

Marke Ischia neu positionieren

Interview mit Dott.ssa Alessia Peraro, Romantica Resort & SPA, Sant'Angelo, Ischia.

Touristische Destinationen stehen weltweit in einem harten Konkurrenzkampf um die Gunst der Urlauber. Was bedeutet das für Ischia?

Ischia war nach der Boom-Phase mit Filmstars und Jetset über Jahrzehnte geprägt von Kurtourismus und hat davon sehr gut gelebt. Unsere Thermalquellen, die Kurangebote wie die Natur sind einzigartig. Zudem bietet die Insel eine Fülle an hochwertigen Übernachtungsmöglichkeiten und hervorragende gastronomische Angebote in jeder Preisklasse. Doch die Zeiten haben sich geändert. Durch den Generationswechsel hat Ischia eine sehr treue und betuchte Klientel verloren, die oft über Dekaden immer wieder bei uns zu Gast war. Erschwerend kommt hinzu, dass Krankenkassen insbesondere in Deutschland ihre Leistungen im Bereich Kur deutlich zurückgefahren haben. Gäste mussten die Kurleistungen also oft selbst bezahlen und wurden mit ihrem Buchungsverhalten deutlich zurückhaltender. So kamen immer weniger klassische Kurgäste und für andere Zielgruppen schien Ischia trotz seiner Schönheit als Rentnerparadies nicht wirklich attraktiv.

Welche Konsequenz hat das heute?

Ischia muss sich als Brand neu erfinden. Dabei spielen unsere natürlichen Ressourcen und insbesondere die Thermalquellen die zentrale Rolle. Die Insel verfügt über 110 Thermalquellen, die aus fünf Erdspalten hervortreten und die alle unterschiedliche mineralische Zusammensetzung haben. Dieses Thermalwasser kann an quasi allen Punkten auf Ischia genutzt werden.

Um dann wieder als Kur-Destination interessant zu werden?

Natürlich können Menschen wie schon die vornehmen Römer auf Ischia Kuren machen. Aber wir

arbeiten an einem Imagewechsel. Wir wollen weg von der Idee des Kurbetriebs hin zur Wellness im SPA-Bereich. Die neuen Zielgruppen sind jüngere Touristen und aktive Best Ager.

„Menschen wollen Ischia in seiner ganzen Schönheit und Fülle individuell erleben.“

Die Marke Ischia erlebt also quasi einen Refresh?

Das trifft den Punkt. Dabei geht es nicht nur um innovative SPA-Angebote, Yoga-Wochen und geführte Exkursionen, sondern um eine ganz andere Art von Tourismus. Die Zukunft gehört dem nachhaltigen Tourismus und der originären Customer Experience. Menschen wollen Ischia in seiner ganzen Schönheit und Fülle individuell erleben. Wo möglich sollten reine Fußgängerzonen eingerichtet werden, und mittelfristig dürften wir den Verkehr auf E-Mobilität umstellen. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir die Marke Ischia in den kommenden Jahren erfolgreich modernisieren und als touristische Destination weiterhin sehr attraktiv bleiben. ■



ROMANTICA RESORT S.R.L.

Via Ruffano 11, Località Sant'Angelo
IT - 80081 Serrara Fontana (NA)
Tel. +39 081 999216 / Fax +39 081 999070
info@hotelromantica.it
www.hotelromantica.it/de

*Nel fare Ospitalità ci mettiamo il cuore
Da oltre 50 anni*



Parco Termale

Romantico

H
o
t
e
l

S
p
a

S.
A
n
g
e
l
o

I
s
c
h
i
a