

Best Ski Resort Report 2018



MOUNTAIN MANAGEMENT
CONSULTING



Zu wissen,
was man weiß,
und zu wissen,
was man tut,
das ist Wissen.

*Konfuzius (551 – 479 v. Chr.)
chinesischer Philosoph*

*To know what you know
and what you do not know,
that is true knowledge*

*Confucius (551 – 479 B.C.)
Chinese philosopher*

Inhalt *Contents*

Vorwort <i>Foreword</i>	4-7	Kategorien <i>Categories</i>	
55 Top-Skigebiete <i>55 top ski resorts</i>	8	Skigebietsgröße / Pistenangebot <i>Ski resort size / pistes</i>	16
45.847 Wintersportler <i>45,847 winter sports enthusiasts</i>	10	Schneesicherheit <i>Guaranteed snow</i>	18
5 Länder <i>5 countries</i>	12	Pistenpräparation / Pistenqualität <i>Piste preparation / piste quality</i>	20
Top 10 <i>Top 10</i>	14	Unterkunft / Hotel <i>Accommodation/hotels</i>	22
		Beförderungskomfort <i>Lifts and cableways</i>	24
		Freundlichkeit / Herzlichkeit <i>Friendliness</i>	26
		Sicherheit auf den Pisten <i>Safety on the slopes</i>	28
		Après Ski <i>Après ski</i>	30
		Naturerlebnis <i>Natural surroundings</i>	32
		Spass & Unterhaltung <i>Fun & entertainment</i>	34
		Gastronomisches Angebot am Berg <i>Restaurants and catering on the mountain</i>	36
		Ambiente <i>Atmosphere</i>	38
		Gemütlichkeit <i>Comfort</i>	40
		Ruhe und Erholung <i>Rest and relaxation</i>	42
		Fun- & Snowboardpark <i>Fun and snowboard parks</i>	44
		Kinder- / Familienangebot am Berg <i>Mountain facilities for children and families</i>	46
		Wellness <i>Spa facilities</i>	48
		Skischule <i>Ski schools</i>	50
		Rent- & Servicebereich <i>Rent and service</i>	52
		Exklusivität <i>Exclusivity</i>	54
		Authentizität <i>Authenticity</i>	56
		Preis-Leistungs-Verhältnis <i>Price-performance ratio</i>	58
		Erstbesucher <i>First-time visitors</i>	60
		Facts & Figures <i>Facts & figures</i>	62-65

Prof. Dr. Kurt Matzler (UNI Innsbruck/Bozen)

Seit 2010 gibt es den Best Ski Resort Report. Seit 8 Jahren gibt er Entscheidungsträgern wichtiges und brauchbares Feedback über die Qualität ihrer Skigebiete und die Zufriedenheit der Gäste. Der Best Ski Resort Report hat sich hervorragend etabliert – nicht nur in der Praxis. Als eine der weltweit umfangreichsten, regelmäßig durchgeführten Kundenzufriedenheitsstudien liefert er äußerst interessante Erkenntnisse über Zufriedenheitsfaktoren, Loyalitätsverhalten, Weiterempfehlung usw. Das aufwändige Studiendesign, die großen Stichproben und die bewährten Auswertungs- und Darstellungsmethoden garantieren eine hohe Qualität der Daten und Studienergebnisse. Mittlerweile hat diese Studie auch in der wissenschaftlichen Forschung Resonanz erzeugt. Sie lieferte die Datengrundlage für wissenschaftliche Auswertungen und Publikationen in international führenden, wissenschaftlichen Fachzeitschriften der Tourismusbranche. Darin wurden – natürlich in anonymisierter und aggregierter Form sowie ohne skigebietsbezogene Einzelauswertungen zu präsentieren – wissenschaftlich interessante Zusammenhänge zum Thema Kundenzufriedenheit untersucht. Diese wissenschaftlichen Publikationen zeugen einmal mehr von der Qualität der Studie und Daten. Mit dem Best Ski Resort Report 2018 halten Sie nun die aktuelle Ausgabe dieser Studie in der Hand. Die Ergebnisse sind auch dieses Jahr hochinteressant. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Prof. Dr. Kurt Matzler

UM MISSVERSTÄNDNISSE ZU VERMEIDEN!

Es handelt sich um Bewertungen des jeweiligen Skigebietes. Das heißt nicht, dass die Qualität eines Angebotes in einem anderen Skigebiet nicht besser sein kann! Der Gast bewertet hier und jetzt und nicht im Vergleich zu einem anderen Skigebiet. Fakt ist, dass diese Bewertung auch einen Zusammenhang mit Erwartungen (bekannte Marke) und dem Preis-Leistungs-Verhältnis darstellt. Im Klartext: Bekannte Orte (meistens auch etwas im gehobenen Preisbereich angesiedelt) haben auch eine erhöhte Erwartungshaltung. Werden diese nicht 100%ig erfüllt bzw. sogar übertroffen, so bewertet der Gast kritischer! Schließlich zählt, was der Gast über Ihre Region im Kopf behält... ob er wiederkommt bzw. Sie weiterempfiehlt.

Prof. Kurt Matzler (University Innsbruck/Bozen)

The Best Ski Resort Report has been around since 2010. For 8 years, it has provided important and useful feedback to decision-makers about the quality of their ski resorts and the satisfaction of their guests. The Best Ski Resort Report has become highly established – not only in practice. As one of the world's most comprehensive, regularly conducted customer satisfaction studies, it provides extremely interesting insights about satisfaction factors, loyalty patterns, recommendations, etc. The elaborate study design, the large-scale random tests, as well as the tried and proven analysis and presentation methods guarantee a high quality of the data and study results. By now, this study has also generated a positive response in scientific research. It has provided the data bases for scientific analyses and publications in internationally leading scientific journals of the tourism industry. There – of course, in anonymised and aggregated form and without presenting individual analysed as specific to the ski resort – scientifically intriguing connections relating to the issue of customer satisfaction have been examined. These scientific publications attest once more to the quality of the study and the data. The 2018 Best Ski Resort Report, is now the current edition of this study that you are now holding in your hands. The results are once more highly interesting in this year as well. Please enjoy the read!

Prof. Dr. Kurt Matzler

**IN ORDER TO AVOID
ANY MISUNDERSTANDINGS:**

These are ratings of the respective ski resort. This does not mean that the facilities at another ski resort cannot be better! The guest gives a rating here and now, and not in comparison with another ski resort. It's clear that this rating is also related to expectations (well-known brands) and the price-performance ratio. Put simply, for well-known locations (usually also in the upper price range) the expectations are higher. If these are not 100% fulfilled or even exceeded, the guest gives a more critical rating! Ultimately, what counts is what the guest remembers about your region –whether they would visit again, and whether they would recommend it.



Studienbegleiter
Prof. Dr. Kurt Matzler / UNI Innsbruck/Bozen
Study companion
Prof. Kurt Matzler / UNI Innsbruck/Bozen

Autor der Studie BEST SKI RESORT
Michael Partel, Mountain-Management

Sie halten nun bereits die vierte Ausgabe des BEST SKI RESORT REPORT in Ihren Händen. Im Winter 2017/2018 wurden wieder knapp 46.000 Personen im Alpenraum – direkt in den Skigebieten – befragt. Damit zählt diese periodisch stattfindende Studie zu den aussagekräftigsten im Bereich der Gästezufriedenheit. Mit den mittlerweile vorliegenden Trendanalysen (2012 – 2018) können wir sowohl den Bergbahnen als auch den Tourismusorganisationen wertvolle Entscheidungsgrundlagen für deren künftige strategische Überlegungen liefern. Mit „go for excellence“, einem Gesamtpaket aller wichtigen Gästeinformationen (Wichtigkeiten, Zufriedenheiten, NPS, Loyalitätsrate, Performance-Monitor, Markenprofil etc.) sehen wir uns als richtungsweisender Impulsgeber der Branche.

Trotz einem in vielen Gebieten optimalen Winter 2017/2018 wird der Verdrängungswettbewerb auch künftig nicht aufzuhalten sein. Vielmehr wird es immer wichtiger, zu wissen wo man – im Vergleich zum Wettbewerb – steht und wohin man – im Hinblick auf die eigene Positionierung – will. Womit begeistert man neue Gäste? Das wird angesichts einer schwindenden Loyalitätsrate zur Kernfrage. Im Report 2016 lag der Anteil der neuen Gäste bereits bei gut 30 %. Die erhöhte Aufmerksamkeit muss also den Neuankömmlingen in der Region gelten. Sie haben ein anderes Wissen über die Skiregion, kommen möglicherweise auch mit anderen Erwartungen. Da nur knapp 20 % dieser Gäste in den folgenden 1 – 3 Jahren wiederkommen werden, ist und bleibt eine hohe Weiterempfehlungsrate (NPS) einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Im Klartext: Je häufiger der Gast 10er Werte vergibt, desto wahrscheinlicher ist eine Weiterempfehlung. Das gelingt jedoch nur mit Spitzenleistung! Es sei denn, man verfügt über eine „uniqueness“ wie das Matterhorn oder die Dolomiten als Kulisse.

Veränderungen proaktiv zu begegnen, heißt das Gebot der Stunde! Speziell durch die zunehmende Digitalisierung (auch am Berg!) und dem damit einhergehenden, veränderten Gästeverhalten sind aktuelle Daten „das Gold von morgen“. Mountain Management trägt diesen Entwicklungen Rechnung: Mit NPS-Mobil werden Daten und Informationen aus Smartphone-Befragungen täglich und in Echtzeit zur Verfügung gestellt. Das ermöglicht ein rasches Agieren auf neue Situationen und Bedürfnisse. Das Tool hat sich in den letzten Jahren bestens bewährt.

Dieses Buch und die einzelnen Awards sind als Wertschätzung für alle Skiregionen zu sehen, die seit Jahren Spitzenleistungen erbringen. Prof. Dr. Kurt Matzler (UNI Innsbruck/Bozen), seit 2010 Begleiter der Studie, unterstützt uns bei vertiefenden Analysen. Dadurch erfährt Best Ski Resort einen weiteren Mehrwert und wird unvergleichbar.

Michael Partel, Mountain-Management

*Author of the study BEST SKI RESORT
Michael Partel / Mountain-Management*

You are holding the fourth edition of BEST SKI RESORT REPORT by now in your hands. In the winter of 2017/2018, almost 46,000 persons were surveyed again in the Alpine region – directly in the ski resorts. Thus, this periodical study is one of the most explanatory ones in the field of guest satisfaction. We can deliver valuable bases for decision-making and future strategic considerations for lift operators as well as tourism organisations with the trend analyses that are now available (2012 to 2018). With “go for excellence”, an overall package of all important guest information (importance, satisfaction, NPS, loyalty rate, performance monitor, brand profile, etc.), we see ourselves as a pioneering provider of impulses in the industry.

Regardless of the circumstance that the winter of 2017/2018 has been optimal in many regions, the crowding-out competition will not be stoppable in the future either. Instead, it is becoming ever more important to know where you stand – compared to the competition – and where you want to go – in view of your own positioning. How can you entice new guests? In light of the waning loyalty rate, this is becoming the key question. In the 2016 report, the portion of new guests was a good 30%. Increased attention must therefore be placed on the newcomers in the region. They have different knowledge about the ski region and might also arrive with different expectations. Since just barely 20% of these guests will return in the next 1 to 3 years, a high recommendation rate (NPS –Net Promoter Score) is and stays one of the central factors of success. Meaning: the more frequently the guest awards ratings of 10, the more likely a recommendation.

But this is accomplished only with peak performances! Unless, you have a certain “uniqueness” like the Matterhorn or the Dolomite Alps as a backdrop.

Meeting changes proactively is the order of the day! Especially through increasing digitalisation (also on the mountain!) and the related modified guest behaviour, current data are “worth gold tomorrow”. Mountain Management takes these developments into account: with NPS mobile, data and information from smartphone surveys are provided on a daily basis and in real time. This permits swift action in response to new situations and needs. The tool has proven to be a success in the past few years.

This book and the individual awards should be viewed as appreciation for all ski regions, which have rendered top services for many years. Prof. Dr Kurt Matzler (University of Innsbruck/Bozen), who has been with the study since 2010 and supports us for in-depth analyses. This way, Best Ski Resort is getting a further added value making it incomparable.

Michael Partel / Mountain-Management



**Autor der Studie BEST SKI RESORT
Michael Partel / Mountain-Management**
*Author of the study BEST SKI RESORT
Michael Partel / Mountain-Management*

Wie bei den letzten On-Mountain-Befragungen, wurden auch im Winter 2017/2018 55 Top-Skigebiete in den Ländern Österreich, Schweiz, Italien, Frankreich und Italien befragt. Seit dem Jahr 2012 hat der Fragebogen im Wesentlichen keine Änderung erfahren. Somit ist auch eine Vergleichbarkeit über längere Zeiträume (Trendanalysen) möglich. Die Befragungen wurden von Ende Dezember 2017 bis Ende April 2018 nach dem Zufallsprinzip (Random-Methode) in Form einer begleitenden Selbstaussfüllung des Fragebogens durchgeführt. 16 Interviewer waren an insgesamt 243 Mann-tagen im Einsatz. Der Fragebogen lag in 7 Sprachen auf. Befragt wurde mindestens jeweils zweimal in der Haupt- bzw. Nebensaison. Pro Skiregion wurden im Durchschnitt 830 Gäste befragt bzw. als „valid“ erfasst.

Auswahlkriterien für die Teilnahme an der Studie sind: Bekanntheitsgrad, Größe des Skigebietes, Anzahl der Nächtigungen und regionale Bedeutung im jeweiligen Land. Ab 2020 können auch andere Skigebiete aufgenommen werden, die eine bestimmte Mindestgröße aufweisen (Pistenkilometer, Bahnen-Angebot, Nächtigungen) bzw. mindestens den Durchschnittswert im Bereich Kundenzufriedenheit (aktuell 8,01) erreichen. Die Gesamtzahl von 55 Skiresorts bleibt jedoch bestehen. Pro Befragungszeitraum werden maximal 3 Skigebiete neu aufgenommen. Jene 3 Skiregionen, die am Ende des Rankings liegen, werden aus der Wertung genommen. Sie können sich jedoch für die nächste Studie wieder bewerben.

Die umfangreichen Detailstudien der einzelnen Skigebiete umfassen je ca. 80 Seiten und beinhalten: Strukturdaten, Wichtigkeiten, Zufriedenheiten, Preis-Leistungs-Verhältnis, Weiterempfehlungsrate (NPS), Loyalitätsrate, Intensität der Skifahren/Snowboarden, Selbstbild der Gäste usw.

As in the last on-mountain surveys, 55 top ski resorts in the countries of Austria, Switzerland, Italy and France were surveyed again in the winter of 2017/2018. Since the year 2012, the questionnaire has not seen significant changes. Thus, comparability over longer periods of time (trend analyses) are possible.

The survey was conducted from the end of December 2017 until the end of April 2018 according to the random sampling method and in the form of an accompanying self-completion of the questionnaire. 16 interviewers were deployed on a total of 243 man-days. The questionnaire was available in 7 languages. The survey was conducted at least twice in the main and off-season. For each ski region, 830 guests were surveyed on average and respectively recorded as "valid".

The selection criteria for participation in the study are: degree of popularity, size of the ski resort, number of overnight stays and regional significance in the respective country.

From 2020 onward, also other ski resorts can be included, which have a certain minimum size (slope kilometres, lift offers, overnight stays) or which reach at least the average value in customer satisfaction (currently 8.01). The total number of 55 ski resorts, however, will be kept. For each survey period, at most three ski resorts will be newly included. The three ski regions that are at the tail end of the ranking will be dropped from the ranking. However, they will be able to reapply for the next study.

The most comprehensive detail studies of the individual ski resorts each cover 80 pages and include: structural data, importance and satisfaction factors, price-performance ratio, Net Promoter Score (NPS), loyalty rate, intensity of skiing/snowboarding, self-understanding of the guests, etc.

55 Top-Skigebiete wurden in die Best Ski Resort Studie einbezogen.

*55 top ski resorts were included
in the Best Ski Resort report*

55

Deutschland *Germany*

Garmisch-Partenkirchen
Hoher Ifen/Kl.Walsertal

Frankreich *France*

Alpe d'Huez
Chamonix
La Plagne
Les Arcs
Les 2 Alpes
Megève
Val d'Isere
Tignes
La Clusaz
Les 3 Vallées

Italien *Italy*

Alta Badia
Cortina d'Ampezzo
Gröden (Val Gardena)
Kronplatz
Livigno
Madonna di Campiglio
Obereggen (Latemar)
Sestriere
3 Zinnen
Sulden a. Ortler

Österreich *Austria*

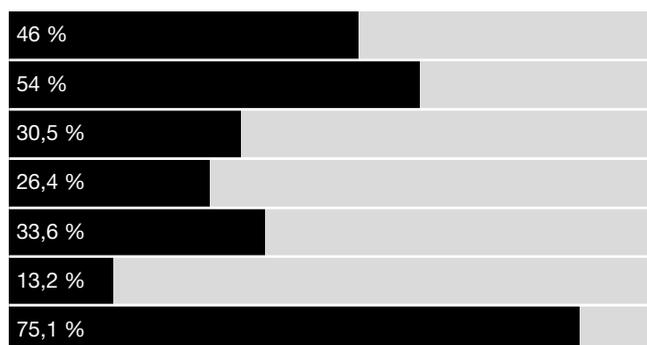
Gastein
Bad Kleinkirchheim/St. Oswald
Flachau-Wagrain-St.Johann
Ischgl
Lech-Zürs am Arlberg
Mayrhofen
Nassfeld
Obergurgl/Hochgurgl
Obertauern
Saalbach-Hinterglemm-
Leogang-Fieberbrunn
Schladming
Serfaus-Fiss-Ladis
Silvretta-Montafon
Sölden
St. Anton am Arlberg
Stubai Gletscher
Zell am See/Kaprun
Zillertal-Arena

Schweiz *Switzerland*

Adelboden-Lenk
Aletsch Arena
Arosa Lenzerheide
Crans Montana
Davos-Klosters
Engelberg/Titlis
Gstaad/Saanenmöser
Schilthorn/Mürren
Grächen
Laax
Saas Fee
St.Moritz
Verbier
Zermatt
Jungfrau Region

45.847 Wintersportler/innen wurden im Winter 2017/18 direkt in den Skigebieten befragt. Davon waren 46,1% Frauen (2016: 45 %), was eine leichte Erhöhung bedeutet. Der Anteil an Männern liegt bei 53,9 %, hat sich somit im Vergleich zu 2016 (55 %) geringfügig reduziert. Mit einem Anteil von 30,5 % verzeichnen die erstmaligen Gäste erneut einen Zuwachs (2012: 28,5 %, 2014: 31,5 %, 2016: 29,9 %). Neue Gäste verhalten sich anders als Stammgäste. Es ist daher ratsam, deren Verhalten/Ergebnisse genau zu analysieren, um die eher geringe Wiederkommensrate zu steigern. Etwas geringer ausgefallen ist der Anteil der sogenannten Könner: Aktuell bei 26,4 %, lag er 2016 noch bei 28,4 %. Gleichzeitig stieg jedoch der Anteil der guten Skifahrer von 44,7 % (2016) auf nun 46,6 %. Die Verschiebungen bei diesen Werten können allerdings auch an einer unterschiedlichen Selbsteinschätzung liegen. Bedenklich, aber zu erwarten: Der Anteil der Jugendlichen (12–19-Jährige) hat sich erneut reduziert und beträgt nur noch 12,5 % (2016: 14,1 %, 2014: 16,8 %). Es wird zukünftig größerer Anstrengungen bedürfen, dieser Zielgruppe wieder Lust auf Wintersport zu machen. Im Gegensatz dazu entwickelt sich der Anteil der Generation 50+ mit 31 % weiterhin positiv – 2016 lag er noch bei 24,3 %. Es ist durchaus möglich, dass die gute Schneelage im letzten Winter einige ältere Skifahrer dazu veranlasst hat, die Skier doch wieder aus dem Keller zu holen. Das lässt sich auch anhand des bis dato relativ konstanten Anteils an Skifahrern über 65 Jahre vermuten: Von den über die Jahre erreichten 5 – 6 %, hat sich der Wert im letzten Winter auf 10,6 % erhöht.

Der Anteil an Snowboardern beträgt derzeit 13,2 % (2016: 13,7 %). Hier hält sich der Rückgang gegenüber den Vorjahren in Grenzen und ist mit dem Rückgang bei den Jugendlichen erklärbar. Relativ stabil ist der Anteil der Freerider: Aktuell 22,9 % zu 23,2% im Jahr 2016. Jeder dritte Gast (konkret 33,6 %) ist mit Familie und Kindern unterwegs. 2016 lag der Anteil bei 30,9 %, 2014 schon mal bei 38,5 %. Was noch auffällt: Der Anteil der Gäste, die öfter als zehnmal im Skigebiet waren, bleibt mit wenigen, kleinen Ausschlägen konstant: Der Anteil liegt Anteil bei 24,3 % (2012 – 2018). Somit ist jeder vierte Gast ein sehr treuer Gast!



During the winter of 2017/18, 45,847 winter sports enthusiasts were surveyed directly in the ski resorts. 46.1% of these were women (2016: 45%), which means a slight increase. The percentage of men stands at 53.9% and has therefore slightly reduced compared to 2016 (55%). With a share of 30.5%, the first-time guests once more record an increase (2012: 28.5%, 2014: 31.5%, 2016: 29.9%). New guests act different from regular guests. It is therefore recommendable to analyse their behaviour/ results in more detail in order to increase the rather low return rate. The percentage of the so-called experienced skiers turned out to be slightly lower: at this time, it is at 26.4% while in 2016, it was still at 28.4%. At the same time, however, the percentage of good skiers rose from 44.7% (2016) to now 46.6%. The shifts in these values, however, can also be due to a different self-evaluation. Critical but expectable: the portion of youths (12 to 19-year-olds) has once more reduced and is now merely 12.5% (2016: 14.1%, 2014: 16.8%). In the future, greater efforts will be needed to enthuse this target group for winter sports again.

Contrary to this, the portion of the 50+ generation continues its positive development with 31% – in 2016, it was still 24.3%. It is easily possible that the good snow conditions last winter has prompted some of the older skiers to drag their skis out of the basement again. This can also be assumed based on the to date relatively constant share of skiers above 65 years of age: of the 5 to 6% reached over the years, the value last winter increased to 10.6%. The portion of snowboarders is currently 13.2% (2016: 13.7%). Here, the decline compared to the previous years is limited and can be explained by the reduction among youths. The percentage of free-riders remains relatively stable: at this time 22.9% compared to 23.2% in 2016. Every third guest (concretely 33.6%) is on the slopes with family and kids. In 2016, the portion was 30.9% and in 2014 it even reached 38.5%.

What else is remarkable: the portion of guests, who have come more than ten times to the ski resort, remains constant with just a few minor deflections: the percentage is at 24.3% (2012 to 2018) Thus, every fourth guest is a very loyal guest!

Frauen
Women

Männer
Men

zum ersten Mal im Skigebiet
Visiting ski resort for the first time

bezeichneten sich als Könner/Profi
Described themselves as experienced/professional

mit Familie
with family

waren mit dem Snowboard unterwegs
Snowboarders

kamen mit dem Auto ins Skigebiet
Travelled to the ski resort by car

45.847 Wintersportler wurden für die Studie Best Ski Resort 2018 direkt in den Skigebieten befragt.

45.847 winter sports enthusiasts were surveyed directly in the ski resorts for the Best Ski Resort report 2018.

45.847

Österreich: 15.718 – Schweiz: 13.807 – Italien: 6.861 – Frankreich: 7.578 – Deutschland: 1.883
Austria: 15,718 – Switzerland: 13,807 – France: 6,861 – Italy: 7,578 – Germany: 1,883

Auswahlkriterien bei der Wahl des Wintersportgebietes

Selection criteria for choosing winter sports resorts

	Top 55 Ø		AT	D	CH	FR	IT
1. Skigebietsgröße / Pistenangebot <i>Ski resort size / pistes</i>	65,4%		70,4%	59,5%	64,0%	60,3%	64,2%
2. Schneesicherheit <i>Guaranteed snow</i>	50,8%		56,1%	53,5%	51,1%	43,9%	45,2%
3. Pistenpräparation / Pistenqualität <i>Piste preparation</i>	45,9%		48,1%	51,2%	48,0%	27,8%	55,3%
4. Unterkunft / Hotel <i>Accommodation/hotels</i>	35,5%		41,5%	28,3%	28,3%	35,3%	38,9%
5. Beförderungskomfort <i>Lifts and cableways</i>	31,5%		31,4%	34,8%	30,8%	26,7%	37,3%
6. Freundlichkeit <i>Friendliness</i>	30,8%		31,1%	34,8%	36,6%	19,5%	29,6%
7. Après-Ski <i>Après ski</i>	27,4%		32,9%	21,5%	26,0%	29,3%	17,4%
8. Naturerlebnis <i>Natural surroundings</i>	25,7%		21,0%	35,3%	30,7%	20,7%	29,1%
9. Gastronomisches Angebot am Berg <i>Restaurants and catering on the mountain</i>	24,3%		24,8%	22,8%	23,9%	23,2%	25,8%
10. Sicherheit auf den Pisten <i>Safety on the slopes</i>	24,0%		23,7%	29,8%	23,8%	17,6%	30,5%
11. Spaß & Unterhaltung <i>Fun & entertainment</i>	21,3%		21,5%	16,3%	19,1%	27,1%	20,0%
12. Gemütlichkeit <i>Comfort</i>	19,5%		19,5%	22,7%	20,9%	18,1%	17,2%
13. Ambiente des Ortes <i>Atmosphere of the setting</i>	19,2%		15,4%	17,3%	24,7%	22,4%	14,2%
14. Ruhe / Erholung <i>Rest and relaxation</i>	12,2%		9,7%	16,1%	13,5%	12,2%	14,4%
15. Kinder- / Familienangebote am Berg <i>Mountain facilities for children and families</i>	10,8%		10,1%	13,2%	11,1%	12,2%	9,7%
16. Skischulen-Angebot <i>Ski schools</i>	10,7%		11,0%	10,6%	9,9%	12,4%	9,5%
17. Fun- & Snowboardpark <i>Fun and snowboard parks</i>	10,4%		9,7%	6,7%	11,2%	10,9%	10,6%
18. Wellness-Angebot <i>Spa facilities</i>	8,7%		10,4%	7,8%	7,6%	7,3%	9,1%
19. Rent- & Service-Bereich <i>Rental and repair services</i>	6,6%		6,6%	5,4%	3,7%	10,8%	8,0%
20. Exklusivität <i>Exclusivity</i>	5,4%		4,0%	2,9%	4,5%	11,2%	4,3%

Gesamtzufriedenheit in den Skigebieten nach Ländern (auf einer Skala von 1 – 10):

in Deutschland 7,74 (7,28 - 2016)
in Österreich 8,02 (7,86 - 2016)
in der Schweiz 8,10 (7,96 - 2016)
in Italien 8,10 (8,04 - 2016)
in Frankreich 7,81 (7,73 - 2016)

Die Gesamtzufriedenheit
(alle 20 Kriterien) liegt 2018
bei 8,01 (2016: 7,86) und hat
sich um 1,9 % erhöht, seit
2010 sogar um 7,1 % .
Somit wurde die Schallmauer
von 8 beim Durchschnittswert
diesmal sogar überschritten!

Wie beurteilen/bewerten die einzelnen Nationalitäten?

Österreicher 8,22 (8,04 – 2016)
Schweizer 8,16 (8,04 – 2016)
Italiener 7,90 (7,96 – 2016)
Franzosen 7,80 (7,71 – 2016)
Deutsche 7,97 (7,76 – 2016)
Belgier 7,89 (7,67 – 2016)
Holländer 7,79 (7,63 – 2016)
Briten 8,01 (7,89 – 2016)
Russen 8,16 (8,07 – 2016)
Tschechen 8,24 (8,07 – 2016)
Polen 8,18 (8,14 – 2016)
Schweden 7,98 (7,60 – 2016)

Overall satisfaction in the ski resort by country (on a scale of 1 – 10):

in Germany 7,74 (7,28 - 2016)
in Austria 8,02 (7,86 - 2016)
in Switzerland 8,10 (7,96 - 2016)
in Italy 8,10 (7,04 - 2016)
in France 7,81 (7,73 - 2016)

Overall satisfaction (all 20
criteria) stands 2018 at 8.01
(2016: 7.86) and has increased
by 1.9% – since 2010 even by
7.1%. Thus, the sound barrier
of 8 was even surpassed this
time in the average value!

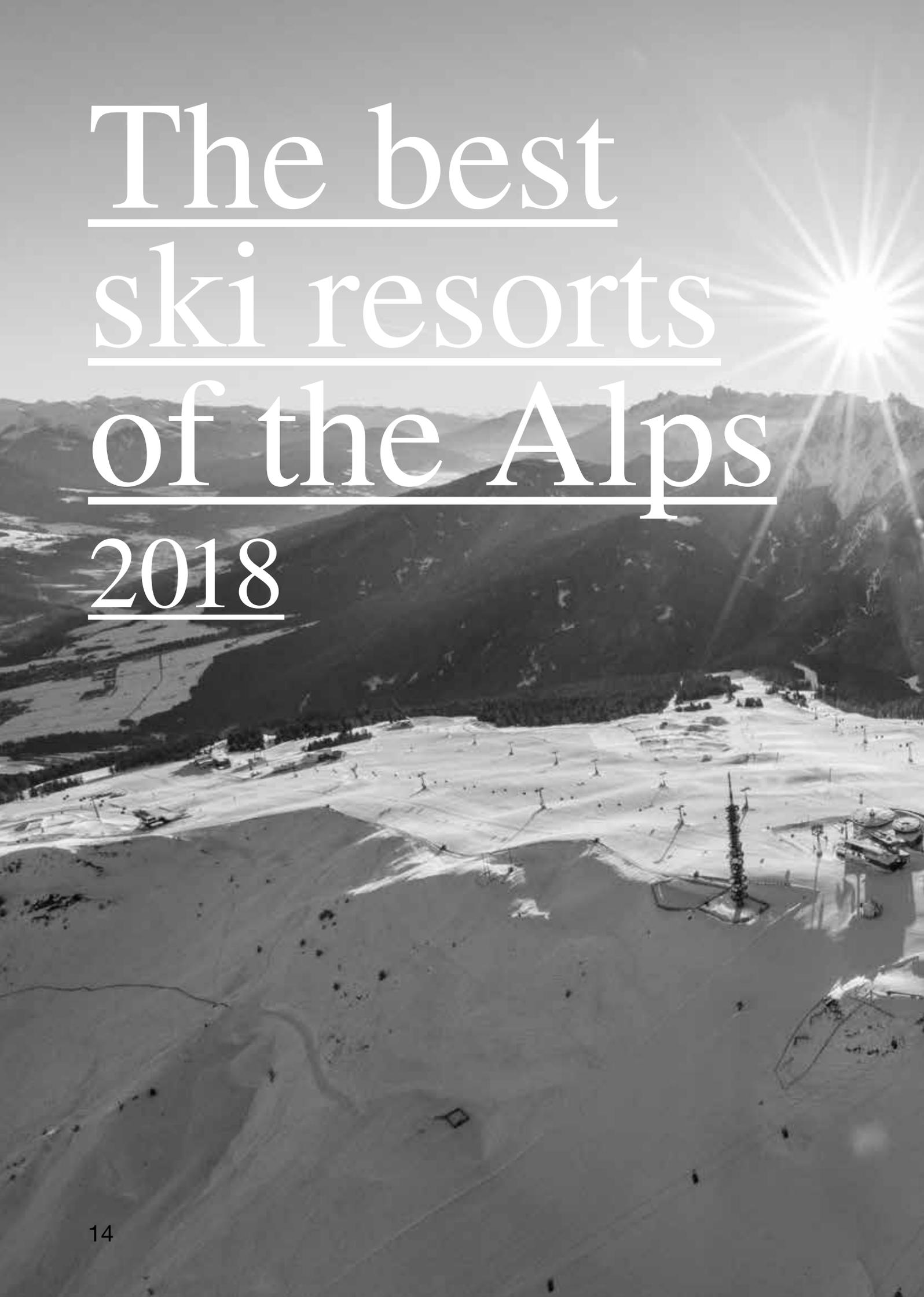
How do the individual nationalities evaluate?

Austrians 8,22 (8,04 - 2016)
Swiss 8,16 (8,04 - 2016)
Italians 7,90 (7,96 - 2016)
French 7,80 (7,71 - 2016)
Germans 7,97 (7,76 - 2016)
Belgians 7,89 (7,67 - 2016)
Dutch 7,79 (7,63 - 2016)
Brits 8,01 (7,89 - 2016)
Russians 8,16 (8,07 - 2016)
Czechs 8,24 (8,07 - 2016)
Poles 8,18 (8,14 - 2016)
Sweden 7,98 (7,60 - 2016)

5 Länder, die sich
unterscheiden

5 different countries

5

An aerial, black and white photograph of a ski resort in the Alps. The scene shows a vast, snow-covered mountain slope with numerous ski lifts and runs. In the background, there are more mountain ranges under a bright sky with a sunburst effect from the sun in the upper right corner. The text is overlaid on the left side of the image.

The best ski resorts of the Alps 2018

1

Kronplatz 8,54

2

Zermatt 8,51

3

Serfaus-Fiss-Ladis 8,40

Val Gardena 8,40

5. Alta Badia 8,38

6. Grächen 8,36

7. Arosa Lenzerheide 8,33

8. Aletsch Arena 8,32

9. Livigno 8,26

10. Laax 8,23

Sölden 8,23

Skigebietsgröße/Pistenangebot

Ski resort size / pistes

Die Großen haben die Nase vorn

The big ones are in the lead



Mit 65,4 % liegt die Skigebietsgröße – trotz kontinuierlicher Abnahme der Wichtigkeit (2016: 69,9 %, 2014: 71,8 %) noch immer an der Spitze der Auswahlkriterien. Die wichtigste Rolle spielt das Kriterium Größe mit 70,4 % in den österreichischen Skigebieten! In Frankreich und in Deutschland liegt der Wert um die 60,0 %. Die Schweiz und Italien liegen im Durchschnitt. Bei Skifahrern liegt der Wert bei 68,6 %, bei Snowboardern bei 62,3 %. Gut nachvollziehbar: Für intensive Skifahrer, also solche, die zum Beispiel jeden Tag am Berg sind, ist das Kriterium Größe mit 71,5 % noch entscheidender. Ähnlich verhält es sich beim Fahrkönnen: Die sogenannten Könnern stufen die Größe des Skigebietes mit 70 % weitaus wichtiger ein, als Anfänger (52,8 %). Einen kleinen Unterschied gibt es auch im Vergleich zwischen Mann und Frau: Während bei den einen Größe mit 69,1 % punktet, sind es beim weiblichen Geschlecht lediglich 65,2 %. Erstmalige Gäste scheinen die Entscheidung für die Urlaubsdestination auch maßgeblich nach dessen Größe zu treffen: Für 30 % ist sie ein wichtiges Kriterium bei der Wahl einer Skiregion. Der aktuelle Wert von 8,42 zeigt, dass die Zufriedenheit der Gäste mit diesem Kriterium weiterhin steigt: 2012 lag sie bei 8,13, 2014 bei 8,22 und 2016 bereits bei 8,31. Anteil daran dürfte auch die Zunahme der Zusammenschlüsse von Skigebieten haben. So erreicht Lech-Zürs am Arlberg, welches seit nunmehr 2 Jahren mit St. Anton am Arlberg verbunden ist, mit 9,18 einen Topwert bei den erstmaligen Besuchern (erfahrungsgemäß etwas tiefer, im Schnitt bei 8,23) und konnte sich im Gesamtranking mit 9,22 auf Platz 2 vorarbeiten. An der Spitze des Rankings konnte sich Alta Badia (Dolomiti-Superski) mit einem Wert von 9,35 platzieren. Dieser Wert erhöht sich bei den 35–49-Jährigen auf 9,51, bei Stammgästen sogar auf 9,47! Mit 9,32 hat Zermatt bei den Frauen und mit 9,35 bei den Könnern die Nase vorn. Auch Tagesgäste bewerten Zermatt mit 9,22 am höchsten. Mit 9,29 hält Lech-Zürs am Arlberg bei den 12–19-Jährigen den Bestwert, ebenso verhält es sich bei den 35–49-Jährigen und Anfängern. Wirft man einen Blick auf den Ländervergleich, matchen sich an der Spitze Österreich (8,51) und Frankreich (8,50). Die Österreicher zeigen sich beim Kriterium Größe mit 8,79 am zufriedensten, gefolgt von den Schweizern mit 8,49.

Die Besten *The Best*

1. Alta Badia	9,35
2. Lech-Zürs am Arlberg	9,22
3. Zermatt	9,20
4. Val Gardena	9,18
5. Laax	9,14

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

The number one selection criterion at 65.4% is still the size of the ski resort – in spite of the continuous waning of its significance (2016: 69.9%, 2014: 71.8%). The criterion of size at 70.4% plays the most important role in the Austrian ski resorts! The value is around 60.0% in France and Germany. Switzerland and Italy fall within the average. Among skiers the value is 68.6% and among snowboarders it is 62.3%. Quite understandably so: for intense skiers, meaning the ones that are on the mountain every day, the criterion of size weighed at 71.5% is even more decisive. This is similar in respect of skiing ability: the so-called experienced skiers rate the size of the ski resort at 70% as being more important by far than is the case among beginners (52.8%). There is a small difference in the comparison between men and women: While size scores 69.1% among men, it reaches merely 65.2% among women. First-time guests seem to decide on their holiday destination also largely based on its size: for 30% it is a decisive criterion for selecting a ski region.

The current value of 8.42 indicates that the satisfaction of guests with this criterion continues to rise: in 2012, it was at 8.13, in 2014 at 8.22 and in 2016 it was already at 8.31. A contributing factor to this is probably also that there are more combinations of ski resorts. Accordingly, Lech-Zürs am Arlberg, which has been combined with St. Anton am Arlberg for two years by now, scores a top value of 9.18 among first-time visitors (according to experience scoring a little lower, at 8.23 on average) and it could move up in the overall ranking to 2nd place with a value of 9.22.

Alta Badia (Dolomiti-Superski) could put itself atop of the ranking with a value of 9.35. This value increases to 9.51 among the 35 to 49-year-olds and even to 9.47 among regular guests! At 9.32 Zermatt is in the lead for women and at 9.35 for experienced skiers. Day guests also rank Zermatt at the top with 9.22. At 9.29, Lech-Zürs am Arlberg gets the best rating from the 12 to 19-year-olds in the same way as from the 35 to 49-year-olds and beginners. Taking a look at the country comparison, Austria (8.51) and France (8.50) are a match at the top. The Austrians prove to be most satisfied at 8.79 when it comes to the criterion of size, followed by the Swiss at 8.49.



Schneesicherheit
Guaranteed snow

Gute Arbeit, Frau Holle!

*Good work,
Mother Hulda!*



Vielleicht lag es am außergewöhnlich schneereichen Winter, vielleicht auch am verstärkten Ausbau der Ski-gebiete mit Beschneiungsanlagen – die Wichtigkeit des Kriteriums Schneesicherheit wurde in der aktuellen Studie etwas geringer eingestuft. Dennoch liegt sie mit 50,8 % (2016: 56,9 %) weiterhin auf Platz 2! Flexible Tagesgäste bewerten hier mit 48,5 % etwas tiefer als Gäste, die einen längeren Aufenthalt bevorzugen, wie z. B. Familien, bei denen der Wert auf 53,0 % ansteigt. Ähnlich wichtig ist die Schneesicherheit den Könnern (53,9 %) und Gästen, die jeden Tag am Berg sind (55,5 %). Im Vergleich dazu bewerten die Anfänger mit 42,3 % um einiges niedriger. Zieht man einen Vergleich in der Altersstruktur, ließe sich sagen: Je älter der Gast, desto wichtiger ist ihm die Schneesicherheit. Von 40,3 % bei den 12–19-Jährigen steigt sie bis auf 56,3 % bei der Generation 50+. Im Ländervergleich wird Schneesicherheit in Österreich mit 56,1 % Wichtigkeit bewertet, in Frankreich mit 43,9 %, wobei in Frankreich im Winter 2017/2018 in vielen Regionen extrem viel Schnee lag. In Italien liegt Schneesicherheit auf Platz 3 der Wichtigkeiten – mit aktuell 45,2 % (2016: 45,4 %) hinter der Pistenpräparation.

Die durchschnittliche Zufriedenheit liegt mit 8,37 diesmal doch deutlich höher als bei der letzten Befragung 2016 (7,76). Erklärbar ist dies auch mit den guten Schneeverhältnissen, die viele Top-Skigebiete anbieten konnten. Am zufriedensten zeigten sich die Gäste in Italien (8,54), gefolgt von der Schweiz (8,41). Wirft man einen Blick auf die Nationalitäten sind die Österreicher (8,65) und Schweizer (8,46) am zufriedensten. Spitzenreiter im Ranking ist, wie bereits 2016, Saas Fee mit einem Wert von 9,38 (2016: 9,0). Auch die erstmaligen Besucher (9,27) konnte der Gesamtsieger von sich überzeugen. Bei den ganz Jungen (12 – 19 Jahre) erreicht Val d’Isère mit 9,15 den Bestwert. Ein weiteres französisches Skigebiet liegt mit Tignes bei den 20–34-Jährigen (9,25) an der Spitze. Auch die Snowboarder (9,25) fühlen sich, wenn es um Schneesicherheit geht, in Tignes am wohlsten.

Perhaps it is because of the winter having had unusually large amounts of snow or perhaps also the intensified expansion of ski resorts by means of artificial snow machines – the significance of the criterion of guaranteed snow was rated slightly lower in the current study. Nonetheless, at 50.8% (2016: 56.9%) it continues to be in 2nd place! Flexible day guests rate it a little lower at 48.5% than do guests who prefer a longer stay, e.g. families, among whom the value rises to 53.0%. The guarantee of snow is similarly important for experienced skiers (53.9%) as for guests who are on the mountain every day (55.5%). Compared to this, beginners move quite a lot lower at 42.3%. When making a comparison within the age structure, it could be said: the older a guest, the more important guaranteed snow is to him. While it weighed at 40.3% by 12 to 19-year-olds, it climbs to 56.3% among the 50+ generation. In a country comparison, guaranteed snow in Austria is rated with 56.1% importance, in France with 43.9% while there was extremely much snow in many regions of France in the winter of 2017/2018. Guaranteed snow in Italy is in 3rd place of importance – at currently 45.2% (2016: 45.4%) behind slope preparation.

Average satisfaction at 8.37 is this time really much higher than in the last survey in 2016 (7.76). But this could also be explained by the good snow conditions that a lot of the top ski resorts could offer. Guests in Italy (8.54) proved to be most satisfied followed by Switzerland (8.41). When taking a look at the nationalities, the Austrians (8.65) and the Swiss (8.46) are most satisfied.

The leader in the ranking is, as before in 2016, Saas Fee with a value of 9.38 (2016: 9.0). The overall winner could also convince first-time visitors (9.27). Among the very young people (12 to 19 years of age), Val d’Isère gets the top rating at 9.15. Tignes, another French ski resort, is in the lead among the 20 to 34-year-olds (9.25). Snowboarders, too, feel most comfortable (9.25) in Tignes when it comes to guaranteed snow.

Die Besten *The Best*

1. Saas Fee	9,38
2. Stubaier Gletscher	9,15
3. Tignes	9,13
4. Sulden	9,12
5. Zermatt	9,09

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Pistenpräparation / Pistenqualität

Piste preparation / Piste quality

Der „weiße Teppich“ ist beliebt und begehrt

The “white carpet” is popular and in high demand



An 3. Stelle der wichtigsten Entscheidungskriterien liegt mit 45,9 % nach wie vor die Pistenpräparation/ Pistenqualität. Damit zeigt sich dieser Wert seit Jahren mehr oder weniger stabil (2016: 46,5 %, 2014: 46,9 %). Auch in Frankreich, wo er verwunderlicherweise seit Jahren ähnlich niedrige Werte erzielt – neu 27,8 % gegenüber 27,7 % im Jahr 2016. Ganz anders sieht es in Italien aus: Dort liegt der Wert bei 55,3 % (2016: 57,7 %), das bedeutet Position 2 bei den Wichtigkeiten. Skifahrer (48,2 %) scheinen im Vergleich zu Snowboardern (41,3 %) ebenfalls entscheidend mehr Wert auf dieses Kriterium zu legen. Auch Tagesgäste bewerten mit 54,2 % sehr hoch. Je mehr Zeit man am Berg verbringt, desto wichtiger ist die Qualität der Pisten: Köhner und gute Skifahrer bewerten mit 48,5 %. Bei Gästen, die weniger als 50 % am Berg verbringen, liegt der Wert bei 33,6 %. Nach wie vor hat auch für die Generation 50+ eine gut präparierte Piste eine hohe Relevanz – wahrscheinlich auch wegen der reduzierten Verletzungsgefahr: Der Wert liegt in dieser Gruppe bei 51,2 %!

Mit 8,00 ist die durchschnittliche Zufriedenheit gegenüber der letzten Studie geringfügig angestiegen: 2016 lag sie bei 7,90. Zwar liegen insgesamt gesehen die italienischen Skigebiete mit 8,31 vorne, die Stockerlplätze in dieser Wertung belegen diesmal allerdings Schweizer Skigebiete. Schweizer bewerten die Pistenqualität mit 8,56 – im Vergleich zu Österreichern (8,38) oder Italienern (8,18) – recht hoch. An der Spitze liegt diesmal die Aletsch Arena mit einer Bewertung von 8,94, knapp gefolgt von Zermatt mit 8,93. Die Aletsch Arena punktet speziell bei jüngeren Gästen und Snowboardern. Auch bei den erstmaligen Gästen führt die Aletsch Arena das Ranking an, mit 8,76 vor Zermatt mit 8,67. Die Generation 50+, aber auch die Köhner bzw. guten Skifahrer zeigen sich mit einem Wert von 9,21 von Zermatt absolut überzeugt. Alta Badia punktet mit 8,95 bei den Männern und 9,07 bei der Gruppe der 35–49-Jährigen.

Die Besten *The Best*

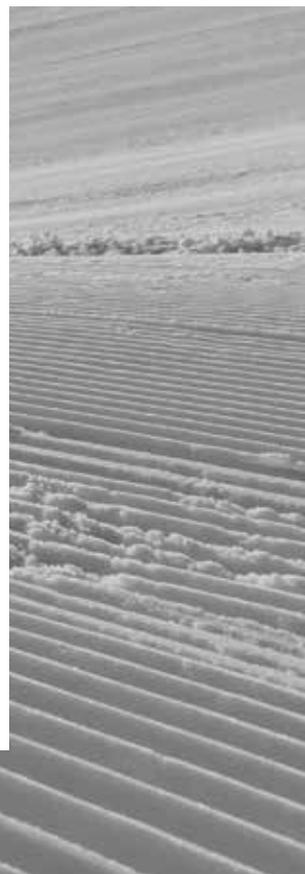
1. Aletsch Arena	8,94
2. Zermatt	8,93
3. Alta Badia	8,85
4. Kronplatz	8,83
5. Saas Fee	8,80

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Ranked 3rd of the key decision criteria at 45.9% continues to be slope preparation/slope quality. Thus, this value proves to be more or less stable over many years (2016: 46.5%, 2014: 46.9%). This is so in France as well, where it has reached surprisingly low values for years – and now rose to 27.8% compared to 27.7% in 2016. The situation is completely different in Italy: The value there is at 55.3% (2016: 57.7%), which means 2nd place in terms of importance. Skiers (48.2%) also seem to place decisively more value on this criterion than snowboarders do (41.3%). Day guests, too, weigh it very strongly at 54.2%. The more time one spends on the mountain, the more important is the quality of the slopes: experienced and good skiers rate it at 48.5%. Among guests, who spend less than 50% on the mountain, the figure lies at 33.6%. As before, the 50+ generation also attributes great relevance to a well-prepared slope – probably also because of the lower risk of injury: the value among this group is at 51.2%!

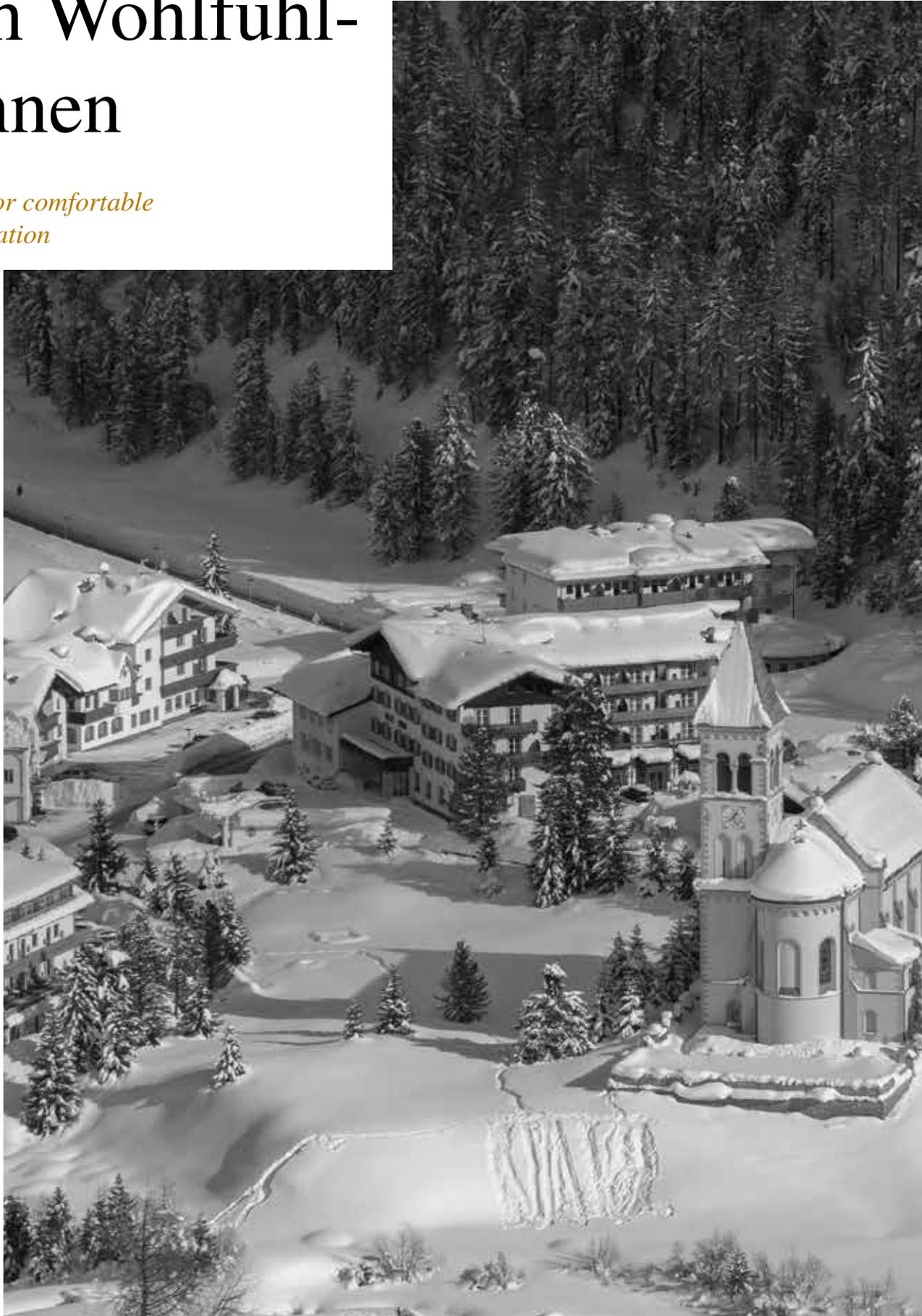
At 8.00, the average satisfaction has slightly improved compared to the previous study: in 2016, it was at 7.90. Even though the Italian ski resorts lead at 8.31, this time it is the Swiss ski resorts, however, to follow directly behind in this rating. The Swiss rate the slope quality at 8.56 which is – compared to Austrians (8.38) or Italians (8.18) – rather high.

In the lead this time is the Aletsch Arena with a rating of 8.94, trailed narrowly by Zermatt at 8.93. The Aletsch Arena scores especially high among younger guests and snowboarders. Among first-time guests, the Aletsch Arena also leads the ranking at 8.76 before Zermatt at 8.67. The 50+ generation while also experienced or good skiers are absolutely convinced of Zermatt giving it a rating of 9.21. Alta Badia scores 8.95 among men and 9.07 in the group of 35 to 49-year-olds.



Der Wunsch nach Wohlfühl- wohnen

*The want for comfortable
accommodation*



Die Erwartungen an Unterkunft/Hotels sind nach wie vor hoch. Mit 35,5 % liegt dieser Wert an 4. Position der Entscheidungskriterien, hat sogar leicht zugenommen (2016: 34,8 %). Noch mehr Wert auf Wohlfühlwohnen im Urlaub legt man offensichtlich in Österreich, wo der Wert sogar bei 41,5 % liegt. Auch in Italien wird dieses Kriterium mit 38,9 % hoch eingeschätzt, gefolgt von Frankreich mit 35,3 %. In der Schweiz und auch in Deutschland liegen diese Werte mit 28,3 % erheblich unter dem allgemeinen Wert. Erstmalige Gäste haben mit 40,4 % höhere Ansprüche an das Wohnen in Skigebieten. Dasselbe gilt für Gäste, die mit dem Skifahren beginnen – hier liegt der Wert bei 41,3 % – und die Generation 50+, die mit 38,1 % bewertet. Je besser man Ski/Snowboard fährt, desto weniger Fokus wird offensichtlich daraufgelegt, wie man sich bettet: Bei Könnern liegt der Wert bei 29,1 %, womit die Qualität der Unterkunft bei den wichtigsten Entscheidungskriterien in dieser Gruppe nur Rang 7 einnimmt. Die durchschnittliche Zufriedenheit liegt bei 8,13 und hat sich somit gegenüber 2016 (8,05) ebenfalls erhöht. Österreich wird seinem gemütlichen Image offenbar gerecht – mit 8,28 platziert es sich vor der Schweiz mit 8,22. Frankreich scheint in puncto Unterkunftsqualität nach wie vor Nachholbedarf zu haben: Aktuell liegt die Zufriedenheit bei 7,74. Der Wert hat sich gegenüber 2016 (7,61) allerdings ebenfalls verbessert. Bei Familien mit Kindern beträgt die Zufriedenheit sogar 8,30! Die Österreicher selbst zeigen sich mit 8,44 am zufriedensten, gefolgt von den Deutschen mit 8,28.

Mit Sulden – bewertet mit 8,78 – gewinnt kein Unbekannter! Bereits 2016 konnte es sich mit einem Wert von 8,53 Platz 2 sichern. Bei den Jungen (12 – 19 Jahre) liegen Arosa Lenzerheide und Lech-Zürs am Arlberg mit 9,05 ganz vorne. Die 20–34-Jährigen sind von Schladming überzeugt und bewerten mit 8,71. Snowboarder wiederum fühlen sich mit einer Bewertung von 9,04 in der Aletsch Arena wie zu Hause.

Die Besten *The Best*

1. Sulden am Ortler	8,78
2. Serfaus-Fiss-Ladis	8,70
3. Aletsch Arena	8,61
4. Grächen	8,60
5. Kronplatz	8,54

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Expectations for accommodation/hotels are still high. At 35.5%, this value is ranked in 4th place of the decision criteria and it has even risen slightly (2016: 34.8%). Apparently, even more value is placed on comfortable holiday accommodation in Austria where the value is even 41.5%. In Italy as well, this criterion is ranked high at 38.9%, followed by France with 35.3%. In Switzerland and also in Germany, these values at 28.3% are significantly below the general value. Among first-time guests, 40.4% have higher standards for accommodation in ski resorts. The same is true for guests who are beginners at skiing – here, the value is at 41.3% – and the 50+ generation has rated it at 38.1%. The more one skis or rides the snowboard, the lesser the focus is on how one sleeps apparently: the value among experienced skiers is 29.1%, whereby the quality of the accommodation among the most decisive decision criteria takes only 7th place in this group.

The average satisfaction is at 8.13 and has therefore likewise slightly increased compared to 2016 (8.05). Austria seems to live up to its reputation for cosiness – at 8.28, it leads ahead of Switzerland with a value of 8.22. In terms of the accommodation quality, France appears to still have a need to catch up: at this time, satisfaction is at 7.74. The value compared to 2016 (7.61), however, also improved. Among families with children, the satisfaction is even 8.30! The Austrians themselves prove to be most satisfied at 8.44, followed by the Germans at 8.28.

Sulden – rated at 8.78 – is not a newcomer to win! In 2016 already, it could secure 2nd place with a rating of 8.53. Among young people (12 to 19 years), Arosa Lenzerheide and Lech-Zürs am Arlberg are in the clear lead at 9.05. People aged 20 to 34 years are convinced of Schladming and rate it at 8.71. Snowboarders, in turn, feel right at home in the Aletsch Arena giving it a rating of 9.04.



Top-Komfort auf der Fahrt nach oben

Mit 31,5 % und steigender Tendenz ist der Beförderungskomfort erneut unter den Top 5 der Entscheidungskriterien zu finden. In Italien liegt dieser Wert sogar bei 37,3 %. Er ist damit um fast 20 % höher als in den anderen Umfrageländern! Lediglich in Frankreich schafft es dieses Kriterium nicht über die 30 %-Marke – der Wert liegt aktuell bei 26,7 %. Bei den befragten Gruppen liegen die Tagesgäste mit einem Wert von 34,5 % deutlich über dem Durchschnitt. Auch mit zunehmendem Alter scheint das Komfortbedürfnis zu steigen: Die Generation 50+ bewertet hier mit 36,3 %. Im Gegensatz dazu ist den 12–19-Jährigen ein komfortabler Transport nach oben nur 26,4 % wert. Um knapp 10 % unterscheiden sich auch die Werte von Männern und Frauen: Vielleicht liegt es an der Technik-Affinität der Männer, dass sie hier höher bewerten. Die durchschnittliche Zufriedenheit beträgt 8,17 und liegt damit ebenfalls höher als noch 2016 (8,09). Dass hier wiederum die österreichischen Skigebiete das Ranking anführen, überrascht nicht wirklich. Mit 8,39 liegen sie sehr deutlich vor Italien und Deutschland mit jeweils 8,10. Frauen sind mit 8,29 doch um einiges zufriedener als Männer mit 8,08. Je höher das Fahrkönnen, desto kritischer (aber dennoch auf hohem Niveau) wird bewertet: Köhner 8,06, Anfänger 8,34. Sowohl die erstmaligen Besucher mit 8,02 als auch die Tagesgäste mit 7,82 liegen unter dem Durchschnittswert. Wie 2016 führt der Kronplatz mit 9,09 das Gesamtranking an. Lech-Zürs am Arlberg punktet mit 9,0 bei der Jugend (12 – 19 Jahre). Zermatt setzt sich mit 9,18 bei den Anfängern an die Spitze.

Die Besten *The Best*

1. Kronplatz	9,09
2. Serfaus-Fiss-Ladis	8,91
3. Zermatt	8,79
4. Saalbach-Hinterglemm- Leogang-Fieberbrunn	8,72
5. Adelboden-Lenk	8,70

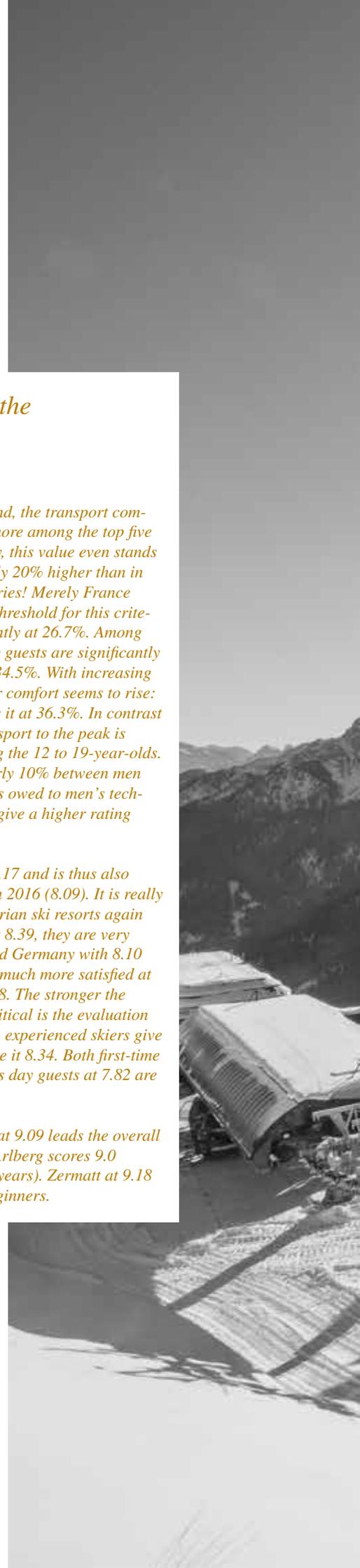
Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Top comfort on the ride to the peak

At 31.5% with rising trend, the transport comfort can be found once more among the top five decision criteria. In Italy, this value even stands at 37.3%. It is thus nearly 20% higher than in all other surveyed countries! Merely France does not pass the 30%-threshold for this criterion – the value is currently at 26.7%. Among the surveyed groups, day guests are significantly above the average with 34.5%. With increasing age, as well, the need for comfort seems to rise: the 50+ generation rates it at 36.3%. In contrast to this, comfortable transport to the peak is worth only 26.4% among the 12 to 19-year-olds. The values differ by nearly 10% between men and women: perhaps it is owed to men's technology affinity that they give a higher rating here.

Average satisfaction is 8.17 and is thus also higher than it was still in 2016 (8.09). It is really no surprise that the Austrian ski resorts again lead the ranking here. At 8.39, they are very clearly ahead of Italy and Germany with 8.10 each. Women are in fact much more satisfied at 8.29 than men are at 8.08. The stronger the skiing skills, the more critical is the evaluation (but still at a high level): experienced skiers give it 8.06 and beginners rate it 8.34. Both first-time visitors at 8.02 as well as day guests at 7.82 are below the average value.

Like in 2016, Kronplatz at 9.09 leads the overall ranking. Lech-Zürs am Arlberg scores 9.0 among youths (12 to 19 years). Zermatt at 9.18 takes the lead among beginners.







Von Herzen willkommen sein

Oft genügt ein Lächeln, um Gästen das Gefühl des Willkommenseins zu vermitteln. Mit aktuell 30,8 % an Wichtigkeit (2016: 28,4 %) wird deutlich, dass sich dieses Kriterium immer mehr zum Erfolgsfaktor entwickelt: Hier kann man mit verhältnismäßig geringem Aufwand die Kundenbindung sehr wirkungsvoll verstärken! Mit einem Wert von 30,8 % reiht sich dieses Kriterium in der Schweiz sogar an die 4. Stelle der Wichtigkeiten! Im Gegensatz dazu scheinen Freundlichkeit und Herzlichkeit in Frankreich mit nur 19,5 % nicht annähernd so hoch im Kurs zu stehen. Mit 34,4 % stuft die Generation 50+ dieses Kriterium um rund 10 % höher ein als der Durchschnitt. Auch die Zufriedenheit mit diesem Kriterium hat sich seit der letzten Studie gesteigert – von 8,01 (2016) auf nunmehr 8,07. Bei Familien (8,18) und Frauen (8,20) ist die Zufriedenheit sogar noch größer. Die Freundlichkeit wird in österreichischen Skigebieten mit 8,22 am höchsten bewertet, es folgt die Schweiz mit 8,18. In Frankreich, wo dieses Kriterium erst gar nicht so wichtig erscheint, hinkt man mit 7,74 auch in puncto Zufriedenheit etwas hinterher. Bei den Nationalitäten zeigen sich die Österreicher (8,44!) und Deutschen (8,20) mit der Freundlichkeit in den Skigebieten am zufriedensten. Die Italiener sind mit 7,68 nicht ganz so glücklich. Grächen (2018 erstmals dabei) erzielt in dieser Kategorie mit 8,76 den Höchstwert. Mit 8,82 liegt Schladming bei den 12–34-Jährigen und mit 8,74 bei den Könnern an der Spitze. Die Gruppe der erstmaligen Besucher zeigt sich in Sulden (8,47) am zufriedensten.

Die Besten *The Best*

1. Grächen	8,76
2. Sulden am Ortler	8,63
Serfaus-Fiss-Ladis	8,63
4. Kronplatz	8,61
5. Schladming	8,49

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Feeling wholeheartedly welcome

Often a smile is enough to make guests feel welcome. At currently 30.8% of importance (2016: 28.4%) it becomes clear that this criterion is increasingly developing into a factor of success: this is where customer loyalty can be effectively strengthened with relatively little effort! At a value of 30.8%, this criterion is even ranked in 4th place of importance in Switzerland! In contrast to this, friendly ways and warmth seem to be not nearly as much in the trend in France at just 19.5%. At 34.4%, the 50+ generation ranks this criterion around 10% higher than the average. Satisfaction with this criterion as well has increased since the last study – from 8.01 (2016) to now 8.07. Among families (8.18) and women (8.20), satisfaction is even higher still. Friendly ways is ranked highest in Austrian ski resorts at 8.22, followed by Switzerland at 8.18. France, where this criterion does not even appear to be all that important, also lags behind somewhat in terms of satisfaction at 7.74. Among the nationalities, the Austrians (8.44!) and Germans (8.20) prove to be the most satisfied with friendliness in the ski resorts. Italians at 7.68 are not quite as happy.

Grächen (included for the first time in 2018) reaches the highest value in this category at 8.76. Schladming at 8.82 is in the lead among the 12 to 34-year-olds and at 8.74 among experienced skiers. The group of first-time visitors proves to be most satisfied in Sulden (8.47).

Sicherheit auf den Pisten
Safety on the slopes

Hauptsache sicher unterwegs

Safety is imperative



Mit 24,0 % hat dieser Wert gegenüber 2016 (25,4 %) zwar gesamthaft gesehen geringfügig an Bedeutung verloren. Es ist jedoch eine Kriterium, das von den befragten Gruppen höchst unterschiedlich eingestuft wird. Frauen mit 29,0 % und Familien mit 26,9 % zeigen ihr Sicherheitsbewusstsein durch eine höhere Bewertung. Erhebliche Unterschiede lassen sich auch je nach Fahrkönnen ausmachen: Bei Anfängern liegt der Wert bei 34,8 %, Könner (18,4 %) und Snowboarder (18,5 %) stufen dieses Kriterium als weniger wichtig ein. In italienischen und deutschen Skigebieten liegen die Werte mit 30,5 % bzw. 29,8 % über dem Durchschnitt. Mit 17,6 % ist Frankreich in puncto Sicherheit das Schlusslicht. Berücksichtigen sollte man, dass aufgrund der großen Schneemengen und großteils sehr guten Pistenverhältnissen im letzten Winter das Thema Sicherheit auf den Pisten etwas an Bedeutung verloren haben könnte.

Allgemein ist die Zufriedenheit auf 8,22 gestiegen. Erfreulich ist, dass speziell bei der Generation 50+ und den Familien mit Kindern, die ja ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis aufweisen, die Zufriedenheit mit 8,30 und 8,33 sogar noch höher bewertet wird. Anders verhält sich dies bei den erstmaligen Besuchern, die mit 8,04 recht tief bewerten: Man kennt das Gebiet noch nicht, fühlt sich wohl auf den Pisten noch nicht ganz sicher, was den reduzierten Wert erklären könnte. Generell am sichersten fühlt man sich in der Schweiz mit 8,39.

Im Gesamtranking setzt sich Zermatt mit 8,68 an die Spitze. Bei den 12–34-Jährigen ist die Aletsch Arena mit 8,80 Spitzenreiter. In Sulden fühlen sich die Anfänger mit 9,15 am sichersten. Serfaus-Fiss-Ladis punktet mit 8,50 bei den erstmaligen Besuchern.

Die Besten *The Best*

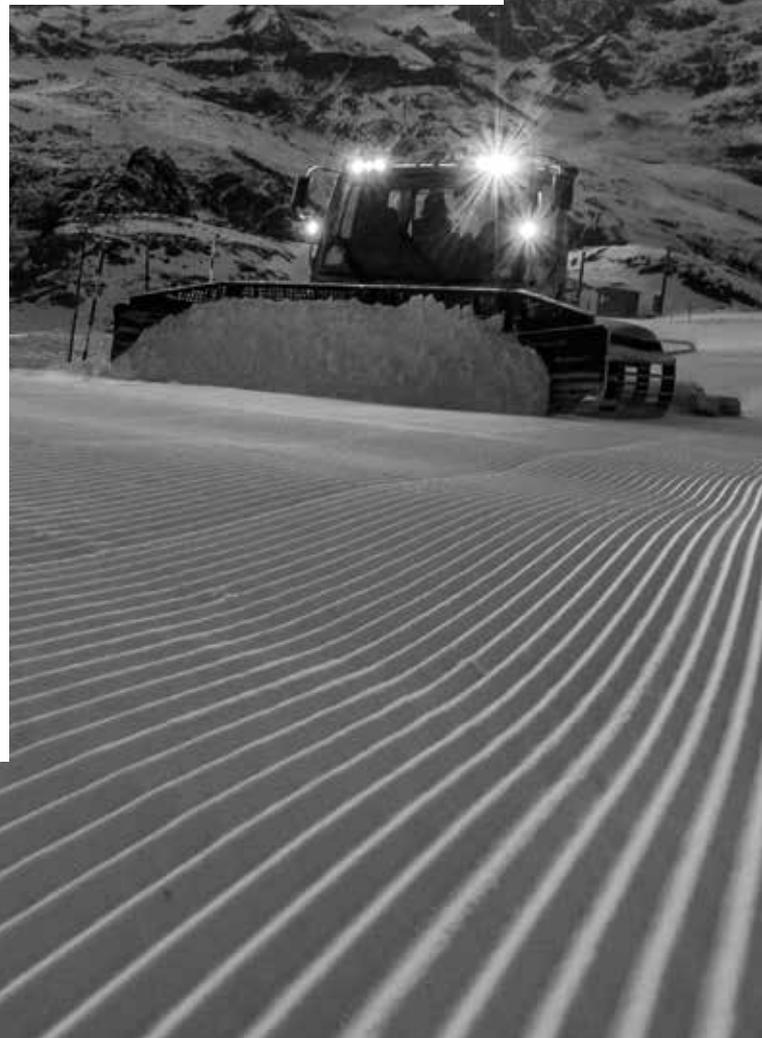
1. Zermatt	8,68
2. Serfaus-Fiss-Ladis	8,67
3. Kronplatz	8,66
4. Aletsch Arena	8,63
5. Adelboden-Lenk	8,56

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

At 24.0%, this value has in fact lost slightly in significance compared to 2016 (25.4%). However, it is a criterion that is rated vastly differently by the surveyed groups. Women at 29.0% and families at 26.9% show their safety awareness by ranking it higher. Significant differences can also be discerned depending on skiing skills: the value among beginners is at 34.8%, experienced skiers (18.4%) and snowboarders (18.5%) classify this criterion as being less important. In Italian and German ski resorts, the values are above the average at 30.5% and respectively 29.8%. At 17.6%, France comes in last in terms of safety. It should be considered that due to the vast amounts of snow and the largely very good slope conditions last winter, the issue of safety on the slopes might have lost a little in importance.

Satisfaction in general rose to 8.22. It is positive that specifically among the 50+ generation and families with children, who have a greater need for safety, satisfaction at 8.30 and 8.33 is rated even higher. The situation is different for the first-time visitors, who rank it rather low at 8.04: they do not know the region yet and do not feel quite comfortable yet on the slopes, which might explain the lower value. The feeling of safety is generally the highest in Switzerland at 8.39.

Zermatt at 8.68 is in the lead in the overall ranking. Among 12 to 34-year-olds, the Aletsch Arena is the leader at 8.80. Among beginners, feel safest in Sulden with 9.15. Serfaus-Fiss-Ladis scores 8.50 among first-time visitors.



Après Ski
Après ski

Wo steppt der Bär?

*Where does the party get
started?*



Zunehmend wichtiger wird das Angebot nach dem Skifahren und Snowboarden: Mit 27,4 % wird das Kriterium Après-Ski erneut höher bewertet als in den vorangegangenen Studien. Erstmaligen Besuchern und Snowboardern ist es mit 30,2 % bzw. 34,7 % sogar noch wichtiger. Noch höher – nämlich gut 30 % über dem Durchschnitt – bewerten die 20–34-Jährigen: Mit 38,4 % rangiert die Qualität des Après-Ski Angebotes in dieser Gruppe auf Rang 4 der wichtigsten Entscheidungskriterien! Will man diese Altersgruppe ansprechen, ist ein entsprechend gutes Angebot also fast ein Muss! Den Männern ist das Thema Après-Ski übrigens etwas wichtiger als den Frauen. Erfahrungsgemäß erwartet man sich von den österreichischen Skigebieten mit 32,9 % relativ viel, doch auch in Frankreich (29,3 %) scheint das Thema Après-Ski zunehmend an Bedeutung zu gewinnen. Demgegenüber hält sich die Erwartungshaltung in Italien mit bescheidenen 17,4 % in Grenzen, doch auch hier steigt der Wert von Studie zu Studie. Als Mekka des Après-Ski darf einmal mehr Ischgl bezeichnet werden: 46,8 % bedeuten Platz 4 unter den Entscheidungskriterien.

Die durchschnittliche Zufriedenheit hat sich geringfügig auf 7,40 erhöht und ist damit weiterhin steigend (2014: 7,24, 2016: 7,35). Nicht unerwartet liegen auch hier die österreichischen Gebiete mit 7,61 an der Spitze, gefolgt von Frankreich mit 7,42. Obschon den Frauen das Thema weniger wichtig ist, bewerten sie das Angebot mit 7,53 überdurchschnittlich gut. Auch die Jungen (12 – 19 Jahre) liegen mit 7,54 ähnlich. Die Österreicher selbst sind mit 7,72 sogar noch etwas zufriedener als die Gäste im eigenen Land.

Mit 8,30 liegt Ischgl erneut an der Spitze des Rankings, wengleich sich die Zufriedenheit gegenüber 2016 (8,43) etwas verschlechtert hat. Auch im Hauptzielmarkt Deutschland punktet Ischgl mit einem Wert von 8,28. Bei den erstmaligen Besuchern weist Arosa Lenzerheide mit 8,15 den Bestwert auf.

Die Besten *The Best*

1. Ischgl	8,30
2. Grächen	8,24
3. St. Anton am Arlberg	8,14
4. Sölden	8,08
5. Obertauern	8,03

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

The offer après ski and snowboard is becoming more and more important. With 27.4%, the après ski criterion is again valued higher than in the previous studies. It is even more important to first-time visitors and snowboarders at 30.2% and 34.7% respectively. A ranking higher still – namely a good 30% above the average – is assigned by the 20 to 34-year-olds: at 38.4%, the quality of the après ski offer is ranked 4th of the most important decision criteria in this group! If you want to target this age group, a correspondingly good offer is therefore basically a must! By the way, après ski is slightly more important to men than it is to women. According to experience, relatively much is expected of the Austrian ski resorts at 32.9%, but also in France (29.3%), après ski seems to gain in importance. Compared to this, the expectations in Italy at a modest 17.4% remain within limits but here, too, the value is rising from one study to the next. Once more, Ischgl can be named the Mecca of après ski: 46.8% means 4th place in the decision criteria.

Average satisfaction has slightly improved to 7.40 and is thereby continuously rising (2014: 7.24, 2016: 7.35). It was not unexpected that the Austrian regions are in the lead at 7.61 here as well, followed by France at 7.42. Even though the topic is less important to women, they rate the offer as above-average good at 7.53. Young people (12 to 19 years) feel similar with 7.54. The Austrians themselves at 7.72 are even a little more satisfied than the guests in their own country.

At 8.30, Ischgl is again at the top of the ranking, even though satisfaction has slightly fallen compared to 2016 (8.43). In the main target market of Germany, Ischgl scores a value of 8.28. Among first-time visitors, Arosa Lenzerheide has the best value at 8.15.

Naturerlebnis

Natural surroundings

Faszinierende Natur

Fascinating nature



Das Naturerlebnis hat mit einem Wert von 25,7 %, (2016: 22,0 %) in der aktuellen Studie stark an Wichtigkeit gewonnen. In der Schweiz und in Italien liegt der Wert sogar bei 30,0 %, was angesichts der einzigartigen Naturkulissen von Dolomiten, Jungfrau Region oder Matterhorn und Aletschgletscher nicht weiter verwundert. Mit 41,7 % weist erneut das Schilthorn den höchsten Wichtigkeitswert auf. Es folgen der Corvatsch mit 39,5 % und Gröden mit 38,0 %. Je höher das Fahrkönnen, desto wichtiger scheint offensichtlich auch das Naturerlebnis zu werden – Könnner bewerten hier mit 29,6 %.

Mit 8,34 hat sich auch dieser Wert im Vergleich zu 2016 (8,17) überdurchschnittlich verbessert. Mit viel Schnee auf den Bergen und Bäumen – wie im Winter 2017/2018 fast ausnahmslos der Fall – ist das Naturschauspiel eben noch imposanter und eindrucksvoller! Die Generation 50+ scheint ein besonderes Auge für die Schönheit der Natur zu haben und bewertet mit 8,44 besser als der Durchschnitt, ebenso tun dies die Könnner und jene Gäste, die sehr oft am Berg sind – beide Gruppen liegen bei 8,40. Nicht ganz überraschend sind die Italiener und Schweizer – die vorwiegend im eigenen Land Urlaub machen – mit 8,61 und 8,59 sehr happy mit dem Naturerlebnis.

Das Gesamtranking führt hier Alta Badia mit 9,14 an. Bei den Könnnern liegt die Aletsch Arena mit 9,09 knapp vor Zermatt mit 9,08 an der Spitze. Alta Badia und Cortina d'Ampezzo begeistern mit 8,98 die erstmaligen Besucher und teilen sich Rang 1 in dieser Gruppe. Und auch bei den Deutschen hat Cortina d'Ampezzo mit 9,54 die Nase vorn.

Die Besten *The Best*

1	Alta Badia	9,14
2.	Val Gardena	9,06
3.	Aletsch Arena	9,05
4.	Cortina d'Ampezzo	9,04
5.	3 Zinnen	9,03

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Natural surroundings with a value of 25.7% (2016: 22.0%) has gained strongly in importance in the current study. In Switzerland and Italy, the value is even 30.0%, which is not much of a surprise in light of the unique natural backdrops of the Dolomites, Jungfrau Region or the Matterhorn and Aletsch Glacier. At 41.7%, Schilthorn once more gets the highest value in terms of importance. It is followed by Corvatsch at 39.5% and Gröden at 38.0%. The stronger the skiing skills, the more important apparently also seems to become the natural surroundings – experienced skiers rate it at 29.6%.

With 8.34, this value, too, has improved above-average compared to 2016 (8.17). With lots of snow on the mountains and the trees – like it was the case in the 2017/2018 winter nearly without exception – the natural spectacle is simply even more monumental and impressive! The 50+ generation seems to have a special eye for the beauty of nature and ranks it at 8.44 better than average, in the same way as do the experienced skiers and guests who are on the mountain very frequently – both groups rank it at 8.40. Not quite surprising, the Italians and the Swiss – who primarily vacation in their own countries – are very happy with the natural surroundings at 8.61 and 8.59.

The overall ranking here is led by Alta Badia at 9.14. Among experienced skiers, the Aletsch Arena at 9.09 is leading slightly before Zermatt at 9.08. Alta Badia and Cortina d'Ampezzo thrill first-time visitors at 8.98 and share 1st place in this group. Among the Germans, too, Cortina d'Ampezzo leads at 9.54.



Ein bisschen Spaß muss sein

Mit 38,3 % zählen zumindest für die Jugendlichen (12 – 19 Jahre) Spaß und Unterhaltung zu den wichtigsten 5 Kriterien bei der Wahl des Wintersportortes! Nicht minder wichtig ist ein entsprechend gutes Angebot den Snowboardern, die hier mit 29,3 % bewerten. Will man gezielt diese beiden Gruppen erreichen, muss man die Produktgestaltung danach auslegen. Allen anderen Gästen ist dieses Kriterium weniger wichtig, der Durchschnittswert liegt bei 21,3 %. Die Altersgruppe 50+ legt erwartungsgemäß noch weniger Wert darauf und bewertet gar nur mit 12,4 %. In Frankreich legt man im Vergleich zu den anderen Ländern mehr Wert darauf, nämlich 27,1 %. Die durchschnittliche Zufriedenheit liegt bei 7,57 und hat sich gegenüber 2016 (7,49) etwas erhöht, ist aber immer noch eher gering. Hier gibt es Luft nach oben! Am besten schneiden, wie 2016, die österreichischen Skigebiete mit einem Wert von 7,71 ab, gefolgt von der Schweiz mit 7,56. Mit 8,02 bzw. 8,01 bewerten Schweizer und Österreicher auch am höchsten. Italiener sind mit dem Angebot und nur 7,38 eher nicht zufrieden. Erfreulich ist, dass gerade die Jugendlichen, denen dieser Bereich doch sehr wichtig ist, mit 7,93 recht gut bewerten.

Diesmal führt der Studien-Neuling Grächen das Gesamtranking mit 8,07 an. Sölden wird mit 8,22 von den Frauen am besten bewertet. Mit 8,60 liegt Serfaus-Fiss-Ladis bei den Jungen vorne. Arosa Lenzerheide verzeichnet mit 8,04 den besten Wert bei den erstmaligen Besuchern.

Die Besten *The Best*

1. Grächen	8,07
2. Serfaus-Fiss-Ladis	8,05
3. Ischgl	8,04
4. Sölden	8,03
5. Kronplatz	7,98

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Having a little fun is a must

At 38.3%, at least among youths (12 to 19 years), fun and entertainment are among the five most important criteria in the selection of the winter sports destination! A correspondingly good offer is no less important to snowboarders, who rank it at 29.3%. If you want to reach these two groups specifically, the product must be oriented on this aspect. The criterion is less important to other guests with the average value as 21.3%. The 50+ age group places even less value on it as expected and rates it at just 12.4%. In France, compared to the other countries, it is valued more, namely at 27.1%. Average satisfaction is at 7.57 and has increased slightly compared to 2016 (7.49) but it still tends to be low. There is room for improvement here! As in 2016, Austrian ski resorts fared best with a value of 7.71, followed by Switzerland at 7.56. At 8.02 and 8.01 respectively, the Swiss and the Austrians also assigned the highest ratings. Italians tend not to be satisfied with the offer at just 7.38. What is positive is that especially youths to whom this topic is quite important after all give it a rather good rating of 7.93. This time, the newcomer to the study, Grächen, leads the overall ranking with 8.07. Sölden gets the best ratings at 8.22 from women. At 8.60, Serfaus-Fiss-Ladis is at the top for young people. Arosa Lenzerheide at 8.04 records the best value among first-time visitors.





Gastronomisches Angebot am Berg
Restaurants and catering on the mountain

Bergluft macht hungrig

Mountain air makes hungry



Auch wenn es eine urige Skihütte ist – der Genuss am Berg steht beim Gast hoch im Kurs! Dementsprechend gewinnt das gastronomische Angebot am Berg immer mehr an Bedeutung. Die Wichtigkeit ist seit 2016 von 20,1 % auf nunmehr 24,3 % gestiegen. Einkehren, sich kulinarisch verwöhnen lassen – es ist zum fixen Bestandteil eines tollen Skitages geworden. Das Angebot hat sich in den letzten Jahren stark verändert und verbessert. Kein Wunder, dass die Wichtigkeit im Genussland Italien noch etwas höher bewertet wird – der Wert in den italienischen Skigebieten liegt bei 25,8 %. Interessant: Sowohl die Jungen (25,7 %) als auch die Generation 50+ (26,0 %) liegen mit ihren Bewertungen ebenfalls über dem Durchschnittswert. Besonders viele Genießer scheint übrigens Megève anzuziehen: Dort wird dieses Kriterium sogar mit 35,4 % bewertet. Die Zufriedenheit mit dem Angebot steigt von Studie zu Studie, was auch der neuerlich höhere Durchschnittswert von 7,86 zeigt (2014: 7,64, 2016: 7,78). Am zufriedensten mit dem Gastro-Angebot zeigen sich die Gäste in Italien (8,02), gefolgt von Österreich (7,97). Etwas überraschend schätzen die Frauen die Qualität des Angebotes mit 7,98 etwas höher ein als die Männer. Überdurchschnittlich zufrieden sind die Jungen (12 – 19 Jahre) mit 8,03 und im Vergleich der Nationalitäten die Österreicher mit 8,22.

Das Siegertreppchen im Gastro-Gesamtranking sichert sich dieses Jahr der Kronplatz mit einem Zufriedenheitswert von 8,50. Mit 8,66 schätzen die Frauen das Angebot in Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn als besonders toll ein, die Altersgruppe der 35–49-Jährigen stimmt dieser Einschätzung sogar mit 8,79 zu. Auch Schladming spielt mit 8,65 bei den 20–34-Jährigen in der Oberliga mit. Arosa Lenzerheide konnte die Gruppe der erstmaligen Besucher überzeugen – sie bewerten das dortige Gastronomie-Angebot am Berg mit 8,36.

Die Besten *The Best*

1. Kronplatz	8,50
2. Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn	8,48
3. Grächen	8,43
Schladming	8,43
4. Alta Badia	8,42

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Even if it is a quirky ski cabin – culinary enjoyment on the mountain is very popular among the guest! Accordingly, the gastronomy offer on the mountain continues to gain in importance. Importance has risen since 2016 from 20.1% to now 24.3%. Stopping for a bite to eat and being treated with culinary delicacies – this has become a fixed part of a great day of skiing. The offer has strongly changed and much improved over the recent years. No wonder that its importance in the gourmet country of Italy is rated slightly higher – the value in Italian ski resorts is at 25.8%. Interesting: both young people (25.7%) as well as the 50+ generation (26.0%) are likewise above the average with their ratings. By the way, Megève seems to attract particularly many gourmets: this criterion is rated at even 35.4% there.

Satisfaction with the offer rises from study to study, which is also indicated by the once more higher average value of 7.86 (2014: 7.64, 2016: 7.78). Guests in Italy (8.02) proved to be most satisfied with the gastronomy offer, followed by Austria (7.97). As somewhat of a surprise, women rate the quality of the offer at 7.98 slightly higher than men do. Young people (12 to 19 years) are satisfied above average at 8.03 and in the comparison of nationalities, the Austrians are most satisfied at 8.22.

Kronplatz secures itself the winner's podium in the overall gastronomy ranking this year with a satisfaction value of 8.50. Women rate the offer in Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn at 8.66 as being particularly great, the age group of 35 to 49-year-olds even agrees with this evaluation at 8.79. Schladming as well at 8.65 plays in the premiere league for the 20 to 34-year-olds. Arosa Lenzerheide could make a compelling case in the group of first-time visitors – they rate the gastronomy offer on the mountain there with 8.36.

Das gute Gefühl, am perfekten Ort zu sein

Ankommen, abschalten und sich sofort wohlfühlen! Immer mehr Gäste scheinen sich das von ihrem Urlaubsort zu wünschen. Die Wichtigkeit dieses Kriteriums steigt ständig, liegt nun bei 19,2 % (2016: 17,9 %) und ist damit für die Entscheidungsfindung nicht ganz unwesentlich. Mit aktuell 24,7 % ist der Wert in Schweizer Skigebieten erheblich höher. Auch Frauen (20,1 %) und Könnner (21,1 %) nehmen das Ambiente der zukünftigen Urlaubsdestination sehr genau unter die Lupe. In Saas-Fee ist das Ambiente mit 30,8 % besonders wichtig, ebenso in einzelnen französischen Skigebieten (z. B. La Clusaz), wo dieses Kriterium aufgrund der höheren Bewertung doch um einiges wichtiger erscheint. Mit einem Wert von 8,05 ist man mit dem Ambiente, das in den Destinationen geboten wird, generell zufriedener als noch 2016 (7,93). Am besten schneiden die italienischen Skigebiete ab, sie liegen mit 8,43 vor den Schweizer Destinationen mit 8,19. Sehr zufrieden mit dem Ambiente ist generell die Gruppe der Anfänger (8,23), im Vergleich der Nationen sind die Italiener mit 8,50 die weitaus zufriedenste Klientel. Das zeigt sich auch bei den Top 10, wo gleich 7 italienische Skigebiete im Spitzenfeld zu finden sind. Sieger, wenn es um das tollste Ambiente geht, ist dennoch ein Schweizer Gebiet – Zermatt mit 8,74. Das sieht übrigens auch die Gruppe der erstmaligen Besucher so. Die Generation 50+ schätzt den Kronplatz (8,68), die Anfänger Alta Badia (9,18).

Die Besten *The Best*

1. Zermatt	8,74
2. Alta Badia	8,70
3. Kronplatz	8,69
3 Zinnen	8,69
5. Grächen	8,61

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

The good feeling of being at the perfect place

Arriving, relaxing and feeling comfortable instantly! More and more guests seem to hold this wish for their holiday destination. The importance of this criterion is constantly rising and it is now at 19.2% (2016: 17.9%) and therefore not quite insignificant in the decision-making. At currently 24.7%, the value in Swiss ski resorts is substantially higher. Women as well (20.1%) and experienced skiers (21.1%) take a very close look at the atmosphere of the future holiday destination. In Saas-Fee, the atmosphere at 30.8% is particularly important, as well as in individual French ski resorts (e.g. La Clusaz), where this criterion seems to be much more important in fact based on the higher rating. With a value of 8.05, satisfaction with the atmosphere that is offered by the destinations is generally higher than it was still in 2016 (7.93). Italian ski resorts get the best results, at 8.43 they are ahead of the Swiss destinations at 8.19. The group of beginners (8.23) is generally very satisfied with the atmosphere and in a comparison of nations, Italians at 8.50 are by far the most satisfied group of customers. This is also reflected in the top 10 where 7 Italian ski resorts at once can be found among the leaders. The winner, when it is about the greatest atmosphere, is nonetheless the Swiss region of Zermatt at 8.74. This, by the way, is also the opinion of the group of first-time visitors. The 50+ generation appreciates Kronplatz (8.68) and beginners Alta Badia (9.18).



Gemütlichkeit
Comfort

Endlich abschalten und genießen

Finally coming to rest and enjoy



Erholung gelingt nicht überall gleich gut. Es muss gemütlich sein, wenn man den Alltag wirklich für eine gewisse Zeit vergessen will. So empfinden auch immer mehr Gäste: Mit aktuell 19,5 %, gegenüber 16,3 % im Jahr 2016, hat das Kriterium an Wichtigkeit deutlich zugelegt. Und einige befragte Gruppen achten noch stärker darauf, was die Urlaubsdestination an Gemütlichkeit zu bieten hat: Erstmalige Besucher bewerten mit 19,1 %, Anfänger sogar mit 21,9 %. Interessant ist, dass es keine großen Unterschiede in der Altersstruktur gibt. Selbst die Jungen schätzen es, wenn es „gemiatlich“ zugeht. Über dem Durchschnitt liegt der Wert in Frankreich, wo man es mit 20,9 % besonders gerne gemütlich angehen lässt. Und in Grächen mauert sich das Kriterium mit stolzen 29,3 % sogar zu einem enorm wichtigen Entscheidungsfaktor.

Die generelle Zufriedenheit mit dem, was in puncto Gemütlichkeit von den Destinationen geboten wird, hat sich erneut leicht verbessert und liegt nun bei 8,06 (2016: 7,98, 2014: 7,86). In italienischen Skigebieten wird gar ein Höchstwert von 8,24 erreicht. Frauen bewerten mit 8,19 etwas höher als Männer und auch die Jungen zeigen sich mit 8,18 überdurchschnittlich zufrieden. Nicht so schnell beeindruckt lassen sich die erstmaligen Besucher, sie fallen mit 7,98 etwas ab. Mit 8,14 scheinen die Österreicher von allen Nationalitäten am zufriedensten zu sein.

Der schönste Berg der Welt und ein idyllisches Bergsteigerdorf – gegen die Kulisse von Zermatt ist schwer ankommen. Es sichert sich nach 2014 und 2016 mit 8,63 erneut den Sieg im Gesamtranking. Aber: Sulden schafft es bei den Könnern sogar auf einen Wert von 8,84.

Die Besten *The Best*

1. Zermatt	8,63
2. Livigno	8,58
3. Alta Badia	8,56
4. Sulden	8,55
Alletsch Arena	8,53

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Relaxation does not work equally well everywhere. It must be cosy when you really want to forget your everyday routine for some time. This is how more and more guests feel, too: With currently 19.5% compared to 16.3% in the year 2016, the criterion has gained a lot in importance. And some of the surveyed groups pay even more attention to what the holiday destination has to offer in terms of comfort: first-time visitors rate it at 19.1% and beginners even at 21.9%. What is interesting is that there are no big difference in terms of the age structure. Even young guests appreciate it when things are homey. The value is above the average in France where people want to have things particularly snug at 20.9%. And in Grächen, the criterion even moults itself into a key decision factor with 29.3%.

General satisfaction with what is offered by the destination in terms of comfort has once more slightly improved and is now at 8.06 (2016: 7.98, 2014: 7.86). In Italian ski resorts, the value even reaches a high of 8.24. Women rate it at 8.19 slightly higher than men do and young people are also satisfied above-average at 8.18. The first-time visitors are not impressed as quickly, they lag behind a little at 7.98. At 8.14, Austrians of all nationalities seem to be the happiest.

Given that it has the most beautiful mountain in the world and an idyllic mountaineers' village it is hard to compete with the scenery of Zermatt. At 8.63, it secures the win in the overall ranking once again after 2014 and 2016. But: Sulden reaches a value of even 8.84 among experienced skiers.



Ruhe und Erholung
Rest and relaxation

Die Seele baumeln lassen

Letting your mind wander



In unserer schnelllebigen Zeit ist es fast schon zum Muss geworden, zwischendurch die Batterien aufzuladen. Doch wo findet man die Ruhe und Erholung, die das möglich macht? Das fragen sich auch die Gäste – ihnen wird dieses Kriterium immer wichtiger: Um 10,0 % ist es seit 2016 (11,2 %) gestiegen, liegt nun bei 12,2 %. Mit 16,1 % ist es den Gästen der zwei deutschen, an der Studie teilnehmenden Skigebiete noch wichtiger und auch in Italien sind Ruhe und Erholung mit 14,4 % überdurchschnittlich wichtig. Bei den befragten Gruppen legen vor allem die Generation 50+ mit 14,3 % und die Gäste, die sich ca. 50 % am Berg aufhalten mit 16,4 % erhöhten Wert darauf. Sulden erreicht sogar einen Wichtigkeitswert von 24,3 %! Mit 7,76 liegt die allgemeine Zufriedenheit doch etwas unter dem generellen Durchschnitt. Italienische Skigebiete schaffen es mit einem Wert von 8,08 etwas darüber. Österreich – doch eher als Partyhochburg bekannt – erreicht nur 7,52. Familien mit Kindern sind mit 7,91 wiederum etwas zufriedener. Die Italiener zeigen sich mit 8,01 auch recht zufrieden.

Einmal mehr konnte sich die Aletsch Arena als Oase der Ruhe behaupten. Das autofreie Sonnenplateau am größten Gletscher der Alpen begeisterte seine Gäste mit aktuell 8,61 sogar noch mehr als beim Sieg im Jahr 2016 (8,36). Spitzenwerte erreicht auch Sulden: Bei der Generation 50+ sind es 8,86, bei den erstmaligen Besuchern 8,43.

Die Besten *The Best*

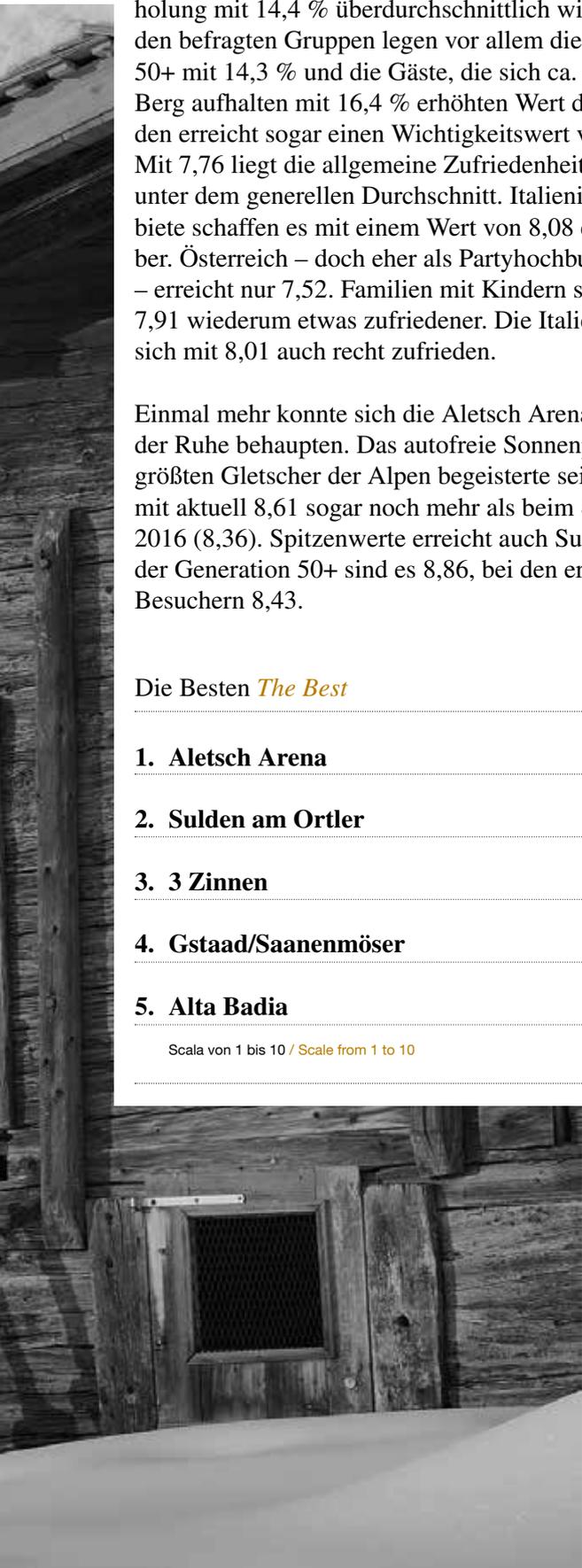
1. Aletsch Arena	8,61
2. Sulden am Ortler	8,60
3. 3 Zinnen	8,45
4. Gstaad/Saanenmöser	8,34
5. Alta Badia	8,33

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

In our fast-paced times, it has almost become a must to recharge your batteries sometimes. But where can you find the peace and quiet letting you do this? This is also what the guests wonder – and this criterion is becoming ever more important to them: it has increased by 1.0% since 2016 (11.2%) and is now at 12.2%. With 16.1%, it is even more important to the guests of the two German ski resorts that participate in the survey, and rest and relaxation are also important above the average at 14.4% in Italy. Among the surveyed groups, foremost the 50+ generation places increased value on it at 14.3% and guests spending about 50% of their time on the mountain rate it at 16.4%. Sulden even reaches an importance factor of 24.3%!

At 7.76, general satisfaction is still a little below the general average. Italy's ski resorts manage to get a little above this value at 8.08. Austria – which is actually rather known as the central place to party – reaches only 7.52. Families with children in turn are at 7.91 a little more happy. Italians at 8.01 are also quite satisfied.

Once more, the Aletsch Arena could come out on top as the oasis of peace. The car-free sun plateau at the largest glacier of the Alps enthused its guests at currently 8.61 even more than when it won in 2016 (8.36). Sulden, too, reaches record values: Among the 50+ generation, it is 8.86 and among first-time visitors, it is 8.43.





More Action – more Fun

Nur mit einem schnellen Blick ist es bei diesem Kriterium nicht getan. Denn kaum irgendwo schwanken die Werte je nach Zielgruppe und Positionierung derart stark. Mit durchschnittlich 10,4 % generell eher am unteren Ende der Wichtigkeiten gelegen, ist gegenüber 2016 (9,0 %) dennoch auch hier eine Steigerung zu verzeichnen. Eine enorm wichtige Rolle spielen die Parks bei den Jungen (12 – 19 Jahre) mit 27,2 % und den Snowboardern mit 24,1 %. Und diese Zielgruppen kennen ihre Hotspots ganz genau: Das zeigen die hohen Bewertungen für Laax (19,0 %), Livigno (17,6 %) oder Zell am See/Kaprun (17,0 %) sehr deutlich. Wer in diesem Bereich punkten will, muss definitiv liefern!

Die durchschnittliche Zufriedenheit mit dem Angebot hat sich mit 7,74 im Vergleich zu 2016 (7,49) doch wesentlich verbessert. Es scheint, als habe man in den Skidestinationen den Nachholbedarf erkannt und gehandelt. Die Zufriedenheit mit den Angeboten bewegt sich Schritt für Schritt in Richtung generellen Durchschnittswert. Am besten hat man in puncto Fun- & Snowboardparks offensichtlich in den Schweizer Skigebieten gearbeitet (7,93). Nachholbedarf scheint es indes in den zwei deutschen Skigebieten zu geben (6,91). Die 12–19-Jährigen sind mit 8,01 recht zufrieden. Die Schweizer selbst bewerten mit 8,02 sogar noch ein bisschen höher. Laax ist mit einer Bewertung von 9,25 einmal mehr eine Klasse für sich, wenn es um das perfekte Angebot bei Fun- und Snowboardparks geht. Mithalten können da nur Alta Badia mit 9,0 bei den Anfängern und Mayrhofen bei den Tagesgästen – mit dem Bestwert von 9,40!

Die Besten *The Best*

1. Laax	9,25
2. Kronplatz	8,48
3. Livigno	8,38
4. Mayrhofen	8,37
5. Arosa Lenzerheide	8,35

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

More action – more fun

Merely a quick glance is not enough for this criterion. This is so because nowhere else do the values fluctuate so much depending on the target group and positioning. With 10.4% on general average it ranks more at the lower end of important factors, but nonetheless an increase can be reported here, too, compared to 2016 (9.0%). A tremendously important role play parks among youths (12 to 19 years) with 27.2% and snowboarders at 24.1%. And these target groups know their hotspots in and out: this is shown very clearly by the high ratings for Laax (19.0%), Livigno (17.6%) or Zell am See/Kaprun (17.0%). Who wants to score in this segment must definitely deliver!

The average satisfaction with the offer has actually substantially improved at 7.74 compared to 2016 (7.49). It seems as if the skiing destinations have recognised the need to catch up. Satisfaction with the offers is gradually moving in the direction of a general average value. The Swiss ski resorts have apparently done the best job in terms of fun & snowboard parks (7.93). The two German ski resorts seem to have a need to catch up, however (6.91). At 8.01, the 12 to 19-year-olds are quite satisfied. The Swiss themselves rate it even a little higher at 8.02.

Laax with a rating of 9.25 is once more in a league of its own when it is about the perfect offer of fun and snowboard parks. Keeping up the pace is possible only for Alta Badia at 9.0 among beginners and Mayrhofen among day guests – with the highest value of 9.40!

Kinder- /Familienangebot am Berg
Facilities for children and families

Familien Willkommen!

Families welcome!



Wer für Familien mit Kindern nur bedingt etwas anbieten kann, verschließt sich dem Markt von morgen! Noch immer sind gut 40,0 % aller Wintersportler als Familien unterwegs. Aus den vorliegenden Prognosen lässt sich ableiten, dass weitere Schwerpunkte und Impulse gesetzt werden müssen, damit Skifahren und Snowboarden „in“ bleiben. Als eher zweitrangig wird dieses Kriterium mit generell 10,8 % bewertet. Doch bei der eigentlichen Zielgruppe – den Familien – sieht das mit 18,0 % schon ganz anders aus. Jedoch haben sich beide Werte seit 2016 gesteigert: 8,2 % waren es damals bei der generellen Wichtigkeit, 15,6 % bei den Familien. In deutschen Skigebieten liegt die Wichtigkeit etwas höher, bei 13,2 %. Je weniger Zeit man am Berg verbringt, desto mehr Wert wird auf das Angebot für die Kids gelegt! Im Klartext: Eltern und eventuell auch Großeltern, die weniger aktiv skifahren, wollen sehr wohl, dass ihre Kinder oder Enkel das tun. In der Altersgruppe 35 – 49 Jahre, in der wohl die meisten Eltern zu finden sind – liegt der Wert der Wichtigkeit bei 21,1 %! In Serfaus-Fiss-Ladis, das sich als Familiendestination etabliert hat, liegt die Wichtigkeit sogar bei 32,1 %!

Der generelle Zufriedenheitswert mit dem Angebot liegt mit 7,98 knapp unter dem allgemeinen Durchschnittswert. Es ist also noch Luft nach oben! Erfreulich ist, dass Familien mit Kindern mit 8,06 überaus zufrieden scheinen. Besonders hervor tun sich die Skigebiete in der Schweiz, die mit 8,07 etwas besser bewertet werden als jene in Österreich (8,05), knapp dahinter folgt Italien (8,03).

Spitzenreiter im Jahr 2018 ist Grächen mit einem Wert von 9,03, was sicher auch am sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis bei Tickets, Hotel/Unterkunft, Gastronomie am Berg liegt. Bei den Stammgästen liefern sich Grächen mit 9,10 und Serfaus-Fiss-Ladis mit 9,07 ein enges Kopf-an-Kopf-Rennen. Die Schweizer selbst favorisieren Serfaus-Fiss-Ladis und vergeben den Spitzenwert von 9,41.

Die Besten *The Best*

1. Grächen	9,03
2. Serfaus-Fiss-Ladis	8,96
3. Arosa Lenzerheide	8,54
4. Kronplatz	8,42
5. Stubaier Gletscher	8,41

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

An only limited offer for families with children locks up the market of tomorrow! Still a good 40.0% of all winter sports enthusiasts are families. It can be derived from the present forecasts that further emphases and impulses must be set so that skiing and snowboarding stays "hip". This criterion is generally evaluated as being more secondary at 10.8%. But in the actual target group – families – this is completely different at a score of 18.0%. However, both values have risen since 2016: back then it was 8.2% in general importance and 15.6% among families. The importance in German ski resorts is a little higher at 13.2%. The less time is spent on the mountain, the more value is placed on the offer for kids! Meaning: parents and possibly also grandparents who ski less actively want very well that their children or grandchildren do so. In the age group of 35 to 49 years, which probably includes the largest portion of parents, the importance is valued at 21.1%! In Serfaus-Fiss-Ladis, which has become established as a family destination, importance even reaches 32.1%! General satisfaction with the offer is at 7.98, just barely below the general average. There is still room for improvement! What is good is that families with children at 8.06 seem to be thoroughly happy. Standing out in particular are the ski resorts in Switzerland, which were evaluated slightly better at 8.07 than those in Austria (8.05), followed tightly by Italy (8.03). The favourite in the year 2018 is Grächen with a value of 9.03, which surely also has to do with the very good price-performance ratio for tickets, hotel/accommodation, gastronomy on the mountain. Among regular guests, Grächen at 9.10 and Serfaus-Fiss-Ladis at 9.07 are in a neck-to-neck race. The Swiss themselves favour Serfaus-Fiss-Ladis and assign it the top score of 9.41.



Wellnessangebot
Spa facilities

Entspannung pur

Pure relaxation



Immer häufiger wünschen sich Gäste nach einem erlebnisreichen Skitag wohlthuende Entspannung. Ein entsprechend gutes Wellnessangebot rangiert mittlerweile bei 34,6 % Wichtigkeit. Dennoch zählt nur für wenige in der Gruppe der aktiven Skifahrer dieser Bereich zum Must-have am Urlaubsort, was die niedrige Bewertung mit 8,7 % zeigt; aber auch bei dieser Gruppe ist seit der letzten Studie eine Steigerung erkennbar (2016: 7,2 %). Anders sehen die Werte logischerweise bei Gästen, die weniger als 50 % am Berg verbringen (12,8 %) und Anfängern (11,9 %) aus. Für sie ist das Wellnessprogramm offensichtlich ein Fixpunkt des Tages. Besonders genau unter die Lupe genommen wird dieses Kriterium in den „Wellness-Hochburgen“ unter den Skigebieten: Allen voran Bad Kleinkirchheim mit 25,6 % Wichtigkeit, gefolgt von Gastein mit 17,1 % und Obergurgl/Hochgurgl mit 14,8 %. Mit 7,81 ist man mit dem Wellnessangebot etwas unterdurchschnittlich zufrieden. Das Angebot wird in den österreichischen Skigebieten mit 7,97 am besten bewertet und auch die Österreicher selbst zeigen sich mit 8,11 am zufriedensten.

Gstaad/Saanenmöser erreicht diesmal mit 8,44 den Höchstwert. Mit dem neuen Hallenbad im Sportzentrum und Renovierungen in Top Hotels wurden sichtbare und richtungweisende Akzente gesetzt, was der Gast entsprechend belohnt hat. Für die Frauen hat Gastein mit 8,62 erstklassige Wellnessqualität. Die Männer verleihen dem Kronplatz mit 8,47 die Höchstnote. Die Generation 50+ findet das Angebot in Ischgl mit 8,53 Spitze. Bei Familien liegt Bad Kleinkirchheim mit 8,51 knapp vor Gastein mit 8,50.

Die Besten *The Best*

1. Gstaad/Saanenmöser	8,44
2. Gastein	8,43
3. Sölden	8,42
4. Bad Kleinkirchheim/St. Oswald	8,36
5. Kronplatz	8,33

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Guests more frequently wish for comforting relaxation after an exciting day of skiing. A correspondingly good wellness offer by now reaches 34.6% in importance. However, there are only few in the group of active skiers, who believe this is a must-have at the holiday destination, which is reflected in the low rating of 8.7%; but also in this group, a rise has been detected since the last study (2016: 7.2%). The values are logically different among guests, who spend less than 50% on the mountain (12.8%) and among beginners (11.9%). For them, the wellness programme is apparently a fixed point in their day. This criterion is examined particularly closely in the “wellness capitals” among the ski resorts: foremost Bad Kleinkirchheim with 25.6% importance, followed by Gastein with 17.1% and Obergurgl/Hochgurgl with 14.8%.

At 7.81, people are a satisfied a little below the average with the wellness offer. The offer in the Austrian ski resorts at 7.97 are rated best and the Austrians themselves proved to be most satisfied at 8.11.

Gstaad/Saanenmöser reaches the top value this time at 8.44. With the new indoor pool in the athletic centre and renovations in the top hotels, visible and decisive impulses have been set that have been rewarded accordingly by the guests. For women, Gastein has first-class wellness quality at 8.62. Men give the Kronplatz the best grade at 8.47. The 50+ generation finds the offer in Ischgl great at 8.53. Bad Kleinkirchheim at 8.51 is slightly ahead of Gastein at 8.50 for families.

Skischule
Ski schools

Für jeden das ideale Angebot

*The ideal offer
for everyone*



26,6 % der Gäste besuchen in den Skigebieten eine Skischule. 2016 lag dieser Wert noch bei 22,9 %. Doch da man das Vorhandensein eines entsprechenden Skischul-Angebotes am Urlaubsort quasi voraussetzt, wird die Wichtigkeit mit 10,7 % nicht sehr hoch bewertet. 2016 lag dieser Wert sogar noch tiefer, bei lediglich 6,3 %. Etwas höher wird die Wichtigkeit in französischen Skigebieten (12,4 %) eingestuft. Und natürlich von jenen Gruppen, die das Angebot aktiv nutzen, da wären: Anfänger mit 19,9 %, Familien mit Kindern mit 15,1 %, aber auch die Altersgruppe der 35–49-Jährigen mit 15,7 %. Gut möglich, dass Letztere die Gelegenheit nutzen, um an ihrer Technik zu feilen, während die Kids im Skikurs sind.

Die Qualität des Angebotes ist gut, was sich auch an der hohen durchschnittlichen Zufriedenheit (8,39) ablesen lässt. Dieser Wert ist gegenüber 2016 (8,30) erneut gestiegen. Frauen schätzen die Arbeit der Skilehrer – und natürlich Skilehrerinnen – besonders hoch ein und bewerten mit 8,52! Etwas überraschend ist der sehr gute Wert bei den Jungen (12 – 19 Jahre) mit 8,47. Wichtig ist auch, dass die Familien zufrieden sind: Sie sind es schließlich, die ihre Kinder wieder in den Skikurs schicken werden. Mit 8,51 weisen auch jene Gäste, die täglich am Berg sind, einen hohen Zufriedenheitswert auf. Besonders gut auf die Arbeit mit Kindern verstehen sich offensichtlich die Skischulen in der Schweiz: Auf den ersten sechs Rängen finden sich in der Gruppe der Familien Skigebiete aus der Schweiz!

An der Spitze des Gesamtrankings liegt diesmal Laax mit einem Zufriedenheitswert von 9,06. Arosa Lenzerheide erzielt bei den erstmaligen Besuchern mit 9,05 den Bestwert. Mit Können und wohl auch Charme begeistern die Südtiroler Skilehrer aus Val Gardena (Gröden) die Gruppe der Frauen: Sie erfreuen sich mit 9,15 einer besonders großen Beliebtheit.

Die Besten *The Best*

1. Laax	9,06
2. Gstaad/Saanenmöser	9,03
3. Aletsch Arena	8,98
4. Arosa Lenzerheide	8,94
5. Grächen	8,90

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

26.6% of guests take skiing lessons at the ski resorts. In 2016, this value was still at 22.9%. Since the availability of a corresponding ski school offer at the holiday destination is practically a prerequisite for this, importance at 10.7% is rated not very high. In 2016, this value was lower still at merely 6.3%. The importance in the French ski resorts (12.4%) is rated slightly higher. And, of course, among the groups that use the offer actively, which are: beginners who rate it at 19.9%, families with children at 15.1%, but also the age group of 35 to 49-year-olds at 15.7%. It is thoroughly possible that the latter use the opportunity to refine their technique while the kids are getting skiing lessons. The quality of the offer is good, which can be seen from the high average satisfaction (8.39). Compared to 2016 (8.30), this value increased again. Women appreciate the work of skiing instructors – of course, both male and female – to a particularly great extent and rate it at 8.52! Somewhat of a surprise is the very good value among youths (12 to 19 years) at 8.47. It is also important that families are happy: it is ultimately them, who will send their children to skiing lessons again. With 8.51, also the guests who are on the mountain every day indicate a high value in terms of satisfaction. Apparently, the Swiss ski schools understand the work with children particularly well: the first six ranks in the group of families are taken by the ski resorts in Switzerland!

At the top of the overall ranking is Laax this time around with a satisfaction value of 9.06. Arosa Lenzerheide reaches the best value among first-time visitors at 9.05. Southern Tyrolian skiing instructors of Val Gardena (Gröden) can win over the group of women with their skills and probably also with their charm: they enjoy particular popularity at 9.15.



Rent - & Servicebereich

Rent & service

Ausleihen liegt voll im Trend

For rent is trendy



Ein gut präparierter Ski erhöht nachweislich das Skivergnügen. Bereits 46,0 % der Gäste sind mit Leih-ausrüstung (von zu Hause mitgebracht oder direkt im Skigebiet geliehen) unterwegs. Dieser Anteil hat sich seit 2016 (39,4 %) um fast 20,0 % erhöht! Auch bei diesem Kriterium gehen die Gäste davon aus, dass nahezu überall ein tolles Angebot vorhanden ist (was durch die Zufriedenheitswerte belegt ist). Die Wichtigkeit wird auf den ersten Blick deshalb mit 6,6 % recht tief eingestuft, ist aber seit 2016 (5,2 %) ebenfalls erheblich angestiegen. In Frankreich, wo über 60,0 % der Skifahrer/Snowboarder mit Leihhausrüstung unterwegs sind, liegt die Wichtigkeit entsprechend höher und zwar bei 10,8 %. Auch Anfänger wollen wissen, was sie bekommen – sie bewerten das Kriterium Rent- & Servicebereich mit 12,4 %, die Gruppe der erstmaligen Besucher liegt mit 8,3 % ebenfalls über dem Durchschnitt.

Mit 8,39 ist der durchschnittliche Zufriedenheitswert bei Rent & Service hoch. Noch besser schneiden die Schweizer Skigebiete (8,56), gefolgt von den österreichischen Skiregionen (8,49) ab. In Frankreich, wo derart viele Gäste auf den Leihservice setzen, gibt es mit 8,13 durchaus noch Spielraum für Verbesserungen. Im Vergleich der einzelnen Gruppen bewerten die Generation 50+ mit 8,48 und die Familien mit 8,52 besonders gut. Erstmalige Besucher zeigen sich etwas kritischer (8,24).

Wenn es um Top-Leihhausrüstung geht, macht der Region Arosa Lenzerheide in der aktuellen Studie niemand etwas vor: 8,89 bedeutet den Spitzenplatz im Gesamtranking. Gstaad/Saanenmöser punktet mit 9,03 bei den Jungen (12–19 Jahre). In der Altersgruppe der 35–49-Jährigen liegen Lech-Zürs am Arlberg und Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn mit 8,96 an der Spitze. Anfänger sind von der Aletsch Arena (9,20) absolut überzeugt.

Die Besten *The Best*

1. Arosa Lenzerheide	8,89
2. Laax	8,81
3. Aletsch Arena	8,78
4. Grächen	8,73
5. Kronplatz	8,72

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

A well-prepared ski verifiably improves the skiing enjoyment. Already 46.0% of the guests are on the slopes with rental equipment (brought along from home or rented directly in the ski resort). This portion has increased since 2016 (39.4%) by nearly 20.0%! For this criterion as well, the guests expect that a great offer is available almost anywhere (which is proven by the satisfaction values). The importance at the first glance is therefore rated rather low at 6.6% but it has also risen strongly since 2016 (5.2%). In France, where more than 60.0% of skiers/snowboarders are on the slopes with rental equipment, the importance ranks higher, notably 10.8%. Beginners, too, want to know what they get – they evaluate the criterion of rental & service at 12.4%, the group of first-time visitors at 8.3% is also above the average.

At 8.39, the value for average satisfaction with rent & service is high. The Swiss ski resorts (8.56) fare even better, followed by the Austrian ski resorts (8.49). In France, where there are so many guests relying on rental service, there is very well further room for improvement at a value of 8.13. In the comparison between the individual groups, the 50+ generation at 8.48 and families at 8.52 assign particular high scores. First-time visitors prove to be more sceptical (8.24).

When it is about top rental equipment, there is the no-one to top the Arosa Lenzerheide region in the current study: 8.89 means first place in the overall ranking. Gstaad/Saanenmöser scores 9.03 among youths (12 to 19 years). In the age group of 35 to 49-year-olds, Lech-Zürs and Saalbach-Hinterglemm-Leogang-Fieberbrunn are in the lead with 8.96. Beginners are absolutely convinced of the Aletsch Arena (9.20).



Teil der High-S(n)o(w)ciety sein

Geht es nach den Wichtigkeitswerten, könnte man meinen die 5,4 % Wichtigkeit haben kaum Relevanz. Das trügt. Es gibt sehr wohl Gäste (und das sind nicht nur Russen), die viel Wert auf eine Destination mit einem entsprechend exklusiven Image legen. Vielleicht sind hier die Franzosen (vorwiegend ja im eigenen Land unterwegs) etwas ehrlicher bei der Bewertung, denn sie vergeben immerhin 11,2 %, was fast doppelt so hoch wie der Durchschnittswert ist. Die Skigebiete, die in dieser Kategorie punkten, sind fast ausnahmslos allseits bekannte Orte mit internationalem Publikum, an denen sich die Reichen und Schönen dieser Welt seit Jahren (oder oft sogar seit Generationen) gegenseitig die Liftsessel in die Hand geben. Die anspruchsvolle Klientel in diesen renommierten Destinationen hat natürlich auch entsprechend hohe Erwartungen. Werden diese nicht erfüllt, macht sich das sehr schnell auch in der Bewertung bemerkbar.

Kein Rütteln an der Spitzenposition in puncto Exklusivität gibt es bei Zermatt! Nach 2014 und 2016 erfüllt es auch in der aktuellen Studie die hohen Erwartungen seiner Gäste und setzt sich mit einem Wert von 8,55 souverän an die Spitze. Mit durchschnittlich 7,61 liegen die Schweizer Skigebiete knapp vor jenen in Italien mit 7,60.

Die Besten *The Best*

1. Zermatt	8,55
2. St. Moritz	8,06
3. Alta Badia	8,05
4. Lech-Zürs am Arlberg	7,98
5. Val Gardena/Gröden	7,87

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Being part of the high s(n)o(w)ciety

When it is about the factors of importance, you might believe that a 5.4% importance is hardly relevant. Don't be fooled. There are very well some guests (and not just Russians), who highly value a destination with a corresponding reputation of exclusivity. Perhaps the French (after all, primarily travelling in their own country) are a little more honest in the rating, because they assign at least 11.2%, nearly double the average value. The ski resorts scoring high in this category are nearly without exception widely known places with an international crowd, where the rich and beautiful of this world have passed on their seats on the lift over many years (or even generations). The sophisticated clientele at these renowned destinations naturally has accordingly high expectations. If these are not met, this can also very quickly be noticed in the rating.

There is no challenger to Zermatt as the leader in terms of exclusivity! After 2014 and 2016, it also fulfils the high expectations of its guests in the current study and takes a comfortable lead with a value of 8.55. With 7.61 on average, the Swiss ski resorts are narrowly ahead of those in Italy at 7.60.







Auf der Suche nach dem Echten, Unverfälschten

Mit einer generellen Zufriedenheit von 7,84 liegt die Bewertung der Authentizität doch etwas unter den Durchschnittswerten. Dennoch zeigen sich die Gäste von Studie zu Studie zufriedener: 2012 bewerteten sie noch mit 7,45. Die Skigebiete in Italien präsentieren sich für viele nach wie vor am authentischsten. Sie erreichen einen Wert von 8,16. Demgegenüber fällt Frankreich mit nur 7,44 deutlich ab. Die Schweizer selbst bewerten die Authentizität der Skiregionen mit 8,02 etwas über Durchschnitt. Erstmalige Besucher sind da mit 7,74 doch etwas kritischer.

Zermatt, der Walliser Nobelort, liegt nach 2014 mit einem Wert von 8,58 auch in der aktuellen Studie wieder an der Spitze. Alta Badia erreicht mit 8,91 in der Altersgruppe der 35–49-Jährigen den Bestwert. Bei Tagesgästen punktet die Aletsch Arena mit 8,50.

Die Besten *The Best*

1. Zermatt	8,58
2. Alta Badia	8,50
3. Suldén am Ortler	8,44
4. Aletsch Arena	8,41
5. Grächen	8,39

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

On the search for what is real and authentic

With general satisfaction at 7.84, the rating of authenticity is slightly below the average values after all. Nonetheless, guests prove to be happier from one study to the next: In 2012, they still rated it at 7.45. Italy's ski resorts presented themselves as before as the most authentic ones for many guests. They reached a value of 8.16. In comparison, France at just 7.44 is losing a lot of ground. The Swiss themselves value authenticity of the ski regions at 8.02, which is slightly above the average. First-time visitors are a little more sceptical with 7.74.

After 2014, Zermatt, the luxury destination in Valais, is once more at the top of the current study with a value of 8.58. Alta Badia with 8.91 reaches the top score in the group of 35 to 49-year-olds. Among day guests, the Aletsch Arena scores 8.50.



Das ist den Preis wert

This is worth the price

Lifftickets <i>Lift tickets</i>		Hotels/Unterkunft <i>Hotels/accommodation</i>		Gastronomie am Berg <i>Restaurants and catering on the mountain</i>	
1. Saas-Fee	8,21	1. Sulden am Ortler	8,36	1. Sulden am Ortler	8,17
2. Sulden am Ortler	7,80	2. Grächen	7,89	2. 3 Zinnen	7,87
3. Grächen	7,41	3. 3 Zinnen	7,82	3. Alta Badia	7,70
4. Aletsch Arena	7,35	4. Kronplatz	7,80	4. Val Gardena	7,68
5. Adelboden-Lenk	7,23	5. Stubaier Gletscher	7,75	5. Saalbach-Hinterglemm- Leogang-Fieberbrunn	7,65



Das Preis-Leistungs-Verhältnis gewinnt weiterhin an Bedeutung. Speziell für Familien mit Kindern ist ein gemeinsamer Skiurlaub nicht gerade billig, sodass ein erheblicher Teil dieser Klientel doch aufs „Börserl“ schaut. Hinzu kommt, dass die Vergleichbarkeit diverser Angebote durch verschiedene Kommunikationskanäle und Bewertungsportale weiter zunimmt. Überhöhte Preise für diverse Leistungen sind im World-Wide-Web schnell publik gemacht. Nicht selten handelt es sich dabei um Kleinigkeiten – etwa den Preisvergleich von Getränken wie Bier, Kaffee, Glühwein etc. – doch die können das Bild einer Destination nachhaltig prägen. Für eine objektive Einschätzung gilt es daher, alle Leistungsanbieter im Auge zu behalten, denn der Gesamteindruck entscheidet. Der Gast unterscheidet hingegen nur bedingt. Immer schwieriger wird es auch, steigende Kosten mittels höherer Preise abzufedern. Zumal die Kundenerwartungen ohnehin ständig steigen! Hier wird also eher die Optimierung der eigenen Organisation gefordert sein. Stark im Kommen ist derzeit das Dynamic Pricing. Hier gilt es die weiteren Entwicklungen im Auge zu behalten. Natürlich freut sich der Gast über eine stark verbilligte Saisonkarte und wahrscheinlich wird er auch animiert, öfter auf die Piste zu gehen. Die Frage, die sich die Bergbahnen jedoch schlussendlich stellen müssen ist, ob diese Specials nachhaltig wirken und ob diese Strategie die erforderlichen Deckungsbeiträge einbringt.

Erfreulich ist, dass sich mit 6,98 die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis gesamthaft weiterhin verbessert hat. Von 6,67 im Jahr 2014 über 6,88 im Jahr 2016 auf nunmehr 6,98. Bei Familien liegt dieser Wert sogar bei 7,03! Italienische Skigebiete liegen mit 7,32 an der Spitze, gefolgt von Österreich mit 7,05. Mit 6,86 werden die Lifttickets nach wie vor etwas schlechter bewertet, aber auch hier ist die Zufriedenheit im Vergleich zu 2016 (6,50) recht ordentlich angestiegen. Bei Familien liegt der Wert aktuell bei 6,70. Sulden ist, wie schon 2014 und 2016, auch 2018 der Gesamtsieger in dieser Kategorie.

Die Besten *The Best*

1. Sulden am Ortler	8,12
2. Grächen	7,61
3. 3 Zinnen	7,47
4. Val Gardena	7,45
5. Aletsch Arena	7,44

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

The price-performance ratio continues to gain in importance. Especially for families with children, a skiing vacation together is not particularly affordable, so that a significant part of these clients indeed keep an eye on their wallets. What is more is that the comparability of various offers through a number of communications channels and rating portals increases further. Excessive prices for various services are made public quickly on the world wide web. Not seldom does this have to do with the small things – like the price comparison of beverages such as beer, coffee, hot spice wine, etc. – but these things can make for a lasting impression of a destination. For an objective evaluation, it is therefore imperative to keep an eye on all service providers because it is the overall impression that is decisive. The guests meanwhile differentiate only to a limited extent. It is also getting all the more difficult to absorb rising costs with higher prices. This is especially so because customer expectations continuously rise anyway! Therefore, this calls more for optimising one's own organisation. Dynamic pricing is currently trending strongly. It is about keeping the further developments in sight in this respect. Of course, the guest will be happy about a much discounted season ticket and probably also be animated to hit the slopes more often. The question that ski lift operators have to ask themselves in the end is whether these special offers have a lasting effect and if this strategy yields the required contribution margins.

It is a positive development that satisfaction with the price-performance ratio at 6.98 has improved further on the whole. From 6.67 in the year 2014 to 6.88 in the year 2016, the value is now 6.98. Among families, this value even stands at 7.03! Italian ski resorts are in the lead at 7.32, followed by Austria at 7.05. Lift tickets with a score of 6.86 continue to be rated slightly poorer but satisfaction compared to 2016 (6.50) has improved quite nicely here. Among families, this value currently stands at 6.70.

Sulden, as in 2014 and 2016 before, is the overall winner in this category also in 2018.

Erstbesucher
First-time visitors

Neue Gäste, neue Herausforderungen

New guests, new challenges



Man kann davon ausgehen, dass sich der Anteil der erstmaligen Besucher bei +/- 30 % einpendeln wird. Das bedeutet, dass man praktisch jeden 3. Gast, der im folgenden Winter kommt, nicht kennt. Eine Situation wie diese gab es bis vor wenigen Jahren nicht! Das hat aber weniger mit unzufriedenen Gästen zu tun, als vielmehr mit dem geänderten Reiseverhalten vor allem der jüngeren Gäste. Diese wollen nicht immer in dasselbe Skigebiet fahren – zumindest nicht, wenn nur ein paar Tage Skiurlaub am Programm stehen. Etwas treuer können Familien mit Kindern eingestuft werden. Häufig entscheiden hier die Kinder bereits mit, wohin es gehen soll.

Erstmalige Gäste sind kritischer – und bewerten mit 7,89 Gesamtzufriedenheitswert etwas tiefer als alle Gäste gesamthaft (8,01). Kein Wunder, denn sie kennen andere Skigebiete und stellen Vergleiche an. Am zufriedensten ist diese Gästeklientel in italienischen Skigebieten (8,02), gefolgt von der Schweiz mit 7,95. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis bewertet diese Gästegruppe mit 6,89 tiefer als der Durchschnitt. Erstmalige Besucher sind leider auch sehr schwer zu halten. Nur um die 20,0 % (also nur jeder 5. Gast) kommt innert der nächsten 1 – 3 Jahre wieder. Insofern ist es wichtig, für genügend Potenzial an neuen erstmaligen Gästen zu sorgen. Ansonsten läuft man Gefahr, über kurz oder lang verstärkt Gäste zu verlieren. Immer wichtiger wird künftig also die Weiterempfehlungsrate (NPS). Auch wenn man – trotz hoher Zufriedenheit – damit rechnen muss, dass ein Großteil der Gäste nicht so schnell wiederkommen wird, müssen sie zumindest derart begeistert sein, dass sie die Destination Bekannten, Freunden etc. weiterempfehlen. Achtung: Dies passiert nur bei Spitzenleistungen! Es braucht Wow-Effekte und 10er-Bewertungen! Erstmalige Besucher haben zudem ein erhöhtes Informations- und Kommunikationsbedürfnis! Es gilt zu überprüfen, ob z. B. Homepage, Beschilderung im Skigebiet, Apps etc. stets den aktuellen Anforderungen gerecht werden. Das Thema Echtzeitdaten – sowohl für Mitarbeiter als auch Gäste – gewinnt allgemein zunehmend an Bedeutung.

You can expect that the portion of first-time visitors will even out at +/- 30%. This means that practically every 3rd guest arriving next winter will be new. A situation like this has not occurred until just a few years ago! But this has less to do with unhappy guests but more with the rapidly changing travel behaviour foremost among younger guests. They do not always want to ski in the same ski resort – at least not if they have only a few days of skiing vacation planned in. Families with children can be classified as being a little more loyal. The children frequently decide for them where the trip should go to. First-time guests are more sceptical and rate it a little lower at 7.89 in overall satisfaction than do all guests on the whole (8.01). No wonder because they know other ski resorts and make comparisons. This customer group is the most satisfied group in the Italian ski resorts (8.02), followed by Switzerland at 7.95. The price-performance ratio at 6.89 is also rated lower by this guest group than the average.

First-time visitors are unfortunately also very difficult to keep. Only around 20.0% (thus, only every 5th guest) returns within the next 1-3 years. To this end, it is important to ensure sufficient potential of new first-time guests. Otherwise, you run the risk of losing more guests in the near or long term. All the more important in the future will therefore be the recommendation rate (NPS) – the Net Promoter Score. Even if you have to expect – in spite of high satisfaction – that a large part of the guests will not return that quickly, they must be at least excited enough to recommend the destination to acquaintances, friends, etc. Notice: this happens only if services are outstanding! It takes WOW effects and 10-score ratings! First-time visitors furthermore have an increased need for information and communication! It is important to check, e.g. if the homepage, signage in the ski resort, apps, etc. are always up to the current requirements. The topic of real-time data – for both employees as well as guests – generally gains increasingly in importance.

Die Besten *The Best*

1. Zermatt	8,40
2. Kronplatz	8,35
3. Arosa Lenzerheide	8,30
4. Livigno	8,18
5. Laax	8,18

Scala von 1 bis 10 / Scale from 1 to 10

Was Sie sonst noch wissen sollten...

What else you should know...

Ob ein Unternehmen/eine Region erfolgreich ist oder nicht, hängt von vielen Faktoren ab. Zufriedene Gäste sind sicherlich die Basis dafür. Aber sie sind eben nur ein Teil des Erfolges – jedoch kein unwesentlicher. Langfristig gesehen bilden hohe Zufriedenheitswerte der Gäste ein solides Fundament, auf dem man gezielt aufbauen kann. Die einzelnen Gäste bewerten natürlich sehr unterschiedlich: Ein viel gereister Gast hat andere Erwartungen. Bei sehr bekannten Skigebieten haben Gäste wiederum eine höhere Erwartungshaltung. Diese gilt es zu erfüllen. Gesamtheitlich gesehen bewegt sich die allgemeine Zufriedenheit bei den ausgewählten Top-Skigebieten der Studie in einem Bereich zwischen 8,54 (Bestwert) und 6,93 (niedrigster Wert) – also innerhalb von 23,2 %. Interessant ist jedoch, dass die Differenz zwischen dem 1. Platz (8,54) und Platz 35 (7,94) nur 7,6 % beträgt. Zwischen Rang 10 (8,23) und Rang 20 (8,12) sogar nur 1,4 %. Auf diesen Rängen ist es also ein durchaus enges Match. In den Top 10 bzw. Top 15 sind regelmäßig – bis auf wenige Ausnahmen – dieselben Skigebiete zu finden. Das zeigt, wie kontinuierlich und konzentriert dort an der Attraktivitätssteigerung gearbeitet wird.

Die neue, strategisch wichtige Kennzahl der Branche ist der Net Promoter Score, also die Weiterempfehlungsrates. Sie wird künftig maßgeblichen Anteil daran haben, wie hoch die Zahl der erstmaligen Besucher sein wird. Wie schon unter erstmaligen Besuchern ausgeführt, erfolgt die gewünschte Weiterempfehlung an Freunde/Bekannte nur bei Spitzenleistungen oder im Falle von Überraschungseffekten. Werte von 7 bzw. 8 auf der 10-stufigen Skala stehen für eine „erwartete Dienstleistung“. Darüber spricht man nicht, weil es nichts Außergewöhnliches ist. Und die Kennzahl (sie ist eben etwas aussagekräftiger als die Zufriedenheitswerte) setzt hier an. In der Studie 2014 wurde sie erstmals erhoben. Die Topwerte bewegen sich im 70 %-Bereich. 2014 führte Zermatt das Ranking an, 2016 Livigno und neu ist es 2018 Alta Badia mit 68,8 %. Auf den Plätzen folgen Zermatt und Serfaus-Fiss-Ladis. Der Durchschnittswert liegt bei 42,5 %. Erfreulich ist, dass alle Skigebiete diesmal im Plus-Bereich liegen! Erstmalige Besucher sind auch hier etwas kritischer: Der Durchschnittswert in dieser Gruppe liegt bei 25,0 %.

Neu haben wir 2018 auch einen internen Vergleich von Kriterien angestellt, die für Bergbahnen relevant sind, um zu prüfen, ob eventuelle Unterschiede auftreten. Dazu wurden die Kriterien Skigebietsgröße, Pistenqualität, Schneesicherheit, Beförderungskomfort, Sicherheit auf den Pisten, Preis-Leistungs-Verhältnis und Lift-Ticketpreise herangezogen. Zusätzlich wurden die Werte für die Bereiche Spaß & Unterhaltung, Fun- & Snowboardpark, Kinder-/Familienangebot am Berg verglichen. Auf den Spitzenrängen 1 – 3 ändert sich nichts. Hier führt, wie im Gesamtranking, der Kronplatz vor Zermatt und Serfaus-Fiss-Ladis bzw. Val Gardena. Der Stubaier-Gletscher und Ischgl würden bei dieser Bewertung in die Top 10 vorrücken.

Whether a business/region is successful or not depends on many factors. Satisfied guests are certainly the basis for it. But they are, after all, only a part of success – albeit not an insignificant one. Viewed over the long term, high satisfaction ratings from guests form a solid foundation to build upon in a systematic way. Individual guests, of course, assign very different ratings: a frequently travelling guest has different expectations. At very well-known ski resorts, guests again have higher expectations. It is crucial to fulfil them. In an overall view, general satisfaction with the selected top ski resorts in the study moves in a range between 8.54 (best score) and 6.93 (lowest score) – thus, within 23.2%. It is interesting, however, that the difference between first place (8.54) and 35th (7.94) is just 7.6%. Between rank 10 (8.23) and rank 20 (8.12) it is even just 1.4%. Thus, it is a close match between these ranks. The same ski resorts can be found regularly – with a few exceptions – in the top 10 or top 15. This shows how these places concentrate continuously on working to improve attractiveness.

The new, strategically important key indicator of the industry is the Net Promoter Score, meaning the rate of recommendation to others. It will play a decisive role in the future for how many first-time visitors there will be. As already described under first-time visitors, the desired recommendation to friends/acquaintances will be given only if there are top services or surprise factors. Values of 7 or 8 on the 10-stage scale stand for an “expected service”. This is nothing to talk about because it is not outstanding. And the indicator (it is simply explanatory in a slightly different way than the satisfaction values) picks up on this. It was surveyed for the first time in the study of 2014. The top values move in the 70%-range. In 2014, Zermatt led the ranking, in 2016 Livigno and, new in 2018, it is Alta Badia with 68.8%. Zermatt and Serfaus-Fiss-Ladis follow in the ranks. The average value is at 42.5%. It is fortunate that all ski resorts score in the positive range this time! First-time visitors are a little more sceptical here, too: the average value for this group is at 25.0%.

New in 2018, we also made an internal comparison of criteria that are relevant for ski lift operators, to find out if there are any potential differences. For this purpose, the criteria of the ski resort size, slope quality, guaranteed snow, transport comfort, safety on the slopes, price-performance ratio and lift ticket prices were considered. In addition, the values for the fields of fun & entertainment, fun & snowboard park, offer for children/families on the mountain were compared. Nothing changed in the top ranks 1 to 3. Here, as in the overall ranking, Kronplatz leads before Zermatt and Serfaus-Fiss-Ladis or Val Gardena. The Stubaier Glacier and Ischgl would move up into the top 10 with this rating.

Wo liegen die größten Veränderungen der Top 6 Wichtigkeiten bzw. Zufriedenheiten?

What are the biggest changes in the top 6 factors of importance or satisfaction?

	Wichtigkeit / <i>Importance</i>			Zufriedenheit / <i>Satisfaction</i>		
	2012	2018	Diff.	2012	2018	Diff.
Skigebietsgröße <i>Size of ski resort</i>	72,3	65,4	- 9,5 %	8,13	8,42	+ 3,6 %
Schneesicherheit <i>Guaranteed snow</i>	53,0	50,8	- 4,2 %	8,03	8,37	+ 4,2 %
Pistenpräparation <i>Slope preparation</i>	45,4	45,9	+ 1,1 %	7,93	8,25	+ 4,0 %
Freundlichkeit <i>Friendly ways</i>	29,4	30,8	+ 4,8 %	7,88	8,07	+ 2,4 %
Beförderungskomfort <i>Transport comfort</i>	33,5	31,5	- 6,0 %	7,80	8,17	+ 4,7 %
Hotel/Unterkunft <i>Accommodation</i>	35,4	35,5	+/- 0 %	7,87	8,13	+ 3,3 %

In welchen Kriterien werden die höchsten Zufriedenheitswerte erreicht?

Which criteria reached the highest satisfaction values?

Die Top 5 (durchschnittlich):	
<i>The top 5 (average):</i>	
Skigebietsgröße <i>Size of ski resort</i>	8,42
Skischule / Rent & Service <i>Ski school / Rental & service</i>	8,39
Schneesicherheit <i>Guaranteed snow</i>	8,37
Naturerlebnis <i>Natural surroundings</i>	8,34
Topwerte über 9:	
<i>Top values above 9:</i>	
Schneesicherheit <i>Guaranteed snow</i>	9,38 (Saas-Fee)
Skigebietsgröße <i>Size of ski resort</i>	9,35 (Alta Badia)
Fun- & Snowboardpark <i>Fun & snowboard park</i>	9,25 (Laax)
Naturerlebnis <i>Natural surroundings</i>	9,14 (Alta Badia)
Beförderungskomfort <i>Transport comfort</i>	9,09 (Kronplatz)
Skischule <i>Ski school</i>	9,06 (Laax)
Kinder-/Familienangebot <i>Offer for children/families</i>	9,03 (Grächen)

Die höchsten Anteile bei erstmaligen Gästen:

The highest percentages among first-time guests:

Livigno	(48,2 %)
Bad Kleinkirchheim/St. Oswald	(47,5 %)
Zell am See/Kaprun	(45,8 %)
Gastein	(45,6 %)
St. Anton	(42,9 %)

Wie entwickelt sich die Zufriedenheit im Bereich Preis-Leistungs-Verhältnis?

How has satisfaction developed in terms of the price-performance ratio?

Lifttickets <i>Lift tickets</i>	2012: 6,25	2018: 6,68	+ 6,9 %
Hotels/Unterkunft <i>Hotels/accommodation</i>	2012: 6,99	2018: 7,23	+ 3,4 %
Gastronomie am Berg <i>Gastronomy offer on the mountain</i>	2012: 6,60	2018: 7,05	+ 6,8 %

Die Entwicklung der Top 10 im Vergleich zur Gesamtentwicklung:

Development of the top 10 compared to the overall development:

Top 10 / 2018: Durchschnitt <i>Average</i>	8,37	2012: 8,03	+ % 4,2 %
Top 55 / 2018: Durchschnitt <i>Average</i>	8,01	2012: 7,74	+ % 3,5 %

Der Anteil der Tagesgäste lag 2018 bei 7,3 %. Die durchschnittliche Zufriedenheit lag mit 7,68 doch etwas unter dem Gesamtdurchschnitt. Den Bestwert erreicht die Aletsch Arena mit 8,50.

Die Wiederkommensrate liegt 2018 bei 47,5 % (ja, ganz sicher!). Der Bestwert bei 70,4 %.

Der Anteil der Stammgäste liegt nun bei aktuell 69,5 % (2012: 71,5 %, 2014: 68,4 %, 2016: 70,1 %).

Auffallend ist auch eine recht homogene Zufriedenheit der einzelnen Altersgruppen. So liegt der Durchschnittswert der 12–34-Jährigen mit 7,96 und jener der Generation 50+ mit 8,05 nicht weit auseinander.

Die Bewertung der Frage „Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit diesem Skigebiet“ liegt bei 8,33 und damit doch etwas höher, als würde man die 21 Kriterien addieren: Das ergäbe einen Wert von 8,01. Im Vergleich dazu lag dieser Wert 2016 bei 8,22.

Etwas genauer haben wir auch den Bereich Familie/Kinder analysiert. Aus anderen Studien wissen wir, dass im Bereich der Altersgruppe 20–30-Jährige die Affinität zu Wintersportaktivitäten abnehmend ist. Man könnte davon ableiten, dass – sofern dieser Personenkreis eine Familie gründet – auch die Kids nicht unbedingt zum Skisport animiert werden. Es gilt also zu überlegen, wie man künftig Familien und deren Kindern das Wintersporterlebnis und dessen positive Aspekte (gesunde, frische Luft, stressfreie, gemeinsame Zeit, Kindererlebnisse etc.) näherbringt. Man muss sich Gedanken darüber machen, wie ein entsprechend attraktives Angebot aussehen könnte. Neben einem tollen Kinderangebot spielt dabei auch die Frage des Preises für den Familienurlaub eine Rolle. Die Gesamtzufriedenheit liegt bei 8,13, insofern machen viele Skigebiete hier bereits einen guten Job. Leider stehen die Ticketpreise bei der Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses – in Relation zu den Gesamtkosten ja eher ein geringer Faktor – im medialen Fokus. Auch zeigt die Zufriedenheit damit (6,70) im Vergleich zum Zufriedenheitswert von Hotel/Unterkunft (7,30) eine nicht unwesentliche Differenz. Andererseits lässt die Entwicklung seit 2012 darauf schließen, dass man sich in diesem Punkt bereits stark verbessert hat (siehe oben). Hier gilt es die erbrachten Leistungen auch verstärkt zu kommunizieren.

Mit einer Sonderstudie, die im Frühjahr 2017 in 15 Top-Skigebieten durchgeführt wurde, wollte man dem Phänomen des doch frühen Ausstiegs der Generation 65+ aus dem Wintersport auf den Grund gehen. Der Anteil dieser Gruppe hat sich zwar in der vorliegenden Studie 2018 wieder etwas erhöht (wahrscheinlich wurde diese Altersgruppe durch die vorwiegend guten Schneebedingungen dazu motiviert, die Skier wieder aus dem Keller zu holen), dennoch gilt es zu überlegen, wie man Silver Ager länger auf den Pisten halten kann. Auf Platz 2 der Beweggründe, warum man den Skisport an den Nagel hängt, nennt diese Altersgruppe – nach gesundheitlichen Gründen – dass man sich auf den überfüllten Pisten nicht mehr sicher fühle. Dazu kommt die Angst, sich schwer zu verletzen, was auf ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis hinweist. Sofern man sich in diesem Segment positionieren will, muss man über entsprechende

The percentage of day guests in 2018 was 7.3%. Average satisfaction at 7.68 was a still a little below the overall average. The best value is reached by the Aletsch Arena with 8.50.

The rate of returning visitors in 2018 was at 47.5% (yes, quite certain!) The best value was at 70.4%.

The percentage of regular guests is now currently at 69.5% (2012: 71.5%, 2014: 68.4%, 2016: 70.1%).

It is also striking that satisfaction is rather homogenous between the individual age groups. Accordingly, the average value for 12 to 34-year-olds at 7.96 and that of the 50+ generation at 8.05 are not far apart.

The evaluation of the question “How satisfied are you overall with this ski resort” at 8.33 is therefore a little higher than it would be if the 21 criteria were added up: this would result in a value of 8.01. In comparison, this value in 2016 was at 8.22.

We have analysed the area of families/children a little more closely. We know from other studies that in the age group of the 20 to 30-year-olds the affinity for winter sports activities is falling. This could be explained by making the inference that – provided people in this group start a family – the kids, too, are not particularly animated to go skiing. Thus, it must be contemplated how to bring the winter sports experience and its positive aspects (healthy, fresh air, stress-free time together, childhood experiences, etc.) closer to families and their children from now on. Ideas must be developed as to what a correspondingly appealing offer could be like. Besides a great offer for children, also the question of the price for the family vacation plays a role here. Overall satisfaction is at 8.13, which means many ski resorts are already doing a good job here. Unfortunately, ticket prices are in the centre of media attention in the rating of the price-performance ratio – which is in relation to the overall costs a rather insignificant factor. Likewise, satisfaction with it (6.70) indicates a not insubstantial difference compared to the satisfaction value for hotel/accommodation (7.30). On the other hand, the development since 2012 leads to conclude that there have been strong improvements made in this point already (see above). Here, it is important to communicate the accomplishments made even better.

It was attempted to find the root causes for the phenomenon of the still very early exit of the 65+ generation from winter sports in a special study that was conducted in the spring of 2017 in 15 top ski resorts. Although the portion of this group has increased again slightly in the present 2018 study (this age group was probably motivated by the largely good snow conditions to dig out their skis from the basement again), but it must nonetheless be considered how the silver agers can be kept on the slopes longer. In 2nd place of motives for giving up skiing – after health reasons – this age group says that they do not feel safe anymore on overcrowded slopes. This is in addition to the fear of suffering serious injuries, which indicates a greater need for safety. If you want to position yourself in this segment, you have to contemplate corresponding products. Special natural surroundings (9.0), relaxation by exercise (8.7), positive atmosphere (8.7) are the arguments for winter sports that must be communicated more effectively here.

Produkte nachdenken. Spezielles Naturerlebnis (9,0) Entspannung durch Bewegung (8,7) positive Stimmung (8,7) sind jene Argumente für den Wintersport, die hier verstärkt kommuniziert werden müssen.

Es gibt ein neues Reglement für die Teilnahme an der Best Ski Resort Studie. Bis dato wurden die – nach bestimmten Kriterien definierten – 55 Top-Skigebiete befragt. Künftig wird es möglich sein, dass sich auch andere Skiregionen, die ein Mindestmaß an Größe und einen bestimmten Zufriedenheitswert erreichen (mindestens 8,05 – der aktuelle Rang 27), daran teilnehmen können. Vorerst gilt dies für max. vier Teilnehmer, wovon je Land maximal zwei aufgenommen werden können. Bei mehreren Teilnehmern, die diese Aufnahmekriterien erfüllen, entscheiden die erreichten Zufriedenheitswerte, die aufgrund des Fragebogens von Best Ski Resort im Winter 2018/2019 ermittelt werden. Da die Gesamtzahl von 55 Skiregionen beibehalten wird, werden aufgrund der Neu-Aufnahmen die am Schluss gereihten Skigebiete aus der Wertung genommen. Diese können sich dann wieder für die Befragung 2022 den Richtlinien entsprechend bewerben.

Es freut uns sehr, dass BEST SKI RESORT mittlerweile zu einer der anerkanntesten Studien im Bereich der Wissenschaft zählt. (siehe Vorwort Prof. Dr. Matzler) In Verbindung mit verschiedenen anderen wichtigen Kenndaten/Informationen möchten wir jener Partner der Branche sein, dessen Studien und Informationen für strategische Überlegungen, Positionierung, Markenbildung etc. und zur Weiterentwicklung bzw. Attraktivitätssteigerung herangezogen werden. Dies auch deshalb, weil es in Zukunft noch wichtiger sein wird, seine Gäste und deren Verhalten zu kennen, um proaktiv zu agieren!

Besonders bedanken möchte ich mich bei allen Mithelfern und Interviewern, die diese Studie „tragen“. Ein spezieller Dank geht an Christian, Alex, Daniel, Tina, Andi, die seit Jahren mit ihrem Know-how dazu beitragen, dass diese Studie zu dem geworden ist, was sie heute ist. In diesem Sinne wünsche ich viel Spaß beim Studium von Best Ski Resort 2018.

Studienleiter Michael Partel

There are new rules for participating in the Best Ski Resort Study. Until now, the 55 top ski resorts – according to specific criteria – have been surveyed. From now on, it will be possible that also other ski regions that have a minimum size and reach a certain satisfaction value (at least 8.05 – currently rank 27) can participate. For now, this applies to at most four participants of which maximally two per country can be included. If there are several participants, which meet these inclusion criteria, the decision will depend on the reached satisfaction values that are assessed on the basis of the questionnaire of Best Ski Resort in the winter of 2018/2019. Since the total number of 55 ski resorts is maintained, the ski resorts ranked last will be dropped from the ranking due to the new inclusions. These will then be able to apply again for the 2022 survey according to the guidelines.

We are very pleased that BEST SKI RESORT is by now one of the most recognised studies in the field of science. (see Foreword by Prof. Dr Matzler) In combination with various other important key data/information, we would like to be the industry's partner, whose studies and information are consulted for strategic considerations, positioning, branding, etc. and for the further development or improvement of appeal. This also has the reason that it will become even more important in the future to know one's guests and their behaviour in order to take proactive measures!

I would like to thank in particular all the assistants and interviewers, who "shoulder" this study. Special thanks to Christian, Alex, Daniel, Tina, Andi, who have contributed their know-how for many years so that this study has become what it is today. In this spirit, have fun reading Best Ski Resort 2018.

Study Director Michael Partel

Wenn Sie das für Sie ideale Skigebiet aufgrund der Zufriedenheitswerte auswählen wollen, dann schauen Sie auf den „finder“ unter: *If you would like to select the perfect ski resort for you using the satisfaction values, take a look at the “finder” at:*

www.best-skiresorts.com

Impressum:

Legal notice:

für den Inhalt verantwortlich:

Responsibility for the content:

Michael Partel

Mountain-Management.C.E.

Industriering 21, FL 9491 Ruggell

T +423-231-1331

mpartel@mountain-management.com

Irrtümer vorbehalten!

Subject to errors!