



GESCHÄFTS BERICHT 2021

VORWORT PRÄSIDENT

Ein Tagesanbruch zeigt sich je nach Wetter in Grautönen oder ausgeprägter und imposanter in mannigfaltiger Farbenpracht. Es besteht die berechtigte Hoffnung, dass sich für das Jahr 2022 ein wunderschöner Tagesanbruch zeigt. Ein Sonnenaufgang steht aber auch für einen Start in eine neue Saison. Dies bedeutet für alle, Neues zu wagen, Altes zu hinterfragen, Bestehendes zu optimieren und nicht zu vergessen, Bewährtes zu bewahren.

Neues wagen

Der VAT AI hat schon länger erkannt, dass die Förderung der Wintermonate wünschenswert ist. Nun steht es das erste Mal in der Strategie. Der Winter soll aktiv gefördert werden. Bereits wurden erste Massnahmen angegangen und umgesetzt.

Altes hinterfragen

Die Corona-Situation hat aufgezeigt, dass Altes auch hinterfragt werden muss. Wenn auch nicht primär mehr Personen anzutreffen waren, so hat das vermehrte Aufkommen von Individualverkehr die Grenzen aufgezeigt. Es wird Aufgabe des Vorstands, aber auch der Behörden und Leistungsträger sein, alte Reisegewohnheiten zu hinterfragen und neue Lösungen zu suchen. Dabei muss man auch den Mut haben, Grenzen zu setzen.

Bestehendes optimieren

Viele Leistungsträger wissen, dass der Betrieb laufend optimiert werden muss. Mit den zahlreichen Investitionen in die Infrastrukturen sichern sie der Innerrhoder Wirtschaft wichtige Arbeitsplätze und auch in Krisenzeiten gute Einkommen.

Bewährtes bewahren

Die Strategie 2022 - 2032 ist ein der heutigen Zeit angepasstes Arbeitsdokument. Die Strategie lässt Neues zu und fördert Altes, sofern das Neue zur Positionierung von Appenzell passt. Der Spruch «Wer von sich denkt,

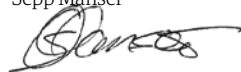
gut zu sein, hindert sich daran, besser zu werden» erhält angesichts der Tatsache, dass wir erfolgreich unterwegs sind, wirklich einen Sinn. Es gehört zum Wesen und zur Tradition von uns Appenzellerinnen und Appenzellern, dass wir alle als gute Gastgeber und freundliche Auskunftspersonen auftreten. So wird es auch in Zukunft zu unseren Pflichten gehören, nicht nur die Kosten zu optimieren, nicht alles zu digitalisieren und zu automatisieren, sondern uns auch bewusst Zeit für den Gast zunehmen, ihm zuzuhören und in die Augen zu schauen. Verlieren wir diese Tugenden, verlieren wir unser Gesicht.

Im Namen des gesamten Vereins durfte der Vorstand einen ganz speziellen Anlass feiern: das 25. Dienstjahrjubiläum unseres Geschäftsführers Guido Buob. Seinem Naturell entsprechend fand der Anlass im kleinen statt, ohne Aufsehen zu erregen.

Eine schöne Aufgabe ist es, wenn mir als Präsident die Ehre zuteilwird, allen Mitarbeitenden zu danken. Zu danken für einen tollen Teamgeist, für den stets flexiblen Arbeitseinsatz, für eine überdurchschnittliche Arbeitsmoral und ein wirklich grosses Engagement. Sie alle produzieren Staunen und funkelnde Augen bei unseren Gästen.

Ebenso bedanken möchte ich mich bei Ihnen, geschätzte Mitglieder und Vorstandskolleginnen und -kollegen des Vereins Appenzellerland Tourismus AI. Sie sind es, die die Werte des Tourismus hochhalten. Sie sind es, die das Rückgrat der Innerrhoder Volkswirtschaft bilden. Sie sind es, die dazu beitragen, dass dem Gast das Erlebnis «Appenzell» in positiver Erinnerung bleibt.

Euer Präsident
Sepp Manser



Vorwort Präsident	02	
Abstimmungsformular 122. Hauptversammlung 2021	04	Einladung mit Traktandenliste
	06	
	08	Rückblick Tourismus
Rückblick Regionalmarketing	30	
	32	Ausblick Tourismus
Jahresrechnung	34	
	39	Revisorenbericht
Organe	40	
	43	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

HAUPTVERSAMMLUNG 2022

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

Montag, 28. März 2022, 19.00 Uhr,
Berggasthaus Hoher Hirschberg

Es besteht die Möglichkeit, ab 18.00 Uhr oder nach der Hauptversammlung die neu renovierten Gästezimmer im Berggasthaus Hoher Hirschberg zu besichtigen.

TRAKTANDENLISTE 2022

1. Begrüssung
2. Wahl der Stimmzähler
3. Protokoll der Hauptversammlung 2021
4. Jahresbericht
5. Abnahme der Jahresrechnung 2021 und des Revisorenberichts 2021
6. Budget 2022
7. Wahlen
8. Wünsche und Anträge

AUSWERTUNG

ABSTIMMUNGSFORMULAR – 122. HAUPTVERSAMMLUNG 2021

	Eingegangene Stimmen	Anzahl Ja-Stimmen
TRAKTANDEN DER 122. HAUPTVERSAMMLUNG		
Genehmigung des Protokolls in Form der schriftlichen Abstimmung vom 25. März 2020	115	115
Genehmigung des Jahresberichts in Form des schriftlichen Geschäftsberichts 2020	115	115
Genehmigung der Jahresrechnung 2020 und des Revisorenberichts 2020	115	114
Kenntnisnahme des Budgets 2021	115	114
Wiederwahl von Sepp Manser als Präsident	115	111
Wiederwahl von Landammann Roland Dähler als Vorstandsmitglied	115	*
Wiederwahl von Andrea Bischofberger als Vorstandsmitglied	115	114
Wiederwahl von Luzia Inauen als Vorstandsmitglied	115	113
Wiederwahl von Thomas Manser als Vorstandsmitglied	115	114
Wiederwahl von Josef Schmid als Vorstandsmitglied	115	115
Wiederwahl von Stephan Sutter als Vorstandsmitglied	115	114
Wiederwahl von Roberto Wittwer als Vorstandsmitglied	115	115
Wiederwahl von Franz Fässler als Vorstandsmitglied	115	114
Neuwahl von Karin Koller als Ersatz für Frau Lydia Mock (Vertreterin der Parahotellerie, führt das Gästehaus Koller: www.gaestehaus-koller.ch)	115	109
Neuwahl von Bruno Inauen als Ersatz für Alfred Sutter (Vertreter und Präsident des Verbands Detailhandel Appenzell, Verkaufsleiter der Metzgerei Breitenmoser im Spar in Appenzell)	115	114
Wiederwahl von Kevin Clavien als Revisor	115	114
Wiederwahl von Lorenz Gmünder als Revisor	115	114
Wiederwahl von Cyrill Keller als Revisor	115	115
Genehmigung der Strategie 2022 bis 2032	115	107
Genehmigung der Statutenänderung: Artikel 2 Abs. 1 lit. E: Förderung eines attraktiven, sicheren und einheitlich signalisier- ten Wanderwegnetzes im Kanton Appenzell I.-Rh. gemäss den Vorgaben des Bundes	115	112

* Keine Wahl notwendig, da von Amtes wegen im Vorstand

Nachdem auch im Jahr 2021 aufgrund der epidemiologischen Lage keine physische Hauptversammlung durchgeführt werden durfte, fand diese wiederum in schriftlicher Form statt.

414 Mitglieder wurden schriftlich mit den Traktanden bedient. 115 Rückmeldungen sind eingetroffen und ausgezählt worden. Der Vorstand hat die Rückmeldungen kontrolliert und genehmigt.

Das Protokoll, der Jahresbericht, die Jahresrechnung und der Revisorenbericht wurden mit grosser Mehrheit genehmigt. Über das Budget muss nicht abgestimmt werden, da dies durch den Vorstand genehmigt wird. Alle bisherigen Vorstands- und Revisionsmitglieder wurden bei vereinzelt Enthaltnahmen wiedergewählt. Frau Karin Koller wurde als Nachfolgerin von Frau Lydia Mock als Vertreterin der Parahotellerie in den Vorstand gewählt.

Persönliche Bemerkungen einiger Mitglieder wurden ebenfalls vom Vorstand zur Kenntnis genommen und besprochen. Erfreulicherweise haben sich wiederum viele Mitglieder für die geleistete Arbeit bei der Geschäftsstelle bedankt und die gute Zusammenarbeit gerühmt. Die wenigen Wünsche oder Verbesserungsvorschläge werden geprüft, allerdings sind es keine offiziellen Anträge, und sie müssen somit auch nicht protokolliert werden.



Briefkasten beim Rathaus

STOLZ

Wie im Vorjahr gehört der Tourismus im Kanton Appenzell I.-Rh. zu den eigentlichen «Corona-Profiten». Denn auch im Jahr 2021 buchten viele Schweizerinnen und Schweizer Ferien im eigenen Land.

Es wäre aber zu kurz gegriffen, wenn man den ausserordentlichen Erfolg einzig mit Corona begründen würde. Die langjährigen unmissverständlichen Bemühungen seitens Hotellerie und Tourismusorganisation um einen qualitativen Tourismus, mit einem klaren Fokus auf den Binnentourismus, haben sich gerade in dieser Krisenzeit mehr als auszahlt. Dazu kommen die grossen Investitionen in die Infrastruktur in praktisch allen Hotelbetrieben sowie Angebote wie die Appenzeller Ferienkarte oder die Gratis An- und Rückreise. Letztere fördern bewusst einen nachhaltigen Tourismus mit Gästen, die vier Tage in der Region verbringen müssen, um von den attraktiven Angeboten profitieren zu können. Es ist eine erwiese-

ne Tatsache, dass genau diese Gäste zu einer grossen Wertschöpfung in der Gastronomie und im Detailhandel führen. Denn Gäste, die länger in einer Region bleiben, geben in der Regel auch mehr Geld aus! Dass all diese Gäste dabei nicht nur mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, sondern auch vor Ort die Bahn benutzen, ist ein weiterer Pluspunkt.

Umso bemerkenswerter sind die erfolgreichen Logiernächtezahlen auch deshalb, weil das Wetter Jahr 2021 gar nicht nach den Wünschen der Touristikerinnen und Touristiker verlief. Bis weit in den Juli hinein war es regelmässig nass und regnerisch. So darf man mit den ausgewiesenen Hotel-Logiernächten von 188'699 (Vorjahr 167'855) mehr als zufrieden sein. Diese Zahlen mit einer Steigerung von 12,4% bedeuten, dass noch nie so viele Gäste in der Hotellerie und den Berggasthäusern im Kanton Appenzell I.-Rh. in einem Jahr übernachtet haben.

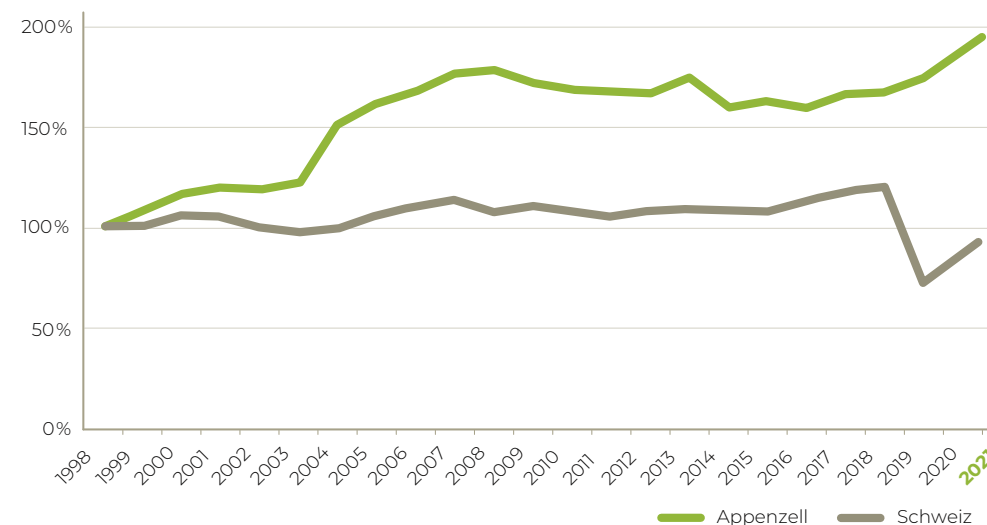
Jahr	APPENZELL I.-RH.			SCHWEIZ		
	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
1995	65'831	20'587	86'418	13'873'240	18'744'165	32'617'405
2000	101'341	28'418	129'759	14'862'187	20'157'515	35'019'702
2005	125'249	24'851	150'100	14'622'420	18'321'316	32'943'736
2010	135'469	29'728	165'197	15'765'304	20'442'508	36'207'812
2015	132'594	21'576	154'170	16'052'181	19'576'295	35'628'476
2018	136'344	23'170	159'514	17'413'041	21'393'736	38'806'777
2019	137'139	24'011	161'150	17'922'428	21'639'611	39'562'039
2020	159'462	8'393	167'855	16'389'738	7'341'347	23'730'738
2021	173'764	14'935	188'699	20'960'665	8'598'184	29'588'849

PHÄNOMENAL

Ebenso erfreulich entwickelt sich die Parahotellerie. Lag man in der Vergangenheit stets unter einer Logiernächtezahle von 35'000, stieg diese Zahl 2021 auf über 55'000 Logiernächte.

Dieser Anstieg ist nicht nur darauf zurückzuführen, dass es in den letzten Jahren zusehends mehr Betriebe gab, sondern auch darauf, dass insbesondere die Auslastung bei den B&Bs deutlich höher ist, als in den Vorjahren. Ein kleiner Wermutstropfen zeigt sich hier allerdings bei den Gruppenunterkünften sowie beim Schlafen im Stroh: Diese Betriebe mit mehreren Gästen im gleichen Schlafräum verzeichnen Rückgänge gegenüber den Vorjahren. Insgesamt zählt der Kanton Appenzell I.-Rh. aber erstmals über 250'000 Übernachtungen in der Destination. Ein schöner Erfolg! Viel zu reden gaben im vergangenen Jahr auch die

zahlreichen Wohnmobile und Camper. Von Seiten Appenzellerland Tourismus haben wir diese an die bestehenden Campingplätze beim Eischen und in Jakobsbad verwiesen. Zudem wurde in Zusammenarbeit mit Bezirken und Polizei ein Informationsblatt gestaltet, das die Kurz-Parkmöglichkeiten für dieses Gästesegment aufzeigt. Der Trend, Wohnmobile und Camper irgendwo in der freien Natur oder auf einem Bauernhof für längere Zeit abzustellen, ist unzulässig und wird geahndet. Es gilt an dieser Stelle festzuhalten, dass die zonenkonformen Campingplätze in der Regel über genug Stellplätze verfügen. Wildes und unkontrolliertes Übernachten an noch so romantischen Orten ist nicht im Interesse von Appenzellerland Tourismus. Die nächsten Jahre werden zeigen, ob sich dieser Boom weiterentwickeln wird.



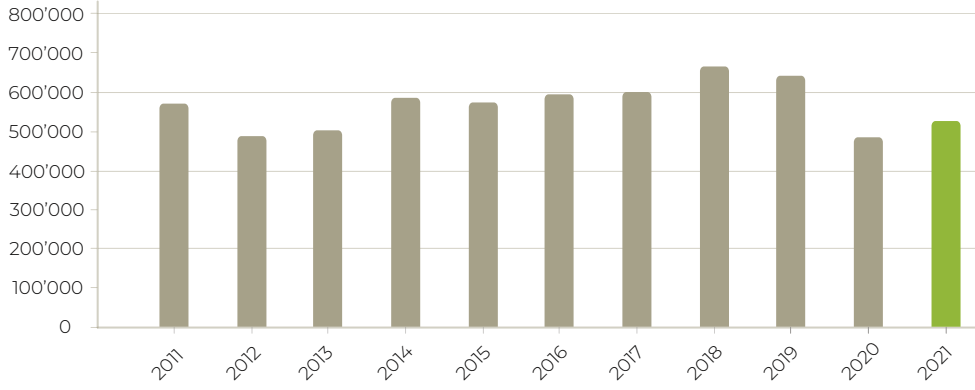
ZUFRIEDEN

Nicht nur die Vorgaben des Bundes betreffend Corona-Pandemie machte den Bergbahnen zu schaffen, sondern noch fast grösseren Einfluss hatte das schlechte Wetter auf die Frequenzen bei den Seilbahnen. Der verregnete Frühling und Sommer hatte zur Folge, dass jeweils bei Schönwetterfenstern der Ansturm entsprechend gross war. Nichtsdestotrotz dürfen die Innerrhoder Seilbahnen mit dem Jahr 2021 zufrieden sein. Alle drei grossen Innerrhoder Seilbahnen verzeichneten im vergangenen Jahr eine klare Steigerung der Frequenzen.

Viel Flexibilität und Geduld im Umgang mit Gästen war auch 2021 gefragt. So gehört es zum Wesen des Menschen, dass man insbesondere in schwierigen Zeiten gern vieles besser weiss und seine Meinung kundtun möchte. Die Tourismusbranche scheint hier

besonders für alleinstehende Menschen eine beliebte Anlaufstelle zu sein. Alle im Tourismus Tätigen sind sich bewusst, dass man den Menschen oftmals nur zuhören muss. In einer Zeit, da viele zu Hause vor dem Bildschirm arbeiten, wird das persönliche Gespräch besonders geschätzt. Diese neuen Herausforderungen haben die Anbieter von Ausflugszielen im vergangenen Jahr professionell gemeistert, dafür gebührt allen «Zuhörerinnen und Zuhörern» grossen Dank! Auch wenn die eigentliche Hauptaufgabe gelegentlich in den Hintergrund geriet, wird sich diese gelebte Appenzeller Gastfreundschaft langfristig in monetären Werten ausbezahlen.

KUMULIERTE FREQUENZEN DER LUFTSEILBAHNEN KRONBERG, EBENALP UND HOHER KASTEN



DANKBAR

Für die mittelfristige Zukunft des Tourismus im Kanton Appenzell I.-Rh. war das Jahr 2021 ein ganz wichtiges Planungsjahr. Es galt nämlich, die Vereinbarungen mit den Leistungsträgern und Sponsoren zu erneuern.

Auch nach 18 Jahren Appenzeller Ferienkarte ist das Angebot dieser Gästekarte im schweizweiten Vergleich mit anderen Destinationen unerreicht. Die Fülle an attraktiven Angeboten, die digitale Verfügbarkeit, die konsequente Anwendung als kostenlose All-inclusive-Karte bei Beherbergern und schliesslich auch die Pflicht, dass Gäste mehrere Nächte in der Destination bleiben müssen, sind Stärken, die andere Karten in dieser Summe nicht kennen.

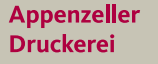
So kann am Ende des Jahres festgehalten werden, dass sowohl sämtliche Sponsoren wie auch Leistungsträger die Appenzeller Ferienkarte im gleichen Umfang wie bisher unterstützen und mittragen werden. Dieses wichtige Bekenntnis zeugt von viel Verständnis für die wirtschaftlichen Zusammenhänge des Tourismus bei den Leistungserbringern. Sie sind es, die die Karte attraktiv machen und mit der Fülle und

Breite an Angeboten die Gäste dazu auffordern, länger als der durchschnittliche Gast in der Destination zu verweilen.

Während der Corona-Krise ist nicht nur die Anzahl Individualgäste massiv angestiegen, sondern in der Folge auch die Anzahl abgegebener Ferienkarten. Dies führte beim einen oder anderen Leistungsträger doch zu deutlichen Mehrfrequenzen, die jeweils im Rahmen von Pauschalentschädigungen abgegolten werden. Nebst dem grossen Dank an die Leistungserbringer gilt es immer wieder zu erwähnen, dass nicht nur die Beherberger von dieser Karte profitieren, sondern die gesamte Tourismuswirtschaft im Kanton, insbesondere auch der Detailhandel und die Zulieferer der Beherberger.

Nicht minder von Bedeutung sind die langjährigen und treuen Sponsoren. Sie legen mit ihren Beiträgen eine wichtige finanzielle Basis einer für die Beherberger bezahlbaren Karte. Selbstverständlich gehen wir davon aus, dass insbesondere die Produzenten von Lebensmitteln sehr direkt auch davon profitieren, wenn die Gäste länger in einer Region verweilen und somit ihre Produkte konsumieren, trotzdem ist das grosse Engagement dieser Partner nicht selbstverständlich und verdient speziellen Dank!

DANKE



FRUSTRIEREND

An gar allem ist nicht immer nur der Tourismus schuld, sprich die auswärtigen Gäste, wenn irgendwo ein Schaden an der touristischen Infrastruktur oder in der Natur entsteht.

Zwar konnten die Verursacher der abgebildeten Schäden an Ruhebänken und der Informationstafel noch nicht dingfest gemacht werden, doch scheint es sich mehr um dumme Handlungen von Jugendlichen zu handeln als um Schäden von Gästen. Bei der Abfallproblematik oder wilden Feuerstellen rund um

den Seealpsee hat man als Tourismusorganisation immerhin die Möglichkeit, mittels Informationstafeln oder -broschüren belehrend einzugreifen. Bei solchen Sachbeschädigungen kann man nur tatenlos zusehen und den Kopf schütteln.

Lobend darf für alle Ausflügler festgehalten werden, dass sich die Abfall- und Lärmproblematik am Seealpsee deutlich verbessert hat. Die umgesetzten Massnahmen scheinen ihre Wirkung nicht verfehlt zu haben. Zudem wurde beobachtet, dass im Berichtsjahr wieder vermehrt typische Berg- und Naturliebhaber den Alpstein aufgesucht haben. Selbstverständlich waren es an schönen Wochenenden und Ferientagen weiterhin viele Gäste, aber doch solche, die wissen, wie man sich in der Natur zu verhalten hat.



Sprayereien am Brauereiplatz



Zerstörte Ruhebänk



Die fest installierte Feuerstelle am Seealpsee hat dazu geführt, dass sich Besucherinnen und Besucher gemeinsam die Grillstelle teilen und so weniger «wilde» Feuerstellen rund um den Seealpsee entstanden sind. Dies ist durchaus auch im Sinne des Natur- und Landschaftsschutzes.

Sommertag am Seealpsee

HISTORISCH

Untenstehendes Bild aus den Siebzigerjahren zeigt, dass Wasserauen schon in früheren Jahren ein Parkplatzproblem hatte und dies nicht ein Phänomen neuerer Zeit ist. Heute sind jedoch die Umweltauflagen strenger und sicherlich hat auch die Mobilität und Sensibilität der Gesellschaft weiter zugenommen. Die Mobilität führt dazu, dass immer kurzfristiger entschieden wird, wohin man fährt oder was unternommen wird. Da spielt das Wetter nach wie vor die entscheidende Rolle, aber auch die sozialen Medien haben unbestritten einen Einfluss auf die Wahl des Ausflugsortes.

Von Seiten Appenzellerland Tourismus AI unterstützen wir alle Bemühungen, die zu einer qualitativen Verbesserung der Verkehrs- und Parkplatzsituation im ganzen Kanton führen, aber natürlich vor allem auch an den bekannten Hotspots entscheidende Lösungen bringen.

Einheimische Bürgerinnen und Bürger äussern nach schönen Wochenenden gelegentlich Kritik am Tourismus und den vielen Gästen. Dies ist aus Sicht des einzelnen Bürgers verständlich. Der Vorstand des VAT AI, die Behörden wie auch die Leistungsträger sind sich

dieser Herausforderungen bewusst und versuchen gezielt Lösungen zu erarbeiten. Es gilt aber auch die Verhältnismässigkeit zu sehen: Durchschnittlich sind es weniger als 15 Tage pro Jahr, an denen eine wirklich hohe Belastung eintritt. Zudem brauchen die Leistungsträger solche Spitzentage, um auch einmal eine Schlechtwetterphase überbrücken zu können. Denn die Fixkosten müssen auch bei schlechtem Wetter bezahlt werden. Das war früher so und hat sich nicht verändert.

Das Jahr 2021 hat zudem vielen Betrieben und auch am Ende den Gästen und Einheimischen vor Augen geführt, was es bedeutet, knapp an Personal zu sein. Dies war nicht etwa auf eine mangelnde Planung von Seiten der Gastronomie zurückzuführen, sondern entstand wirklich aus einer Personalnot heraus. Es wird oft als selbstverständlich angesehen, dass immer alles klappt, eine breite Auswahl besteht und das Essen in nützlicher Frist auf dem Tisch steht. Diese hohe Dienstleistungsqualität der Leistungsträger, sowohl am Berg als auch im Tal, ist nur dank den guten Einnahmen an Spitzentagen möglich. Dieses Bewusstsein scheint bei aller Kritik am Tourismus oft verloren zu gehen.



Wasserauen um 1970, © Landesarchiv Appenzell I.-Rh.



Hauptgasse um 1965, © Landesarchiv Appenzell I.-Rh.

WICHTIG

Was für den Alpstein und die Talbetriebe gilt, trifft auch im Dorf Appenzell zu. Einzelne Detailhändler und Einheimische monieren gern, dass es gelegentlich zu viele Gäste im Dorf hat und die Einheimischen dadurch ausbleiben. Dabei übersieht man gern die allgemeinen gesellschaftlichen Veränderungen. Das veränderte Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden hat verständlicherweise auch Auswirkungen auf die Entwicklung des Detailhandels im Dorfkern. Da schiebt der eine oder andere Einheimische gern eine verkehrstechnische Einschränkung oder zu viele Gäste als Grund vor, nicht mehr ins Dorf einkaufen zu gehen, um eine Entschuldigung für das eigene veränderte Kaufverhalten zu begründen.

Zweifellos dürfen wir in Appenzell stolz auf die eigenständigen und qualitativ hochstehenden Ladengeschäfte im Dorfkern sein. Diese müssen wir zwingend erhalten. Man muss sich aber auch bewusst sein, dass man ohne die Kunden aus der Region und die Feriengäste aus der ganzen Schweiz niemals ein so breites Angebot an Produkten und attraktiven Ladenräumlichkeiten anbieten könnte, wie es sich momentan zeigt. Der einheimische Markt ist zu klein, um dieses Angebot aufrechtzuerhalten. Die Feriengäste und Kunden aus der Region sind keine

Selbstverständlichkeit, ebenso wie die Einheimischen. Die in diesem Jahr eingeführte Versuchsphase einer zeitlichen und saisonalen Sperrung des Schmäslemarkts hat gezeigt, dass ein gangbarer Kompromiss gefunden wurde. Die professionell und neutral geführten Befragungen haben klar die Bedürfnisse und Meinungen der Detailhändler, Anwohner, Hausbesitzer und Kundinnen und Kunden dargelegt. Die angewendete Gewichtung nach «Sicherheit», «Umfragen» und «Auswirkungen auf andere Strassen» wurde von Beginn an dargelegt und am Ende auch angewendet. In teilweise hitzigen Diskussionen wurde dem VAT AI unterstellt, dass er nur für die Touristen schaue. Dabei liegt es ebenso im Interesse unserer Organisation, dass es im Dorf Appenzell weiterhin eine gute Durchmischung aller Kundengruppen gibt. Gegen Veränderungen einzelner Branchen, weniger Umsatz aufgrund suboptimaler Lage des Geschäfts oder auch eine Veränderung des Einkaufsverhaltens kann der VAT AI nichts machen. An dieser Stelle sei durchaus erwähnt, dass sich sehr viele Einheimische auch positiv zum neuen Verkehrsregime geäussert haben, ja sogar das Dorf neu entdeckt haben. Unser Hauptziel muss es weiterhin sein, Verdienst und Arbeitsplätze im Dorf sicherzustellen und alle Kunden aus nah und fern dienstleistungsorientiert, zeitgemäss und mit qualitativ hochstehenden und eigenständigen Produkten zu bedienen.



Appenzell: das schönste Einkehr- und Einkaufsdorf der Schweiz, und zwar für Feriengäste, Kunden aus der Region und Einheimische.

INNOVATIV

Investitionen sind nach wie vor die Grundvoraussetzung für erfolgreichen Tourismus in einer Destination. Die Leistungsträger im Kanton Appenzell I.-Rh. dürfen stolz sein, dies praktisch in Perfektion vorzuleben.

Sei es bei den Luftseilbahnen, in der Hotellerie, der Parahotellerie oder im Detailhandel: Wer investiert, gewinnt! Dabei scheint es wichtig, dass die Investitionen in angemessenem und dem Umsatz entsprechendem Rahmen ausfallen. Aber nur schon ein neues Badezimmer, eine neue Fassade oder ein attraktiverer Zugang sind wichtige Angebote, die der Gast wahrnimmt und schätzt. Grossumbauten, wie sie im vergangenen Jahr in der Meglisalp oder beim Alten Säntis getätigt wurden, schlagen sich immer positiv auf die Zahl der Logiernächte aus.

Besonders erfreulich sind die Investitionen der Leistungsträger in diesem Jahr. Denn diese sicherten so auch Einkommen und Arbeitsplätze für das örtliche Gewerbe, was in dieser schwierigen Pandemie-Zeit nicht selbstverständlich war.

Stellvertretend auf dieser Doppelseite ein paar Investitionen einzelner Leistungsträger.



Berggasthaus Meglisalp, Neubau



Seilbahn Hoher Kasten, Schräglift, Tunnel-Inszenierung



Romantik Hotel Säntis, Renovation Badezimmer



Berggasthaus Alter Säntis, Neubau Hausteil



Appenzeller Ziegenprodukte, Erweiterung Produktion



Appenzeller Alpenbitter, Eröffnung Kräuterwelt



Berggasthaus Rotsteinpass, neue Fassade



Boutique-Pension & Hostel Alte Metz, Neueröffnung

ERSTAUNLICH

Es würde einen ganzen Geschäftsbericht füllen, wenn man die Fragen von Gästen und Einheimischen zu den in der Tourist Information gestellten Corona-Regeln und -Massnahmen niederschreiben würde. Das Thema beschäftigte die Menschen auch im Jahr 2021 und man spürte deutlich, dass nur schon ein Gespräch zu führen für viele Besucherinnen und Besucher eine Hilfe war.

Glücklicherweise gab es aber auch andere Aufgaben, die die Mitarbeiterinnen der Tourist Information mit viel Flexibilität, Gästeverständnis und Professionalität erledigen konnten. Mit insgesamt CHF 996'268 an verkauften Gutscheinen wurde die zweitgrösste Menge in diesem Bereich erreicht. Dieses nach wie vor äusserst beliebte Angebot zeigt, dass viele Innerrhoderinnen und Innerrhoder durchaus bereit sind, das einheimische Gewerbe und den hiesigen

Detailhandel bewusst zu berücksichtigen. An dieser Stelle sei auch einmal die Anzahl zurückgenommener Gutscheine im Jahr 2021 erwähnt: Mit insgesamt CHF 797'473 an eingelösten Gutscheinen wurde der höchste je eingelöste Wert an Gutscheinen zurückerstattet. Die noch offenen Gutscheine werden als offene Kreditoren zurückgestellt. Die Erfahrung aus 20 Jahren Gutscheine in Appenzell zeigt, dass früher oder später jeder Gutschein doch noch eingelöst wird.

An dieser Stelle sei auch wieder einmal die gute Zusammenarbeit mit dem Museum Appenzell erwähnt. Die gemeinsamen Räumlichkeiten in der Tourist Information werden optimal genutzt und so profitieren beide Partner gegenseitig. Die diesjährige Ausstellung «Kinderglück» hat zudem nicht nur viele Erwachsene ins Buherre Hanisefs gezogen, sondern ebenso viele Kinder und ganze Schulklassen.



Ausstellung «Kinderglück» im Museum Appenzell

FANTASTISCH

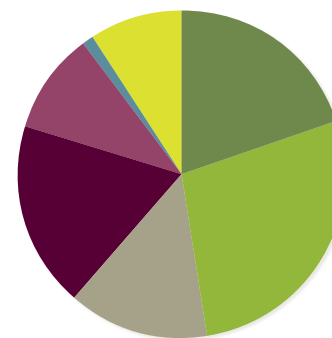
Was im Jahr 2020 wegen der Corona-Pandemie eher langsam angelaufen war, scheint jetzt immer besser in Fahrt zu kommen. Unter dem Motto «Grün ins Grüne» hat der VAT AI vor einem Jahr das Angebot der Gratis An- und Rückreise mit dem öffentlichen Verkehr für Feriengäste lanciert. Dank Mitteln aus der Neuen Regionalpolitik (NRP), die durch Kanton und Bund finanziert werden, konnte eine dreijährige Projektphase gestartet werden, um mehr Gäste mit dem öffentlichen Verkehr für die Reise nach Appenzell zu gewinnen.

Neu konnten im vergangenen Jahr auch Gäste von Ferienwohnungen und -häusern vom schweizweit einmaligen Angebot profitieren. Mit diesem Angebot möchte Appenzellerland Tourismus AI aktiv etwas zum Klimaschutz beitragen und trotzdem den Tourismus fördern. Nachdem im ersten Jahr 1400 Gäste rund 5800 Logiernächte generiert haben, waren es im Jahr 2021 bereits 2300 Gäste und 9800 Logiernächte. Das sind rund 5% aller Logiernächte. Vorstand und Geschäftsstelle gehen davon aus, dass dies ein sehr guter Anfang ist, aber nach wie vor eine Steigerung möglich sein wird. Es wird nie klar festzustellen sein, wie viele Gäste auch ohne Gratis An- und Rückreise mit der Bahn angereist wären.

Die Auswertung der Gästeanfrage zeigt aber, dass sich mindestens die Hälfte der Gäste dank dem Angebot für Appenzell und die Anreise mit der Bahn entschieden hat. In der Statistik sind all jene Gäste nicht enthalten, die ein Generalabonnement besitzen.

Eine weitere interessante Auswertung zeigt, dass jene Betriebe, die die Gratis An- und Rückreise im vergangenen Jahr aktiv beworben haben, nicht nur mehr Gästeankünfte mit dem öffentlichen Verkehr hatten, sondern tatsächlich auch mehr Logiernächte. Dies bestätigt die ebenfalls gestellte Frage an die Gäste, wie sie denn auf das Angebot aufmerksam wurden. Nahezu die Hälfte der Gäste hat angegeben, dass sie durch den Beherberger aufs Angebot aufmerksam wurde, sei es im Internet oder im persönlichen Gespräch. Dies zeigt, dass die Gratis An- und Rückreise ein gutes Verkaufsargument für einen Besuch in Appenzell sein kann.

Bei den Regionen scheint es leichte Verschiebungen gegeben zu haben. Kamen im ersten Jahr deutlich mehr Gäste aus der Romandie, waren es im vergangenen Jahr vorwiegend Gäste aus der Grosse Region Bern.



GRATIS ANREISE – REGIONENSTATISTIK	2020	2021
Genfersee-Region	35,60 %	19,93 %
Espace Mittelland	26,09 %	27,71 %
Zürich	13,37 %	13,96 %
Nordostschweiz	11,79 %	18,21 %
Zentralschweiz	8,43 %	10,14 %
Tessin	2,43 %	1,03 %
Ostschweiz	2,29 %	9,02 %

FLEXIBEL

Die Gruppenreisen in der aktuellen Zeit als «Sorgenkind» zu bezeichnen, wäre sicherlich falsch. Die Umstände sind nun einmal so, dass das Reisen in Gruppen schwierig ist.

Die Geschäftsstelle ist zuversichtlich, dass bei einer Lockerung der Bundesvorgaben dieses Gästesegment sehr schnell wieder an Bedeutung gewinnen wird. Dies zeigte sich bereits im vergangenen Jahr: Kaum zeichnete sich eine Entspannung der Corona-Situation ab, zogen die Nachfragen für Gruppen

wieder an. Leider gab es jeweils schneller als erwartet wieder Einschränkungen. Dieses ständige Hin und Her war für die beiden Mitarbeiterinnen, die die Gruppen betreuen, keine einfache Sache und sehr zeitintensiv. Der im letzten Jahr im Geschäftsbericht angekündigte Silberstreifen am Horizont ist zwar eingetreten, jedoch noch relativ schwach. Es scheint jetzt wichtig, weiterhin grosszügig und professionell die Situation zu meistern. So gesehen sind weiterhin Bearbeitungs- oder Stornogebühren in der Geschäftsstelle kein Thema.

GRUPPENPROGRAMM	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Dorfführungen	458	614	678	635	559	592	570	234	395
Dorfführungen mit Käse	42	63	38	61	51	49	35	3	3
Dorfführungen mit Apéro	13	7	2	7	55	71	98	41	43
Schmackhafte Dorfführungen	86	87	109	93	72	58	72	26	28
Kulinarische Dorfführungen	49	59	55	68	77	52	34	12	17
Museumsführungen	55	48	29	24	29	47	23	9	13
Wildkirchli-Führungen	53	47	63	64	65	60	53	15	17
Tages- und ½-Tages-Begleitungen	1	3	1	0	0	0	0	0	0
Singen / Jodeln	260	330	334	384	396	365	381	122	116
Nachtwächter-Führungen	58	82	85	73	74	76	83	49	57
Führungen «Toobenschopf»	18	14	6	7	3	8	4	0	0
Frauenführung Appenzell									11
Frauenführung mit Apéro									3
Laternenwanderung	2	2	3	1	1	1	0	0	0
Sagen erzählen	5	28	20	25	25	15	29	9	18
Dialektvortrag	8	5	14	14			0	0	0
Rondom-Führung Hoher Kasten				30	25	24	22	6	8
Individuelle Führungen	12	15	17	16	14	20	15	4	3
Total	1120	1404	1454	1502	1446	1438	1419	530	1419

GÄSTEORIENTIERT

Aus einer spontanen Idee heraus ist die Idee einer «Morgenpost» entstanden. In vielen grösseren Ferienhotels ist es üblich, dass die Gäste auf dem Frühstückstisch ein Tagesprogramm erhalten. Für unsere relativ klein strukturierten Hotelbetriebe ist diese beliebte Dienstleistung kaum möglich, da der Aufwand hierfür doch sehr gross ist.

Die Geschäftsstelle hat nach einer Umfrage bei den Hotels entschieden, im Rahmen eines Versuchs die Morgenpost für sämtliche Beherberger herauszugeben. So fällt der Aufwand nur an einem Ort an, dessen Produkt aber dank Digitalisierung schnell verteilt ist und das alle Beherberger ausdrucken können. Schnell zeigte sich, dass das Angebot von den Gästen sehr geschätzt wird. Die Morgenpost wird jeden Tag neu gestaltet und mit aktuellem Inhalt versehen. Dank den integrierten QR-Codes

kann festgestellt werden, welche Inhalte bei den Gästen besonders geschätzt sind. In einem zukünftigen Schritt wird geprüft, ob eine digitale Version direkt aufs Handy des Gastes möglich sein wird. Dies im Wissen, dass viele Feriengäste analoge Informationen nach wie vor schätzen, gleichzeitig aber nicht auf digitale Infos verzichten möchten.

Dass im vergangenen Herbst die Hirschbrunft-Führungen nicht mehr angeboten wurden, ist am Ende auch ein Entscheid aufgrund des Erfolgs des Angebots. Die Nachfrage nach solch geführten Besichtigungen war so gross, dass man aus Rücksicht auf das Wild und die Ruhe im Wald auf dieses Angebot bewusst verzichtet. Von Seiten Tourismus wird dies natürlich bedauert, war es doch ein wichtiges Angebot zur Sensibilisierung der Gäste im Interesse von Flora und Fauna.



Die Morgenpost ist ein neues Angebot für alle Beherberger

ANPACKEND

Was vor zehn Jahren mit der Signalisation von speziellen Schneeschuhrouten begann, hat im vergangenen Jahr mit attraktiven Hotelpauschalen und exklusiven, schneeeunabhängigen Angeboten während der Wintermonate seine Fortführung gefunden. Es ist und bleibt weiterhin das erklärte Ziel des VAT AI, die Attraktivität der Winterzeit zu fördern. Themen wie Kultur, Kulinarik, Handwerk und Entschleunigung sollen in den Fokus der Gäste rücken.

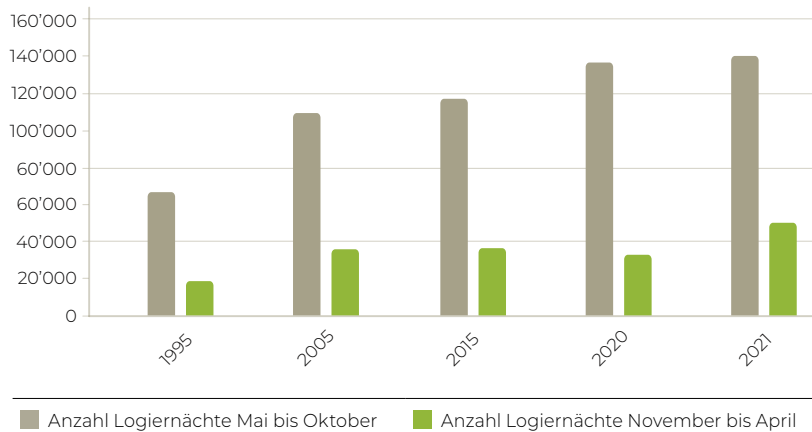
Das Wochenprogramm «Winterzeit» wurde im vergangenen Jahr erstmals angeboten und erhielt von Beginn an eine überraschend grosse Nachfrage. Besonders erfreulich ist, dass nicht nur Gäste die Angebote nutzen, sondern auch viele Einheimische sich ins «Räuchle» einführen lassen oder bei einer Nachtwächterführung mitmachen. Dies fördert das Zusammenkommen und den Austausch von Gästen und Einheimischen und macht Appenzell so ganz speziell.

Eine kleine Gruppe von Appenzellerinnen und Appen-

zellern ist während der Winterzeit auch bemüht, jeden Abend die Laternen beim «Steene ond Lateene»-Weg anzuzünden und wieder einzusammeln. Dieser kleine, aber feine Themenweg zeigt auf eindrückliche Weise, wie wichtig die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Leistungsträgern (Hof Weissbad), Behörden und Organisationen (Bezirk und VAT AI) sowie den Einheimischen (Laternenanzünder) ist. Dass am Ende alles klappt und Gross und Klein sich an der einmaligen Stimmung im Weissbad erfreut, ist eine schöne Geschichte, auf die alle stolz sein dürfen, die schliesslich aber nur dank der Initiative des VAT AI zur Winterförderung zustandekommt.

Das untenstehende Diagramm zeigt, dass im Winter noch viel Potential liegt. Auch wenn es nicht die Absicht ist, gleich hohen Zahlen wie während der Sommermonate zu erreichen, wäre es wünschenswert, wenn die Saisonalität des Tourismus im Kanton Appenzell I.-Rh. etwas kleiner wäre.

ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTEZAHLEN SOMMER UND WINTER



Sagenerzählung auf dem «Steene ond Lateene»-Weg

MITTEILSAM

Die Geschäftsstelle des VAT AI stellt bei der einheimischen Bevölkerung weiterhin einen Widerspruch in der Wahrnehmung der Intensität der Kommunikation fest. Denn oft wird kritisiert, dass man zu viel Werbung für die Region mache und dies immer mehr Leute anziehe.

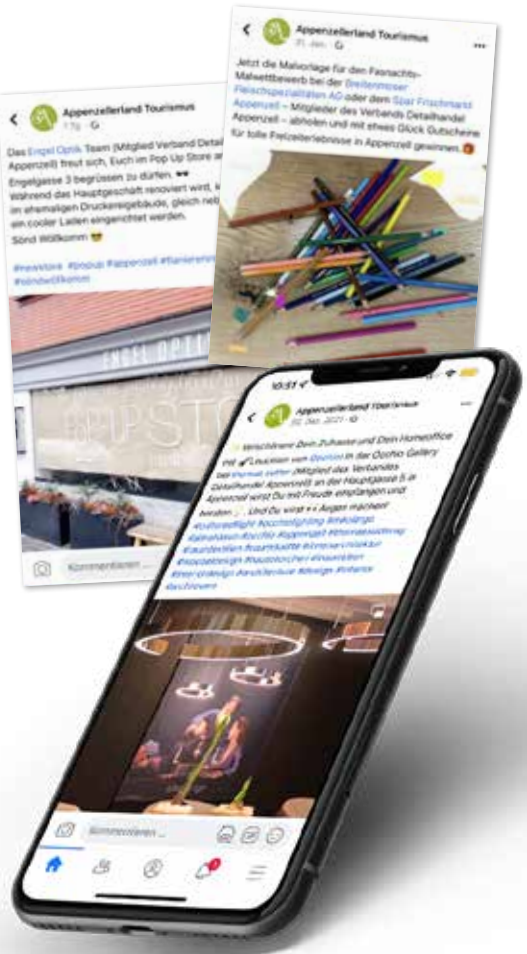
Nach wie vor gilt der Leitspruch: «Wer nicht wirbt, stirbt!» Man könnte aber auch sagen: «Wer nicht informiert, stirbt!», oder sogar: «Wer keine Angebote kreiert, stirbt!» Appenzellerland Tourismus hält auch mit der neuen Strategie am eingeschlagenen Kommunikationsweg fest: Man setzt ganzjährig auf qualitative Information auf möglichst allen Kanälen und bewirbt aktiv vor allem Winterangebote.

So haben sich die Appenzeller Tourismusorganisationen von AR und AI mit den vier Seilbahnen im Alpstein zusammengetan und mit gezielten Massnahmen die frequenzschwache Winterzeit in den Fokus einer gemeinsamen Kommunikation gesetzt. Alle Beteiligten erachten es als sinnvoll, die Nebensaison vermehrt zu stärken.

Mit dem Bergwirteverein Alpstein wurde zudem der in die Jahre gekommene Film «Alpstein von oben» komplett neu aufgenommen und neu produziert. Erstmals wurden die Aufnahmen mit Drohnen gemacht und nicht mehr mit dem Helikopter, was sich aus Sicht des Umweltschutzes, aber auch finanziell gelohnt hat.

Mit dem Verein Detailhandel Appenzell wurde im Herbst zudem eine gemeinsame Social-Media-Kampagne gestartet, die es den Mitgliedern erlaubt, schnell und unkompliziert Neuigkeiten oder Aktionen auf Facebook einer noch breiteren Kundenschaft zu vermitteln.

Die Aufbereitung des Inhalts erfolgt durch die Kommunikationsabteilung von Appenzellerland Tourismus. Erste Erfahrungen zur Weihnachtszeit zeigten schnell, dass dieses Angebot von den Detailhändlern aktiv genutzt wird und Wirkung zeigt.



BENUTZERFREUNDLICH

Nach wie vor besonders erfreulich ist die Nutzung der Website appenzell.ch. Weiterhin werden die Aktualität des Inhalts und die einfache Navigation in den Vordergrund gestellt. Dies alles mit einem authentischen Schuss «Appenzell» sowie attraktiven und unbearbeiteten Bildern, die das Land so darstellen, wie es die Gäste bei ihrem Besuch erfahren werden. Auf verspielte Tools und Anwendungen wird weiterhin verzichtet.

Die aktuellen Zahlen belegen, dass man mit dieser Strategie nach wie vor auf dem richtigen Weg ist. Mit knapp über 900'000 eindeutigen Besucherinnen und Besuchern wurde im Jahr 2021 praktisch die genau gleiche Zahl erreicht wie im Vorjahr. Die Auswertung der besuchten Seiten zeigt zudem, dass je nach Saison unterschiedliche Seiten favori-

siert werden. Sind es im Sommer vorwiegend Themen wie Wandern und der Alpstein, sind es während der Wintermonate vor allem die Webcams, die Sonntagsverkäufe und der Weihnachtsmarkt. Im Rahmen einer qualitativen Verbesserung der Darstellung der Feuerstellen wurden während des vergangenen Jahres sämtliche Feuerstellen im Kanton neu fotografiert. Dieses Angebot hat nicht erst seit der Pandemie laufend eine Nachfragersteigerung erfahren. Es hat nun aber eine zeitgerechte Aufbereitung in sämtlichen digitalen Kanälen stattgefunden. Alle Feuerstellen sind sowohl auf der Website von appenzell.ch als auch auf der App von Appenzellerland Tourismus attraktiv aufgeführt und leicht zu finden. Im gleichen Zug wurde auch die Darstellung sämtlicher Kapellen im Kanton neu aufbereitet und aktualisiert.

BESUCHER WEBSITE

2012	296'822
2013	398'431
2014	480'050
2015	467'218
2016	515'469
2017	633'204
2018	717'161
2019	825'530
2020	912'981
2021	911'636





Feuerstelle «Chalchofe» bei Jakobsbad

GEMEINSCHAFTLICH

Aus rein arbeitstechnischer Sicht litt das Appenzeller Regionalmarketing wohl am meisten unter den Vorgaben zur Pandemie-Bekämpfung. Als Marketingorganisation, die sich schwerpunktmässig auf Messen und Promotions konzentriert, war es während des vergangenen Jahres schwierig, aktiv zu werden.

Dass am Ende der einzig geplante Messeauftritt anlässlich der nationalen Geflügelausstellung in Winterthur nicht der Pandemie zum Opfer fiel, sondern der Vogelgrippe, war für alle besonders tragisch. Die Zeit wurde aber anderweitig genutzt: So wurden gleich sechs Neumitglieder bei den Handwerkern akquiriert. Neu zählen Timbaer Skimanufaktur, Neuhof Gäste- und Schokohaus, Goldschmied Fuster, Dominic Bösch als Handschnitzer, Sybille Bichsel als Kunstgiesserin und Obadia Nicollerat als Geigenbauer zu den Partnern des Appenzeller Regionalmarketings. Diese neuen Mitglieder sind sicherlich alle eine Bereicherung für die Organisation.

Nach fünf Jahren scheint die Zeit reif, dass auch ein neues Magazin des Appenzeller Regionalmarketings produziert wird. Die Planungen sind bereits im Gange und erste Arbeiten laufen. Das Magazin ist nicht nur nach aussen an Messen ein wichtiges Instrument, um auf die Vielfalt des Appenzeller Schaffens aufmerksam zu machen, sondern auch nach innen. So werden beim Vorliegen des neuen Magazins sämtliche Haus-

halte im Kanton Appenzell Innerrhoden mit der neuen Zeitschrift bedient, um nicht ohne Stolz den Einheimischen die Breite und Qualität der einheimischen Produzenten aufzuzeigen.



Handschnitzer

Das im letzten Jahr in Angriff genommene Projekt von Kurzfilmen für jeden Partner wurde aufgrund der vielen neuen Mitglieder noch einmal aufgenommen und fortgeführt. Es ist das erklärte Ziel der Organisation, dass alle Partner über zeitgemässes Filmmaterial ihrer Tätigkeit verfügen, das sie für ihre eigenen Werbezwecke nutzen können, das aber gleichzeitig auch dem Appenzeller Regionalmarketing zur Verfügung steht.



Kunstgiesserin



Geigenbauer



Skimanufaktur



Schokohaus



Goldschmied

VORWÄRTSSCHAUEND

Ein Ausblick auf das Jahr 2022 verspricht zahlreiche spannende Projekte und Angebote, die die Attraktivität der Destination sicherlich weiter stärken. Gleichzeitig sollen diese aber auch einen nachhaltigen Tourismus fördern. Alle geplanten Massnahmen sind nicht nur für eine Saison gedacht, sondern für mehrere Jahre.

So wird es nach Jahren des Unterbruchs während der kommenden drei Jahre wieder einen Alpsteinpass geben, der mittels einer digitalen Anwendung sicherlich viele Alpsteingänger erfreut und dazu motiviert, dass man die eine oder andere Bergtour auch bei nicht so schönem Wetter unternehmen wird.

Gleichzeitig wird in Zusammenarbeit mit der Firma Mammut eine exklusive Kleiderlinie «Alpstein.ch» lanciert. Die hochwertigen Wanderkleider werden separat oder in Zusammenhang mit dem Alpsteinpass zu Spezialkonditionen in den Innerrhoder Sportgeschäften zum Verkauf angeboten.

Im vorgelagerten Hügelgebiet werden im Laufe des

Jahres sämtliche Mountainbikerouten neu signalisiert. Die aktuelle Beschilderung ist in die Jahre gekommen und entspricht nicht mehr den heutigen Normen. So werden die bisherigen Routen neu markiert und wo immer möglich auch für E-Mountainbikes tauglich gemacht. Viele Freizeitbiker schätzen die einfachen Routen im vorgelagerten Alpsteingebiet. Appenzellerland Tourismus ist sich bewusst, dass die bestehenden Routen den Bedürfnissen für anspruchsvolles Biken nicht genügen. Hier bieten andere Regionen deutlich bessere Angebote. Man ist aber bestrebt, in Zusammenarbeit mit allen Anspruchsgruppen, zumindest für die einheimischen Biker ein gewisses Grundangebot zur Verfügung zu stellen.



ERFOLGSRECHNUNG MIT BUDGET

ERTRAG	Rechnung 2020	Budget 2021	Rechnung 2021	Budget 2022
Verkauf Handelsware und Dienstleistungen	261'691.63	315'000.00	324'006.02	465'000.00
Freiwillige Beiträge Bezirke, Feuerschau, Gastro AI	38'035.00	37'000.00	38'895.00	36'000.00
Subvention Kanton	1'000'000.00	1'000'000.00	990'000.00	1'130'000.00
Beitrag Schweizer Wanderwege	49'533.30	50'000.00	50'108.40	50'000.00
Mandate	73'767.50	73'000.00	67'179.95	92'000.00
Kommunikation Tourismus	134'945.17	98'000.00	151'486.62	87'500.00
Produktmanagement	470'588.07	549'000.00	542'993.97	691'500.00
Appenzeller Produkte	141'647.57	153'000.00	124'619.98	153'000.00
Beiträge aus Wanderwegunterhalt	189'131.21	167'000.00	186'990.66	201'000.00
Ertragsminderungen	-55'351.51	-40'000.00	-47'721.86	-45'000.00
Ertrag total	2'303'987.94	2'402'000.00	2'428'558.74	2'861'000.00

AUFWAND	Rechnung 2020	Budget 2021	Rechnung 2021	Budget 2022
Einkauf Handelsware und Dienstleistungen	123'744.16	175'000.00	155'687.34	230'000.00
Personal Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	779'251.69	824'000.00	856'324.56	985'000.00
Verwaltungsaufwand Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	233'036.67	195'000.00	181'856.38	182'000.00
Kommunikation Tourismus	340'238.53	356'000.00	272'078.76	383'500.00
Produktmanagement	516'944.66	599'000.00	653'015.18	792'500.00
Appenzeller Produkte	142'280.44	153'000.00	118'421.30	153'000.00
Wanderwegunterhalt Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	134'386.96	100'000.00	184'712.00	85'000.00
Abschreibungen Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	29'247.91	0.00	0.00	50'000.00
Aufwendungen total	2'299'131.02	2'402'000.00	2'422'095.52	2'861'000.00
Gewinn / Verlust	4'856.92	0.00	6'463.22	0.00
Total	2'303'987.94	2'402'000.00	2'428'558.74	2'861'000.00

BILANZ

PER 31.12.2021

AKTIVEN	2020	2021
Kasse	39'809.00	33'543.70
Kasse Fremdwährungen	1'077.57	1'060.83
Postkonto	444'661.54	517'401.81
Bankguthaben UBS Appenzell	67'324.35	67'234.35
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	40'678.47	40'678.47
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	1'919'988.25	2'324'051.08
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank Wegweiser	32'484.30	32'481.15
Diverse Debitoren	347'591.57	99'895.27
Delkredere	-1'000.00	-1'000.00
Transitorische Aktiven	5'440.95	39'090.95
Aktien Appenzeller Bahnen	1.00	1
Aktien Appenzellerland Tourismusmarketing AG	1.00	1
Material Ruhebanken	1.00	1
Material Wegunterhalt	1.00	1
Büroeinrichtungen	1.00	1
Fahrzeuge	1.00	1
	2'898'062.00	3'154'443.61

PASSIVEN	2020	2021
Diverse Kreditoren	285'422.70	248'534.10
Transitorische Passiven	2'476'234.90	2'753'041.89
Fonds für Anlässe	10'000.00	20'000.00
Legat	40'678.47	40'678.47
Fonds Neuanschaffung Fahrzeug	35'300.00	35'300.00
Eigenkapital	45'569.01	50'425.93
Gewinn/Verlust	4'856.92	6'463.22
	2'898'062.00	3'154'443.61

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

FIRMA, RECHTSFORM UND SITZ

Appenzellerland Tourismus AI,
9050 Appenzell (Verein)

ANGABEN ÜBER DIE IN DER JAHRESRECHNUNG ANGEWANDTEN GRUNDSÄTZE

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

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

ANZAHL MITARBEITENDE

Die Anzahl Vollzeitstellen lag im Jahresdurchschnitt nicht über 10.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch die Geschäftsführung am 23.02.2022 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2021 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

Keine wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven.

Appenzell, 23. Februar 2022

Appenzellerland Tourismus AI


Präsident

Sepp Manser



Geschäftsführer

Guido Buob



BERICHT DER REVISION

An die Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung und Anhang) des Appenzellerland Tourismus AI für das am 31. Dezember 2021 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen. Unsere Prüfung erfolgte nach Grundsätzen, wonach eine

Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche 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 sowie der Anhang Gesetz und Statuten. Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Appenzell, 23. Februar 2022

Die Revisoren

Kevin Clavien



Cyrill Keller



Lorenz Gmünder



VORSTAND

Präsident	Manser Sepp, Berggasthaus Meglisalp, 9057 Weissbad Tel. G +41 71 799 11 28, Tel. P +41 71 799 15 78, sepp.manser@schwende.ch
Mitglieder	Landammann Dähler Roland, Eggerstandenstrasse 35, 9050 Appenzell Tel. P +41 79 222 15 55, roland.daehler@vd.ai.ch
	Bischofberger Andrea, Fehrlen, 9057 Weissbad Tel. G +41 71 798 90 10, Tel. P +41 71 799 11 18, abischofberger@baerli-biber.ch
	Fässler Franz, Hagstrasse 3, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 09 50, franz@metzgerei-faessler.ch
	Inauen Bruno, Blumenrainstrasse 29d, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 30 35, inauenbrunner@bluewin.ch
	Inauen Luzia, Lauftenstrasse 8, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 10 20, lauftehn@bluewin.ch
	Koller-Pfändler Karin, Eggerstandenstrasse 9, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 02 22, info@gaestehaus-koller.ch
	Manser-Barmettler Thomas, Berggasthaus Bollenwees, 9058 Brülisau Tel. G +41 71 799 11 70, info@bollenwees.ch
	Schmid Josef, Trieberrnstrasse 16, 9057 Weissbad Tel. P +41 71 799 12 10, josef.schmid@bsg.ch
	Sutter Stephan, Hotel Appenzell, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 15 15, info@hotel-appenzell.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	Clavien Kevin, Engelgasse 2, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 02 02, kevin.clavien@altrimo.ch
	Gmünder Lorenz, Mosersweid 55, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 228 29 30, lgmueder@gmx.ch
	Keller-Sutter Cyrill, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 10 70, cyrill.keller@contreva.ai





GESCHÄFTSSTELLE / TOURIST INFORMATION

Geschäftsführer **Buob Guido, Hauptgasse 4, 9050 Appenzell**

Tel. +41 71 788 96 41, guido.buob@appenzell.ch

Fässler Janica	Marketing (bis Mai 2021)
Fässler Yvonne	Information
Hautle Patric	Wegmacher
Hehli Maria	Information
Inauen Maria	Projektmanagement/Führungen
Kölbener Simone	Backoffice
Lippuner Kimberly	Lernende
Manser Andrea	Frontoffice
Manser Leandra	Lernende
Neff Alissa	Information
Neff Samira	Information
Oberholzer Yvonne	Information
Rieben Ananda	Information
Schönenberger Ivana	Marketing
Streule Anuba	Lernende (seit August 2021)
Wetter Melina	Lernende (bis Juli 2021), Marketing (seit August 2021)

FÜHRERINNEN UND FÜHRER SOWIE AUSHILFSKRÄFTE

Breu Pascal (bis Dez. 2021)	Inauen Martin	Manser Rosalie (bis Dez. 2021)
Breu Rita	Inauen Priska	Neff Bruno
Broger Helena	Inauen Vreni	Neff Florian (Wegbau)
Brülisauer Marcel	Käslin Fanny	Neff Walter
Brülisauer Sepp	Kölbener Susanne	Rusch Kurt
Dörig Kornel (Wegbau)	Koller Erich	Rusch-Mock Gisela
Dörig Marcel (Wegbau)	Koller Kathrin	Signer Alois (Wegbau)
Fässler Elsbeth	Koller Marcel	Streule Manuela
Fässler Andreas (Wegbau)	Koller Michael	Sutter Thomas (bis Juli 2021)
Fässler Martin	Koller Patricia	
Frick Walter	Künzle Irina	
Hamm Maria (bis Dez. 2021)	Lutz Doris (Museum bis Feb. 2021)	
Inauen Hannes	Manser Dominik (Wegbau)	
Inauen Hans	Manser Evelyn	

Gschäftspricht · s Zögli · frönti · gschäfte · strötte · Gaschtig · Göld
pressiere · heegoo · meh Gwönn · Gescht · mönde · zroggluege · Feeri
dehem · Fueswelo · winke · heezue · z Fuess · chiibe · uusfahre · schüsst
dethe · Rekurs · Söderi · Sääpfeblootere · södere · Lahmaaschli · iicheere
püesse · Joomeri · bstölle · reklamiere · Metzibrogg · de Chefe · absäge
de öffentlich Vechee · is Dooff · Hotöl · vegebes here- ond zroggfahre ·
Hoptgass · Weetschaft · gmüetlich · Schmäuslemaat · z essid · schätze
im Weeg · z trinkid · nebes rechne · vebotte · Trinkgöld · ehole · zue · ser-
viere · luure · off · stooloo · Appezölle Bah · Gaateweetschaft · Zmitaag ·
Publicaa · Göppel · zvespere · joomere · parkiere · Obacht · Läde · lifere
flaniere · Loftsäälbahne · abhole · poschte · Behndli · spaziere · chläu-
sele · iistiige · käfele · uf de Fidereiti · Gaatetisch · ommeluege · Goofe ·
schnöchsle · Öltäre · Rodhuus · uusstiige · Hoptgass · uf d Reis · Engel-
gass · fot goo · Plattenegg · ondewegs · Hirschegass · Heeweh · Stee-
neblatz · Bolizischt · Maatgass · e Puess · Kanzlei · e Säckli · Adleblatz ·
Goomechrömli · Schöfligass · Bahnhof · Gschäfte · fot schlooffe · Postblatz
uusrocke · Landsgmeendsblatz · Feri · Bronne · Uusflögli · Schmäus-
lemaadbronne · heegoo · Landsgmeendsbronne · fot · Gass uuf · Reis-
säckli · Mektigmanne · Gofere · Feerilüt · waate · öserigi · vepasse · fotigi
Gschäftspricht · s Zögli · frönti · gschäfte · strötte · Gaschtig · Göld
pressiere · heegoo · meh Gwönn · Gescht · mönde · zroggluege · Feeri
dehem · Fueswelo · winke · heezue · z Fuess · chiibe · uusfahre · schüsst
dethe · Rekurs · Söderi · Sääpfeblootere · södere · Lahmaaschli · iicheere
püesse · Joomeri · bstölle · reklamiere · Metzibrogg · de Chefe · absäge
de öffentlich Vechee · is Dooff · Hotöl · vegebes here- ond zroggfahre ·
Hoptgass · Weetschaft · gmüetlich · Schmäuslemaat · z essid · schätze
im Weeg · z trinkid · nebes rechne · vebotte · Trinkgöld · ehole · zue · ser-
viere · luure · off · stooloo · Appezölle Bah · Gaateweetschaft · Zmitaag ·
Publicaa · Göppel · zvespere · joomere · parkiere · Obacht · Läde · lifere
flaniere · Loftsäälbahne · abhole · poschte · Behndli · spaziere · chläu-
sele · iistiige · käfele · uf de Fidereiti · Gaatetisch · ommeluege · Goofe ·
schnöchsle · Öltäre · Rodhuus · uusstiige · Hoptgass · uf d Reis · Engel-
gass · fot goo · Plattenegg · ondewegs · Hirschegass · Heeweh · Stee-
neblatz · Bolizischt · Maatgass · e Puess · Kanzlei · e Säckli · Adleblatz ·
Goomechrömli · Schöfligass · Bahnhof · Gschäfte · fot schlooffe · Postblatz

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI 

9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch