20'000.00	17'867.87	20'000.00
<b>Aufwendungen Total</b>	<b>2'533'485.55</b>	<b>2'446'900.00</b>	<b>2'580'531.29</b>	<b>2'480'000.00</b>
<b>Gewinn/Verlust</b>	<b>-13'981.57</b>	<b>-45'000.00</b>	<b>-43'960.05</b>	<b>0.00</b>
<b>Total</b>	<b>2'519'503.98</b>	<b>2'401'900.00</b>	<b>2'536'571.24</b>	<b>2'480'000.00</b>

# BILANZ

## PER 31.12.2016

AKTIVEN	2015	2016
Kasse	32'631.85	38'112.85
Kasse Fremdwährungen	1'791.59	3'740.23
Postcheck	160'585.16	181'712.75
Bankguthaben UBS Appenzell	67'728.60	67'647.75
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	60'530.77	60'274.32
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	1'027'557.22	1'393'804.27
Diverse Debitoren	442'617.87	151'990.81
Delkredere	-1'000.00	-1'000.00
Transitorische Aktiven	16'597.55	50'807.85
Aktien	1.00	1.00
Aktien Appenzellerland Tourismusmarketing AG	1.00	1.00
Material Ruhebänke	1.00	1.00
Material Wegunterhalt	1.00	1.00
Büroeinrichtungen	1.00	1.00
Fahrzeuge	27'000.00	13'000.00
	<b>1'836'045.61</b>	<b>1'960'095.83</b>

<b>PASSIVEN</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Diverse Kreditoren	393'925.75	392'255.28
Transitorische Passiven	1'324'220.00	1'494'157.19
Fond für Anlässe	10'000.00	10'000
Legat	60'530.77	60'274.32
Eigenkapital	61'350.66	47'369.09
Gewinn/Verlust	-13'981.57	-43'960.05
	<b>1'836'045.61</b>	<b>1'960'095.83</b>

# ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

## FIRMA, RECHTSFORM UND SITZ

Appenzellerland Tourismus AI,  
9050 Appenzell (Verein)

## ANGABEN ÜBER DIE IN DER JAHRESRECHNUNG ANGEWANDTEN GRUNDSÄTZE

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

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

## ANZAHL MITARBEITER

Die Anzahl Vollzeitstellen lag im Jahresdurchschnitt nicht über 10.

## WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch die Geschäftsführung am 15.02.2017 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2016 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

## NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

Keine wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven.

Appenzell, 15. Februar 2017

Appenzellerland Tourismus AI

### Präsident

Ruedi Ulmann



### Geschäftsführer

Guido Buob



# BERICHT DER REVISION

**Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Appenzellerland Tourismus AI für das am 31. Dezember 2016 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 Fehlansagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit er-

kannt 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, 21. Februar 2017

## Die Revisoren

Evelyne Buschor



Cyrrill Keller



Lorenz Gmünder



# DER VORSTAND

---

## Präsident

**Ulmann Ruedi, Postfach 14, 9108 Gonten**

Tel. G +41 71 795 40 62, ruedi.ulmann@greenvieh.ch

---

## Mitglieder

**Ldm. Fässler Daniel, Weissbadstr. 3a, 9050 Appenzell**

Tel. P +41 71 787 38 48, daniel.faessler@vd.ai.ch

---

**Bischofberger Andrea, Alpstein, Fehrlen, 9057 Weissbad**

Tel. G +41 71 798 90 10, Tel. P +41 71 799 11 18, abischofberger@baerli-biber.ch

---

**Goldener Milo, Hauptgasse 56, 9050 Appenzell**

Tel. G +41 71 788 80 60, milo@goldener.ch

---

**Hörler Lydia, Rosenböhleli 10, 9050 Appenzell Meistersrüte**

Tel. P +41 71 787 36 22, lydia.hoerler@sunrise.ch

---

**Inauen Luzia, Lauftenstrasse 8, 9050 Appenzell**

Tel. P +41 71 787 10 20, lauftenlehn@bluewin.ch

---

**Manser-Barmettler Thomas, Bergasthaus Bollenwees, 9058 Brülisau**

Tel. G Sommer +41 71 799 11 70 Tel. P +41 71 799 11 70, info@bollenwees.ch

---

**Manser Sepp, Bergasthaus Meglisaalp, 9057 Weissbad**

Tel. G +41 71 799 11 28, Tel. P +41 71 799 15 78, sepp.manser@schwende.ch

---

**Mock Lydia, Eggerstandenstrasse 53, 9050 Appenzell**

Tel. P +41 71 787 42 33, contact@hauslydia.ch

---

**Wittwer Roberto, Böhlisjockes 2, 9057 Weissbad**

Tel. G +41 71 798 80 80, Tel. P +41 71 797 02 19, r.wittwer@hofweissbad.ch

---

## KONTROLLSTELLE

### Revisoren

**Buschor-Züger Evelyne, Oberbad 18, 9050 Appenzell**

Tel. P +41 78 633 20 81, evelyne.buschor@bluewin.ch

---

**Gmünder Lorenz, Mosersweid 55, 9050 Appenzell**

Tel. G +41 71 221 10 10, lgmuender@gmx.ch

---

**Keller-Sutter Cyrill, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell**

Tel. G +41 71 788 10 70, cyrill.keller@moserhoerler.ch

---



# MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

## GESCHÄFTSSTELLE / TOURIST INFORMATION

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

Abler Iris	Lernende
Dörig Regina	Information (bis April 2016)
Fässler Janica	Lernende
Fässler Ramona	Lernende (bis Juli 2016), Back Office (seit August 2016)
Fässler Yvonne	Information/Führungen
Hautle Patric	Wegmacher
Hehli Maria	Information (seit März 2016)
Inauen Sandra	Back Office (bis Mai 2016)
Inauen Maria	Projektmanagement (seit Oktober 2016) Führungen
Keller Rosalia	Marketing (bis Mai 2016)
Manser Andrea	Front Office
Oberholzer Yvonne	Information
Signer Katja	Lernende
Stäheli Susanne	Marketing (seit Juli 2016)
Streule Barbara	Marketing



---

<b>FührerInnen und Aushilfskräfte</b>	Breitenmoser Irene (Museum)	Koller Michael
	Breu Rita	Koller Patricia
	Broger Helene	Künzle Irina
	Brülisauer Katja	Lutz Doris (Museum)
	Brülisauer Marcel	Manser Aurel (Wegbau)
	Brülisauer Sepp	Manser Evelyn
	Cumplido Manuel (Wegbau)	Manser Joe
	Fässler Elsbeth	Manser Lukas (Wegbau)
	Fässler Guido (Wegbau)	Manser Rosalie
	Frick Walter	Neff Bruno
	Hamm Maria	Neff Walter
	Inauen Hannes	Neff Zoe (Information)
	Inauen Hans	Räss Christian
	Inauen Martin	Rebolleda Jon (Wegbau)
	Inauen Priska	Rusch Kurt
	Inauen Vreni	Sutter Hans
	Knechtle Lukas (Wegbau)	Sutter Thomas
	Kölbener Susanne	Zimmermann Sophie
	Koller Erich	
	Koller Kathrin	
	Koller Marcel	

## **Impressum**

Inhalt	Appenzellerland Tourismus AI
Fotos	Archiv Appenzellerland Tourismus
Gestaltung	Koller Werbung GmbH, Appenzell
Druck	Appenzeller Druckerei, Herisau

**APPENZELLERLAND TOURISMUS AI** 

CH-9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

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