



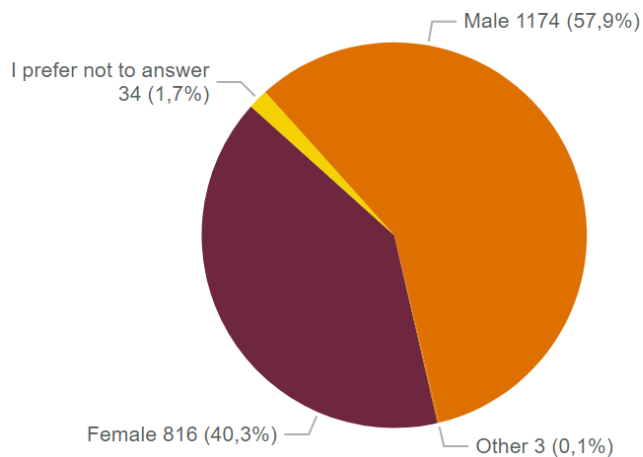
Ergebnisse Gästemfrage Dolomitenregion Seiser Alm

19.02.2026 bis 15.03.2026

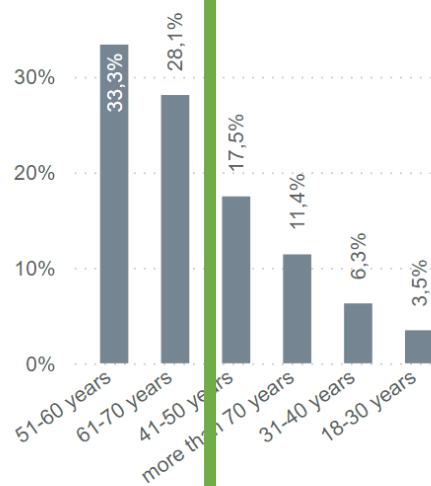
Hannes Waldmüller
16.03.2026

iDM INNOVATORS.
DEVELOPERS.
MARKETERS.

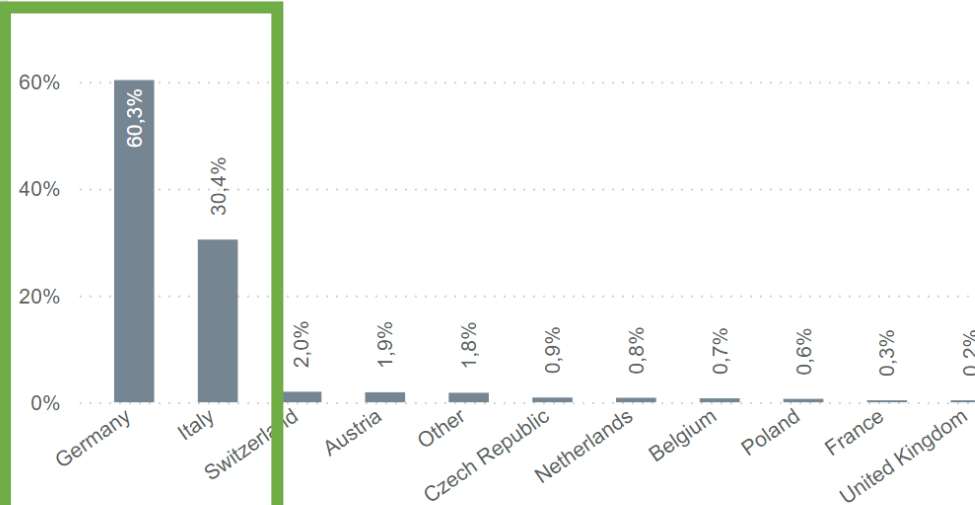
Gender:



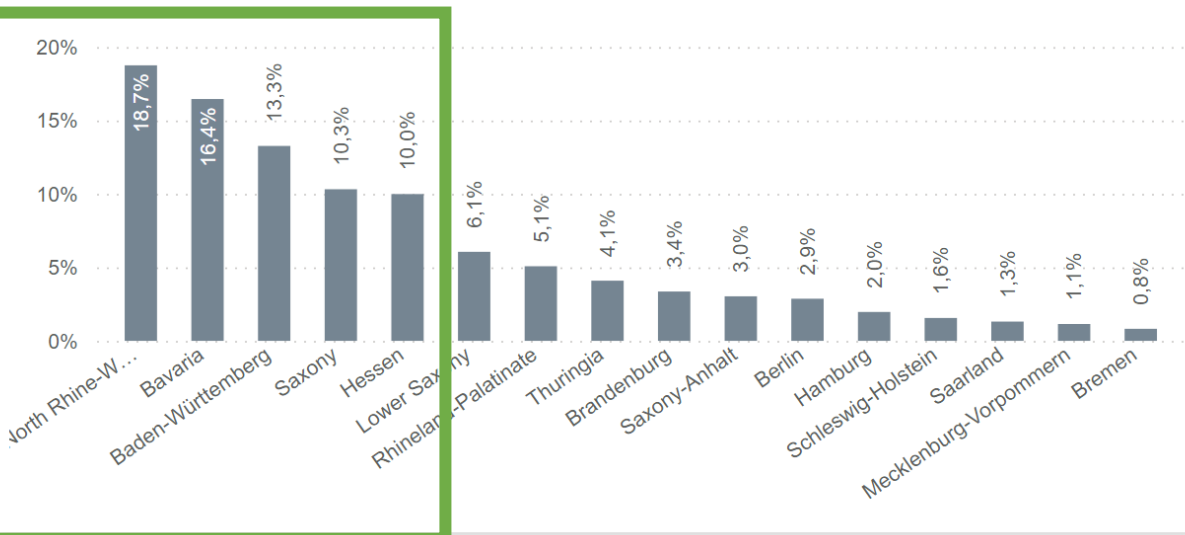
Age:



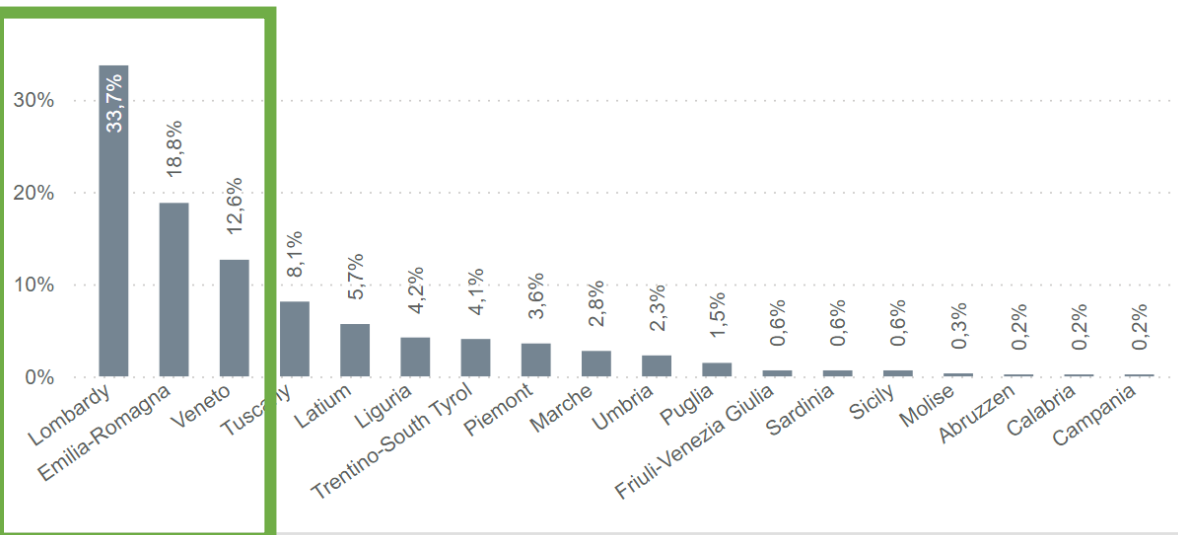
Residency (Country):



Deutschland:



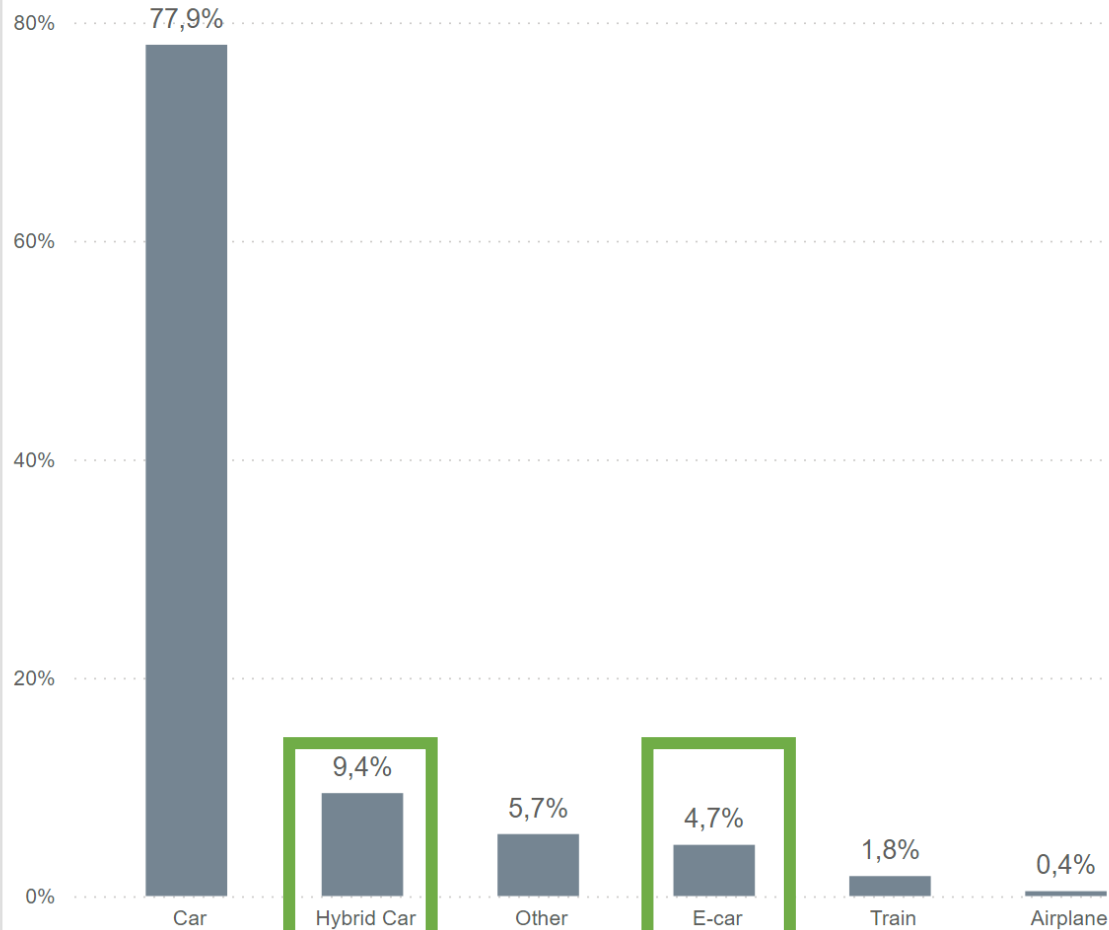
Italia:



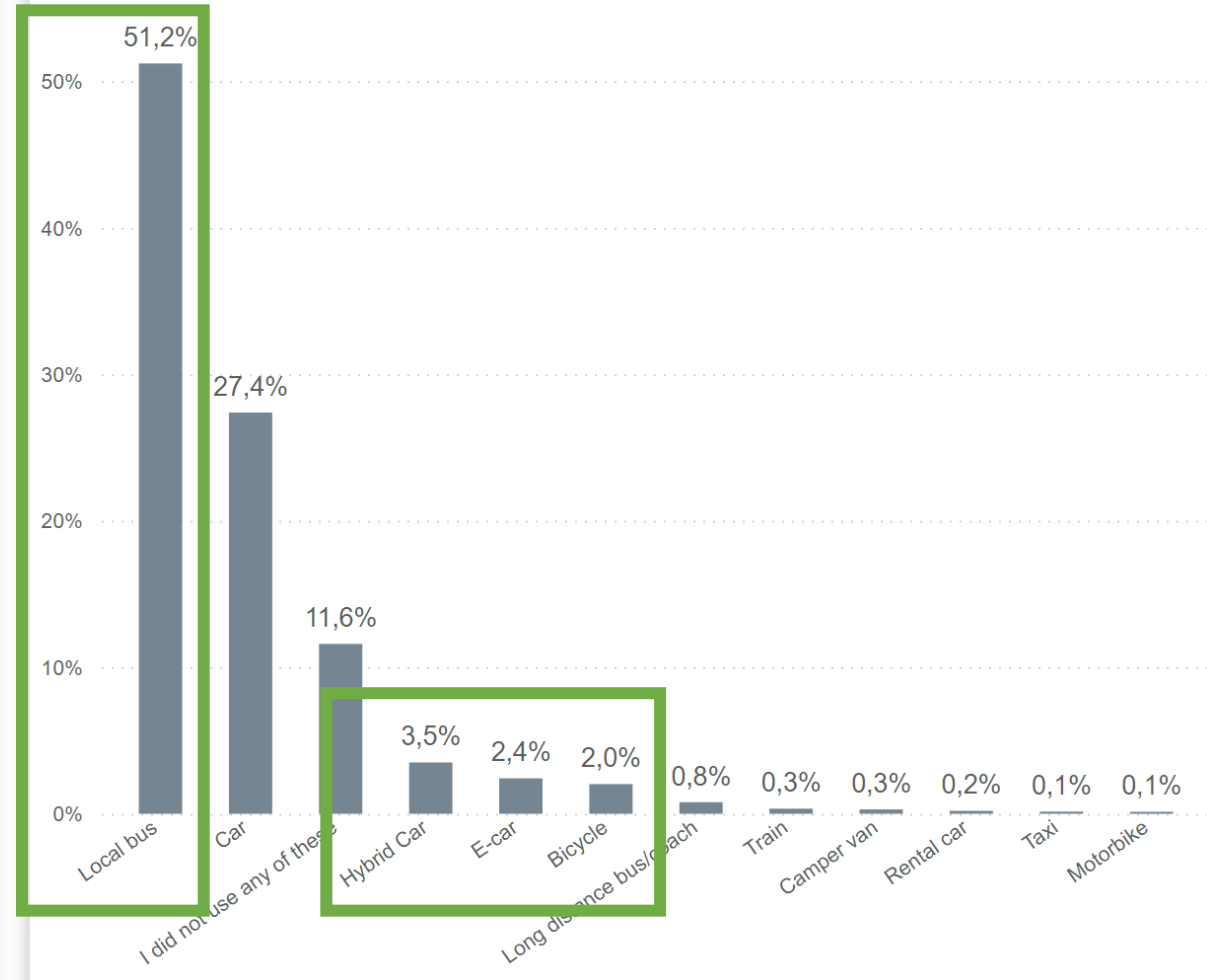
Mobility

2027

Which means of transport did you use to arrive at your holiday destination? *



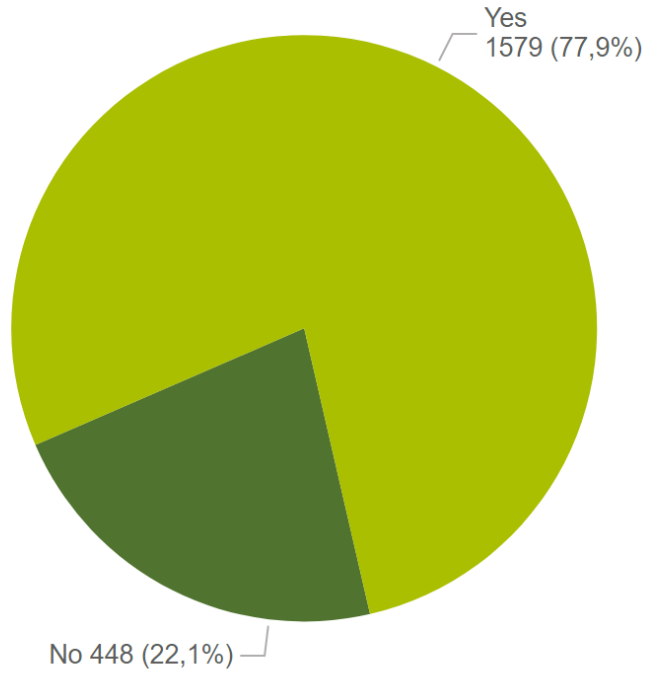
What was your preferred mode of transportation during your stay? *



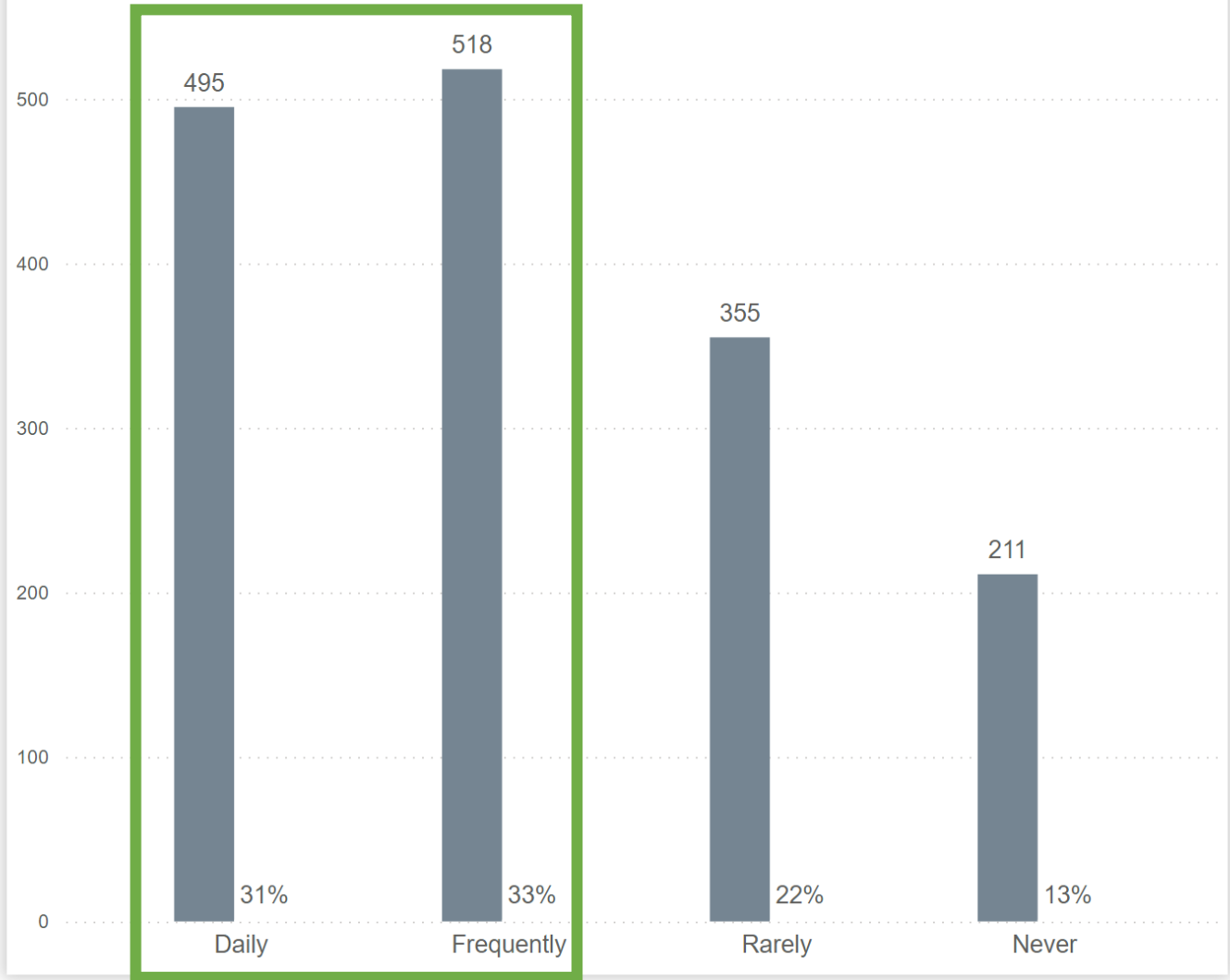
*Main means of transport (based on km travelled)



Are you familiar with the Guest Pass (Mobil Card South Tyrol)?



Did you make use of the Guest Pass during your holiday in South Tyrol? *

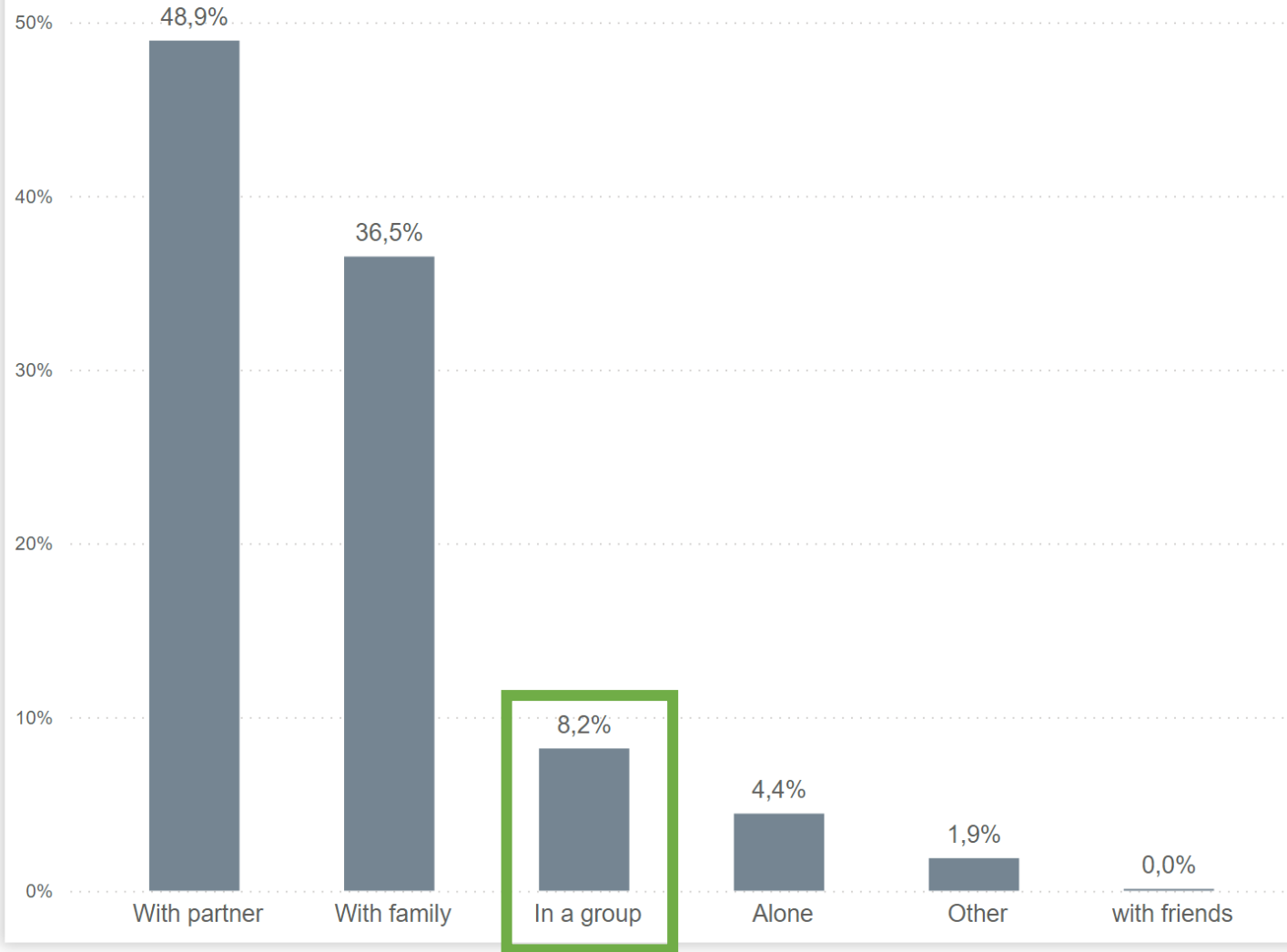


*Only for the Yes Responses

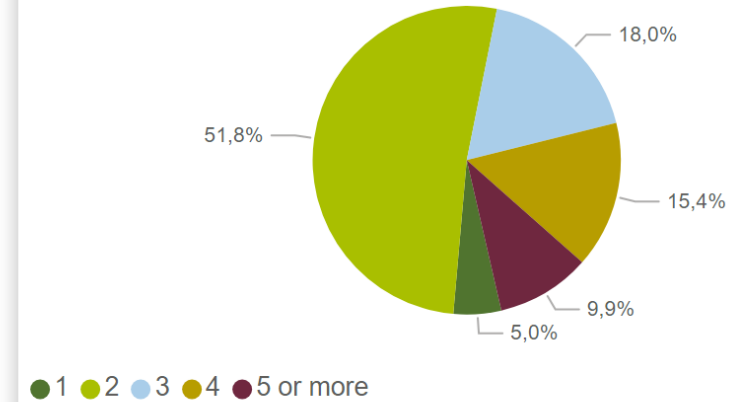
Expenses/cost

2027

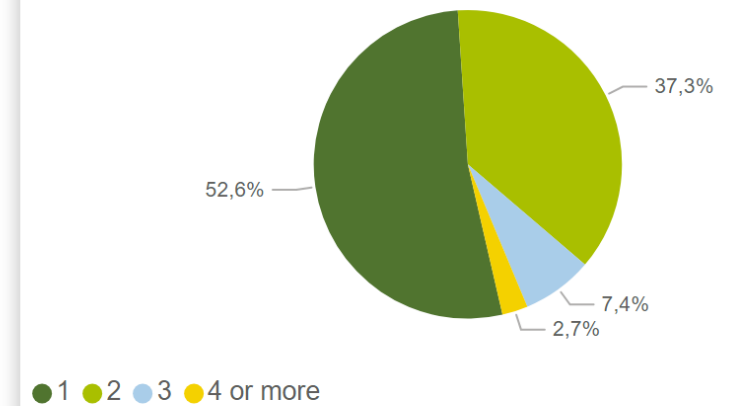
With whom do you travel?



How many adults? *



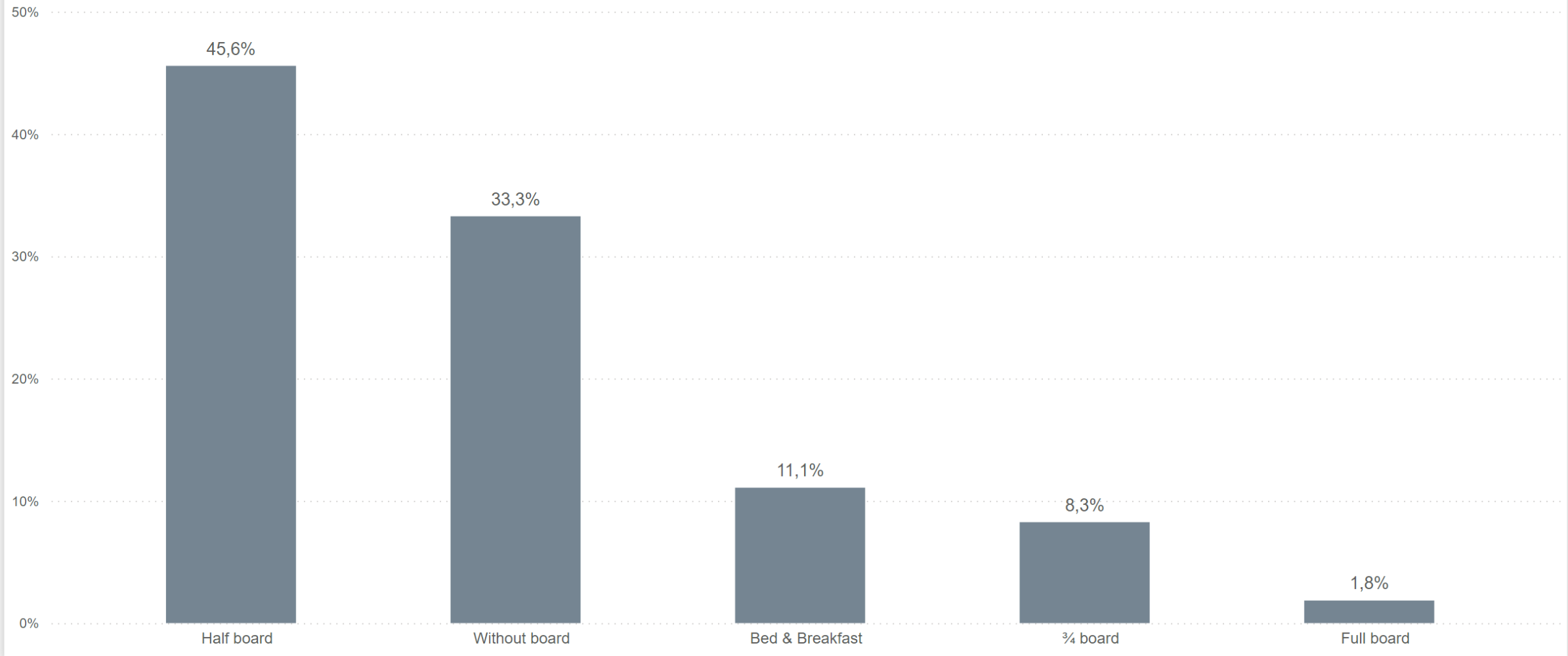
How many children? *



*Only for the Response: "With family/children"

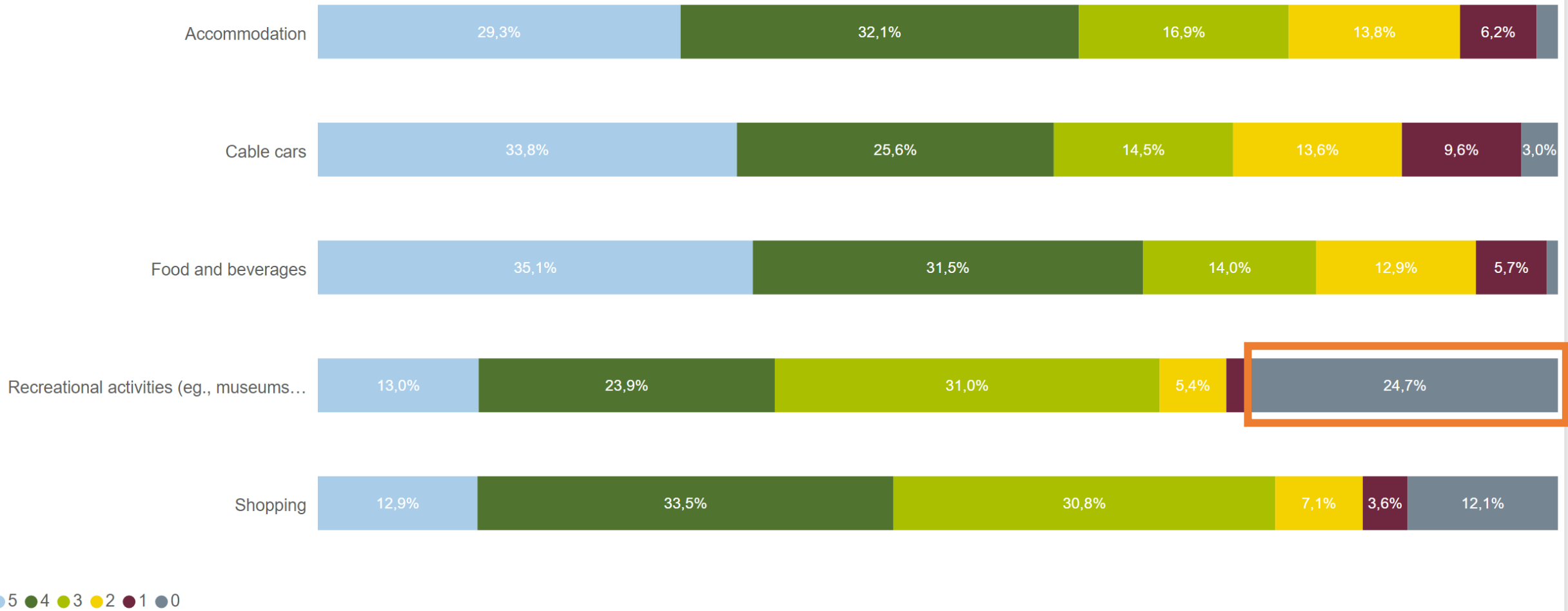


What type of accommodation did you choose?



Expenses/cost

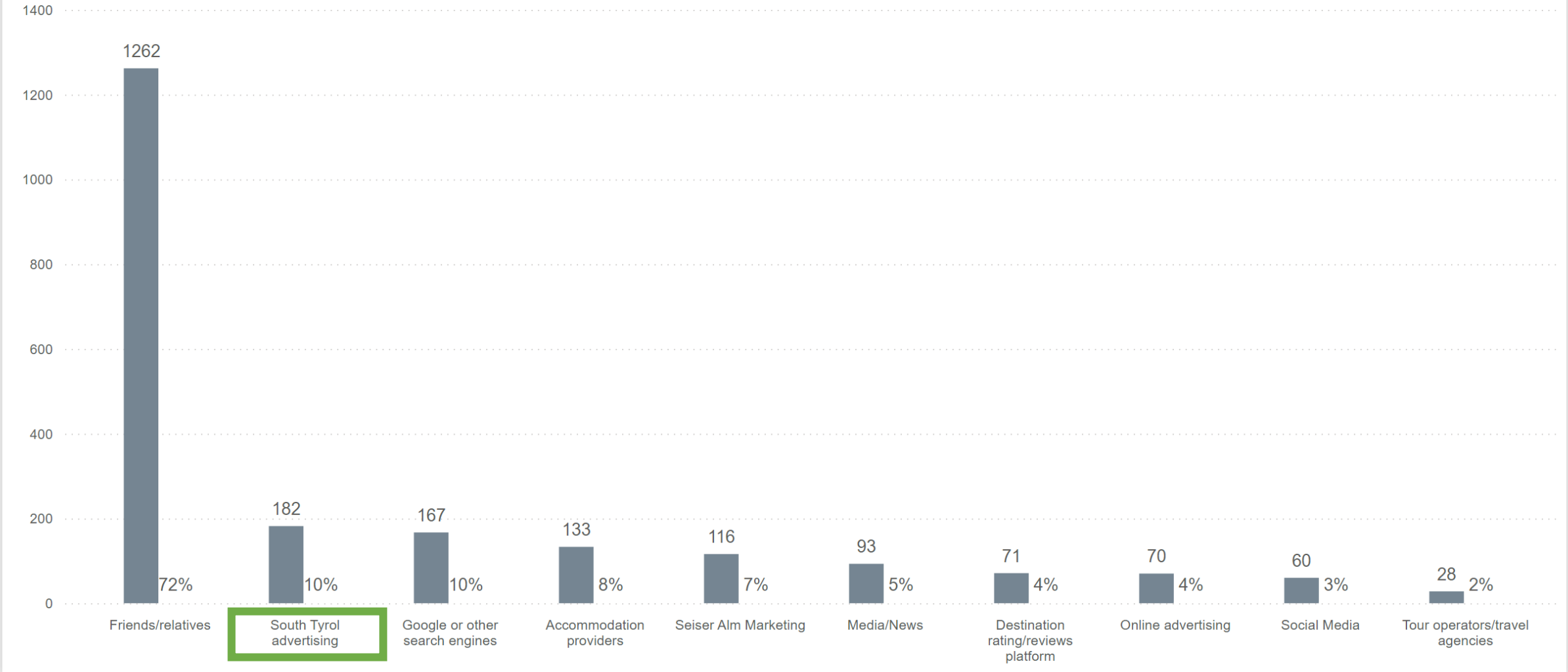
How satisfied are you with the current relation of quality and price in destination? (5 = very satisfied, 1 = unsatisfied, 0 = no answer)



Reason for holiday and activities

2027

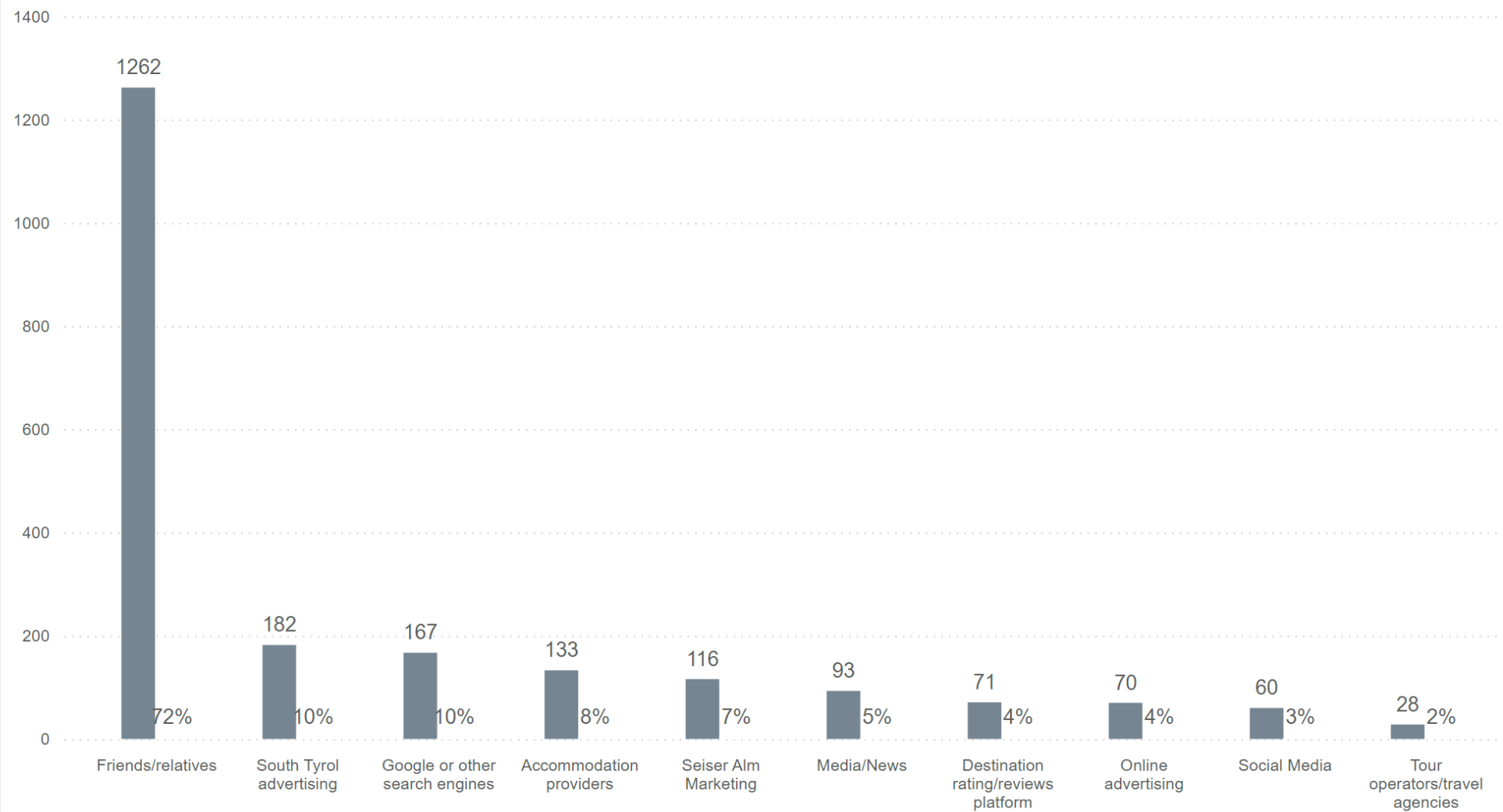
How did you hear about the region?



Reason for holiday and activities

2027

How did you hear about the region?



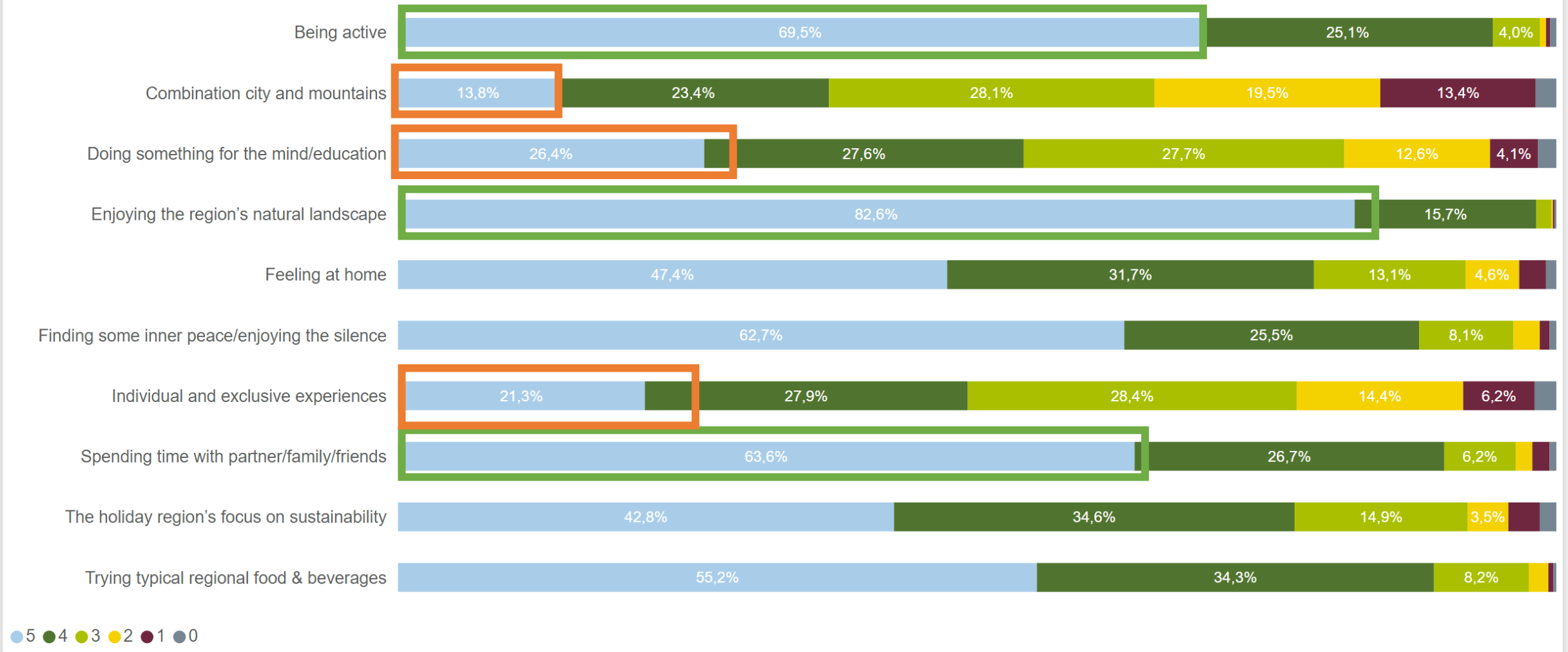
How did you hear about the region?

- _____
- _____
- !
- 20 anni fa dalla mia attuale moglie
- 45Jahre Erfahrung
- 9
- Abito in Alto Adige
- ADAC Skiatlas
- alla ricerca del territorio con attrezzature giuste per la mia famiglia
- allgemein
- Als Kind in Dolomiten gewesen
- amici
- Andandoci d'estate a fare escursioni giornaliere da Selva di cal Gardena
- assiduo frequentatore
- Associazione che fa Trekking, molti anni fa
- Atlante geografico 2016
- aus Neugierde
- Aussteller des Hotels
- Bekannte
- Bergführer
- beruflich
- Bin seit 30 Jahren Stammgast
- Bin seit 32 Jahren mit der Alm verbunden
- Bin Stammgast seit 1980er
- Blendax 1971
- Časopis Snow
- Ci sono nato



Reason for holiday and activities

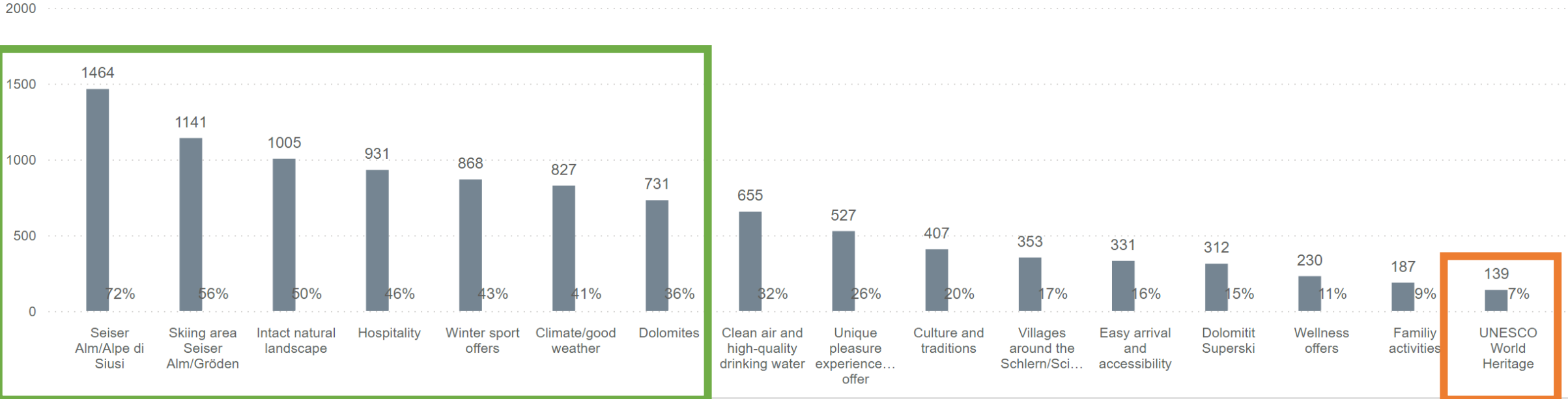
How important are the following factors in choosing your holiday destination? (5 = very important, 1 = unimportant, 0 = no answer)



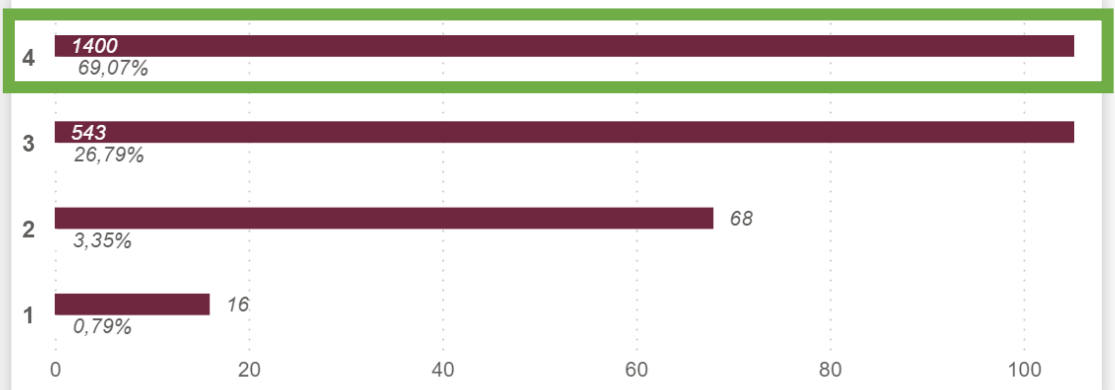
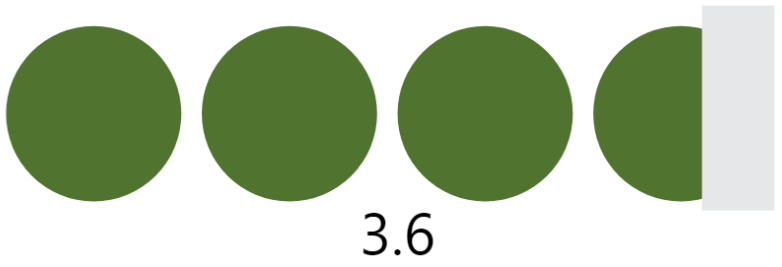
Reason for holiday and activities

2027

Why did you choose this region as your holiday destination?



Have the expectations you had prior to the trip been fulfilled? (1 = Not at all fulfilled, 4 = Completely fulfilled)



Reason for holiday and activities

2027

Why?

Amo l'Alpe di Siusi, ma si sta snaturando. Troppa gente, servizi sempre più orientati a clientela alto spendente e irrispettosa dell'ambiente. Mi viene da piangere quando passo davanti all'hotel Tirlir e lo vedo trasformato in una discoteca a cielo aperto. Temo che l'Alpe stia perdendo la sua caratteristica di paradiso terrestre e sono estremamente dispiaciuto

Es sind die südtiroler: herzlich, offen, hilfsbereit und zuverlässig

Ist super hier

massentourismus schlimmster Sorte - wer will schon Chinesen und Amis in den Bergen?

overcrowded.

Prezzi troppo alti

Sempre più commerciale

too crowded

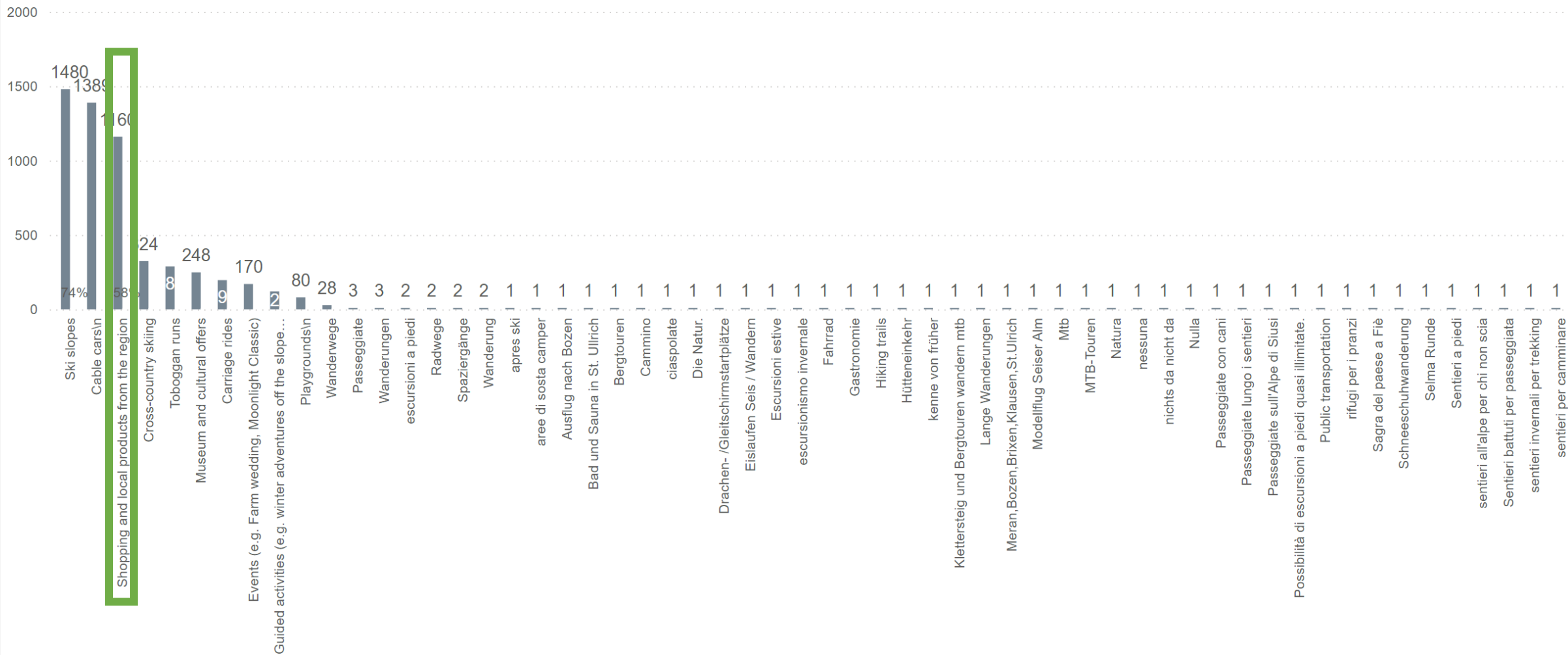
Übertouristisiert!

Ursprüngliches ist Mangelware. Verkehrskonzept verbesserungswürdig.



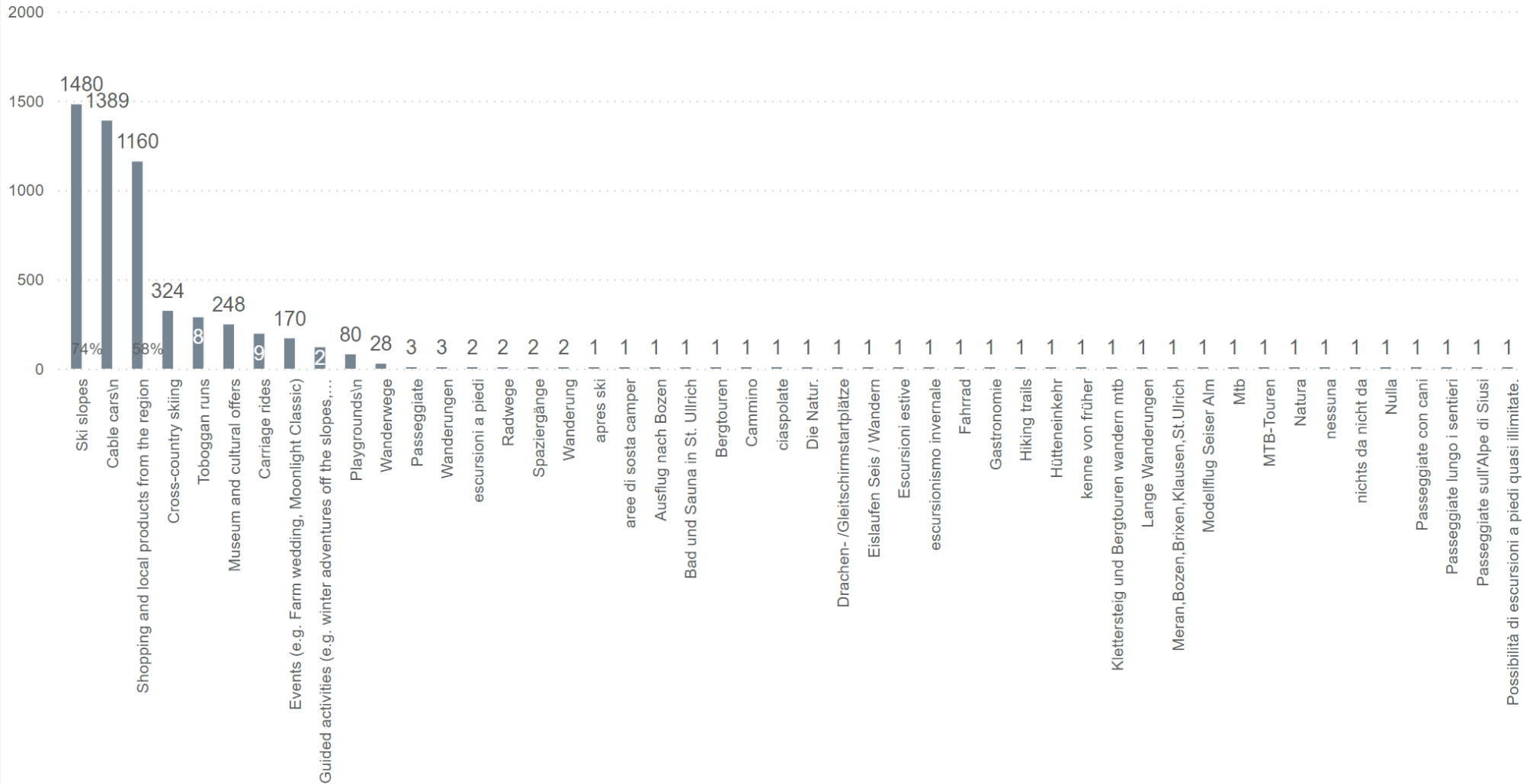
Reason for holiday and activities

Which of the following did you use/try during your stay?



Reason for holiday and activities

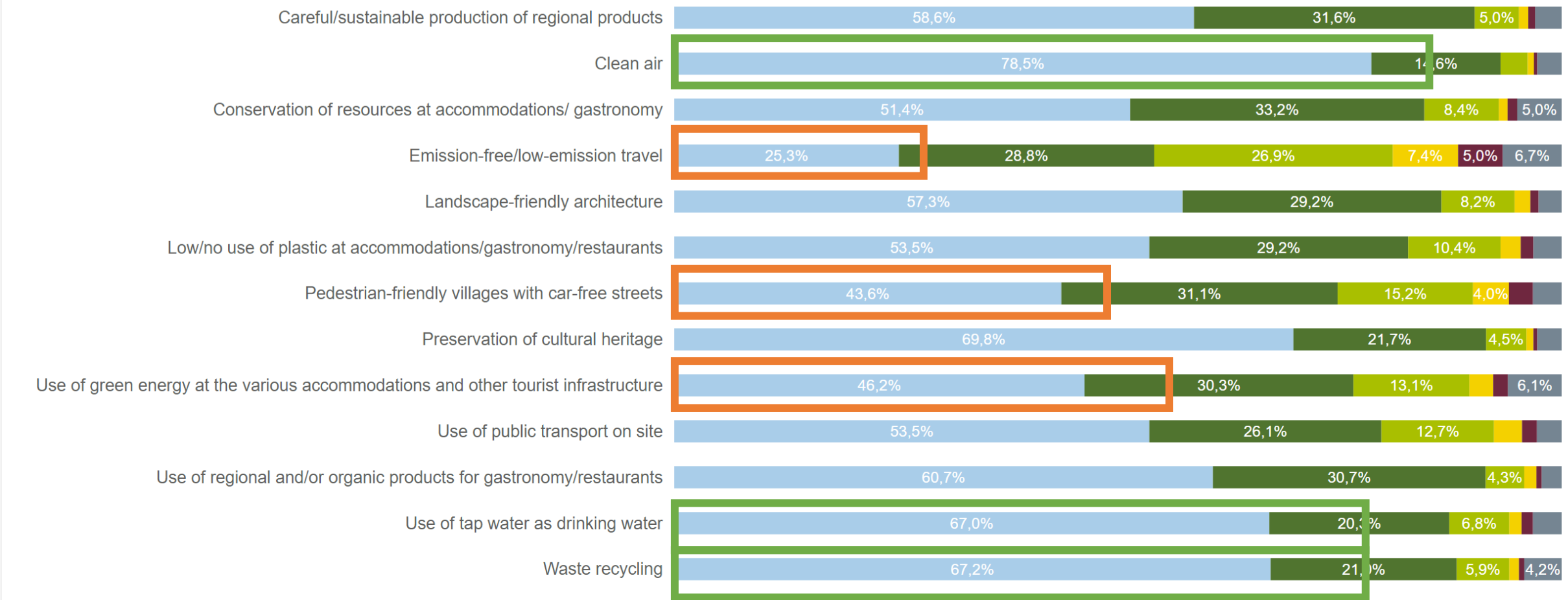
Which of the following did you use/try during your stay?



Which of the following did you use/try during your stay?

- *
 - apres ski
 - aree di sosta camper
 - Ausflug nach Bozen
 - Bad und Sauna in St. Ulrich
 - Berghütten, Wanderwege
 - Bergtouren
 - Bergwanderungen
 - bozen
 - camminare
 - Camminate
 - Camminate a piedi in invernale
 - Camminate invernali
 - Camminate,baite
 - Cammino
 - ciaspolate
 - Die Natur.
 - Dolomiti Ranger Winter
 - Drachen- /Gleitschirmstartplätze
 - Einsame Hütten besuchen
 - Eislaufen Seis / Wandern
 - erkunden der Region mit ÖPNV
 - Escursioni
 - escursioni a piedi
 - Escursioni estive
 - Escursioni invernali
 - escursionismo invernale
 - Fahrrad
 - Gastronomie

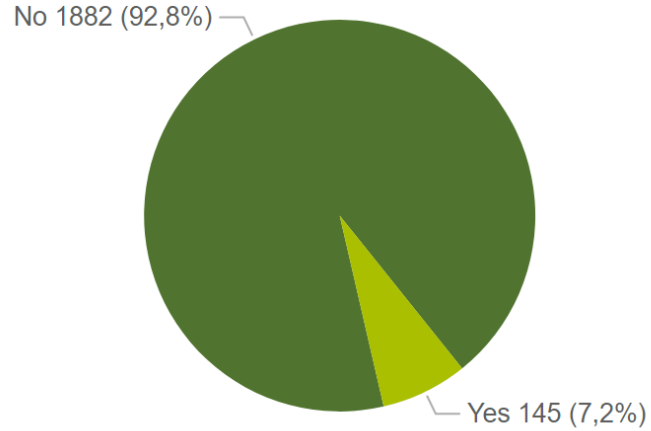
What do you associate with the term “sustainable tourism”? (5 = totally agree, 1 = disagree, 0 = no answer)



● 5 ● 4 ● 3 ● 2 ● 1 ● 0



Are you familiar with tourism sustainability certifications?



Which sustainability certifications do you know?

z. B. Fair Trade, Bio-Siegel, FSC Label, Grüner Punkt, Blauer Engel, eco

Weniger Wäsche

Umweltschutz, Ökonomie

umweltmanagement, nachhaltiges Bauen, Nutzen der angebotenen Beförderungen z,b, Umlaufbahn statt Auto...

třídění odpadu , regionální potraviny , bezemisní doprava, udržitelná architektura

Tourcert, Green Sign und weitere deutsche Zertifikate

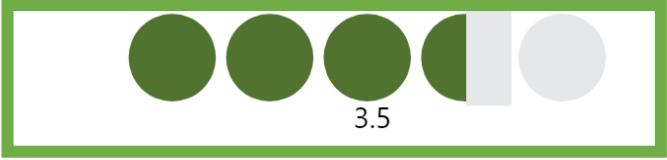
Tourcert

Sustainable

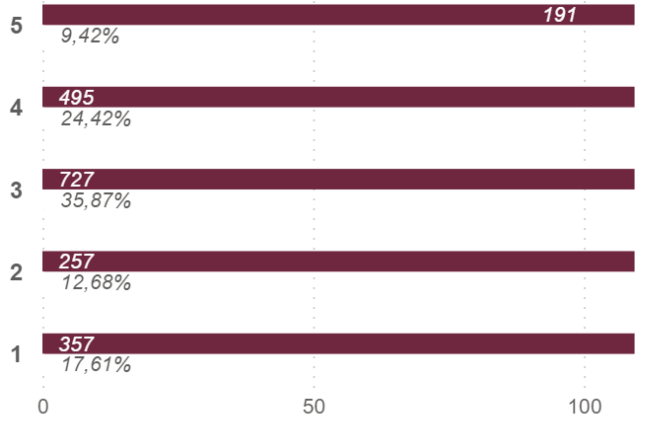
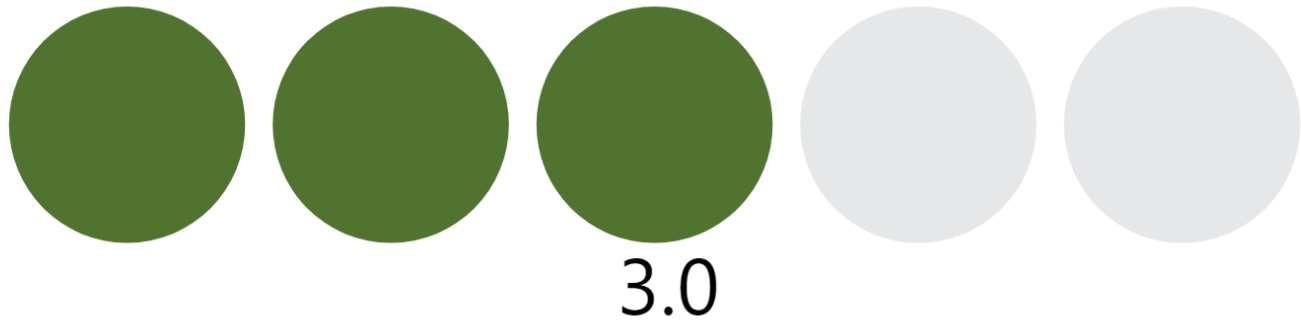
Strutture ricettive sostenibili

SMarchio di sostenibilità per le aziende (IMQ)

How important is certification when selecting your ideal holiday region? (1 = Unimportant, 5 = Very important) *

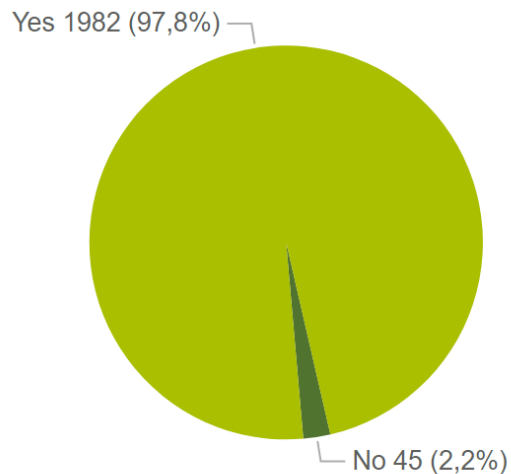


How important is certification when selecting your ideal holiday region? (1 = Unimportant, 5 = Very important)



*Only who is familiar with certifications

Would you return to this destination for holiday?

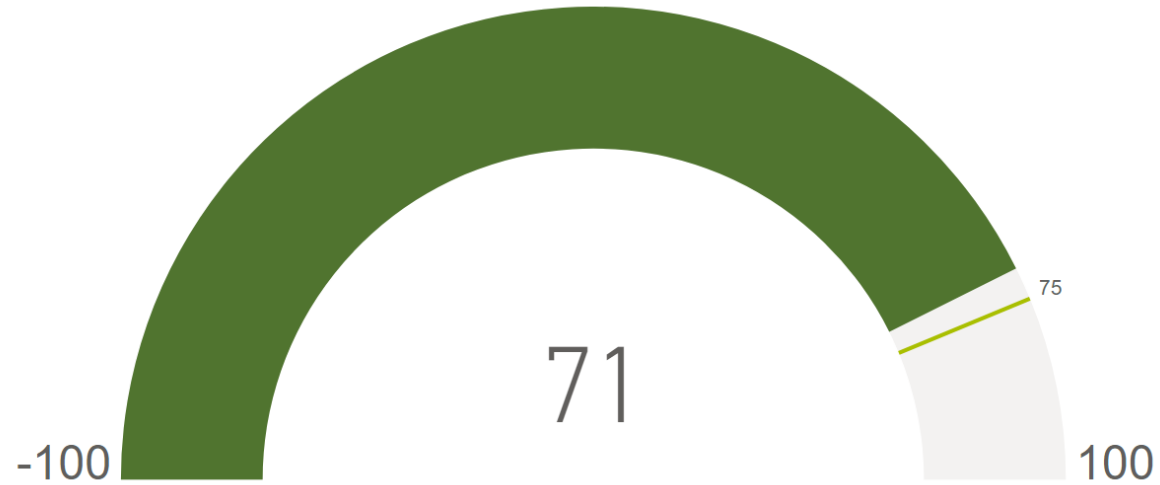


Why?

- ▲
- Con lo stesso budget faccio vacanze più lunghe da altre parti
- Costi elevati
- Costi molto alti per una famiglia.
- Costi troppo alti
- COSTO BIGLIETTO A/R CABINOVIA SIUSI - ALTOPIANO, PER CHI NON SCIA, TROPPO ALTO.
- Das Preis Leistung Verhältnis hat sich in den vergangenen Jahren sehr negativ entwickelt und zu viel Massentourismus
- Die Werbung verspricht Sachen, die es dann nicht gibt.
- Es ist in den letzten 5-10 Jahren zu teuer geworden, gerade für 4 Personen ist es zu teuer
- Es war zu überlaufen. Die Stadt, der Berg, die Pisten, die öff. VERKEHRSMITTEL. Die Einheimischen waren teilweise sehr unfreundlich. Kein traditionelles Erlebnis möglich, es wirkt wie eine Farce (Dörfer für Touristen gebaut??). Wir kommen heuer nicht mehr, machen Urlaub bei uns in Deutschland. Wir haben hauptsächlich andere Touristen getroffen, da merkt man nix von der Südtiroler Kultur. Die wenigen Einheimischen, mit denen wir in Kontakt kamen, gaben uns das Gefühl, unerwünscht zu sein. Außer sie konnten uns etwas verkaufen.
- Frequentiamo l'Alpe di Siusi da 15 anni ma purtroppo negli ultimi anni si vedono sempre più alberghi e edifici per i turisti senza il rispetto per la natura. Ho avuto il privilegio di frequentare la regione quando la natura era al primo posto.



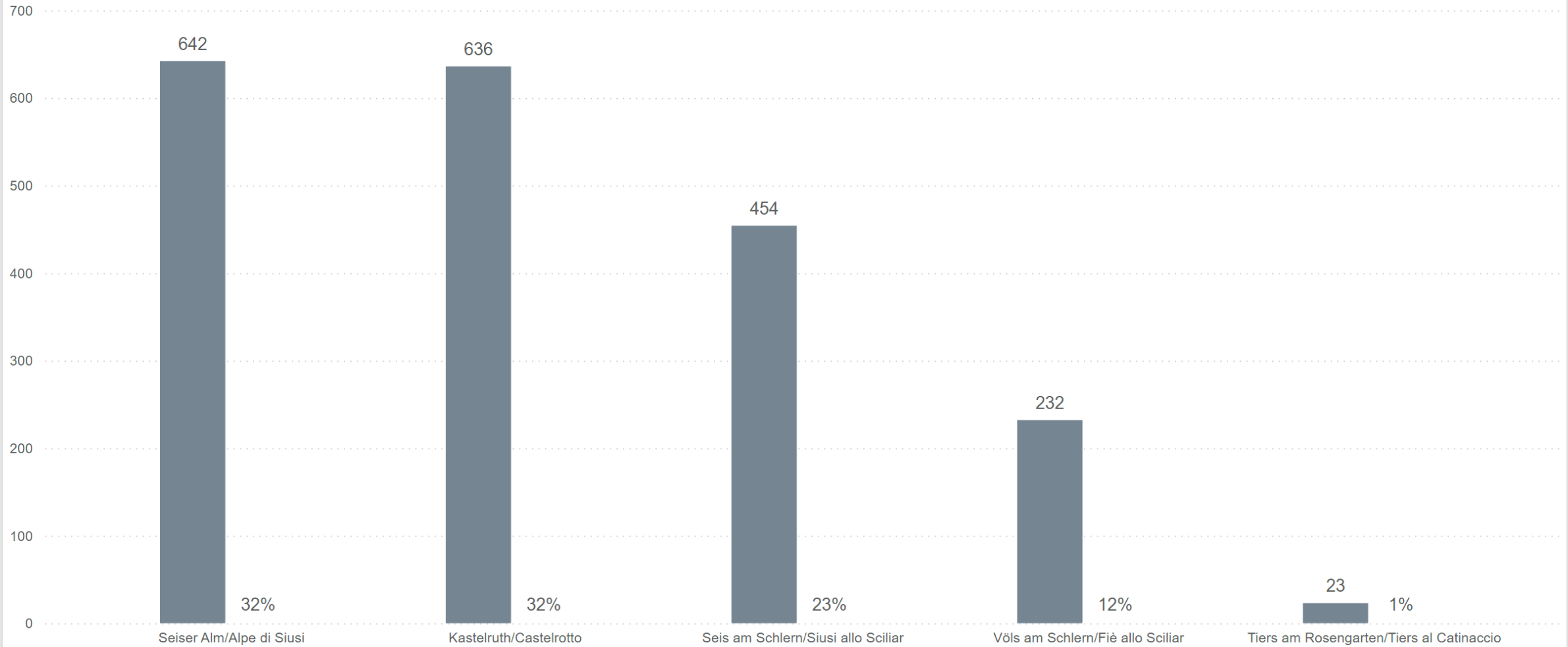
Net Promoter Score



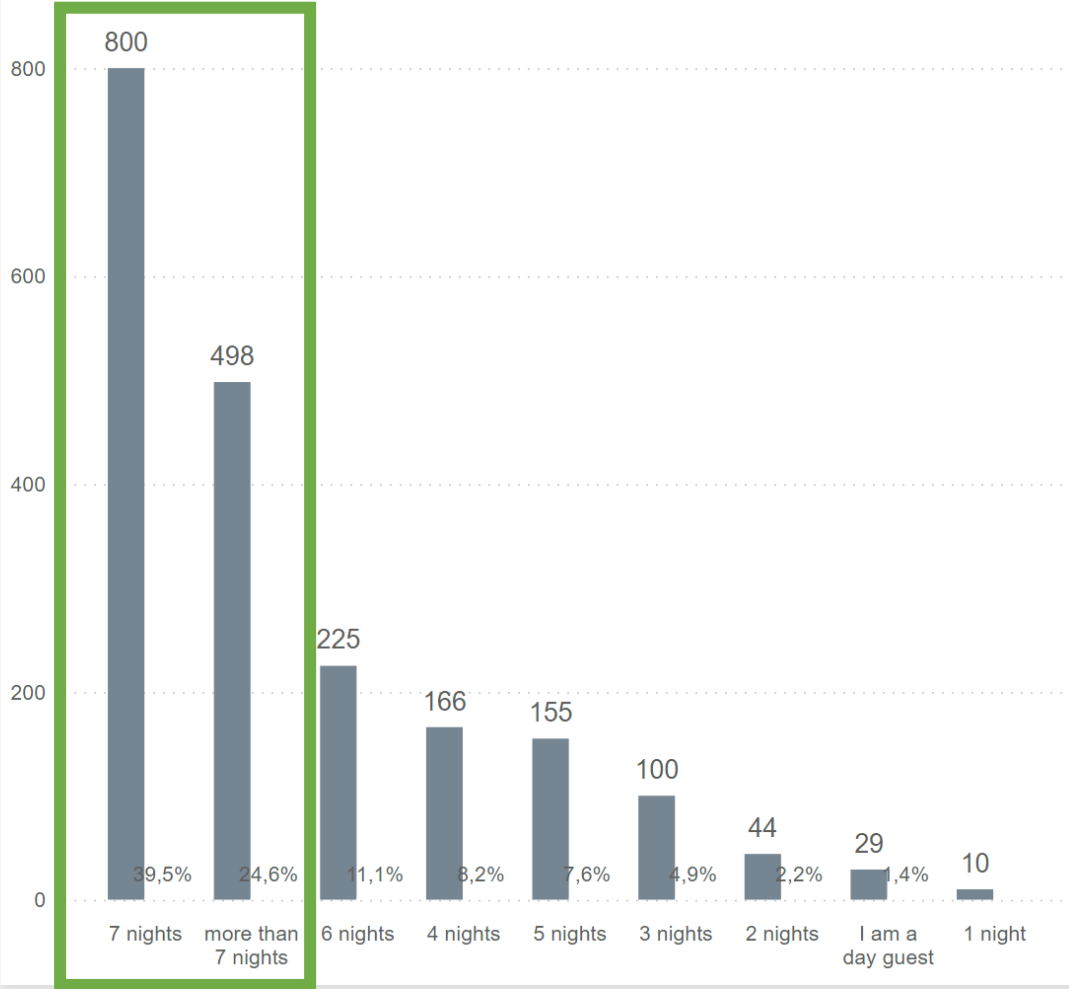
Category	Responses	Percentage
<input type="checkbox"/> Detractor(0-6)	120	5,92%
<input type="checkbox"/> Passive(7-8)	357	17,61%
<input type="checkbox"/> Promoter(9-10)	1550	76,47%
Gesamt	2027	100,00%



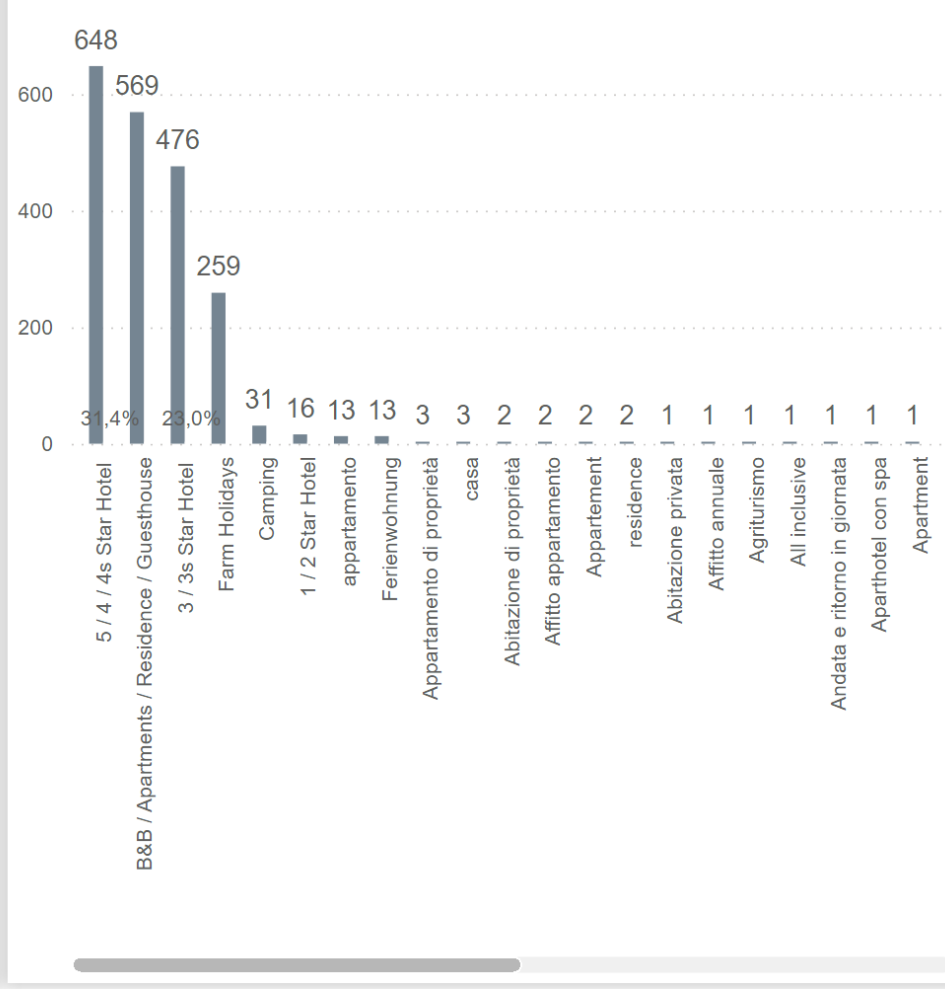
In which holiday village do you stay?



How long do you stay in the region?



What type of accommodation did you choose?



What type of accommodation did you choose?

Other

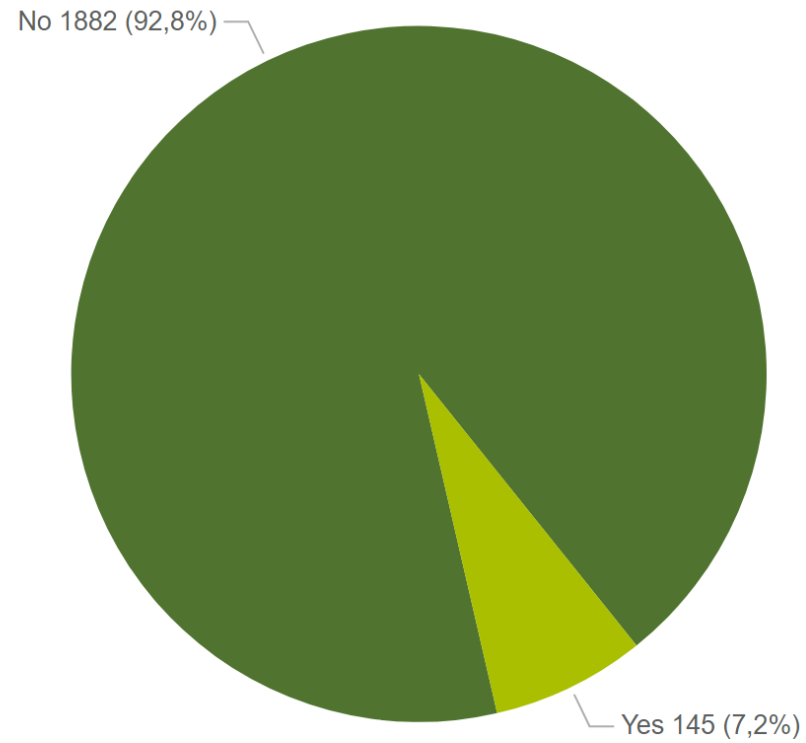
Camper

casa di proprietà

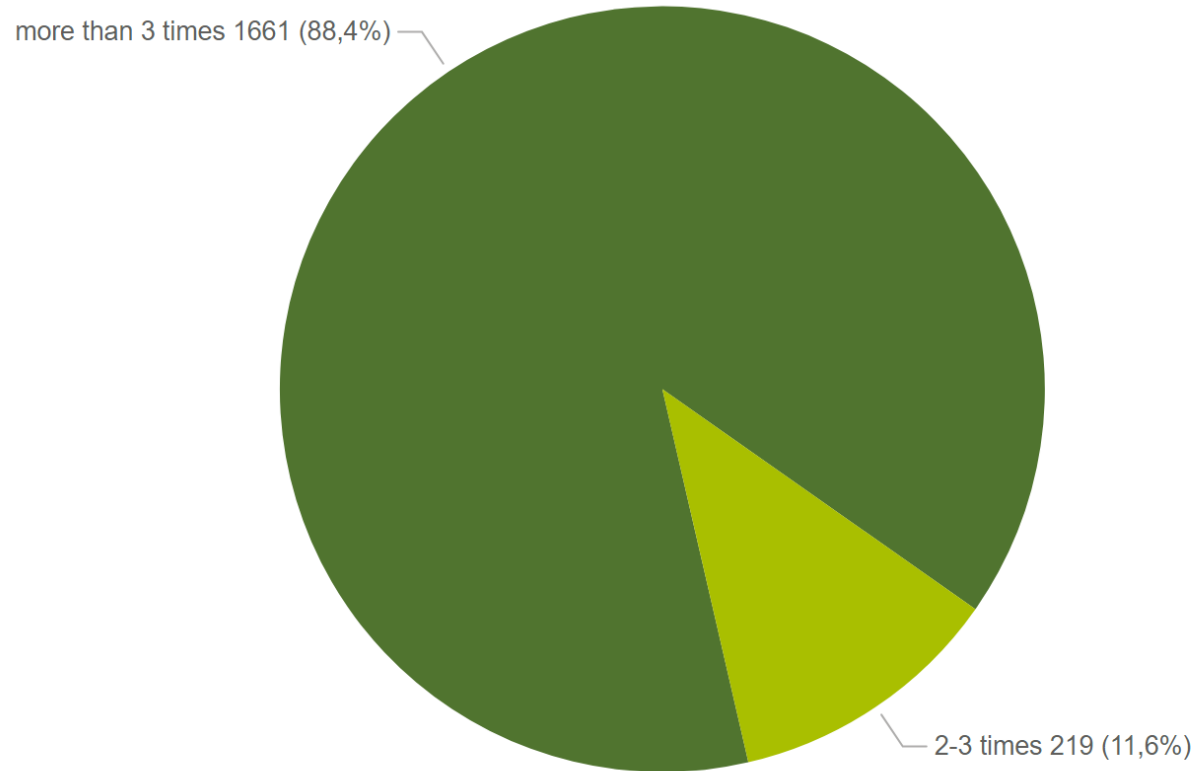
casa privata



Is this your first stay in this region?



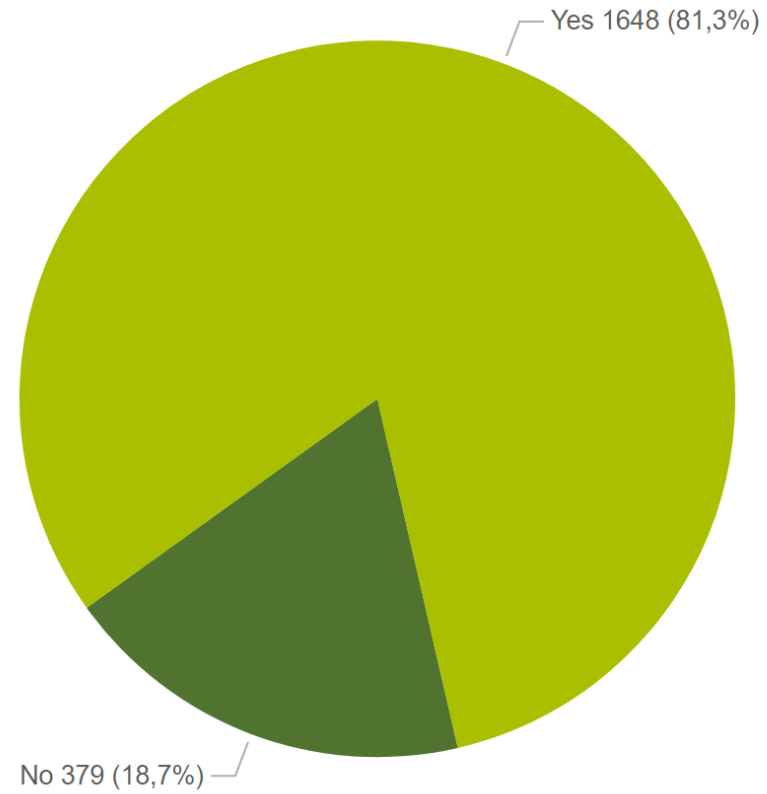
How often have you visited this region in total? *



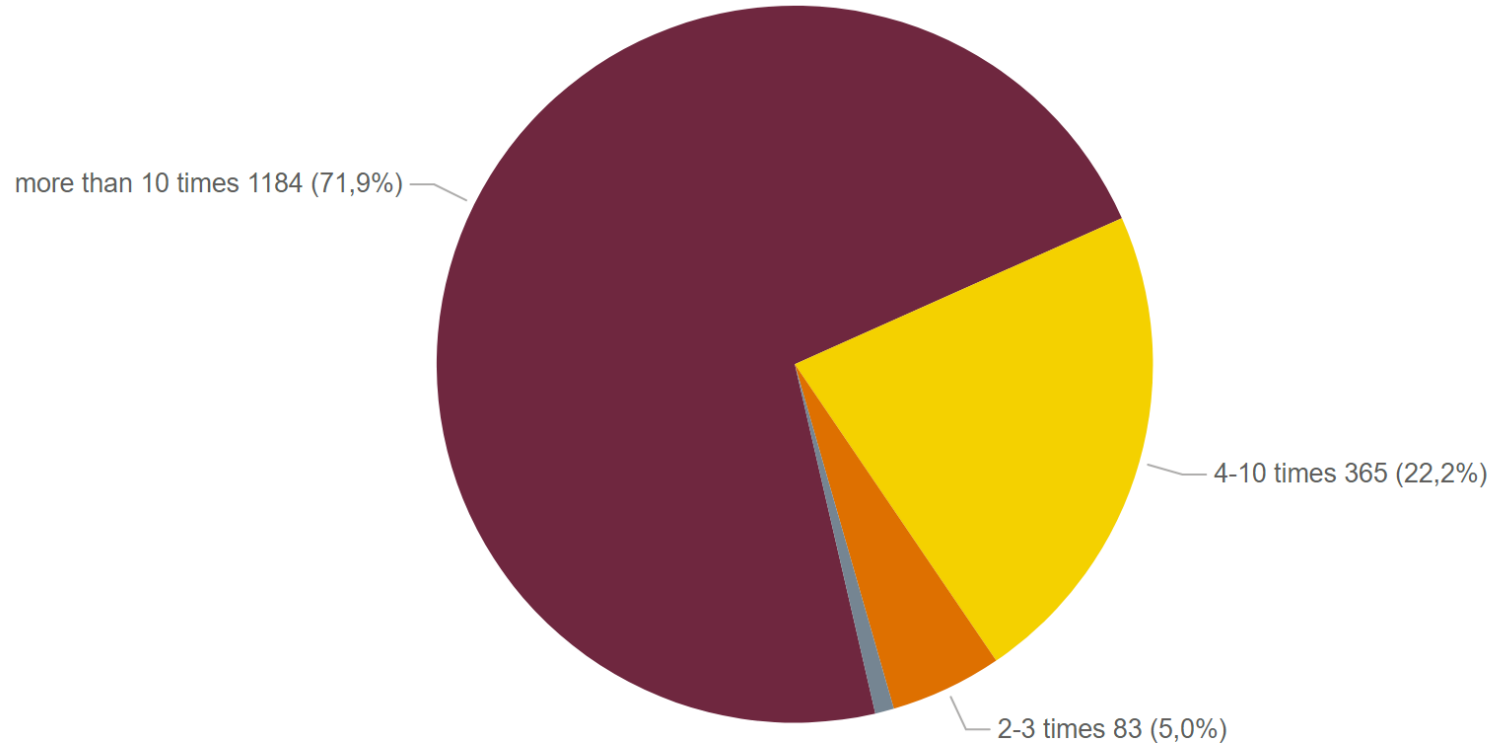
*Only if the Response of question "Is this your first stay in region?" is No.



Have you holidayed in other regions of "Südtirol/Alto Adige"?



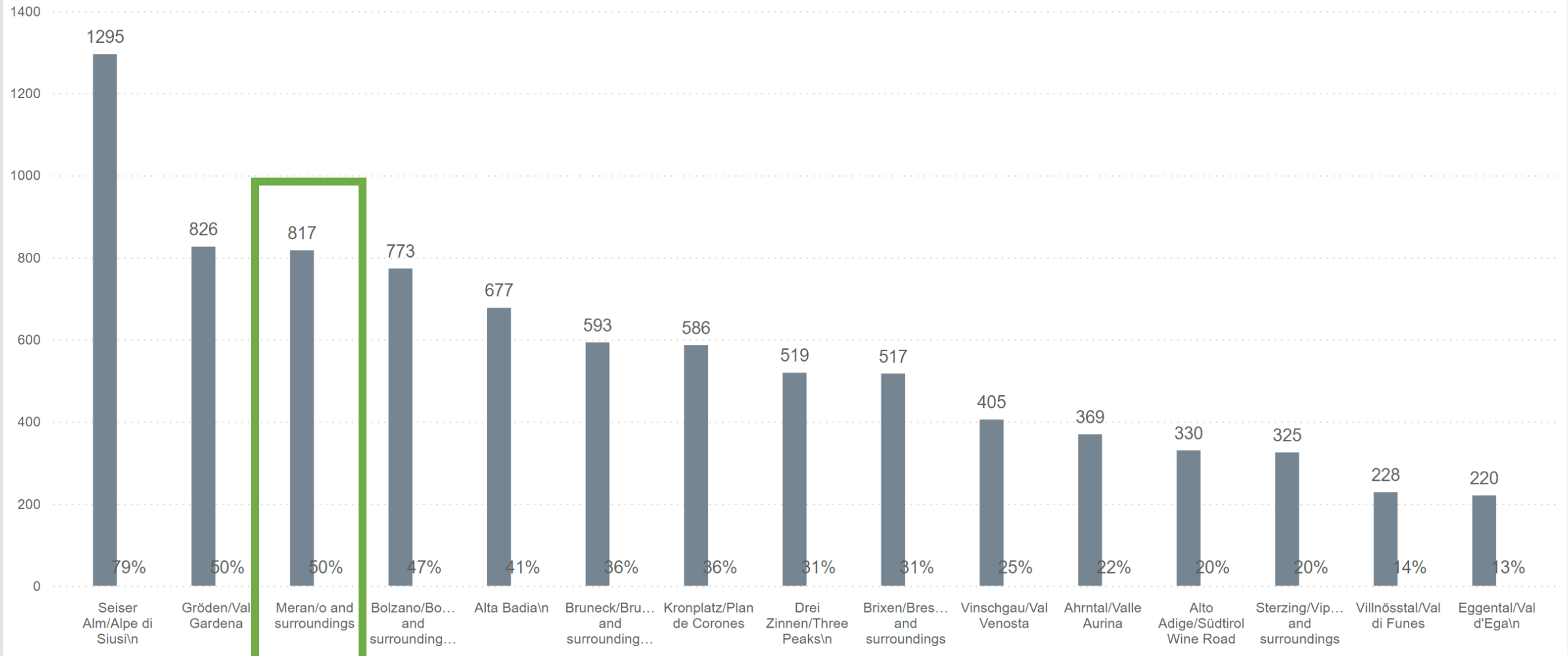
How often have you been on holiday in "Südtirol/Alto Adige"? *



*Only if the Response of question "Have you holidayed in other South Tyrolean holiday regions?" is Yes.



In which holiday region did you overnight? *



*Only if the Response of question "Have you holidayed in other South Tyrolean holiday regions?" is Yes



- › 61,4% der Antworten kommen von älteren Menschen zwischen 51 und 70
- › 90,7% der Antworten kommen aus Deutschland und Italien
- › Die Herkunftsregionen in den Hauptmärkten Deutschland und Italien decken sich größtenteils mit jenen von Südtirol insgesamt
- › Vor Ort wird der Bus sehr stark genutzt, was auch mit den Daten zur Verwendung des Guest Passes korreliert
- › Neben der klassischen Mund-zu-Mund Werbung (72%), scheint auch die Südtirol Werbung bzw. Werbung in Kombination mit Südtirol zu funktionieren
- › Die Gäste sind mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis in den Bereichen Unterkunft, Aufstiegsanlagen sowie Essen & Trinken mehrheitlich zufrieden bis sehr zufrieden
- › Dolomiten scheinen auch ein wichtiges Reisemotiv für die Region zu sein, UNESCO Welterbe im Winter eher nicht

- › 58% der Befragten geben an einheimische Produkte zu kaufen; das ist ein sehr hoher Wert, der auch für die Verfügbarkeit der Produkte spricht
- › Mit Nachhaltigkeit werden am stärksten die saubere Luft, die Nutzung von Leitungswasser als Trinkwasser und das Abfallrecycling assoziiert was stimmig mit Achtsam am Berg ist
- › Für die Minderheit, die angibt eine Nachhaltigkeitszertifizierung zu kennen, ist dieses Thema sehr wichtig
- › Die erklärte sehr lange Aufenthaltsdauer ist außergewöhnlich hoch und gehört vertieft
- › Die Dolomitenregion Seiser Alm hat viele Stammkunden, die schon öfter in der Region waren
- › Rund 76% waren mit ihrem Urlaub sehr zufrieden (Promotoren); das ist ein sehr hoher Wert