

Zahlen und Fakten *Geschäftsbericht 2012* Appenzellerland Tourismus AR



Inhalt

| | |
|------------------------------|----|
| Vorwort | 1 |
| Jahresbericht 2012 | 4 |
| Fakten und Zahlen | 12 |
| Erfolgsrechnung 2012 | 16 |
| Bilanz | 18 |
| Gewinnverwendung 2012 | 20 |
| Revisorenbericht | 21 |
| Adressverzeichnis | 22 |

Impressum

Appenzellerland Tourismus AG, 9053 Teufen

Autoren

Regina Dörig-Kramis, Verwaltungsratspräsidentin

Stefan Steiner, Geschäftsführer



Vorwort

1

der Verwaltungsratspräsidentin

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser

Die Zukunft planen

Zurückschauen hat uns noch nie vorwärts gebracht – die Zukunft zu planen ist unsere Aufgabe. Dies haben sich auch verschiedene Leistungserbringer vorgenommen. Heiden, das schmucke Biedermeierdorf und Zentrum unserer Ferienregion über dem Bodensee hat nach dem Verlust von Hotels und Übernachtungen seine Zukunft an die Hand genommen. So stehen jetzt zwei neue Hotelprojekte in der Planung, und gemeinsam mit der Gemeinde soll der Kursaal und seine Umgebung noch vermehrt zu Begegnungsorten zwischen Gästen und Bevölkerung werden. Auch am Säntis hat man die Zukunft geplant und so wartet das alte Schwälgalpghasthaus darauf, dass es durch einen, den Gästen und der Zeit angepassten, Neubau ersetzt wird. In Gais nehmen im Hotel Krone neue Besitzer die Herausforderung an und im Bären gilt «klein aber fein.» Der Anker und die Waldegg in Teufen haben erfolgreich investiert und auch die Krone in Urnäsch als grösster Privatbetrieb ist kontinuierlich am Planen und Bauen. Der Moo im Hotel Herisau strahlt und der Säntis ist ein schmuckes Garni geworden. Auch in der Parahotellerie ist die Aufbruchstimmung spürbar. Diverse private Gastgeber haben ihre Zimmer liebevoll eingerichtet und freuen sich auf ihre Gäste. So gäbe es noch einige innovative und mutige Betriebe zu nennen. Schon länger bekannt sind die agrotouristischen Perlen welche das Angebot des Rekadorfes in Urnäsch ergänzen. Nun haben sich auch weitere landwirtschaftliche Betriebe im restlichen Kanton dazu entschlossen, ihre agrotouristischen Angebote mit unserer Unterstützung bekannter zu machen.

Uns freut es, denn der heutige Gast sucht die Vielfalt. Mit dem Appenzellerland als Wanderparadies und grüne Oase sind wir für weitere Projekte gerüstet. Der Verein Appenzell Ausserrhoder Wanderwege VAW sorgt für eine immer gleich bleibende hohe Qualität unserer Wanderwege und ermöglicht uns damit auch immer wieder, neue Produkte zu planen. Zusammen mit Schweiz Tourismus und mit der Unterstützung des Amtes für Wirtschaft möchten wir unsere touristischen Produkte und Angebote unter die Lupe nehmen und zukunftsfähig machen. Das

wird uns aber nur gelingen, wenn Sie alle, Leistungserbringer, Aktionäre, Politik und Bevölkerung an die Tourismusregion «Appenzellerland vom Bodensee bis zum Säntis» glauben und bereit sind, mit Ideen, Kraft, Wille und Geld in die touristische Zukunft zu investieren. Deshalb nehmen wir auch mit Genugtuung zur Kenntnis, dass der Regierungsrat im Hinblick auf die geplante Totalrevision des Tourismusförderungsgesetzes eine kantonale Tourismusstrategie erarbeitet. Die Vernehmlassungen und Beratungen im Rat werden uns Aufschluss geben, wohin die Reise von Appenzell Ausserrhoden mit dem Tourismus gehen soll und wie in Zukunft die Finanzierung der Tourismusförderung aussehen wird, denn nicht nur die Gastronomie und Hotellerie profitieren vom Tourismus.

Ich danke Ihnen allen für Ihr Engagement und für Ihr Vertrauen, insbesondere aber für all die geleistete Arbeit hinter und vor der Kulisse, welche wenige sehen, aber unsere Gäste umso mehr spüren. Wir unterstützen Sie gern in Ihren zukunftsgerichteten Projekten, Ideen oder Plänen.

.....
Zur Appenzeller Männertracht gehört eine Uhrenkette.

Ich trage eine «Acht-Zehner». Das bedeutet, dass meine grosse, mit Scharnieren versehene, ziselierte Silberplatte an acht Kettensträngen hängt. Daran sind wiederum zehn zu Paaren zusammengefasste Stränge befestigt, an deren Enden Silbertaler und sennische Symbole baumeln.

Herzlichen Dank - wir zählen auf Sie!

Regina Dörig-Kramis

Verwaltungsratspräsidentin Appenzellerland Tourismus AG

Uhrenkette



Jahresbericht 2012

4/5

Appenzellerland Tourismus AR

Im nachfolgenden Bericht möchten wir Sie über die Höhepunkte und Highlights von Appenzellerland Tourismus AR im Geschäftsjahr 2012 informieren.

Logiernächte 2012

Gemäss den definitiven Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik (BFS) registrierte die Hotellerie in der Schweiz im Jahr 2012 insgesamt 34,8 Millionen Logiernächte. Dies entspricht gegenüber dem Jahr 2011 einer Abnahme um 2 % (-720 000 Logiernächte). Auch das Appenzellerland spürte das schwierige wirtschaftliche Umfeld im vergangenen Jahr. 181 686 Logiernächte verzeichnete unser Kanton im Geschäftsjahr 2012. Dies entspricht einem Rückgang von 8.3 % gegenüber Vorjahr bzw. einem Minus von 16 376 Logiernächten. Der tiefe Wechselkurs der europäischen Einheitswährung gegenüber dem Schweizer Franken ist ein Teil der Erklärung. Zum anderen wird die Schliessung von Hotelbetrieben jetzt spürbar. Die jüngsten Entwicklungen lassen uns aber motivierter stimmen. So wurden verschiedene zukünftige Hotelprojekte angekündigt, unter anderem in Heiden und auf der Schwägalp.

Grosse Medienpräsenz

Das Appenzellerland, und insbesondere das Appenzeller Vorderland, waren Thema in diversen Medienpublikationen in der Schweiz und in Deutschland. So erschienen Artikel über Heiden in der Coop-Zeitung (Ausgabe Romandie), der «Illustré» oder der Schweizer Familie. Henry Dunant, der Witzweg und die Erlebnisrundfahrt bildeten in diesen Medien einen Schwerpunkt der Berichterstattung.

.....

Das rote Brusttuch zeigt die Unterschiede der beiden Kantone. Auf unserem Kragen sind viele kleine Blumen gestickt. Die Knopflöcher sind weiss eingefasst und Edelweisse zieren die Zwischenräume. Die Innerrhoder nennen das Brusttuch «Liibli». Es hat meistens gelbe Knopflöcher und ganze Blumensträusse auf dem Kragen.



Brusttuch

Kelle



Appenzellerland vor Ort

An diversen Veranstaltungen machte Appenzellerland Tourismus auf die Angebote und touristischen Möglichkeiten der Region aufmerksam. An den Ferien-

messen von Bern, Zürich und St. Gallen war man mit einem Stand präsent.

Mit stolz trage ich meine goldene «Schuefe» am rechten Ohr. Sie zeigt das von mir oft verwendete Arbeitsgerät, welches wir Sennen zum Abschöpfen von Rahm oder zur Käseherstellung brauchen. Der Ring, an dem die silbervergoldete Schuefe hängt, zeigt eine Schlange, die sich in den Schwanz beisst. Das ist ein uraltes Symbol für den ewigen Kreislauf von Leben und Tod, von Werden und Vergehen.

In Deutschland machte das Appenzellerland durch eine gross angelegte Promotion mit den Raststätten von Marché auf sich aufmerksam. Ebenfalls war das Appenzellerland Partner

bei der «Top-of-Switzerland» Tournee, die im 2012 in Süddeutschland verschiedenste Medienvertreter, Bus- und Gruppenreiseorganisatoren mit einem exklusiven Schweizer Abend überraschte. Der Witzweg wurde mit mehreren Promotionen, unter anderem in der Stadt Winterthur und am Bodensee, beworben.

Erfreuliche Entwicklung im Gruppengeschäft und im Bereich Seminare

Mit der Gruppenbroschüre verfügt die ATAG über ein ausgezeichnetes Produkt für die Akquisition von Gruppen und Vereinen. Auch dieses Jahr wurden spannende Angebote für Vereine und Firmen neu in die Broschüre aufgenommen. Auch in der Broschüre Erlebnis Schweiz, der schweizweiten Nummer 1 für Gruppenreisen, war das Appenzellerland mit drei attraktiven Angeboten vertreten. Es wurden 2012 151 Gruppenreisen offeriert, 100 Reisen wurden gebucht. Der Jahresumsatz im Gruppengeschäft beläuft sich auf über eine Viertelmillion Franken. Zum Vergleich: der Umsatz im Jahr 2011 lag im Gruppengeschäft bei rund CHF 200 000. Die ATAG entwickelt sich somit zum Gruppenreisespezialist. Die gesamte Reise wird von A - Z vom Team der ATAG organisiert. In Zukunft wird angestrebt, auch im Individualbereich vermehrt «Packages» (Pauschalangebote) anzubieten. Aus Sicht der ATAG ein Zukunftsmarkt mit Potenzial.

Auch im Seminar- und Eventbereich wurde der Umsatz unter der Leitung von Gabriela Holzinger massiv gesteigert. So wurden durch die ATAG Seminare und Events mit einem Umsatz von rund CHF 293 354 vermittelt.

Angebotsvernetzung sowie Positionierung als Seminar-Destination

Im Dezember 2012 hat der Verwaltungsrat von Appenzellerland Tourismus AR die Strategie 2013 bis 2018 verabschiedet. Einen Schwerpunkt setzt die Tourismusregion Appenzell Ausserrhoden auf die Gestaltung von neuen Angeboten für Individual-Gäste. Zudem wird der Bereich Seminare und Geschäftskunden gestärkt.

In den kommenden Jahren möchte Appenzellerland Tourismus AR die Region mit neuen Produkten und Angeboten für die Gäste noch attraktiver gestalten. Dazu wird die ATAG im Projekt «Enjoy Switzerland» von Schweiz Tourismus mitwirken. Ziel ist es, die Angebote in Appenzell Ausserrhoden weiter zu entwickeln und mit anderen Destinationen zu vernetzen. Dabei, ebenso wie bei allen anderen Aktivitäten der ATAG, ist die Zusammenarbeit mit den Partnern im Kanton ein tragendes Element. Aufbau und Pflege dieser Partnerschaften, sei es in Tourismus, Wirtschaft oder Politik, stehen deshalb im Zentrum. Der ATAG ist es gelungen, mit der Person von Urs Berger einen wichtigen Knowhow-Träger der touristischen Region Appenzellerland als Projektleiter zu gewinnen. Urs Berger ist zurzeit als Leiter Tourist Info beim Kurverein Heiden angestellt und wechselt per 1. Mai 2013 in der Funktion als Projektleiter «Enjoy Switzerland» zur ATAG.

Mit dem «Aktiven Verkauf» hat die ATAG in den vergangenen zwei Jahren den Bereich Geschäftskunden neu aufgebaut. Nun geht es darum, das Appenzellerland als Seminar-Destination zu positionieren und bekannt zu machen. Die Marketing- und Kommunikationsmassnahmen im Seminarbereich werden deshalb verstärkt. Unter anderem wurde eine Broschüre für den Bereich Seminare und Events entwickelt, die in einem neuen und bilderreichen Auftritt erscheint und die es sprichwörtlich zu «entdecken» gilt. In Anlehnung an das neue Broschüren-Konzept wird auch der Internetauftritt für den Seminarbereich auf der Homepage www.appenzellerland.ch neu und professioneller gestaltet. Die ATAG hat sich ebenfalls entschieden, dieses Jahr an einer Personal-Fachmesse und einer Messe für Sekretariats- und Management-Assistenz in Zürich teilzunehmen, um so zusätzliche Firmen und Vereine für das Appenzellerland als Austragungsort von zukünftigen Seminaren und Events zu begeistern und zu gewinnen.

Neue Organisationsform

Im Zuge der Strategieüberarbeitung ATAG wurde auch die bestehende Organisationsform der ATAG überprüft. Die Analyse ergab, dass die bisherige Organisationsform durch die Vermischung von unterschiedlichsten Tätigkeiten an Effizienz

verliert. Im Vordergrund der Neuorganisation stand die Entflechtung der beiden Organisationen ATAG und Kurverein Heiden (KVH). In der Aufbauphase der ATAG machte es Sinn, die beiden Betriebe zusammenzulegen und so Synergien zu schaffen. Inzwischen hat die ATAG eine Grösse erreicht, bei welcher der Fokus und der Schwerpunkt auf die Vermarktung des Appenzellerlands gelegt werden. Die neue Organisation zeigt folgende Charakteristik:

- Klare Aufteilung der AG in die Bereiche Produktmanagement (PM), Marketing und Kommunikation, Sales und Tourist Info
- Mit dem Projekt «Enjoy Switzerland» wird dem Bereich Produktmanagement erstmals die nötige Beachtung geschenkt (100 Stellenprozent)
- Das Gruppengeschäft wird in einem Bereich zusammengefasst (Sales)
- ALLE Tourist-Infos werden unter dem Bereich Infostellen geführt

Aus Sicht der ATAG macht es Sinn, weiterhin Infostellen im Mandat der Gemeinden / Kurvereine zu führen. Zurzeit führt die ATAG mit Vertretern der Gemeinde und dem Kurverein Heiden Gespräche, wie die zukünftige Gestaltung und Organisation der Tourist Info aussehen soll, welche ein zielgerichtetes und effizientes Arbeiten ermöglicht.

Rechnung

Der Jahresumsatz stieg 2012 erstmals auf über CHF 2 Mio. Die knapp 10 % gestiegenen Mehrumsätze wurden - bei gleichbleibenden Beiträgen von Kanton und Gemeinden - selber erwirtschaftet. Die Rechnung schliesst insgesamt ausgeglichen ab; es wird ein geringer Verlust von CHF 357.43 ausgewiesen. Die Beiträge von rund CHF 1.2 Mio. ergeben sich aus dem Kantons- und den Gemeindebeiträgen sowie den Gemeindebeiträgen an die VAW. Der Umsatz im Gruppengeschäft legte gegenüber dem Vorjahr um erfreuliche rund CHF 70 000 zu. Auch der direkte Verkauf konnte spürbar gesteigert werden und trug wesentlich zu zusätzlichem Umsatz bei. Deutlich mehr als die Hälfte aller Aufwendungen wurden in der Marktbearbeitung und der Promotion aufgewendet und damit dem eigentlichen Zweck der Gesellschaft zugeführt. 2012 wurde das Aktienkapital um CHF 50 000 erhöht, davon sind noch 24 Aktien à CHF 1 000 verfügbar und können bei der Geschäftsstelle gekauft werden. Weitere Details sind aus der Jahresrechnung ersichtlich.

Personelles

Das vergangene Geschäftsjahr war geprägt von Veränderungen auf der Geschäftsstelle. Ende März verliess der langjährige Geschäftsführer Sandro Agosti, welcher massgeblich in der Strukturbereinigung mitgewirkt hat, die ATAG. Die nachfolgenden Aufbauarbeiten wollte er einer neuen Kraft übergeben. Auch die Marketingleiterin Barbara Koster verliess die ATAG aus familiären Gründen.

Die sechsmonatige vakante Zeit der Geschäftsführung überbrückte das Team der ATAG unter der Leitung des Stellvertreters Urs Berger und mit der Unterstützung im Hintergrund durch San-

dro Agosti. Anfang September trat Stefan Steiner die Geschäftsführung an und fand ein motiviertes Team vor, welches darauf brannte, seine Ideen im Kerngeschäft umzusetzen. Gleichzeitig galt es, sich so schnell wie möglich einzuarbeiten und zusammen mit dem Verwaltungsrat die Strategie von 2009 zu überarbeiten.

Zwei neue Verwaltungsratsmitglieder und der neue Geschäftsführer versprachen eine Aussensicht bei den Unternehmensanalysen und der Würdigung der Strategie von 2009. Die überarbeitete Strategie 2013-2018 finden Sie auf unserer Homepage unter «Aufgaben» zum Herunterladen.

Für die Bewältigung dieser besonderen Aufgaben, Wahl neuer Geschäftsführer, Überarbeitung Strategie 2009, tagte der Verwaltungsrat in acht Sitzungen. Zwei dieser Sitzungen waren halbtägige Workshops, die der Planung der Zukunft dienen, an der das Team und der Verwaltungsrat nun bereits arbeiten.

Wir sind überzeugt, dass wir mit den bereinigten Strukturen das Appenzellerland noch effizienter und zielgerichteter vermarkten werden.

.....
*Auf meinen «Tierlitträger» bin ich besonders stolz. Die mit Messing-
 ornamenten beschlagenen Hosenträger gibt es seit mehr als zweihundert
 Jahren. Die Sennensattler haben einfachere und reicher ausgestattete
 Exemplare im Sortiment, und die antiken Sammlerstücke sind bei
 Liebhabern sehr begehrt.*

Heiden im April 2013

Stefan Steiner

Geschäftsführer Appenzellerland Tourismus AR

Hosenträger



Fakten und Zahlen

12/13









Appenzellerland Tourismus AR

Dienstleistungen von Appenzellerland Tourismus AR

- Partner-Newsletter mit wichtigen Informationen für alle im Tourismus tätigen Partner.
- Saison-Opening im Frühling für alle touristischen Leistungsträger / Partner.
- Kontakt- und Netzwerkpflege mit umliegenden Destinationen, insbesondere Ostschweiz Tourismus und Schweiz Tourismus.
- Touristische Schulungen für die Mitarbeiter der Appenzeller Bahnen.
- Produktion und Verwaltung der beliebten Gutscheine für Bergbahnen, Bergrestaurants und Hotels im Appenzellerland. Umsatz 2012 CHF 109 208.
- Führung der Geschäftsstelle Verein Appenzell Ausserrhoder Wanderwege VAW, Kurverein Heiden, Kursaal Heiden (bis 31.7.2012), hotellerie-ostschweiz.
- Betreuung der Tourist Informationen in den Mercato-Shops der Appenzeller Bahnen.
- Beratung und Mitarbeit bei neuen geplanten Angeboten, z.B. Appenzeller Stickereihaus in Reute, Erweiterung Erlebnisbauernhöfe Region Vorderland, Waldplanung AR.
- Betreuung und Klassifikation von Ferienwohnungen und B&B s.
- Kooperation im Bereich der Busgruppen www.busziel.ch mit Heidi-land Tourismus und Liechtenstein Tourismus.
- Mitorganisation von verschiedenen touristischen Anlässen, z.B. die beliebte Genuss Wanderung mit rund 400 Gästen.
- Entwicklung von neuen Schneeschuhrouten im Winter, Beispiel: Tour auf die Hochalp ob Urnäsch.
- Erstellung einer neuen Internetseite für den Verein Appenzell A.Rh. Wanderwege: www.appenzeller-wanderwege.ch.

Appenzellerland Tourismus AR 2012 in Zahlen

Entwicklung Logiernächte in Appenzell Ausserrhoden

| | | |
|-------------|---------|--|
| 2005 | 164 045 |  |
| 2006 | 149 091 |  |
| 2007 | 149 632 |  |
| 2008 | 212 715 |  |
| 2009 | 218 022 |  |
| 2010 | 210 541 |  |
| 2011 | 198 062 |  |
| 2012 | 181 686 |  |

Quelle: Bundesamt für Statistik BFS und Reka Schweizer Reisekasse

Bereich Produktmanagement

- 560 verkaufte Feriengutscheine
- 9 Akku- und Vermietstationen E-Bike im ganzen Appenzellerland
- 14 betreute Routen von Schweiz Mobil im «Wander-» und «Veloland»

Bereich Marketing und Kommunikation

- 200 371 Besucher auf www.appenzellerland.ch
- 6 473 Newsletter-Empfänger
- 25 betreute Medienreisen
- 3 015 Facebook-Friends
- 180 Massnahmen im «Marketing zum Mitmachen»
- 222 367 Prospekt-Downloads auf www.appenzellerland.ch

Bereich Beratung und Verkauf

- CHF 8 500 Umsatz mit Pauschalangeboten
- 100 betreute Gruppenreisen
- CHF 220 000 Umsatz im Gruppenreisegeschäft
- ca. 2 500 kontaktierte Firmen im Projekt «Aktiver Verkauf»
- CHF 293 354 Umsatz «Aktiver Verkauf»
- 1722 bearbeitete Prospektanfragen
- rund 4 000 Auskünfte per Mail oder am Telefon
- 231 eingegangene Gästerückmeldungen

**Was hat Ihnen im Appenzellerland besonders gut gefallen?
Statements der durch Appenzellerland Tourismus AR betreuten Kunden**

«Gesellige Bergbeizli.»

«Sehr gute Beschilderung der Wanderwege.»

«Herzlichen Dank für Ihren Einsatz. Der ganze Ausflug war sehr gut!»

«Freundliche Leute im Dorf, Hotel, Läden usw.»

«Das Vertrauen, welches Touristen entgegen gebracht wird.»

«Unsere dreitägige Reise war ein riesen Erfolg, und das nicht nur wegen dem tollen Wetter. Der Part im Appenzellerland hat bestens geklappt. Hotel, Restaurants etc. waren super.»

«Es war ein super toller Tag. Der von Ihnen sehr gut ausgearbeitete Ausflug hat wirklich viel Spass gemacht! Wir werden Sie auf jeden Fall weiterempfehlen!»

«Noch einmal ganz herzlichen Dank für die hervorragende Organisation! Alles hat bestens geklappt und die Mitglieder waren hoch erfreut über die verschiedenen Events - das war beste Werbung fürs Appenzellerland!»

«So viel gelacht wie an diesem Wochenende habe ich schon lange nicht mehr! Das Weekend war ein rundum gelungener Anlass. Meine Kollegin und ich haben viel Lob und Applaus erhalten, den ich an dieser Stelle gerne weiterleiten möchte.»

«Die Begeisterungswelle hält noch an; meine Kollegen schwärmen in den höchsten Tönen. Der gesamte Ausflug war höchst erfolgreich; jeder einzelne Programmpunkt wurde mit viel Freude aufgenommen. (...) Also, der Dank geht an Sie und an alle Beteiligten, welche meine Kollegen an diesen zwei Tagen betreut haben. Einige der Herren wollen sogar auf privater Basis (mit ihren Ehefrauen) mal ins Appenzellerland.»

«Gut erhaltene Landschaft.»

«Kombination Folklore-tägliches Leben-Landschaft-Tradition.»

«Gute Themenwanderwege.»

«Urlaub mit Kindern ohne Auto dank guter Infrastruktur möglich.»

«Die Landschaft, die saubere Luft, die freundlichen Menschen, es war rundum gut!»

«Ursprünglichkeit, Authentizität der Leute, bäuerliche Strukturen sind noch erhalten, toller Stadtkern in Appenzell, keine hochindustrielle Landwirtschaft.»

«Man hat das Gefühl, dass man im Appenzellerland auf eine «heile» Welt trifft, wo die Traditionen noch gelebt werden. Die Gastfreundschaft und die Freundlichkeit der Appenzeller. Man fühlt sich nicht als Fremder. Komme aus einer Grossstadt und da schätzt man diese Eigenschaften sehr.»

«Die Gegend allgemein: die Natur, die Landschaft, die Kühe mit den Glocken auf den Wiesen, die Architektur der vorwiegend ländlich geprägten Gebäude. Immer wieder angenehm fällt das hervorragend funktionierende öV-System auf.»

«Ich bedanke mich nochmal für den wunderbar organisierten Ausflug nach Heiden und Appenzell. Dem Programmablauf von Ihnen fehlte es an nichts, die Zeiten passten genial und es gab weder lange Wartezeiten noch mussten wir uns beeilen. Das Wetter konnte niemand ändern aber auch das Mountainboarden wird ein unvergessliches Erlebnis bleiben. (...) Dank Ihrer Organisation durften wir eine weitere unvergessliche Vereinsreise erleben. Ich werde Sie **auf jeden Fall** weiterempfehlen ...»

Erfolgsrechnung 2012

16/17

Appenzellerland Tourismus AR

Ertrag

| | Rechnung 2012 | Rechnung 2011 |
|--------------------|----------------------|----------------------|
| Ertrag | 2 014 443.93 | 1 885 441.08 |
| Beiträge | 1 230 800.00 | 1 229 300.00 |
| Mandate | 68 901.45 | 86 893.90 |
| Verkäufe | 282 039.48 | 225 411.47 |
| Angebotsgestaltung | 46 002.60 | 33 216.65 |
| Werbemittel | 86 491.95 | 102 533.10 |
| Werbung/PR | 59 308.85 | 56 817.80 |
| Verkaufsförderung | 69 167.75 | 82 055.80 |
| Aktiver Verkauf | 128 605.90 | 46 593.10 |
| Finanzertrag | 1 003.00 | 450.30 |
| a.o. Ertrag | 42 122.95 | 22 168.96 |

Aufwand

| | Rechnung 2012 | Rechnung 2011 |
|---------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| Aufwand | 1 959 900.01 | 1 803 202.32 |
| Organe / GV | 31 808.30 | 35 520.50 |
| Mandate | 62 456.85 | 59 378.85 |
| Personalaufwand | 563 869.58 | 517 744.30 |
| Verwaltung | 177 541.59 | 165 775.90 |
| Finanzaufwand | - | - |
| Einkauf | 270 205.48 | 206 224.95 |
| Angebotsgestaltung | 147 369.99 | 130 561.90 |
| Werbemittel | 180 874.77 | 207 170.05 |
| Werbung | 197 657.74 | 210 936.47 |
| Verkaufsförderung | 224 102.41 | 214 450.80 |
| Aktiver Verkauf | 104 013.30 | 23 655.60 |
| a.o. Aufwand | - | 31 783.00 |
| Jahresgewinn vor Steuern | 54 543.92 | 82 238.76 |
| Ertrags- und Kapitalsteuern | -70.55 | 5 000.00 |
| Kürzung Vorsteuerabzug | 54 971.90 | 47 669.27 |
| <u>Jahresgewinn</u> | <u>-357.43</u> | <u>29 569.49</u> |

Bilanz

18/19

per 31. Dezember 2012

Aktiven

| | 31.12.2012 | 31.12.2011 |
|---|---------------------|-------------------|
| Umlaufvermögen | 985 260.05 | 874 512.58 |
| <i>Flüssige Mittel</i> | 925 828.37 | 711 187.00 |
| Kasse | 4 193.08 | 309.43 |
| Banken | 921 635.29 | 710 877.57 |
| <i>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</i> | 58 673.15 | 162 869.85 |
| Debitoren | 58 673.15 | 162 869.85 |
| <i>Andere Forderungen</i> | 758.53 | 455.73 |
| Verrechnungssteuerguthaben | 758.53 | 455.73 |
| <i>Aktive Rechnungsabgrenzung</i> | - | - |
| Anlagevermögen | 24 004.00 | 4.00 |
| <i>Sachanlagen</i> | 24 004.00 | 4.00 |
| Mobiliar und Einrichtungen | 1.00 | 1.00 |
| Wertschriften | 3.00 | 3.00 |
| Eigene Aktien | 24 000.00 | - |
| Darlehen Aktionäre | - | - |
| Total Aktiven | 1 009 264.05 | 874 516.58 |

Passiven

| | 31.12.2012 | 31.12.2011 |
|---|---------------------|-------------------|
| Fremdkapital | 381 980.90 | 288 876.00 |
| <i>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</i> | 298 126.50 | 172 325.30 |
| Kreditoren | 118 529.70 | 33 625.15 |
| Anzahlungen von Kunden | 154 459.50 | 122 129.50 |
| Eidg. Steuerverwaltung | 25 137.30 | 16 570.65 |
| <i>Rückstellungen</i> | - | - |
| <i>Passive Rechnungsabgrenzung</i> | 83 854.40 | 116 550.70 |
| Eigenkapital | 627 283.15 | 585 640.58 |
| <i>Aktienkapital</i> | 397 000.00 | 347 000.00 |
| Allgemeine Reserven | 2 000.00 | - |
| Reserve für eigene Aktien | 24 000.00 | |
| Freie Reserven | 176 479.64 | 208 479.64 |
| <i>Bilanzgewinn / -verlust</i> | 27 803.51 | 30 160.94 |
| Vortrag per 01.01. | 28 160.94 | 591.45 |
| Jahresgewinn / -verlust | -357.43 | 29 569.49 |
| Total Passiven | 1 009 264.05 | 874 516.58 |

Gewinnverwendung 2012

20/21

Appenzellerland Tourismus AR

Der Verwaltungsrat schlägt vor, den Bilanzgewinn wie folgt zu verwenden:

| | 2012 | 2011 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| Vortrag 01.01. | 28 160.94 | 591.45 |
| Jahresergebnis | -357.43 | 29 569.49 |
| Bilanzgewinn | 27 803.51 | 30 160.94 |
| Dividende | - | - |
| Einlage in die allgemeine Reserve | - | 2 000.00 |
| <u>Vortrag auf neue Rechnung</u> | <u>27 803.51</u> | <u>28 160.94</u> |

Anhang

| | 31.12.2012 | 31.12.2011 |
|--|-------------------|-------------------|
| <u>Brandversicherungswerte der Sachanlagen</u> | <u>312 400.00</u> | <u>312 400.00</u> |

Risikobeurteilung

Der Verwaltungsrat hat sich basierend auf einer unternehmensspezifischen Risikomatrix mit den für die Jahresrechnung wesentlichen Risiken auseinandergesetzt.

Kapitalerhöhung

Der Verwaltungsrat ist ermächtigt, das Kapital im Maximalbetrag von CHF 120 000 zu erhöhen bis 9. Mai 2013.

Weitere gesetzliche Angaben im Sinne von Art. 663b OR sind nicht erforderlich.

www.appenzellerland.ch

Revisorenbericht

Appenzellerland Tourismus AR



Appenzell Ausser Rhoden

Stabsstelle Controlling
von Appenzell Ausser Rhoden

Regierungsgebäude
9102 Herisau
www.ar.ch

Tel. 071 353 64 90
Fax 071 352 68 64

Bericht

der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Appenzellerland Tourismus AG, Teufen AR

Als Revisionsstelle haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Appenzellerland Tourismus AG für das am 31. Dezember 2012 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Herisau, 6. Mai 2013

Stabsstelle Controlling von Appenzell Ausser Rhoden

Sig. 6.05.2013

Rudolf Ramsauer
Betriebsökonom FH
leitender Revisor

Beilage: Jahresrechnung

www.appenzellerland.ch

Adressverzeichnis

22/23

Appenzellerland Tourismus AR

Personal

Appenzellerland Tourismus AR

Kurverein Heiden

Geschäftsstelle Bahnhofstrasse 2, 9410 Heiden

Telefon +41 (0)71 898 33 00, Fax +41 (0)71 898 33 09

info@appenzellerland.ch

Stefan Steiner, Geschäftsführer (ab 01.09.2012)

Sandro Agosti, Geschäftsführer (bis 31.03.2012)

Urs Berger, Stv. Geschäftsführer / Leiter Front Office

Chris Nowak, Leiterin Back Office

Barbara Koster, Projektleiterin Marketing (bis 30.06.2012)

Ueli Rickenbach, Projektleiter Marketing

Cécile Kessler, Projektleiterin Marketing (ab 01.01.2012)

Gabriela Holzinger, Sales Managerin

Chantal Lanker, Gästeberaterin

Flavia Nagel, Lernende im 3. Lehrjahr / Gästeberaterin (bis 31.12.2012)

Patrick Binder, Lernender im 2. Lehrjahr

Alessandro Blank, Lernender im 1. Lehrjahr

Christina Bittel, Gästeberaterin (Aushilfe)

Heidi Kellenberger, Gästeberaterin (Aushilfe)

Nicole Rüegg, Gästeberaterin (Aushilfe bis 31.12.2012)

Appenzellerland Tourismus AR

Tourist Information Urnäsch

Dorfplatz, 9107 Urnäsch

Telefon +41 (0)71 364 26 40, Fax +41 (0)71 364 23 02

urnaesch@appenzellerland.ch

Erika Kist, Leiterin

Sandra Diesterbeck, Gästeberaterin

Susanne Schmid, Gästeberaterin

Regula Alder Rentsch, Gästeberaterin (Aushilfe)

Verwaltungsrat

Regina Dörig-Kramis

Präsidentin, 9107 Urnäsch

Thomas Baumgartner

Direktor Appenzeller Bahnen, 9100 Herisau, (ab 11.6.2012)

Monika Bodenmann-Odermatt

Kantonsrätin, 9104 Waldstatt, (ab 11.6.2012)

Niklaus Dörig

Erlebnis Waldegg, 9053 Teufen

Dr. Hanjürg Düsel, (bis 11.6.2012) †

Heinrich Eggenberger

VR Präsident Heilbad Unterrechtestein, 9410 Heiden

Caspar Lips

Direktor Hotel Heiden AG, 9410 Heiden





*«Das Originale, Urtümliche,
Traditionelle, das man sonst in der
Schweiz nirgends mehr findet.»*

Auszug aus der Gästefrage