

**Landesinstitut für Statistik**

Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provinz.bz.it/astat • astat@provinz.bz.it

Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet
Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen
Verantwortliche Direktorin: Johanna Plasinger

**Istituto provinciale di statistica**

Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano
Tel. 0471 41 84 04-05 • Fax 0471 41 84 19

www.provincia.bz.it/astat • astat@provincia.bz.it

Riproduzione parziale o totale autorizzata con la citazione della fonte (titolo ed edizione)
Pubblicazione quindicinale iscritta al Tribunale di Bolzano al n. 10 del 06.04.89
Direttrice responsabile: Johanna Plasinger

astatinfo

Nr. **56**
10/2015

Gästebefragung in Südtirol

Tourismusjahr 2012/13

Indagine sul turismo in Alto Adige

Anno turistico 2012/13

Hauptergebnisse

- 41,6% der Touristen urlauben im Gebiet Dolomiten und Ahrntal.
- 60,7% der Touristen kommen im Sommer.
- 3-Sterne-Hotels (40,0%) und Halbpension (47,0%) werden bevorzugt.
- Die meisten Urlauber (85,5%) reisen mit dem Auto an.
- Die Urlauber aus Deutschland bilden die größte Touristengruppe (44,8%).
- 84,8% der Touristen kennen Südtirol bereits von früheren Aufenthalten, 43,6% verbringen ihren Urlaub seit mehr als 10 Jahren hier.
- Die mittleren täglichen Pro-Kopf-Ausgaben betragen 117 Euro (ohne Reise).
- Ungefähr die Hälfte der Touristenausgaben (56,5%) verbleibt in den Beherbergungsbetrieben.
- In den Wintermonaten wird durchschnittlich mehr ausgegeben als im Sommer (+29,1%).
- Die Urlauber aus außereuropäischen Ländern konsumieren am meisten (156 Euro am Tag pro Person).
- 83,3% der Touristen sind mit ihrem Aufenthalt insgesamt *sehr zufrieden*.
- Im Urlaub wird weniger auf den Preis geschaut.
- Größere Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis im Sommerhalbjahr.

Risultati principali

- Il 41,6% dei clienti si concentra nelle Dolomiti ed in Valle Aurina.
- Il 60,7% sceglie la stagione estiva.
- Vengono preferiti gli esercizi a 3 stelle (40,0%) ed una sistemazione con mezza pensione (47,0%).
- La maggior parte dei clienti (85,5%) usufruisce dell'automobile per raggiungere la località turistica.
- I turisti provenienti dalla Germania costituiscono il maggior segmento (44,8%).
- L'84,8% dei clienti conosce l'Alto Adige già da precedenti soggiorni, il 43,6% frequenta la zona da più di 10 anni.
- Si rileva una spesa media pro-capite giornaliera di 117 euro (escluso il viaggio).
- Circa la metà della spesa turistica complessiva (56,5%) rimane all'interno degli esercizi ricettivi.
- Nei mesi invernali si spende in media di più che nei mesi estivi (+29,1%).
- Si registra una maggiore propensione al consumo tra i turisti provenienti da paesi extra-europei (156 euro al giorno pro-capite).
- I turisti si dichiarano nel complesso *molto soddisfatti* (83,3%).
- In vacanza si presta meno attenzione ai prezzi bassi.
- Maggiore soddisfazione riguardo al rapporto qualità/prezzo nella stagione estiva.

In der vorliegenden Studie wurden Daten aus der Untersuchung zu den Touristenausgaben analysiert, welche im Tourismusjahr 2012/13 (November 2012 bis Oktober 2013) in den Beherbergungsbetrieben Südtirols erhoben wurden. Im Rahmen dieser Erhebung wurden die Gäste zu ihrem Reise- und Ausgabeverhalten befragt. Daraus konnten interessante Informationen zu den Eigenschaften der Touristen und ihres Aufenthalts gewonnen werden.

Weiters wurde auch der Zufriedenheitsgrad der Touristen erhoben. Damit beschäftigt sich der zweite Teil dieser Studie.

Im ersten Kapitel des ersten Teils dieser Studie werden die Eigenschaften des Aufenthalts, wie Tourismushalbjahr, Zielgebiet, Betriebskategorie, Verpflegung, Grund des Urlaubs und Aufenthaltsdauer analysiert. Anschließend werden die Eigenschaften der Gäste, wie Herkunft, Alter, Art der Urlaubereinheit, Aufenthaltshäufigkeit und Haushaltseinkommen, betrachtet.

Im zweiten Kapitel werden die Ergebnisse über die Touristenausgaben dargestellt. Dazu wurden ihre Zusammensetzung sowie die Verteilung der Ausgaben auf die einzelnen Ausgabenposten untersucht.

Das dritte Kapitel beschäftigt sich hingegen mit den einzelnen Ausgabenposten in Bezug auf einige Urlauberkategorien.

Im nächsten Kapitel werden die Urlauberprofile zusammengefasst: Dabei wird vor allem der „durchschnittliche Tourist“ mit den repräsentativsten Merkmalen beschrieben. Außerdem werden sechs weitere saisonenspezifische Urlauberprofile vorgestellt.

Der zweite Teil beschäftigt sich, wie bereits erwähnt, mit der Zufriedenheit der Touristen.

Das erste Kapitel des zweiten Teils befasst sich damit, wie sehr auf das Preisniveau geachtet wird.

Im zweiten Kapitel wird die Zufriedenheit mit den Preisen der Beherbergungsbetriebe und in der Gastronomie untersucht.

Das dritte Kapitel betrachtet die Gesamtzufriedenheit der Touristen mit ihrem Südtirolurlaub.

Die Analyse schließt mit der Beschreibung der methodologischen Aspekte.

Nel presente studio vengono analizzati i dati derivanti dall'indagine sulla spesa turistica effettuata durante l'anno turistico 2012/13 (da novembre 2012 ad ottobre 2013) presso gli esercizi ricettivi dell'Alto Adige. Nell'ambito dell'indagine si è esplorato il comportamento di viaggio e di spesa dei turisti. Ciò permette di trarre importanti informazioni riguardo alle caratteristiche dei turisti e del loro soggiorno.

È stato anche analizzato anche il livello di soddisfazione del turista. A questo tema è dedicata la seconda parte di questo studio.

Nel primo capitolo della prima parte dello studio si analizzano le caratteristiche del soggiorno, quali la stagione turistica, l'area di destinazione, la categoria d'esercizio, la modalità di sistemazione, il motivo del soggiorno e la durata del soggiorno. Dopodiché vengono presentate le caratteristiche dei turisti, quali la provenienza, l'età, il tipo di nucleo turistico, la frequenza del soggiorno ed il reddito familiare.

Nel secondo capitolo sono riportati i risultati in riferimento alla spesa turistica, in cui sono stati analizzati gli aspetti della sua struttura e della sua distribuzione.

In un terzo capitolo si analizzano invece le singole voci di spesa rispetto ad alcune categorie di turisti.

Nel capitolo successivo si riassumono i profili turistici: in primo luogo viene descritto il profilo del "turista medio", con le sue caratteristiche più rappresentative; successivamente altri sei profili, relativi alle due stagioni turistiche.

La seconda parte, come detto, si concentra sulla soddisfazione del turista.

Nel primo capitolo di questa parte si pone l'accento sul grado di attenzione riguardo al livello dei prezzi.

Nel secondo capitolo si esamina il livello di soddisfazione per i prezzi praticati negli esercizi ricettivi e per la ristorazione.

Nel terzo capitolo l'analisi si sposta sulla soddisfazione complessiva del turista riguardo alla sua vacanza in Alto Adige.

L'analisi si conclude poi con una descrizione degli aspetti metodologici.

Teil 1

Die Touristen und ihre Ausgaben

Autorin: **Francesca Pavani** (ASTAT)



Parte 1

I turisti e la spesa turistica

Autrice: **Francesca Pavani** (ASTAT)

1. Strukturelle Merkmale

Der Aufenthalt

Südtirol war auch im Tourismusjahr 2012/13 mit 6 Millionen Urlaubern eine sowohl im Sommer (60,7%) als auch im Winter (39,3%) sehr gut besuchte Tourismusdestination. Zu den beliebtesten Zielen zählen die Dolomiten, die zusammen mit dem Ahrntal von 41,6% der Touristen in Südtirol besucht werden. Dieser Wert ist gegenüber dem Tourismusjahr 2007/08 (Jahr der letzten Erhebung) leicht gesunken. Damals wählten noch 44,6% der Urlauber diese Gebiete als Urlaubsziel. Demgegenüber stehen die Zielgebiete Meraner Land, Vinschgau und Südtirols Süden, die im Vergleich zu 2007/08 Anstiege um 1,4, 1,2 und 0,3 Prozentpunkte verzeichnen.

Bei der Unterkunft bevorzugen die Gäste immer noch Beherbergungsbetriebe mit 3 Sternen (40,0%). Höhere Kategorien mit 4-5 Sternen (22,9%) werden häufiger gewählt als bei der vorhergehenden Erhebung (+4,2 Prozentpunkte) und fast doppelt so oft gebucht wie die niedrigeren Kategorien mit 1-2 Sternen (12,2%). Demgegenüber nehmen die Aufenthalte in anderen Einrichtungen wie Campingplätzen, Residence usw. zu, die von einem Viertel der Touristen gewählt werden.

Auch 2012/13 ist die Halbpension die am häufigsten gewählte Verpflegungsart (47,0%), während die Vollpension (8,6%) nur eine untergeordnete Rolle spielt. Nahezu unverändert bleibt die Zahl der Touristen, die sich für „nur Übernachtung“ und „Übernachtung mit Frühstück“ entscheiden (19,0% bzw. 25,4%).

Der Hauptgrund für die Entscheidung der Touristen für einen Südtirolurlaub ist im Sommer wie im Winter die Ausübung von Sport (68,0% bzw. 78,4%). Die übrigen Urlauber geben Entspannung, Gastronomie oder Shopping an, ohne Kultururlaube, Dienstreisen oder den Wunsch nach ein paar Tagen in der Natur als Auszeit vom Alltag auszuschließen.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt in den meisten Fällen (67,9%) höchstens eine Woche. Knapp ein Drittel der Touristen (32,1%) verweilt länger in Südtirol.

Die meisten Urlauber reisen mit dem Auto oder Motorrad an den Urlaubsort (85,5%). 4,5% nutzen den Zug

1. Caratteristiche strutturali

Il soggiorno

Anche nell'anno turistico 2012/13, l'Alto Adige con i suoi 6 milioni di visitatori, rappresenta una destinazione turistica molto frequentata sia d'estate (60,7%) che d'inverno (39,3%). Fra le mete preferite spiccano le località turistiche nelle Dolomiti che, insieme alla Valle Aurina, accolgono il 41,6% dei turisti dell'Alto Adige. Quest'ultima percentuale è lievemente diminuita rispetto al 2007/08, anno della precedente indagine, che vedeva nella stessa zona il 44,6% dei turisti. In compenso rispetto al 2007/08 nelle aree di Merano e dintorni, Val Venosta e sud altoatesino (Bolzano Vigneti e dintorni) si rilevano aumenti rispettivamente di 1,4, 1,2 e 0,3 punti percentuali.

Fra l'offerta di alloggi, vengono ancora preferiti gli esercizi ricettivi a 3 stelle (40,0%). Le alte categorie con 4-5 stelle (22,9%) vengono scelte con maggiore frequenza rispetto allo scorso quinquennio (+4,2 punti percentuali), le quali quasi raddoppiano il dato delle basse categorie con 1-2 stelle (12,2%). Di contro aumenta l'utilizzo di altre tipologie di alloggi, quali camping, residence ecc. che arriva a ricoprire un quarto dei turisti.

Anche per il 2012/13 la modalità di sistemazione più richiesta risulta la mezza pensione (47,0%), mentre la pensione completa (8,6%) gioca un ruolo di secondo piano. Rimangono pressoché invariate le quote dei turisti che optano per una sistemazione con "solo pernottamento" e "pernottamento con colazione" (rispettivamente 19,0% e 25,4%).

La maggiore motivazione che porta i turisti a scegliere l'Alto Adige come meta per il loro soggiorno sia estivo che invernale è quella sportiva, rispettivamente il 68,0% ed il 78,4%. I restanti ospiti optano per vacanze di relax, gastronomiche o dedicate allo shopping, senza escludere soggiorni per motivi culturali, lavorativi o semplicemente per trascorrere alcuni giorni immersi nella natura per un breve stacco dalla "quotidianità".

La durata media del soggiorno risulta nella maggior parte dei casi (67,9%) al massimo di una settimana. Quasi un terzo (32,1%) dei turisti si trattiene tuttavia per un periodo più lungo.

Per raggiungere la località turistica la maggior parte dei clienti preferisce utilizzare come mezzo principale

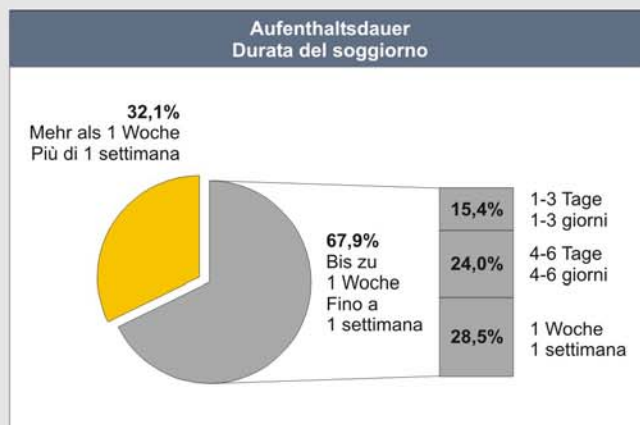
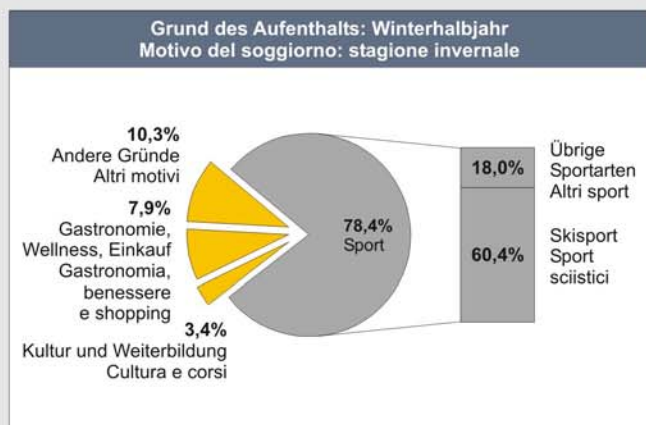
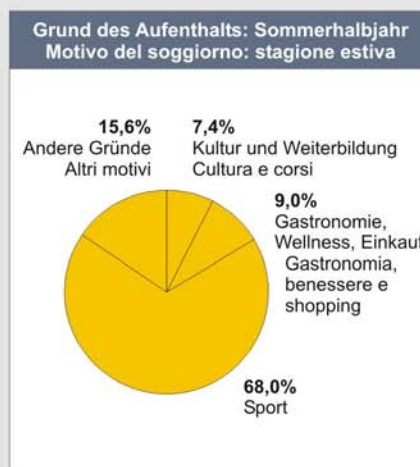
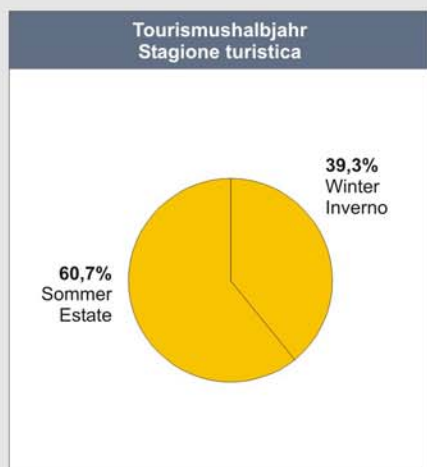
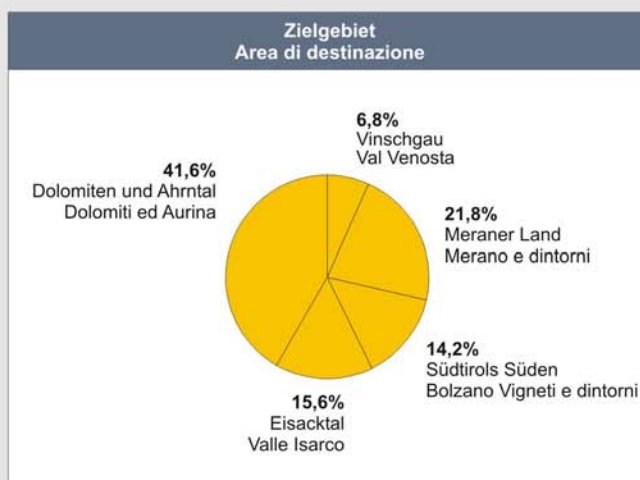
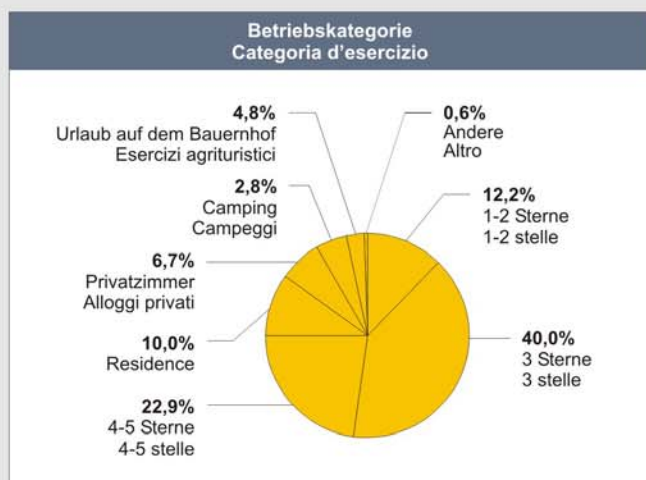
und 3,8% das Flugzeug. Während des Aufenthalts verwenden 13,5% der Touristen einen öffentlichen Autobus und 11,2% überhaupt keine Verkehrsmittel.

l'automobile o la moto (85,5%). Il 4,5% utilizza il treno e il 3,8% l'aereo. Durante il soggiorno il 13,5% dei clienti usufruisce dell'autobus pubblico e l'11,2% non utilizza nessun mezzo di trasporto.

Graf. 1

Touristen nach Aufenthaltsmerkmal - Tourismusjahr 2012/13

Prozentuelle Verteilung
Turisti per caratteristiche del soggiorno - Anno turistico 2012/13
Composizione percentuale



© astat 2015 - sr

Die Touristen

Der Tourismusmarkt lässt sich nach Herkunftsland grundsätzlich in zwei Hauptgruppen unterteilen: in die Touristen aus Deutschland (44,8%) und jene aus Italien (34,9%). Kleinere Gruppen bilden die Österreicher und Schweizer (jeweils ungefähr 5%), die Touristen aus den anderen europäischen Ländern (9,1%) und jene aus außereuropäischen Ländern (1,8%).

Werden die Touristen nach Altersklasse differenziert, so fällt auf, dass die Gruppe der 45- bis 64-Jährigen überwiegt (45,7%). Es folgen die 25- bis 44-Jährigen mit 22,2% und die über 65-Jährigen mit 20,0%. In den letzten fünf Jahren haben die Urlauber der höheren Altersklassen (45-64 Jahre und über 65) zugenommen (+9,0 Prozentpunkte bzw. +3,9 Prozentpunkte), während die Zahl der jüngeren Touristen rückläufig war (von 28,9% im Jahr 2007/08 auf 22,2% im Jahr 2012/13). Dies weist klar auf eine tendenzielle Alterung der Südtirolurlauber hin, die höchstwahrscheinlich sowohl mit der höheren Lebenserwartung und den

I turisti

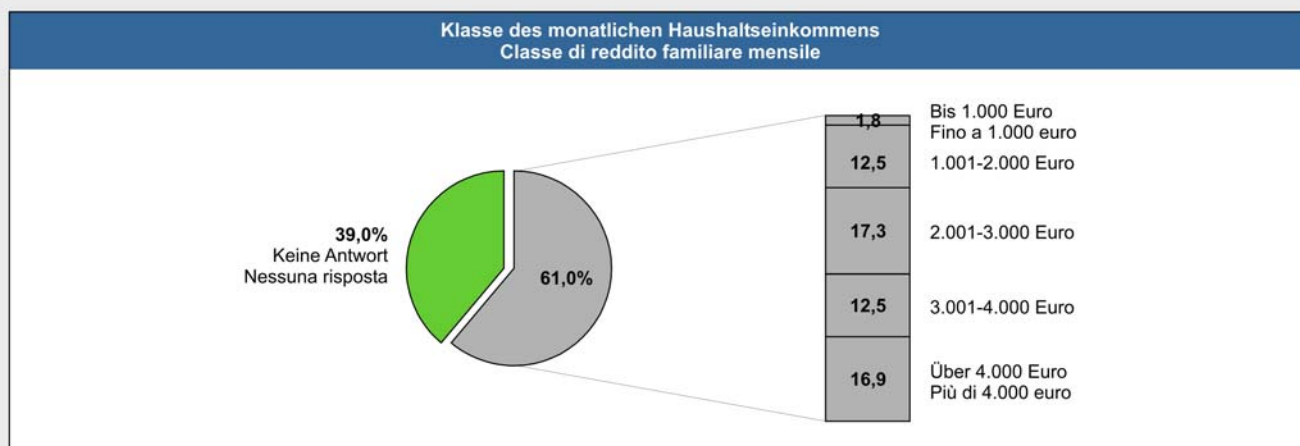
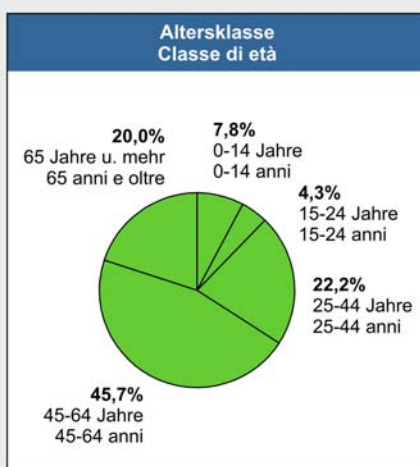
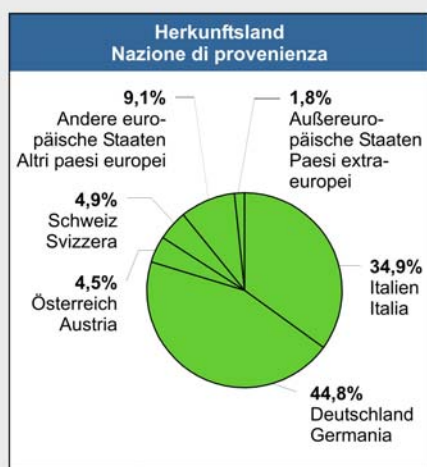
Il mercato turistico si può suddividere principalmente in due grandi segmenti sulla base della nazione di provenienza: il primo formato da coloro che provengono dalla Germania (44,8%) ed il secondo formato dai turisti provenienti dall'Italia (34,9%). Ulteriori minori segmenti sono costituiti invece da austriaci e svizzeri (entrambi vicini al 5%), da turisti di altri paesi europei (9,1%) e di paesi extra-europei (1,8%).

Differenziando per classe di età si evince che il gruppo più rappresentativo è quello costituito dalle persone di età compresa fra i 45 ed i 64 anni (45,7%). Seguono le classi 25-44 anni e over 65 rispettivamente con il 22,2% ed il 20,0%. Considerando l'ultimo quinquennio si può notare che le classi di età maggiore (45-64 e over 65) hanno registrato un aumento (rispettivamente di 9,0 e 3,9 punti percentuali), mentre sono diminuiti i turisti più giovani (da 28,9% nell'anno 2007/08 a 22,2% nel 2012/13). Questo definisce chiaramente un tendenziale invecchiamento dei turisti in Alto Adige, correlato con forte probabilità sia all'au-

Graf. 2

Touristen und ihre Merkmale - Tourismusjahr 2012/13 Prozentuelle Verteilung

Turisti e relative caratteristiche - Anno turistico 2012/13 Composizione percentuale



daraus folgenden Möglichkeiten, in höherem Alter zu reisen, als auch mit der großen Anzahl an Stammgästen zusammenhängt, die seit vielen Jahren nach Südtirol kommen. Weiters könnten auch die größeren Schwierigkeiten der jüngeren Altersklassen, sich einen Urlaub leisten zu können, eine Rolle spielen. Die jungen Gäste machen tendenziell kürzere Urlaube, die häufig nur ein Wochenende dauern. Die meisten älteren Touristen bevorzugen jedoch nicht diese Art des Urlaubs.

Betrachtet man die Zusammensetzung der Urlauber-einheiten⁽¹⁾, sind fast die Hälfte Paare (46,7%). Von den Urlaubern mit Kind (28,5%) verreist nur 1,0% auch mit Freunden. 14,2% der Touristen entscheiden sich für einen Urlaub mit der Familie, ohne Kinder, und mit Freunden oder nur mit Freunden. Die übrigen „belohnen“ sich mit einem Single-Aufenthalt, den sie vor allem zur Sportausübung oder Entspannung nutzen oder einfach aus Arbeitsgründen tätigen.

Südtirol kann als Urlaubersdestination auf einen großen Anteil an Stammgästen bauen: 84,8% der Gäste geben an, Südtirol schon aus früheren Aufenthalten zu kennen. Ein beträchtlicher Teil von ihnen (43,6%) verbringt den Urlaub schon seit mehr als 10 Jahren in Südtirol.

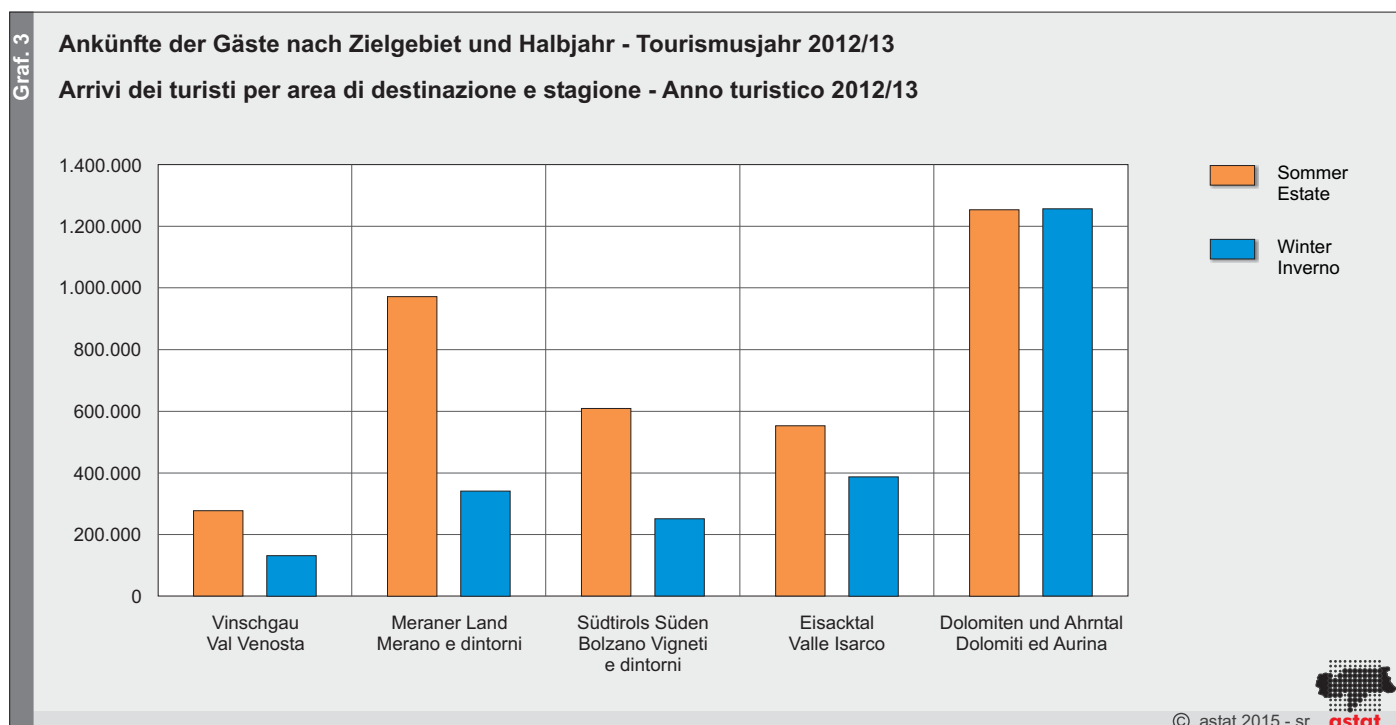
Zum Haushaltseinkommen wollten 39,0% der befragten Gäste keine Angaben machen. Die meisten geben an, dass sie über ein Monatseinkommen zwischen 2.000 und 3.000 Euro oder über 4.000 Euro (17,3% bzw. 16,9%) verfügen. Die Einkommensklassen 1.000-2.000 Euro und 3.000-4.000 Euro weisen Anteile von 12,5% auf. Nur die Einkommensklasse bis

mento dell'aspettativa di vita e quindi alla sempre maggiore possibilità di viaggiare ad età più avanzate, sia all'alto numero di clienti abituali da molti anni, nonché alla maggiore difficoltà per i più giovani di permettersi una vacanza. Infatti i giovani effettuano soggiorni più brevi, che consistono molto spesso anche in singoli weekend, tipologia di vacanza che le classi di età più avanzate nella maggioranza dei casi non prediligono.

Analizzando la composizione dei nuclei turistici⁽¹⁾, quasi la metà è costituita da coppie (46,7%). Di coloro che viaggiano con figli (28,5%) solo l'1,0% condivide la vacanza anche con amici. Invece il 14,2% dei turisti decide di godersi la vacanza in famiglia senza figli e con amici o soltanto tra amici. Il restante 10,6% si "regala" un soggiorno da single, dedicato per la maggior parte allo sport, al relax o semplicemente per motivi di lavoro.

Come destinazione turistica, l'Alto Adige può contare su un alto numero di clienti abituali, infatti l'84,8% dei turisti dichiara di conoscere l'Alto Adige già da precedenti soggiorni. Tra questi, inoltre una quota consistente (43,6%) trascorre le proprie vacanze in Alto Adige da più di 10 anni.

Riguardo al proprio reddito familiare il 39,0% dei turisti intervistati non ha voluto fornire informazioni. Coloro che dichiarano di avere un reddito familiare netto compreso fra 2.000 e 3.000 euro o maggiore di 4.000 euro mensili costituiscono le classi maggiori (rispettivamente 17,3% e 16,9%). Le classi di reddito tra 1.000-2.000 euro e tra 3.000-4.000 euro registrano



(1) Prozentwerte an den Befragten, nicht gewichtete Werte
Percentuali su intervistati, valori non pesati

1.000 Euro ist wie erwartet deutlich unterrepräsentiert (1,8%).

Die Datenanalyse nach Saison und Zielgebiet zeigt, dass in allen Tourismusdestinationen grundsätzlich ein Unterschied zwischen der Zahl der Urlauber im Sommer und im Winter besteht. Einzige Ausnahmen sind das Dolomitengebiet und Ahrntal, wo in beiden Jahreszeiten fast gleich viele Touristen anreisen (1.253.547 Touristen im Sommerhalbjahr, 1.256.790 im Winterhalbjahr). In den anderen Gebieten erweist sich die warme Jahreszeit als gewinnbringender, beispielsweise im Meraner Land, das von 74,0% der dortigen Urlauber nur im Sommer besucht wird.

entrambe un 12,5%. Soltanto la classe di reddito fino a 1.000 euro è, come prevedibile, nettamente sotto-rappresentata (1,8%).

Dall'analisi degli arrivi dei turisti si evidenzia infine una generale divergenza tra l'afflusso degli stessi nella stagione invernale ed in quella estiva, ad eccezione della zona più frequentata (Dolomiti e Valle Aurina), nella quale si nota un buon equilibrio tra le due stagioni (1.253.547 turisti per la stagione estiva, 1.256.790 per quella invernale). Nelle altre aree invece la stagione estiva si rivela alquanto più proficua, come per esempio nella zona di Merano e dintorni con il 74,0% dei suoi clienti solo in estate.

2. Die Touristenausgaben

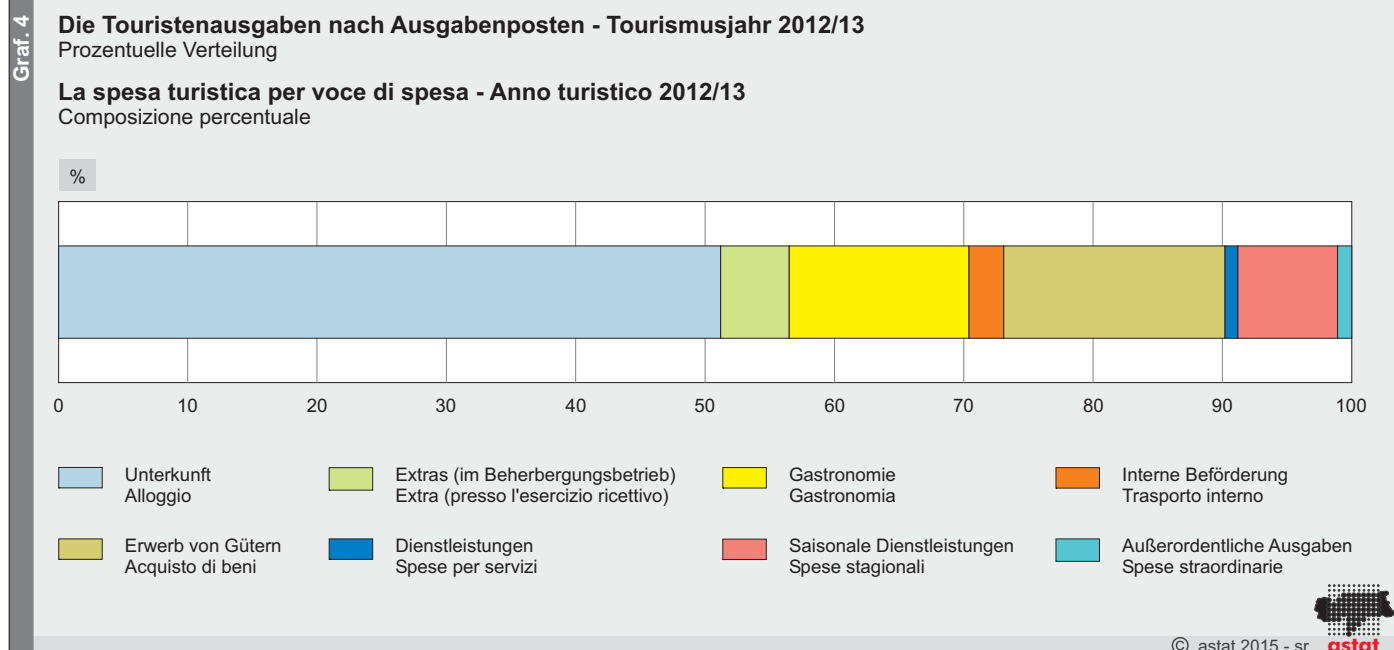
Die Zusammensetzung der Ausgaben

Für das gesamte Tourismusjahr 2012/13 ergeben sich mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben der Touristen von etwas mehr als 117 Euro: 136 Euro im Winterhalbjahr und 105 Euro im Sommerhalbjahr. Die Ausgaben für die An- und Rückreise sind in diesen Beträgen nicht enthalten. Eingeschlossen sind hingegen alle Hauptausgabenposten wie Unterkunft, Gastronomie, interne Beförderung, Dienstleistungen, Erwerb von Gütern sowie die saisonal abhängigen Ausgaben für Skipass, Mobilcard, Sportunterricht, Verleih von Sportausrüstung usw. Sofern vorhanden, sind auch die eventuellen außerordentlichen Ausgaben enthalten (Beträge kleiner oder gleich 1.000 Euro).

2. La spesa turistica

La struttura della spesa

Analizzando la spesa sostenuta dai turisti per l'intero anno turistico 2012/13, si ottiene una spesa media che supera di poco i 117 euro pro-capite giornalieri, i quali si traducono in 136 euro per la stagione invernale ed in 105 euro per la stagione estiva. Da questa spesa è escluso il viaggio per raggiungere la località. Sono incluse, invece, tutte le voci di spesa principali tra cui alloggio, gastronomia, trasporto interno, servizi, acquisto beni, nonché le spese per servizi stagionali, quali skipass, mobilcard, lezioni, noleggio ecc. ed infine, dove presenti, eventuali spese straordinarie (con valori inferiori o uguali ai 1.000 euro).



56,5% der täglichen Pro-Kopf-Ausgaben der Touristen werden im Beherbergungsbetrieb ausgegeben. Für den Erwerb von Gütern werden 17,1% aufgewendet, für die Gastronomie 13,9%, für die Ausgaben für Dienstleistungen wie Museen, Ausstellungen, Kino usw. 1,0% sowie für die interne Beförderung 2,7%. Auf die übrigen Dienstleistungen wie Skipass, Sportunterricht, Verleih von Sportzubehör usw. sowie die eventuellen weiteren außerordentlichen Ausgaben entfallen 7,7% bzw. 1,1%.⁽²⁾

Il 56,5% della spesa pro-capite giornaliera del turista medio viene consumata all'interno dell'esercizio ricettivo, il 17,1% viene destinato all'acquisto di beni, il 13,9% alla gastronomia, l'1,0% alle spese per servizi, come musei, mostre, cinema ecc. ed infine il 2,7% al trasporto interno. I restanti servizi, quali skipass, lezioni di sport, noleggio di attrezzatura, mobilcard ecc., nonché eventuali ulteriori spese straordinarie, contribuiscono rispettivamente con un 7,7% ed un 1,1%.⁽²⁾

Höhere mittlere Ausgaben im Winterhalbjahr

Die mittleren Pro-Kopf-Ausgaben der Touristen in Südtirol sind im Winter zwischen November und April etwas höher als im Sommer zwischen Mai und Oktober. Der Unterschied beträgt 10,5%, wenn nur die Hauptausgabenposten (Unterkunft, Gastronomie, interne Beförderung usw.) berücksichtigt werden. Werden hingegen auch die „anderen Ausgaben für saisonale Dienstleistungen“ wie Skipass, Konferenzen usw. und die eventuellen „außerordentlichen Ausgaben“ eingeschlossen, erhöht sich der Unterschied auf 29,1%. Im Winterhalbjahr sind nicht nur die durchschnittlichen Ausgaben in den Hauptausgabenposten höher, sondern auch die „Extra-Ausgaben“.

Spesa media più elevata nei mesi invernali

La spesa media pro-capite dei turisti in Alto Adige registra in media durante la stagione invernale (da novembre ad aprile) valori più elevati che nella stagione estiva (da maggio ad ottobre). Essa evidenzia una differenza che si aggira attorno al +10,5%, se si considerano esclusivamente le voci di spesa principali (quali alloggio, gastronomia, trasporto interno ecc.), fino a raggiungere variazioni del +29,1%, se includiamo anche „altre spese per servizi stagionali“ come skipass, conferenze ecc. ed eventuali „spese straordinarie“. Infatti oltre alla spesa media riferita alle voci di spesa principali, anche le spese „extra“ risultano essere maggiori nella stagione invernale.

Tab. 1

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Ausgabenposten und Halbjahr - Tourismusjahr 2012/13

Spesa media giornaliera pro-capite per voce di spesa e stagione - Anno turistico 2012/13

	Tourismusjahr Anno turistico	Winterhalbjahr Stagione invernale	Sommerhalbjahr Stagione estiva	
Absolute Werte in Euro / Valori assoluti in euro				
Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben (außer Fahrt)	117,37	135,97	105,31	Spesa media pro-capite giornaliera (escluso viaggio)
Ausgaben für die Anreise	77,67	75,69	78,92	Spese viaggio di andata
Prozentuelle Verteilung / Composizione percentuale				
Unterkunft	51,2	46,1	55,5	Alloggio
Extras (im Beherbergungsbetrieb)	5,3	5,0	5,6	Extra (presso l'esercizio ricettivo)
Gastronomie	13,9	13,9	13,9	Gastronomia
Interne Beförderung	2,7	1,8	3,4	Trasporto interno
Erwerb von Gütern	17,1	15,5	18,5	Acquisto di beni
Dienstleistungen	1,0	0,9	1,0	Spese per servizi
Hauptausgabenposten insgesamt	91,2	83,2	97,9	Totale voci di spesa principali
Andere Ausgaben für saisonale Dienstleistungen	7,7	15,6	1,1	Altre spese per servizi stagionali
Andere außerordentliche Ausgaben	1,1	1,2	1,0	Altre spese straordinarie
Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben	100,0	100,0	100,0	Spesa media pro-capite giornaliera

(2) Für eine möglichst realistische Interpretation der obgenannten Prozentwerte muss auch die Verfügbarkeit der Daten für die einzelnen erhobenen Ausgabenposten berücksichtigt werden. Diese Angaben finden sich in der Übersicht im Abschnitt „Anmerkungen zur Methodik“.

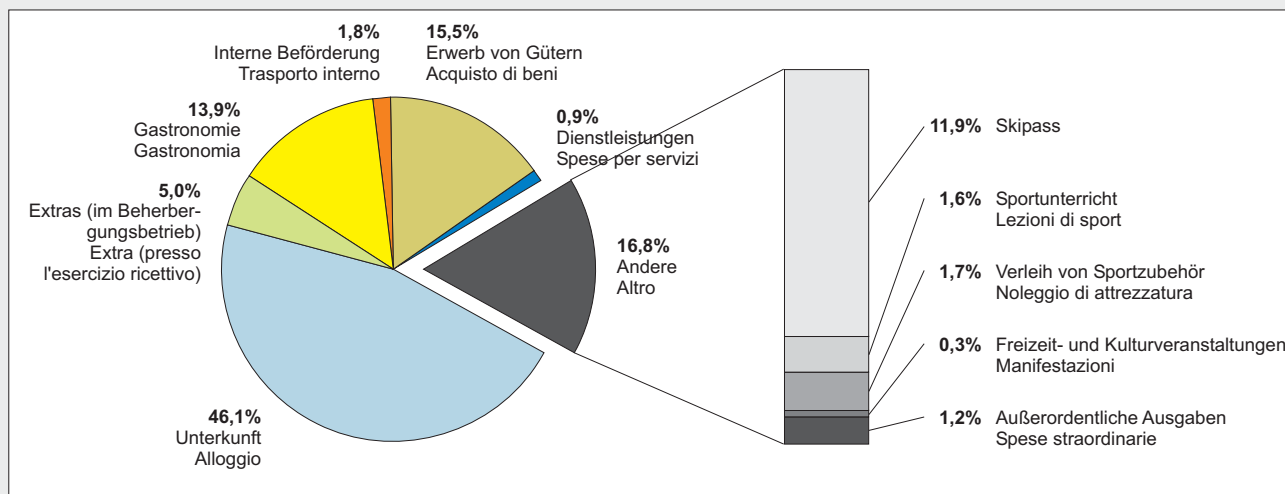
Al fine di un'interpretazione più realistica possibile dei valori percentuali sopracitati, è importante tenere presente anche della disponibilità di dati in corrispondenza delle diverse voci rilevate. Queste informazioni si trovano nel prospetto riportato nelle note metodologiche.

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Ausgabenposten - Winterhalbjahr 2012/13

Prozentuelle Verteilung

Spesa media giornaliera pro-capite per voce di spesa - Stagione invernale 2012/13

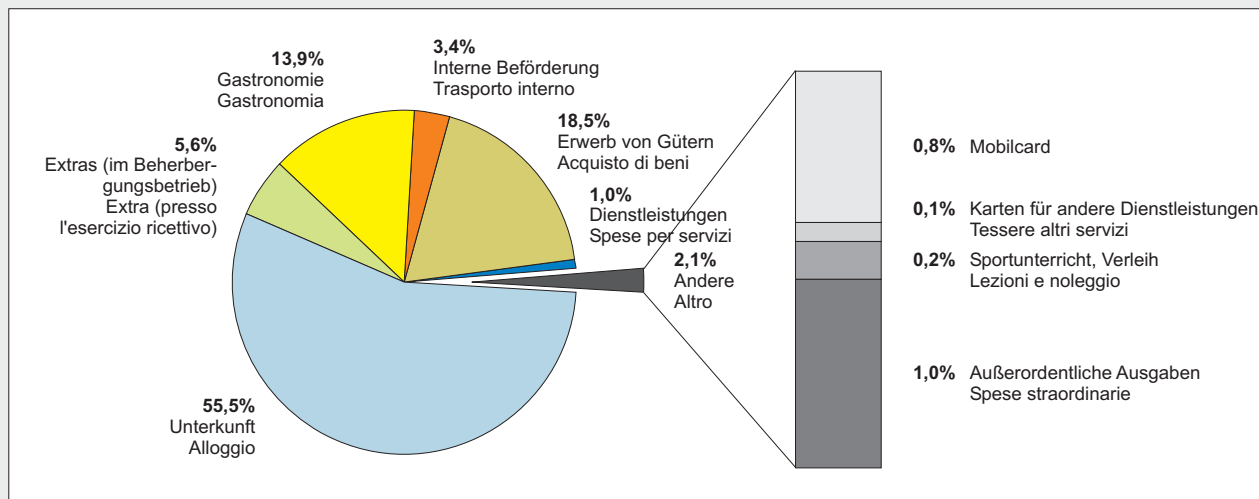
Composizione percentuale

© astat 2015 - sr **astat****Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Ausgabenposten - Sommerhalbjahr 2013**

Prozentuelle Verteilung

Spesa media giornaliera pro-capite per voce di spesa - Stagione estiva 2013

Composizione percentuale

© astat 2015 - sr **astat**

In Hinblick auf die Hauptaussgabenposten zeigt sich zwischen den Halbjahren vor allem in Bezug auf die Ausgaben für die Unterkunft, Gastronomie und den Erwerb von Gütern und Dienstleistungen ein signifikanter Unterschied. Die Ergebnisse im Einzelnen:

- die täglichen Ausgaben für die Unterkunft sind im Durchschnitt im Winter um 7,9% höher als im Som-

Focalizzandoci sulle principali voci di spesa si nota una significativa divergenza tra le due stagioni soprattutto per quanto concerne l'alloggio, la gastronomia e l'acquisto di beni e servizi. Nel dettaglio:

- le spese relative all'alloggio riportano in media un valore per la stagione invernale maggiore del 7,9%

mer. Dies hängt damit zusammen, dass im Sommer häufiger günstigere nicht gastgewerbliche Unterkünfte wie Campingplätze gebucht werden;

- die mittleren täglichen Pro-Kopf-Ausgaben für die Gastronomie sind im Winter um 28,6% höher als im Sommer. Dies lässt sich vermutlich darauf zurückführen, dass im Sommer Picknicks und leichtere Mahlzeiten einfacher möglich sind und dass häufig ein größeres Angebot besteht als im Winter;
- die Ausgaben für den Erwerb von Gütern sind ebenfalls im Winter um 8,3% höher als im Sommer, was vermutlich mit den winterlichen Schlechtwettertagen zusammenhängt, an denen keine Ausflüge oder Aktivitäten im Freien möglich sind. Der Wert ist in jedem Fall relativ unbeständig, da bestimmte Ausgabenarten im Bereich „Shopping“ deutlichen Schwankungen unterliegen;
- die Ausgaben für Dienstleistungen umfassen die Ausgaben für Freizeit- und Kulturaktivitäten, die überwiegend im Winter unternommen werden wie Kino-, Museums-, Ausstellungs- oder sonstige Veranstaltungsbesuche. Diese Ausgaben sind im Winterhalbjahr geringfügig höher als im Sommer.

Der Unterschied zwischen den beiden Halbjahren ist außerdem auf die „*anderen Ausgaben für saisonale Dienstleistungen*“ zurückzuführen. Im Winter werden diese deutlich vom „Skipass“ beeinflusst, welcher 11,9% an den Gesamtausgaben ausmacht. Insgesamt beträgt der Anteil der „*anderen Dienstleistungen*“ und „*außerordentlichen Ausgaben*“ im Winterhalbjahr 16,8% und im Sommerhalbjahr 2,1%. Davon entfällt im Winter ein größerer Anteil auf die Dienstleistungen in Zusammenhang mit den Wintersportarten (Skipass, Kurs, Verleih von Sportzubehör) und ein geringerer auf die Ausgaben für kulturelle Aktivitäten. Im Sommer tragen die Ausgaben für die Mobilcard und die außerordentlichen Ausgaben stärker - aber in geringerem Ausmaß als im Winter - zu den Gesamtausgaben bei.

Die Sportler sparen mehr bei den Extras

Die mittleren täglichen Pro-Kopf-Ausgaben der Sporturlauber (72,9% aller Urlauber) sind im Vergleich zu allen anderen Kategorien von Touristen am geringsten (113 Euro). Im Sommer geben die Sporturlauber pro Tag durchschnittlich 99 Euro aus, im Winter 133 Euro. Im Winter sind dagegen die Ausgaben der „Kulturtouristen“ mit 187 Euro deutlich höher, während im Sommer diejenigen am meisten ausgeben, die Wellness, Restaurants und Shopping der gehobenen Kategorie bevorzugen (130 Euro).

Die Analyse der Ausgaben nach einzelnen Ausgabenposten zeigt, dass die Sporturlauber unter allen Urlaubergруппen tendenziell am wenigsten ausgeben. Dies gilt sowohl für die interne Beförderung (-7,9%

rispetto all'estate, dovuto ad una maggiore affluenza nel periodo estivo in esercizi extralberghieri meno onerosi, quali ad esempio campeggi;

- la spesa media pro-capite giornaliera per la gastronomia registra tra le stagioni una differenza di +28,6% (maggiore in inverno) dovuta presumibilmente al fatto che d'estate è più facile consumare "al sacco" o fare pranzi semplici e l'offerta risulta spesso più ampia rispetto all'inverno;
- anche la spesa per l'acquisto di beni risulta lievemente maggiore in inverno rispetto all'estate (+8,3%), probabilmente amplificata anche in occasione delle giornate invernali in cui il tempo non è adatto per effettuare escursioni o altre attività all'aperto. Valore relativamente mutevole, data la considerevole variabilità di determinati generi di spesa appartenenti al settore dello "shopping";
- le spese per servizi derivano da attività ricreative e culturali che caratterizzano maggiormente un soggiorno invernale, come cinema, musei, mostre e spettacoli in genere. Risultano infatti lievemente maggiori nella stagione invernale.

Il divario tra le due stagioni emerge inoltre tra le „*spese per servizi stagionali*“, dove risalta sensibilmente la voce „*Skipass*“ nella stagione invernale con un 11,9% sulla spesa totale. Nell'insieme le spese per *altri servizi* e le *spese straordinarie* corrispondono al 16,8% per la stagione invernale ed al 2,1% per quella estiva. Si evidenzia, tuttavia, nella stagione invernale una maggiore spesa dedicata ai servizi per gli sport sulla neve (skipass, lezioni, noleggio attrezzatura) ed una minore spesa rivolta alle manifestazioni culturali. In estate invece influisce maggiormente la spesa per mobilcard e spese straordinarie, ma nel complesso sempre in misura inferiore che nella stagione invernale.

Gli sportivi risparmiano di più negli extra

La spesa media pro-capite giornaliera del turista che effettua una vacanza dedicata allo sport (72,9% dei turisti) risulta nel complesso la più bassa tra tutte le tipologie di turisti (113 euro). Rispettivamente otteniamo una spesa media di 99 euro durante la stagione estiva e 133 euro per la stagione invernale. nettamente superiori in inverno le spese di chi invece viaggia per motivi culturali (187 euro) ed in estate di coloro alla ricerca di wellness, ristoranti e shopping di qualità (130 euro).

Analizzando le spese sostenute per singole voci di spesa, notiamo nel dettaglio che i turisti sportivi costituiscono una classe, che tende a sostenere le spese più basse rispetto agli altri, sia per quanto riguarda il

zum Mittelwert), Gastronomie (-11,0% zum Mittelwert) als auch für den Erwerb von Gütern (-9,0% zum Mittelwert). Im Sommer sind zudem die Ausgaben für die Unterkunft um 4,4% niedriger als der saisonale Durchschnitt. Dies hängt mit dem größeren Angebot von günstigeren, nicht gastgewerblichen Unterkünften wie Campingplätzen im Sommer zusammen, die normalerweise von Sporturlaubern häufiger gebucht werden.

Die „außereuropäischen Touristen“ lassen es sich im Urlaub besonders gut gehen

Die meisten Südtirolurlauber kommen nach wie vor aus Deutschland und Italien. Zusammen mit den Österreichern sind sie aber auch die Urlauberguppen mit den durchschnittlich geringsten täglichen Ausgaben (111 bzw. 118 bzw. 117 Euro). Betrachtet man die Detaildaten der einzelnen Halbjahre, erkennt man jedoch einen klaren Unterschied zwischen den beiden Hauptgruppen, deren Ausgabenverhalten sich in den zwei Zeiträumen deutlich unterscheidet. Im Winterhalbjahr sind die italienischen Touristen besonders ausgabefreudig: Ihre mittleren täglichen Ausgaben liegen bei 141 Euro, während die Deutschen 125 Euro ausgeben. Im Sommerhalbjahr geben sowohl die Italiener als auch die Deutschen (mittlere tägliche Ausgaben von ungefähr 102 Euro) nach den Österreichern (93 Euro) am wenigsten aus. Die italienischen Winterurlauber sind bereit, für die Unterkunft (vorzugsweise Hotels und Residence) und die Gastronomie mehr auszugeben. Die italienischen Urlauber geben auch im Sommer etwas mehr für die Unterkunft aus. In der Gastronomie ist es umgekehrt: Die Deutschen geben im Sommer mehr aus als die Italiener. Die Ausgaben für den Erwerb von Gütern sind bei den deutschen Gästen in beiden Halbjahren etwa gleich hoch, während die italienischen Urlauber im Sommer weniger - sogar weniger als die deutschen Gäste - dafür aufwenden.

Zu den Urlaubern, die während ihres Aufenthalts nicht knausern, zählen die Touristen aus den außereuropäischen Ländern (156 Euro), die sich nach ihrer langen Anreise etwas Besonderes leisten und die Südtiroler Küche genießen wollen, ohne sich allzu sehr einzuschränken. Auch die Schweizer Gäste bevorzugen exklusivere Urlaube und geben durchschnittlich 150 Euro pro Tag aus. Sie wenden mehr als alle anderen Gäste für die Unterkunft auf (+43,0% zum Mittelwert), essen in Spitzenrestaurants und geben auch einen größeren Anteil ihres Budgets für den Kauf von zusätzlichen Gütern aus (+34,5% zum Mittelwert).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die deutschen Urlauber im Durchschnitt täglich 28,9% weniger ausgeben als die Gäste aus außereuropäischen Ländern. Die Unterschiede bestehen vor allem in Bezug auf die Unterkunft, Gastronomie und den Erwerb von Gütern.

trasporto interno (-7,9% rispetto alla media) e la gastronomia (-11,0% rispetto alla media), che per le spese dedicate all'acquisto di beni (-9,0% rispetto alla media). Nella stagione estiva si percepiscono inoltre spese inferiori per l'alloggio (-4,4% rispetto alla media stagionale). Questo grazie alla maggiore offerta durante la stagione estiva di esercizi extralberghieri più economici, come i campeggi, più frequentati solitamente dagli sportivi.

I "turisti extra-europei" prediligono soggiorni di qualità

Germanici e italiani costituiscono i maggiori segmenti dei turisti in Alto Adige, ma rappresentano con gli austriaci anche coloro che spendono meno in media al giorno (rispettivamente 111 euro, 118 e 117 euro). Analizzando il dettaglio nelle singole stagioni si denota una significativa differenza tra le due nazionalità prevalenti, le quali riportano un comportamento di spesa alquanto diverso nei due periodi. Nella stagione invernale il turista italiano risulta più "spendaccione", con una media giornaliera di 141 euro a fronte dei 125 euro dei germanici, mentre nella stagione estiva con circa 102 euro, risultano entrambi tra i più risparmiatori dopo gli austriaci (93 euro). Il turista italiano in inverno ha una maggiore propensione di spesa sia per l'alloggio, prediligendo hotel e residence, che per la ristorazione frequentando ristoranti ben valutati. La spesa per l'alloggio risulta per gli italiani lievemente superiore anche nella stagione estiva. Per la ristorazione in questo caso, invece, i germanici spendono qualcosa in più degli italiani. La voce "acquisto di beni" rimane per i germanici valore stabile nelle due stagioni, mentre diminuisce per gli italiani nella stagione estiva, a tal punto da diventare inferiore a quella dei primi.

Tra coloro che tendono invece a spendere di più durante i loro soggiorni ci sono i turisti che provengono da paesi extra-europei (156 euro), i quali sicuramente si tolgono qualche sfizio in più dopo un lungo viaggio e si godono l'ospitalità di hotel di qualità e la cucina tipica senza badare troppo alle spese. Anche gli svizzeri, con la loro spesa media giornaliera di 150 euro, cercano soggiorni di lusso, spendendo in misura maggiore rispetto alle altre nazionalità per quanto riguarda l'alloggio (+43,0% rispetto alla media). Frequentano ristoranti di buon livello, e dedicano una cospicua parte del loro budget anche all'acquisto di beni extra (+34,5% rispetto alla media).

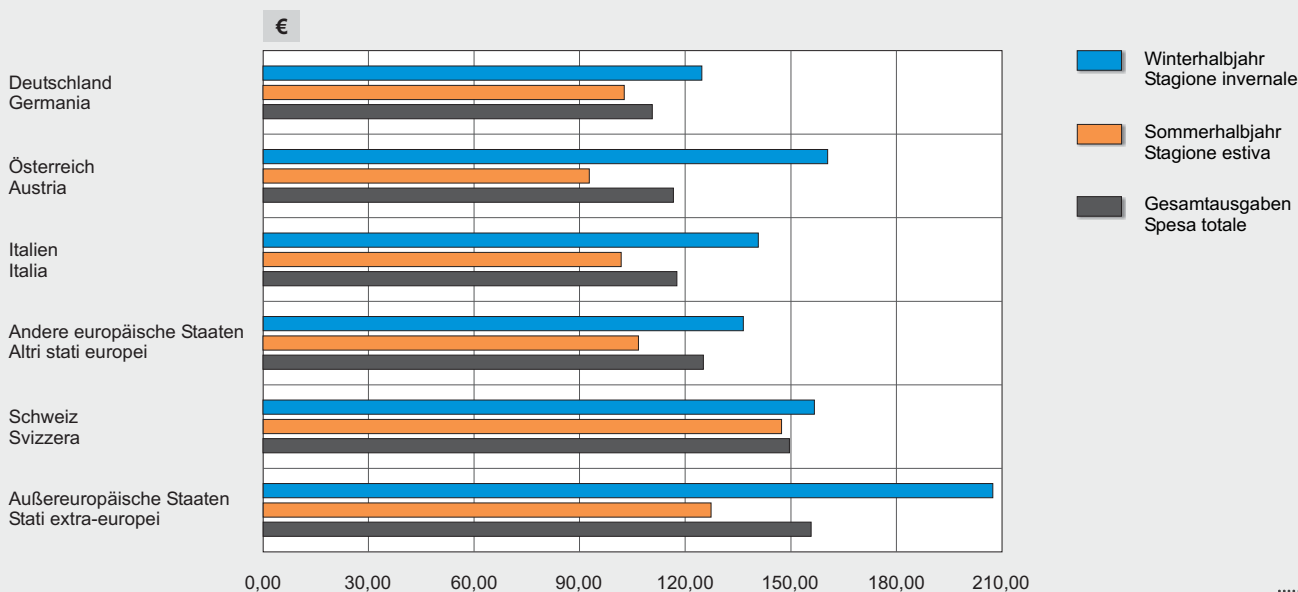
In conclusione i turisti provenienti dalla Germania spendono in media il 28,9% in meno al giorno rispetto ai turisti provenienti da paesi extra-europei, da cui si evidenziano soprattutto differenze per quanto riguarda l'alloggio, la ristorazione e l'acquisto di beni.

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Herkunftsland - Tourismusjahr 2012/13

Werte in Euro

Spesa media giornaliera pro-capite per nazione di provenienza - Anno turistico 2012/13

Valori in euro

© astat 2015 - sr **asiat****Wer in nicht gastgewerblichen Betrieben schläft, gibt 24% weniger aus**

Betrachtet man die Ausgaben in Hinblick auf die Kategorie der Beherbergungsbetriebe, die von den Urlaubern im Tourismusjahr 2012/13 gebucht wurden, ergeben sich deutliche Konsumunterschiede sowohl zwischen den Gästen der gastgewerblichen (Hotels und Residence) und nicht gastgewerblichen Betriebe (Campingplätze, Privatzimmer, Urlaub auf dem Bauernhof) als auch innerhalb dieser Gruppen. So geben beispielsweise die Touristen, die in nicht gastgewerblichen Betrieben übernachteten, tendenziell weniger aus als die Gäste der gastgewerblichen Betriebe (-24,0%). Wie erwartet zeigt sich innerhalb derselben Kategorie ein klarer Unterschied der täglichen Pro-Kopf-Ausgaben zwischen den Urlaubern in 1-Sterne-Betrieben (83 Euro) und jenen in 5-Sterne-Hotels (164 Euro). Dieser Unterschied ist nicht nur auf die Ausgaben aufgrund der gewählten Unterkunft zurückzuführen, sondern auch auf die beanspruchten Extras in der Unterkunft, die Ausgaben für die Gastronomie und für den Erwerb von Gütern.

Der Unterkunftsart im Beherbergungsbetrieb entsprechend geben diejenigen, die sich für Vollpension (143 Euro) oder Halbpension (127 Euro) entscheiden, mehr aus als die Urlauber, die ein Zimmer mit Frühstück (120 Euro) oder nur die Übernachtung (78 Euro) gebucht haben. Letztere wenden meistens auch für die Extras weniger auf und entscheiden sich für einen insgesamt günstigeren Urlaub. Die Touristen mit den höchsten mittleren täglichen Pro-Kopf-Ausgaben (143

24% di spese in meno per coloro che alloggiano in strutture extralberghiere

Analizzando la spesa in base alla categoria d'esercizio scelta dai turisti nell'anno turistico 2012/13, emerge una significativa differenza nei consumi totali sia tra chi frequenta esercizi alberghieri (hotel e residence) ed extralberghieri (come campeggi, alloggi privati, agriturismi), sia all'interno degli stessi gruppi di esercizi. Ad esempio i turisti che alloggiano in esercizi extralberghieri spendono nel complesso tendenzialmente meno rispetto a coloro che alloggiano negli esercizi alberghieri (-24,0%). Inoltre all'interno della stessa tipologia alberghiera si nota, come prevedibile, una notevole differenza di spesa giornaliera complessiva tra chi frequenta alberghi ad 1 stella (83 euro) e coloro che alloggiano in hotel a 5 stelle (164 euro). Differenza, che non è influenzata esclusivamente dalle spese derivanti dalla tipologia di alloggio scelta, ma anche da spese come il consumo di extra presso l'esercizio, spese per la ristorazione e quelle per l'acquisto di beni.

Secondo la modalità di sistemazione nell'esercizio ricettivo emerge inoltre che, in media al giorno, se si considerano tutte le voci di spesa, spende di più chi ha optato per un alloggio comprensivo di vitto con pensione completa (143 euro) e con mezza pensione (127 euro), rispetto a chi ha scelto prima colazione (120 euro), o solo il pernottamento (78 euro). Questi ultimi puntano infatti, nella maggior parte dei casi, al risparmio, spendendo meno anche in extra ed optan-

Euro) geben sowohl in Hinblick auf die Unterkunft als auch auf die Extras wie den Erwerb von Gütern, Dienstleistungen und von anderen Extras mehr aus. Die Gäste, die Übernachtung mit Frühstück gebucht haben, haben hingegen höhere Ausgaben für die Gastronomie, den Erwerb von Gütern und die interne Beförderung.

Höhere Ausgaben bei kürzeren Aufenthalten

Die Analyse der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer zeigt, dass bei kürzeren Aufenthalten tendenziell mehr ausgegeben wird (Personen, die Urlaube von 1-3 Tagen machen, geben durchschnittlich 14,4% mehr aus als die Gäste, die längere Urlaube machen). Betrachtet man die Aufenthaltstage genauer, so zeigt sich, dass die Gäste, die 1 bis 3 Tage in Südtirol verbringen, täglich durchschnittlich 125 Euro pro Person ausgeben. Das sind 6,8% mehr als bei einem Aufenthalt von einer Woche ausgegeben wird. Die Urlauber, die eine Woche in Südtirol verbringen, geben ihrerseits durchschnittlich 7,3% mehr aus als die Gäste, die einen mehr als zweiwöchigen Urlaub gebucht haben. Dieses Ergebnis ist auch in Hinblick auf die Tendenz zu immer kürzeren Urlauben, die sich Jahr für Jahr fortsetzt, interessant.

Eine ähnliche Entwicklung ergibt die Untersuchung der Ausgaben nach Urlaubereinheit: Je weniger Personen diese umfasst, desto stärker steigen die Ausgaben (ein alleinreisender Tourist gibt 40,4% mehr aus als eine Gruppe von vier Personen). Umgekehrt verhält es sich in Bezug auf das Haushaltseinkommen. Ein höheres Einkommen führt - wie erwartet - zu höheren Ausgaben für den Urlaub (bei Verdoppelung des Einkommens nehmen die Ausgaben um ungefähr 20% zu).

Bei der Interpretation der Daten ist jedoch die unterschiedliche Anzahl der Aufenthalte zwischen den Touristen mit kurzen bzw. längeren Urlauben zu berücksichtigen. Im Tourismusjahr 2012/13 verbringen nur 12,6% der Gäste zwei oder mehr Urlaubswochen in Südtirol. Die Mehrheit der Touristen (28,5%) verbringt hingegen eine Woche hierzulande und ein weiterer beachtlicher Anteil von 24,0% vier bis sechs Tage. Dies entspricht der erwarteten Tendenz der letzten Jahre, die Urlaubsaufenthalte zu verkürzen. Gleichzeitig bestätigt sich, dass die Südtirolurlauber immer älter werden und die älteren Gäste längere Aufenthalte bevorzugen. Die jüngeren Touristen wählen Südtirol hauptsächlich für Kurztrips „auf die Schnelle“.

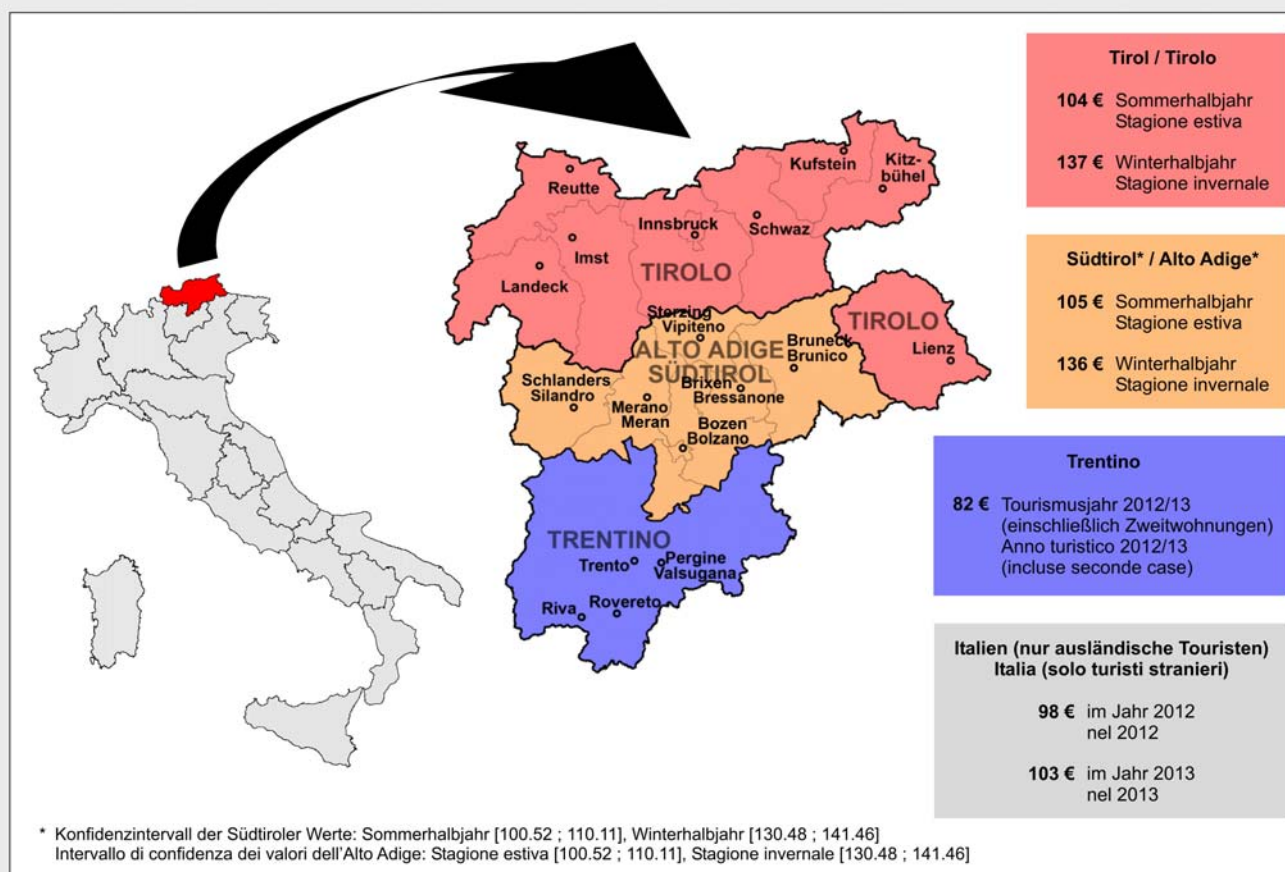
do per una vacanza nel complesso più economica. Anche la classe di turisti che spende di più in termini di spesa media giornaliera (143 euro), registra una spesa superiore sia dal punto di vista dell'alloggio, che per le spese extra, quali acquisto beni, servizi ed altro. Coloro che hanno scelto pernottamento con colazione denotano invece una maggiore spesa nel settore della gastronomia, acquisto di beni e trasporti interni.

Maggiori spese nel caso di soggiorni brevi

L'analisi in base alla permanenza media dei turisti, dimostra che chi soggiorna per un periodo più breve tende a spendere di più (coloro che restano 1-3 giorni spendono in media il 14,4% in più rispetto a coloro che soggiornano per lunghi periodi). Analizzando nel dettaglio i giorni di permanenza si nota che coloro che trascorrono la loro vacanza da 1 a 3 giorni, realizzano in media una spesa pro-capite giornaliera di 125 euro, il 6,8% in più di coloro che soggiornano una settimana (117 euro). Questi ultimi a loro volta spendono in media circa il 7,3% in più di coloro che effettuano un soggiorno di oltre due settimane. Risultato alquanto significativo, considerando anche la tendenza ad accorciare il periodo di ferie che si va affermando anno dopo anno.

Un andamento equivalente si riscontra analizzando la spesa in base al nucleo turistico: infatti al diminuire dei componenti del nucleo turistico, la spesa tende ad aumentare (un singolo componente spende il 40,4% in più rispetto ad un nucleo composto da 4 persone). Tendenza opposta invece se si prende in considerazione il reddito familiare, il quale aumentando fa aumentare prevedibilmente anche la spesa dedicata al soggiorno turistico (ad esempio, raddoppiando il reddito, la spesa aumenta circa del 20%).

Nell'interpretazione è opportuno tenere presente la differenza di numerosità tra coloro che effettuano soggiorni brevi e lunghi. Infatti coloro che trascorrono due settimane o più rappresentano anche nell'anno turistico 2012/13 soltanto il 12,6% dei turisti. La maggioranza dei turisti soggiorna per un periodo di una settimana (28,5%), ed un'altra consistente quota sceglie di fermarsi tra 4 e 6 giorni (24,0%). Questo coincide con la tendenza degli ultimi anni ad accorciare il periodo di ferie, nonostante sia ulteriormente confermato il generale invecchiamento dei turisti presenti in Alto Adige. I turisti più anziani tendono ad effettuare anche soggiorni più lunghi. I turisti più giovani scelgono invece la nostra provincia perlopiù per soggiorni brevi "mordi e fuggi".



Quellen / Fonti: Tirol Tourism Research, ISPAT, ENIT

© astat 2015 - sr



3. Die Ausgabenposten im Einzelnen

In diesem Kapitel werden einige Unterschiede und Besonderheiten der einzelnen Ausgabenposten bei den unterschiedlichen Urlauberguppen untersucht. Die Werte in den folgenden Tabellen sind die mittleren täglichen Pro-Kopf-Ausgaben, die auf der Grundlage der tatsächlich in den einzelnen Ausgabenposten getätigten Ausgaben berechnet wurden (d.h. jeder Ausgabenposten weist eine andere Anzahl als Basis auf). In der letzten Zeile jeder Tabelle sind die Prozentwerte der verfügbaren Daten für die einzelnen Posten angegeben.

Davon ausgehend sticht als erstes ein deutlicher Unterschied nach dem Herkunftsland der Touristen hervor. Dabei sind besonders die Ausgaben für die Unterkunft unter den Schweizern und den Urlaubern aus den anderen außereuropäischen Ländern viel höher. Ein weiterer Unterschied besteht hinsichtlich der Ausgaben für den Erwerb von Gütern: Die Spannweite reicht von durchschnittlich 38 Euro der Touristen aus den anderen europäischen Ländern bis 57 Euro der Urlauber aus den außereuropäischen Staaten.

3. Le voci di spesa nel dettaglio

In questo capitolo vengono analizzate alcune differenze e peculiarità a livello delle singole voci di spesa, rispetto a diversi gruppi di turisti. I valori riportati nelle tabelle seguenti corrispondono alle spese medie pro-capite giornaliere calcolate sulla base delle spese effettivamente sostenute diversamente per ogni singola voce di spesa (basate quindi su una numerosità diversa per ogni voce). Nell'ultima riga di ogni tabella sono inoltre riportate le rispettive percentuali di dati disponibili per ogni singola voce di spesa.

Considerando quanto sopra, si evidenzia, in primo luogo, una rilevante differenza tra i turisti a seconda della provenienza. In particolare le spese per l'alloggio risultano significativamente più elevate tra i turisti provenienti dalla Svizzera e da altri paesi extra-europei. Altra differenza rilevante si riscontra in corrispondenza delle spese per l'acquisto di beni, dove si va da una media di 38 euro per i turisti provenienti da altri paesi europei a 57 euro per i turisti provenienti da paesi extra-europei.

Tab. 2

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Ausgabenposten und Herkunftsland (a) - Tourismusjahr 2012/13

Werte in Euro

Spesa media giornaliera pro-capite per voce di spesa e nazione di provenienza (a) - Anno turistico 2012/13

Valori in euro

HERKUNFTSLAND	Ausgabenposten / Voci di spesa						PROVENIENZA
	Unterkunft Alloggio	Extras (im Beherbergungsbetrieb) Extra (presso l'esercizio ricettivo)	Gastronomie Gastronomia	Interne Beförderung Trasporto interno	Erwerb von Gütern Acquisto di beni	Dienstleistungen Spese per servizi	
Italien	58,82	8,69	22,72	10,95	40,46	17,48	Italia
Deutschland	55,85	11,58	21,79	10,99	40,60	17,27	Germania
Österreich	52,99	12,99	25,74	11,16	54,55	34,12	Austria
Schweiz	83,96	16,40	26,53	8,56	56,43	12,33	Svizzera
Andere europäische Staaten	56,94	12,52	28,35	18,82	38,20	23,83	Altri stati europei
Außereuropäische Staaten	83,75	13,41	33,37	15,30	57,26	10,69	Stati extra-europei
% der Befragungen, bei denen Ausgaben angegeben wurden	99,6	55,8	73,4	26,7	48,1	6,5	% interviste in cui è stata dichiarata una spesa

(a) Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben, die auf der Basis der tatsächlich in den einzelnen Ausgabenposten getätigten Ausgaben berechnet wurden.
Spesa media pro-capite giornaliera calcolata sulla base delle spese effettivamente sostenute per ogni voce di spesa.

Die Analyse der Ausgaben nach Urlaubereinheit ergibt, dass die Ausgaben in allen Ausgabenposten tendenziell leicht zunehmen je kleiner die Gruppe ist. Dies erklärt sich damit, dass beispielsweise eine mehrköpfige Familie die Ausgaben aufteilen kann, während eine Einzelperson normalerweise zusätzliche Kosten für das Einzelzimmer tragen muss. Steigt die Personenzahl der Urlaubereinheit weiter an, sinken die Ausgaben jedoch nicht mehr proportional wie bei den Urlaubereinheiten mit 1 bis 4 Personen (z.B. Ausgaben für die Unterkunft). Bei den größeren Urlaubereinheiten handelt es sich häufig um Gruppen von Einzelpersonen.

Analizzando le spese per nucleo turistico, come a livello generale, anche in questo caso si evidenzia una tendenziale crescita della spesa in tutte le voci al diminuire dell'ampiezza del nucleo turistico. Questo andamento è spiegato dal fatto che, ad esempio, una famiglia di più persone ha la possibilità di dividere le spese, mentre una persona singola solitamente sostiene spese aggiuntive per la stanza singola. Infine, via via che aumenta il nucleo turistico, le spese non si riducono proporzionalmente, come succede da 1 a 4 persone (ad es. spese alloggio), in quanto i nuclei maggiori, in molti casi, sono composti da gruppi di persone singole.

Tab. 3

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Ausgabenposten und Urlaubereinheit (a) - Tourismusjahr 2012/13

Werte in Euro

Spesa media giornaliera pro-capite per voce di spesa e nucleo turistico (a) - Anno turistico 2012/13

Valori in euro

URLAUBEREINHEIT	Ausgabenposten / Voci di spesa						NUCLEO TURISTICO
	Unterkunft Alloggio	Extras (im Beherbergungsbetrieb) Extra (presso l'esercizio ricettivo)	Gastronomie Gastronomia	Interne Beförderung Trasporto interno	Erwerb von Gütern Acquisto di beni	Dienstleistungen Spese per servizi	
1 Person	65,23	17,34	32,86	16,19	73,18	23,70	1 Persona
2 Personen	60,36	11,32	23,16	12,40	43,65	19,73	2 Persone
3 Personen	55,79	8,55	20,05	11,03	30,02	12,09	3 Persone
4 Personen	50,35	8,92	18,82	8,11	28,04	12,76	4 Persone
5-10 Personen	57,68	11,56	25,82	9,59	34,06	7,57	5-10 Persone
% der Befragungen, bei denen Ausgaben angegeben wurden	99,6	55,8	73,4	26,7	48,1	6,5	% interviste in cui è stata dichiarata una spesa

(a) Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben, die auf der Basis der tatsächlich in den einzelnen Ausgabenposten getätigten Ausgaben berechnet wurden.
Spesa media pro-capite giornaliera calcolata sulla base delle spese effettivamente sostenute per ogni voce di spesa.

Die Verteilung der Ausgabenposten nach Grund für den Aufenthalt wird nach Halbjahr untersucht. Damit können die saisonal unterschiedlichen Tätigkeiten berücksichtigt werden. Die *Ausgaben für die Unterkunft* verteilen sich in beiden Halbjahren tendenziell gleich: Die Gäste, die Wellness, Gastronomie oder Shopping bevorzugen, tendieren zu höheren Ausgaben, während die Sporturlauber durchschnittlich etwas günstigere Unterkünfte wählen. Bei den anderen Ausgabenposten verzeichnen ebenfalls die Kultur- und Wellnessurlauber höhere Ausgaben. Die Touristen, die im Winter zum Skifahren nach Südtirol kommen, geben weniger für die interne Beförderung aus, da diese meistens in den Ausgaben für den „Skipass“ enthalten ist.

Saisonale Unterschiede bei den Kultur- und Wellnessurlaubern treten in den letzten drei Ausgabekategorien auf: Im Winter geben erstere mehr aus, im Sommer letztere. Dabei ist jedoch zu bedenken, dass die Zahl der Kulturtouristen im Sommer doppelt so hoch ist wie im Winter (7,4% zu 3,4%); die Stichprobe ist im Winter also im Verhältnis kleiner. Ansonsten weisen die beiden Tourismushalbjahre eine ähnliche allgemeine Tendenz auf.

La distribuzione delle voci di spesa secondo la motivazione del soggiorno viene analizzata per stagione turistica, al fine di considerare le possibili differenti attività stagionali. Le *spese per l'alloggio* denotano una tendenza equivalente nelle due stagioni: coloro che frequentano l'Alto Adige per motivi di benessere, gastronomia o shopping tendono a spendere maggiormente, mentre chi soggiorna per motivi sportivi cerca in media sistemazioni più economiche. Anche in corrispondenza delle restanti voci, sostengono la spesa maggiore i turisti che soggiornano per motivi culturali o di benessere. Chi soggiorna in Alto Adige per motivi sciistici (stagione invernale) spende meno nel trasporto interno, in quanto nella maggior parte dei casi è già incluso nelle spese per lo "Skipass".

La differenza stagionale tra turisti culturali e di benessere emerge nelle ultime tre categorie di spesa: nella stagione invernale i primi detengono le spese maggiori, nella stagione estiva si registra il contrario. Da considerare però, che nella stagione invernale la numerosità di turisti presenti per motivi culturali risulta la metà della stagione estiva (3,4% contro un 7,4%), quindi si ha un campione relativamente inferiore. Per il resto si osserva coerente tendenza generale rispetto le due stagioni.

Tab. 4

Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben nach Ausgabenposten, Grund des Aufenthalts und Halbjahr (a) - Tourismusjahr 2012/13
Werte in Euro

Spesa media giornaliera pro-capite per voce di spesa, motivo di soggiorno e stagione (a) - Anno turistico 2012/13
Valori in euro

GRUND DES AUFENTHALTS	Ausgabenposten / Voci di spesa						MOTIVO DI SOGGIORNO
	Unterkunft	Extras (im Beher- bergungsbetrieb)	Gastronomie	Interne Beförderung	Erwerb von Gütern	Dienst- leistungen	
	Alloggio	Extra (presso l'esercizio ricettivo)	Gastronomia	Trasporto interno	Acquisto di beni	Spese per servizi	
Winterhalbjahr 2012/13 / Stagione invernale 2012/13							
Kultur und Weiterbildung	66,56	9,90	60,32	16,26	88,46	22,68	Cultura e corsi
Gastronomie, Wellness, Einkauf	77,29	13,89	39,47	19,05	74,17	11,87	Gastronomia, Well- ness, Shopping
Skisport	62,07	10,73	22,75	8,43	40,61	25,97	Sport sciistici
Übrige Sportarten	59,93	13,38	23,23	14,17	45,16	21,68	Altri sport
Andere	51,63	11,57	38,56	12,83	34,21	23,86	Altri motivi
% der Befragungen, bei denen Ausgaben angegeben wurden	99,8	58,2	74,1	22,6	45,0	5,6	% interviste in cui è stata dichiarata una spesa
Sommerhalbjahr 2013 / Stagione estiva 2013							
Kultur und Weiterbildung	56,56	8,95	28,39	17,97	39,30	10,72	Cultura e corsi
Gastronomie,Wellness, Einkauf	72,14	16,24	29,30	12,15	54,21	17,78	Gastronomia, Well- ness, Shopping
Sport	54,16	9,96	19,21	11,31	35,88	13,35	Sport
Andere	58,68	12,62	20,49	11,92	51,04	21,86	Altri motivi
% der Befragungen, bei denen Ausgaben angegeben wurden	99,4	53,7	72,8	30,4	50,9	7,2	% interviste in cui è stata dichiarata una spesa

(a) Mittlere tägliche Pro-Kopf-Ausgaben, die auf der Basis der tatsächlich in den einzelnen Ausgabenposten getätigten Ausgaben berechnet wurden.
Spesa media pro-capite giornaliera calcolata sulla base delle spese effettivamente sostenute per ogni voce di spesa.

Profil des durchschnittlichen Touristen

Im Tourismusjahr 2012/13 sind die Südtirolurlauber durchschnittlich etwa 49 Jahre alt. 2004/05 lag das Durchschnittsalter noch bei rund 46 Jahren. Nicht nur das Alter der Urlauber ist im letzten Jahrzehnt gestiegen, sondern auch die Zahl derjenigen, die Süd-

Profilo del turista medio

Nell'anno turistico 2012/13 l'età media dei turisti in provincia di Bolzano risulta circa di 49 anni, nel 2004/05 era invece di circa 46 anni. Oltre all'età dei visitatori nell'ultimo decennio sono aumentati anche i turisti che hanno scelto più di una volta la nostra pro-

Profil - Durchschnittlicher Tourist
- Tourismusjahr 2012/13Profilo - Turista medio
- Anno turistico 2012/13

Eigenschaften der Gäste (von Urlaubereinheiten)		Caratteristiche del turista (da nuclei turistici)
Alter		Età
Häufigste Altersklasse: 45-64 Jahre	45,7%	Classe prevalente: 45-64 anni
Durchschnittsalter (in Jahren)	48,78	Età media (in anni)
Geschlecht		Sesso
Männer	52,2%	maschi
Wohnort (a)		Provenienza (a)
Deutschland	44,8%	Germania
Häufigkeit des Besuchs (a)		Frequenza della visita (a)
Kein erster Besuch	84,8%	non prima volta
davon seit 10 Jahren und mehr	43,6%	di cui da 10 anni e più
Urlaubereinheit		Nucleo turistico
Zusammensetzung: 2 Personen	54,4%	composizione: 2 persone
Verwendetes Verkehrsmittel		Mezzo di trasporto
um den Ferienort zu erreichen: Private Verkehrsmittel (Auto, Motorrad)	85,5%	per raggiungere la località turistica: Mezzo privato (auto, moto)
während des Aufenthaltes: Private Verkehrsmittel (Auto, Motorrad, Camper)	60,0%	durante il soggiorno: mezzo privato (auto, moto, camper)
Informationsquelle		Fonte informazioni
Bekannte	32,8%	da conoscenti
Internet	33,9%	da internet
Buchungswege		Strumento di prenotazione
Ort: Beherbergungsbetrieb	69,8%	luogo: esercizio ricettivo
Kommunikationsmittel: Internet oder E-Mail	51,3%	mezzo: internet o e-mail
Eigenschaften des Aufenthalts		Caratteristiche del soggiorno
Halbjahr		Stagione
Sommer	60,7%	estate
Zielgebiet		Area destinazione
Dolomiten und Ahrntal	41,6%	Dolomiti e Valle Aurina
Grund des Aufenthalts		Motivo del soggiorno
Sporturlaub	72,9%	vacanza sportiva
Betriebskategorie		Categoria esercizio
3 Sterne	40,0%	3 stelle
Verpflegung		Sistemazione
Halbpension	47,0%	mezza pensione
Zimmer mit Frühstück	25,4%	camera e prima colazione
Dauer		Durata
1 Woche	28,5%	1 settimana
4-6 Tage	24,0%	4-6 giorni
Zufriedenheit (Antworten „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“)	97,8%	Soddisfazione (risposte “soddisfatto” e “molto soddisfatto”)

(a) Die Daten beziehen sich ausschließlich auf die befragten Personen.
I dati si riferiscono esclusivamente alle persone intervistate.

tirol mehrmals als Reiseziel ausgewählt haben (2004/05: 68,8%, 2012/13: 84,8%). Etwas mehr als die Hälfte der Touristen (51,3%) bucht den Urlaub über das Internet und 85,5% reisen mit dem Auto oder Motorrad an (2004/05 waren es 91,2%). Fast alle Urlauber (97,8%) sind mit dem Aufenthalt insgesamt zufrieden.

Saisonspezifische Touristenprofile nach Konsumbereitschaft

Die Urlauber des Tourismusjahres 2012/13 werden in sechs Profile eingeteilt - drei für jedes Halbjahr. Diese Gruppen wurden aufgrund der Konsumbereitschaft der Gäste zusammengestellt, wobei sowohl der Gesamtbetrag der Ausgaben als auch die Verteilung derselben auf die einzelnen Ausgabenposten berücksichtigt wurden.

Profile Winterhalbjahr 2012/13

• Profil 1: Wintersporturlauber ohne Ansprüche

Dem ersten Profil entsprechen 82,6% und somit die meisten der Winterurlauber. Diese Gruppe tätigt die geringsten Ausgaben unter allen Winterurlaubern. Die mittleren täglichen Pro-Kopf-Ausgaben betragen 104 Euro, in denen alle Ausgaben enthalten sind einschließlich der saisonalen Dienste (z.B. Skipass) und der außerordentlichen Ausgaben. Die durchschnittlichen Ausgaben dieser Urlaubergruppe liegen deutlich unter dem saisonalen Durchschnitt von 136 Euro. Die Touristen mit diesem Profil weisen in allen Ausgabenposten die geringsten Ausgaben auf.

Es handelt sich dabei hauptsächlich um deutsche und italienische Sporturlauber, die tendenziell dem durchschnittlichen Gast entsprechen. Sie buchen vor allem 3-Sterne-Hotels, aber auch Residence, Urlaub auf dem Bauernhof und Hotels mit 1 bis 2 Sternen häufiger als der durchschnittliche Tourist. Sie bleiben zumeist eine Woche, buchen Halbpension und reisen häufig zu zweit an. Gebietsmäßig bevorzugen sie die Dolomiten und das Ahrntal.

• Profil 2: Winterurlauber mit mittleren bis gehobenen Ansprüchen: Sport und Wellness

15,7% der Wintertouristen entsprechen dem zweiten Profil. Sie geben durchschnittlich 245 Euro pro Tag aus (einschließlich aller Ausgaben). Dieser Wert liegt über dem saisonalen Mittelwert. Die Ausgabenposten, welche am stärksten vom saisonalen Mittelwert abweichen und fast zu einer Verdoppelung der Werte führen, sind die Unterkunft, Gastronomie und der Erwerb von Gütern.

Es handelt sich um Urlauber, die einen anspruchsvollen Wellnessurlaub, Gastronomie und einheimi-

vincia come meta del loro soggiorno, passando dal 68,8% nel 2004/05 all'84,8% nel 2012/13. Poco più della metà dei turisti (51,3%) prenota la vacanza tramite internet e l'85,5% dei casi raggiunge la meta con l'auto o la moto (nel 2004/05 erano il 91,2% dei clienti). Infine, la quasi totalità (97,8%) si ritiene soddisfatto del soggiorno nel suo complesso.

Profili dei turisti per stagione in base alla propensione di spesa

Nell'anno turistico 2012/13 si è provveduto a classificare i turisti in sei profili, di cui tre per la stagione invernale e tre per la stagione estiva. Questi gruppi sono stati costruiti in funzione della propensione di spesa dei turisti considerando sia l'ammontare complessivo dei consumi, che la distribuzione degli importi fra le varie voci di spesa.

Profili stagione invernale 2012/13

• Profilo 1: Vacanziere sportivo senza pretese

Il primo profilo, con il suo 82,6% di copertura, rappresenta la maggior parte dei turisti invernali. La spesa di questo gruppo è la più bassa rispetto agli altri profili invernali e corrisponde a 104 euro giornalieri, considerando tutte le spese (inclusi servizi stagionali come skipass, e spese straordinarie). Questo gruppo riporta una spesa media sensibilmente inferiore alla media stagionale (136 euro), infatti i turisti appartenenti a questo profilo registrano minori consumi in tutte le voci di spesa.

Trattasi prevalentemente di turisti sportivi germanici ed italiani, che seguono le tendenze del turista medio. Scelgono maggiormente hotel 3 stelle, ma anche residence, agriturismi e hotel di livello inferiore (1-2 stelle) in misura maggiore del turista medio. In prevalenza soggiornano una settimana, con mezza pensione e spesso sono nuclei di due persone e frequentano maggiormente le zone delle Dolomiti e Valle Aurina.

• Profilo 2: Vacanziere di fascia medio-alta: sport e benessere

Il secondo profilo rappresenta il 15,7% dei turisti invernali con un consumo medio di 245 euro al giorno (incluse tutte le spese), valore superiore a quello medio stagionale. Nello specifico le voci di spesa che si distaccano maggiormente dalla media stagionale e che riportano quasi un raddoppio dei valori sono quelle per l'alloggio, la gastronomia e l'acquisto di beni.

Si tratta di turisti che prediligono soggiorni di qualità legati al benessere, ma anche alla gastronomia e ai

sche Produkte bevorzugen. Viele buchen 4-Sterne-Hotels und Kurzaufenthalte (1-6 Tage). Sie entscheiden sich überdurchschnittlich oft für Halbpension und urlauben allein. Das beliebteste Tourismusgebiet ist Südtirols Süden, aber auch das Dolomitengebiet. Diesem zweiten Profil entsprechen vor allem italienische und Schweizer Touristen sowie Urlauber aus außereuropäischen Ländern.

• **Profil 3: Winterurlauber mit gehobenen Ansprüchen: Stadt, Kultur und Gastronomie**

Nur 1,7% der Wintertouristen entsprechen dem dritten Profil. Dieses zeichnet sich durch sehr viel höhere mittlere tägliche Ausgaben im Vergleich zu den anderen beiden Profilen aus, die bei 706 Euro (einschließlich aller Ausgaben) liegen. Hier gilt zu berücksichtigen, dass dieser Betrag sehr signifikant von den Ausgaben für den „Erwerb von Gütern“ beeinflusst ist. Diese machen allein schon mehr als die Hälfte (55,7%) der gesamten durchschnittlichen Ausgaben aus. Dieser sehr hohe Betrag kommt durch einige ziemlich beträchtliche Ausgaben von einigen Kunden in dieser Gruppe zustande. Nicht nur in diesem Ausgabenposten, sondern auch in den anderen (Unterkunft, Gastronomie, Dienstleistungen und Transport) sind die mittleren Ausgaben überdurchschnittlich hoch.

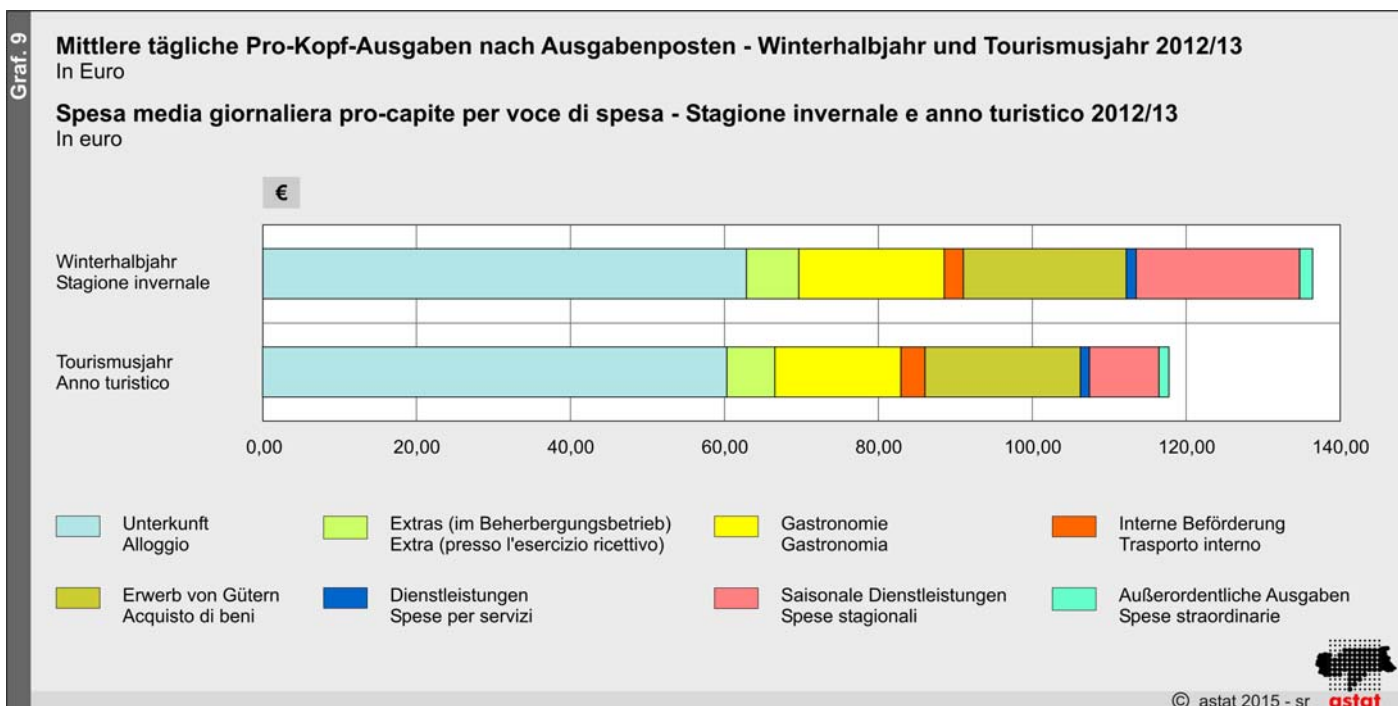
Mehr als die Hälfte der Urlauber mit diesem Profil wählt die Unterkunft aufgrund des Kulturangebots in Bozen und Umgebung. Diese Urlauferkategorie umfasst überdurchschnittlich viele Gäste aus Österreich, aus der Schweiz, aus außereuropäischen und vor allem aus anderen europäischen Ländern. Letztere stellen fast ein Viertel aller Touristen in dieser Kategorie. Die meisten Urlauber verweilen 1-3 Tage in Südtirol, buchen ein Zimmer mit Frühstück in Hotels der gehobenen Klasse und 26,8%

produkt del luogo. Molti scelgono hotel a 4 stelle, e soggiorni brevi (1-6 giorni). Rispetto alla media scelgono più frequentemente la mezza pensione e viaggiano da soli. La zona prescelta è Bolzano Vigneti e dintorni, ma anche le più frequentate Dolomiti; sono per lo più italiani, svizzeri e turisti provenienti da paesi extra-europei.

• **Profilo 3: Vacanziere di fascia alta: città, cultura e gastronomia**

Soltanto l'1,7% dei turisti invernali rappresenta il terzo profilo, caratterizzato da una spesa media molto più elevata rispetto ai due precedenti, che corrisponde a 706 euro al giorno (incluse tutte le spese). È importante tenere presente, che in questo profilo influenza in modo molto significativo la "spesa per acquisto di beni", che da sola rappresenta più della metà della spesa media complessiva (55,7%). Questo valore molto elevato è giustificato da alcune spese alquanto rilevanti sostenute da poche tipologie di clienti, inclusi in questo gruppo. Oltre a questa voce di spesa, medie più alte le riportano anche le altre voci, quali spese per alloggio, gastronomia, servizi e trasporto.

Più della metà trattasi di turisti che scelgono di soggiornare nelle zone di Bolzano e dintorni, all'insegna della cultura. Rispetto alla media si distingue in questo gruppo una gran fetta di turisti provenienti dall'Austria, dalla Svizzera, paesi extra-europei e soprattutto da altri paesi europei. Gli ultimi costituiscono quasi un quarto dei clienti appartenenti a questo gruppo. La maggioranza dei turisti soggiorna per brevi periodi (1-3 giorni), sceglie pernottamenti con colazione in sistemazioni di ottimo livello



reisen alleine. Ein beträchtlicher Teil ihrer täglichen Ausgaben entfällt auf die einheimische Gastronomie (durchschnittlich 98 Euro am Tag). 29,3% besuchen Südtirol zum ersten Mal.

ed il 26,8% viaggia da solo. Nel complesso dedicano una parte rilevante del loro budget alla ristorazione locale (in media 98 euro al giorno). Il 29,3% sceglie di visitare l'Alto Adige per la prima volta.

Urlauberprofile und ihre Merkmale - Winterhalbjahr 2012/13

Prozentwerte

Profili turistici e loro caratteristiche - Stagione invernale 2012/13

Valori percentuali

	Winterhalbjahr Stagione invernale					
	Wintersport- urlauber ohne Ansprüche	Winterurlauber mit mittleren bis gehobenen An- sprüchen: Sport und Wellness	Winterurlauber mit gehobenen Ansprüchen: Stadt, Kultur und Gastronomie	Saisonaler Mittelwert	Mittelwert Tourismusjahr 2012/13	
	Vacanzieri sportivo senza pretese	Vacanzieri di fascia medio- alta: sport e benessere	Vacanzieri di fascia alta: città, cultura e gastronomia	Media stagionale	Media anno turistico 2012/13	
% an den gesamten Winterurlaubern	82,6	15,7	1,7			% sul totale dei turisti invernali
Herkunftsland						Nazione di provenienza
Italien	34,5	45,1	34,0	36,2	34,9	Italia
Deutschland	42,6	34,4	10,3	40,8	44,8	Germania
Österreich	4,3	1,3	14,6	4,0	4,5	Austria
Schweiz	2,9	3,4	10,6	3,1	4,9	Svizzera
Andere europäische Staaten	14,4	12,9	22,2	14,3	9,1	Altri stati europei
Außereuropäische Staaten	1,2	3,0	8,3	1,6	1,8	Paesi extraeuropei
Betriebskategorie						Categorie d'esercizio
1 Stern	1,5	0,4	..	1,3	1,0	1 stella
2 Sterne	13,8	5,1	13,5	12,4	11,2	2 stelle
3 Sterne	37,6	44,4	40,0	38,7	40,0	3 stelle
4-5 Sterne	21,4	42,9	29,0	24,9	22,9	4-5 stelle
Residence	13,7	4,8	..	12,0	10,0	Residence
Privatzimmer	7,3	2,4	5,3	6,5	6,7	Alloggi privati
Camping	-	-	-	-	2,8	Campeggi
Andere	1,7	..	12,2	1,6	0,6	Altro
Urlaub auf dem Bauernhof	3,1	-	-	2,6	4,8	Agriturismo
Aufenthaltsdauer						Durata del soggiorno
1-3 Tage	15,8	16,9	46,3	16,5	15,3	1-3 giorni
4-6 Tage	28,3	29,1	12,0	28,1	24,0	4-6 giorni
1 Woche	34,8	30,6	21,4	33,9	28,5	1 settimana
8-13 Tage	16,6	15,4	12,2	16,4	19,6	8-13 giorni
2 Wochen	2,7	4,7	..	2,9	6,4	2 settimane
Mehr als 2 Wochen	1,8	3,3	8,1	2,1	6,2	Più di 2 settimane
Unterkunftsarten						Modalità di sistemazione
Nur Übernachtung	17,6	6,3	3,0	15,6	19,1	Solo pernottamento
Übernachtung mit Frühstück	21,5	22,2	70,0	22,4	25,4	Prima colazione
Halbpension	51,4	62,2	26,9	52,6	47,0	Mezza pensione
Vollpension	9,6	9,2	..	9,3	8,6	Pensione completa
Aufenthaltshäufigkeit						Frequenza del soggiorno
Erstes Mal	15,6	15,0	29,3	15,7	15,2	Prima volta
Nicht erstes Mal	84,4	85,0	70,7	84,3	84,8	Non prima volta
Gruppengröße						Nucleo turistico
1 Person	10,8	21,5	26,8	12,8	12,0	1 persona
2 Personen	48,1	39,9	40,1	46,7	54,4	2 persone
3 Personen	15,8	13,5	8,1	15,3	15,4	3 persone
4 Personen	17,1	18,4	15,5	17,3	13,8	4 persone
5-10 Personen	8,3	6,7	9,5	8,1	4,4	5-10 persone
Grund des Aufenthalts						Motivo di soggiorno
Kultur und Weiterbildung	2,6	5,7	20,3	3,4	5,8	Cultura e corsi
Gastronomie, Wellness, Shopping	6,8	12,5	17,2	7,9	7,8	Gastronomia, Wellness, Shopping
Sport	79,6	74,9	51,0	78,4	72,9	Sport
Andere	10,9	7,0	11,5	10,3	13,5	Altri motivi
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	Totale

• **Profil 4: Sommersporturlauber ohne Ansprüche**

Diesem Profil entsprechen 78,7% der Sommerurlauber und ihre mittleren täglichen Ausgaben betragen ungefähr 75 Euro. Wie die Winterurlauber des ersten Profils weisen sie in allen Ausgabenposten niedrige Ausgaben auf. Ihre durchschnittlichen Ausgaben sind zudem die geringsten Ausgaben aller Profile der beiden Halbjahre.

Die meisten Touristen mit diesem Profil kommen aus der näheren Umgebung wie Österreich und Deutschland sowie aus Italien. Sie wählen Südtirol vor allem als Urlaubsziel, um Sport auszuüben. Im Vergleich zum saisonalen Mittelwert buchen diese Urlauber überwiegend nur die Übernachtung und günstige Unterkünfte wie Residence, Privatzimmer und Campingplätze.

• **Profil 5: Sommerurlauber mit mittleren bis gehobenen Ansprüchen: Stadt, Kultur und Wellness**

19,3% der Sommerurlauber entsprechen dem mittleren bis gehobenen Profil des Halbjahres. Die mittleren Ausgaben dieser Gäste belaufen sich auf 186 Euro pro Tag. Die Touristen dieser Kategorie geben am meisten für die Unterkunft (+75,1% zum Mittelwert) und teilweise für den Kauf von Gütern aus (etwa doppelt so viel wie im Durchschnitt). Auch die übrigen Ausgabenposten verzeichnen tendenziell höhere Werte, wobei jedoch keiner besonders hervorsticht.

In diesem Profil finden sich überdurchschnittlich viele Urlauber aus der Schweiz, den anderen europäischen Ländern und aus außereuropäischen Staaten. Mehr als die Hälfte der Touristen in dieser Kategorie urlaubt in 4-Sterne-Hotels mit Halbpension. Ein beträchtlicher Anteil entscheidet sich für Vollpension. Fast zwei Drittel dieser Urlaubergruppe reisen als Paar oder Zweiergruppen. Sie entscheiden sich für Wellness und Entspannung in sehr guten Hotels und bevorzugen, anders als die Urlauber der übrigen Profile, Meran, Bozen und Umgebung. Die Dolomiten und das Ahrntal werden etwa gleich oft wie im saisonalen Durchschnitt als Urlaubsregion gewählt.

• **Profil 6: Luxusurlauber: Shopping und Wellness**

Mit durchschnittlichen Ausgaben von 548 Euro am Tag und einem Anteil von 2,0% an den Urlaubern hebt sich das letzte Profil deutlich von den beiden anderen Sommerprofilen ab. Es entspricht dem dritten Winterprofil, das die höchsten mittleren täglichen Ausgaben aufweist. Wie beim dritten Profil der Wintertouristen wirken sich auch hier die Ausgaben für den „Erwerb von Gütern“ deutlich auf das Ergebnis aus. Die Ausgaben für Unterkunft und Extras sowie für die Gastronomie halten in jedem Fall den größten Anteil an den Ausgaben und sind

• **Profilo 4: Vacanzieri sportivo senza pretese**

Questo profilo rappresenta il 78,7% dei turisti estivi, ed è costituito da coloro che registrano una spesa media giornaliera che si aggira attorno ai 75 euro. Come per il primo profilo della stagione invernale, anche in questo caso i turisti registrano bassi consumi in tutte le voci di spesa. Inoltre la loro spesa media si rivela la minore tra tutti i profili estrapolati da entrambe le stagioni.

La maggior parte dei turisti appartenenti a questo profilo provengono da paesi limitrofi quali Austria e Germania oltre che dall'Italia stessa e scelgono il territorio altoatesino soprattutto per praticare attività sportive. Rispetto alla media stagionale, questa tipologia di turisti sceglie per la maggiore solo il pernottamento e sistemazioni più economiche quali residence, alloggi privati e campeggi.

• **Profilo 5: Vacanzieri di fascia medio-alta: città, cultura e benessere**

Il 19,3% dei turisti estivi appartiene al profilo di fascia medio-alta della stagione. La spesa media di questo gruppo è di 186 euro giornalieri. I turisti appartenenti a questo profilo spendono di più soprattutto nell'alloggio (+75,1% della media stagionale) ed in parte nell'acquisto di beni (circa il doppio della media). Anche le altre spese riportano valori tendenzialmente superiori, ma senza nessun picco di rilievo.

In questo profilo la proporzione di svizzeri e di turisti provenienti da altri paesi europei ed extra-europei rispetto alla media aumenta sensibilmente. Più della metà degli appartenenti a questo gruppo soggiorna in hotel a 4 stelle con una mezza pensione. Una buona parte è costituita anche da coloro che optano per una pensione completa. Condividere la vacanza in coppia, o in gruppi di due persone, inoltre è la preferenza di quasi due terzi di questo gruppo di turisti. Optano per il wellness ed il relax in hotel di qualità, prediligendo maggiormente rispetto agli altri profili, zone quali Merano, Bolzano e dintorni. Mediamente scelgono la zona delle Dolomiti e Valle Aurina.

• **Profilo 6: Vacanzieri di lusso: shopping e benessere**

Con una spesa media di 548 euro al giorno e una rappresentanza del 2,0%, l'ultimo profilo si distingue nettamente dai due precedenti e si accomuna al terzo profilo invernale, corrispondente al profilo che registra la spesa media giornaliera più alta. Anche qui, come in inverno, la "spesa per l'acquisto di beni" influenza significativamente il risultato. Le spese riferite all'esercizio (alloggio ed extra) ed alla gastronomia rappresentano in ogni caso le spese più rilevanti, risultando molto più elevate rispetto alla media. Nel contempo si registrano comunque

sehr viel höher als der Mittelwert. Auch alle anderen Ausgabenposten weisen überdurchschnittlich hohe Beträge auf.

valori superiori alla media anche in corrispondenza di tutte le altre voci di spesa.

Urlauberprofile und ihre Merkmale - Sommerhalbjahr 2013

Prozentwerte

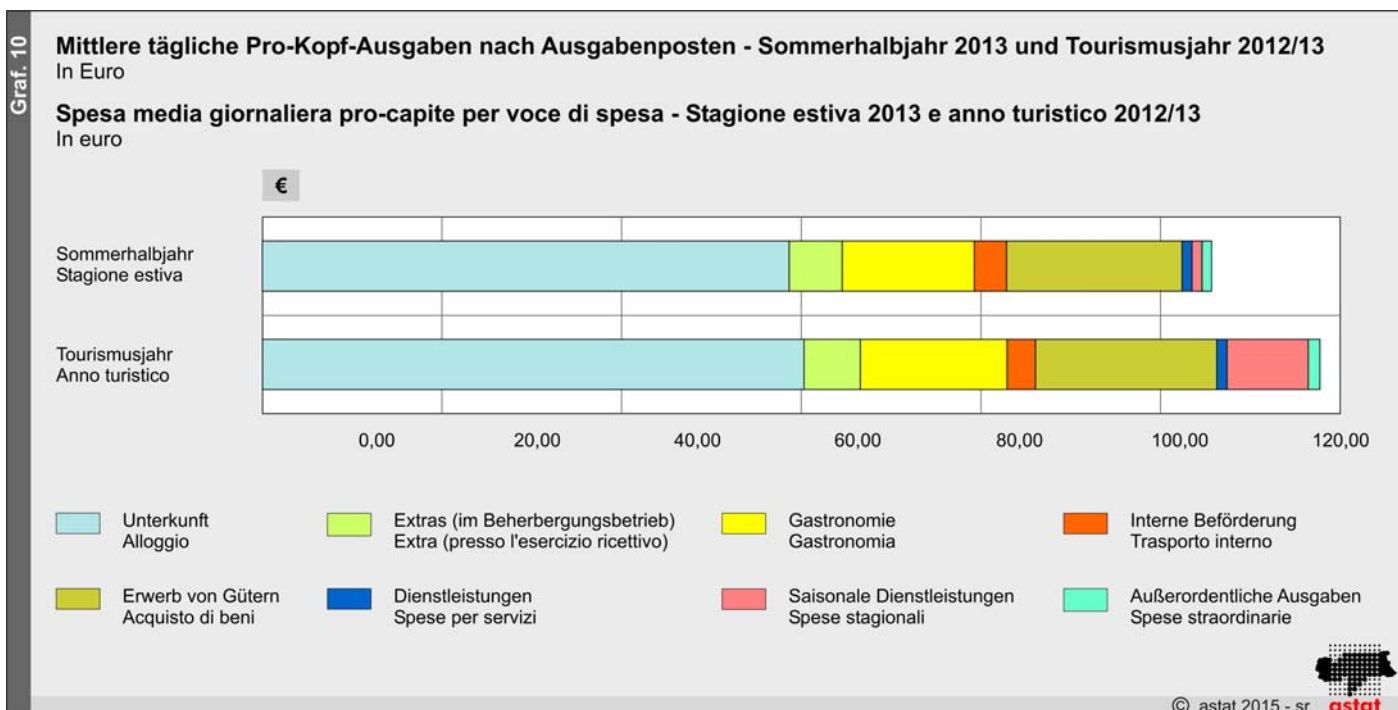
Profili turistici e loro caratteristiche - Stagione estiva 2013

Valori percentuali

	Sommerhalbjahr Stagione estiva					
	Sommersport- urlauber ohne Ansprüche Vacanzieri sportivo senza pretese	Sommerurlauber mit mittleren bis gehobenen An- sprüchen: Stadt und Wellness Vacanzieri di fascia medio- alta: città e benessere	Luxusurlauber: Shopping und Wellness Vacanzieri di lusso: shopping e benessere	Saisonaler Mittelwert Media stagionale	Mittelwert Tourismusjahr 2012/13 Media anno turistico 2012/13	
% an den gesamten Sommerurlaubern	78,7	19,3	2,0			% sul totale dei turisti estivi
Herkunftsland						Nazione di provenienza
Italien	36,0	25,9	36,6	34,1	34,9	Italia
Deutschland	47,6	47,9	40,6	47,5	44,8	Germania
Österreich	5,1	3,8	..	4,7	4,5	Austria
Schweiz	4,4	11,6	18,9	6,0	4,9	Svizzera
Andere europäische Staaten	5,2	7,7	3,9	5,7	9,1	Altri stati europei
Außereuropäische Staaten	1,7	3,1	..	1,9	1,8	Paesi extraeuropei
Betriebskategorie						Categorie d'esercizio
1 Stern	0,9	0,5	-	0,8	1,0	1 stella
2 Sterne	12,3	4,0	..	10,4	11,2	2 stelle
3 Sterne	42,5	33,3	39,4	40,9	40,0	3 stelle
4-5 Sterne	13,0	53,8	50,7	21,6	22,9	4-5 stelle
Residence	10,0	3,9	5,6	8,7	10,0	Residence
Privatzimmer	7,9	2,6	4,3	6,8	6,7	Alloggi privati
Camping	5,8	0,4	-	4,6	2,8	Camping
Andere	..	..	..	..	0,6	Altro
Urlaub auf dem Bauernhof	7,6	1,3	-	6,2	4,8	Agriturismo
Aufenthaltsdauer						Durata del soggiorno
1-3 Tage	14,0	18,1	9,0	14,7	15,3	1-3 giorni
4-6 Tage	22,1	18,6	14,5	21,3	24,0	4-6 giorni
1 Woche	24,7	26,3	20,2	24,9	28,5	1 settimana
8-13 Tage	20,7	25,8	20,7	21,7	19,6	8-13 giorni
2 Wochen	9,3	4,6	19,9	8,6	6,4	2 settimane
Mehr als 2 Wochen	9,1	6,6	15,8	8,8	6,2	Più di 2 settimane
Unterkunftsarten						Modalità di sistemazione
Nur Übernachtung	25,4	6,4	4,3	21,3	19,1	Solo pernottamento
Übernachtung mit Frühstück	28,5	21,5	36,5	27,3	25,4	Prima colazione
Halbpension	41,0	52,7	44,8	43,3	47,0	Mezza pensione
Vollpension	5,2	19,4	14,4	8,1	8,6	Pensione completa
Aufenthalts Häufigkeit						Frequenza del soggiorno
Erstes Mal	14,4	18,2	2,3	14,9	15,2	Prima volta
Nicht erstes Mal	85,6	81,8	97,7	85,1	84,8	Non prima volta
Urlaubseinheit						Nucleo turistico
1 Person	10,8	12,4	31,9	11,5	12,0	1 persona
2 Personen	58,2	65,2	54,5	59,5	54,4	2 persone
3 Personen	16,3	12,7	10,9	15,5	15,4	3 persone
4 Personen	12,7	8,0	..	11,5	13,8	4 persone
5-10 Personen	2,0	1,6	2,7	1,9	4,4	5-10 persone
Grund des Aufenthalts						Motivo di soggiorno
Kultur und Weiterbildung	7,3	8,3	2,8	7,4	5,8	Cultura e corsi
Gastronomie, Wellness, Shopping	5,9	13,6	17,0	9,0	7,8	Gastronomia, Wellness, Shopping
Sport	71,6	63,1	45,8	68,0	72,9	Sport
Andere	15,2	15,0	34,3	15,6	13,5	Altri motivi
Insgesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	Totale

Die Schweizer stellen auch in diesem Fall den größten Anteil und zählen allgemein zu den Urlaubern, die durchschnittlich am meisten ausgeben. Die Gäste mit diesem Profil bevorzugen Hotels mit 4-5 Sternen und viele verbringen längere Urlaube (zwei Wochen) in Südtirol. Fast ein Drittel reist alleine an und im Vergleich zu den anderen Profilen entscheiden sich sehr viele für die Tourismusgebiete Vinschgau und insbesondere Eisacktal. Die Urlauber dieser Kategorie schätzen die gute Küche, Shopping, Wellness und Entspannung sowie den Kontakt zur Natur.

Spiccano anche in questo profilo i turisti provenienti dalla Svizzera, che in generale, rientrano tra coloro che spendono in media di più. Gli esercizi a 4-5 stelle vengono prescelti più frequentemente e molti sono coloro che soggiornano per periodi più lunghi (due settimane). Quasi un terzo arriva in vacanza da solo, e rispetto agli altri profili, sono parecchi coloro che scelgono di frequentare zone come la Val Venosta e, soprattutto, la Valle Isarco. Gli appartenenti a questo profilo prediligono soggiorni all'insegna di una buona cucina, shopping, wellness e relax accompagnati dal contatto con la natura.



Teil 2

Preiszufriedenheit und Gesamtzufriedenheit



Autoren: **Anna Scuttari, Harald Pechlaner, Raphaela Maier** (EURAC - Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement)

Die Analyse der Zufriedenheit der Touristen wurde von der EURAC (Europäischen Akademie Bozen) durchgeführt. Sie bezieht sich sowohl auf den Zufriedenheitsgrad mit den Preisniveaus als auch auf die Preiszufriedenheit der Touristen.

Die *Preissensibilität* (d.h. das Achten auf niedrige Preise) wurde getrennt nach Urlaubszeit und im Alltagsleben untersucht. Die Angaben zur *Preiszufriedenheit* der Gäste wurden in den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben und in Dienstleistungsbetrieben gesammelt. Die erhobenen Daten wurden nach verschiedenen demografischen Faktoren ausgewertet, z.B. nach Altersklassen und Herkunftsländern.

Abschließend wurde die Gesamtzufriedenheit der Gäste mit ihrem Aufenthalt in Südtirol analysiert.

Parte 2

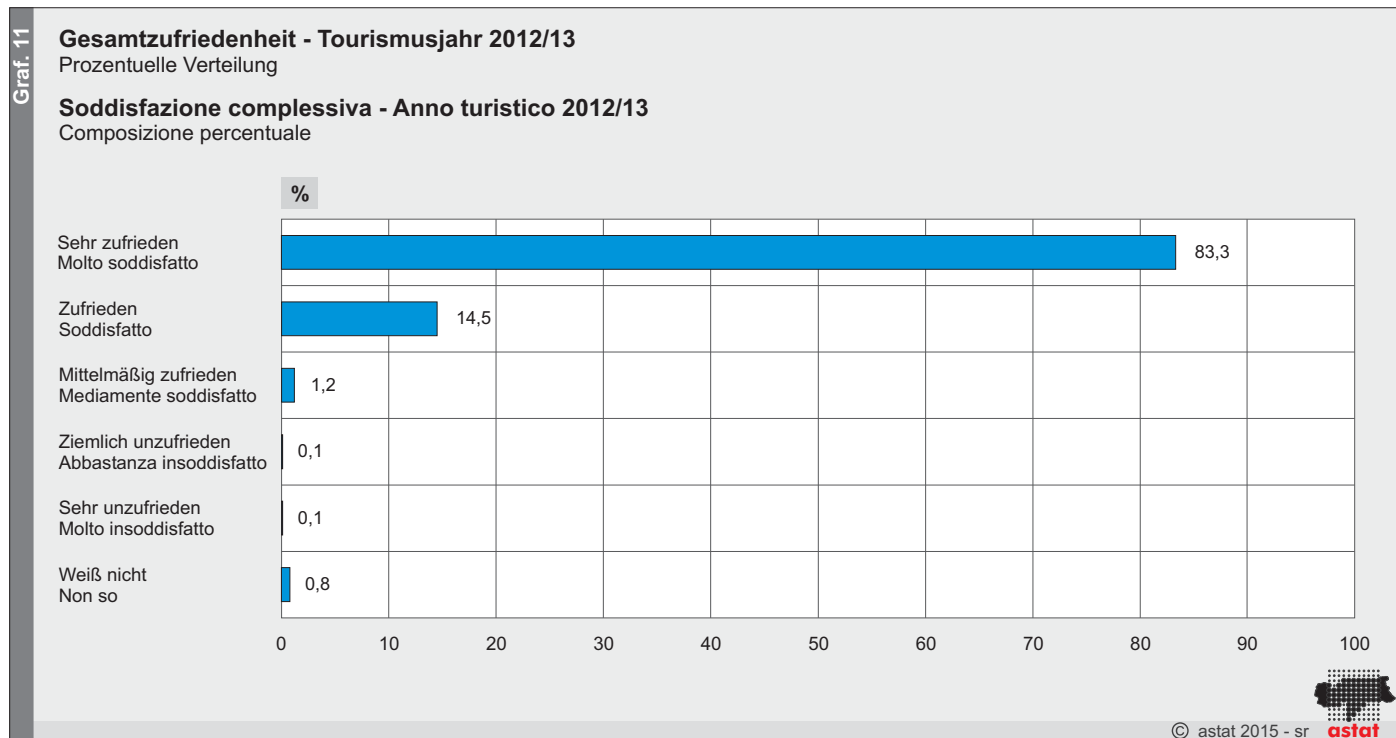
Soddisfazione riguardo ai prezzi e soddisfazione complessiva

Autori: **Anna Scuttari, Harald Pechlaner, Raphaela Maier** (EURAC - Istituto per lo Sviluppo Regionale e il Management del Territorio)

L'analisi sulla soddisfazione dei turisti è stata svolta da parte di EURAC (Accademia Europea di Bolzano). Essa riguarda sia il grado di attenzione sul livello dei prezzi, sia la soddisfazione del turista rispetto ai prezzi.

La *sensibilità ai prezzi*, intesa come attenzione per i prezzi bassi, è stata analizzata in riferimento al comportamento in vacanza e nella vita quotidiana. La *soddisfazione riguardo ai prezzi* praticati, invece, è stata rilevata negli esercizi ricettivi, negli esercizi per la ristorazione e in riferimento ad altri servizi prestati in loco. Sensibilità e soddisfazione ai prezzi sono poi state analizzate a seconda delle caratteristiche demografiche del campione, ad es. classi di età e paesi di provenienza.

Infine, è stata analizzata anche la *soddisfazione generale* dei turisti rispetto al proprio soggiorno in Alto Adige.



1. Preissensibilität: Im Urlaub wird weniger auf den Preis geachtet

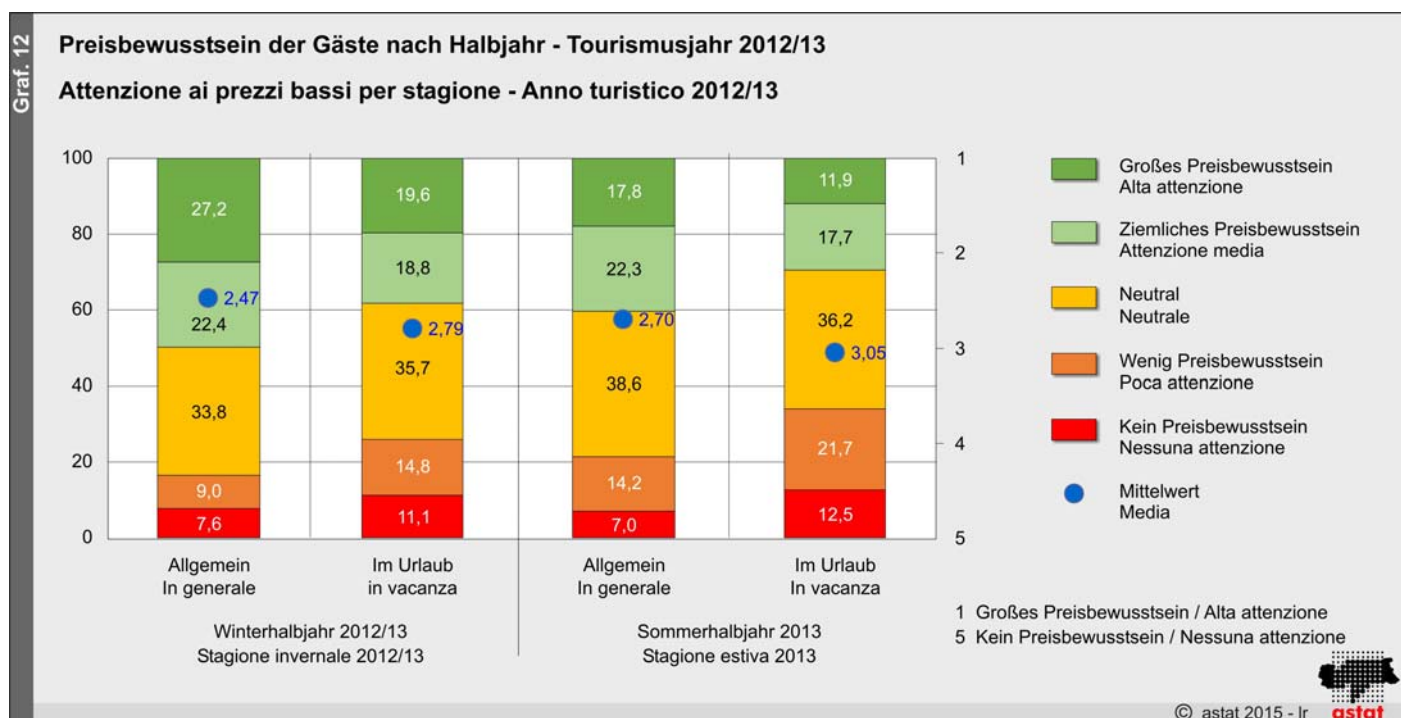
Im Allgemeinen verhalten sich die Gäste hinsichtlich der Preissensibilität neutral (d.h. niedrige Preise sind für die Gäste kein ausschlaggebendes Kriterium für die Auswahl oder Buchung eines Urlaubes). Zur besseren Auswertung der Preissensibilität wurden die Werte des Sommers jenen des Winters gegenübergestellt und zwischen Urlaub und Alltag unterschieden. Auf einer Skala zwischen 1 (ich achte sehr darauf) und 5 (ich achte überhaupt nicht darauf) liegt der allgemeine Mittelwert der Preissensibilität der Gäste im Urlaub im Sommer bei 3,05 und im Winter bei 2,79. Dies bedeutet, dass die Wintergäste während ihres Urlaubes mehr als die Sommergäste auf niedrige Preise achten. Ein möglicher Faktor, der den leichten Unterschied beeinflussen könnte, ist der Skipasspreis sowie die höheren Ausgaben im Winter.

Außerdem ist die Preissensibilität während des Urlaubes geringfügig niedriger als im täglichen Leben, sowohl im Sommer als auch im Winter.

1. Sensibilità ai prezzi: In vacanza si presta meno attenzione ai prezzi bassi

In generale i turisti hanno un atteggiamento di indifferenza rispetto ai prezzi bassi, cioè il prezzo basso non sembra essere un criterio determinante nel momento della scelta o della prenotazione della vacanza. Per valutare in modo più preciso la sensibilità al prezzo, sono stati confrontati i relativi valori in estate e in inverno, sia in vacanza che nella vita quotidiana. In una scala da 1 (faccio molta attenzione) a 5 (non faccio nessuna attenzione), il valore medio della sensibilità al prezzo in vacanza è pari a 3,05 in estate e 2,79 in inverno. Ciò sta a significare che gli ospiti invernali fanno maggiormente attenzione ai prezzi bassi in vacanza rispetto agli ospiti estivi. Un possibile elemento determinante a questo proposito è il prezzo dello skipass, così come il più elevato livello di spese nella stagione invernale.

Inoltre, la sensibilità ai prezzi durante la vacanza è lievemente più bassa di quella nella vita quotidiana, sia in estate sia in inverno.



Während 16,2% der befragten Gäste des Winterhalbjahres und 21,2% der Gäste des Sommerhalbjahres wenig bis gar nicht auf niedrige Preise achten, tun dies im Urlaub 24,5% der befragten Wintergäste und 34,1% der befragten Sommergäste.

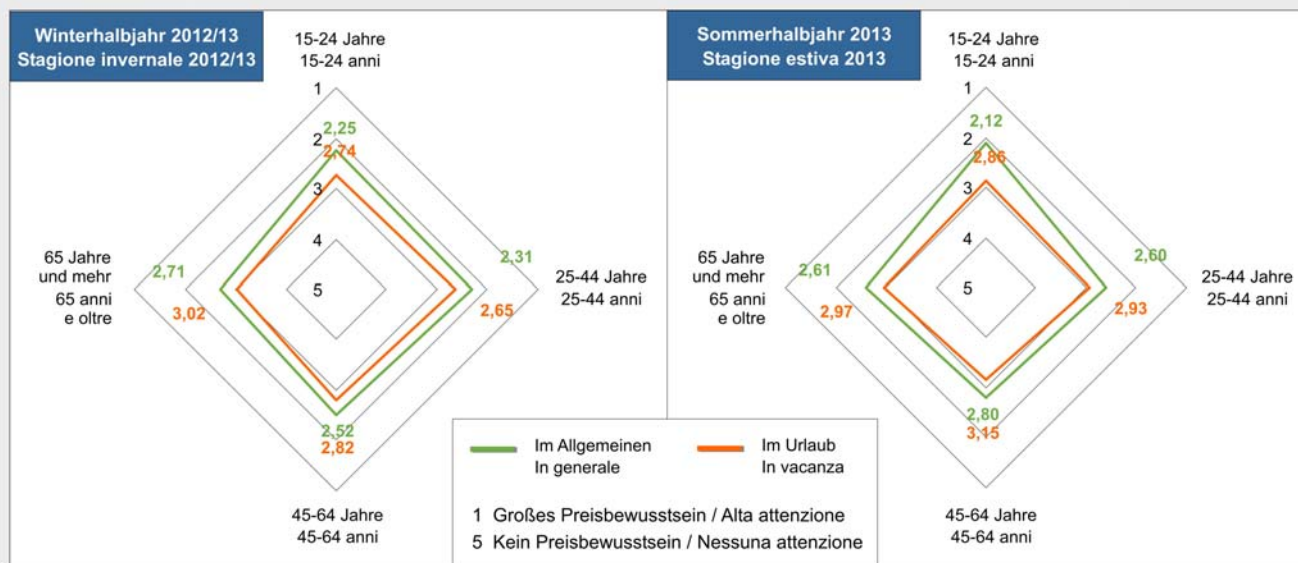
Es bestehen nicht nur Unterschiede zwischen den beiden Tourismushalbjahres und Rahmenbedingungen bei der Preissensibilität, sondern auch zwischen den Altersgruppen.

Mentre nella vita quotidiana il 16,2% dei turisti in inverno e il 21,2% dei turisti in estate presta poca o nessuna attenzione ai prezzi bassi, per quanto riguarda la vacanza, i turisti che prestano poca o nessuna attenzione a prezzi convenienti sono rispettivamente il 24,5% in inverno e il 34,1% in estate.

Si riscontrano differenze nella sensibilità ai prezzi non soltanto tra le stagioni, ma anche tra le classi di età.

Preisbewusstsein der Gäste nach Halbjahr und Altersklasse - Tourismusjahr 2012/13

Attenzione ai prezzi bassi per stagione e classe di età - Anno turistico 2012/13



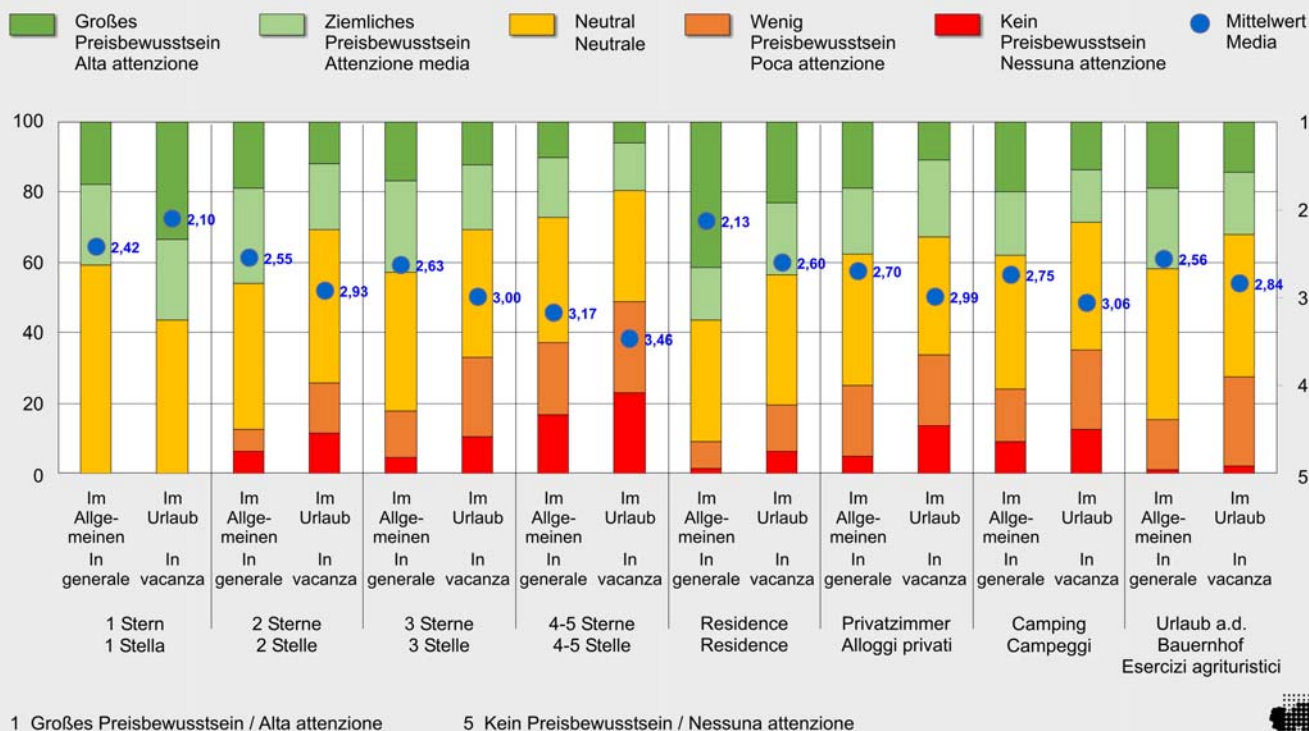
© astat 2015 - Ir **astat**

Tendenziell ist die Preissensibilität bei den älteren Gästen niedriger und bei den jüngeren höher. Dies ist möglicherweise auf die unterschiedliche Kaufkraft der jüngeren und älteren Gäste zurückzuführen.

Infatti, la sensibilità ai prezzi è tendenzialmente più bassa per i turisti più anziani, più alta per i più giovani. Questa differenza si può probabilmente ricondurre al diverso potere di acquisto tra i due gruppi.

Preisbewusstsein der Gäste nach Beherbergungsart - Sommerhalbjahr 2013

Attenzione ai prezzi bassi per categoria di esercizio ricettivo - Stagione estiva 2013



© astat 2015 - Ir **astat**

Analysiert man die Preissensibilität der Gäste nach Beherbergungsart, wird ersichtlich, dass bei einer höheren Hotelkategorie die Preissensibilität sinkt. Diese Tendenz ist besonders im Sommer zu beobachten. Anders verhält es sich bei den nicht gastgewerblichen Betrieben (Residence, Privatzimmer, Camping, Urlaub auf dem Bauernhof). Die Preissensibilität hat weder eine an- noch absteigende Tendenz. Bei allen Arten der nicht gastgewerblichen Beherbergungsbetriebe entspricht die Preissensibilität der Gäste im Alltag auch jener während des Urlaubes.

2. Preiszufriedenheit: Touristen mit den Preisen für Unterkunft und Gastronomie zufrieden

Ein zweiter Teil der EURAC-Auswertung betrifft die Preiszufriedenheit der Gäste mit den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben sowie mit den zusätzlichen Gütern und Dienstleistungen vor Ort. Die Preiszufriedenheit in der Studie berücksichtigt unterschiedliche Aspekte: Transparenz (Informationen zum Angebotspreis des Produktes/der Dienstleistung); günstige Preise (Preis- Leistungs- Verhältnis); Zuverlässigkeit (Anwendung des vereinbarten Preises) und die Preisfairness (Balance zwischen dem tatsächlichen und dem gesellschaftlich akzeptierten Preis).

Die Zufriedenheit mit den Preisen der Beherbergungsbetriebe ist in beiden untersuchten Halbjahren in allen abgefragten Bereichen die größte Stärke Südtirols. Die befragten Gäste sind sowohl im Winter als auch im Sommer mit dem Preisversprechen (1,13 und 1,05), den veröffentlichten Preisangaben (1,14 und 1,06) und mit der Auskunft der Mitarbeiter zu den Preisen (1,15 und 1,08) sehr zufrieden. Die geringste Zufriedenheit betrifft sowohl im Winter- als auch im Sommerhalbjahr das Preis- Leistungs- Verhältnis (1,27 und 1,15).

Die Zufriedenheit mit den Preisen in der Gastronomie in Südtirol ist mit Mittelwerten zwischen 1,13 und 1,74 sehr hoch. Sowohl im Winter als auch im Sommer punkten die Aspekte Preisinformation (1,28 und 1,14) und Preisversprechen (1,29 und 1,13). Im Winter hingegen sind die Gäste mit dem Preis- Leistungs- Verhältnis (1,74) sowie mit der Erfüllung der Erwartungen (1,68) weniger zufrieden. Zudem weist der Preis- Leistungs- Verhältnis im Winter-Sommer-Vergleich den größten Unterschied in der Zufriedenheit (1,74 bzw. 1,35) auf.

Se si guarda alla sensibilità ai prezzi per categoria di esercizio ricettivo si può notare che, all'aumentare della categoria, la sensibilità diminuisce. Questa tendenza è maggiormente visibile in estate. Diversamente rispetto agli esercizi alberghieri, negli altri esercizi ricettivi (residence, alloggi privati, agriturismi) non si nota né una tendenza a crescere né a decrescere per quanto riguarda la sensibilità al prezzo. In tutti gli esercizi non alberghieri, inoltre, la sensibilità al prezzo in vacanza è molto simile a quella nella vita quotidiana.

2. Soddifazione riguardo ai prezzi: Turisti soddisfatti dei prezzi praticati nella struttura ricettiva e nella gastronomia

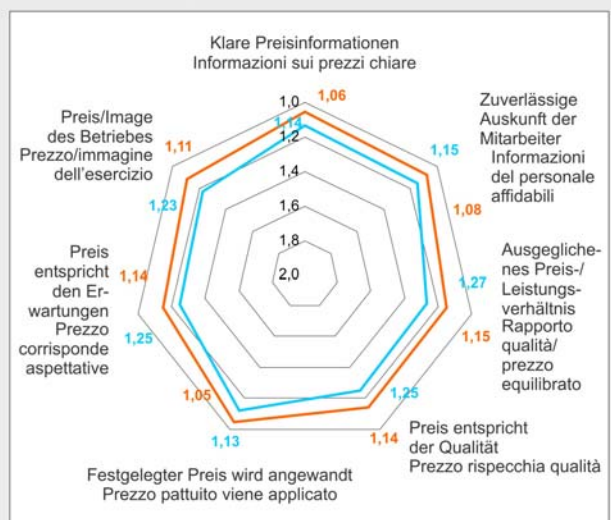
Una seconda sezione dell'analisi di EURAC riguarda la soddisfazione riguardo ai prezzi praticati negli esercizi ricettivi, negli esercizi per la ristorazione e la soddisfazione riguardo al prezzo dei beni e servizi acquistati in loco. La soddisfazione riguardo ai prezzi in questo studio è analizzata come somma di diversi fattori: la trasparenza (disponibilità di informazioni sul prezzo attraverso il prodotto/servizio), la convenienza (rapporto qualità/prezzo), l'affidabilità (applicazione del prezzo stabilito) e l'equità (bilanciamento tra prezzo effettivo e prezzo socialmente accettato).

La soddisfazione riguardo ai prezzi praticati negli esercizi ricettivi è in entrambe le stagioni un punto di assoluta forza dell'Alto Adige per tutti i fattori analizzati. I turisti intervistati sono particolarmente soddisfatti rispetto all'affidabilità dei prezzi (1,13 in inverno e 1,05 in estate), ma anche rispetto all'informazione sul prezzo esposta in loco (1,14 in inverno e 1,06 in estate) e a quella fornita dal personale dell'esercizio (1,15 e 1,08). Il livello di soddisfazione più basso si manifesta in entrambe le stagioni nel rapporto qualità/prezzo (rispettivamente 1,27 in inverno e 1,15 in estate).

Anche la soddisfazione nell'ambito della gastronomia in Alto Adige è molto alta, con valori medi compresi tra 1,13 e 1,74. Sia in inverno sia in estate sono particolarmente positivi i fattori relativi all'informazione sui prezzi (rispettivamente pari a 1,28 e 1,14) e all'affidabilità (1,29 e 1,13). In inverno, invece sono relativamente più deboli i valori medi del rapporto qualità/prezzo (1,74) e della capacità di rispondere alle aspettative (1,68). Proprio il rapporto qualità/prezzo mostra la maggiore differenza tra inverno ed estate (rispettivamente 1,74 e 1,35).

Preiszufriedenheit der Gäste in Beherbergungsbetrieben nach Saison - Tourismusjahr 2012/13

Soddisfazione riguardo ai prezzi praticati negli esercizi ricettivi per stagione - Anno turistico 2012/13



Winterhalbjahr 2012/13
Stagione invernale 2012/13

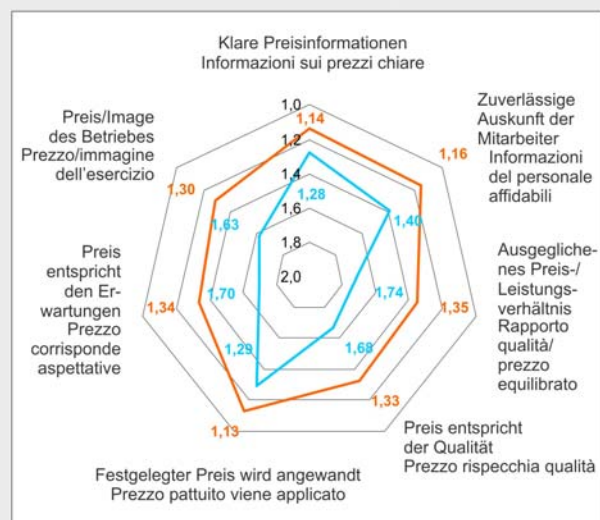
Sommerhalbjahr 2013
Stagione estiva 2013

1 Sehr zufrieden / Molto soddisfatto
5 Sehr unzufrieden / Molto insoddisfatto

© astat 2015 - Ir astat

Preiszufriedenheit der Gäste in der Gastronomie nach Saison - Tourismusjahr 2012/13

Soddisfazione riguardo ai prezzi praticati negli esercizi per la ristorazione per stagione - Anno turistico 2012/13



Winterhalbjahr 2012/13
Stagione invernale 2012/13

Sommerhalbjahr 2013
Stagione estiva 2013

1 Sehr zufrieden / Molto soddisfatto
5 Sehr unzufrieden / Molto insoddisfatto

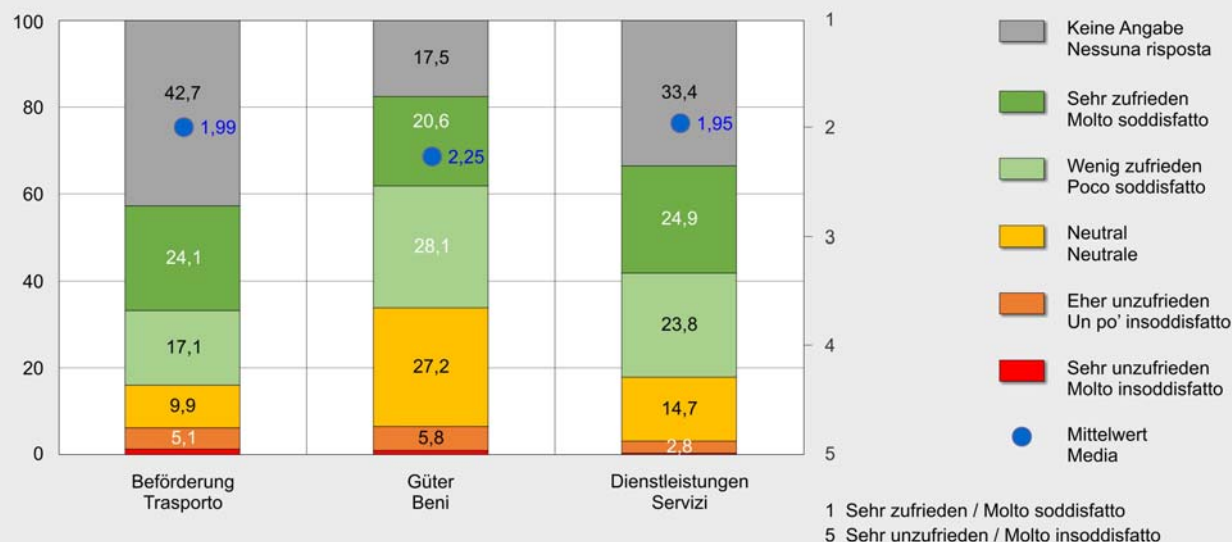
© astat 2015 - Ir astat

Die Umfrage zur Zufriedenheit mit den Preisen für Güter, Dienstleistungen und Beförderung (Mobilität; nur im Sommer durchgeführt) verdeutlicht, dass die Zufriedenheit im Vergleich zu den Preisen für Beherbergung und Gastronomie weitaus niedriger ist. Am zufriedensten sind die Gäste mit den Dienstleistungen mit einem Mittelwert von 1,95.

L'indagine sulla soddisfazione riguardo ai prezzi di beni (shopping), servizi e trasporto, svolta soltanto in estate, mostra come questi tre aspetti, se confrontati con la ristorazione e la ricettività, denotino per i turisti una soddisfazione ai prezzi molto meno soddisfacente. L'ambito dei servizi risulta tuttavia quello più soddisfacente con un valore medio pari a 1,95.

Preiszufriedenheit der Gäste mit der Beförderung, den Gütern und den Dienstleistungen - Sommerhalbjahr 2013

Soddisfazione riguardo ai prezzi praticati per beni, servizi e trasporto - Stagione estiva 2013

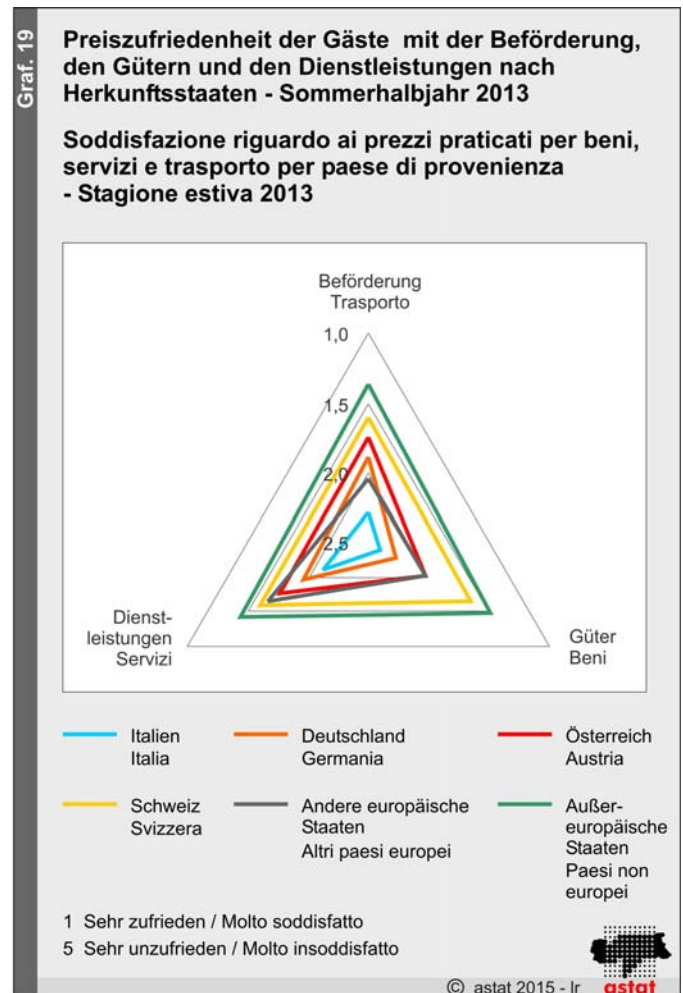
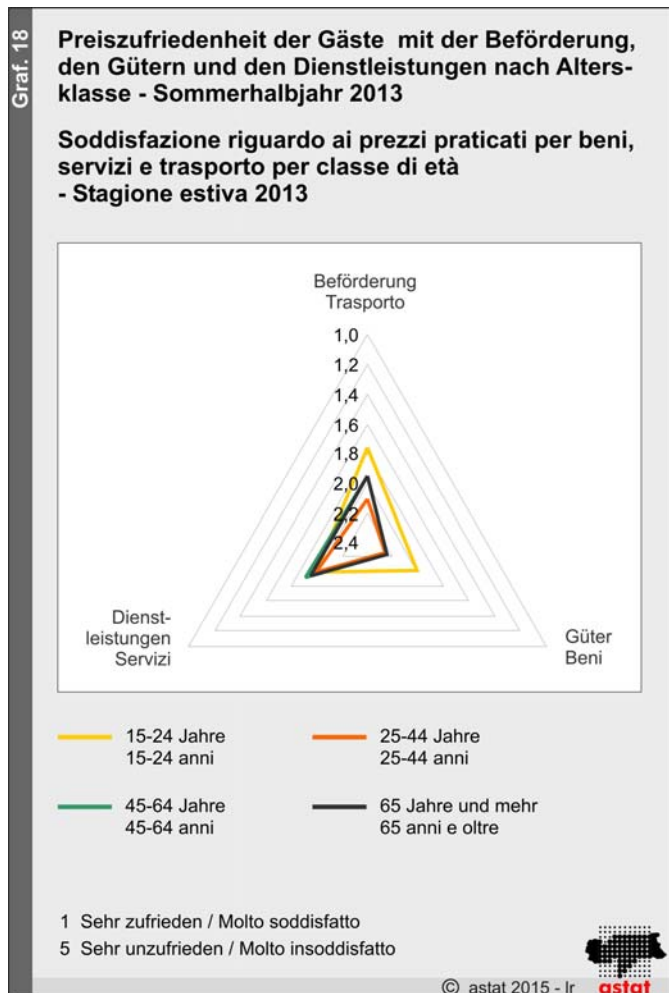


1 Sehr zufrieden / Molto soddisfatto
5 Sehr unzufrieden / Molto insoddisfatto

© astat 2015 - Ir astat

Analysiert man die Zufriedenheit mit den Preisen für Güter/Dienstleistungen/Beförderung nach verschiedenen Altersgruppen, erkennt man kaum Unterschiede. Ausgenommen ist der Bereich Beförderung: mit diesem sind die jüngeren Gäste (15-24 Jahre) am zufriedensten (1,76). Die Gäste zwischen 24 und 44 Jahren sind beim Einkauf von Gütern am wenigsten zufrieden. In Bezug auf die Dienstleistungen unterscheiden sich die Werte minimal (1,92 - 2,00).

Analizzando la soddisfazione relativa ai prezzi per alcune voci di spesa (trasporto interno, acquisto beni e spese per servizi) e per classi di età dei turisti, non si riscontrano significative differenze, fatta eccezione per quanto riguarda i trasporti, dove gli ospiti più giovani (15-24 anni) risultano essere maggiormente soddisfatti (1,76). Al contrario, nel settore dell'acquisto di beni, gli ospiti tra i 24 e i 44 anni sono i meno soddisfatti. Nell'ambito dei servizi la differenza del valore è minima (1,92 - 2,00).



Betrachtet man die Preiszufriedenheit der Touristen in den genannten drei Bereichen nach Herkunftsländern, so erkennt man eine geringere Zufriedenheit bei den traditionellen Märkten (Deutschland und Italien) als bei den „neuen“ Märkten. Die italienischen Gäste sind dabei in allen drei Bereichen am wenigsten zufrieden, wogegen die Gäste aus außereuropäischen Ländern und aus der Schweiz in allen Bereichen die höchsten Zufriedenheitsgrade aufweisen.

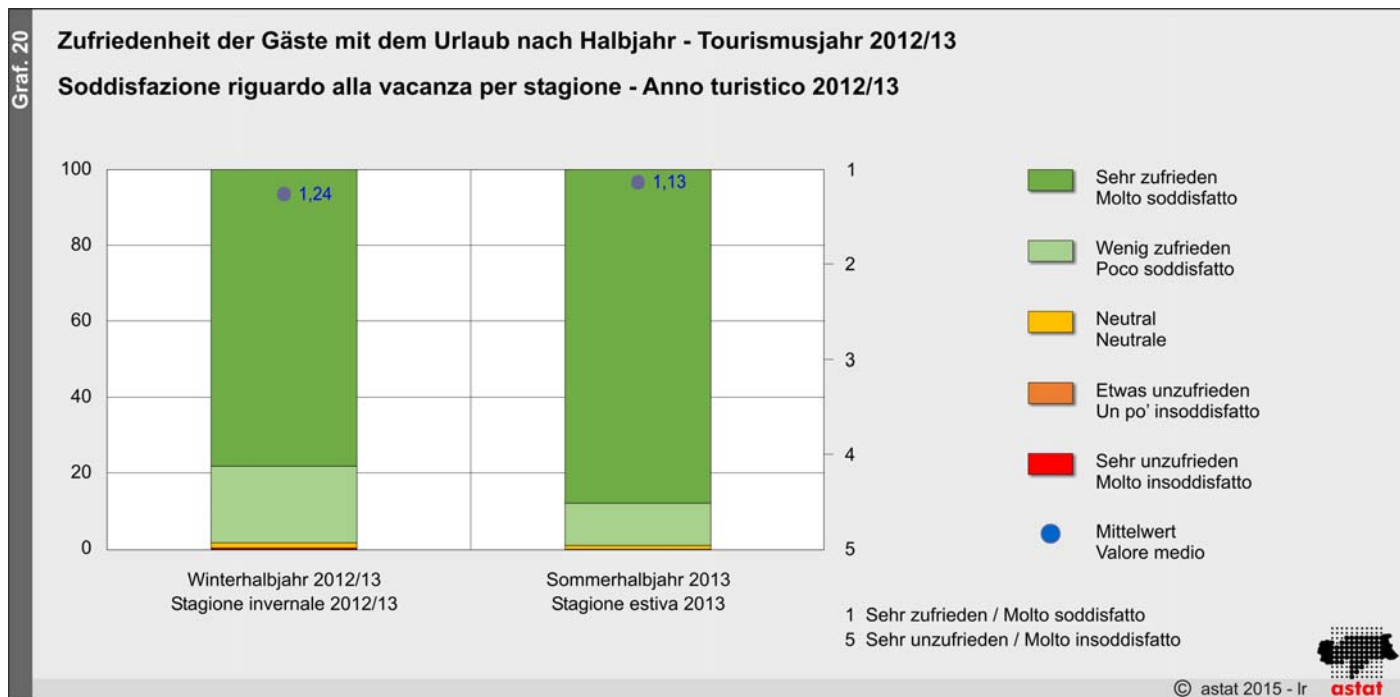
Se si osserva ora la soddisfazione dei turisti rispetto ai prezzi praticati nei tre settori (trasporto, beni e servizi) in relazione al loro paese di provenienza, si nota una soddisfazione relativamente bassa nei mercati tradizionali (Germania e Italia), rispetto ai “nuovi” mercati. In particolare la soddisfazione più bassa in tutti e tre i comparti si osserva per gli ospiti italiani, mentre gli ospiti provenienti da paesi non europei e dalla Svizzera mostrano livelli più elevati di soddisfazione.

3. Gesamtzufriedenheit: Die Touristen sind mit ihrem Südtirolurlaub insgesamt sehr zufrieden

Die befragten Gäste sind mit dem Aufenthalt in Südtirol im Allgemeinen sehr zufrieden.

3. Soddisfazione generale: Turisti nel complesso molto soddisfatti del loro soggiorno in Alto Adige

In generale, la soddisfazione complessiva dei turisti rispetto alla vacanza in Alto Adige è molto alta.



Während im Winter 77,1% der befragten Gäste mit dem Urlaub in Südtirol vollkommen zufrieden sind, sind es im Sommer 87,3%.

Die Betrachtung der gesamten Preiszufriedenheit nach Herkunftsland der Gäste zeigt, dass sich bei den Österreichern und bei den Gästen aus den außereuropäischen Staaten die Winter- und Sommerwerte am meisten unterscheiden. Die außereuropäischen Gäste weisen dabei eine größere Zufriedenheit im Sommer als im Winter auf (1,07 bzw. 1,29). Auch die Gäste aus Österreich weisen große Unterschiede zwischen den Halbjahren auf (1,10 im Sommer, 1,39 im Winter). Die Gäste aus der Schweiz (1,11 im Sommer, 1,12 im Winter) und aus anderen europäischen Staaten (1,18 im Sommer, 1,16 im Winter) registrieren sowohl im Winter als auch im Sommer nahezu gleiche Zufriedenheitswerte.

Wird die Gesamtzufriedenheit der Gäste nach Alter analysiert, ist zu erkennen, dass die jüngeren Gäste weniger zufrieden sind als die älteren. Dabei weist die Altersgruppe zwischen 15 und 24 Jahren die geringste Zufriedenheit sowohl im Winter (1,54) als auch im Sommer (1,25) auf. Im Winter (1,18) und im Sommer (1,12) ist die Altersgruppe über 64-Jährigen am zufriedensten.

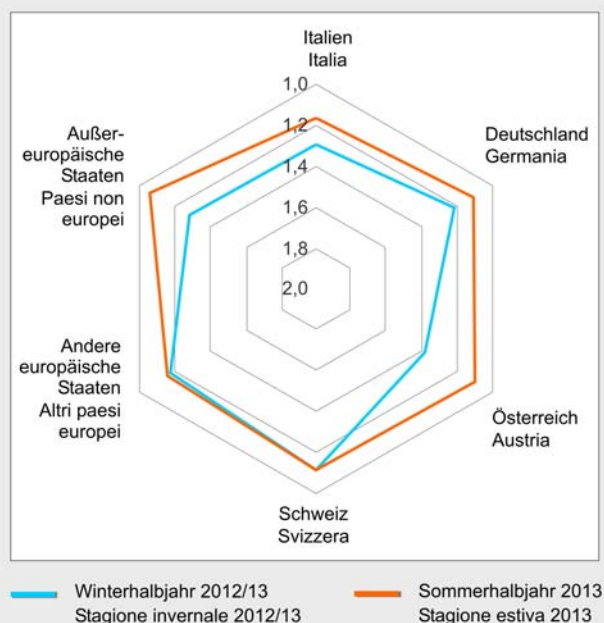
Infatti, mentre in inverno il 77,1% degli intervistati si dichiara molto soddisfatto relativamente alla vacanza, in estate la quota dei soddisfatti sale all'87,3%.

L'analisi della soddisfazione complessiva in funzione della provenienza dei turisti rileva che la differenza maggiore tra valori invernali ed estivi è attribuibile ai turisti austriaci e a quelli provenienti da altri paesi extra-europei. Questi ultimi mostrano una differenza più marcata tra la soddisfazione media nelle due stagioni (rispettivamente pari a 1,07 in estate e 1,29 in inverno). Lo stesso vale per i turisti austriaci (rispettivamente 1,10 in estate e 1,39 in inverno). Riscontrano invece valori pressoché identici tra estate e inverno i turisti svizzeri (1,11 e 1,12), così come quelli provenienti dagli altri paesi europei (1,18 in estate e 1,16 in inverno).

Analizzando il dato per classi di età, si può evidenziare che i turisti più giovani sono i meno soddisfatti. La classe di età tra 15 e 24 anni mostra i livelli più bassi di soddisfazione sia in inverno (1,54), sia in estate (1,25). Invece i turisti con più di 64 anni sono i più soddisfatti sia in inverno (1,18) che in estate (1,12).

Zufriedenheit der Gäste mit dem Urlaub nach Halbjahr und Herkunftsstaaten - Tourismusjahr 2012/13

Soddisfazione riguardo alla vacanza per stagione e paese di provenienza - Anno turistico 2012/13

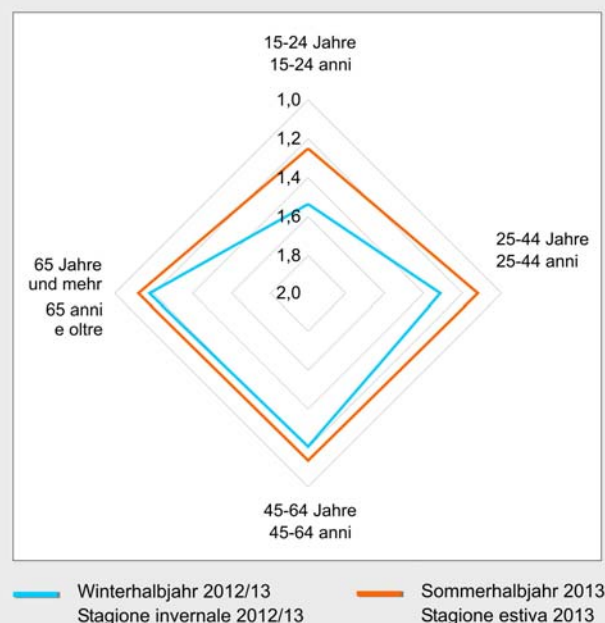


- 1 Sehr zufrieden / Molto soddisfatto
5 Sehr unzufrieden / Molto insoddisfatto



Zufriedenheit der Gäste mit dem Urlaub nach Halbjahr und Alter - Tourismusjahr 2012/13

Soddisfazione riguardo alla vacanza per stagione e classe di età - Anno turistico 2012/13



- 1 Sehr zufrieden / Molto soddisfatto
5 Sehr unzufrieden / Molto insoddisfatto



Zusammenfassung

Die Analyse zur Preissensibilität ergibt, dass die Gäste im Urlaub weniger auf niedrige Preise achten als im Alltag. Der Grad der Preissensibilität ist bei den jüngeren Gästen höher als bei den älteren Gästen und im Winter höher als im Sommer. Zudem kann aufgrund der Daten auch folgende These aufgestellt werden: je höher die Hotelkategorie, desto mehr sinkt die Preissensibilität.

Beherbergung und Gastronomie verzeichnen hohe Zufriedenheitswerte bei den Gästen. Zudem gibt es in der Beherbergung keine Kritikpunkte. Die Preistransparenz und Preiszuverlässigkeit werden allerdings besser bewertet als das Preis-Leistungs-Verhältnis. Laut Studie wird außerdem festgestellt: Je älter die Gäste, desto zufriedener sind sie.

Im Bereich der Beförderung, der Güter und anderen Dienstleistungen - nur im Sommer analysiert - ist eine niedrigere Preiszufriedenheit als bei der Beherbergung und Gastronomie festzustellen. Zudem sind die Gäste aus Italien und Deutschland weniger zufrieden als jene aus den neuen internationalen Märkten.

Die Auswertung der Gesamtzufriedenheit ergibt, dass die Sommergäste mit dem Urlaub in Südtirol zufriedener sind als die Wintergäste. Dieser Unterschied der Zufriedenheit zwischen Sommer- und Winterhalbjahr zeigt sich vor allem bei verschiedenen Gruppen von Gästen: bei den Österreichern und den jüngeren Urlaubern.

Sintesi

Nell'analisi della sensibilità al prezzo si nota che in vacanza gli ospiti prestano meno attenzione ai prezzi bassi che nella vita quotidiana. Il valore di sensibilità al prezzo da una parte è più alto negli ospiti più giovani che negli anziani e dall'altra è più alto in inverno che in estate. All'aumentare della categoria di hotel, la sensibilità al prezzo si riduce.

Ricettività e gastronomia hanno alti livelli di soddisfazione tra gli ospiti. Per quanto riguarda gli esercizi ricettivi, sulla base dei risultati ottenuti, non si evidenziano criticità alcune. La trasparenza dei prezzi e l'affidabilità di prezzo vengono valutati meglio che la convenienza (rapporto qualità/prezzo). Inoltre, all'aumentare dell'età, aumenta la soddisfazione.

La soddisfazione relativa al prezzo dei trasporti, dei beni e di altri servizi - valutata soltanto in estate - è minore rispetto a quella relativa ad alloggio e ristorazione. Inoltre, i mercati tradizionali (Italia e Germania) sono meno soddisfatti dei nuovi mercati internazionali.

La valutazione della soddisfazione generale denota che i visitatori estivi sono più soddisfatti della vacanza in Alto Adige rispetto agli ospiti invernali. Inoltre, la differenza stagionale è più evidente per alcune categorie di turisti: per gli ospiti austriaci e per i più giovani.

Die in dieser Studie analysierten Daten stammen aus der **Stichprobenuntersuchung zu den Touristenausgaben**, welche vom ASTAT in Zusammenarbeit mit der EURAC im Tourismusjahr 2012/13 durchgeführt wurde.

Die Erhebung umfasst **2.659 Urlaubereinheiten** (eine Gruppe von Personen, welche nicht zwingend einem Verwandtschaftsverhältnis unterliegt und die auch aus mehreren Familien bestehen kann), welche aus einer geschichteten Stichprobe gezogen wurden. Insgesamt handelt es sich um 6.727 Gäste, welche mindestens eine Nacht in einem Südtiroler Beherbergungsbetrieb verbrachten. Die Befragungen wurden im Tourismusjahr 2012/13 durchgeführt, aufgeteilt auf 1.263 Befragungen im Winter 2012/13 und 1.396 Befragungen im Sommer 2013.

Die Stichprobenerhebung unterliegt dem Fehler, welcher sich ergibt, wenn nur ein Teil einer Gesamtheit beobachtet wird. Die mögliche Variabilität der Daten wird anhand von Konfidenzintervallen geschätzt. Somit lässt sich sagen, dass die mittleren täglichen Pro-Kopf-Ausgaben mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% zwischen 113,72 Euro und 121,03 Euro liegen. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist außerdem zu berücksichtigen, dass die Ausfallquote bei einigen Variablen wie beispielsweise dem Haushaltseinkommen sehr hoch war.

Übersicht 1 / Prospetto 1

Verfügbarkeit der Daten der Hauptausgabenposten nach Tourismushalbjahr - Tourismusjahr 2012/13

Prozentwerte

Disponibilità dei dati delle principali voci di spesa per stagione turistica - Anno turistico 2012/13

Valori percentuali

AUSGABENPOSTEN	Winterhalbjahr Stagione invernale	Sommerhalbjahr Stagione estiva	VOCI DI SPESA
Unterkunft	99,8	99,4	Alloggio
Extras	58,2	53,7	Extra
Gastronomie	74,1	72,8	Gastronomia
Interne Beförderung	22,6	30,4	Trasporto interno
Erwerb von Gütern	45,0	50,9	Acquisto beni
Dienstleistungen	5,6	7,2	Spese servizi

Die Übersicht 1 zeigt, dass für bestimmte Ausgabenposten (insbesondere die Posten mit einer Verfügbarkeit der Daten von <30%) anteilmäßig weniger Daten erhoben werden konnten als für andere Posten. Aufgrund dieser Unterschiede und der Unterrepräsentanz einiger Posten ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten, dass ihr Gewicht bei der Zusammenstellung der Ausgaben tendenziell unterschätzt ist. Ihre Bedeutung scheint somit geringer zu sein als sie tatsächlich ist.

Um die Repräsentativität der verschiedenen Unterteilungen der Beherbergungsbetriebe und Gebiete des Südtiroler Tourismusangebots zu gewährleisten, wurde die Stichprobe bei der Hochrechnung auf die Grundgesamtheit wie folgt geschichtet:

- nach **Saison**: Winterhalbjahr (November-April) und Sommerhalbjahr (Mai-Oktober);
- nach **Zielgebiet**: *Dolomiten und Ahrntal* (Rosengarten-Latemar, Seiser Alm-Schlerngebiet, Gröden, Kronplatz, Tauferer Ahrntal, Alta Badia und Hochpustertal), *Vinschgau, Meraner Land, Südtirols Süden und Eisacktal*;

I dati analizzati nel presente studio provengono dall'**indagine campionaria sulla Spesa turistica** effettuata dall'ASTAT in collaborazione con l'EURAC nel corso dell'anno turistico 2012/13.

L'indagine ha coinvolto **2.659 nuclei turistici** (nuclei di persone, non necessariamente legate da vincoli di parentela e costituiti anche da più nuclei familiari), estratti da un campione stratificato e corrispondenti ad un totale di 6.727 turisti, che hanno trascorso almeno una notte in una delle strutture ricettive presenti sul territorio altoatesino. Le interviste sono state effettuate nel corso dell'anno turistico 2012/13, più precisamente 1.263 nella stagione invernale 2012/13 e 1.396 nella stagione estiva 2013.

L'indagine, essendo di tipo campionario, sconta l'errore che si commette osservando solamente una parte della popolazione. La possibile variabilità nei dati viene stimata attraverso la costruzione di intervalli di confidenza. Ad esempio si può constatare, che la spesa media pro-capite giornaliera assume, con una probabilità del 95%, un valore compreso tra 113,72 e 121,03 euro. Nell'interpretazione dei risultati è inoltre opportuno considerare la presenza di un elevato tasso di mancata risposta in corrispondenza di alcune voci, come ad esempio la richiesta sul reddito familiare.

Alla luce di quanto riportato nel prospetto 1 si evidenzia, che determinate categorie di spesa (vale soprattutto per quelle voci con una quota di dati disponibili <30%) dispongono di una percentuale di dati raccolti relativamente inferiore rispetto ad altre. A causa di questa divergenza e sottorappresentanza di alcune voci, nella lettura dei risultati è da tener conto che le stesse potrebbero riportare un peso nella struttura della spesa tendenzialmente sottostimato, e quindi un'importanza leggermente inferiore a quanto presente nella realtà.

Allo scopo di garantire la rappresentatività delle diverse segmentazioni ricettive e territoriali dell'offerta turistica altoatesina, nel calcolo di riporto all'universo il campione è stato stratificato in base a:

- la **stagione turistica** invernale (novembre-aprile) ed estiva (maggio-ottobre);
- le **aree di destinazione**: *Dolomiti ed Aurina* (Rosengarten-Latemar, Alpe di Siusi-Altipiano dello Sciliar, Val Gardena, Plan de Corones, Valli di Tures ed Aurina, Alta Badia e Alta Val Pusteria), *Val Venosta, Merano e dintorni, Bolzano Vigneti e dintorni, e Valle Isarco*;

- nach **Betriebskategorie**: 1-2-3 Sterne, 4-5 Sterne, sonstiges (Residence, Campingplätze, Privatquartiere, Urlaub auf dem Bauernhof).

Ein weiteres Ziel dieser Studie ist auch die Untersuchung der Merkmale der Touristen. Zu diesem Zweck wurde es für notwendig erachtet, die Daten **nach der Anzahl der Touristen** (also der Ankünfte) **zu gewichten** und nicht nach der Anzahl der in den Betrieben verbrachten Nächte (Übernachtungen). Die in der Mitteilung vorgestellten Ergebnisse beziehen sich immer, sofern nicht anders angegeben, auf die gewichteten Werte.

Unter den **mittleren Pro-Kopf-Ausgaben** versteht man immer, sofern nicht anders angegeben, alle Ausgaben von allen Touristen, die bei der Erhebung erfasst wurden. Unter den **Hauptausgabenposten** sind hingegen die Unterkunft, Extras im Beherbergungsbetrieb, interne Beförderung, Gastronomie, Erwerb von Gütern und die Ausgaben für Dienstleistungen zusammengefasst. Ausgenommen sind Skipass, Verleih von Sportausrüstungen, Konferenzen und andere zusätzliche Dienstleistungen.

Für die Touristenprofile wurde die Gesamtheit der Urlauber mittels einer Clusteranalyse (Algorithmus von *Hartigan and Wong*), die für die einzelnen Ausgabenposten durchgeführt wurde, in sechs Gruppen unterteilt (drei für jedes Halbjahr).

Bei der Darstellung der Daten war es notwendig, einige **Daten zusammenzufassen und zu vereinfachen**. Die **Herkunftsländer** der Touristen wurden unterteilt in Deutschland, Italien, Schweiz, Österreich, andere europäische Länder und außereuropäische Länder. Der **Grund des Urlaubs** beschreibt jene Aktivität, welche während des Aufenthalts für den Befragten am wichtigsten war. Die verschiedenen Motive werden in einigen Makrokategorien zusammengefasst: *Gastronomie, Wellness und Shopping* (Wellness, Gastronomie, Einkauf von regionalen Produkten, Messen, Shopping); *Kultur und Weiterbildung* (Kultur, kulturelle und religiöse Veranstaltungen, Studium, Weiterbildung, Kongresse); *Sport* (Ausflüge, Wassersport, Ski, andere Wintersportarten, Sportveranstaltungen und andere Sommersportarten wie Radfahren und Golf); *andere Gründe*.

Bei den **Betriebskategorien** zählen die Zimmer- und Ferienwohnungsvermietungen sowie die Privatzimmer zu den *Privatquartieren*. Bei der **Verpflegung** enthält die *Vollpension* auch die *¾-Pension*. Die **Aufenthaltsdauer** könnte im Verhältnis zur monatlichen Erhebung der Gäste in den Beherbergungsbetrieben zu hoch geschätzt sein, da bei der Stichprobenerhebung die Wahrscheinlichkeit einer Befragung für jene Gäste höher ist, die sich über einen längeren Zeitraum aufhalten.

Die (minimalen) **Unterschiede** zwischen den Ergebnissen dieser Analyse und jenen der Vollerhebung zu den *Gäströmen in den Beherbergungsbetrieben* resultieren aus der unterschiedlichen Definition des Erhebungsbereichs. Bei der Stichprobenuntersuchung werden bestimmte Unterkunftsarten wie Schutzhütten, Jugendherbergen, Ferienheime und Campingplätze (nur für das Winterhalbjahr) ausgeschlossen.

- la **categoria d'esercizio**: 1-2-3 stelle, 4-5 stelle, altro (residence, campeggi, alloggi privati, agriturismo).

Essendo scopo del presente studio anche quello di analizzare le caratteristiche del turista, si è reputato opportuno effettuare la **riponderazione dei dati sulla base della numerosità dei turisti** (quindi degli arrivi) e non del numero di notti trascorse nell'esercizio ricettivo (presenze). I risultati riportati nel notiziario, salvo indicato diversamente, si riferiscono sempre ai valori ponderati.

Quando si parla di **spesa media pro-capite**, salvo diversamente specificato, si fa sempre riferimento a tutte le spese ed a tutti i turisti rilevati in fase d'indagine. Quando si parla di "*voci di spesa principali*" si intendono invece le spese per alloggio, extra presso l'alloggio, trasporto interno, gastronomia, acquisto beni, spese per servizi; sono esclusi Skipass, noleggi, conferenze ed altre spese straordinarie.

I profili dei turisti sono stati definiti suddividendo la totalità dei turisti in sei gruppi (tre per stagione turistica) tramite un'analisi di cluster realizzata in funzione delle diverse voci di spesa (algoritmo *by Hartigan and Wong*).

Nella rappresentazione dei dati è stato necessario effettuare alcune **aggregazioni o semplificazioni**. La **nazione di provenienza** dei turisti è stata aggregata nei seguenti segmenti: Germania, Italia, Svizzera, Austria, altri paesi europei e paesi extra-europei. Il **motivo del soggiorno** fa riferimento all'*attività svolta durante il soggiorno*, dichiarata quale prevalente da parte dell'intervistato. Anch'esso viene aggregato in base ad alcune macro-categorie: *Gastronomia, wellness e shopping* (Wellness, gastronomia, acquisto prodotti regionali, fiere, shopping); *Cultura e corsi* (cultura, eventi culturali, religiosi, studio, corsi, congressi); *Sport* (escursioni, sport d'acqua, sci, altri sport invernali, manifestazioni sportive e altri tipi di sport estivi come bici e golf); *altri motivi*.

Fra le **categorie d'esercizio**, l'*alloggio privato* comprende gli affittacamere, gli affittappartamenti ed alloggi privati. Fra le **modalità di sistemazione**, la *pensione completa* contiene anche la *pensione a ¾*. La **durata del soggiorno** può risultare sovrastimata e può risultare più lunga rispetto alla permanenza media calcolata dalla statistica mensile sui movimenti, in quanto nell'indagine campionaria effettuata, coloro che soggiornano per un maggiore periodo hanno una maggiore probabilità di essere intervistati.

Le **differenze** (minime) che si riscontrano fra i risultati della presente analisi e quelli derivanti dalla rilevazione censuaria sul *Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi* derivano da una diversa definizione del campo di osservazione. Nell'indagine campionaria vengono, infatti, escluse alcune tipologie di esercizio, quali i rifugi alpini, gli ostelli, le case per ferie e i campeggi (per la stagione invernale).

Hinweis für die Redaktion:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an
Francesca Pavani (ASTAT), Tel. 0471 41 84 57 und
Anna Scuttari (Eurac), Tel. 0471 05 54 22.

Nachdruck, Verwendung von Tabellen und Grafiken,
fotomechanische Wiedergabe - auch auszugsweise -
nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Indicazioni per la redazione:

per ulteriori informazioni, si prega di rivolgersi a
Francesca Pavani (ASTAT), tel. 0471 41 84 57 e
Anna Scuttari (Eurac), Tel. 0471 05 54 22.

Riproduzione parziale o totale del contenuto, diffusione e
utilizzo dei dati, delle informazioni, delle tavole e dei grafici
autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo ed edizione).