

Die Zahl:

15000

(rm) Rund 15000 Appenzeller Ferienkarten wurden 2025 durch Innerrhoder Beherbergungsbetriebe abgegeben. Anspruch auf die Karte hatten Gäste, die mindestens drei Nächte in Innerrhoden verbrachten. Sie erhielten damit kostenlosen Zugang zu zahlreichen Freizeit-, Kultur- und Mobilitätsangeboten. Im Durchschnitt nutzte ein Gast vier Leistungen. Besonders gefragt waren die drei Luftseilbahnen im Kanton. Ebenfalls beliebt waren kleine Geschenke bei Appenzeller Leistungsträgern, etwa ein Flauder, ein Alpenbitter-Stengel oder ein Geschirrtuch im Käseladen. Weniger genutzt wurden laut Appenzellerland Tourismus die Museen – obwohl das Angebot laufend erweitert wurde.

Durchschnittlich 1,8 Nächte

Die Ferienkarte gehörte zu einem insgesamt starken Tourismusjahr. Appenzell Innerrhoden verzeichnete 2025 in der Hotellerie mit 189851 Übernachtungen so viele Logiernächte wie noch nie. Zusammen mit der Parahotellerie resultierten sogar über 285000 Logiernächte. Gleichzeitig blieb die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 1,8 Nächten vergleichsweise tief. Die Herkunft der Ferienkartengäste zeigte 2025 eine breite geografische Streuung. 22 Prozent reisten aus dem Mittelland an, 16 Prozent aus der Nordwestschweiz und 15 Prozent aus dem Raum Zürich. Der Anteil ausländischer Gäste lag bei 18 Prozent.

In Arosa ab einer Nacht

Die Appenzeller Ferienkarte gehört zu den Pionieren der Schweizer Gästekarten. Sie wurde 2004 lanciert und war zusammen mit der Arosa Card eines der ersten All-inclusive-Modelle des Landes. Während Gäste im Appenzellerland mindestens drei Nächte bleiben müssen, erhalten Gäste in Arosa oder Davos ihre Karte bereits ab der ersten Übernachtung. Auch Davos Klosters setzt stark auf Gästekarten. Die dortige «Premium Card» wird an Gäste ab einer Übernachtung abgegeben und beinhaltet unter anderem Gratis-ÖV sowie stark vergünstigte Bergbahnfahrten. Im Tessin erhalten Gäste mit dem «Ticino Ticket» freie Fahrt im gesamten kantonalen öffentlichen Verkehr.

All-inclusive-Effekt

Seit diesem Frühling gilt die Appenzeller Ferienkarte erstmals im ganzen Appenzellerland. Eine gesamte «Leistungssumme» der bezogenen Angebote berechnet Appenzellerland Tourismus bewusst nicht. Geschäftsführer Guido Buob hält wenig davon, sämtliche Nutzungen einfach zum regulären Verkaufspreis zusammenzurechnen. Viele Gäste würden gewisse Angebote gar nicht nutzen, wenn sie diese vollständig bezahlen müssten. Die effektive Nutzung hänge laut Buob stark mit der Psychologie eines All-inclusive-Angebots zusammen.

Vom Partner-Goodwill abhängig

Entscheidend sei vielmehr, dass die beteiligten Leistungserbringer keine existenziellen finanziellen Einbussen erleben. Denn die Ferienkarte funktioniert nur dank dem Entgegenkommen zahlreicher Partnerbetriebe. Die Karte ist stark vom Goodwill der beteiligten Bergbahnen, Museen, Freizeitbetriebe und Unternehmen abhängig.



Die Innerrhoder Beherbergungsbetriebe gaben 2025 rund 15000 Appenzeller Ferienkarten ab. (Bild: zVg / @appenzell.ch)



Gratis? Nicht ganz

Die Appenzeller Ferienkarte gilt neu in AI und AR



Ob in Innerrhoden oder Ausserrhoden: Ab sofort ist mit der neuen Gästekarte für Besuchende im ganzen Appenzellerland ab drei Übernachtungen Heuwetter in Sachen Attraktionen. (Bild: zVg / @appenzell.ch)

Die Appenzeller Ferienkarte gilt als eine der erfolgreichsten Gästekarten der Schweiz. Seit April ist sie im ganzen Appenzellerland gültig. Im Gespräch erklärt Guido Buob, Geschäftsführer von Appenzellerland Tourismus, warum die Karte viel mehr als ein touristisches Geschenk ist und warum sie ohne regionalen Zusammenhalt nicht funktionieren würde.

Rosalie Manser

Wer im Appenzellerland mindestens drei Nächte übernachtet, erhält sie automatisch: die Appenzeller Ferienkarte. Bergbahnen, Museen, Freibäder, öffentlicher Verkehr oder kleine Geschenke in Geschäften – vieles ist inklusive. Was heute fast selbstverständlich wirkt, war vor über zwanzig Jahren eine kleine touristische Revolution.

Guido Buob, wie erklären Sie jemandem kurz die Appenzeller Ferienkarte?

Guido Buob: Die Ferienkarte ist eine All-inclusive-Gästekarte für Gäste, die mindestens drei Nächte im Appenzellerland verbringen. Sie erhalten die Karte zwar direkt von ihrer Unterkunft. Gratis ist sie aber nicht. Die Beherbergungsbetriebe bezahlen einen Beitrag pro Gast in einen gemeinsamen Topf. Daraus entschädigen wir wiederum die verschiedenen Leistungsträger. Viele Angebote würden ohne dieses Modell deutlich weniger genutzt.

Was macht die Appenzeller Ferienkarte so speziell?

Wir lancierten 2004 zusammen mit Arosa eine der ersten All-inclusive-Gästekarten der Schweiz. Zudem entwickeln wir die Karte laufend weiter. Ein wichtiger Schritt war die Digitalisierung. Ein weiterer Meilenstein war die kostenlose An- und Rückreise mit dem öffentlichen Verkehr. Das brauchte viel Koordinationsarbeit mit der SBB, funktioniert heute aber sehr gut.

Was war bei der Lancierung vor 22 Jahren die Erwartungshaltung und Hoffnung von Ihrer Seite her?

Ganz klar die Förderung des Übernachtungstourismus. Wir wollten Gäste belohnen, die länger bleiben. Wer mehrere Tage hier ist, konsumiert mehr, besucht Restaurants, kauft ein und bringt der Region mehr Wertschöpfung. Daran hat sich bis heute nichts geändert.

Die Karte wurde nun auf das ganze Appenzellerland ausgeweitet. Was bedeutet das konkret?

Der Radius wurde massiv erweitert. Neu sind viele Angebote in Ausserrhoden dazugekommen. Etwa das Appenzeller Heilbad, die Schifffahrt auf dem Alten Rhein, sämtliche Freibäder oder verschiedene Museen und Sportanlagen. Gleichzeitig können nun auch Beherberger in Ausserrhoden die Ferienkarte abgeben. Das macht das Angebot deutlich attraktiver.

Ohne Partner wäre so ein Angebot also kaum möglich?

Absolut. Die Ferienkarte lebt vom Goodwill der Leistungserbringer und Sponsoren. Viele Appenzeller Unternehmen unterstützen uns seit Jahrzehnten. Ohne diese Partner gäbe es die Karte in dieser Form nicht. Das ist keine Selbstverständlichkeit.

Wie erleben Sie die Zusammenarbeit mit den Betrieben?

Sehr positiv. Natürlich braucht es viele Gespräche. Aber die meisten Betriebe erkennen die Bedeutung des Tourismus für die ganze Region. Besonders erfreulich waren für mich die Gespräche mit den Freibädern. Dort spürte man sofort die Bereitschaft, gemeinsam etwas für das Appenzellerland zu machen. Dieses unkomplizierte Zusammenspiel ist typisch für unsere Region.

Trotzdem gibt es auch kritische Stimmen. Manche Einheimische fragen sich, warum Gäste so viele Leistungen gratis erhalten und sie nicht.

Diese Reaktion verstehen wir. Aber oft entsteht der Eindruck, Bergbahnen, Museen oder Freibäder würden ihre Leistungen einfach verschenken. So ist es nicht. Die Betriebe erhalten über das Ferienkarten-Modell eine Entschädigung und damit auch zusätzlichen Umsatz. Gleichzeitig profitieren längst nicht alle Gäste davon. Tagesgäste bezahlen regulär. Auch viele Übernachtungsgäste erreichen die Mindestaufenthaltsdauer gar nicht.

Das heisst: Die Ferienkarte ist weniger Geschenk als Investition?

Genau. Die Karte soll Gäste motivieren, länger hier zu bleiben. Davon profitieren Restaurants, Fachgeschäfte, Bergbahnen oder Kulturangebote. Der Tourismus trägt viel dazu bei, dass wir im Appenzellerland eine so hohe Angebotsqualität haben. Ich kenne kaum eine Region mit so vielen eigenständigen Fachgeschäften wie Appenzell.

Welche Angebote würden Sie persönlich gern stärker genutzt sehen?

Ganz klar die Museen. Wir haben im ganzen Appenzellerland unglaublich hochwertige und interessante Museen. Viele Gäste konzentrieren sich verständlicherweise auf Natur und Wandern. Aber es wäre schön, wenn sie sich auch einmal Zeit für Kultur und andere Perspektiven nehmen würden.

Ist die Ferienkarte inzwischen an ihrer Grenze angekommen?

Im Moment sicher. Die Ausweitung auf das ganze Appenzellerland fordert uns stark. Jetzt geht es zuerst darum, dieses Modell sauber zu etablieren. Ich denke, wir haben aktuell eine gesunde Grösse erreicht.

Berufsstolz

«Ich sehne mich nach Gästen»



Patrik Fritsche freut sich auf die Wiedereröffnung des «Bad Gonten». (Bild: zVg)

(rma) Patrik Fritsche eröffnet zusammen mit seiner Frau Andrea dieses Wochenende das erweiterte und neu umgebaute Hotel und Restaurant Bad Gonten. Nach fast einem Jahr Baustelle kehrt damit wieder Leben ins traditionsreiche Haus zurück.

Patrik Fritsche, dieses Wochenende eröffnet ihr wieder das Hotel und Restaurant Bad Gonten. Mit welchen Gefühlen blickst du auf diesen Moment?

Patrik Fritsche: Ich freue mich riesig, nach fast einem Jahr wieder Gäste begrüßen zu dürfen. Da ich im Bad Gonten aufgewachsen bin, spüre ich die Nähe zum Betrieb besonders stark. Es ist eine Mischung aus Stolz, Dankbarkeit und Vorfreude. Nach Monaten auf der Baustelle brenne ich darauf, wieder in der neuen Küche zu arbeiten und Gäste zu verwöhnen.

Bedeutet der Umbau auch Veränderungen beim Angebot oder beim Erlebnis für die Gäste?

Ja, der Umbau bringt einige Neuerungen: Die Gäste dürfen gespannt sein auf einen Wellnessbereich mit Sauna, eine barrierefreie Terrasse sowie komplett sanierte Zimmer im Mittelbau. Auch die Akustik konnten wir deutlich verbessern.

Was war auch bei der Neugestaltung besonders wichtig?

Wir wollten den Charme der Appenzelertube bewahren und gleichzeitig die Abläufe optimieren, insbesondere bei der Zimmerreinigung. Wichtig war uns zudem ein warmes Farbkonzept, das Geborgenheit vermittelt.

Du führst den Familienbetrieb zusammen mit deiner Frau Andrea und deiner Mutter Irene weiter. Was motiviert dich persönlich daran am meisten?

Es ist ein grosses Glück, im Familienbetrieb aufzuwachsen und ihn heute gemeinsam mit meiner Frau weiterzuführen. Schön ist auch, dass meine Mutter weiterhin mitanpackt und uns unterstützt. Die Vorfreude aus der Nachbarschaft und von unseren Gästen gibt zusätzlich Motivation.

Wie würdest du die Küche im Gasthaus Bad Gonten beschreiben?

Wir kochen frisch, heiss und fein. Unsere Küche ist bodenständig und bürgerlich – genau so, wie ich es selbst gern mag.

Was braucht es aus deiner Sicht, um den Beruf in der Gastronomie mit Freude auszuüben?

Es braucht Leidenschaft für gute Produkte, Ruhe in Stressmomenten und eine Portion Humor. Wichtig sind aber auch ein starkes Team, Wertschätzung und eine gute Arbeitskultur.