

ALTA BADIA IM SPIEGEL



Ein Fragebogen, um zu ermitteln, wie wir wahrgenommen werden

Wir haben ein klares Ziel vor Augen: Die Ressourcen und die Schönheit unseres Gebietes für künftige Generationen zu wahren und zu gewährleisten. Alleine kommen wir jedoch nicht sehr weit – um die positiven als auch kritischen Aspekte besser zu verstehen, die uns unmittelbar betreffen, sind wir **auch auf die Meinung derjenigen angewiesen, die unser Gebiet besuchen.**

Eigenschaften des Fragebogens

Der Fragebogen erlaubt es uns, die Gäste, die nach Alta Badia reisen, besser zu verstehen. Dies gilt insbesondere in Bezug auf ihre **Gedanken zum Thema Nachhaltigkeit**, wie sie unsere Destination in dieser Hinsicht wahrnehmen und wie sie das touristische Angebot an Aktivitäten, Dienstleistungen, Veranstaltungen usw. bewerten. Die Analyse dieser Antworten ermöglicht es uns, wichtige **Erkenntnisse** daraus zu erzielen, um unsere **Tätigkeiten besser darauf auszurichten und zu verbessern.**

Der Fragebogen wurde im Herbst 2021 und Frühjahr 2022 online ausgefüllt, um die Angaben zwischen den Gästen der Sommer- und Wintersaison unterscheiden zu können. Fast 700 Personen haben an der Befragung teilgenommen, wobei wir in dieser Hinsicht auch die vielen Familien berücksichtigen, die ihren Urlaub in Alta Badia verbringen und ein einzelner Fragebogen dementsprechend für 3-4 Personen gelten kann. Mit 450.000 jährlichen Ankünften streben wir eine Stichprobe von mindestens 1.000 ausgefüllten Fragebögen pro Jahr an.

Einleitend werden zunächst grundlegende Informationen über den Befragten gesammelt, wie beispielsweise Herkunftsland, Alter, Ausbildung und Beruf. Anschließend wird der Befragte über sein Besuchsverhalten in Alta Badia befragt (erster oder wiederkehrender Aufenthalt), nach welchen Kriterien das Urlaubsziel ausgewählt wird und wie die Anreise erfolgt.

Weitere Themen umfassen die Beziehung zwischen Nachhaltigkeit und Tourismus, Umweltpolitik, Verantwortungsbewusstsein, Wertschätzung der ladinischen Kultur sowie in welcher Höhe Urlaubsausgaben getätigt werden. Die Antworten werden auf einer Likert-Skala von 1 bis 5 eingeordnet, wobei 1 eine negative Bewertung oder Verneinung ausdrückt und 5 für eine positive Bewertung oder völlige Zustimmung steht.

Ergebnisanalyse

Die Stichprobe ist gleichmäßig auf Männer und Frauen aufgeteilt, wobei 50% der Altersgruppe 45 – 65 Jahre angehören, mehr als die Hälfte einen Hochschulabschluss besitzen und mehr als drei Viertel der Befragten berufstätig sind. 75% der Befragten gehören der italienischen Nationalität an, während die restlichen 25% aus anderen europäischen Ländern anreisen (mit

Deutschland an erster Stelle). Über 1/3 der Befragten reist als Paar und 1/3 der Befragten als Familie mit Kindern.

Bezeichnend ist, dass etwa 90% der Befragten Alta Badia bereits mehr als 5 Mal besucht haben. Dies beweist eine hohe Loyalität gegenüber unserer Region und gleichzeitig die Bereitschaft, einen Beitrag zu derer Erhaltung zu leisten.

Ebenfalls von Bedeutung ist die Anreise zum Urlaubsort: Mehr als 90% reisen mit dem eigenen Auto an.

Die wichtigsten Kriterien, für die Auswahl von Alta Badia als Reiseziel sind:

- die majestätischen Dolomiten
- Natur und Entspannung
- die Qualität des touristischen Angebotes
- der Berg und seine Lebensräume
- Flucht von der Hektik des Alltags

Nahezu alle Befragten legen Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein in der Tourismusregion.

Zu den wichtigsten Aktivitäten während des Urlaubs gehören:

- Erholung und Entspannung
- Wandern und Spaziergehen
- Gastronomie
- Ski Alpin

Demgegenüber treffen die folgenden Aktivitäten auf ein geringeres Interesse:

- Skilanglauf
- Klettern
- Klettersteige
- Radfahren

Beim Thema Straßenverkehr empfindet eine deutliche Mehrheit ein zu hohes Verkehrsaufkommen auf den Pässen und in den Dörfern des Gebiets. Die Mehrheit befürwortet die Einführung von Beschränkungen für den motorisierten Verkehr auf den Pässen.

In Bezug auf die Handhabung von Fußgängern und Radfahrern auf den Wanderwegen, betonte die Hälfte der Befragten das Problem einer gemeinsamen Wegnutzung durch diese beiden Kategorien.

Im Allgemeinen sind sich die Befragten über die übermäßige Präsenz von Touristen zu bestimmten Jahreszeiten einig. Fast die Hälfte der Befragten nimmt die vom Gebiet eingeführten Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit wahr, 1/3 schätzt diese als ausreichend ein.

Auch auf Kommunikationsebene ist ein Großteil der Befragten mit den Aktivitäten des Gebietes im Bereich der Nachhaltigkeit vertraut und befürwortet diese.

Zwei weitere Thematiken, die als besonders wichtig angesehen werden, liegen in der Beseitigung vom Plastikverbrauch in touristischen Einrichtungen und in der Verbesserung der öffentlichen Verkehrsmittel.

Die größte Zufriedenheit besteht bei den Gästen in den folgenden Punkten:

- die natürlichen Sehenswürdigkeiten
- die Erhaltung des Territoriums
- die Qualität der Unterkunft
- der Verkauf von regionalen Produkten
- die Förderung der lokalen Kultur
- die Qualität des gastronomischen Angebots
- die Freundlichkeit des Personals
- die Gastfreundschaft der lokalen Bevölkerung

Verbesserungsmöglichkeiten sehen die Befragten in Bezug auf

- das Veranstaltungsangebot
- die öffentlichen Verkehrsmittel
- historische und kulturelle Attraktionen

In Bezug auf das Umweltbewusstsein gibt die Mehrheit der Befragten an, Material zu recyceln und regelmäßig lokale Produkte zu erwerben, während sich der Kauf umweltfreundlicher Produkte, die Verwendung erneuerbarer Ressourcen und umweltfreundlicher Verkehrsmittel neutral auf die Stichprobe verteilt.

Über 90 % der Befragten kannten die ladinische Kultur, bevor sie nach Alta Badia kamen. Eine Tatsache, die entsprechend gewürdigt wird und einen touristischen Vorteil für das Gebiet darstellt. Viele der Befragten würden gerne mehr über die ladinische Kultur erfahren.

Notwendige Maßnahmen

Die Umfrageergebnisse werden mit den Angaben der, in der Sommersaison 2022, ausgefüllten Fragebögen ergänzt.

Es ergeben sich mehrere Punkte, an denen gearbeitet oder die verbessert werden müssen:

- weiterhin in die Erhaltung der Landschaft investieren, welches ein wichtiges Kriterium für die Auswahl des Reiseziels bei den Gästen darstellt. Gleichzeitig müssen weiterhin qualitative und wertgeschätzte Dienstleistungen garantiert und gefördert werden.
- Sensibilisierung der Gäste sowie verstärkte Kommunikation von nachhaltigen Projekten und der Nachhaltigkeitsstrategie für die kommenden Jahre.
- Entwicklung von Projekten, welche die Attraktivität von Aktivitäten wie Skilanglauf, alternative Schneesportarten und Shopping erhöhen.
- Entwicklung von Projekten und Initiativen zur Verkehrsreduzierung: Begonnen wird mit der Initiative „Autofreier Genuss“ und geführte Bustouren in die benachbarten Gebiete rund um Prags und den Drei Zinnen (Einführung im Sommer 2022).

- Vertretung einer klaren und konsequenten Stellung auf politischer Ebene zum Verkehrsaufkommen auf den Dolomitenpässen.
- Mitglieder der Tourismusgenossenschaft (vor allem Unterkunftsbetriebe) für den Einsatz nachhaltiger Verfahren und das Anstreben der GSTC-Zertifizierung zu sensibilisieren.
- Überprüfung und Optimierung des Ausflugs- und Veranstaltungsprogramms – auch dank des Feedbacks unserer Gäste.
- Den Gästen verschiedene Interaktionsmöglichkeiten mit der ladinischen Kultur zu bieten. Das Projekt „Nos Ladins“ kontinuierlich fortgeführt werden, da es als Grundlage für künftige Veranstaltungen und Aktivitäten bildet.