

Appenzellerland.

appenzell.ch



GESCHÄFTS BERICHT 2015

VEREIN APPENZELLERLAND TOURISMUS AI

VORWORT PRÄSIDENT

Es gehört zum Wesen der Touristikerinnen und Touristiker, positiv nach vorne zu schauen, neue Herausforderungen anzupacken, Projekte zu initiieren, Leistungsträger zu motivieren und den Einheimischen aufzuzeigen, wie wichtig der Tourismus für unsere Volkswirtschaft ist.

So wird uns auch im kommenden Jahr die Arbeit nicht ausgehen. Im Gegenteil. Es gilt, beharrlich den vor fünf Jahren in der Strategie festgeschriebenen Weg zu gehen. Die Möglichkeiten der Neuen Regionalpolitik (NRP) gilt es bestmöglich zu nutzen, aber auch die eigenen Mittel wie bisher zu Gunsten unserer Dienstleistungsträger, Produzenten und Handwerker einzusetzen. Das wirtschaftliche Umfeld wird kurzfristig nicht einfacher und unsere Mitbewerber auf der ganzen Welt kämpfen um den gleichen Kundenmarkt wie wir.

Etwas haben wir ihnen allen aber vor: Das einmalige und unverwechselbare Produkt «Appenzell». Diesem Produkt müssen wir weiterhin grosse Sorge tragen. Wir dürfen es weder verwässern noch konservieren. Wir müssen es dem Zeitgeist anpassen und trotzdem nicht jeden Trend mitgehen. Vor allem müssen wir aber eines: Die Werte, welche mit der Marke in Verbindung gebracht werden hoch halten und leben. Es sind dies Dienstleistungsbereitschaft, Qualität, Ehrlichkeit, Traditionsbewusstsein, Flexibilität und Freundlichkeit.

Ruedi Ulmann
Präsident



<u>Vorwort Präsident</u>	02	
	04	<u>Einladung mit Traktandenliste</u>
<u>Protokoll HV 2015</u>	06	
	10	<u>Rückblick Tourismus</u>
<u>Rückblick Regionalmarketing</u>	26	
	29	<u>Ausblick Regionalmarketing</u>
<u>Jahresrechnung</u>	30	
	35	<u>Revisorenbericht</u>
<u>Organe</u>	36	
	38	<u>Geschäftsstelle</u>

TITELBILD

Innerrhoder Festtagstracht
an der Fronleichnams-Prozession

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI 

CH-9050 Appenzell · Tel. +41 71 788 96 41
info@appenzell.ch · appenzell.ch

EINLADUNG

HAUPTVERSAMMLUNG

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

**Montag, 4. April 2016, 19.00 Uhr,
Drehrestaurant Hoher Kasten, Brülisau**

Bergfahrten: 18.00 Uhr und 18.30 Uhr mit anschließendem Apéro auf dem neuen Europa-Rundweg. Es müssen keine Billette gelöst werden. Im Anschluss an die Hauptversammlung laden wir alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu einem Nachtessen ein.



TRAKTANDENLISTE 2016

1. Begrüssung

2. Wahl der Stimmzähler

3. Protokoll der Hauptversammlung vom 31. März 2015

4. Jahresbericht

5. Abnahme der Jahresrechnung und des
Revisorenberichts

6. Budget 2016

7. Statutenänderung

8. Wahlen

9. Wünsche und Anträge



HV 2015

BRÜLISAU

PROTOKOLL HAUPTVERSAMMLUNG VAT AI VOM 31. MÄRZ 2015, TALSTATION LUFTSEILBAHN HOHER KASTEN, BRÜLISAU

TRAKTANDENLISTE

1. BEGRÜSSUNG

Präsident Ruedi Ulmann begrüsst herzlich die Mitglieder und Gäste an der 116. Hauptversammlung vom Verein Appenzellerland Tourismus AI. Selbstverständlich bedauert auch er, dass die Hauptversammlung infolge Sturmböen nicht auf dem Hohen Kasten stattfinden kann, lobt und dankt aber den Verantwortlichen der Luftseilbahn und Drehrestaurant Hoher Kasten für den flexiblen und speditiven Einsatz bei der Verschiebung in die Talstation. Ebenfalls bedankt er sich beim Geschäftsführer Guido Buob und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die gute Arbeit. Ein letzter Dank geht an die Vorstandsmitglieder für die gute Zusammenarbeit und an alle Leistungsträger, welche viel zum Erfolg für das Jahr 2014 beigetragen haben. Zur Traktandenliste werden keine Änderungen gewünscht.

2. WAHL DER STIMMENZÄHLER

Als Stimmenzähler werden Marcel Wetter und Sepp Manser vorgeschlagen. Es werden keine Genesvorschläge gemacht.

3. PROTOKOLL HAUPTVERSAMMLUNG VOM 1. APRIL 2014, HOTEL EISCHEN, KAU

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

4. JAHRESBERICHT

Der Geschäftsbericht 2014 wurde allen Mitgliedern per Post zugestellt.

Der Präsident, Ruedi Ulmann, weist in seinen Ausführungen auf das erfolgreiche Berichtsjahr hin. Die Zahlen der Logiernächte, Gruppenangebote, verkauften Gastro-Gutscheine und Webbesucher konnten erneut gesteigert werden. Die Zusammenarbeit und Kooperationen mit verschiedenen Partnern hebt er besonders verdankend hervor. Ebenfalls erfreut zeigt sich Ruedi Ulmann über die geplanten touristischen Grossinvestitionen wie den Bau des Wellnesshotels Bären in Gonten oder der Neubau des ehemaligen Hotels Weissbadbrücke in Weissbad. Produkte wie die Appenzeller Ferienkarte sieht der Präsident als Chance, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sich von der Konkurrenz abzuheben. So hofft er, dass die Aufhebung des Euro-Mindestkurses das Appenzellerland nicht allzu stark treffen wird.

- Der Geschäftsführer Guido Buob blickt in einem ausführlichen Jahresbericht auf die Tätigkeiten der Geschäftsstelle zurück.
- Im Jahr 2014 wurden im Kanton Appenzell Innerrhoden 168'058 Logiernächte generiert. Dies entspricht dem drittbesten Jahresergebnis in der Geschichte. Die Bettenanzahl hat abgenommen, dafür ist die Auslastung der vorhandenen Betten gestiegen.
 - Der Verein Appenzellerland Tourismus AI zählt 48 Angestellte. Guido Buob bedankt sich herzlich bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Flexibilität, Einsatzbereitschaft, Freundlichkeit und das Pflichtbewusstsein.
 - Im Bereich der Gruppenprogramme war das Jahr 2014 ein absolutes Rekordjahr. Total 1'404 Gruppenprogramme wurden durchgeführt, im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Steigerung um 25%.
 - Nicht zuletzt konnte dank dem im Frühjahr 2014 getätigten Gruppenmailing an 5'000 Adressen diese Steigerung erzielt werden. Im Jahr 2015 wurde erneut ein Gruppenmailing versandt.
 - Anhand eines Diagramms zeigt Guido Buob die Finanzierung des Tourismus auf. Diese zeigt deutlich, wie wichtig das Gruppengeschäft ist. Rund 345'000 Franken pro Jahr erzielt der VAT AI durch den Verkauf von Gruppenprogrammen.
 - Auch die Zahl der Webbesucher konnte gesteigert werden. 480'000 eindeutige Besucher zählte die Internetseite «appenzell.ch» im Jahr 2014. Das Ziel für das Jahr 2015 ist eine halbe Million Besucher.
 - Die Broschüren sind nach wie vor ebenfalls von grosser Bedeutung. So wurden im Berichtsjahr 140'000 Sommerpanoramakarten und 50'000 Naturerlebnisbroschüren gedruckt. Auf das Jahr 2016 erhalten alle Broschüren ein neues Design.
 - Der Aufwand für den internationalen Medienanlass im Sommer 2013 hat sich gelohnt. Dies zeigt der Werbeäquivalenzwert von CHF 5'827'802.-. In über 107'000 Medienmitteilungen wurde weltweit über Appenzell und die Umgebung berichtet.
 - Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses von CHF 1.20 hat medial grosse Wellen geworfen. Der VAT AI kann mit 85% Schweizer Gästen hoffen, dass es nicht ganz so schlimm ausfällt.
 - Im Zusammenhang mit dem Mindestkurs wird es immer wichtiger, auf eine starke Positionierung und auf starke Marken zu setzen. Der VAT AI versucht dies anhand der Appenzeller Ferienkarte. Guido Buob bedankt sich bei den 9 Partnern und den zahlreichen Leistungserbringern der Appenzeller Ferienkarte ganz herzlich für die Unterstützung und Zusammenarbeit.
 - Für CHF 730'000 wurden im Jahr 2014 Gutscheine verkauft. Für rund CHF 1 Mio. sind im Moment Gutscheine im Umlauf.
 - Die aktuelle Wegweiserplanung stammt aus den 70er Jahren. Die Routenplanung wird nun digital erfasst, was zur Folge hat, dass auch die Wegweiser neu beschriftet und montiert werden müssen.
 - Guido Buob bedauert die Auflösung vom Regionalmarketing sehr. Was mit Herzblut aufgebaut wurde, wird nun durch die finanzielle Kürzung vom Kanton AR in den Sand gesetzt. Die Leistungsvereinbarungen mit dem Kanton AI sind in Gange. Wie genau die Zusammenarbeit mit Kanton, Tourismus und Partner aussieht ist noch nicht klar.
- Präsident Ruedi Ulmann dankt Guido Buob für die Berichterstattung des Geschäftsjahres 2014. Das Wort zum Jahresbericht wird nicht gewünscht.

5. ABNAHME DER JAHRESRECHNUNG UND DES REVISORENBERICHTS

Die Jahresrechnung wird im Geschäftsbericht auf den Seiten 24 und 25 aufgeführt. Die Rechnung schliesst bei Einnahmen von CHF 2'259'264.40 und Ausgaben von CHF 2'304'064.90 mit einem Verlust von CHF 44'800.50 ab. Der Verein verfügt über ein Eigenkapital von CHF 106'151.16 und ein Testat über CHF 59'523.32. Ein herzlicher Dank geht an Guido Buob. Er hat es verstanden, den Finanzhaushalt sauber und konsequent zu führen. Die Mittel sind sparsam, effizient und verantwortungsvoll eingesetzt worden. Verdankt werden die Beiträge des Kantons, der Bezirke, der Feuerchau und Gastro AI sowie die freiwilligen Beiträge von Institutionen und Mitgliedern.

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

Der Revisorenbericht ist auf der Seite 22 aufgeführt. Die Versammlung verlangt keine Berichterstattung der Revisoren und genehmigt einstimmig die Jahresrechnung und den Revisorenbericht.

6. BUDGET 2015

Das Budget für das Jahr 2015 sieht einen Verlust von CHF 35'000.- vor. Das Budget wird ohne Wortmeldung zur Kenntnis genommen.

7. WAHLEN

Andrea Bischofberger nimmt die Wahl des Präsidenten vor. Ruedi Ulmann wird von der Versammlung einstimmig wiedergewählt.

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

Landammann Dr. Daniel Fässler
Bischofberger Andrea, Appenzeller Produkte
Hörler Lydia, Gewerbe Appenzell
Inauen Luzia, Landwirtschaft
Manser Ruedi, Bergwirte
Manser Sepp, Bezirke
Mock Lydia, Ferienwohnungen und B&B
Wittwer Roberto, Hotellerie

Die Revisoren Evelyne Buschor-Züger und Cyrill Keller-Sutter stellen sich erneut für das Amt zur Verfügung. Sie werden in Globo bestätigt. Als Ersatz für die zurücktretende Regula Moser-Broger wird vom Vorstand Lorenz Gmünder vorgeschlagen. Es werden keine weiteren Vorschläge gemacht und Lorenz Gmünder wird einstimmig bestätigt. Ruedi Ulmann dankt für die gute Zusammenarbeit.

8. WÜNSCHE UND ANTRÄGE

Leo Sutter informiert über den Neubau vom Hallenbad Appenzell und bittet alle Stimmbürger von Appenzell an der Lands- und Bezirksgemeinde die Stimme für die finanzielle Unterstützung vom Kanton für das Hallenbad zu geben.

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



RÜCKGANG

LOGIERNÄCHTE

Nach dem überaus erfreulichen Vorjahresergebnis, musste mit einem Rückgang bei den Logiernächtezahlen 2015 gerechnet werden. Dies unter anderem auch darum, weil man wusste, dass im Jahr 2014 mit der Raiffeisenaktion einmalig viele Gäste die Ostschweiz - und speziell das Appenzellerland - besucht haben.

Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses war für unsere Exportbranche, wie der Tourismus eine ist, ein schlechter Start ins neue Jahr. In absoluten Zahlen gesprochen bedeutet dies, dass im Kanton Appenzell I.Rh. im vergangenen Jahr 154'170 Logiernächte in der Tal- und Berghotellerie gezählt wurden. Dies ist ein Rückgang von 8.3% gegenüber dem Vorjahr. Alleine auf die absoluten Zahlen der Logiernächte betrachtet, ist dies eines der schlechtesten Ergebnisse während der letzten zehn Jahre. Dass trotzdem

einige Betriebe sehr zufriedenstellende Zahlen ausweisen, stützt die Erkenntnis, dass auch in schwierigen Zeiten und einem suboptimalen Umfeld erfolgreich Tourismus betrieben werden kann, sofern die entsprechenden Grundvoraussetzungen stimmen. Von Seiten Appenzellerland Tourismus AI haben wir in den letzten Jahren immer wieder betont, wie gut unsere Hotellerie aufgestellt ist und wie wertvoll die getätigten Investitionen für die gesamte Volkswirtschaft, aber auch für den eigenen Betrieb sind. Wir betrachten den Rückgang im vergangenen Jahr als Chance für die Zukunft. Es wäre fatal auf den Erfolgen der letzten Jahren auszuruhen und nicht neue Angebote, Organisations- und Kooperationsmodelle zu prüfen. Appenzellerland Tourismus AI wird diesbezüglich im Rahmen eines NRP-Projekts versuchen, die Hoteliers nach ihren Bedürfnissen zu unterstützen.



Die Logiernächtestatistik zeigt den verhältnismässig deutlichen Rückgang der Logiernächte im vergangenen Jahr.

Appenzell Schweiz

STATISTIK

LOGIERNÄCHTE

APPENZEL I. RH.

SCHWEIZ

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

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

ALLE AKTEURE VEREINT

Kernstück der neuen Seite sind die zahlreichen Informationen unterschiedlicher Leistungsträger: Angebote, Veranstaltungen und Tipps laufen auf der Website zusammen. Zudem beinhaltet das Webportal den Auftritt unterschiedlicher Akteure:

APPEZOELL.CH

Verband Detailhandel Appenzell
mit 64 Partnern

PARTNERLOGINS

Zahlreiche touristische
Leistungsträger

APPENZELER-PRODUKTE.CH

Appenzeller Regionalmarketing
mit 13 Partnern

Das umfassende Web



APPENZELLER-GENUSS.CH

Verein Gastro Appenzellerland AI
mit 91 Partnern

portal appenzell.ch



ALPSTEIN.CH

Bergwirteverein Alpstein
mit 27 Partnern

SOCIAL MEDIA

Facebook, Google+, YouTube, Pinterest und Instagram: Die Social-Media-Kanäle von Appenzellerland Tourismus AI erfreuen sich einer wachsenden Fangemeinde. Über Social Media ist der VAT AI immer vernetzter mit den Gästen und ständig im Dialog. Insbesondere Kurzfilme und Bilder stossen auf ein positives Echo.

NEWSLETTER

Unsere themenspezifischen Newsletter finden bei den Gästen grossen Anklang. So zählt der VAT AI heute bereits knapp 20'000 Abonnenten, die von sich aus das Einverständnis für den Empfang des Newsletters gegeben haben. Sie wollen gern via Newsletter auf dem Laufenden bleiben.

STARKER TAGESTOURISMUS

Das sehr schöne Sommerwetter führte zu erfreulichen Frequenzen in der Gastronomie und bei den Bergbahnen. Diese Mehrumsätze konnten die negativen Übernachtungszahlen teilweise auffangen, so dass viele Betriebe doch noch ein zufriedenstellendes Jahresergebnis ausweisen konnten.

Insbesondere die Luftseilbahnen im Alpstein konnten vom starken Ausflugstourismus profitieren und verzeichnen Rekordfrequenzen. Zusammenfas-

send kann festgehalten werden, dass das Tourismusjahr 2015 im Kanton Appenzell I.Rh. kein Spitzenjahr war. Im Wissen, dass nicht jedes Jahr ein Rekordjahr sein kann, wäre jammern die falsche Reaktion und entspricht auch gar nicht dem Charakter der Appenzellerinnen und Appenzeller. Vielmehr gilt es, gemeinsam nach vorne zu schauen und weiterhin bei jenen Faktoren den Hebel anzusetzen, bei denen jeder einzelne touristische Leistungsträger Einfluss nehmen kann. Schauen wir selbstkritisch nach vorne und packen es an!



FÖRDERUNG NEBENSaison

Im Rahmen eines mittelfristigen NRP-Projekts hat sich die Geschäftsstelle des VAT AI die Förderung des Winterhalbjahres zum Ziel gesetzt. Während vier Jahren wurden kleinere und grössere Projekte umgesetzt.

Die Gesamtheit aller Projekte verfolgt das Ziel, mehr Gäste während der Wintermonate nach Appenzell zu bringen. Bei der Ausarbeitung der Angebote wurde darauf geachtet, dass auch schneeunabhängige Produkte Platz finden. Oft sind es kleine und feine Angebote, welche die Gäste überraschen. Unter anderem wurde eine neue Appenzeller Ferienkarte mit winterspezifischen Angeboten geschaffen, gratis Dorfführungen für Individualgäste werden nun auch in der kalten Jahreszeit angeboten, Schneeschuhrou-ten wurden signalisiert, der «Steene ond Latee-ne-Weeg» wurde ins Leben gerufen und in der Kom-

munikation wurde Geld in einen breiten Marketing-Mix investiert. Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass sehr schnell Leistungsträger wie die Bergbahnen und teilweise auch Hotelbetriebe, diese zusätzliche Ausrichtung mit eigenen Produkten und Massnahmen unterstützten. Dies ist für einen nachhaltigen Erfolg besonders wichtig. Auch wenn die ersten Zahlen relativ bescheiden ausfallen, ist die Geschäftsstelle überzeugt, dass die investierten Mittel gut eingesetzt wurden. Denn auch hier darf nicht nur alleine auf die Übernachtungszahlen geschaut werden, sondern muss die gesamte Tourismuswirtschaft inkl. Tagestourismus betrachtet werden. Die Verantwortlichen sind sich bewusst, dass dieses Projekt noch nicht abgeschlossen ist und dass weiterhin Geld in Massnahmen und Produkte investiert werden muss, um bei der ganzen Nebensaisonförderung einen Erfolg zu erzielen.



WEITERHIN ERFOLG MIT GRUPPEN

Dass bei den durchgeführten Gruppenprogrammen noch einmal eine Steigerung erreicht werden kann, durfte nicht erwartet werden. Der Erfolg bestätigt aber, dass sowohl Angebot wie auch Dienstleistung stimmen.

Mit 1454 durchgeführten Gruppenprogrammen stieg die Zahl noch einmal um 50 Gruppen. Die Geschäftsstelle bemüht sich dabei seit Jahren, dass beim Gruppengeschäft nicht nur die Leistungsträger im Dorf profitieren, sondern sämtliche Anbieter im inneren Landesteil. Dies ist bei einem Verkaufsgespräch nicht immer ganz einfach, weil interessierte Vereine, Firmen oder Organisationen immer auch das Dorf Appenzell besuchen möchten. Aber gerade ortsunabhängige Angebote wie die Singprogramme, das Sagenerzählen, das Herstellen eines Kräutersalzes etc. ermöglichen eine flexible Programmgestaltung. Wie wichtig das Gruppengeschäft auch für die Finanzen unseres Vereins sind, kann in der Jahresrechnung nachgelesen werden. Leistungsträger, welche nicht direkt vom Gruppengeschäft profitieren, können erkennen, dass der VAT AI die eingenommenen Gelder wieder in den Tourismus investiert, sodass diese auch ihnen zu Gute kommen.

WICHTIGE AUSWERTUNG

Sämtliche Organisatoren einer Gruppenreise erhalten nach ihrem Besuch in Appenzell einen Fragebogen zugestellt. Diesen wertet die Geschäftsstelle aus und verschickt ihn an die betroffenen Leistungsträger sowie Führinnen und Führer. Die durchwegs positiven bis sehr positiven Rückmeldungen unterstreichen die hervorragende Arbeit aller Beteiligten. Es gilt zwingend, dieses Niveau zu halten und noch vermehrt neue Programme, vor allem in der Nebensaison, auszuarbeiten. Der VAT AI kann diesbezüglich mit gutem Beispiel vorangehen, ist aber dankbar und erfreut, wenn auch Leistungsträger neue Ideen kreieren. Die Geschäftsstelle ist zudem überzeugt, dass es die richtige Strategie ist, weiterhin auf typische Appenzeller Gruppenprogramme zu setzen. Diese konsequente Haltung sichert langfristig und nachhaltig den Erfolg.

GRUPPEN ALS TREIBER DER TOURISMUSWIRTSCHAFT

Nebst all den Gruppenprogrammen, welche Appenzellerland Tourismus mit seinen Partnerbetrieben durchführt, gilt es auch noch zu beachten, dass weitere Leistungsträger wie die Brauquöll Appenzell, die Appenzeller Alpenbitter AG, die Goba AG, die Museen und die Luftseilbahnen viele eigene Gruppenprogramme mit ebenfalls grossen Besucherzahlen durchführen. All diese Programme dürfen als eigentliche Treiber der Innerrhoder Tourismuswirtschaft angesehen werden.

FÜHRUNGEN	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Dorfführungen	335	459	623	633	463	458	614	678
Dorfführungen mit Käse		26	55	59	57	42	63	38
Dorfführungen mit Apéro			13	8	4	13	7	2
Dorfführungen mit Handwerker	13	63						
Schmackhafte Dorfführungen			121	93	71	86	87	109
Kulinarische Dorfführungen			47	50	34	49	59	55
Museums-Führungen	79	52	68	34	41	55	48	29
Wildkirchli-Führungen	30	39	41	28	48	53	47	63
Tages- und ½-Tagesbegleitungen	18	61	6	20	20	1	3	1
Singen/Jodeln		4	209	224	272	260	330	334
Nachtwächter-Führungen				14	36	58	82	85
Führungen Toobenschopf			27	29	20	18	14	6
Laternenwanderung						2	2	3
Sagen erzählen						5	28	20
Dialektvortrag					2	8	5	14
Diverses	65	29	19	19	12	12	15	17
Total	540	733	1229	1211	1080	1120	1404	1454

APPENZELLER FERIENKARTE

Seit mehr als zehn Jahren bieten wir unseren Gästen die Appenzeller Ferienkarte an. Was damals als eine Pioniertat angesehen wurde, gilt heute als «Muss» und Standard.

Bei der Einführung der Appenzeller Ferienkarte verursachte die Idee einer All-inklusive-Karte bei einigen Touristikern Kopfschütteln und Ablehnung. Heute hat sich die Idee durchgesetzt und praktisch jede Destination muss ihren Gästen diesen Mehrnutzen bieten. Unser Ziel war es schon damals und wird es weiterhin sein, dass wir eine Gästekarte anbieten, welche den übernachtenden Tourismus fördert, ohne den Leistungserbringern zu schaden. Als kleine Destination sind wir gezwungen, eine attraktive Gästekarte zu bieten, damit wir mit den quersubventionierten bekannten Winterdestinationen im Kampf um die Sommergäste mithalten können.

ERFOLGREICHE VERHANDLUNGEN

Das vergangene Jahr 2015 war geprägt von Verhandlungen mit den Leistungserbringern. Wir danken dabei allen Partnern für die Bereitschaft, die Appenzeller Ferienkarte auch während der kommenden Jahre bis 2018 unseren Gästen anbieten zu können. Dies ist keine Selbstverständlichkeit, zeugt aber von Solidarität und Gemeinschaftssinn. Ein Rückblick auf die vergangenen zehn Jahre zeigt, dass die Appenzeller Ferienkarte den Leistungsträgern nicht geschadet hat, sondern im Gegenteil die gesamte Tourismuswirtschaft enorm vom Wachstum profitiert hat.

Herzlichen Dank allen Sponsoren der Appenzeller Ferienkarte! Auch sie leisten mit ihrem Beitrag einen wesentlichen Teil zur gesunden Finanzierung ohne Subventionen bei.

DANKE



 Appenzeller
Kantonalbank

 **MOHL**
Apfelsäfte

 **gastrøai**
appenzeller-genuss.ch

**Appenzeller
Druckerei**

 **bischof
berger**

 **Appenzeller**
SWITZERLAND
EINZIGARTIG WÜRDIG

 **goba**
mineralquelle.ch

 **Appenzeller**
Appenbitter AG

 **APPENZELLER BIER**

RELAUNCH APPENZELL.CH



Durch die neue Website hat der VAT AI ein umfassendes Webportal eingeführt. Die Tourismusregion stärkt damit ihre Präsenz im Internet und präsentiert sich online mit einem zeitgerechten Auftritt.

Das Appenzellerland präsentiert sich seit November mit einem neuen Webauftritt. Gäste und Einheimische erhalten auf «appenzell.ch» nützliche Informationen der touristischen Leistungsträger aus dem Appenzellerland. Hinter «appenzell.ch» verbirgt sich die neueste Technik: Die Seite ist im responsive Design aufgebaut für eine optimale Darstellung auf Desktop, Tablet und Smartphone.

Besonders augenfällig sind die vielen grossen Bilder und die integrierten Filme. Nebst vielen kleinen Optimierungen, wie etwa eine genaue Lokalisierung eines jeden einzelnen Betriebs auf der google-Karte, steht den Gästen neu ein Online-Reiseplaner zur Verfügung. Dieses Tool bietet die Möglichkeit, für den Aufenthalt ein individuelles Reiseprogramm zusammenzustellen mit Hotels, Restaurants, Ausflugszielen und Veranstaltungen.

APPENZELER TOURISMUS

APPENZELLERLAND TOURISMUSMARKETING AG
PROJEKTE
WINTER
GRUPPEN
MESSEN
WEBSITE
KOORDINATION SITZUNGEN
4 BERGBAHNEN

Arbeitsgruppe
Mountainbike
Arbeitsgruppe
Wald und Wild
NRP Arbeitsgruppe

Wanderwege

BEZIRKE
KANTON
BUNDESAMT FÜR STATISTIK
AMT FÜR BERUFSBILDUNG

BEHÖRDEN

VERBÄNDE VEREINE ORGANISATIONEN

Projekte
Einsatz Vorstand

Projekte
Mandat Geschäftsstelle
Einsatz Vorstand

VERBAND DETAILHANDEL APPENZELL
CULINARIUM
VERBAND HOTEL GASTRO TOURISMUS
BERGWIRTEVEREIN ALPSTEIN
SCHWEIZER TOURISMUSVERBAND
SCHWEIZ MOBIL
GASTRO AI
REGIONALDIREKTORENKONFERENZ
TEXTILLAND OSTSCHWEIZ
SCHWEIZER WANDERWEGE
TOURISMUSFACHSCHULEN
ERFA OSTSCHWEIZER WANDERWEGE
KANTONALER GEWERBEVERBAND

Einsatz Vorstand

EINHEIMISCHE

LEISTUNGSTRÄGER
MITGLIEDER
GÖNNER
VORVERKÄUFE
GUTSCHEINE

Ladengeschäfte
Bergwirte
Luftseilbahnen
Gastronomie
Hotellerie
Appenzeller Bahnen
Ferienwohnungen/häuser
Museen
Landwirtschaft
Ausflugsziele



UNSER NETZWERK

ALLERLAND
US AR

T AI

OSTSCHWEIZ TOURISMUS

GESCHÄFTSFÜHRER-SITZUNG
MITGLIED
SCIB

SCHWEIZ TOURISMUS

WINTERKAMPAGNE
SOMMER KAMPAGNE
ENJOY GRAND TOUR OF SWITZERLAND
TYPISCHE SCHWEIZER HOTELS
ALLGEMEINE MARKETINGMASSNAHMEN

Koordination Ostschweiz
Foto Point
Spuren hinterlassen
Snack Box

APPENZELER REGIONALMARKETING

PRODUZENTEN
HANDWERKER
MANDAT GESCHÄFTSSTELLE
STRATEGISCHE PARTNER

TOUR OPERATOR

SWITZERLAND TRAVEL CENTER
JTB-GROUP
SOLBEC-TOURS
E-DOMIZIL
BEST OF SWITZERLAND
ERLEBNIS SCHWEIZ
RAILWAY
ABENTUER-ZEITREISEN TOPAZ
WIND.CH

Appenzeller Biberli
Goba
Appenzeller Alpenbitter
Appenzeller Bier
Appenzeller Käse

NEUES ERSCHEINUNGSBILD

Frisch und modern zeigt sich das neue Design in allen Medien und Publikationen. Der Auftritt hat einige Neuerungen erfahren, bewährte Teilbereiche des bisherigen Corporate Designs finden sich wieder.

In den Publikationen und Medien erhalten Bilder künftig ein grosses Gewicht. Eine starke Appenzeller Bilderwelt setzt grundlegende emotionale Akzente und erhält neu viel Platz. Das neue Corporate Design macht in Wort und Bild erlebbar, wofür das Appenzellerland wahrgenommen werden will: Die Destination steht für eine originelle Verbindung zwischen Neu und Alt beziehungsweise von Tradition und Moderne, die Angebote sind authentisch und echt. Grundlegend neu sind beispielsweise die Haus-schrift sowie das Papier. Ein besonderes Augenmerk hat die Geschäftsstelle bei der Wahl der Schrift auf die Wiedererkennung und gute Lesbarkeit gesetzt. Festgehalten hat der VAT AI am bewährten «Tourismusgrün». Diese Farbe dient nach wie vor als Hauptfarbe und sichert eine hohe Wiedererkennung. Unverändert bleibt auch das Markenbild: Das Logo besteht nach wie vor aus dem Schriftzug «Appenzellerland.», dem goldenen Edelweiss von Schweiz Tourismus sowie einem Claim.

GASTGEBER IM ZENTRUM

Kernstück der neuen Kommunikationsstrategie sind Gastgeber aus dem Appenzellerland. Personen aus unterschiedlichen Bereichen, die etwas für den Gast leisten, werden bei den Publikationen in den Mittelpunkt gestellt. Jede Broschüre enthält damit ein Gesicht beziehungsweise ein Porträt einer einheimischen Person. Auf der Website erwartet die Besucher dazu ein kurzes Video.



PRÄSENZ AM MARKT



Der Promotionsmix reicht von Messeauftritten über Spezial-Angebote bis zu Inseraten und Mailings. Der VAT AI schöpft die Möglichkeiten vollumfänglich aus, um das Appenzellerland in seiner Vielfalt im Zielgebiet zu vermarkten.

Eine Cumulus-Aktion zur Vorsaison im Sommer, ein Glücksgriff im Migros-Magazin zum Winterauftakt: Durch attraktive Angebote fördert der VAT AI gezielt die Nebensaison. In Zusammenarbeit mit den Hoteliers hat der VAT AI wiederum Angebotswellen von November bis Juni lanciert zu den Themen Schneeschuhwandern, Romantik, Wandern und Wellness. Dank weiterer jährlich wiederkehrender Massnahmen wie die gemeinsame Kampagne und die Messeauftritte mit den vier Luftseilbahnen und Appenzellerland Tourismus AR sichert der VAT AI eine beständige Präsenz am Markt.

MAILING AN GRUPPEN

Im Frühjahr hat der VAT AI an über 5'000 potentielle Vereinsgäste wie zum Beispiel Musikvereine oder Naturfreunde ein Mailing per Briefpost versandt. Ein achtseitiger Flyer mit buchbaren Angeboten von fünf Partnern sowie vom VAT AI wirbt für neue Gruppengäste.

DIE ALPSTEIN-PAUSCHALE

Drei Bergketten, 84 Kilometer Wegstrecke, 5'166 Höhenmeter - kurz, über Stock und Stein wandern: Das ist die neue Königstour im Alpstein. Passend zur Königstour hat der VAT AI eine neue Pauschale kreiert; 3 Übernachtungen im Touristenlager in einem Berggasthaus nach Wahl, inklusive Frühstück sowie zahlreichen Extras.

BESTÄNDIGE MEDIENPRÄSENZ

Medienmitteilungen, Medienreisen, Auskunfts-erteilung an die Medien: Das Interesse der Medien am Appenzellerland ist ungebrochen gross.

Die Journalisten haben immer weniger Zeit. Packende Geschichten jedoch spielen in den Publikationen eine immer grössere Rolle. Der VAT AI begegnet dieser Entwicklung proaktiv und informiert die Medien über spannende Themen. Bei Anfragen werden die Informationen oder Medienreisen zusammen mit den Leistungsträgern individuell auf

die Bedürfnisse der Medienschaffenden zugeschnitten. Die Geschäftsstelle legt sehr viel Wert auf eine professionelle und persönliche Betreuung.

Ein besonderes Highlight im Berichtsjahr ist die Sendereihe «Vom Bodensee in Alpstei», die über 20 Tage auf TVO von Erlebnissen aus der Region berichtet. Weiter ist SRF1 in Appenzell gewesen und hat im Dezember in der Sendung «Aeschbacher Spezial» über Appenzell berichtet. Auch Servus TV hat das Appenzellerland in der Sendung «Hoagascht» von der besten Seite gezeigt.



ZAHLEN UND FAKTEN

	2013	2014	2015
Webbesuche/Tag	1'092	1'315	1'280
Webbesuche/Jahr	398'431	480'050	467'218
Partnerwebseiten	16	17	18
Newsletter-Abonnenten (Partner-, Gäste-, Gruppen-, Brauchtums- Newsletter, französischer Newsletter)	10'032	15'993	19'175
Likes bei facebook	2'555	3'144	4'823
Betreute Medienreisen	32	26	31
Erschienene Artikel	369	308	300
Prospektbestellungen	2'402	2'185	2'243
Verkauf Gastro-Gutscheine	CHF 691'839.00	CHF 729'435.00	CHF 884'049.00

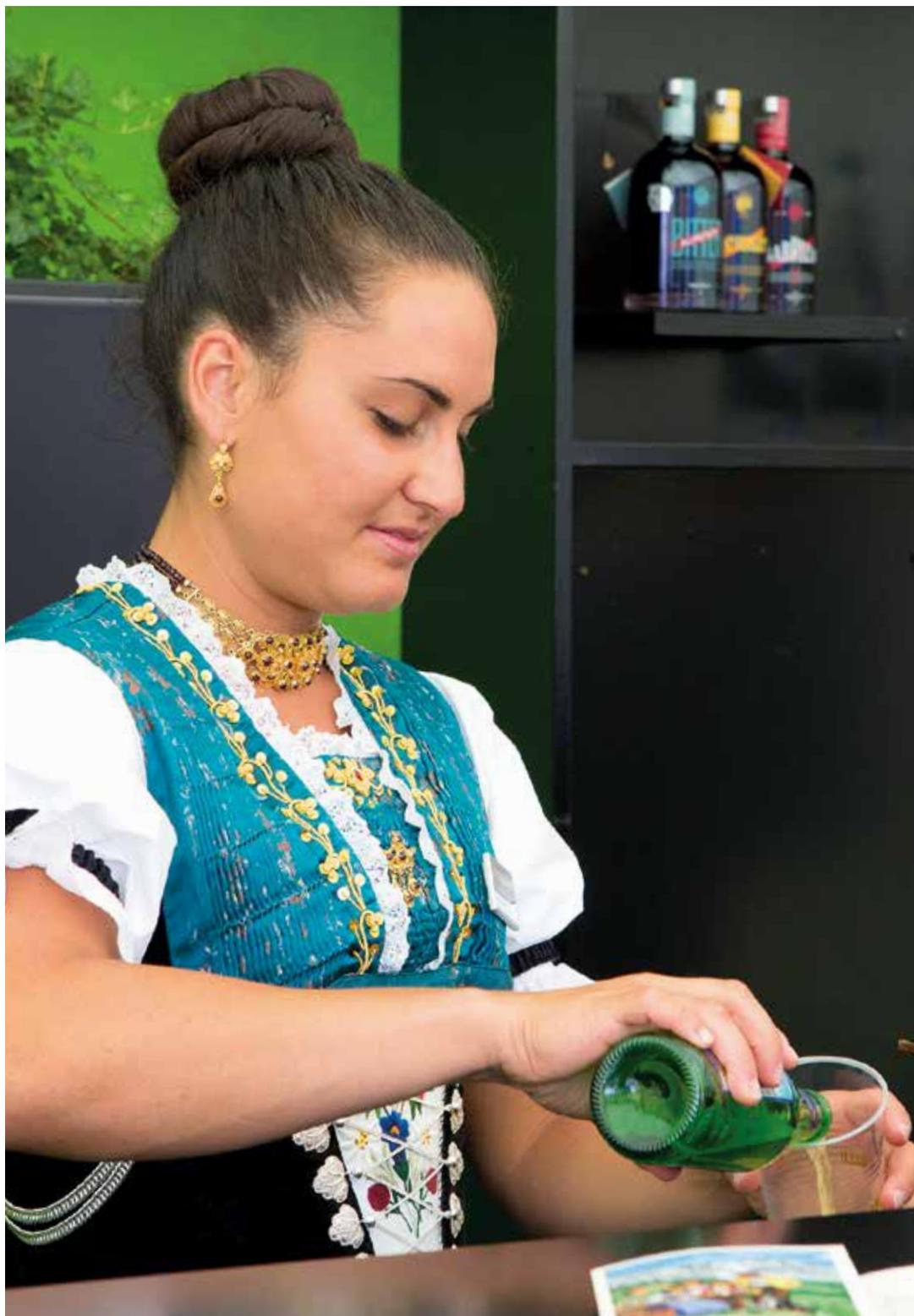


APPENZELLER REGIONALMARKETING

Nachdem die Aktionäre im Jahr 2014 der Auflösung der Appenzellerland Regionalmarketing AG zugestimmt haben, stellte sich vor allem in Innerrhoden die Frage nach dem wie weiter?

Erfreulicherweise bestätigte der Kanton Appenzell I.Rh. früh, dass er an einer Weiterführung interessiert sei und bereit ist, auch weiterhin einen Beitrag aus dem Wirtschaftsförderungsfonds zu bezahlen. Die Ausarbeitung einer neuen Organisationsform mit einem neuen Betriebsreglement erforderte mehr Zeit als gedacht. Allen Beteiligten war es wichtig, faire Bedingungen anzubieten. Insbesondere bei den zukünftigen Beiträgen für Innerrhoder und Ausserrhoder Betriebe war es wichtig, dem Verhältnis der kantonalen Finanzierung gerecht zu werden. Die Einbettung der neuen Organisation in den VAT AI scheint sicherlich sinnvoll. Ein Leistungsauftrag zwischen VAT AI und dem Kanton Appenzell I.Rh. sichert den korrek-

ten Mittelfluss und die Zuständigkeiten. Klare Trennung bei den Finanzen, insbesondere der Einsatz der finanziellen Mittel, möchte der Kanton im Auge behalten. Dies um sicherzustellen, dass diese auch tatsächlich den Gewerbebetrieben im Kanton zugute kommen. Im Berichtsjahr wurden wichtige Grundlagen geschaffen. Zudem fanden Auftritte und Promotionen statt. Höhepunkt war die Organisation des Produkttestandes am Marché-Concours in Saignelégier. Die beiden Kantone Appenzell I.Rh. und Appenzell A.Rh. waren als Gastkantone eingeladen und mit mehreren Hundert Appenzellerinnen und Appenzellern am Wochenende vom 8./9. August 2015 im Jura vertreten. Der Auftritt war ein voller Erfolg und zeigte wieder einmal deutlich, welche positive Wirkung die farbenprächtigen Trachten der Appenzellerinnen und Appenzeller und die hervorragenden Produkte auf Gäste haben.



ZU GUNSTEN UNSERER MITGLIEDER

Auf Initiative der SO Appenzeller Käse hat das Appenzeller Regionalmarketing im Oktober 2015 am Käsemarkt in Huttwil teilgenommen.

Nebst dem Käse waren sämtliche Produzenten und der Tourismus mit einem Gemeinschaftsstand im Emmental vertreten und repräsentierten unseren Kanton auf sympathische Weise. Die Fernseh-

sendung «Vom Bodensee in Alpstei», welche während der Sommermonate auf TVO ausgestrahlt wurde, war ein wichtiger Botschafter für Produkte aus dem Appenzellerland. Darum wurde die Sendung auch vom Appenzeller Regionalmarketing unterstützt. Der Erfolg der Sendung rechtfertigt zweifellos den Einsatz in finanzieller als auch personeller Hinsicht für die einheimischen Produkte.



WACHSTUM ALS ZIEL

Im kommenden Jahr gilt es, die Organisation auf dem eingeschlagenen Weg zu festigen. Hauptaufgabe wird es sein, neue Mitglieder zu gewinnen und ihnen den Nutzen einer Mitgliedschaft aufzuzeigen.

Operativ soll der frühere E-Shop wieder ins Leben gerufen werden. Zudem sollen in einem neuen Magazin sämtliche Mitglieder vorgestellt werden. Die weit herum beliebten Tragtaschen werden ebenfalls wieder hergestellt. Insbesondere die kleinen Taschen eignen sich ausgezeichnet, um Giveaways mit Appenzeller Spezialitäten an Kongressen und Tagungen abzugeben.

Erfreulicherweise konnte bereits im Jahr 2015 vereinbart werden, dass sowohl die touristischen Partner als auch die Produzenten und Handwerker unter der gleichen Marke und der gleichen Domain auftreten werden. Die Website «appenzell.ch» ist dafür zweifellos die beste Domain und wird durch unsere Geschäftsstelle entsprechend gepflegt und laufend aktualisiert. Diese Tatsache erleichtert einen branchenübergreifenden starken Auftritt.

ERFOLGSRECHNUNG MIT BUDGET

ERTRAG	Rechnung 2014	Budget 2015	Rechnung 2015	Budget 2016
Verkauf Handelsware und Dienstleistungen	640'015.32	625'000.00	696'337.13	665'000.00
Freiwillige Beiträge Bezirke, Feuerschau, Gastro AI,	35'770.00	36'000.00	35'750.00	36'000.00
Subvention Kanton	831'000.00	876'000.00	876'000.00	876'000.00
Beitrag Schweizer Wanderwege	18'691.60	18'000.00	17'419.80	18'000.00
Mandate	111'112.65	44'000.00	85'932.55	79'000.00
Kommunikation Tourismus	220'935.60	130'000.00	310'115.89	182'900.00
Produktmanagement	309'407.84	305'000.00	275'216.71	299'000.00
Appenzeller Produkte	0.00	128'000.00	75'700.00	130'000.00
Beiträge aus Wanderwegunterhalt	134'368.30	111'000.00	185'831.41	151'000.00
Ertragsminderungen	-42'036.91	-35'000.00	-38'799.51	-35'000.00
Ertrag Total	2'259'264.40	2'238'000.00	2'519'503.98	2'401'900.00

AUFWAND	Rechnung 2014	Budget 2015	Rechnung 2015	Budget 2016
Verkauf Handelsware und Dienstleistungen	305'008.55	280'000.00	313'229.05	275'000.00
Personal Löhne, Sozialleistungen, Weiterbildung	890'835.63	807'000.00	932'477.48	870'000.00
Verwaltungsaufwand Porti, Telefone, EDV, Mieten, Buchhaltung, Fahrzeuge, Spesen	157'377.32	193'000.00	154'116.27	180'000.00
Kommunikation Tourismus	507'708.37	450'000.00	663'844.93	532'900.00
Produktmanagement	290'526.92	345'000.00	279'732.82	369'000.00
Appenzeller Produkte	0.00	128'000.00	75'356.10	130'000.00
Wanderwegunterhalt Ruhebänke, Wegmarkierungen, Wegsanierungen	139'187.05	50'000.00	95'693.57	70'000.00
Abschreibungen Mobiliar, Maschinen, Anlagen, a.o. Erfolg	13'421.06	20'000.00	19'035.33	20'000.00
Aufwendungen Total	2'304'064.90	2'273'000.00	2'533'485.55	2'446'900.00
Gewinn/Verlust	-44'800.50	-35'000.00	-13'981.57	-45'000.00
Total	2'259'264.40	2'238'000.00	2'519'503.98	2'401'900.00

BILANZ

PER 31.12.2015

AKTIVEN	2014	2015
Kasse	42'581.13	32'631.85
Kasse Fremdwährungen	290.53	1'791.59
Postcheck	140'164.72	160'585.16
Bankguthaben UBS Appenzell	67'808.60	67'728.60
Bankguthaben UBS Sparkonto Appenzell	59'523.32	60'530.77
Bankguthaben Appenzeller Kantonalbank	809'698.76	1'027'557.22
Diverse Debitoren	284'223.40	442'617.87
Delkredere	-1'000.00	-1'000.00
Transitorische Aktiven	40'594.35	16'597.55
Aktien	1.00	1.00
Aktien Appenzellerland Tourismusmarketing AG	1.00	1.00
Aktien Regionalmarketing AG	1.00	0.00
Material Ruhebänke	1.00	1.00
Material Wegunterhalt	1.00	1.00
Büroeinrichtungen	1.00	1.00
Fahrzeuge	38'000.00	27'000.00
	1'481'890.81	1'836'045.61

PASSIVEN	2014	2015
Diverse Kreditoren	228'695.83	393'925.75
Transitorische Passiven	1'122'321.00	1'324'220.00
Fond für Anlässe	10'000.00	10'000.00
Testat	59'523.32	60'530.77
Eigenkapital	106'151.16	61'350.66
Gewinn/Verlust	-44'800.50	-13'981.57
	1'481'890.81	1'836'045.61

ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

FIRMA, RECHTSFORM UND SITZ

Appenzellerland Tourismus AI,
9050 Appenzell (Verein)

ANGABEN ÜBER DIE IN DER JAHRESRECHNUNG ANGEWANDTEN GRUNDSÄTZE

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

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

ERSTMALIGE ANWENDUNG

In der vorliegenden Jahresrechnung wurden die neuen Vorschriften zur Rechnungslegung (neues Rechnungslegungsrecht) erstmalig angewendet. Die Vorjahreszahlen basieren auf den alten Vorschriften, aber wurden zu Vergleichszwecken entsprechend neu strukturiert.

ANZAHL MITARBEITER

Die Anzahl Vollzeitstellen lag im Jahresdurchschnitt nicht über 10.

ERLÄUTERUNGEN ZU AUSSER- ORDENTLICHEN, EINMALIGEN ODER PERIODENFREMDEN POSITIONEN DER ERFOLGSRECHNUNG

Liquidationserlös Appenzellerland Regionalmarketing AG über CHF 886.66.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch die Geschäftsführung am 09.02.2016 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung per 31.12.2015 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

NETTOAUFLÖSUNG STILLER RESERVEN

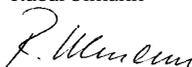
Keine wesentliche Nettoauflösung von stillen Reserven.

Appenzell, 09. Februar 2016

Appenzellerland Tourismus AI

Präsident

Ruedi Ulmann



Geschäftsführer

Guido Buob



BERICHT DER REVISION

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Appenzellerland Tourismus AI für das am 31. Dezember 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich. Während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen. Wir bestätigen, dass wir die Anforderungen hinsichtlich Befähigung und Unabhängigkeit erfüllen. Unsere Prüfung erfolgte nach den Grundsätzen des Berufsstandes, wonach eine Prüfung so zu planen und durchzuführen ist, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit er-

kannt werden. Wir prüfen die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilen wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes.

Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

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

Appenzell, 24. Februar 2016

Die Revisoren

Evelyne Buschor



Cyrill Keller



Lorenz Gmünder



DER VORSTAND

Präsident

Ulmann Ruedi, Postfach 14, 9108 Conten

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

Mitglieder

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

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

Bischofberger Andrea, Alpstein, Fehren, 9057 Weissbad

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

Hörlner Lydia, Rosenböhleli 10, 9050 Appenzell Meistersrüte

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

Inauen Luzia, Lauftenstrasse 8, 9050 Appenzell

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

Manser Ruedi, Berggasthaus Alter Säntis, 9107 Urnäsch

Tel. C +41 71 799 11 60, Tel. P +41 71 797 02 04, info@altersaentis.ch

Manser Sepp, Berggasthaus Meglisalp, 9057 Weissbad

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

Mock Lydia, Eggerstandenstrasse 53, 9050 Appenzell

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

Wittwer Roberto, Böhlisjockes 2, 9057 Weissbad

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

KONTROLLSTELLE

Revisoren

Buschor-Züger Evelyne, Oberbad 18, 9050 Appenzell

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

Keller-Sutter Cyrill, Weissbadstrasse 26, 9050 Appenzell

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

Gmünder Lorenz, Mosersweid 55, 9050 Appenzell

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



MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

GESCHÄFTSSTELLE / TOURIST INFORMATION

Geschäftsführer **Buob Guido, Hauptgasse 4, 9050 Appenzell**
Tel. +41 71 788 96 41, Fax +41 71 788 96 49, guido.buob@appenzell.ch

Abler Iris	Lernende
Dörig Regina	Information
Fässler Janica	Lernende
Fässler Ramona	Lernende
Fässler Yvonne	Information/Führungen
Hautle Patric	Wegmeister
Heim Aline	Sekretariat (bis Februar 2015)
Inauen Sandra	Sekretariat
Keller Rosalia	Marketing
Manser Andrea	Information
Oberholzer Yvonne	Information
Streule Barbara	Lernende (bis Juli 2015), Marketing (seit August 2015)
Wyss Katia	Marketing (bis März 2015)



**FührerInnen und
Aushilfskräfte**

Breitenmoser Irene	Kölbener Thomas
Breu Rita	Koller Andreas (Wegbau)
Broger Helene	Koller Erich
Brülisauer Katja	Koller Kathrin
Brülisauer Marcel	Koller Marcel
Brülisauer Sepp	Koller Michael
Fässler Elsbeth	Koller Patricia
Fässler Guido (Wegbau)	Lutz Doris
Frick Walter	Lutz Ramon (Wegbau)
Fritsche Patricia	Manser Dominik (Wegbau)
Haas Philipp	Manser Evelyn
Hamm Maria	Manser Joe
Inauen Bettina	Manser Lukas (Wegbau)
Inauen Hannes	Manser Rosalie
Inauen Hans	Neff Walter
Inauen Maria	Rusch Kurt
Inauen Martin	Signer Sven (Wegbau)
Inauen Priska	Sutter Hans
Inauen Vreni	Sutter Katrin
Knechtle Reto (Wegbau)	Sutter Thomas
Kölbener Susanne	Zimmermann Sophie

Impressum

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

APPENZELLERLAND TOURISMUS AI 

CH-9050 Appenzell

Tel. +41 71 788 96 41

info@appenzell.ch · appenzell.ch