

Appenzellerland.

appenzell.ch



GESCHÄFTS BERICHT 2023

VEREIN APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

VORWORT PRÄSIDENT

Der Start ins Jubiläumsjahr begann für den Vorstand und die Geschäftsstelle vor rund 15 Monaten. Anlässlich der ausserordentlichen Hauptversammlung vom 12. Dezember 2022 stimmten die anwesenden Vereinsmitglieder einstimmig dem Kauf der Liegenschaft an der Hauptgasse 38 zu. Ein bemerkenswerter Entscheid, der durchaus als vorgezogenes «Geschenk» betrachtet werden darf. Er zeugt von grosser Anerkennung und viel Vertrauen in die Zukunft des Appenzeller Tourismus.

Unternehmertum, Kontinuität, Bescheidenheit und Schaffenskraft der Geschäftsstelle im operativen Geschäft und vom Vorstand in der strategischen Ausrichtung zahlten sich am 12. Dezember 2022 einmal mehr aus. Es ist mir ein grosses Anliegen, allen Mitgliedern hierfür nochmals meinen Dank auszusprechen.

Es gehört wohl zu einem Jubiläumsjahr, die Geschichte des Appenzeller Tourismus mit Anekdoten kurz aufzurollen. Auch ich wage einen Exkurs in die Anfänge des Tourismus, hüte mich jedoch davor, die gute alte Zeit zu glorifizieren. Denn schon damals kämpfte der Tourismus mit Vorurteilen und Gegenwind. Dies hat sich in Teilen bis heute erhalten. So hielt es Pfarrer Alois Hogg 1923, also ziemlich genau vor 100 Jahren, für angebracht, seine Meinung in der damals neuen Kirchturmkugel der Kirche St. Sebastian in Brülisau zu verewigen: *«Leider wird die schöne Bergnatur besudelt durch den massenhaften Fremdenstrom, der im Sommer in die Berge wandert. Tausende an einem Samstag und Sonntag; vielfach glaubensloses und sittenloses Gesindel, das viel Ärger gibt durch die Sonntagsschändung, ausgeschämte Kleidung und Unsittlichkeit.»*

Das Jubiläumsjahr gibt uns vor allem Anlass, nach vorne zu schauen. Vorstand und Geschäftsstelle haben sich mit der Leistungsvereinbarung zwischen Kanton und VAT AI, der vom Kanton erstellten Tourismuspolitik und der zugrunde liegenden Tourismusstrategie Leitplanken gegeben, die die bisherige «altbewährte» Ausrichtung des Vereins festigen, aber

nicht zementieren. Wer über den Tellerrand schaut und studiert, was andere Destinationen zur Gewinnung von Gästen unternehmen, stellt fest, dass bei uns nicht alles möglich ist - sei dies aus Platzgründen, oder sei es, weil wir gezielt einen nachhaltigen, wertschöpfungsreichen Tourismus anstreben. Vieles passt schlichtweg nicht zu uns. Dies erfordert die Grösse, auch «nein» sagen zu können. Seit mehr als zehn Jahrzehnten wird in Innerrhoden auf Bewährtes gesetzt. Dies lange bevor Markenprofi Christoph Engl die Leitsätze *«Vielfalt ist der Feind der Klarheit»* und *«Von allem zu haben, schafft keine Anziehungskraft!»* in seinem Buch Destination Branding zu Papier brachte.

Ich wage die Behauptung, dass sich die Grundwerte von Appenzellerland Tourismus AI in den kommenden Jahren nicht wesentlich ändern werden. Es gibt jedoch verschiedene Systerschrauben, die es gut zu beobachten gilt und an denen wo nötig auch gedreht werden muss. Es ist mir eine Ehre, allen Leistungsträgern - Ihnen, geschätzte Mitglieder - für ihre gelebte Gastfreundschaft, ihre Innovationskraft und ihre Motivationsbereitschaft für einen funktionierenden Tourismus zu danken. Sie bilden das starke Fundament für unseren Verein.

Es ist mir ein grosses Anliegen, allen Mitarbeitenden der Geschäftsstelle unter der Leitung von Guido Buob meine Anerkennung und meinen Dank auszusprechen. Zu guter Letzt darf ich mich beim ganzen Vorstand, allen voran bei der scheidenden Vize-Präsidentin Andrea Bischofberger, ganz herzlich bedanken.

Es ist sehr motivierend und erfüllt mich mit Stolz, dem Innerrhoder Tourismus vorstehen zu dürfen.

Weissbad, im Februar 2024



Ihr Präsident
Sepp Manser

Vorwort Präsident	02	
	04	Einladung mit Traktandenliste
Protokoll HV 2023	06	
	10	Rückblick Tourismus
Rückblick Regionalmarketing	36	
	42	Ausblick Tourismus
Jahresrechnung	46	
	51	Revisorenbericht
Organe	52	
	54	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

ZITATE

Bei den Zitaten handelt es sich um
sinngemäss wiedergegebene Aussagen von
Gästen am Schalter der Tourist Information.

TITELBILD

Innerrhoder Festtagstracht

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

Hauptgasse 4 · 9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch

HAUPTVERSAMMLUNG 2024

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

MONTAG, 8. APRIL 2024

- 17.30 Uhr Apéro und Besichtigung der neuen Räumlichkeiten am Landsgemeindeplatz
- 18.30 Uhr Einsegnung durch Standespfarrer Lukas Hidber
- 19.00 Uhr Hauptversammlung in der Klosterkirche des Kapuzinerklosters

Anschliessend Apéro riche in den Räumlichkeiten des Gymnasiums Appenzell

TRAKTANDENLISTE 2024

- | | |
|--|---|
| 1. Begrüssung | 5. Abnahme der Jahresrechnung 2023 und des Revisorenberichts 2023 |
| 2. Wahl der Stimmzähler | 6. Budget 2024 |
| 3. Protokoll der Hauptversammlung 2023 | 7. Wahlen |
| 4. Jahresbericht | 8. Wünsche und Anträge |



Aussicht vom Freudenberg

HV 2023 KUNSTHALLE APPENZELL

PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG VAT AI VOM 27. MÄRZ 2023, KUNSTHALLE APPENZELL TRAKTANDENLISTE

1. BEGRÜSSUNG

Sepp Manser begrüsst die Mitglieder und Gäste an der 124. Hauptversammlung des Vereins Appenzellerland Tourismus AI. Die Einladung mit dem Geschäftsbericht 2022 wurde allen Mitgliedern fristgerecht per Post zugestellt. Zur Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

2. WAHL DER STIMMENZÄHLER

Als Stimmenzähler werden Michael Koller (kollerteam) und Ruedi Manser (Berggasthaus Alter Sän-tis) gewählt. Gegenvorschläge werden keine gemacht.

3. PROTOKOLL DER HAUPTVERSAMMLUNG 2022

Das Protokoll wird ohne Wortmeldung genehmigt und verdankt.

4. PROTOKOLL DER AUSSERORDENTLI- CHEN HAUPTVERSAMMLUNG 2022

Das Protokoll wird ohne Wortmeldung genehmigt und verdankt.

5. JAHRESBERICHT

Geschäftsbericht des Präsidenten

Der Vorstand hat sich zu vier ordentlichen Halbtagssitzungen getroffen, dazu kamen einige ausserplanmässige Zusammenkünfte, Besprechungen und Vorbereitungen. Es wurden einige Themen speziell behandelt. Dazu gehören die Kommunikation nach den Unfällen beim Äscher, die Kosten der Hauptversammlung, Mitteilungen aus der Geschäftsstelle, der Tagestourismus und dessen Folgen, Softwarelösungen in der Geschäftsstelle, der Kauf der Liegenschaft an der Hauptgasse 38 und auch die Finanzen. Alle

Themen wurden von Sepp Manser kurz erläutert. Der Vorstand dankt Guido Buob und allen Angestellten für die gute Geschäftsführung.

Ein grosses Ziel von Vorstand und Geschäftsstelle sei der Bezug der Geschäftsstelle am Landsgemeindeplatz. Schon im Dezember 2023 soll der Umzug stattfinden. Es warten jedoch noch viele Stunden Arbeit im Haus an der Hauptgasse 38 bis zur Taufe, wobei noch ein passender Name gesucht werde, führt Sepp Manser weiter aus.

Ehrungen

Zum Abschluss seiner Ausführungen ehrt der Präsident gleich mehrere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des VAT AI. Da 2021 die Hauptversammlung nur brieflich durchgeführt wurde und somit keine persönlichen Ehrungen vorgenommen werden durften, werden an der diesjährigen Hauptversammlung auch die Jubilare aus den Jahren 2021 und 2022 geehrt. Es sind dies die Dorfführerinnen Vreni Inauen, Priska Inauen und Kathrin Koller für 10 Jahre. Der Nachtwächter Erich Koller ebenfalls für 10 Jahre. Die drei Sänger Hannes Inauen, Martin Inauen und Michael Koller für je 15 Dienstjahre bei Appenzellerland Tourismus. Allen Jubilaren wird mit Blumenstraus und Gutschein herzlich gedankt.

Dank

Zum Schluss seiner Rede bedankt sich der Präsident Sepp Manser bei allen Beteiligten des Innerrhoder Tourismus. Dazu gehören Verbände, Kantons- und Bezirksbehörden, Gewerbe- und Bauernverband, aber auch Einzelpersonen aus Beherrgung, Gastronomie, Detailhandel, Seilbahnen wie auch der Geschäftsstelle.

Geschäftsbericht des Geschäftsführers

Guido Buob begrüsst alle Anwesenden im Saal und beginnt mit einer Gästerekamation aus dem letzten Sommer. Er erzählt, mit welchen Situatio-

nen die Geschäftsstelle konfrontiert wird. Oft werde das Fehlverhalten nur in den sozialen Medien gepostet. Dabei wäre es wünschenswert, wenn fehlbare Personen gleich vor Ort durch andere Gäste angesprochen würden. Viel zu reden gaben im Berichtsjahr die Wanderwege. Auslöser für die zum Teil unsachlichen Diskussionen waren vier Todesfälle innerhalb kürzester Zeit im Alpstein. Dank korrektem Handeln und professioneller Kommunikation habe sich die Lage schnell wieder beruhigt. Dabei gebührt ein spezieller Dank den Bezirken und dem Wegmacher für den Top-Wegunterhalt während des ganzen Jahres. Er erwähnt zusätzlich, dass die Luftseilbahnen und Bergwirte auch viele Fronarbeitsstunden für die Wege leisten. Für einmal werden auch die Rettungskräfte der Polizei und die Rettungskolonnen speziell für die zahlreichen Einsätze verdankt.

Logiernächte

Mithilfe eines Diagramms zeigt der Geschäftsführer die Entwicklung der Logiernächte der vergangenen fünf Jahre. Dies ist insofern spannend, als mit 2020 und 2021 zwei aussergewöhnliche Pandemiejahre enthalten sind. Appenzell I.-Rh. hat von dieser Situation profitiert. Insbesondere in der Parahotellerie haben sich die Logiernächte in den letzten fünf Jahren nahezu verdoppelt.

Gruppen

Im Gegensatz zu den Übernachtungen musste das Gruppengeschäft während der Pandemiejahre einen grossen Rückschlag hinnehmen. Erfreulicherweise hat sich dieses Geschäft 2022 relativ rasch wieder erholt. Gruppen seien deswegen dankbare Gäste, da sie bei jedem Wetter nach Appenzell reisen. An dieser Stelle erwähnt Guido Buob auch noch die erfreuliche Entwicklung beim Angebot für Gruppen. Gleich mehrere Betriebe investieren massiv ins Gruppenangebot. So bauen die Firmen Biberli Bischofberger und Metzgerei Breitenmoser völlig neue Gebäude. Aber auch die bekannten Firmen Appenzeller Alpenbitter und das Brauquöll haben in den letzten Jahren grosse Investitionen ins Gruppengeschäft getätigt. Für

die Destination ein wahrer Glücksfall, den man nicht genug würdigen könne.

Alpsteinpass

Die Erwartungen des neu lancierten Alpsteinpasses wurden bis Ende Jahr nicht ganz erfüllt. Mit 611 eingelösten und 1321 begonnenen Pässen ist das Pilotjahr beendet. Sicherlich spielte der frühe Wintereinbruch eine Rolle. Die Technik mit einem digitalen Pass hat funktioniert, und es gab kaum Diskussionen über nicht erfasste Entwertungen. Es stellt sich aber schon die Frage, wie attraktiv digitale Pässe für Sammelfreunde sind. Darum hat die Geschäftsstelle zusammen mit dem Bergwirteverein nach Alternativen gesucht, die sowohl digital als auch analog funktionieren. Die Ergebnisse sind ein «Goofepass» sowie ein Gutscheineheft. Infolge der unter den Erwartungen gebliebenen Einlösung des Alpsteinpasses ist auch der Absatz der Kleiderlinie bescheidener ausgefallen. Alle Artikel sind jedoch etwa gleich gefragt. Guido Buob bedankt sich bei den drei Innerrhoder Sportgeschäften für die tolle Zusammenarbeit.

Gratis An- und Rückreise

Nach drei Projektjahren mit der Gratis An- und Rückreise für Feriengäste, die drei Nächte oder länger im Kanton übernachten, konnten die ersten Erkenntnisse festgehalten werden. Es gab sehr viel Lob für das fortschrittliche Angebot. Vereinzelt kam von die Einheimischen und anderen Destinationen auch Kritik betreffend noch mehr «Gratis-Angebote». Guido Bob verspricht, dass weiter daran gearbeitet wird, dass mehr Gäste mit dem öffentlichen Verkehr anreisen. Künftig muss dabei der Fokus noch mehr auf den Tagestourismus gelegt werden.

Produktmanagement

Ein Höhepunkt des vergangenen Sommers sei die Eröffnung des renovierten und verlängerten Pfeffond-Lischt-Weegs gewesen, freut sich der Geschäftsführer weiter. Für die Angebotsgestaltung sei es wichtig, wenn nicht immer der Alpstein und das Dorf von Förderungen profitieren, sondern

auch einmal Regionen, in denen sich weniger Gäste aufhalten.

Mountainbike-Routen

Ebenfalls ein Angebot, das weniger auf die touristischen Zentren zielt, ist die Förderung des genussvollen Mountainbikens und Velofahrens. Zusammen mit Appenzell Ausserrhodens wurde eine neue Velo- und Mountainbikekarte produziert. Im Laufe von 2023 werden die bestehenden Routen neu signalisiert. Die alten Wegweiser seien bereits über 25 Jahre alt und auf den erlaubten Routen nicht mehr lückenlos sichtbar. Guido Buob ist überzeugt, dass, wenn nur schon alle bestehenden Routen korrekt signalisiert sind, der Druck nach neuen Routen abnimmt, zumal man im Vergleich zu anderen Kantonen prozentual ein dichtes Netz an Routen besitze.

Kommunikation

In der Kommunikation zeige sich, dass nach wie vor alle Kanäle bespielt werden müssen. Die Mehrheit der Broschüren sind so aufgebaut, dass es nicht mehr darum geht, mit schönen Bildern neue Gäste für Appenzell zu gewinnen, sondern sie vor Ort korrekt zu informieren und zu lenken. Neben den Broschüren zählen der Auskunftsdienst am Schalter und am Telefon, der Webauftritt, Social Media sowie klassische Medienmitteilungen zu den wichtigsten Informationsquellen für unsere Gäste.

Nebst einer starken Hotel- und Parahotellerie braucht eine Feriendestination wie Appenzell auch einen starken Tagestourismus. Zusammen mit den vier Luftseilbahnen und Appenzellerland Tourismus AR wurden mittels Passenger TV, eines Wettbewerbs und Anzeigen auf Social Media die Ausflugsziele im Alpstein beworben. Dabei seien bewusst die Zeit nach der Hauptwandersaison (Oktober und November) und Tage, an denen im Mittelland viel Nebel liegt, bespielt worden.

Winterförderung

Durch die Zusammenarbeit mit dem Skiproduzenten Timbaer, dem Hof Weissbad, der Ebenalp- und dem Berggasthaus Ebenalp konnte eine Skipauschale kreiert werden, die gezielt die Nebensaison und die Winterzeit fördert. Der schneearme Winter hat jedoch dazu geführt, dass die Pauschale nicht sehr häufig gebucht wurde. Die Träger des Angebots schauen positiv auf den nächsten Winter.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass sich noch vor 5 Jahren nur sehr wenige Gäste im Winterhalbjahr in Appenzell aufgehalten haben. Die Auswertungen des Winterwochenprogramms zeigen, dass die Entwicklung in die richtige Richtung geht und jährlich kleine Steigerungen nachgewiesen werden können.

Appenzeller Regionalmarketing

Das Appenzeller Regionalmarketing habe 2022 die reguläre Arbeit wieder aufnehmen können. Nebst vielen kleineren Projekten sticht vor allem die Lancierung des ersten Appenzeller Pop-up-Stores heraus. An der Hauptversammlung 2022 wurde das Thema Pop-up-Store kurz vorgestellt. Bereits im Oktober darauf sei der erste Pop-up-Store in Langenthal eröffnet worden. Die Schwierigkeit war, eine geeignete Ladenlokalität für wenige Monate zu finden. Sehr kurzfristig kam die Zusage für einen weiteren Standort in Thun. Im Februar wurde dieser eröffnet. Die Geschäftsstelle sei sich bewusst, dass ein solcher Laden kaum je gewinnbringend betrieben werden kann, er darf aber als innovatives Kommunikationstool für die Appenzeller Produzenten und den Tourismus angesehen werden. Am Ende bewegen sich die Kosten eines 3-monatigen Auftritts in einem Laden in einer Schweizer Stadt im Bereich eines Messeauftritts an einer Gewerbesmesse.

Ein solcher Auftritt hat im September 2022 auf der Pferderennbahn in Dielsdorf stattgefunden.

Mit den grösseren Partnern und einem eigenen Gastroangebot sei eine Equipe von über 30 Appenzellern im September nach Zürich gereist.

6. ABNAHME DER JAHRESRECHNUNG UND DES REVISORENBERICHTS

Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 3'090'246.14 und Ausgaben von CHF 3'086'529.32 mit einem Gewinn von CHF 3'716.82 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von CHF 56'889.15.

Das Wort zur Rechnung wird nicht verlangt, und die Rechnung sowie der anschliessende Revisorenbericht werden von den Mitgliedern einstimmig genehmigt.

7. BUDGET 2023

Das Budget für 2023 sieht eine ausgeglichene Rechnung vor. Da über das Budget nicht abgestimmt werden muss und keine Fragen gestellt werden, nehmen die Mitglieder dieses so zur Kenntnis.

8. WAHLEN

Folgende Persönlichkeiten haben auf diese Hauptversammlung hin ihre Demission eingereicht: Herr Franz Fässler als Hauptmann Bezirk Appenzell sowie Herr Lorenz Gmünder als Revisor. Ihre Ersatzwahl wird nach den Bestätigungswahlen vorgenommen.

Die Wiederwahl des Präsidenten und der Mitglieder des Vorstandes wird einstimmig und mit Applaus angenommen und verdankt. Ebenso werden die beiden Revisoren Herr Kevin Clavien und Frau Stefanie Kämpel bestätigt und mit Applaus verdankt.

Nach der Verdankung der Verdienste von Herrn Franz Fässler im Vorstand und Lorenz Gmünder als Revisor wird Alfred Koller, Hauptmann des Bezirks Appenzell, in den Vorstand sowie Markus Koster aus Appenzell als Revisor gewählt.

9. WÜNSCHE UND ANTRÄGE

Das Wort für weitere Wünsche und Anträge wurde durch den Präsidenten freigegeben und von Ldm. Roland Dähler gewünscht. Er erwähnt, dass in der Grossratssession der Tourismus, vor allem aufgrund der neuen Tourismuspolitik, ein grosses Thema gewesen sei. Einige Schwerpunkte wurden besonders betont: Entwicklungskonzept des Dorfkerns, Landwirtschaft, Saisonverteilung. Ldm. Dähler versichert den anwesenden Mitgliedern, dass mit der neuen Tourismuspolitik die Grundlage für eine weiterhin positive Entwicklung des Tourismus im Kanton geschaffen wurde.

Weiter ergriff Stefanie Gschwend, Kuratorin der Kunsthalle Appenzell, das Wort. Sie freue sich über die Anwesenheit und dankt dem Verein und dessen Mitgliedern, dass die Kunsthalle Appenzell als Austragungsort gewählt wurde. Ihr sei es wichtig zu erwähnen, dass die Namensänderung zu «Kunsthalle Appenzell» ein kulturpolitischer Entscheid gewesen sei und die «Ziegelhütte» für die Einheimischen trotzdem bestehen bleibt.

Zuletzt sprach Röbi Schiegg, Hotel Freudenberg, über die Krise in der Hotellerie und die aktuell geschlossenen Betriebe. Speziell thematisiert er das Thema Patent- und Sitzplatzgebühren und bittet insbesondere die Behörden um weniger Bürokratie und Einschränkungen.

Nachdem das Wort nicht mehr weiter gewünscht wird, bedankt sich der Präsident Sepp Manser bei allen Anwesenden und schliesst die Versammlung.

Appenzell, 27. März 2023
Der Präsident, Sepp Manser
Die Protokollführerin, Leandra Manser

«... die Hotelzimmer für unsere Gruppe waren wirklich gut und in einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis!»



Wenn man sich während eines ganzen Jahres für das Wohl einer Branche einsetzt, werden verständlicherweise die Logiernächtezahlen mit Spannung erwartet. Wohl wissend, dass eine Tourismusorganisation einen bescheidenen Einfluss auf die effektive Entwicklung ausüben kann. Externe Faktoren wie Wetter, Währung und Wirtschaftslage üben, zusammen mit der Führung des Hotelbetriebs selbst, einen deutlich höheren Einfluss aus. Trotzdem gilt ein grosser Teil unseres Bestrebens der Förderung der Logiernächte, indem wir versuchen, die Nachfrage mit Angeboten und Informationen zu steigern.

Heute profitiert unsere Destination entscheidend von den Investitionen der vergangenen Jahre. Kaum ein Hotelbetrieb, der nicht in die Infrastruktur investiert hat, kaum ein Gastgeber, der sich nicht kreativ den Herausforderung der neuen Kommunikationsformen

stellt. Von Seiten der Geschäftsstelle wollen wir einen aktiven Beitrag dafür leisten, dass unsere Hotelbetriebe gesund bleiben. So nehmen auch wir unsere Verantwortung wahr und unterstützen die Beherberger, soweit wir können.

Die Logiernächtezahlen 2023 in der Hotellerie zeigen eine zufriedenstellende Entwicklung. Insgesamt generierten die Hotels und Berggasthäusern 180'389 Logiernächte. Das sind 1,7% mehr als im vergangenen Jahr. Nach wie vor stammt der überwiegende Teil unserer Gäste aus der Schweiz (82,72%). Auffallend war die Zunahme an Gästen aus den USA. Die Gründe für diese Entwicklung sind nicht klar. In Anbetracht des starken Frankens und auch der Situation in der Ukraine gäbe es gute Gründe, nicht nach Europa zu reisen.

APPENZEL I.-RH.

SCHWEIZ

Jahr	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
2022	150'579	26'863	177'442	21'062'223	17'178'922	38'241'145
2023	149'211	31'178	180'389	20'838'141	20'920'942	41'759'083

*«... dass uns die Vermieterin
sogar am Bahnhof mit
dem Auto abholte, war nicht
selbstverständlich!»*



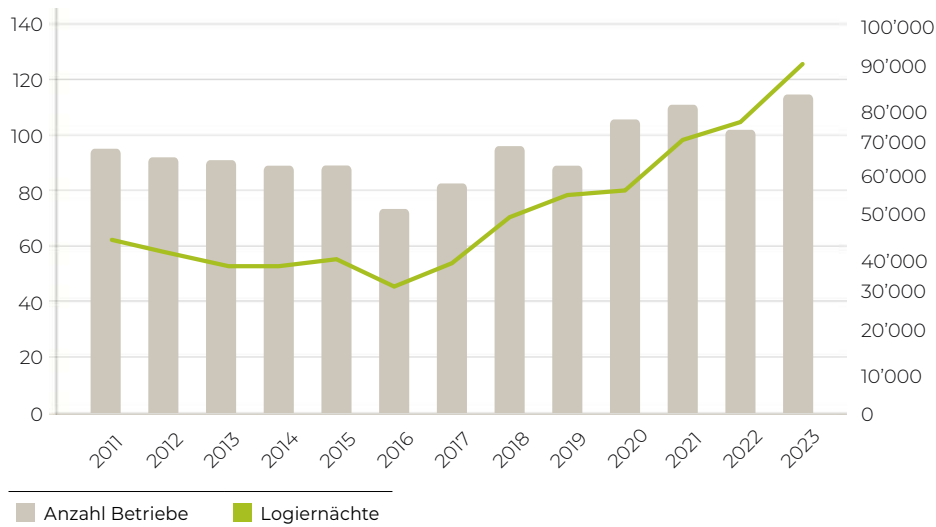
Während in der Hotellerie die Anzahl Betriebe relativ konstant ist, steigt die Anzahl Übernachtungsbetriebe in der Parahotellerie seit 2016 kontinuierlich an. Auch wenn hier und da ein Hotelbetrieb schliesst, werden die fehlenden Betten durch andere Betriebe ausgeglichen. Bei der Parahotellerie zeigt sich ein anderes Bild: Entsprechend der Anzahl Betriebe wächst auch die Anzahl Betten. Entsprechend dem grösseren Angebot ist auch die Nachfrage gestiegen. Gründe für diese Entwicklung sind in der Corona-Zeit zu suchen, aber auch in der Freude einzelner Einwohner daran, ihre Wohnung Gästen zur Verfügung zu stellen und so einen kleinen Nebenerwerb aufzubauen. Hauptauslöser waren aber sicherlich die neuen digitalen Vermieter-Plattformen, die man vielleicht selber bereits nutzt und die den Einstieg in den Beherbergungssektor deutlich erleichtern.

Von Seiten der Geschäftsstelle legen wir qualitative Anforderungen fest, indem wir von allen neuen Ferienwohnungsanbietern erwarten, dass sie die Räumlichkeiten durch uns zertifizieren lassen, um von den

Vorteilen der Appenzeller Ferienkarte, der Präsenz auf der Website und der Gratis An- und Rückreise profitieren zu können.

Nach der letztjährigen Steigerung um 20% ist die Anzahl Gästeübernachtungen noch einmal frappant gestiegen. So übernachteten im Jahr 2023 88'763 Gäste in den Ferienwohnungen, Club- und Lagerhäusern im Kanton Appenzell Innerrhoden. Aber auch Alpbetriebe, Campingplätze und B&B-Angebote zählen zur Parahotellerie. Dies bedeutet eine Steigerung um 17,2% gegenüber dem Vorjahr. Auch die Anzahl Betriebe ist noch einmal markant von 103 auf 115 gestiegen. Die positiven Rückmeldungen der Parahotellerie bestätigen die höhere Nachfrage. Von Seiten der Geschäftsstelle ist ein klarer Trend in Richtung Professionalisierung und qualitativen Tourismus feststellbar. Die Beherberger wissen sich deutlich besser zu vermarkten als früher, sind sich aber auch bewusst, dass es ohne Dienstleistung und Qualität nicht geht und Stammgäste, wie es früher üblich war, eine Seltenheit sind.

ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE UND ANZAHL BETRIEBE IN DER PARAHOTELLERIE





HOHER KASTEN & KRONBERG

1964 - 2024



Nach dem enttäuschenden Winterhalbjahr 2022/2023 mit Frequenzen weit unter dem 5-Jahres-Schnitt folgte zum Glück ein sehr schöner Sommer mit vielen, aber praktisch nie zu vielen Gästen. Die Auslastungszahlen der drei Innerrhoder Luftseilbahnen bestätigen eine erfreuliche Entwicklung, die die Geschäftsstelle auch bei den Gruppenbuchungen und an den Gästezahlen im Dorf feststellt: Das Gästeaufkommen verteilt sich je länger, je besser. Insbesondere an den Freitagen besuchen deutlich mehr Gäste unsere Destination. Ein wichtiger Grund liegt darin, dass viele Angestellte nicht mehr 100% arbeiten, aber auch längere Schönwetterperioden, wie im vergangenen Sommer, erleichtern die Planung eines Ausflugs in die Appenzeller Bergwelt.

In konkreten Zahlen heisst dies, dass alle drei Luftseilbahnen 624'275 Frequenzen (Berg- oder Talfahren) ausweisen. Zur Klarstellung: Frequenzen sind nicht mit der Anzahl effektiver Gäste gleichzusetzen. Ein Gast, der den Berg hoch- und wieder runterfährt, generiert zwei Frequenzen. Rund ein Drittel sind reine Wanderinnen und Wanderer und benützen die Bahn jeweils nur in eine Richtung. So gesehen entsprechen die gezählten Bahnfrequenzen rund 420'000 Gästen. Das sind leicht mehr Gäste als 2022, dies entspricht

aber dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre. Die Entwicklung zu einer regelmässigeren und besseren Auslastung wirkte sich nicht nur positiv auf die Belastung der Infrastruktur aus, sondern auch sehr direkt auf die Gästezufriedenheit. Die Abläufe waren mehrheitlich reibungslos und geordnet, die Angestellten der Luftseilbahnen bestätigen, dass das Sommerhalbjahr ohne grössere Zwischenfälle und nur sehr selten mit negativen Gästerückmeldungen verlief.

Von Seiten der Geschäftsstelle nehmen wir auch einen gesellschaftlichen Wandel wahr. Der Trend zur Bewegung in der Natur hält weiterhin an, man sucht aber vermehrt auch neue Wege, wohl wissend, dass die 24 Berggasthäuser im Alpstein gut verteilt sind und im Bereich Kulinarik und Servicequalität dem heutigen Zeitgeist nachkommen, um dem Gast einen unbeschwertten Ausflug in die Berge garantieren zu können.

Nachdem 2022 von einer Reihe schlimmer Unfälle geprägt war, verlief 2023 trotz gleich grossem Gästeaufkommen ohne tragische Unfallserie. Wir betrachten dies als Indiz, dass sich die Gäste besser vorbereiten und sich gerade auch dank Sensibilisierungskampagnen der Gefahren in den Bergen bewusst sind.



Kampagne des BFU und der Schweizer Wanderwege



*«Appenzell ist eine Reise wert.
Von A bis Z hat alles bestens
geklappt. Die Unterstützung durch
Sie war hervorragend!»*

Die wichtigste direkte Einnahmequelle für unsere Geschäftsstelle geht bei all den Projekten gern etwas unter. Umso wichtiger ist, dass sich das Gruppengeschäft nach der Pandemie so schnell erholt hat. Allerdings sind die Zahlen immer noch nicht dort, wo sie 2016 waren. Betrachtet man das Gruppengeschäft im ganzen Kanton, zeigt sich das erfreuliche Bild, dass sich der Gruppentourismus auf den gesamten Inneren Landesteil besser verteilt. Die zahlreichen Angebote von Jakobsbad bis Brülisau bringen mehr Gruppen in die Destination. Weil Gruppen in der Regel bei jedem Wetter anreisen, profitieren auch der Detailhandel und die Gastronomie.

Appenzell wird sich in den nächsten Jahren zweifellos zu einem Mekka für Gruppenreisen entwickeln. Keine andere Destination verfügt über eine solche Fülle von Gruppenangeboten wie wir. Unsere Aufgabe wird es

sein, das Zusammenspiel der Gäste zu koordinieren und so optimale Rahmenbedingungen zu schaffen. Zudem muss es gelingen, dass auch Gruppen nicht nur einen Tag nach Appenzell kommen, sondern mindestens eine Nacht bleiben.

Attraktive Angebote sind sicherlich die Basis für ein attraktives Gruppengeschäft. Dass aber die gleichen Gäste mit anderen Gruppen wiederkommen, hat mit der Servicequalität unserer Führerinnen und Führer zu tun. Jährlich wertet Appenzellerland Tourismus AI sämtliche Gruppenrückmeldungen aus. Die Rückmeldungen fallen dabei alle gleich aus: Die Teilnehmer sind von der Freundlichkeit der Appenzeller überwältigt! Dabei gibt es immer wieder ausserordentliche Geschichten, z.B. dass die Sänger den einstudierten Jodel der Gruppe per Whatsapp nachschicken, da sie die Melodie vergessen haben.

GRUPPENPROGRAMME	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Dorfführungen	635	559	592	570	234	395	652	645
Dorfführungen mit Käse	61	51	49	35	3	3	22	21
Dorfführungen mit Apéro	7	55	71	98	41	43	82	81
Schmackhafte Dorfführungen	93	72	58	72	26	28	51	38
Kulinarische Dorfführungen	68	77	52	34	12	17	30	28
Museumsführungen	24	29	47	23	9	13	25	35
Wildkirchli-Führungen	64	65	60	53	15	17	45	39
Tages- und ½-Tages-Begleitungen	0	0	0	0	0	0	0	0
Singen/Jodeln	384	396	365	381	122	116	310	322
Nachtwächter-Führungen	73	74	76	83	49	57	95	98
Führungen «Toobenschopf»	7	3	8	4	0	0	0	0
Frauenführung Appenzell						11	29	26
Frauenführung mit Apéro						3	0	2
Laternenwanderung	1	1	1	0	0	0	0	0
Sagen erzählen	25	25	15	29	9	18	19	20
Dialektvortrag	14			0	0	0	0	0
Rondom-Führung Hoher Kasten	30	25	24	22	6	8	18	14
Individuelle Führungen	16	14	20	15	4	3	7	6
Total	1'502	1'446	1'438	1'419	530	732	1'385	1'365

*«... dieses Mal habe ich besser
darauf geachtet, dass ich die
höher gelegenen Berggast-
häuser früher fertig habe!»*



Es ist hinlänglich bekannt, dass der Alpstein auf äusserst treue Stammgäste zählen darf. Das belegt auch ein Blick auf die Statistik des Alpsteinpasses. Rund zwei Drittel der Wanderinnen und Wanderer, die den Pass im ersten Jahr absolviert hatten, traten auch im 2. Jahr an. Mit 869 vollständig ausgefüllten Pässen beträgt die Steigerung gegenüber dem Vorjahr frappante 40%. Offensichtlich hat es sich auch herumgesprochen, dass man früh beginnen muss, um plötzlichen Wintereinbrüchen in höheren Alpstein-Lagen zuvorzukommen.

Das Handling des Passes verlief reibungslos. Sowohl Entwerter als auch Absolventinnen haben sich an die digitale Variante des Alpsteinpasses gewöhnt, ja sogar die Vorteile eines raschen Weiterleitens des QR-Codes an Dritte erkannt. Die Bemühungen seitens der Bergwirte und unserer Geschäftsstelle, auch all jenen ein Angebot zu bieten, die keine digitale Lösung wünschen, haben ebenfalls gefruchtet. So konnten mit dem Klebe-Code auch all jene Gäste abgeholt werden, welche die Entwertung über das Handy wollten.

Sehr erfreulich verlief auch die Abgabe des neu geschaffenen Gutscheinheftes. Mehr als 100 Exemplare wurden verkauft. Schnell sprach es sich herum, dass die Gutscheinhefte ein beliebtes Geschenk für

Alpstein-Liebhaber sind und gleichzeitig zum zügigen Abschluss des Alpsteinpasses animieren. Geschätzt wurden auch da das unkomplizierte Handling sowie die Möglichkeit der Weitergabe eines Gutscheins an Dritte.

Aktionen wie der Alpsteinpass sind wichtige Angebote, um die Wandergäste im Alpstein auf attraktive Art zu verteilen, neue Wege und Gegenden des Alpsteins aufzuzeigen und auch um das Wandern an weniger schönen Tagen zu fördern. Es gibt am Ende wohl kaum einen Alpsteinpass-Absolventen, der nicht auch einmal bei Regenwetter oder zumindest bei bewölktem Himmel unterwegs war.



GUTSCHEINHEFT UND GOOFEPASS

Mit dem Goofepass wurde aus den Erfahrungen des ersten Jahres bewusst eine analoge Variante des Alpsteinpasses geschaffen. Zudem wurde das Gutscheinheft lanciert, das bereits im ersten Jahr über 100 Mal verkauft wurde.

«... wir kommen wieder!»



Nachhaltig erfolgreicher Tourismus funktioniert nur, wenn man langfristig denkt, die Gästebedürfnisse kennt und den Spagat zwischen Flexibilität und Konstanz hinkriegt. Zudem hat man auf dem harten Verdrängungsmarkt im Tourismus nur eine Chance, wenn man sich mit seinen Angeboten von der grossen Masse abhebt. Nach 20 Jahren Appenzeller Ferienkarte zeigt sich immer deutlicher, dass damals die Weichen richtig gestellt wurden. Auch wenn es 2004 kaum Klimadiskussionen gab, hat die Geschäftsstelle mit der Integration des regionalen öV in die erste All-inclusive-Gästekarte der Schweiz die Zeichen der Zeit erkannt und entsprechend klug investiert.

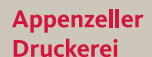
Vor 20 Jahren ging es in erster Linie noch um eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer und grundsätzlich um eine attraktive Gästekarte zur Stärkung der Hotellerie. Unterdessen brüstet sich praktisch jede Region mit einer eigenen Karte - mehr oder weniger erfolgreich. Die Appenzeller Ferienkarte hat sich selbstverständlich in diesen zwei Jahrzehnten auch kräftig gewandelt. Anfänglich nur für die Hotellerie konzipiert, wurden schon im 2. Jahr die Ferienwoh-

nungen integriert. Sehr schnell musste auch der Preis für die Beherberger angepasst werden, nach rund 10 Jahren gab es erstmals eine separate Wintergästekarte, und vor 5 Jahren wurde der digitale Schritt vollzogen.

Von Anfang an dabei waren praktisch die gleichen Firmen und Partner, die die Appenzeller Ferienkarte noch heute unterstützen. Diese Treue ist nicht selbstverständlich, und es gilt, sie explizit hervorzuheben und zu verdanken. Es ist eine einleuchtende Tatsache, dass Gäste, die länger in einer Destination bleiben, auch mehr konsumieren. Davon profitiert die gesamte Tourismuswirtschaft inklusive Detailhandel und Gastronomie.

Auf der Angebotsseite gab es und wird es auch in Zukunft immer wieder Anpassungen geben. Im Bewusstsein, dass es nicht ohne die zahlreichen Leistungserbringer geht, zeigen sich gerade bei der Appenzeller Ferienkarte eine grosse Solidarität und ein cleveres Tourismusverständnis für «das grosse Ganze» aller beteiligten Partner.

DANKE FÜR 20 JAHRE UNTERSTÜTZUNG DER APPENZELLER FERIENKARTE



«... wir haben uns gefragt, wie Sie das finanzieren!»

Nach der anfänglichen Unterstützung durch die Neue Regionalpolitik (NRP) musste die Geschäftsstelle im Berichtsjahr 2023 die Finanzierung der Gratis An- und Rückreise für Beherbergungsgäste, die drei Nächte und länger in der Destination bleiben, aus eigenen Mitteln bezahlen.

Nicht nur Gäste fragen am Schalter der Tourist Information gelegentlich, wie man das finanziere, sondern auch andere Schweizer Destinationen oder Beherbergungsgruppen fragen nach dem Prinzip. Die Antwort fällt relativ einfach aus: Verzicht auf eigene Kommunikation - sprich plakative Werbung - und somit direkte Investitionen ins Gästeangebot. Wohl wissend, dass die beste Kommunikation immer noch die Mundpropaganda der Gäste selbst ist, funktioniert diese Überlegung von Jahr zu Jahr besser. Zudem haben auch die Beherberger erkannt, was für einen Wettbewerbsvorteil ein solches Angebot bedeutet, und heben es in ihrer Kommunikation entsprechend hervor, zumal sie das Angebot weiterhin nichts kostet.

Das Angebot der Gratis An- und Rückreise mit dem öffentlichen Verkehr ermöglicht die Auswertung zahlreicher interessanter Statistiken, so zum Beispiel über die Herkunft der Innerrhoder Feriengäste. Waren es während der Pandemie (2020) vorwiegend Gäste aus der Westschweiz, die vom Angebot Gebrauch machten, verlagern sich die Buchungszahlen nun immer mehr in Richtung Nordwestschweiz, Zürich und Zentralschweiz. Besonders interessant ist der rasante Zuwachs von ausländischen Gästen, die das Angebot zum Beispiel ab Zürich Flughafen nutzen. Bei praktisch allen spielt der direkte Kontakt zwischen Gast und Beherberger, der auf das Angebot hinweist, die entscheidende Rolle.

Es wäre zu einfach und schlichtweg falsch, die mit dem Angebot generierten Logiernächte vollständig dem Angebot der Gratis An- und Rückreise zuzuordnen. In erster Linie geht es dem VAT AI darum, die Gäste zu motivieren, mit dem öffentlichen Verkehr anzureisen und



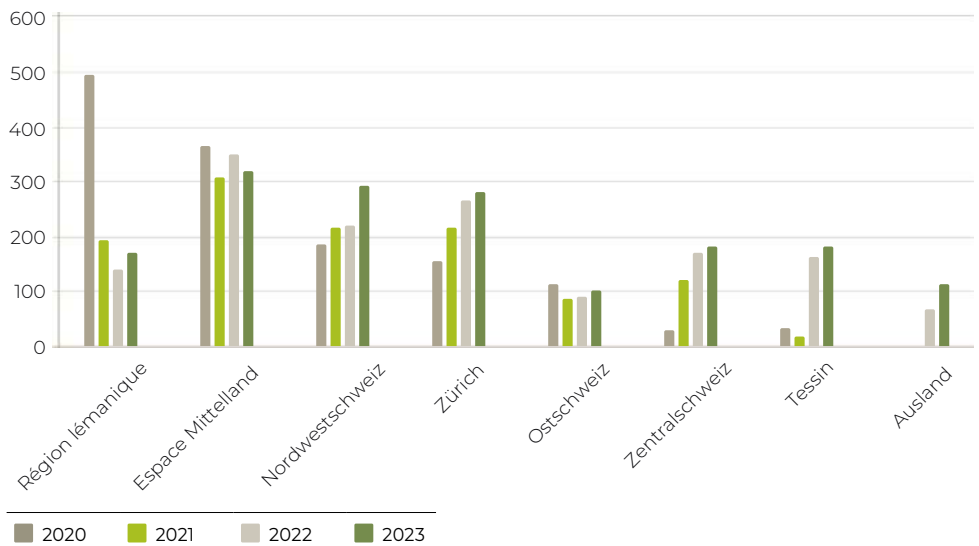
Appenzeller Bahnen im Herbst bei Gontenbad

das eigene Auto zu Hause zu lassen. Der Preis kann so kein Grund mehr sein, einen aktiven Beitrag zur persönlichen CO₂-Reduktion zu leisten. Andere Faktoren wie Bequemlichkeit oder Geschwindigkeit spielen offensichtlich nach wie vor eine grosse Rolle. Die Gästebefragung zeigt aber, dass doch 30 bis 40% der Gäste, die einen Urlaub von drei Nächten und mehr in Appenzell buchen, sich dank dieses Angebots entscheiden, mit der Bahn anzureisen. Aus Sicht des öffentlichen Verkehrs sind das sehr erfreuliche Zahlen, aus unserer Destinationssicht dürfte diese Zahl durchaus noch höher ausfallen. Unser Ziel als Destination ist klar, dass wir nicht nur von einem nachhaltigen Tourismus sprechen möchten, sondern im Rahmen unserer Möglichkeiten einen aktiven - sprich auch wertvollen - Beitrag gegen den Klimawandel leisten. Untersuchungen zeigen, dass 72% des CO₂-Ausstosses eines Feriengastes durch die

Anreise entstehen. Der VAT AI setzt hier sicherlich am richtigen Ort den Hebel an und unterstützt gleichzeitig die individuelle Wertschöpfung der Leistungsträger im Kanton.

Besonders stolz ist die Geschäftsstelle, dass die Gästezufriedenheit beim Bestellungs- und Reservationsvorgang der Billette äusserst hoch ist. Über 95% der Gäste bestätigen, dass sie mit dem Handling sehr zufrieden sind. Hier leisten insbesondere die Angestellten am Schalter der Tourist Information mit ihrer grossen Diensthaftigkeit eine hervorragende Arbeit.

ENTWICKLUNG DER HERKUNFT DER GÄSTE MIT GRATIS AN- UND RÜCKREISE



Auf das Jahr 2017 stellte der VAT AI ein NRP-Gesuch, um ganz gezielt das Produktmanagement zu stärken und mit 60 Stellenprozenten eine Mitarbeiterin zur Verfügung zu stellen, die sich um viele Ideen, Anregungen und Projekte im Kanton kümmert.

Die Ziele lauteten unter anderem: «Mit einem mittelfristigen Horizont von fünf Jahren möchten wir die Destination Appenzell als zwar kleine, aber qualitativ hochstehende Tourismusregion verankern. Insbesondere möchten wir die Wertschöpfung der bestehenden Infrastrukturen erhöhen und eine noch bessere Dienstleistungsqualität erhalten. Im Bereich Verkauf müssen die buchbaren Angebote ausgebaut werden.»

Das Projekt war zuerst auf drei Jahre bis 2020 ausgerichtet. Schon bald zeigte sich, dass es zwar viele Ideen gibt, aber die Umsetzung nur sehr träge und teils mühsam vonstattengeht. Dank der Flexibilität der NRP-Gelder konnte das Projekt mit einem zwar kleineren Pensum, dafür aber länger geführt werden. Im Herbst 2023 wurde die letzte Unterstützungstranche ausgezahlt. Die wertvollen Erfahrungen der Projektphase fliessen nun ins Produktmanagement der Geschäftsstelle ein. Die Stelle wird weitergeführt, aber auf Kosten des VAT AI.

Ein Blick auf die rund 20 Projekte, die in diesen sieben Jahren angestossen und umgesetzt wurden, zeigt, dass von aussen zwar vieles selbstverständlich erscheint, am Ende aber doch sehr viel Arbeit, Geduld und auch finanzielle Mittel drinstecken. Immer wieder mussten Personen beigezogen, Drittmeinungen eingeholt und behördliche Bewilligungen beantragt werden. Gleichzeitig waren gerade diese «Aus-sichten» sehr wertvoll; kaum ein Projekt wurde ohne Partner umgesetzt. Die Vernetzung und das Zusammenwirken sind sehr positiv zu werten. Die Sicherstellung einer nachhaltigen Finanzierung ist jeweils eine zusätzliche Herausforderung, die es nicht zu unterschätzen gilt. Zudem haben die sieben Jahre Projektphase gezeigt, dass man im Tourismus immer wieder vom Tagesgeschäft eingeholt wird und die personellen Ressourcen kurzfristig ander-

weitig eingesetzt werden müssen. Die Pandemiejahre, die Wanderunfälle, die Netzplanbereinigungen, die Sensibilisierungskampagnen und auch betrieb-sinterne personelle Veränderungen erforderten immer wieder Anpassungen. Am Ende steht auch die Einsicht, dass bei weitem nicht alle Ideen umgesetzt werden konnten. Die beiden Hauptgründe sind die personellen und finanziellen Ressourcen. Die Geschäftsstelle wird die nächsten Jahre weiterhin einen Schwerpunkt auf die Gestaltung neuer Angebote setzen und so die Attraktivität der Destination im Rahmen der strategischen Vorgaben steigern.

Die wichtigsten und grössten Projekte, die zeigen, dass mittel- bis langfristig nennenswerte Erfolge erzielt wurden:

- Neulancierung Appenzeller Kapellenweg
- Kunstlandschaft Appenzell mit Kunstführer und Website
- Neulancierung Pfeff-ond-Lischt-Weeg
- Broschüre Kapellen und Kirchen in AI (Erscheinung 2024)
- Flurnamen (Montage 2024)
- Lancierung von 11 Rondon-Wegen in allen Bezirken
- Vielfalt Landwirtschaft (Fotos, Sensibilisierung, Verkauf, Angebote)
- Gestaltung Winterwochenprogramm
- Zusammenstellung Winterpauschale «Winterzeit in Appenzell»
- Lancierung Winter auf Schweiz Mobil
- Digitale Wegweiser mit Wanderzeiten auf appenzell.ch
- Wandergipfel – Besucherlenkung
- Unterstützung Jodel-Solo
- Infotafeln Wanderland an Ausgangspunkten

«... wir waren mit der ganzen Familie am Sonntag auf dem Pfeff-ond-Lischt-Weeg unterwegs und haben Würste gebraten. Schön, dass er aufgefrischt und verlängert wurde!»



Pfeff-ond-Lischt-Weeg



Rondom-Wege



Unterstützung Jodel-Solo



Wandergipfel



Winter auf SchweizMobil



Broschüre Kapellen und Kirchen in AI



Vielfalt Landwirtschaft

Torgriffe



*«... nur schade, dass
der Kirchenboden
nicht ‹teenzig› ist.»*

Ideen haben ist das eine, Ideen umsetzen und über Jahre anbieten das andere. Deshalb sind die Hauptfragen innerhalb der Geschäftsstelle, wenn Einheimische oder Gäste mit einer Idee an uns herantreten, stets: Ist die Idee nachhaltig umsetzbar und vor allem auch finanzierbar? Stärkt die Idee die Marke Appenzeller, oder ist es ein billiger Abklatsch?

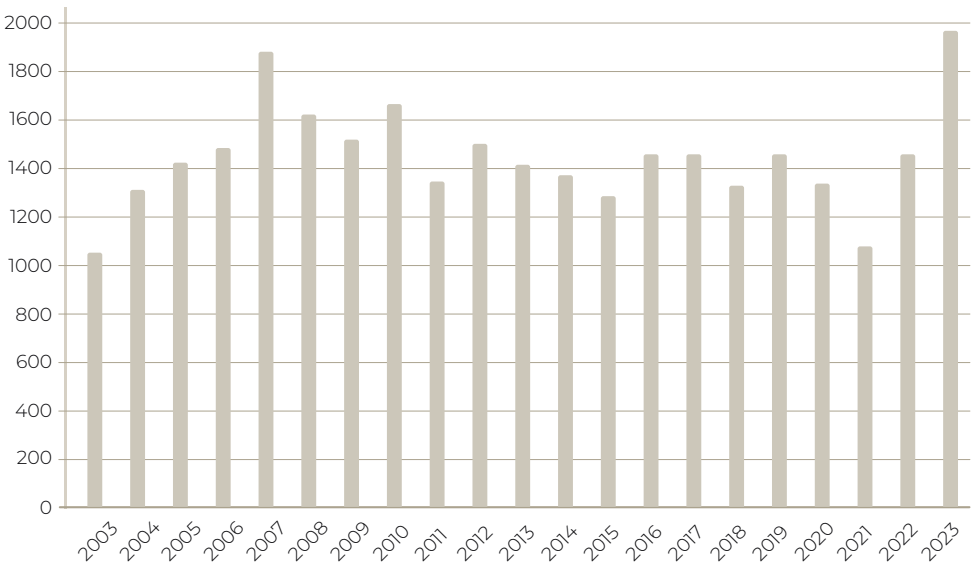
Dabei schauen wir gelegentlich auch über den Tellerand hinaus und lassen uns von anderen Destinationen, Regionen oder gar Ländern inspirieren. Alle neuen Produkte müssen aber ins Schema unserer Strategie passen. Nur mit einem klaren und eigenen Selbstverständnis in der Kommunikation, wie auch in der Produktgestaltung, hat man auf dem globalen Verdrängungsmarkt des Tourismus eine Chance. Das Original ist immer besser als die Kopie, und an diesen Grundsätzen halten wir, wenn immer möglich, fest.

Seit über 25 Jahren organisiert die Geschäftsstelle jeden Donnerstagabend von Juni bis Oktober sowie an den Adventssonntagen die beliebten Konzerte mit Appenzeller Formationen. Von Beginn an erfreuten diese viele Einheimische und noch mehr Gäste.

Durchschnittlich besuchen 75 Personen die rund 20 Konzerte pro Jahr, die seit 2020 in der Kirche des Kapuzinerklosters stattfinden und seit dem vergangenen Sommer dank dem schönen Theatervorhang akustisch noch mehr überzeugen als zuvor. Damals war es noch gar nicht so üblich, dass Appenzeller Formationen konzertant auftreten. Hier hat sicherlich auch ein Wandel stattgefunden.

Hauptziel der damals von Willy Raess initiierten Konzerte war, die Gäste unter der Woche zu «belohnen» und so zu einem längeren Aufenthalt in Appenzell zu motivieren. Die Gefahr bestand schon damals, dass sich der Appenzeller Tourismus zu sehr auf die Wochenenden konzentriert. Diesem Trend wirkt die Geschäftsstelle mit attraktiven Angeboten früher wie heute entgegen.

BESUCHERZAHLEN PRO JAHR AN DEN DONNERSTAGSKONZERTEN



*«... Kompliment für Ihre schönen
und informativen Broschüren!»*



Bei der Aufzählung aller Projekte und Massnahmen geht die Bedeutung der klassischen Kommunikation für die Destination gern verloren. Dabei ist gerade diese extrem dem schnelllebigen Zeitgeist unterworfen und muss ständig neuen Trends gerecht werden. Dieser Druck kann zu einem Aktivismus führen, der mehr schadet als nützt. Darum ist die Geschäftsstelle in einem ständigen Balanceakt zwischen Weiterführen der bewährten Kommunikationsinstrumente und Aufnehmen neuer Ideen und Möglichkeiten.

Ohne Broschüren, Internetauftritt und Medienmitteilungen geht weiterhin nicht viel. Über die Bedeutung der sozialen Medien streiten die Fachleute, und Inserate in Magazinen passen schon seit Jahren nicht in unser Budget.

Die grosse und praktisch gleichbleibende Anzahl Broschüren, die durch die Geschäftsstelle erstellt und über eigene oder Kanäle Dritter abgegeben werden, gehören nach wie vor zu den wichtigsten Kommunikationsmitteln einer Tourismusorganisation. Dabei ist es offensichtlich, dass weniger Broschüren per Post verschickt werden, aber vor Ort eher mehr mitgenommen und durchgeblättert werden. Die Gäste haben während ihres Aufenthalts Zeit, die Broschüren zu studieren und sich vor Ort inspirieren zu lassen.

Mit 804'288 Besuchern von appenzell.ch wurden im vergangenen Jahr gleich viele Website-Besucher gezählt wie 2022. Dieser hohe Wert und keine Reklamationen über Darstellung und Inhalte zeigen, dass der Auftritt gut ankommt und die intensive Arbeit an Aktualität und Attraktivität sich durchaus lohnt. Praktisch 1,5 Vollzeitstellen kümmern sich um die korrekten Einträge von Veranstaltungen, Bildern, Angeboten und allgemeinen Informationen auf unserer Website. So wurden zum Beispiel im Bereich der Beherbergung sämtliche Piktogramme dem Zeitgeist angepasst, neu gestaltet und auf den aktuellen Stand gebracht. Dies nur ein Beispiel einer zeitintensiven Arbeit, die von aussen zwar kaum wahrgenommen wird, aber doch gemacht werden muss, um attraktiv zu bleiben. Zweifellos haben die Websites gegenüber den Broschüren die Nase beim Erstkontakt zwischen Gast und Destination vorn.

Oft sind es auch nur kleine feine Projekte, die bei den Gästen aber eine grosses «Ah!» und «Oh!» auslösen. Die Abgabe von 5000 Gratis-Sonnencremen zum Wandern oder das neue Projekt der Markierungstage sind Ideen, die mit relativ geringem Aufwand positives Erstaunen und Gespräche auslösen, die das Image einer innovativen Ferienregion mitprägen und verstärken.



Alpestein-Sonnenmilch

«... Danke! Ich habe es sehr geschätzt, dass ich mit einem Einheimischen einen Spaziergang machen konnte.»



Die Verantwortlichen von Kanton und VAT AI haben immer wieder erklärt, dass sowohl die kantonale Tourismuspolitik als auch die Strategie des VAT AI sich ergänzen müssen. Auch wenn die beiden Papiere unterschiedliche Flughöhen aufweisen, ist es wichtig, dass sie sich ergänzen und die gleichen Ziele verfolgen. Ein gutes Beispiel ist sicherlich die Förderung der Nebensaison. In Appenzell und Umgebung dürfen wir uns glücklich schätzen, dass, wenn das Wetter im Sommerhalbjahr stimmt, wir genug Gäste und zufriedenstellende Auslastungen haben. Den Hebel für mehr Wachstums soll man vor allem in der Vor- und der Nachsaison (März bis Juni sowie November und Dezember) ansetzen. Zudem sollen auch die klassischen Wintermonate Januar und Februar eine Attraktivitätssteigerung erhalten, dies allerdings nur im Tal und rund um die geöffneten Bergbahnen und Lifte.

Bei 10 bis 15 wirklich schönen und klassischen Wintertagen im Jahr müssen wir uns in Appenzell in den nächsten Jahren die Frage stellen, wie viel Aufwand man für den Unterhalt von Winterwanderwegen, Schneeschuhrouten, Schlittelstrecken, Informationen für Wildruhezonen usw. betreiben möchte, wenn keine drei Tage nach dem schönsten Schneefall alles wieder dahinschmilzt und buchstäblich im «Pflutsch» endet. An weit mehr als der Hälfte der Wintermonate liegt bei uns kein oder nur mehr sehr wenig Schnee.

Dieser Tatsache soll das vor zwei Jahren lancierte Winterwochenprogramm Rechnung tragen und den Gästen vermehrt schneeunabhängige Angebote aufzeigen. Dies können sowohl kulturelle wie auch sportliche Angebote, darunter zum Beispiel auch geführte Wanderungen mit und ohne Schnee, sein. Die Gäste sollen sehen, dass es sich durchaus lohnt, ein paar ruhige Ferientage in Appenzell, ohne Hektik und Massenskitourismus, zu verbringen.

Zudem bieten 15 Hotels im Tal attraktive Pauschalen vom 1. November bis 31. März an, um den Gast mit Hilfe des Winterwochenprogramms, der Appenzeller Ferienkarte, der Gratis An- und Rückreise sowie mit Abendessen im Hotel zu einem etwas längeren Aufenthalt zu bewegen. Im Wissen, dass es Pauschalen in der Regel schwer haben, freut sich die Geschäftsstelle über jede Buchung. Zudem ist hinlänglich bekannt, dass Schweizer Gäste ihre Ferien in der Schweiz lieber individuell buchen. Trotzdem erscheint der Geschäftsstelle das Pauschalangebot insbesondere für die Kommunikation und als Motivation für eine Reise nach Appenzell wichtig und lohnenswert.

Da vor allem in der zweiten Winterhälfte das Skigebiet Ebenalp-Horn über ausgezeichnete Pistenverhältnisse verfügt, wurde - entgegen dem allgemeinen Klimatrend - doch auch eine Winterpauschale geschaffen, die bei jedem sportbegeisterten Skifahrer das Herz höherschlagen lässt. Die Zusammenarbeit von Timbaer Skimanufaktur, Hof Weissbad, Ebenalpbahn, Berggasthaus Ebenalp und unserer Geschäftsstelle verdeutlicht, dass es nicht an Willen mangelt. Es wird alles unternommen, um insbesondere auf der Ebenalp ein attraktives Skigebiet für Gäste, aber auch für Einheimische und sportbegeisterte aus der Region bieten zu können.

*«... ich habe die Werbung
im Postauto gesehen!»*



Man muss im Schweizer Tourismus nicht weit schauen, um zu erkennen, dass eine Kooperation unter vier eigenständigen Bergbahnen und zwei kantonalen Tourismusorganisationen keine Selbstverständlichkeit ist. Im Bewusstsein, dass alle vier Luftseilbahnunternehmen in der Nebensaison mehr Gäste brauchen können, hat man sich bereits vor zwei Jahren zusammengesetzt und entschieden, die Nachsaison ab Mitte Oktober bis Dezember mit einer Nebelmeerkampagne zu bespielen. Über verschieden Kanäle soll schwerpunktmässig in den Kantonen Thurgau und Zürich gezeigt werden, dass es sich lohnt, einen Ausflug an die Sonne auf einen der vier Ausflugsberge im Alpstein zu unternehmen. Durch Clear Channel, Live-Bilder (Passenger TV, Tankstellen, Poststellen), Social-Media-Wettbewerbe und eine Influencer-Kampagne wurde auf die Attraktivität der vier mittels Seilbahnen erschlossenen Gipfel weit über dem Nebelmeer in der Nebensaison aufmerksam gemacht.

Während im ersten Projektjahr 2022 teilweise ideale Verhältnisse für die Idee der Nebelkampagne herrschten, fielen viele Tage 2023 sprichwörtlich dem Wetter zum Opfer. Trotzdem zeigen die Teilnahmezahlen an den Wettbewerben (14'813 Teilnehmer), die 33'772 Link-Klicks sowie die zahlreichen Likes und Kommentare, dass die Kampagne die Ziele erreicht hat und sicherlich den einen oder anderen Gast in die Region bringen konnte.



«... darf ich noch ein Foto mit Ihnen machen?»

Die Schnellebigkeit des Marktes zeigt sich ganz besonders in der Organisation Appenzeller Regionalmarketing. Die Planung eines detaillierten Budgets macht fast keinen Sinn mehr. Die Anfragen für Auftritte und Massnahmen kommen von Jahr zu Jahr kurzfristiger und beanspruchen unsere Flexibilität. Dabei handelt es sich oft um sehr interessante und starke Auftritte, die einfach wahrgenommen werden müssen.

Bestes Beispiel für eine solche Aktion ist der Auftritt an der Olma 2023 im Rahmen eines neu geschaffenen Genussmarktes in der brandneuen Olma-Halle 1. So wurde die definitive Zusage erst im Sommer erteilt, und drei Monate später stand der komplette Auftritt. Erstmals betreute das Appenzeller Regionalmarketing einen gemeinsamen Stand mit bäuerlichen Direktvermarktern aus Innerrhoden. Die Zusammenarbeit mit dem Landwirtschaftsdepartement, den Bäuerinnen und Bauern, den Gewerbetreibenden sowie unserer Organisation funktionierte ausgezeichnet. Dabei half insbesondere die Erfahrung aus dem Betrieb der Pop-up-Stores in Langenthal und Thun. Selbstverständlich trugen auch die positiven Absatzzahlen viel zur guten Stimmung bei. Es zeigte sich zudem einmal mehr, dass die Appenzeller Tracht ein unvergleichlicher Blickfang ist, der die Kunden anzieht und zum Kauf von Produkten animiert.



Stand-Team an der Olma



Team an der IGEHO

«... ich erhalte in ganz Basel kein besseres Essen als bei euch im Messerrestaurant!»

Natürlich wird es auch weiterhin von langer Hand geplante Messeauftritte geben. Der Gastregionsauftritt an der IGEHO war sicherlich ein solcher. Nur schon die Ausstellungsfläche (über 1000 m²) erforderte eine umfassende Planung und zahlreiche Sitzungen im Voraus. Zusammen mit den grossen Partnern Appenzeller Bier, Appenzeller Alpenbitter und Goba Mineralquelle wurde ein sehenswerter Auftritt geplant. Das Messerrestaurant mit 250 Sitzplätzen wurde von VAT-AI-Präsident Sepp Manser geführt und organisiert. Unterstützt wurde er dabei von Bergwirtepräsident Thomas Manser sowie vielen Bergwirtinnen und

Bergwirten. Während der Regio-Genussmarkt an der Olma mehr für die kleineren Partner interessant war, ging es beim IGEHO-Auftritt klar um die Präsenz der grossen Partner. Das positive Echo der Besucher war der verdiente Dank für die grosse Arbeit, die alle Beteiligten, aber vor allem auch die Bergwirte nach einer langen und anstrengenden Saison auf sich nahmen.

Gerade am Beispiel des IGEHO-Auftrittes zeigte sich die Wichtig- und Richtigkeit des Appenzeller Regionalmarketings. Es gab tatsächlich Messebesucher, die glaubten, der gesamte Appenzeller Auftritt sei von einer einzigen Firma organisiert und finanziert worden. Diese Wahrnehmung von aussen spricht für die starke Einheit, die wir alle zusammen ausstrahlen. Dass es dabei eine Organisation braucht, die die Fäden zusammenhält, ist allen Beteiligten klar. Dem Kanton sei an dieser Stelle für die Unterstützung gedankt, sprach er doch die Gelder für die IGEHO während einer kritischen Phase der Pandemie.

«... da können selbst die Österreicher mit ihrer Vermarktung des Handwerks nicht mithalten!»

Noch nie hat eine von unserer Geschäftsstelle herausgebrachte Broschüre für so viel positive Aufmerksamkeit gesorgt wie das im Frühjahr komplett überarbeitete und neu aufgelegte Magazin «Qualität aus Tradition» des Appenzeller Regionalmarketings. Die von koller.team frisch gestaltete und von dreierlei und der Geschäftsstelle getextete Broschüre wurde in sämtliche Haushalte im Kanton verschickt. Von unserer Seite waren wir bei der Lancierung der Broschüre gar nicht so sicher, ob ein gedrucktes Magazin dem heutigen Zeitgeist überhaupt noch entspricht. Die begeisterten Rückmeldungen vieler Einheimischer, aber auch der im Magazin vorgestellten Mitglieder des Appenzeller Regionalmarketings zeigen, dass der Entscheid richtig war.

Ein Blick in die Broschüre zeigt, dass wir in Appenzell Innerrhoden stolz auf unsere Produzenten und Handwerker sein dürfen. Kaum eine andere Region in der Schweiz besitzt eine solche Fülle und Breite von eigenständigen Unternehmern. Das Magazin ist aus unserer Sicht die richtige Antwort darauf, für einmal die eigenen Stärken zu zeigen und nicht immer neidisch auf andere Regionen, Destinationen und Länder zu schauen. Wie bei der Koordination der gemein-

samen Messeauftritte ist eine solche Publikation für das kantonale Gewerbe deutlich einfacher zu realisieren, wenn sich eine Organisation wie das Appenzeller Regionalmarketing darum kümmert.

Kaum mehr wegzudenken sind auch die Tragtaschen, die das Appenzeller Regionalmarketing zusammen mit Appenzellerland Tourismus AI produziert und finanziert. Sämtlichen Mitgliedern werden Kontingente von Taschen gratis zur Verfügung gestellt. Im Berichtsjahr 2023 mussten über 30'000 Taschen bestellt werden. Diese wurden mit neuen Bildern versehen und an die Mitglieder verteilt.

Erwähnt sein soll auch der bereits traditionelle und stets interessante Anlass «Partner besuchen Partner». In diesem Jahr wurden die Mitglieder in die Hauptgasse zu Thomas Sutter eingeladen. Thomas Sutter wusste viel Interessantes über sein Handwerk, seine Philosophie und die breit aufgestellte Unternehmung zu erzählen. Die zahlreich erschienenen Mitglieder erlebten einen spannenden Abend, der selbstverständlich mit Appenzeller Spezialitäten in fester und flüssiger Form eine würdigen Ausklang erlebte.



Pop-up-Store in Thun (Februar bis Mai 2023)

Appenzellerland.

appenzell.ch



QUALITÄT AUS TRADITION



*«... ein schöneres Geschenk
gibt es einfach nicht!»*



Appenzell ist sicherlich die einzige Tourist Information, in der mehr Einheimische ein und aus gehen als Gäste. Dies nicht etwa, weil wir keine Gäste in Appenzell empfangen dürfen, sondern vielmehr, weil die Tourist Information auch Leistungen für die Einheimischen erbringt, die andere Organisationen in dieser Form nicht bieten. Der Verkauf der Gutscheine ist sicherlich ein Hauptfaktor, aber auch die zahlreichen Vorverkäufe für kulturelle Anlässe, die ohne Kommissionsgebühren durch die Geschäftsstelle abgewickelt werden, sind eine Dienstleistung, die zur Förderung eines breiten kulturellen Angebots beiträgt.

Dass die Summe der verkauften Gutscheine gegenüber dem Vorjahr noch einmal leicht angestiegen ist, konnte so nicht erwartet werden. Die Tourist Information verkaufte 2023 für insgesamt CHF 1'177'765 Gutscheine, die im Appenzellerland eingelöst werden können. Dass auch die Summe der Rücknahmen bei über CHF 1 Mio. liegt, belegt die Tatsache, dass der Umlauf sehr gut ist. Insgesamt wurden Gutscheinbeträge an Leistungsträger im Appenzellerland in der Höhe von CHF 1'028'398 ausbezahlt.

In Zukunft wird sich weisen, wie sich die gegen Ende des Jahres initialisierte Digitalisierung der Vorverkäufe auf die Besuche von Einheimischen in der Tourist Information auswirken wird. Im Rahmen eines NRP-Projekts werden zukünftig die Vorverkäufe

digital abgewickelt. Dies in enger Zusammenarbeit mit der Firma e-guma. Selbstverständlich wird es weiterhin möglich sein, Tickets für Veranstaltungen auch am Schalter der Tourist Information zu beziehen, aber der Schritt in die Digitalisierung musste einmal vollzogen werden.

Dass sich bald jede Schalterangestellte auch für einen Billettschalter der SBB bewerben könnte, liegt sicherlich am Handling der Gratis An- und Rückreise. Die Schalterangestellten stellten, zusammen mit der Lernenden des 1. Lehrjahres, im Berichtsjahr über 5200 Bahnbillette zu Händen unserer Gäste aus. Der weitest grösste Teil wurde digital verschickt. Es kam vor, dass Gäste erst auf dem Perron daran dachten, telefonisch bei der Tourist Information ein Billett anzufordern, das sie dann auch umgehend erhielten. Diese hohe Dienstleistungsbereitschaft ist nicht selbstverständlich, sie zeichnet aber Appenzell als gastfreundliche Destination speziell aus.

«Es wird gebaut an der Hauptgasse 38, und es ist eine Freude zu sehen, welche grossartige Arbeit unsere einheimischen Handwerksbetriebe leisten. Einblicke und Eindrücke von der Baustelle, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, verbunden mit einem grossen Dank an alle Beteiligten!»





Man soll bekanntlich die Feste feiern, wie sie fallen, und das 125-jährige Bestehen eines Vereins ist sicherlich ein ausserordentliches Jubiläum. So ist der VAT AI ein Jahr älter als die Appenzeller Kantonalbank und gehört auch schweizweit zu den ersten offiziellen Tourismusorganisationen.

Nachdem feststand, dass es mit dem über Jahre gehegten Wunsch nach optimaleren Räumlichkeiten plötzlich sehr schnell ging, war klar, was der Höhepunkt im Jubiläumsjahr sein wird. Der Bezug der neuen Tourist Information am Landsgemeindeplatz wird ein historischer Moment in der Geschichte des Vereins sein, zumal er die Räumlichkeiten selbst kauft und sie in sein Eigentum übergehen. In den neuen Räumlichkeiten werden die Tourist Information, die Büros und das Lager unter einem Dach vereint sein. Auf diese Erleichterung der internen Abläufe hat der Verein sehr lange gewartet. Dass zudem im 1. Untergeschoss des Hauses am Landsgemeindeplatz noch ein repräsentativer Gruppenraum für Anlässe geschaffen werden konnte, ist ein weiterer Glücksfall. Bisher mussten für sämtliche Gruppenprogramme externe Räumlichkeiten gebucht werden. Zudem besitzt der Verein mit der Wohnung im 2. Obergeschoss eine Raumreserve, die je nach Entwicklung Möglichkeiten bietet. Am Samstag, 8. Juni 2024, findet im Rahmen eines Tags der offenen Tür ein kleines Eröffnungsfest statt.

Ein Jubiläumsjahr ist immer auch Anlass, um auf die eigene Geschichte zurückzublicken. Dieser Blick ist in dieser schnelllebigen Zeit von grosser Bedeutung und für die eigene Identität wichtig. Denn nur wer die Vergangenheit kennt, kann die Gegenwart verstehen und die Zukunft gestalten (Zitat August Bebel). Für die historische Aufarbeitung werden Fachleute beigezogen, die die nötige Erfahrung und das Können mitbringen, um das geplante Buchprojekt zeitgemäss umzusetzen. Dabei soll gemäss Konzept die Vereinsgeschichte in den Kontext der Tourismusgeschichte eingebettet werden. Somit wird zwingend auch die politische, wirtschaftliche und soziale Entwicklung in Appenzell Innerrhoden thematisiert werden. Dank einer zusätzlichen projektbezogenen

Unterstützung aus dem kantonalen Tourismusförderungsfonds ist der Vorstand überzeugt, eine würdige und wertige Jubiläumsschrift in Buchform zu erhalten, die die gesamte Bevölkerung des Kantons interessieren wird.

Mit einer Wanderausstellung von historischen Bildern will der VAT AI auch einen Blick in «die gute alte Zeit» wagen. Die Ausstellung wird an verschiedenen Orten und Plätzen zu sehen sein, und die Bilder werden bei der älteren Generation zweifellos Emotionen wecken und auch den jüngeren Menschen einen staunenden Blick auf die Vergangenheit ermöglichen.

Das wichtigste Gut unseres Tourismus sind nach wie vor die Menschen, die die Gäste empfangen, sie beraten und betreuen. Nicht umsonst heben Gäste bei Befragungen die Freundlichkeit der Angestellten am meisten hervor. Für diese gelebte Gastfreundschaft will der VAT AI sich bei allen ehemaligen Angestellten, Lernenden und Vorstandsmitgliedern mit einem



JUBILÄUMSPROGRAMM

**Jubiläums-Hauptversammlung mit
Einsegnung der neuen Räumlichkeiten**

8. April 2024

**Brunch für alle ehemaligen Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter auf dem Kronberg**

9. Mai 2024

**Tag der offenen Tür im neuen Gebäude
für die ganze Bevölkerung**

8. Juni 2024

Wanderausstellung mit historischen Bildern

Orte und mehr siehe appenzell.ch/125

**Sonderausstellung «Hochsaison. Zu Gast in
Appenzell Innerrhoden» im Museum Appenzell**

17. März bis 3. November 2024

Portraitserie «mit Liib ond Seel»

im Appenzeller Volksfreund

Jubiläumsbuch zur Geschichte des Innerrhoder Tourismus

Erscheinung im Frühling 2025

appenzell.ch/125



gemeinsamen Frühstück auf dem Kronberg bedanken. Es braucht oft nicht viel mehr als ein Lächeln, ein nettes Wort und eine Geste des Dankes bei den Gästen, um sie glücklich zu machen. Für einmal stellt der VAT AI die Mitarbeiter in den Mittelpunkt und bedankt sich im Rahmen der Jubiläumsfeierlichkeiten persönlich bei allen dafür, dass sie sich mit «Liib ond Seel» für den Tourismus einsetzen.

Ganz besonders freut es den Vorstand, dass das Museum Appenzell das Jubiläumsjahr zum Anlass nimmt, um unter dem Titel «Hochsaison, zu Gast in Appenzell Innerrhoden» eine passende Sonderausstellung zu zeigen. Nachdem man über 25 Jahre unter einem gemeinsamen Dach gewirkt hat, trennt man sich räumlich mit einem lachenden und weinenden Auge. Umso sympathischer und passender wirkt diese Ausstellung, die mit vielen interessanten Objekten die Geschichte des Innerrhoder Tourismus auf faszinierende Art aufleben lässt.

ERFOLGSRECHNUNG 2023

MIT BUDGET 2024

ERTRAG	Rechnung 2022	Budget 2023	Rechnung 2023	Budget 2024
Verkauf Handelsware und Dienstleistungen	626'148.68	655'000.00	630'886.77	662'000.00
Freiwillige Beiträge Bezirke, Feuerschau, Gastro AI	39'585.00	38'000.00	38'430.00	38'000.00
Subvention Kanton	1'140'000.00	1'140'000.00	1'140'000.00	1'140'000.00
Fundraising Schweizer Wanderwege	50'616.40	50'000.00	51'041.40	50'000.00
Mandate	93'004.04	90'000.00	87'434.21	50'000.00
Kommunikation Tourismus	100'485.97	87'500.00	106'524.39	92'000.00
Produktmanagement	643'055.95	437'500.00	441'103.73	465'000.00
Appenzeller Produkte	259'611.42	246'000.00	272'061.48	173'000.00
Beiträge aus Wanderwegunterhalt	196'819.55	191'000.00	211'067.69	196'000.00
Ertragsminderungen	-59'080.87	-55'000.00	-69'570.54	-60'000.00
A. o. Erfolg	12'355.50	0.00	7'284.05	220'000.00
Immobilien'ertrag	0.00	20'000.00	36'640.01	20'000.00
Ertrag Total	3'102'601.64	2'900'000.00	2'952'903.19	3'046'000.00

AUFWAND	Rechnung 2022	Budget 2023	Rechnung 2023	Budget 2024
Verkauf Handelsware und Dienstleistungen	273'400.84	334'000.00	295'724.13	310'000.00
Personal Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	986'121.05	1'018'000.00	1'045'567.70	1'058'000.00
Verwaltungsaufwand Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	287'444.02	206'000.00	265'915.10	223'000.00
Kommunikation Tourismus	256'568.25	326'500.00	249'645.99	276'000.00
Produktmanagement	834'598.68	547'500.00	567'305.36	704'000.00
Appenzeller Produkte	264'586.05	246'000.00	275'326.25	173'000.00
Wanderwegunterhalt Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	141'165.93	102'000.00	103'132.06	102'000.00
Abschreibungen Mobiliar, Maschinen, Anlagen,	5'000.00	100'000.00	100'000.00	100'000.00
A. o. Aufwand	0.00	0.00	8'062.50	0.00
Immobilienaufwand	50'000.00	20'000.00	39'269.82	100'000.00
Aufwendungen total	3'098'884.82	2'900'000.00	2'949'948.91	3'046'000.00
Gewinn/Verlust	3'716.82	0.00	2'954.28	0.00
Total	3'102'601.64	2'900'000.00	2'952'903.19	3'046'000.00

BILANZ

PER 31.12.2023

AKTIVEN	2022	2023
Kasse	35'612.45	47'038.45
Kasse Fremdwährungen	2'064.58	543.70
Postcheck	603'384.67	84'959.31
Bankguthaben UBS Appenzell	75'014.35	83'573.45
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	40'678.47	32'827.17
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	2'439'806.23	1'069'056.95
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank Wegweiser	25'197.10	10'755.00
Diverse Debitoren	185'266.66	317'582.91
Delkrede	-2'000.00	-2'000.00
Transitorische Aktiven	46'601.60	20'110.94
Aktien	1.00	1.00
Büroeinrichtungen	1.00	1.00
Material Ruhebänke	1.00	1.00
Material Wegunterhalt	1.00	1.00
Fahrzeuge	1.00	1.00
Immobilie Hauptgasse 38	0.00	2'828'972.53
	3'451'631.11	4'493'425.41

PASSIVEN	2022	2023
Diverse Kreditoren	286'794.68	370'198.20
Transitorische Passiven	2'981'345.09	2'991'539.79
Fonds für Anlässe	45'000.00	45'000.00
Legat	37'585.37	32'827.17
Fonds Neuanschaffung Fahrzeug	40'300.00	40'300.00
NRP-Darlehen Bund Hauptgasse 38	0.00	950'000.00
Eigenkapital	56'889.15	60'605.97
Gewinn/Verlust	3'716.82	2'954.28
	3'451'631.11	4'493'425.41

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.

ERLÄUTERUNGEN ZU A.O., EINMALIGEN ODER PERIODENFREMDE POSITIONEN DER ERFOLGSRECHNUNG

Beim ausserordentlichen Ertrag handelt es sich im Wesentlichen um einen Beitrag zur Förderung von Wanderwegen. Der ausserordentliche Aufwand betrifft vorwiegend periodenfremde Aufwendungen und Korrekturen.

NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

Wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven:
CHF 131'000

SONSTIGE ANGABEN

Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verwendeten Aktiven: CHF 2'298'972.53

Appenzell, 19. Februar 2024
Appenzellerland Tourismus AI



Präsident
Sepp Manser

Geschäftsführer
Guido Buob

Im Auftrag der kantonalen Wanderweg-Fachorganisationen (WW-FO) akquirieren und betreuen die Schweizer Wanderwege Gönner/-innen und nationale Sponsoren. Dies erfolgt über ein zentrales Fundraising. Damit werden Aufgaben der Schweizer Wanderwege finanziert und diejenigen der kantonalen WW-FO unterstützt.

Die kantonalen WW-FO erhalten einen einheitlichen Sockelbetrag und einen variablen Beitrag, der sich nach der Einwohnerzahl und Länge des Wanderwegnetzes berechnet.

Die Anteile werden zur Förderung eines attraktiven, sicheren und einheitlich signalisierten Wanderwegnetzes sowie zur Förderung des Wanderns verwendet.

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 2023 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 Fehl Aussagen 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.

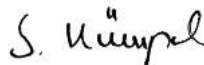
Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung sowie der Anhang Gesetz und Statuten. Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Appenzell, 19. Februar 2024

Die Revisoren



Kevin Clavien



Stefanie Kämpel

Markus Koster (abwesend)

«... öseri Basis im Höndegrond.»



VORSTAND

Präsident	Manser Sepp, Berggasthaus Meglisalp, 9057 Weissbad Tel. G +41 71 799 11 28, Tel. P +41 71 799 15 78, manser@meglisalp.ch
Mitglieder	Landammann Dähler Roland, Eggerstandenstrasse 35, 9050 Appenzell Tel. P +41 79 222 15 55, roland.daehler@vd.ai.ch
	Bischofberger Andrea, Weissbadstrasse 117, 9057 Weissbad Tel. G +41 71 798 90 10, Tel. P +41 71 799 11 18, abischofberger@baerli-biber.ch
	Inauen Bruno, Blumenrainstrasse 29d, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 30 35, inauenbrunner@bluewin.ch
	Koller Alfred, Ziegeleistrasse 1, 9050 Appenzell Tel. P +41 71 787 50 30, alfred.koller@appenzell.ai.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
	Mock Walter, Himmelbergstrasse 4, 9108 Gontenbad Tel. P +41 71 794 10 59, mockwalter@bluewin.ch
	Schmid Josef, Triebnernstrasse 16, 9057 Weissbad Tel. P +41 71 799 12 10, josef.schmid@jsberatung.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, Weissbadstrasse 1, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 02 02, kevin.clavien@altrimo.ch
	Koster Markus, Hauptgasse 21, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 787 18 73, markus.koster@appenzell.ai.ch
	Kümpel Stefanie, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell Tel. G +41 71 788 10 70, stefanie.kuempel@contreva.ai

«Vo doo ond doo föt Gescht.»



GESCHÄFTSSTELLE UND TOURIST INFORMATION**Geschäftsführer Buob Guido, Hauptgasse 4, 9050 Appenzell**

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

Fässler Yvonne	Information
Hautle Patric	Wegmacher
Hehli Maria	Information
Inauen Jana	Lernende (seit August 2023)
Inauen Maria	Projektmanagement/Führungen
Koster Leandra	Information
Lippuner Kimberly	Pop-up-Store/Marketing
Manser Andrea	Frontoffice
Manser Leandra	Lernende (bis Juli 2023)
Neff Simone	Backoffice
Rieben Ananda	Information
Schönenberger Ivana	Marketing
Streule Anuba	Lernende
Streule Manuela	Information/Führungen
Sutter Lorena	Lernende
Wetter Melina	Marketing/Backoffice

FÜHRERINNEN UND FÜHRER SOWIE AUSHILFSKRÄFTE

Breu Rita	Inauen Johann	Manser-Fässler Evelyn
Broger Helena	Inauen Martin	Manser Bruno (Wegbau)
Brülisauer Marcel	Inauen Priska	Mösler Andrea
Brülisauer Sepp	Käslin Fanny	Neff Alissa
Fässler Andreas (Wegbau)	Kölbener Susanne	Neff Samira
Fässler Martin	Koller Erich	Neff Bruno
Frick Walter	Koller Kathrin	Neff-Inauen Vreni
Fritsche Thomas (Wegbau)	Koller Michael	Neff Walter
Gundolf Samuel (Wegbau)	Koller Patricia	Neff Zoe
Gut Ruth	Künzle Irina	Rohner Lea
Inauen Anita	Maciej Jozef (Wegbau)	Rusch-Mock Gisela
Inauen Hannes	Manser Carmen	Steuble Hans (Wegbau)
Inauen Hans	Manser Dominik (Wegbau)	

Gschäftspricht · gschäfte · Göld · meh · mönde · Landsgmeendsplatz · Baus-
töll · Bauerei · abdecke · hoble · bstölle · Huus am Ring · is Dooff · Hoptgass
zögle · fööbe · suugere · uufneh · Eröffnig · abropfe · wönderig · parkiere ·
lifere · abhole · velegge · käfele · Nossqipfl · Chlemme · liklemmts · vegee ·
verechne · z vil · z lötzl · Stege · Bolizischt · e Puess · Feeschte · Alpsteepass
Tafeen · ondeschriibe · Vetraag · vetlüche · lange · mondiere · uufhenke ·
ommetue · uselese · entscheide · bemoschtere · Bagge · strötte · Schufle
Fööbede · Feeschteläde · poliere · botze · Rekurs · Bodelegge · Zömme-
maa · Schriine · Gröschtbau · Sanitärle · Tachtecke · Fasaade · überobe ·
Broschttäfe · Chochi · veschriibe · wöndele · iirumme · Schöfligass · flaniere ·
Uussicht · weeche · Weechtüüfl · Läätere · Hamme · Dopplmeete · Hoptgass
Buherrehanisefs · Nochbuure · Chrach · Leeme · löfte · moole · rechne ·
Schöfligass · plane · telefoniere · ombau · Bronne · tüüre · Landsgmeends-
bronne · iitääle · Jubiläum · fiire · Chölle · vesooqe · kaalte · Buude · Weech-
häss · Bomaschine · Läubli · Buudeauto · gipse · Bauspiini · Zöglmanne ·
Gschäftspricht · gschäfte · Göld · meh · mönde · Landsgmeendsplatz · Baus-
töll · Bauerei · abdecke · hoble · bstölle · Huus am Ring · is Dooff · Hoptgass
zögle · fööbe · suugere · uufneh · Eröffnig · abropfe · wönderig · parkiere ·
lifere · abhole · velegge · käfele · Nossqipfl · Chlemme · liklemmts · vegee ·
verechne · z vil · z lötzl · Stege · Bolizischt · e Puess · Feeschte · Alpsteepass
Tafeen · ondeschriibe · Vetraag · vetlüche · lange · mondiere · uufhenke ·
ommetue · uselese · entscheide · bemoschtere · Bagge · strötte · Schufle
Fööbede · Feeschteläde · poliere · botze · Rekurs · Bodelegge · Zömme-
maa · Schriine · Gröschtbau · Sanitärle · Tachtecke · Fasaade · überobe ·
Broschttäfe · Chochi · veschriibe · wöndele · iirumme · Schöfligass · flaniere ·
Uussicht · weeche · Weechtüüfl · Läätere · Hamme · Dopplmeete · Hoptgass
Buherrehanisefs · Nochbuure · Chrach · Leeme · löfte · moole · rechne ·
Schöfligass · plane · telefoniere · ombau · Bronne · tüüre · Landsgmeends-
bronne · iitääle · Jubiläum · fiire · Chölle · vesooqe · kaalte · Buude · Weech-
häss · Bomaschine · Läubli · Buudeauto · gipse · Bauspiini · Zöglmanne ·
Gschäftspricht · gsc
meendsplatz · Baus-
töll · Bauerei · abde
· is Dooff · Hoptgass
zögle · fööbe · suug
wönderig · parkiere ·
lifere · abhole · vele
· liklemmts · vegee ·
verechne · z vil · z lötzl · Stege · Bolizischt · e Puess · Feeschte · Alpsteepass

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

Hauptgasse 4 · 9050 Appenzell
Tel. +41 71 788 96 41
info@appenzell.ch · appenzell.ch