

Appenzellerland.

appenzell.ch



# GESCHÄFTS BERICHT 2018

VEREIN APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

# VORWORT

## PRÄSIDENT

### Geschätzte Mitglieder

Am 27. März 2018 hat die Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI, kurz VAT AI, mir das Vertrauen geschenkt und mich zum Präsidenten gewählt. Ich habe mir bei Antritt zwei Ziele gesetzt: Zum einen will ich zum Wohle des Vereins handeln, und zum anderen ist es mein festes Bestreben, für die Geschäftsstelle VAT AI ein Arbeitsfundament zu schaffen, das ihr anstelle von Reagieren ein Agieren ermöglicht.

Das Fundament von Vorstand und Geschäftsstelle für unser Tun und Handeln im touristischen Umfeld ist und soll unser Leitbild sein. Der Leitsatz umreist in knappen Sätzen, was unsere Destination speziell(er?) macht.

*Appenzell ist eine der bedeutendsten Marken im touristischen Angebot der Schweiz. Visuelle (Appenzeller Tracht), akustische (Appenzeller Musik, Rugguseli), kulturelle (Menschen, Dialekt, Landsgemeinde), baukulturelle (Baustil, Streusiedlung, Farbgebung), kulinarische (Käse, Alpenbitter, Biber, Bier, Mineral, Fleischspezialitäten) und religiöse (religiös geprägter Brauchtumskalender) Elemente machen die Marke Appenzell authentisch erlebbar und unverwechselbar. Die Landschaft ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor.*

Sehr geehrte Damen und Herren, in der Geschäftsstelle wird nach diesem Leitsatz und unter Einhaltung der Strategie als Leitplanke Innerrhoder Tourismus «gemacht». Hand aufs Herz: Wer hat in den letzten Monaten Leitbild und Strategie gelesen? Selbstverständlich liefern die täglichen News in den Zeitungen mehr Gesprächsstoff. News können aber auch den Tourismus treffen - ungewollt oder gewollt, positiv wie auch negativ. «Tourismus machen» ist eine

Gratwanderung. Um überhaupt auf diesen Grat zu kommen, mussten erhebliche Anstrengungen unternommen und - ganz wichtig - mit Erfolg abgeschlossen werden. So gesehen ist eine Gratwanderung ein Luxusproblem. Es gibt durchaus Aspekte, die auch wir mit Sorge beobachten. Vor allem jene Faktoren, die sich nicht beeinflussen lassen. «Influencer», «Instagrammer», «Facebooker» und wie sie alle heissen - sie entziehen sich der steuerbaren Ordnung. Soziale Medien haben eigene Gesetze, die kaum beeinflussbar sind. Was heute ein Hype ist, ist morgen bereits vergessen.

Unschwer kann festgestellt werden, dass von Appenzellerland Tourismus AI diametral entgegen kurzfristigen Hypes ausgerichtet ist. Mittel- und langfristige Kontinuität und Qualität sind in der Strategie festgehalten und das Ziel von Vorstand und Geschäftsstelle. Dieses Ziel muss eine Tourismusregion aber zuerst erreichen, bevor es überhaupt zu einer Gratwanderung kommen kann. Es ist das Verdienst aller Innerrhoder Tourismusakteure, dass von jeher in das Produkt - sprich Kontinuität und Qualität vor Ort - investiert wird. Freuen wir uns über das Erreichte. Und vergessen wir nicht: Andere Tourismusregionen sind weit von diesem Grat entfernt.

Nichtsdestoweniger ist und bleibt eine Gratwanderung eine Respekt verdienende Aufgabe, die alle Leistungsträger und vom Tourismus profitierenden Geschäftszweige betrifft. Gehen wir sie gemeinsam an. Sönd wöllkomm ond chönd zonis!



Sepp Manser  
Präsident

Vorwort Präsident	<b>02</b>	
	<b>04</b>	Einladung mit Traktandenliste
Protokoll HV 2018	<b>06</b>	
	<b>10</b>	Rückblick Tourismus
Rückblick Regionalmarketing	<b>28</b>	
	<b>34</b>	Jahresrechnung
Revisorenbericht	<b>39</b>	
	<b>40</b>	Organe
Geschäftsstelle	<b>42</b>	

#### TITELBILD

Detailaufnahme der Frauentracht

#### BILDER IM GESCHÄFTSBERICHT

In Anbetracht des ausserordentlich schönen und heissen Sommers werden als Gegenpol bewusst Winterbilder verwendet

**APPENZELLERLAND TOURISMUS AI** 

9050 Appenzell · Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch

# EINLADUNG

# HAUPTVERSAMMLUNG

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

**Montag, 25. März 2019, 19.00 Uhr,  
Restaurant Alpstein, Appenzell**

# TRAKTANDENLISTE

## 2019

- 
1. Begrüssung
  2. Wahl der Stimmenzähler
  3. Protokoll der Hauptversammlung vom 27. März 2018
  4. Jahresbericht
  5. Abnahme der Jahresrechnung 2018 und des Revisorenberichts 2018
  6. Budget 2019
  7. Wahlen
  8. Wünsche und Anträge
- 



# HV 2018

## REST. GOLF GONTEN

### **PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG VAT AI VOM 27. MÄRZ 2018 RESTAURANT GOLF GONTEN**

#### **TRAKTANDENLISTE**

##### **1. BEGRÜSSUNG**

Präsident Ruedi Ulmann begrüsst herzlich die Mitglieder und Gäste an der diesjährigen Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI.

Im Hinblick auf die Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

##### **2. WAHL DER STIMMENZÄHLER**

Da der Saal sehr voll ist, beschliesst Ruedi Ulmann, die Stimmen selber auszumehren. Alle sind damit einverstanden.

##### **3. PROTOKOLL DER LETZTEN HAUPTVERSAMMLUNG VOM 29. MÄRZ 2017, ROMANTIK-HOTEL SÄNTIS, APPENZELL**

Das Protokoll ist im Geschäftsbericht auf den Seiten 6 bis 10 einzusehen. Es wird ohne Wortmeldung genehmigt und verdankt.

##### **4. JAHRESBERICHT**

Der Geschäftsbericht 2017 wurde allen Mitgliedern per Post zugestellt.

Präsident Ruedi Ulmann beginnt mit dem Jahresbericht des Vorstands.

Zur Diskussion stand der Kauf des Hauses Schäfli am Landsgemeindeplatz, damit die ungünstige Raumsituation der Tourist Information und der Büros verbessert werden kann. Schlussendlich wurde von einem Kauf abgesehen, weil in der jetzigen Situation gute Synergien zwischen der Tourist Information und dem Museum Appenzell bestehen, und weil der Kaufpreis zu hoch war.

Der Vorstand hat sich im Jahr 2017 mit weiteren Themen auseinandergesetzt:

- Signalisation Talwanderwege
- Prüfung weiterer Foto-Spots im Rahmen der Grand Tour of Switzerland
- Kontrolle der Anwendung des Logos
- Projekt Wald und Wild im Weissbachtal
- Verschiebung der Kneippanlage im Gontenbad
- Öffnungszeiten der Tourist Information

Geschäftsführer Guido Buob begrüsst alle Anwesenden und präsentiert den Jahresbericht der Geschäftsstelle.

##### **Angeblicher Massentourismus**

Er beginnt mit einem Ärgernis: In den Medien wird über einen angeblichen Massentourismus im Alpstein berichtet. Ein gefälschtes Bild zeigt eine Menschenmasse vor dem Berggasthaus Aescher, bei der es sich aber um eine Hochzeitsgesellschaft handelt. Guido Buob fordert besonders die Einheimischen auf, Berichterstattungen jeweils kritisch gegenüberzustehen.

Mit einem 20 Jahre alten Foto vom Parkplatz Wasserauen beweist Guido Buob, dass es bereits damals viele Touristen gegeben hat. Er lobt die aktiven Bemühungen zur Verbesserung der Verkehrssituation in Wasserauen.

Eine Grafik zeigt die Besucherfrequenzen des Hohen Kastens in der Hauptsaison. Darauf ist deutlich zu sehen, wie unterschiedlich die Besucherzahlen ausfallen können. Nur zwei von neun Tagen in der Hauptsaison waren klare Spitzentage. Dies ist noch lange kein Massentourismus.

Guido Buob rät bewusst zu einem antizyklischen Verhalten, da der Alpstein auch bei regnerischer Stimmung eine Perle ist.

### **Wandern im Trend**

Aufgrund von Social Media und attraktiver Sportbekleidung hat das Wandern bei den Jugendlichen immer mehr an Beliebtheit gewonnen. Dabei sind die Motive nicht etwa die Suche nach Abenteuer und Action, sondern Aspekte wie die Sehnsucht nach Natur oder die reine Lust an Bewegung.

Eine durchschnittliche Wanderung dauert rund drei Stunden. Dazu ist der Alpstein mit seinen vielen Berggasthäusern und dem dichten Wanderwegnetz bestens geeignet. Auch Fernwanderungen werden immer mehr zum Trend. Guido Buob ist erfreut über den damaligen Entscheid, den Pilgerwanderweg über das Appenzellerland führen zu lassen.

Es gibt überraschend wenig Wanderer, die mit Hund unterwegs sind. Umso erstaunlicher ist es, wie stark das Thema Hund auf Wanderwegen, in Gastwirtschaften, in Luftseilbahnen usw. gewichtet wird. Möglicherweise wird die Angelegenheit etwas überschätzt.

Guido Buob erklärt, dass die Geschäftsstelle zu 100% hinter dem Wandertourismus steht. Projekte wie «Neusignalisation» oder die Planung von «Rondomwegen» fördern zusätzlich die Positionierung als Wanderdestination. Durch den Wegmacher kann direkt Einfluss auf die Qualität der Wanderwege genommen werden. Ausserdem fordern der Verein Appenzellerland Tourismus AI sowie die Wanderwegdelegierte der Bezirke den Ausbau von Talwanderwegen. Die meisten Kantone verfügen über eine eigene Fachorganisation für Wanderwege. In Appenzell Innerrhoden übernimmt der Verein Appenzellerland Tourismus AI zusammen mit den Bezirken auch diese Aufgaben, was bestens funktioniert.

### **Zahlen und Fakten**

Im Vergleich mit anderen Ostschweizer Destinationen weist die Website appenzell.ch die höchsten Besucherzahlen auf. Aufgrund der hohen Anzahl Webbesucher rät der Geschäftsführer allen Leistungsträgern, ihre Einträge zu kontrollieren. Des Weiteren werden auf der Homepage auch Gutscheine, Geschenksets sowie Hotelbuchungen verkauft. Guido Buob versichert, dass die Zahlen von Instagram und Facebook täglich steigen. Die Logiernächte im Vergleich zu 2016 stagnieren. Das Hof Weissbad trägt einen bedeutenden Teil zu den Logiernächten bei, dies zeigt der Rückgang von 60% der Übernachtungen im Januar im Vergleich zum Vorjahr. Guido Buob ist sich sicher, dass bis Ende Jahr noch einiges aufgeholt werden kann. Zudem lobt er die vielen durchgeführten und geplanten Renovationen der Leistungsträger.

Die Anzahl Schlafplätze hat stark abgenommen: Im Jahr 2000 waren es noch 1200 Betten und rund 1600 Lagerplätze. 2017 wurden hingegen noch 1850 Schlafplätze und weniger als 800 Lagerplätze gezählt. Da die Logiernächte in den

letzten Jahren trotzdem gleich blieben, kann von einer höheren Auslastung der vorhandenen Betten ausgegangen werden. Der Geschäftsführer ist erfreut über die geplante Weissbad Lodge, die wieder mehr Schlafplätze in den Kanton bringt.

Im Jahr 2017 hatte der Verein so viele Messeauftritte wie noch nie. Insgesamt waren es 13 Messen mit total 37 Tagen. Persönliche Besuche mit Tracht und Musik bringen neue Gäste und festigen den Kontakt mit Stammgästen. Des Weiteren binden die Auftritte Produzenten und Leistungsträger als Team. Der Erfolg der Messen ist jeweils schwer darzulegen, jedoch ist bewiesen, dass die meisten Coop-Filialen während Promotionen deutlich mehr Umsatz machen als am gleichen Tag im Vorjahr.

In einer Studie von «Kohl und Partner» wurden Experten zur Appenzeller Ferienkarte befragt. Guido Buob ist erfreut, dass die Zufriedenheit sowie die Beurteilung der Angebote sehr positiv ausfielen. Der Geschäftsführer bedankt sich bei den Sponsoren für deren grosszügige Unterstützung.

Die Appenzeller Gutscheine erfreuen sich weiterhin grosser Beliebtheit. 2017 wurde wiederum ein neuer Rekord bei verkauften Gutscheinen aufgestellt (Gesamtwert von CHF 874'955). Der Rücklauf ist sehr hoch, deshalb wurde noch nie ein Franken abgeschrieben. Die neue Gutscheinsoftware bewährt sich und erleichtert die Arbeit stark. Der Geschäftsführer fordert alle HV-Teilnehmer auf, die Gutscheine ohne MWST in Rechnung zu stellen, da es sich um einen reinen Tausch handelt.

Betreffend das Gruppengeschäft dankt Guido Buob allen Führerinnen und Führern für ihre hervorragende Arbeit. Elsbeth Fässler wird besonders geehrt, da sie seit 30 Jahren im Dienst von Appenzellerland Tourismus AI steht. Der Geschäftsführer ist erfreut über die Tatsache,

dass die meisten Gästerückmeldungen positiv ausfallen. Aufgrund dessen kann das Gruppengeschäft weiterhin enorm von der «Mund zu Mund-Werbung» profitieren.

### **Ausblick 2018**

Die vom Volkswirtschaftsdepartement in Auftrag gegebene Studie zur Wertschöpfung des Tourismus wird vom Verein Appenzellerland Tourismus AI unterstützt. Während des ganzen Jahres 2018 werden Gäste zu den Tätigkeiten und Ausgaben befragt.

Folgende Anlässe werden 2018 stattfinden:

- Käsefest Appenzell
- Mitarbeiterschulung
- Digitalisierung des Dorfs Appenzell
- Sommertour, TVO
- Messe in Schwyz (GEWA)

Guido Buob bedankt sich nochmals bei allen Leistungsträgern, Mitarbeitern und dem Vorstand für die Zusammenarbeit und fordert dabei alle auf, weiterhin ihr Bestes zu geben, um «perfekte Gastgeber» zu sein.

Präsident Ruedi Ulmann dankt Guido Buob für die Berichterstattung über das Geschäftsjahr 2017. Das Wort zum Jahresbericht wird nicht gewünscht.

## **5. ABNAHME DER JAHRESRECHNUNG UND DES BERICHTS DER REVISOREN**

Die Jahresrechnung ist im Geschäftsbericht auf den Seiten 34 bis 37 aufgeführt. Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 2'398'319.44 und Ausgaben von CHF 2'381'381.18 mit einem Gewinn von CHF 16'938.26 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von CHF 20'347.30 und ein Testat über CHF 42'678.92.

Das Wort zur Rechnung ist frei, wird aber nicht verlangt. Der Revisorenbericht ist auf der Seite 39 aufgeführt. Die Versammlung verlangt keine

Berichterstattung der Revisoren und genehmigt einstimmig die Jahresrechnung und den Revisorenbericht.

## 6. BUDGET

Das Budget für das Jahr 2018 sieht eine ausgeglichene Rechnung vor. Das Budget wird ohne Abstimmung zur Kenntnis genommen.

## 7. WAHLEN

Ruedi Ulmann stellt sich nicht mehr für eine weitere Amtsdauer als Präsident zur Verfügung. Er dankt dem Vorstand und den Leistungsträgern für die Zusammenarbeit.

Vizepräsidentin Andrea Bischofberger übernimmt das Wort, um die Wahl des neuen Präsidenten vorzunehmen. Für Ruedi Ulmann wird Sepp Manser einstimmig aus dem Vorstand als neuer Präsident des VAT AI gewählt.

Ruedi Ulmann wird von Vizepräsidentin Andrea Bischofberger geehrt für seinen Einsatz als Präsident des Vereins Appenzellerland Tourismus AI.

Der neue Präsident, Sepp Manser, bedankt sich bei den Mitgliedern für das entgegengebrachte Vertrauen und bestätigt die Annahme der Wahl.

Ruedi Ulmann übernimmt wieder das Wort und führt mit Einverständnis der Versammlung die Hauptversammlung weiter fort.

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

- Landammann Dr. Fässler Daniel
- Bischofberger Andrea
- Hörler Lydia
- Inauen Luzia
- Manser Thomas
- Mock Lydia
- Wittwer Roberto
- Goldener Milo
- Schmid Josef
- Sutter Stephan

Die Revisoren Evelynne 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.

## 8. WÜNSCHE UND ANTRÄGE

Guido Buob ergreift das Wort und dankt Ruedi Ulmann im Namen aller Mitarbeiter.

Ruedi Ulmann dankt dem OK des eidgenössischen Jubiläumsschwingfests. Der Film des Jubiläumsschwingfests wird auf nächstes Jahr verschoben, da Sepp Breitenmoser verhindert ist.

Ruedi Ulmann bedankt sich bei allen, die gekommen sind. Das Wort ist frei, wird aber nicht gewünscht. Die Versammlung wird hiermit geschlossen.

Appenzell, 27. März 2018

Der Präsident, Sepp Manser / Die Protokollführerin, Iris Abler

# WARUM GAB ES WENIGER REKLAMATIONEN?

## Das Tourismusjahr 2018 wird zweifellos als eines der erfolgreichsten in die Geschichte des Kantons eingehen.

Dank dem anhaltend schönen Wetter verzeichneten sämtliche Leistungsträger hohe Auslastungszahlen und Frequenzen. Viel zu diesem grossen Erfolg hat die «Planbarkeit» des Ausflugs oder des Kurzaufenthalts beigetragen. Das schöne Wetter war so stabil, dass die Gäste früh buchten und die Hotellerie keine schlechtwetterbedingten kurzfristigen Absagen entgegennehmen musste. So konnte der Personaleinsatz besser geplant, die Lebensmittel früh vorbereitet und entsprechende Spitzenzeiten kalkuliert werden. Dies wiederum wirkte sich positiv auf die Stimmung der Gäste aus. In der Geschäftsstelle von Appenzel-land Tourismus AI trafen trotz deutlich mehr Gäs-

ten weniger Reklamationen als in den Vorjahren ein. Im Gegenteil: Der freundliche Service wurde immer wieder gelobt und speziell hervorgehoben. Dieser sehr positive Umstand wirkte sich dann auch entsprechend erfreulich auf die Logiernächte aus: Im Jahr 2018 logierten von Januar bis Dezember 159'514 (Vorjahr: 153'025) Gäste in den Hotels und Berggasthäusern des Kantons. Das sind 4,2% (absolut 6489 Logiernächte) mehr als im Vorjahr. Die Zahlen sind umso erfreulicher, wenn man in Betracht zieht, dass der grösste Beherbergungsbetrieb, das Hotel Hof Weissbad, während zweier Monate wegen Umbaus geschlossen hatte. Die Steigerung der Logiernächte wäre somit noch deutlich höher ausgefallen. Es spricht aber auch für die Hotellerie, dass man kurzfristig Ausfälle in Kauf nimmt, um die Zimmer wieder auf einen zeitgemässen Standard zu bringen.

Entwicklung der Logiernächtezahlen in Appenzell Innerrhoden und der Schweiz



# STATISTIK

## LOGIERNÄCHTE

### APPENZEL I.-RH.

### SCHWEIZ

Jahr	Schweiz	Ausland	Total	Schweiz	Ausland	Total
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>
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>
2016	132'760	23'429	<b>156'189</b>	16'244'561	19'288'015	<b>35'532'576</b>
2017	131'260	21'765	<b>153'025</b>	16'919'875	20'472'865	<b>37'392'740</b>
<b>2018</b>	136'344	23'170	<b>159'514</b>	17'413'041	21'393'736	<b>38'806'777</b>

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

# BIST DU WIEDER DABEI?

Das Jahr 2018 war für die Appenzeller Ferienkarte ein wichtiges, standen doch nach drei Jahren wieder Verhandlungen mit den Leistungserbringern (Luftseilbahnen, öffentlicher Verkehr, Museen, Velohändler usw.) an, um die Pauschalvereinbarungen festzulegen. Diese Verhandlungen konnten per Ende Jahr erfolgreich abgeschlossen werden. Ebenso galt es, die Sponsoringbeiträge für die kommenden drei Jahre wieder zu erneuern. Auch diese Verhandlungen verliefen reibungslos und mit viel Unterstützungsbereitschaft für den Tourismus. Mit dem positiven Abschluss dieser Verhandlungen erhalten die Hotellerie und Parahotellerie die Gewissheit, dass sie auch in den kommenden drei Jahren ein attrakti-

ves Instrument zur Vermarktung ihrer Betten in den Händen halten. Im Berichtsjahr 2018 wurden bei den Beherbergern insgesamt 7613 Ferienkarten abgegeben. Würde man hypothetisch hochrechnen und behaupten, dass alle Gäste nur wegen der Appenzeller Ferienkarte gekommen wären, käme man zum Schluss, dass die Appenzeller Ferienkarte den Beherbergern im Kanton über CHF 2,5 Mio. an Umsatz bringt. Da der Tourismus in einer Destination aber nie auf ein einzelnes Angebot abstützt, sondern die Summe aller Dienstleistungen für den Erfolg ausschlaggebend ist, ist diese Zahl mit Vorsicht zu relativieren.



# EINEN GROSSEN DANK AN DIE SPONSOREN



Appenzeller  
Kantonalbank



bischof  
berger



Appenzeller  
Alpenbitter AG



mineralquelle.ch



appenzeller-genuss.ch

Appenzeller  
Druckerei



Das Beste aus dem Apfel

DIE  
BESTE  
GÄSTEKARTE  
DER  
SCHWEIZ





# WARUM GIBT ES KEINEN HOTELFÜHRER MEHR?

Als Tourismusdestination mit einer sehr vielschichtigen Zielgruppe sehen wir uns verpflichtet, möglichst verschiedene und breite Kommunikationskanäle zu nutzen. Die wichtigste Einschränkung für uns ist sicherlich jene der Kosten. So verzichten wir komplett auf Fernseh-, Radio- oder Plakatwerbung. Auch Inseerate oder Publiereportagen stehen zurzeit nicht zur Diskussion. Ebenso wählen wir nur Kanäle, die zu unserem Image und zu unserer Botschaft passen.

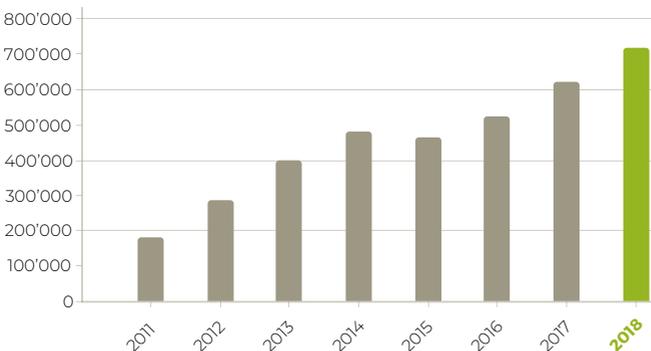
Dank der Einmaligkeit der Marke Appenzell und des Alpsteins sind wir in der glücklichen Lage, dass die Medien bei uns anknöpfen, um über uns zu berichten. Die Bedeutung der sozialen Medien wurde an dieser Stelle schon mehrmals erwähnt. Nachfolgende Abbildung auf der Doppelseite 16/17 zeigt, dass betreffend Hashtag «Verliebt in die Schweiz» unsere Destination zu den Top Ten gehört.

Nach wie vor viel Geld investieren wir, damit wir im Bereich der Digitalisierung mit unseren Mitbewerbern mithalten können. Die Gäste fragen sich beim

Betrachten einer Website, bei der Anwendung von Online-Buchungskanälen oder bei der Möglichkeit, digital Reservationen vorzunehmen, nicht, wie das Budget einer Destination aussieht. Hier werden wir an den Millionenbudgets der anderen Destinationen gemessen. Dass wir uns diesem Wettbewerb nach wie vor mit Stolz stellen dürfen, zeigen die hohen Besucherzahlen unserer Website sowie die positiven Rückmeldungen der Gäste betreffend Bedienerfreundlichkeit und Aktualität.

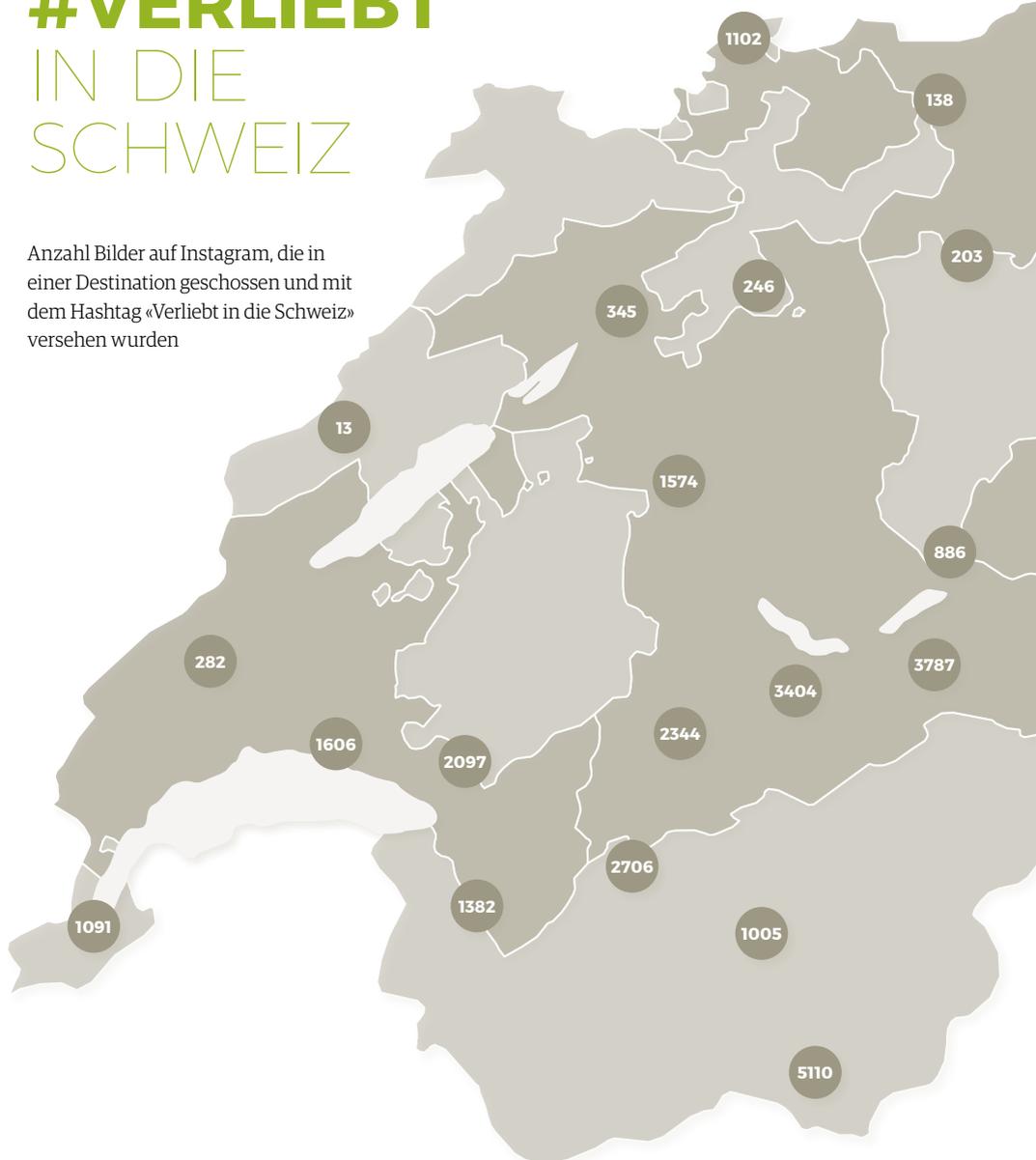
Mit dem Jahr 2018 wird aber auch eine Ära zu Ende gehen. Denn in diesem Jahr wurde letztmals ein klassischer Hotelführer gedruckt. Wir wissen nicht, wann der erste Hotelführer über Appenzell hergestellt wurde, aber die Zeiten ändern sich definitiv, und so haben wir uns mit grosser Wehmut entschieden, im Jahr 2019 kein Unterkunftsverzeichnis mehr zu drucken. Noch vor 10 Jahren lag die Auflage einer solchen Broschüre bei über 40'000 Stück, im Berichtsjahr wurden gerade noch 2500 Exemplare abgegeben, und dies vorwiegend an Messen.

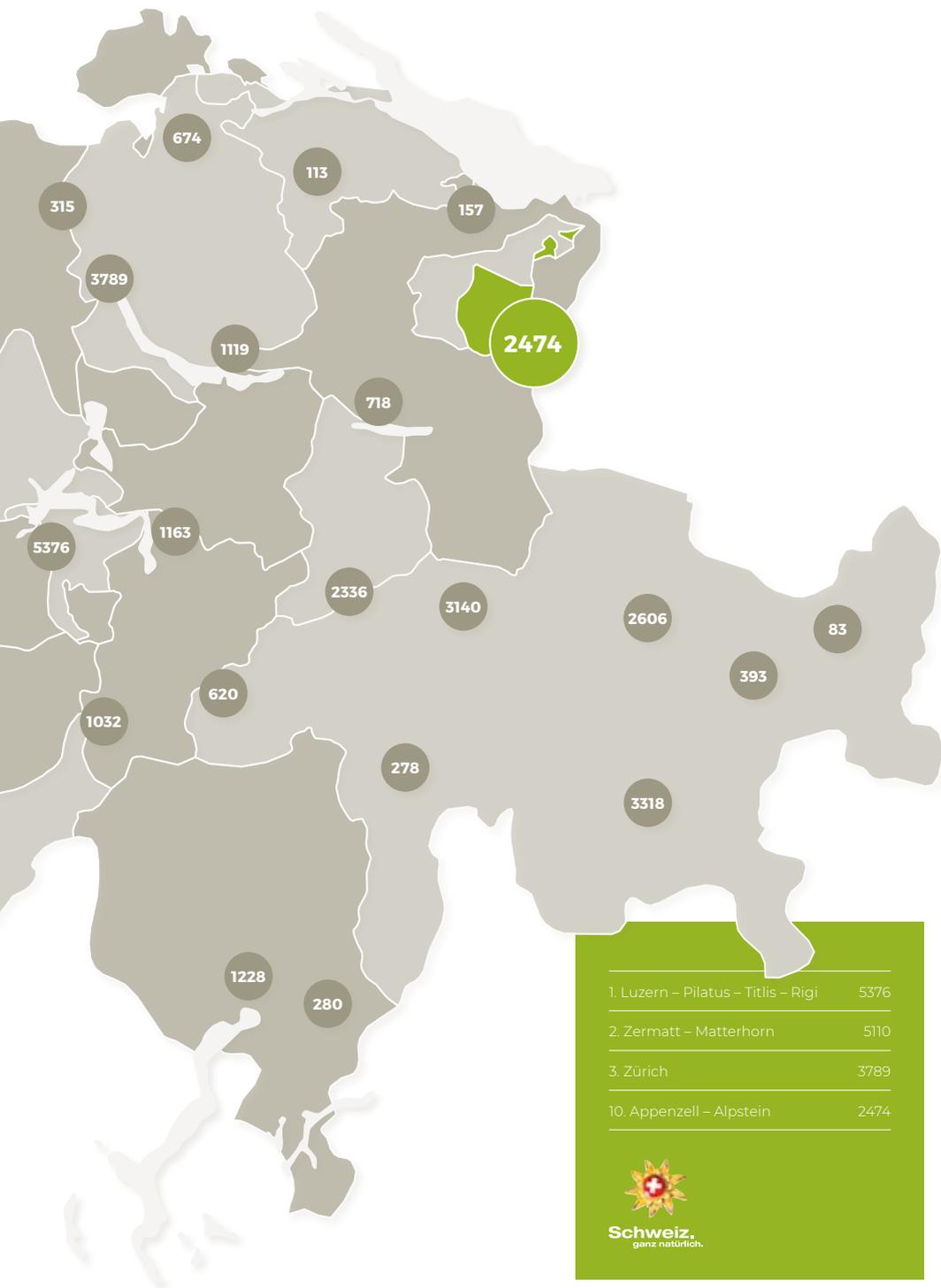
Eindeutige Besucher der Website appenzell.ch



# #VERLIEBT IN DIE SCHWEIZ

Anzahl Bilder auf Instagram, die in einer Destination geschossen und mit dem Hashtag «Verliebt in die Schweiz» versehen wurden





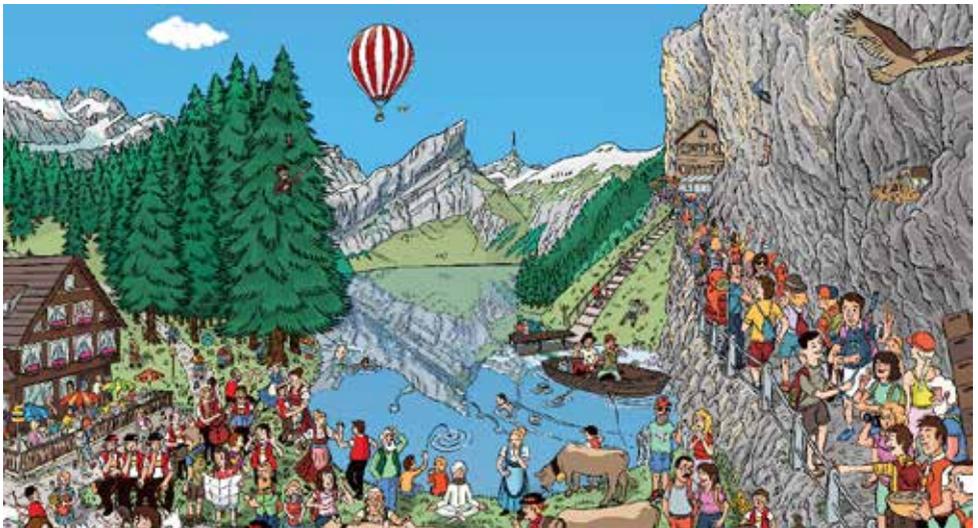


Schneeschuhlaufen Scheidegg

# WO DRÜCKT DER SCHUH?

Im Jahr 2018 hat das Volkswirtschaftsdepartement des Kantons Appenzell Innerrhoden eine Wertschöpfungsstudie des Tourismus in Auftrag gegeben. In diesem Zusammenhang wurde gleichzeitig auch, als Auftrag von Appenzellerland Tourismus AI, eine Gästebefragung durchgeführt. Diese Befragung hatte zum Ziel, herauszufinden, wo die Gäste der Schuh drückt und was man noch besser machen könnte.

Befragt wurden von Januar bis November insgesamt 2148 Gäste. Die Befragungen wurden an den Talstationen der Luftseilbahnen und im Dorf Appenzell durchgeführt. Nebst der Befragung vor Ort wurden die Gäste angefragt, ob sie zusätzlich eine schriftliche Befragung zu Hause ausfüllen würden. 806 Gäste haben sich die Mühe gemacht und einzelne Fragen noch ausführlicher beantwortet.



# DIE AUSWERTUNG VON 2148 GÄSTEN HAT GEZEIGT, DASS ...

## **40%**

der Gäste «Wandern» als Hauptgrund ihrer Reise angeben. «Spezialitäten», «Appenzell besichtigen» und «Shopping» sind weitere viel genannte Motive.

## **35%**

der Gäste über persönliche Empfehlungen von Freunden (Mund zu Mund) auf Appenzell aufmerksam gemacht wurden. Rund 30% der Gäste kamen aus der näheren Umgebung und machten einen Ausflug nach Appenzell. 10% der Gäste sind im Internet auf Appenzell gestossen.

## **34%**

der Gäste das erste Mal in der Destination waren, aber auch 27% schon mehr als 5-mal zu Besuch waren.

## **46%**

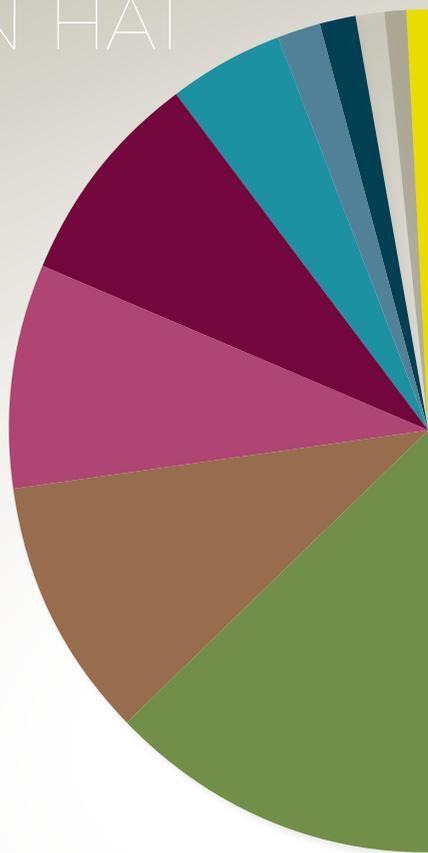
aller Gäste das Dorf Appenzell besucht haben. Die umliegenden Orte haben 2-7% der Gäste besucht.

## **70%**

der Gäste in einem Restaurant gegessen haben.

## **9%**

der befragten Gäste auf einer Rundtour mit dem Auto unterwegs waren und in Appenzell einen Halt eingelegt haben.





**79%**

aller Übernachtungsgäste und sogar 90% aller Tagesgäste sehr zufrieden mit der Website appenzell.ch sind.

**100%**

der Übernachtungsgäste sehr zufrieden mit den Auskünften der Tourist Information sind.

**92%**

der Gäste die Appenzeller Ferienkarte als gut bis sehr gut beurteilen.

**36%**

der Gäste die Unterkunft telefonisch direkt beim Beherberger buchen.

**28%**

der Gäste die Unterkunft über einen Online-Kanal buchen, wobei der meistbenützte Online-Kanal mit 16% das Reservationssystem auf der Website des Beherbergers ist und nicht etwa booking.com oder eine andere Plattform.

**84%**

der befragten Gäste es an nichts gefehlt hat!

## WAS HAT IHNEN BEI IHREM AUFENTHALT IN APPENZELL/ALPSTEIN AM BESTEN GEFALLEN?

 Landschaft	44%	 Sportliche Aktivitäten	2%
 Freundlichkeit	19%	 ÖV	1%
 Gastronomie	10%	 Kostenlose Parkplätze	1%
 Dorf/Einkaufen	8%	 Sprache/Dialekt	1%
 Wanderwege	8%	 Veranstaltungen	1%
 Brauchtum/Tradition	5%		

# WO PROFITIERE ICH ALS EINHEIMISCHER VOM TOURISMUS?

In letzter Zeit hört man gelegentlich Stimmen von Einheimischen, die sich negativ gegenüber dem Tourismus äussern. Insbesondere nach schönen Wochenenden ist die Rede von «Over-tourismus», «Stau» und «Wartezeiten». Vorstand und Geschäftsstelle hören diese Stimmen ebenfalls und nehmen sie ernst. Seit einigen Jahren versucht die Geschäftsstelle im Bereich Kommunikation auf Nebensaisonangebote hinzuweisen und diese entsprechend zu verkaufen.



Gleichzeitig versucht man auch zu zeigen, wie wichtig der Tourismus für Appenzell ist. Die grosse Anzahl an eigenständigen Detailhandelsgeschäften wäre wohl kaum mehr in dieser Vielfalt vorhanden. Das Angebot des öffentlichen Verkehrs würde beschränkt. Das breite Freizeitangebot wäre bestimmt eintöniger. Solche Aspekte gehen in der Diskussion zu diesem Thema oft verloren. Ganz zu schweigen von wirtschaftlichen Aspekten wie Arbeitsplätzen (Voll- und Teilzeit/direkt und indirekt) sowie Wert-schöpfung und Auslastung des eigenen Betriebs.

Die Geschäftsstelle des VAT AI bemüht sich aber auch darum, dass die Einheimischen vom Tourismus direkt profitieren. Die zahlreichen Vorverkäufe, die unkompliziert und ohne grosse Kommissionsgebühren durchgeführt werden, sind nur ein kleiner Teil. Aber ohne diese Dienstleistung müsste wohl mancher Kulturveranstalter die Ticketpreise erhöhen. Die Dienstleistung der Gutscheine würde ebenfalls verteuert, wenn man eine Verkaufsprovision oder eine Gebühr für Porto oder Verpackung verlangen würde. Aber auch die über 400 Ruhebänke, das Sammeln, Pflegen, Aktualisieren und Bewerben sämtlicher Veranstaltungen im Kanton, die allgemeinen mündlichen und telefonischen Auskünfte auch an Einheimische, den

«Steene- und Lateeneweg», das Jodel Solo», die Kneippstationen und, und, und ... Von allen Leistungen profitiert auch der Einheimische sehr direkt. Es darf so weit spekuliert und gefragt werden, welche öffentlichen Institutionen - von der Bank über die Zeitung bis zum Dorfbeck - wir noch hätten, wenn der Tourismus nicht eine sichere Grundauslastung garantieren würde. Oder wie vielfältig das Wanderwegnetz denn effektiv wäre, wenn nicht die Bezirke und der Tourismus für den Unterhalt schauen würden.

Es ist durchaus richtig, wenn wir sorgsam mit unserem Land und unseren Ressourcen umgehen. Nicht akzeptiert werden kann aber unbedachte oder egoistische Kritik, welche einzig darauf abzielt, den eigenen Vorteil zu nutzen und nicht «das grosse Ganze in der Gemeinschaft» zu sehen. Am Ende leben wir alle im gleichen Land, und mit unserer peripheren Lage sind wir wirtschaftlich zwingend auf die Einnahmen aus dieser Branche angewiesen. Mit einem guten Miteinander wird es uns gelingen, diese schwierige Gratwanderung, wie sie der Präsident auch in seinem Vorwort erwähnt, zu meistern und für kommende Generationen in Appenzell so zu erhalten, wie wir es von unseren Grosseitern geerbt haben.



# ERREICHEN WIR DIE MILLION?

Je länger das Jahr dauerte, je häufiger stellten wir uns die Frage: Werden wir erstmals in der Geschichte von Appenzellerland Tourismus AI für mehr als eine Million Franken Gutscheine verkaufen? Die Frage kann mit «Nein» beantwortet werden und ist aus Sicht der Geschäftsstelle eigentlich auch absolut irrelevant. Im Jahr 2018 gingen Gutscheine im Gesamtwert von CHF 940'855 (Vorjahr: CHF 874'000) über den Ladentisch der Tourist Information. Da ein Gutschein nur einmal verwendet wird und somit jeder Gutschein von neuem gedruckt, herausgegeben, eingelöst, kontrolliert und verbucht werden muss, ist der Aufwand für diese Dienstleistung vonseiten Appenzellerland Tourismus enorm hoch. Die Garantie, dass das Geld im Land und bei den Gewerbebetrieben bleibt, rechtfertigt diesen Aufwand jedoch jederzeit. Hochgerechnet sind es rund 30'000 Gutscheine Werten von 20, 25, 30 oder 50 Franken, die im Jahr 2018 verkauft wurden. Übrigens interessant ist auch, dass von dieser Dienstleistung vor allem die Einheimischen Gebrauch machen: Rund 80% der Gutscheine werden an Einheimische verkauft. Offensichtlich schätzen sie das flexible Angebot von Appenzellerland Tourismus AI.

## VERKAUFTE GUTSCHEINE IN CHF

2002	11'656.00
2003	26'662.00
2004	108'872.50
2005	162'802.00
2006	219'083.50
2007	293'751.80
2008	370'447.00
2009	421'847.00
2010	442'527.00
2011	521'460.00
2012	599'469.00
2013	691'839.00
2014	729'435.00
2015	884'094.00
2016	828'939.00
2017	874'955.00
<b>2018</b>	<b>942'125.00</b>

# TORGRIFFE FÜR DIE BAUERN?

Flurnamen an Wegweisern? Trottiplausch von Wasserauen nach Appenzell? Neulancierung des Kapellenwegs? Oder «Rondomwege» in jedem Dorf? Solche Ideen und Projekte versucht die Produktmanagerin unter dem Titel «Appenzell 2020» umzusetzen. Seit bereits zwei Jahren werden Ideen gesammelt, diskutiert, angegangen und gelegentlich auch wieder verworfen. Seit einem Jahr ist eine Mitarbeiterin nun mit einem 60%-Pensum operativ tätig, und es zeigen sich auch schon erste Resultate. So wurde im Jahr 2018, zusammen mit dem Roothuus in Gonten und dank einer grosszügigen Spende, das Projekt «Jodel Solo» lanciert. Weitere Projekte stehen unmittelbar vor dem Abschluss: So werden die Hotelbeschilderungen auf den Einfallsachsen neu signalisiert, die Wanderwegzeiten im Internet aufgeschaltet oder sämtliche Ortschaften mit einem «Rundweg» versehen.

Bei vielen Projekten zeigt sich, dass die Mühlen oft langsamer drehen, als die Projektverantwortlichen wollen. Immer wieder muss ein Entscheid, eine Offerte oder eine Kostengutsprache abgewartet werden, bis ein Projekt fortgesetzt werden kann. Und zudem ist es für eine Geschäftsstelle mit einer schmalen Personaldecke so, dass wenn Not am Mann beziehungsweise an der Frau herrscht, die Bedürfnisse des Gastes oder der Leistungsträger Vorrang haben. Trotzdem verdeutlicht die Zusammenstellung der Projekte nach einem ersten Jahr, dass viele tolle Ideen umgesetzt werden können und sicherlich nicht nur den einen oder anderen Gast erfreuen, sondern auch die Einheimischen davon profitieren werden.

Um die Titelfrage auch noch zu beantworten: Ja! Im kommenden Frühling werden 1000 Zaungriffe gratis an die Bauern verteilt. Dies mit der Absicht, die Qualität der Wanderwege bei Zäunen zu verbessern, aber auch als «Dank an die Bäuerinnen und Bauern» – dafür, dass sie das Land pflegen und gelegentlich auch den Ärger mit dem einen oder anderen Wanderer hinunterschlucken.



# WARUM STEUERN WIR DIE NACHFRAGE NICHT ÜBER DEN PREIS?

Die Anzahl Gruppen, die über unsere Geschäftsstelle betreut werden, hat sich auf einem hohen Niveau eingependelt. Da an einigen Wochenenden die Kapazitätsgrenzen erreicht werden, ist es vonseiten Appenzellerland Tourismus AI wichtig, neue Angebote für die Nebensaison zu kreieren. Von einer Steuerung der Nachfrage über den Preis möchte man aber nach wie vor absehen. Die Entwicklung in den Skiorten mit verschiedenen Preisen für die Ta-

geskartten zeigt, dass solche Massnahmen nicht überall gut ankommen. Es gilt hier aber die Situation im Auge zu behalten.

Im Berichtsjahr hat die Tourist Information 1438 (Vorjahr: 1446) Gruppenangebote verkauft und durchgeführt. Das meistgebuchte Gruppenangebot ist mit 592 Durchführungen nach wie vor die klassische Dorfführung.

<b>FÜHRUNGEN</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Dorfführungen	623	633	463	458	614	678	635	559	592
Dorfführungen mit Käse	55	59	57	42	63	38	61	51	49
Dorfführungen mit Apéro	13	8	4	13	7	2	7	55	71
Dorfführungen mit Handwerker									
Schmackhafte Dorfführungen	121	93	71	86	87	109	93	72	58
Kulinarische Dorfführungen	47	50	34	49	59	55	68	77	52
Museums-Führungen	68	34	41	55	48	29	24	29	47
Wildkirchli-Führungen	41	28	48	53	47	63	64	65	60
Tages- und ½-Tages-Begleitungen	6	20	20	1	3	1	0	0	0
Singen/Jodeln	209	224	272	260	330	334	384	396	365
Nachtwächter-Führungen		14	36	58	82	85	73	74	76
Führungen «Toobenschopf»	27	29	20	18	14	6	7	3	8
Laternenwanderung				2	2	3	1	1	1
Sagen erzählen				5	28	20	25	25	15
Dialektvortrag			2	8	5	14	14		
Rondom-Führung Hoher Kasten							30	25	24
Individuelle Führungen	19	19	12	12	15	17	16	14	20
<b>Total</b>	<b>1229</b>	<b>1211</b>	<b>1080</b>	<b>1120</b>	<b>1404</b>	<b>1454</b>	<b>1502</b>	<b>1446</b>	<b>1438</b>

# APPENZELER REGIONALMARKETING

**Die in unseren Verein integrierte Organisation «Appenzeller Regionalmarketing» ist aus den Kinderschuhen gewachsen und hat sich bei Handwerkern, Gewerbebetrieben und den grossen Produzenten im Kanton etabliert. Die relativ bescheidenen Marketingmittel werden zielgerichtet dort eingesetzt, wo nur ein gemeinsames Auftreten Sinn ergibt. Erfolgsrezept für die gesamte Organisation ist, dass sich sämtliche Mitglieder zur Dachmarke «Appenzell» bekennen. Die Stärke der Organisation liegt nicht etwa in ihrer Grösse oder ihrer finanziellen Marketingmacht, sondern einzig in der Breite und Vielfalt der Mitglieder mit dem klaren gemeinsamen Fokus, die Marke «Appenzell» zu stärken.**

Um dieses Ziel zu erfüllen, wurden Kommunikationsmassnahmen gemeinsam ausgewählt, von denen möglichst alle profitieren und die geforderten Zielsetzungen erfüllen. Gemeinsame Messe- und Promotionsauftritte gehören hierfür nach wie vor zu den effizientesten Massnahmen. Mit der Teilnahme an der Aargauer Messe in Aarau (AMA) und dem Auftritt als Gastregion an der Gewerbemesse Schwyz (GEWA) konnten zwei sehr erfolgreiche Messeauftritte umgesetzt werden. An der AMA war das Appenzeller Regionalmarketing mit insgesamt

acht Partnern vor Ort, an der GEWA in Schwyz war das Regionalmarketing ohne Partner anwesend, hat aber sämtliche Produkte in Konsignation mitgenommen. Zusammen mit Coop Ostschweiz trat man in insgesamt vier Megastores an Promotionen auf, darunter auch im Coop Tenero im Tessin im Herbst, um auch in dieser Region Produkte- und Regionenpräsenz zu markieren.



Nebst den Messeauftritten wurden wiederum Tragtaschen nachproduziert sowie der Internetauftritt ständig aktualisiert. Insbesondere die hohen Besucherzahlen von [appenzell.ch](http://appenzell.ch) bestätigen, dass der Entscheid für ein grosses Informations- und Buchungsportal unter [www.appenzell.ch](http://www.appenzell.ch) der richtige war. Würde jede Organisation oder Vereinigung (Detailhandel, Bergwirte, Gastro, Produzenten,

Landwirtschaft und Tourismus) eine eigene Website führen, ginge die klare Übersicht verloren. Ohne die finanzielle Unterstützung des Kantons, in der Höhe von CHF 100'000.-, würde die Organisation niemals über die Runden kommen. Alle Beteiligten sind der festen Überzeugung, dass diese öffentlichen Gelder gut investiertes Geld zugunsten der Appenzeller Wirtschaft sind.



# MITGLIEDER REGIONALMARKETING





**Johannes Fuchs**  
 Vice President  
 of the Cimbalom World  
 Association (CWA)

Tel: ++41 (0)71 787 44 01  
 Mobil: ++41 (0)79 324 88 47  
 E-Mail: johannes.fuchs@hackbrett.ch  
 Internet: www.hackbrett.ch



**KOCH MÖBELHANDWERK AG, GONTEN**

HANWERKSKUNST  
 DESIGN  
 GESTALTUNG  
 MÖBEL ERLEBEN




thomas.  
sutter

besonders. wertvoll.

**OHNE LOGO**

Atelier Schmuck aus Haaren, Schiess Jakob

Appenzeller Sennenhandwerk, Fässler Hampi

Kunstgewerbe Dörig, Dörig Roger

Kurstöbli Apezzöll,

Appenzeller Handstickerei, Schiegg Verena

Bauernmaler, Fuchs Martin

Devislimalerin, Manser Sylvia

Trachtenschneiderin, Nef Bernadette

Handschnitzer, Moser Alfred





1. Aargauer Messe in Aarau (AMA)	21.–25. März 2018
2. Coop-Promotion Ostschweiz	5.–7. April 2018
3. Coop-Promotion Tessin	18.–20. Oktober 2018
4. GEWA Schwyz	30. August bis 2. September 2018





# ERFOLGSRECHNUNG MIT BUDGET

<b>ERTRAG</b>	<b>Rechnung 2017</b>	<b>Budget 2018</b>	<b>Rechnung 2018</b>	<b>Budget 2019</b>
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	669'789.61	706'000.00	648'465.30	670'000.00
<b>Freiwillige Beiträge</b> Bezirke, Feuerschau, Gastro AI	36'080.00	35'000.00	35'460.00	35'000.00
<b>Subvention Kanton</b>	900'000.00	900'000.00	900'000.00	980'000.00
<b>Beitrag Schweizer Wanderwege</b>	24'360.20	18'000.00	29'734.80	25'000.00
<b>Mandate</b>	84'600.33	70'000.00	77'759.77	55'000.00
<b>Kommunikation Tourismus</b>	182'352.47	92'800.00	91'157.28	86'800.00
<b>Produktmanagement</b>	260'905.30	250'000.00	275'034.05	250'000.00
<b>Appenzeller Produkte</b>	160'311.39	136'000.00	154'200.17	140'000.00
<b>Beiträge aus Wanderwegunterhalt</b>	120'394.68	170'000.00	194'445.45	150'000.00
<b>Ertragsminderungen</b>	-40'474.54	-40'000.00	-31'986.15	-40'000.00
<b>Ertrag total</b>	<b>2'398'319.44</b>	<b>2'337'800.00</b>	<b>2'374'270.67</b>	<b>2'351'800.00</b>

<b>AUFWAND</b>	<b>Rechnung 2017</b>	<b>Budget 2018</b>	<b>Rechnung 2018</b>	<b>Budget 2019</b>
<b>Verkauf Handelsware und Dienstleistungen</b>	360'270.59	330'000.00	319'198.90	330'000.00
<b>Personal</b> Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	922'808.08	948'000.00	866'191.26	963'000.00
<b>Verwaltungsaufwand</b> Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	188'352.70	211'000.00	261'123.52	205'000.00
<b>Kommunikation Tourismus</b>	333'553.16	269'800.00	324'126.42	298'800.00
<b>Produktmanagement</b>	318'509.31	350'000.00	297'505.09	340'000.00
<b>Appenzeller Produkte</b>	171'136.19	136'000.00	175'984.88	140'000.00
<b>Wanderwegunterhalt</b> Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	73'752.15	73'000.00	105'573.80	60'000.00
<b>Abschreibungen</b> Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	12'999.00	20'000.00	13'387.43	0.00
<b>Aufwendungen total</b>	<b>2'381'381.18</b>	<b>2'337'800.00</b>	<b>2'363'091.30</b>	<b>2'336'800.00</b>
<b>Gewinn/Verlust</b>	<b>16'938.26</b>	<b>0</b>	<b>11'179.37</b>	<b>15'000.00</b>
<b>Total</b>	<b>2'398'319.44</b>	<b>2'337'800.00</b>	<b>2'374'270.67</b>	<b>2'351'800.00</b>

# BILANZ

## PER 31.12.2018

AKTIVEN	2017	2018
Kasse	20'335.15	29'151.65
Kasse Fremdwährungen	1981.18	4325.00
Postkonto	261'809.24	346'496.80
Bankguthaben UBS Appenzell	67'565.20	67'484.35
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	42'678.92	41'177.57
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	1'287'384.79	1'408'039.15
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank Wegweiser		31'652.40
Diverse Debitoren	166'039.67	133'237.49
Delkredere	-1000.00	-1000.00
Transitorische Aktiven	33'265.85	13'117.25
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	1.00	1.00
	<b>1'880'066.00</b>	<b>2'073'687.66</b>

<b>PASSIVEN</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Diverse Kreditoren</b>	237'277.71	172'534.82
<b>Transitorische Passiven</b>	1'569'762.07	1'803'448.60
<b>Fonds für Anlässe</b>	10'000.00	10'000.00
<b>Legat</b>	42'678.92	41'177.57
<b>Fonds Neuanschaffung Fahrzeug</b>		15'000.00
<b>Eigenkapital</b>	3'409.04	20'347.30
<b>Gewinn/Verlust</b>	16'938.26	11'179.37
	<b>1'880'066.00</b>	<b>2'073'687.66</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 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 19.02.2019 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2018 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

## NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

Keine wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven.

Appenzell, 19. Februar 2019

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 2018 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 Fehlansagen 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, 19. Februar 2019

### **Die Revisoren**

Evelyne Buschor



Cyrill Keller



Lorenz Gmünder

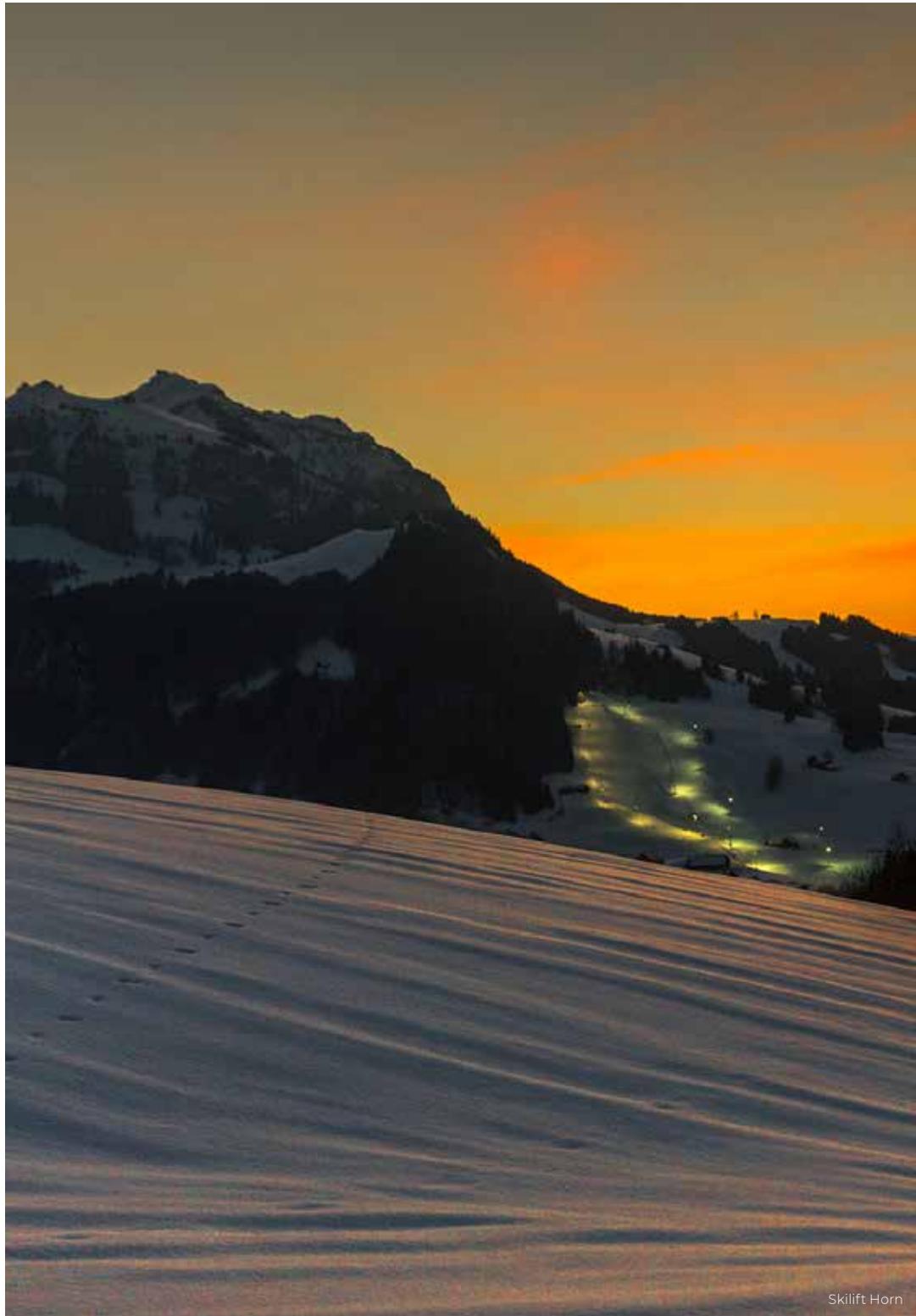


# DER VORSTAND

<b>Präsident</b>	<b>Manser Sepp, Berggasthaus Meglisalp, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 799 11 28, Tel. P +41 71 799 15 78, sepp.manser@schwende.ch
<b>Mitglieder</b>	<b>Landammann Fässler Daniel, Weissbadstr. 3a, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 38 48, daniel.faessler@vd.ai.ch
	<b>Bischofberger Andrea, Alpstein, Fehrlen, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 798 90 10, Tel. P +41 71 799 11 18, abischofberger@baerli-biber.ch
	<b>Goldener Milo, Hauptgasse 56, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 788 80 60, milo@goldener.ch
	<b>Hörler Lydia, Rosenböhleli 10, 9050 Appenzell Meistersrüte</b> Tel. P +41 71 787 36 22, lydia.hoerler@sunrise.ch
	<b>Inauen Luzia, Laufenstrasse 8, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 10 20, laufenlehn@bluewin.ch
	<b>Manser-Barmettler Thomas, Berggasthaus Bollenwees, 9058 Brülisau</b> Tel. G +41 71 799 11 70, info@bollenwees.ch
	<b>Mock Lydia, Eggerstandenstrasse 53, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 71 787 42 33, contact@hauslydia.ch
	<b>Schmid Josef, Trieberstrasse 16, 9057 Weissbad</b> Tel. P +41 71 799 12 10, josef.schmid@bsg.ch
	<b>Sutter Stephan, Hotel Appenzell, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 788 15 15, info@hotel-appenzell.ch
	<b>Wittwer Roberto, Böhlisjockes 2, 9057 Weissbad</b> Tel. G +41 71 798 80 80, Tel. P +41 71 797 02 19, r.wittwer@hofweissbad.ch

## KONTROLLSTELLE

<b>Revisoren</b>	<b>Buschor-Züger Evelyne, Oberbad 18, 9050 Appenzell</b> Tel. P +41 78 633 20 81, evelyne.buschor@bluewin.ch
	<b>Gmünder Lorenz, Mosersweid 55, 9050 Appenzell</b> Tel. G +41 71 228 29 30, lgmueder@gmx.ch
	<b>Keller-Sutter Cyrill, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell</b> 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, [guido.buob@appenzell.ch](mailto:guido.buob@appenzell.ch)

Abler Iris	Lernende (bis Juli 2018)
Fässler Janica	Marketing
Fässler Yvonne	Information/Führungen
Hautle Patric	Wegmacher
Hehli Maria	Information
Inauen Maria	Projektmanagement/Führungen
Kölbener Simone	Backoffice
Manser Andrea	Frontoffice
Neff Zoe	Information (bis Juni 2018)
Neff Samira	Information (seit August 2018)
Oberholzer Yvonne	Information
Schönenberger Ivana	Marketing (seit September 2018)
Signer Katja	Lernende
Stäheli Susanne	Marketing (bis April 2018)
Ulmann Nadine	Lernende
Wetter Melina	Lernende (seit August 2018)



---

<b>Führerinnen und Führer sowie Aushilfskräfte</b>	Breitenmoser Irene (Museum)	Kölbener Susanne
	Breu Rita	Koller Erich
	Broger Helene	Koller Kathrin
	Burtscher Yannick (Wegbau)	Koller Marcel
	Brülisauer Katja (bis September 2018)	Koller Michael
	Brülisauer Marcel	Koller Patricia
	Brülisauer Sepp	Künzle Irina
	Fässler Elsbeth	Lutz Doris (Museum)
	Fässler Christa	Manser Evelyn
	Fässler Lukas (Wegbau)	Manser Rosalie
	Fässler Martin	Neff Bruno
	Frick Walter	Neff Emil (Wegbau)
	Hamm Maria	Neff Walter
	Hasler Nina (Museum)	Räss Christian (bis Dezember 2018)
	Hehli Ueli (Wegbau)	Rusch Kurt
	Inauen Hannes	Streule Manuela
	Inauen Hans	Sutter Hans (bis Dezember 2018)
	Inauen Martin	Sutter Thomas
	Inauen Sepp (Wegbau)	Ulmann Manuel (Wegbau)
	Inauen Priska	Wyss-Rusch Albert (Wegbau)
	Inauen Vreni	Zimmermann Sophie (bis Dezember 2018)
	Knechtle Lukas (Wegbau)	

### **Impressum**

Inhalt	Appenzellerland Tourismus AI
Fotos	Archiv Appenzellerland Tourismus AI
Gestaltung	koller.team, Appenzell
Druck	Appenzeller Druckerei, Herisau

Scholde · Wechtüfl · Aagstöllti · Kässeli · Mөлchbüechli · Stifte · velompe  
Gaschtig · Wegmache · Uufwand · zölle · Begweet · Etrag · Fүroobed ·  
Gatrovereinigung · Rewisoore · en waame Znacht · Weet · Göld · abstim-  
me · Feriwohnigsvemiete · Personalchöschte · Prospekt · Gschäftsbricht  
Speese · Zees · wölle · Johresrechmig · späre · Guetschii · stöllli Reserve ·  
huuslig · Puure · abschriibe · echli bralle · usebotze · Ferichaate-Sponsoore  
hөndehäbig · schinne · is Dooff · inveschtiere · Soome · wölle · Weente  
Uuftrett · Wettepricht · Messe · Öbenachtege · Schriiberei · zroggluege ·  
Gschäftsführe · fөschiluege · markiere · uusstecke · stuune · Gruppeg-  
schäft · Uusflөг · Schurnalischte · Voostand · soziali Medie · prichte · Träg-  
täsche · inneweede · Regionalmarketing · sөnnig · Büdsche · waam · Göld  
schөinne wä en Seich · linahme · zemecho · Uusgobe · iichere · bilanziere ·  
Mitgliede · Inventaa · zemezölle · Akzie · uusrechne · Benkliondehaalt  
President · Guethabe · Gschäftspricht · gschäfte · Göld · meh · mönde ·  
weeche · Dooffführerinne · Scholde · Weechtüfl · Aagstöllti · Kässeli  
Mөлchbüechli · Stifte · velompe · Gaschtig · Wegmache · Uufwand · zölle ·  
Begweet · Etrag · Fүroobed · Gatrovereinigung · Rewisoore · en waame  
Znacht · Weet · Göld · abstimme · Feriwohnigsvemiete · Personalchöschte  
Prospekt · Gschäftsbricht · Speese · Zees · wölle · Johresrechmig · späre  
Guetschii · stöllli Reserve · huuslig · Puure · abschriibe · echli bralle · usebot-  
ze · Ferichaate-Sponsoore · hөndehäbig · schinne · is Dooff · inveschtiere ·  
Soome · wölle · Weente · Uuftrett · Wettepricht · Messe · Öbenachtege ·  
Schriiberei · zroggluege · Gschäftsführe · fөschiluege · markiere · uus-  
stecke · stuune · Gruppegschäft · Uusflөг · Schurnalischte · Voostand ·  
soziali Medie · prichte · Trägtäsche · inneweede · Regionalmarketing · sөn-  
nig · Büdsche · waam · Göld · schөinne wä en Seich · linahme · zemecho  
Uusgobe · iichere · bilanziere · Mitgliede · Inventaa · zemezölle · Akzie ·  
uusrechne · Benkliondehaalt · President · Guethabe · Gschäftspricht ·  
gschäfte · Göld · meh · mönde · weeche · Dooffführerinne · Scholde · We-  
echtüfl · Aagstöllti · Kässeli · Mөлchbüechli · Stifte · velompe · Gaschtig  
· Wegmache · Uufv  
· roobed · Gatroverei-  
· d · abstimme · Feri-  
· häftsbricht · Speese  
· öllli Reserve · huus-  
· lig · Puure · abschriibe · echli bralle · usebotze · Ferichaate-Sponsoore

**APPENZELLERLAND TOURISMUS AI** 

9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

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