

## PRESSEINFORMATION

### **Ischgl: Umfrageergebnisse bestätigen Entwicklung in Richtung noch mehr Qualität**

**Auf Basis fundierter Analysen werden nun konkrete Maßnahmen sowohl im Gesundheits- und Hygiene-Bereich als auch für das qualitativ hochwertige touristische Angebot erarbeitet.**

Der Tourismusverband Paznaun – Ischgl hat in den letzten Wochen unter anderem Einheimische, Gäste und Mitarbeiter nach ihren Wünschen für eine erfolgreiche Zukunft und Entwicklung des Tourismus befragt. Bei allen Befragungen zeigen sich eindeutige Trends in Richtung „Mehr Qualität“. Alexander von der Thannen, Obmann des Tourismusverbandes: „Wir freuen uns, dass die Ergebnisse der Befragung unsere – schon während der Corona-Krise – entwickelten Überlegungen bestätigen und uns Rückhalt bei unseren Bemühungen geben.“

#### **Bedeutung des Tourismus tief im Bewusstsein der Bevölkerung verankert**

Über 90% der insgesamt 704 Befragten gaben bei der von IMAD durchgeführten repräsentativen Umfrage an, dass der Tourismus eine große wirtschaftliche Bedeutung hat, attraktive Arbeitsplätze bietet, wichtige Einrichtungen und Infrastrukturmaßnahmen bringt sowie positiv zur Lebensqualität beiträgt.

Rund 9 von 10 Befragten empfinden die Berichterstattung der vergangenen Monate als nicht ausgewogen und nicht den Tatsachen entsprechend. Fast zwei Drittel der Bewohnerinnen und Bewohner machen die Ereignisse sehr betroffen.

Aus Sicht der Bevölkerung (82%) soll künftig Après-Ski qualitäts- und maßvoller werden – ein Großteil der Befragten erhofft sich auch eine klar definierte zeitliche Limitierung dieser Angebote sowie auch von Bus- und Tagesgästen, die nur zum Feiern kommen.

Als Stärken Ischgls werden das bis ins Schweizer Samnaun reichende, moderne und schneesichere Skigebiet, die Spitzenqualität der Hotellerie, die moderne Infrastruktur und die Haubenkulinarik betrachtet. Gefragt nach zukünftigen Veränderungen im Tourismus

fallen die häufigsten Nennungen auf weniger Partytourismus, mehr Qualität und eine andere Gestaltung des Après-Ski.

### **Attraktivität des Skigebietes als wesentlicher Faktor bei Gästen**

Die aktuelle Gästebefragung, durchgeführt von Institute of Brand Logic und Business Beat, bestätigt diese Einschätzungen der Einheimischen, denn über 90% der Ischgl-Gäste verbinden den Ort mit der Attraktivität und der Größe des Skigebiets. Für einen ähnlich hohen Anteil (über 90%) prägt Après-Ski das Image und die Attraktivität von Ischgl, wobei sich auch die Gäste – ähnlich wie die Einheimischen – hier eine qualitative Weiterentwicklung wünschen.

Neben dem Skigebiet und dem damit verbundenen Naturerlebnis empfinden die Gäste in Anbetracht der Situation für die kommenden Saisonen entsprechende Gesundheits- und Hygiene-Maßnahmen als buchungsentscheidend.

Auch für die Mitarbeiter ist neben dem guten Ruf und der guten Bezahlung (jeweils 83%) vor allem der Aspekt der Gesundheit und Hygiene (73%) ein zentrales Entscheidungskriterium für die Wahl des Arbeitsorts.

„Für uns sind fundierte und ehrliche Analysen von zentraler Bedeutung, um Anforderungen im Gesundheits- und Hygienebereich, aber auch unser touristisches Angebot, weiterzuentwickeln“, erklärt Alexander von der Thannen. „In Arbeitskreisen werden derzeit zu den unterschiedlichen Themen konkrete Maßnahmen entwickelt. Neben den behördlichen Vorschriften und den Verhaltens- und Abstandsregeln wollen wir auch in Abstimmung mit Experten Maßnahmen setzen, die über die Vorgaben hinausgehen.“

Neben der regelmäßigen Testung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sollen so auch Gäste die Möglichkeit für kostenlose Corona-Tests erhalten. Das Ziel bei der touristischen Entwicklung sei klar, so Alexander von der Thannen: „Wir nutzen die Krise als Chance, um Entwicklungen der Vergangenheit zu reflektieren. Wir waren in den vergangenen 20 Jahren vom Erfolg verwöhnt. Wir haben jedes Jahr Gästezuwächse verzeichnet. Unser Lifestyle-Image und die außergewöhnlichen Inszenierungen, die die Gäste bei uns erleben können, waren ein Erfolgsfaktor für uns. Jetzt kommt es darauf an, die richtigen Schritte für die

Zukunft zu setzen. Einer davon ist sicher, unsere Entwicklung in Richtung noch mehr Qualität weiter zu verstärken.“

Juni 2020