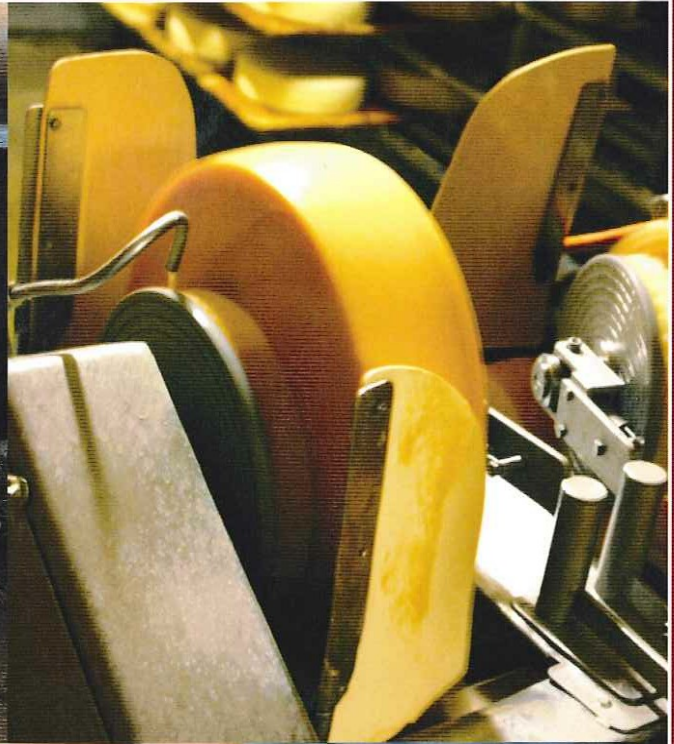
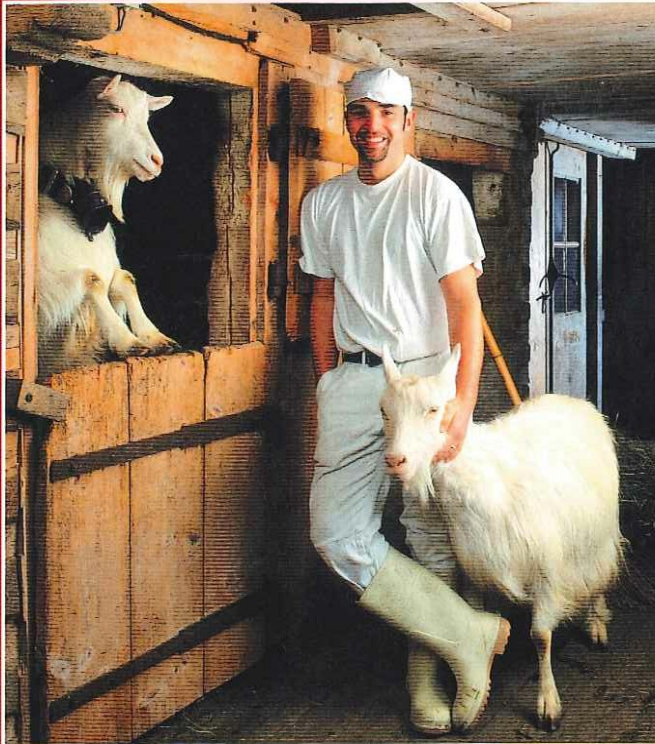


Appenzellerland. *natürlich besser!*



Geschäftsbericht 2009

Jahresbericht

Schwieriges Umfeld

Im Jahr 2009 bewegte sich die Appenzellerland Regionalmarketing AG (ARMAG) in einem schwierigen Umfeld. Einerseits spürten auch unsere Partner die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise, andererseits hatten zwangsläufig die Strukturdiskussionen bei den touristischen Organisationen im Appenzellerland auch Folgen für die ARMAG. Nebst diesen von Aussen an die ARMAG herangetretenen Problemen zeigten sich im vergangenen Jahr auch interne Schwierigkeiten: Nach sieben - zum Teil erfolgreichen - Jahren, zeigten sich erstmals Abnutzungserscheinungen. Trotz dieser schwierigen Umstände ist es den beiden Geschäftsführern Regina Dörig im ersten Halbjahr und Guido Buob im zweiten Halbjahr gelungen, die operativen Aufgaben im Rahmen des Massnahmenplans auszuüben. Dies sicherlich auch dank des grossen Einsatzes und der Unterstützung der beiden Marketing-Assistentinnen Jacqueline Streule (1. Halbjahr) und Olivia Rechsteiner (2. Halbjahr). Als sich im Frühling die Stilllegung der Appenzellerland Tourismusmarketing AG auf Ende 2009 abzeichnete, galt es für den Verwaltungsrat sofort zu handeln und das Mandat neu auszuschreiben. Dabei wurden verschiedene Varianten diskutiert und geprüft. Diese Prüfung ergab, dass die Zusammenarbeit mit einer Tourismusorganisation nach wie vor am meisten Synergieeffekte bringt. Da sich sowohl der Verband Appenzellerland Tourismus AR (VAT AR) als auch der Verein Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI) um die Vergabe dieses Mandats bemühten, musste der Verwaltungsrat anhand eines Anforderungskatalogs die Vergabe bestimmen. Der Entscheid fiel zu Gunsten des VAT AI aus. Somit bleibt der Sitz der Geschäftsstelle weiterhin in Appenzell an der Schäfli-gasse 12. Gleichzeitig bezog der gesamte Back-Office Bereich des VAT AI ebenfalls die Räumlichkeiten an der Schäfli-gasse im Zentrum von Appenzell.

Messen und Promotionen

Die ARMAG hat das Appenzellerland im Berichtsjahr 2009 an zahlreichen Auftritten in der ganzen Schweiz vertreten. Besonders hervorzuheben sind die beiden Messen GEWA in Kreuzlingen (7. bis 10. Mai 2009) und die Schaffhauser Herbstmesse (28. Oktober bis 1. November 2009). An beiden Messen war das Appenzellerland Gastregion und es zeigte eindrücklich, welche Sympathien das Appenzellerland und seine Produkte besitzen. Die Besucherinnen und Besucher zeigten sich interessiert, offen und kauffreudig. Die teilnehmenden Partner waren sowohl mit dem Publikumsinteresse als auch mit den Verkäufen zufrieden. Deutlich weniger Aufwand unsererseits wird für die Promotionen in den Supermärkten in der Region betrieben. Trotzdem sind diese Auftritte, insbesondere für Partner welche Produkte an die Grossverteiler liefern können, ausgezeichnete Werbepattformen. Die ARMAG nahm 2009 diese Möglichkeit an den drei Orten "Züri Oberland Märt", "Shopping Arena" sowie "Rheinpark" wahr. Ziel dieser Messen- und Promotionsauftritten ist es weiterhin die Nähe zum Markt zu suchen, um letztlich neue Absatzkanäle zu erschliessen.



Ausblick: Neue Wege an der Muba

Vom 5. bis 14. Februar 2010 wird die ARMAG erstmals an der Basler Mustermesse vertreten sein. Im Rahmen der Kocharena koordiniert die ARMAG nicht nur den gesamten Auftritt, sondern sie gestaltet einen einheitlichen und professionellen Stand. Dies wurde von Seiten der Partner immer wieder gefordert. Die Teilnahme von 12 Partnern welche durch geschultes Personal in der Tracht vertreten werden, gilt in der Geschichte der ARMAG als neuer Weg und Versuch im Hinblick auf den LUGA-Auftritt 2011 in Luzern einheitlich, professionell und absatzorientiert für die ARMAG-Partner zu werben.



Wohin des Weges

Nach sieben Jahren des Bestehens der ARMAG und in Anbetracht mehrerer Austritte von Partnern erachtet es der Verwaltungsrat als unerlässlich, die Strategie zu überdenken und notfalls auch neu auszurichten. Zum diesem Zweck wurden mehrere Massnahmen in Angriff genommen. Geschäftsführer Guido Buob wird während seiner Partnerbesuche anhand eines Fragebogens die Bedürfnisse sämtlicher Partner erfassen und auswerten. Diesen im Jahre 2009 begonnenen Prozess wird er 2010 weiterführen und abschliessen. Gleichzeitig wurde mit Herrn Kurt Schmid von der Firma "QBricks" ein externer Berater beigezogen, der zusammen mit dem Verwaltungsrat die zukünftige Strategie der ARMAG festlegen wird. Dabei geht es in einer ersten Phase um das Verfassen einer Leitidee und dem Abstecken der wichtigsten Tätigkeitsfelder der ARMAG. In diesen Findungsprozess fliessen auch Erfahrungen und Auswertungen bereits früher getätigter Workshops, Gespräche und Befragungen mit den Partnern.

Breites Arbeitsspektrum

Es wäre falsch, die Tätigkeiten der ARMAG nur auf die Organisation von Messen und Promotionen zu beschränken. Seit Beginn ist die Unternehmung auch im Internet präsent und im Jahre 2008 wurde die Webpage neu gestaltet. Um die Besucherzahlen der Domain "appenzeller-produkte.ch" steigern zu können, konnte auf Ende Jahr erreicht werden, dass auf der Plattform www.appenzell.ch ein Link auf die Seiten des Regionalmarketings geschaltet wird. Somit erhalten die Produkte der Partner eine attraktive Plattform unter dem Dach der etablierten und bekannten Marke Appenzells.

Ein von Seiten der Partner immer wieder gehörter wichtiger Wunsch ist, dass die Möglichkeit geboten wird, sich gegenseitig auszutauschen. Diese sogenannten "Partner besuchen Partner"- Anlässe werden von der Geschäftsstelle organisiert und koordiniert. Im Jahr 2009 besuchten rund 10 Partner den Golfplatz in Gonten, wo nebst dem sportlichen auch der gesellschaftliche Teil einen grossen Stellenwert einnahm. Weitere Tätigkeiten im Berichtsjahr waren die Betreuung zahlreicher Journalisten, welche sich vor allem dem Thema "Kulinarik und Handwerk" widmeten. Ein von den Partnern oft geäussertes Wunsch wurde auf Ende Jahr umgesetzt: Neu gibt es die praktischen Papiertragtaschen auch im kleineren Format. Diese werden den Partnern der ARMAG kostenlos abgegeben.

Sowohl Verwaltungsrat als auch Geschäftsführung sind zuversichtlich, dass die eingeleiteten Massnahmen jene Schritte bedeuten, um die Appenzellerland Regionalmarketing AG auf den richtigen Kurs zu bringen. Das Interesse und die Bereitschaft der Partner gemeinsam etwas bewirken zu können ist nach wie vor vorhanden und mit der materiellen und vor allem auch ideellen Unterstützung der beiden Kantonsregierungen kann die ARMAG ihrem Auftrag gerecht werden.

Guido Buob
Geschäftsführer

Appenzell, Februar 2010

Protokoll

Protokoll der 6. Generalversammlung

Dienstag, 19. Mai 2009, Abenteuer-Zeitreisen TOPAZ, Appenzell

Beat Kölbener heisst die Aktionäre willkommen. Speziell begrüsst er auch die anwesenden Partner, die im Sinne einer offenen Informationspolitik ebenfalls zur GV eingeladen worden sind. Wie viele der Anwesenden wissen, hat die ARMAG keine eigene Geschäftsführung und Mitarbeiter. Die ARMAG ist ein Mandat der ATMAG. Wie bestimmt alle im Vorfeld erfahren haben, wird die ATMAG auf Ende 2009 aufgelöst. Diese Entscheidung war nicht überraschend. Was aber sind die Auswirkungen für die ARMAG. Die ARMAG muss einen neuen Mandatsträger finden, Beat Kölbener wird zu einem späteren Zeitpunkt genauer darauf eingehen. Beat Kölbener bedankt sich bei den Gastgebern der Abenteuer-Zeitreisen TOPAZ und begrüsst herzlich die beiden Kantonsvertreter Gildo Da Ros von Appenzell Ausserrhoden und Landammann Daniel Fässler von Appenzell Innerrhoden.

Die Traktandenliste für die 6. ordentliche Generalversammlung wurde termingerecht versandt und wird von den Aktionären in der vorliegenden Form genehmigt.

Wahl der Stimmzähler und Festlegung der Stimmrechte

Aufgrund der übersichtlichen Zahl an Teilnehmenden schlägt Beat Kölbener den Verzicht auf eine Wahl von Stimmzählern vor; diesem Vorschlag wird zugestimmt. Total 212 Aktien sind anwesend. Das absolute Mehr ist 107.

Protokoll der 5. ordentlichen Generalversammlung

Das Protokoll der 5. ordentlichen Generalversammlung vom 29. Mai 2008 wird einstimmig genehmigt.

Geschäftsbericht

Verwaltungsratspräsident Beat Kölbener geht in seinen Ausführungen auf einzelne Marketingaktivitäten ein.

Mit den zwei Neuzugängen wind.ch, Gais und der Urnäser Milchspezialitäten AG, Urnäsch zählt die ARMAG 43 Partner.

Beständigkeit und Wechsel zeigt sich bei den Mitarbeitenden der Geschäftsstelle. So war bis Ende November 2008 Patrick Hartmann während einem Jahr die Person an der Spitze des Unternehmens. Auf den 1. Dezember 2008 hat Regina Dörig-Kramis, die operative Leitung der ARMAG ad-interim übernommen. Sie wird von Jacqueline Streule, Marketing-Assistentin seit September 2008, unterstützt.

Beat Kölbener möchte kurz auf die Personalgeschichte der ARMAG eingehen und erläutern, warum in den letzten Jahren die ARMAG etwas stehen geblieben ist. Zu Beginn war Simone Schmid von 2002 bis 2003 als Marketing-Assistentin bei der ARMAG. Als die ARMAG dann ins «Rollen» kam, übernahm Luzia Inauen ihre Aufgabe. Stefan Otz wurde von Piotr Caviezel abgelöst. Nach vier Jahren wurde Luzia Inauen durch Ramona Signer ersetzt, nach zwei weiteren Jahren Ramona Signer durch Ursula Signer, die ihr Arbeitsverhältnis aber noch innerhalb der Probezeit auflöste. Ersetzt wurde sie durch Jacqueline Streule. Was heisst das: Es wurde ganz klar an Konstanz verloren. Es braucht jeweils viel Zeit und Aufwand neue Mitarbeiter einzuarbeiten. Mit dem Abgang einer Marketingassistentin geht also viel Know-how verloren. Auch für die Partner ist es schwierig, immer wieder die eigenen Bedürfnisse einer immer wechselnden Ansprechperson zu erläutern.

Für die gezielte Marktbearbeitung wurden im vergangenen Jahr im «Marketing zum Mitmachen» neben Basisleistungen 35 verschiedene Projekte angeboten. Für diese konnten 96 Anmeldungen von insgesamt 23 Partnern entgegen genommen werden. Ziel für das kommende Jahr ist es, die Angebote so auf die Bedürfnisse der Partner anzupassen, dass eine aktivere Mitgliedschaft entsteht.

Rückblick

Zürichsee Messe: In Zürich war das richtige Zielgebiet, das Interesse war sehr gross.

Glarner Messe: Gehörte im Voraus nicht zum Zielgebiet der ARMAG. Es war schwierig genügend Partner für diesen Auftritt zusammenzubringen. Warum: Die Partner befürchteten, dass es zu viele ähnliche Produkte und lokale Spezialitäten hat. Zudem war die Anfahrt relativ lange. Trotzdem wurde der Auftritt an dieser Messe durchgeführt und die Partner waren positiv überrascht. Der Erfolg an der Glarner Messe war sehr gross. Das Appenzellerland wurde im Vorfeld seitens der Messeleitung gross angekündigt. Viele Besucher kamen nur wegen dem Gastauftritt des Appenzellerlandes.

Highlights

1. August Anlass:

Der 1. August Anlass in München war ein Auftrag der Kantone AI und AR. Es ist aber nicht das Zielgebiet der ARMAG und daher eine einmalige Angelegenheit. Die ARMAG hat diesen Auftrag übernommen um zum guten Image des Appenzellerlands beizutragen. BK erläutert kurz das Budget. Die Kosten für diesen Anlass wurden von den Kantonen übernommen.

TV Spot:

Im letzten Jahr hatten die Partner die Möglichkeit einen Werbespot beim Sender Tele Top zu platzieren. Die Berg-Käserei Gais und die Schaukäserei Stein haben diese Plattform genutzt. Auch hier versucht die ARMAG möglichst gute Preise für die Partner herauszuschlagen. BK erläutert die Kosten eines solchen TV Spot.

Promotionen:

Die Promotionen in verschiedenen Migros Einkaufszentren in der Ostschweiz erläutert BK die Vorteile für die Partner der ARMAG: Geringer Personalaufwand, da eine Promotion in der Regel nur drei Tage dauert. Die Organisation der Anlässe wird von der ARMAG übernommen. Weiter kann die Promotionsfläche kostenlos an die Partner weitergegeben werden. Durch einheimische musikalische Unterstützung profitieren die Partner von einer höheren Aufmerksamkeit der Besucher.

Ausblick 2009

Im gewohnten Rahmen wird die ARMAG auch 2009 weiterfahren - um einige Beispiele zu nennen: mit 2 Promotionsauftritten in Einkaufszentren und 2 Messeauftritten sowie TV-Spots auf TVO und Schaufensterpräsenz an verschiedenen Standorten werden attraktive Plattformen angeboten.

Leider wird im Jahr 2009 die ARMAG Zeitung nicht erstellt. Wegen der allgemein schlechten wirtschaftlichen Lage, hatten die Inserateverkäufer Mühe genügend Werbeseiten zu verkaufen. Die ARMAG möchte aber baldmöglichst wieder ein eigenes Kommunikationsmittel haben

Jahresrechnung 2008

Die Jahresrechnung wurde bereits im Geschäftsbericht publiziert. Ergänzend geht Beat Kölbener kurz auf die wichtigsten Punkte ein.

Die Bilanz wird als gut beurteilt, mit genügend liquiden Mittel. Anhand der momentanen Situation und der Unklarheit, wie es weitergeht, wurde eine Rückstellung für zusätzliche Kosten in Zusammenhang mit dem Mandatswechsel gebildet. Eine weitere Rückstellung wurde gemacht, weil heute noch unklar ist, wer unsere Website in Zukunft bewirtschaften wird.

Das gute Geschäftsergebnis der ARMAG reflektiert aber auch, dass im Berichtsjahr weniger Aktivitäten seitens der Partner gebucht worden waren. Die ARMAG hat daher weniger Ausgaben.

Bericht der Revisionsstelle

Cyrrill Keller weist auf den Revisionsbericht im Geschäftsbericht hin. Die Jahresrechnung wurde von der Revisionsstelle geprüft und für korrekt befunden. Cyrrill Keller bittet die Jahresrechnung zu genehmigen. Diesem Vorschlag wird einstimmig Folge geleistet.

Beschlussfassung

Der Geschäftsbericht 2008 wird von der Versammlung einstimmig genehmigt.

Der Antrag des Verwaltungsrates, die Jahresrechnung zu genehmigen, wird von der Versammlung ebenfalls ohne Gegenstimmen angenommen. Die Mitglieder des Verwaltungsrates werden einstimmig entlastet.

Wahlen Verwaltungsratsmitglieder

Der Präsident des Verwaltungsrates wird von der Versammlung einstimmig bestätigt

Der Verwaltungsrat wird von der Versammlung einstimmig bestätigt

Der Verwaltungsrat hat den Rücktritt von Hansueli Giezendanner erhalten. Beat Kölbener würdigt und verdankt seine Tätigkeit und Mitarbeit im Verwaltungsrat. Der Verwaltungsrat schlägt Sepp Dähler aus Stein vor. Sepp Dähler wird von der Versammlung einstimmig gewählt. Beat Kölbener gratuliert Sepp Dähler und freut sich auf die Zusammenarbeit.

Wahl der Revisionsstelle

Die Contreva AG wird einstimmig genehmigt.

Mitteilungen der Geschäftsstelle

Regina Dörig-Kramis kam von der ARMAG zur ATMAG. Im Dezember 2008 durfte sie die Stelle als Geschäftsführerin ad-interim übernehmen. Regina Dörig erläutert: Sie habe ein professionelles Team angetroffen. Dank einer engen Zusammenarbeit mit Jacqueline Streule konnte sie die ARMAG auf der operativen Ebene abgeben und sich daher mehr auf die ATMAG konzentrieren. Regina Dörig dankt dem Dreier-Team bestehend aus Barbara Koster, Jacqueline Streule und Stefanie Sutter für die gute Zusammenarbeit in dieser schwierigen Zeit. Dank der Selbstständigkeit des Teams konnte diese Zeit gut überbrückt werden. Regina Dörig hofft, dass gegen Aussen keine grosse Änderung gespürt wurde. Regina Dörig ist überzeugt, dass auch seitens der Partner zurzeit wenig Interesse an der ARMAG besteht. Regina Dörig ist auch klar, dass es schwierig ist, mit einem 50% Pensum der ARMAG die Partner intensiv zu betreuen. Dies ist ein Punkt, welcher in Zukunft angegangen werden muss. Die Partner müssen regelmässiger besucht und betreut werden. Zurzeit läuft die Übergabe in der ATMAG. Regina Dörig bedankt sich bei allen Mitgliedern für das Vertrauen.

Allfälliges

Sepp Breitenmoser meldet sich zu Wort. Der Grund warum Sepp Breitenmoser an der GV 2009 anwesend ist und sich zu Wort meldet ist jener, dass er erfahren hat, dass ein grosser Partner zurücktreten möchte. Sepp Breitenmoser bedauert sehr, dass aus dem Seminar welches im Jahr 2006 durchgeführt wurde, nur wenig umgesetzt wurde. Er selbst ist überzeugt, dass dieser Workshop ein Schritt in die richtige Richtung war. Es wurde neue Hoffnung geschöpft. Nach dem Abgang von Piotr Caviezel wurde versichert, dass die Führung diese Anliegen annimmt und diese ausgearbeiteten Strategien umsetzt. Leider passierte das Gegenteil und man hat sich um alles andere als diese Auswertung gekümmert. Sepp Breitenmoser ist überzeugt, dass die Zusammenarbeit der Partner und der ARMAG auf «glattem Eis» steht. Laut Sepp Breitenmoser fehlt eine klare Strategie, welche, bevor man die ARMAG neu aufrollt, erarbeitet werden muss. Der Versuch noch so ein ähnliches Seminar durchzuführen und die Bedürfnisse der Partner zu erkunden findet Sepp Breitenmoser als angebracht.

Beat Kölbener erläutert, dass die Kommunikation zwischen ARMAG und Partnern ganz klar nicht gut war und, dass aus den Erkenntnissen des Workshops viel zu wenig gemacht wurde. Daher ging das Vertrauen verloren. Beat Kölbener begründet auch, dass diese Umsetzung schwierig war, da die ARMAG keinen eigenen Geschäftsführer hat.

Herr Landammann Daniel Fässler sagt, dass es den Kantonen AI und AR ein Anliegen ist, dass wir die ARMAG jetzt nicht untergehen lassen, dass es eine super Sache ist. Er ist sich auch bewusst, dass die ARMAG die Erwartungen in den letzten Jahren nicht ganz erfüllt hat. Wir müssen aber die Partner ermuntern und auch dem neuen Geschäftsführer eine Chance geben, die ARMAG wieder in die richtige Richtung zu steuern.

Auch Peter Roth schliesst sich den Worten von Sepp Breitenmoser an. Was ihm zusätzlich noch fehlt, sind laufende Informationen über die ARMAG.

Andreas Hinterberger meldet sich. Er ist der Meinung, dass eine Strategie nur sinnvoll ist, wenn daraus auch etwas gemacht wird. Es wurden in den letzten Jahren viele Marketingmassnahmen angeboten. Trotzdem wurden diese von den Partnern nicht genutzt. Solange diese Angebote nicht genutzt werden, nützt auch eine neue Strategie nichts. Zudem muss man sehen, dass ein solcher Workshop viel Geld kostet und die ARMAG nicht so hohe finanzielle Mittel hat wie ein anderer Betrieb. Die finanziellen Möglichkeiten sind sehr beschränkt.

Beat Kölbener schliesst die Diskussionsrunde und bitte Ursula Häberli von der Abenteuer-Zeitreisen TOPAZ ihre Unternehmung kurz vorzustellen.

Ursula Häberli begrüsst alle Anwesenden und freut sich, dass so viele Leute an der GV teilgenommen haben. Ursula Häberli stellt das Unternehmen vor. TOPAZ ist seit 2003 Partner der ARMAG.

Schluss der Versammlung: 20.40 Uhr

Beat Kölbener
Verwaltungsratspräsident

Jacqueline Streule
Protokollführerin

Appenzell, 28. Mai 2009

Jahresrechnung

Erfolgsrechnung 2009 und Budget 2010

	Rechnung 2008	Rechnung 2009	Budget 2010
Beitrag Kanton AI	50'000.00	50'000.00	50'000.00
Beitrag Kanton AR	50'000.00	50'000.00	50'000.00
NRP Beitrag Kanton AI	-	-	40'000.00
Total Kantonsbeiträge	100'000.00	100'000.00	140'000.00
Erlös Partnerbeiträge	80'883.30	65'616.35	58'500.00
Erlös Marketing	55'579.05	29'644.75	22'500.00
Aufwand Marketing	-144'949.25	-130'069.60	-107'000.00
Erfolg Marketing	-89'370.20	-100'424.85	-84'500.00
Total Einnahmen	236'462.35	195'261.10	221'000.00
Total Aufwand	-144'949.25	-130'069.60	-107'000.00
Bruttoergebnis	91'513.10	65'191.50	114'000.00
Personalaufwand			
Sekretariat/Geschäftsführung	-40'268.05	-50'123.20	-62'500.00
Betriebsaufwand			
Mieten, Versicherungen, Porti, Telefone, EDV	-24'307.55	-43'943.40	-49'500.00
Bankspesen	-189.50	-125.75	-100.00
Zinserträge	3'430.20	2'826.55	3'100.00
Finanzerfolg	3'240.70	2'700.80	3'000.00
a.o. Aufwand / a.o. Ertrag	-20'000.00	10'000.00	-
Direkte Steuern	-1'464.40	-351.05	-1'000.00
Reingewinn	8'713.60	-16'525.35	0.00

Jahresrechnung

Bilanz per 31.12.2009

AKTIVEN	31.12.2008	31.12.2009
Flüssige Mittel	121'752.85	99'216.55
Debitoren	13'706.20	16'871.70
Delkredere	-2'900.00	-1'700.00
Übrige Forderungen	10'427.55	9'306.70
Umlaufvermögen	142'986.60	123'694.95
Eigene Aktien	-	-
Wertschriften des Anlagevermögens	120'000.00	90'000.00
Anlagevermögen	120'000.00	90'000.00
Total AKTIVEN	262'986.60	213'694.95
PASSIVEN	31.12.2008	31.12.2009
Kreditoren	31'522.35	9'797.90
Passive Rechnungsabgrenzung	8'033.55	6'991.70
Rückstellungen kurzfristig	46'000.00	36'000.00
Fremdkapital kurzfristig	85'555.90	52'789.60
Aktienkapital	160'000.00	160'000.00
Allgemeine Reserven	3'600.00	4'100.00
Vortrag vom Vorjahr	5'117.10	13'830.70
Jahresgewinn	8'713.60	-16'525.35
Bilanzverlust/-gewinn	13'830.70	-3'194.65
Eigenkapital	177'430.70	160'905.35
Total PASSIVEN	262'986.60	213'694.95

Revisionsbericht



contrema ag
revision

weissbadstrasse 26
9050 appenzell
t 071 788 10 70
f 071 788 10 71

An die
Generalversammlung der
Appenzellerland Regionalmarketing AG
9102 Herisau

BERICHT DER REVISIONSSTELLE ZUR EINGESCHRÄNKTEN REVISION

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Appenzellerland Regionalmarketing AG für das am 31. Dezember 2009 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 Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Appenzell, 29. März 2010

contrema ag

Cyrill Keller
zugelassener und leitender
Revisor

Bruno Hörler
zugelassener
Revisor

Adressverzeichnis

Verwaltungsrat

Präsident	Kölbener Beat, Unterrainstrasse 25 9050 Appenzell / beatkoelbener@bluewin.ch	Tel. 071 799 15 53
Mitglieder	Hinterberger Andreas, Zwislenstrasse 40 9056 Gais / gais@bergkaeserei.ch	Tel. 071 793 37 33
	Fässler Jacqueline, Gaiserstrasse 157 9050 Appenzell / info@land-beck.ch	Tel. 071 793 17 30
	Fässler Urs, Weissbadstrasse 22 9050 Appenzell / info@faessler-appenzell.ch	Tel. 071 787 12 84
	Horsch Hanspeter, Kirchplatz 8 9410 Heiden / hp@gesundewissen.ch	Tel. 071 891 18 10
(bis 19. Mai 2009)	Giezendanner Hansueli, Schönenbüel 674 9053 Teufen / h_giezendanner@bluewin.ch	Tel. 071 333 26 85
(ab 19. Mai 2009)	Dähler Sepp, Blindenau 9063 Stein / info@kabier.ch	Tel. 071 367 17 19

Geschäftsstelle

Geschäftsführer ad interim (bis 30. Juni 2009)	Dörig-Kramis Regina, Schäfligasse 12 9050 Appenzell / regina.doerig@appenzell.ch	Tel. 071 788 96 36 Fax 071 788 96 50
Geschäftsführer (ab 1. Juli 2009)	Guido Buob, Schäfligasse 12 9050 Appenzell / guido.buob@appenzell.ch	Tel. 071 788 96 36 Fax 071 788 96 50
Marketing-Assistentin (bis 30. Juni 2009)	Streule Jacqueline, Schäfligasse 12 9050 Appenzell / jacqueline.streule@appenzell.ch	Tel. 071 788 96 36 Fax 071 788 96 50
Marketing-Assistentin (ab 1. Juli 2009)	Rechsteiner Olivia, Schäfligasse 12 9050 Appenzell, olivia.rechsteiner@appenzell.ch	Tel. 071 788 96 36 Fax 071 788 96 50