

Generationen

Alp-Käse online bestellen

Maria und Meinrad Koch sind von Anfang Juni bis Ende August auf der idyllischen Alp Brüllenstein – besser bekannt als Alp Soll – anzutreffen. Mit ihrem Sohn Samuel Koch stellen sie auf der Alp unter anderem Käse her. Der andere Sohn, Dominik Koch, kümmert sich währenddessen um den Hof in Gonten und hat den Hofladen übernommen. Nachdem die Familie in die Wertschöpfung und somit in eine Käserei investierte, war schnell klar, dass auch die Vermarktung des Käses stimmen muss. Jung und Alt arbeiten auch in dieser Thematik Hand in Hand. Und so wurde in die Digitalisierung investiert.

Professionell vermarktet

Der erste Blick auf die Website mit integriertem Online-Shop überrascht manchen Besucher durchaus positiv. Ein ansprechendes Logo, einheitliche Produktverpackungen und aktuelle Inhalte zeugen von der professionellen Vermarktung. Wichtig bleibt dennoch, dass der Vertrieb vielfältig ist. Ob bei der Wanderung direkt vor Ort, später zuhause via Online-Shop oder auch im Hofladen in Gonten: Die Kunden der Alp Soll können ihren Käse über verschiedenste Verkaufskanäle beziehen. Da fragt man sich: Hat da auch die Nachfolgeneration ein Wörtchen mitgeredet? Meinrad Koch sagt dazu: «Natürlich haben wir auch die Ideen und Visionen der Jungen mitgenommen. Es ist wichtig, dass das Marketing stimmt. Und schön ist, dass es den Leuten auffällt und wir regelmässig Lob entgegennehmen dürfen. Alle Neuigkeiten publizieren wir zudem auf Facebook und vielleicht kommt bald auch noch Instagram dazu.»
www.alpsoll.ch



Manfred und Samuel Koch Hand in Hand. Sowohl in der Käserei als auch bei der Digitalisierung. (Bild: zVg)

Blick nach aussen

Appenzell: nicht nur für den Tourismus attraktiv

(Red) Die neuste Studie der Credit Suisse zeigt: Appenzell Innerrhoden ist nicht nur für den Tourismus attraktiv, sondern auch als Wohnort. Die Wahl des Wohnorts ist für viele Menschen eine der wichtigsten Entscheidungen im Leben.

Neben Wohnlage und Infrastruktur, Verfügbarkeit passender Wohnobjekte, emotionalen Kriterien und persönlicher Vernetzung spielen auch monetäre Faktoren eine zentrale Rolle. Dafür haben die Ökonomen der Credit Suisse für jeweils über 120 000 Beispielhaushalte in jeder Gemeinde der Schweiz das frei verfügbare Einkommen berechnet – also denjenigen Betrag, der vom Haushaltseinkommen nach Abzug aller obligatorischen Abgaben und der Fixkosten für den freien Konsum oder das Sparen übrigbleibt. Basierend auf den Berechnungen lebt der Durchschnittshaushalt im Kanton Appenzell Innerrhoden am günstigsten, gefolgt von Uri und Glarus. Mit geringen Wohnkosten sowie einer tiefen Belastung durch Steuern und weitere Abgaben präsentieren sich die drei Kantone aus finanzieller Sicht am attraktivsten.



Appenzellerland Tourismus | Kantonaler Gewerbeverband | Handels- und Industriekammer | Amt für Wirtschaft



Digitalisierung mit Mehrwert

Appenzellerland Tourismus AI nutzt digitale Möglichkeiten dort, wo sie Sinn machen

Gerade im Appenzellerland, wo Traditionen aktiv gelebt werden, lassen sich Emotionen und Gefühle nur unzureichend über digitale Anwendungen transportieren. Nichtsdestotrotz bleibt der Verein Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI) nicht stehen, sondern nutzt die neusten Technologien dort, wo es sinnvoll ist.

Katia Wyss

«Die Digitalisierung ist nicht die Allzweckwaffe für sämtliche Massnahmen im Innerrhoder Tourismus. Wir gehen mit der Zeit, sind teilweise sogar Vorreiter – doch der persönliche, physische Kontakt zum Gast wird auch in Zukunft der wichtigste Bestandteil unserer Tätigkeit sein», sagt Guido Buob, Geschäftsführer von Appenzellerland Tourismus AI. So betont er, dass die Digitalisierung zwar sehr wichtig ist, in ihrer Wirkung aber nicht überschätzt werden sollte und schlussendlich nur ein Mittel zum Zweck ist.

Strategie 2022 – 2032

Diese Stossrichtungen lassen sich auch aus dem Strategiepapier 2022 – 2032 herauslesen, welches der VAT AI kürzlich erarbeitet hat. Die Schwerpunkte der kommenden zehn Jahre liegen dementsprechend auf den Themen Handwerk & Brauchtum, Alpstein, Dorf Appenzell, Kultur & Landschaft und Produkte. Zur digitalen Ausrichtung ist zu lesen: «Der Digitalisierung wird eine grosse Beachtung geschenkt, nicht aber auf Kosten der Gastfreundschaft und Authentizität, sondern mit den Zielen der Effizienzsteigerung und der Optimierung des Kundenerlebnisses.»

Digitale Ferienkarte

Ein praktisches Beispiel für eine solche Optimierung ist die Digitalisierung der Appenzeller Ferienkarte. Was als physische Karte begann, wird nun durchgängig digital abgewickelt. So lassen die Hoteliers oder Ferienwohnungsbesitzerinnen ihren Gästen nach der Buchung von mindestens drei Nächten einen QR-Code per E-Mail zukommen. Dieser wird in einem Programm generiert, auf das die Leistungsträger Zugriff haben und mit dem sie die Buchungsdetails des Gastes erfassen. Der Gast wiederum lädt sich den Code aufs Handy oder druckt ihn aus, wenn er



Mit der App «Appenzell» können Nutzerinnen und Nutzer sämtliche Wegweiser mit Zeitangaben im inneren Landesteil abfragen. Ausserdem sind in Zukunft damit die offiziellen Feuerstellen und über 50 Kapellen leicht zu finden.

die Ferienkarte weiterhin lieber physisch nutzt. Gegen Vorweisen des Codes profitiert er anschliessend von über 20 Gratis-Angeboten – schon bevor er im Hotel eingekcheckt hat. Ähnlich funktioniert der Ablauf für die Gratis-Anreise mit dem ÖV. Hier schickt der Gast seine Buchungsbestätigung des Beherbergungsbetriebs an den VAT AI und erhält im Gegenzug ein digitales Zugticket von seinem Wohnort bis nach Appenzell und wieder zurück nach Hause. Dieses Angebot ist schweizweit einmalig. Für die Zukunft ist eine Kombination der Ferienkarte und des kostenlosen Zugtickets geplant; es sind allerdings noch einige technische Hürden mit der SBB zu meistern.

Durch das Abscannen des QR-Codes ergeben sich für die Leistungsträger wiederum spannende Statistiken: Wann wurde die Ferienkarte wo eingesetzt – und wie oft? Diese Daten werden vor allem für die Entschädigung der Leistungsträger genutzt und somit wird eine transparente Abrechnung der Leistungen ermöglicht. Gemäss Guido Buob war Appenzell Innerrhoden die vierte Destination in der Schweiz, welche ihre Gästeangebote auf diese Weise digitalisiert hat. Die nötige technische Infrastruktur stammt von der Firma 4Tix aus Diepoldsau.

Der Wandel der Zeit

Schon früh hat Appenzellerland Tourismus erkannt, dass sich nicht nur die Technik, sondern auch die Gästebedürfnisse weiterentwickeln. So war Appenzell Innerrhoden 1998 eine der ersten Destinationen, welche digitale Hotelbuchungen ermöglicht haben. Die Unterkünfte stellten dem Tourismusbüro Kontingente zur

Verfügung, welche in einem Programm erfasst wurden. Kam ein Gast an den Schalter, wurde eine Übernachtungsbuchung erstellt und dem entsprechenden Betrieb zugewiesen. Mit dem Aufkommen des Internets konnten die Gäste dann ihre gewünschten Buchungen direkt selbst vornehmen, denn alle Unterkünfte waren auf der Tourismus-Website gesammelt aufgeführt. Erst seit wenigen Jahren geht der Trend in die Richtung, dass jeder Hotelier oder jede Ferienwohnungsbesitzerin eigene Buchungstools nutzt. Der VAT AI agiert deshalb heute mehrheitlich als Vermittler und von konzentriert sich auf die Buchung von Übernachtungen für Gruppen.

Digitales Wandern

Auch im Bereich des Wandertourismus geht der VAT AI mit der Zeit. So lassen sich mit Hilfe der App «Appenzell» Wanderungen im und rund um den Alpstein minutengenau planen. Zu diesem Zweck wurden sämtliche Wegweiser digitalisiert. «Unser oberstes Ziel ist es, dass die App keine Kopie unserer sehr umfangreichen Website ist, sondern einen klaren Fokus und Mehrwert bietet», erklärt Guido Buob. Künftig werden deshalb noch die Feuerstellen und Kapellen auf der Karte eingezeichnet und mit Detail-Infos ergänzt. Und wie steht es um die unzähligen Wander-Influencer, welche die sozialen Netzwerke mit schönen Bildern überfluten? «Unsere Strategie sieht ganz klar vor, dass wir keine aktive Zusammenarbeit mit Influencern suchen. Unsere Gäste sind die besten Beeinflusser – gerne reposten wir schöne Beiträge, aber mehr nicht.»

Die Krux mit der Digitalisierung

Trotz dieser vielfältigen und zukunftsorientierten Projekte betont Guido Buob, dass nicht nur Geld in die Digitalisierung investiert werden sollte. «Physische Produkte und Angebote müssen ebenso stetig gepflegt und an neue Gegebenheiten angepasst werden wie solche aus der digitalen Welt. Sonst geht über kurz oder lang die Qualität verloren – und genau das ist ja unser Aushängeschild.» Entsprechend wird der VAT AI auch künftig keine Pionierrolle einnehmen, wenn es um die Neuentwicklung von digitalen Angeboten geht. Die vorhandenen Kanäle werden genutzt und soweit sinnvoll auf das Appenzellerland adaptiert; jedoch fehlt Zeit und Geld, um in grössere und völlig neue digitale Projekte zu investieren. So wird auch in Zukunft sehr genau abgewogen, welche digitalen Massnahmen umgesetzt und welche als reine Trends betrachtet werden.



Persönliche Beratungen in der Tourist Information für Gäste und Einheimische werden nach wie vor geschätzt. (Bilder: zVg)

1 Frage, 3 Antworten

«Was schätzen Sie als Gast in Appenzell besonders?»

Rita und Sepp mit Freunden, Steiermark (AUT): Die wunderschönen Blumen, 90 Minuten Gratisparkplatz und die öffentlichen Toiletten. Natürlich kommen wir aber jedes Jahr wieder nach Appenzell wegen der exklusiven Geschäfte und einfach, weil hier alle so nett zu uns sind. Das Dorf ist zudem unglaublich gut gepflegt.

Sonja und Rockni, Kalifornien (USA): Wir verbinden mit Appenzell viele Emotionen und auch ein bisschen Familiengeschichte. Sonjas Grosseltern haben ursprünglich in der Kapelle «Wildkirchli» geheiratet. Ihre Eltern haben sich später in der Schweiz kennengelernt, als ihr deutscher Vater im Krieg kämpfte. Später dann wanderte ihre Familie nach Amerika aus – Sonja war 8 Jahre alt. Heute ist sie selbst Grossmutter und hat einen Zweitwohnsitz in Zürich. Immer wenn wir in der Schweiz sind, darf ein Besuch in Appenzell nicht fehlen. Die besten Souvenirs und Restaurants gibt es unserer Meinung nach hier. Wir mögen auch die Geschichten der Einheimischen. Sehr gerne tauschen wir uns mit älteren Menschen aus Appenzell aus. Meistens übernachten wir im Hotel Appenzell. Dieses Jahr war leider alles schon sehr ausgebucht. Aber zum Glück gibt es viele sehr gute Alternativen.

Nicola und Familie, Freiburg (CH): Wir schätzen die gelebte Tradition und die schönen, farbigen Häuser. Auf unserer Rundreise durch die Schweiz durfte Appenzell nicht fehlen. Aber eigentlich haben wir uns vorab nicht gross informiert und sind gerade erst so richtig angekommen. Ein paar Informationen haben wir aus unserem Reiseführer. Wir spielen den Ball deshalb zurück: Was dürfen wir auf keinen Fall verpassen?



Einen gemütlichen Spaziergang durch die malerische Hauptgasse lässt sich kaum ein Tourist entgehen. (Bild: zVg)

Die Zahl

1 000 000 Besucher

(Red) Verzeichnete die Website appenzell.ch im Jahr 2020. Eine beeindruckende und noch immer steigende Zahl. Dabei wird deutlich, dass die Website des Vereins Appenzellerland Tourismus AI der Dreh- und Angelpunkt für die Informationsbeschaffung ist. Der Fokus liegt auf einer schnellen Übersicht und die Seite wird von den Besuchern für ihre gute Struktur gelobt und geschätzt. Eine wichtige Interaktion der Website bilden zudem die Verlinkungen zu den Leistungsträgern. Parallel hat die Geschäftsstelle 2020 rund 50 000 Beratungen für Gäste und Einheimische in der Tourist Information gemacht. Das Beispiel beweist, dass eine richtige Kombination von digitalen und analogen Angeboten nach wie vor gefragt ist.