

**Landesinstitut
für Statistik**Duca-d'Aosta-Allee 59
39100 Bozen
Tel. 0471 414003, 414004
Fax 0471 414008Auszugsweiser oder vollständiger
Nachdruck mit Quellenangabe
(Herausgeber und Titel) gestattet
Sped. in a.p. - Art. 2, comma 20/c
legge 662/96 (Bolzano)Halbmonatliche Druckschrift,
eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89
beim Landesgericht BozenVerantwortlicher Direktor:
Dr. Alfred AbererGedruckt auf Recyclingpapier
Druck: ALTO ADIGE, Bozen**Istituto provinciale
di statistica**Viale Duca d'Aosta 59
39100 Bolzano
Tel. 0471 414003, 414004
Fax 0471 414008Riproduzione parziale o totale
autorizzata con la citazione
della fonte (titolo ed edizione)
Sped. in a.p. - Art. 2, comma 20/c
legge 662/96 (Bolzano)Pubblicazione quindicinale iscritta
al Tribunale di Bolzano al n. 10
del 06.04.89Direttore responsabile:
Dr. Alfred AbererStampato su carta riciclata
Stampa: ALTO ADIGE, Bolzanowww.provinz.bz.it/astat
astat@provinz.bz.itwww.provincia.bz.it/astat
astat@provincia.bz.it

09

Nr. März / Marzo 2007

Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte

2006

Etwa ein Drittel der Südtiroler Haushalte tätigt Einkäufe außerhalb der Provinz

Im Jahr 2006 beteiligten sich 744 Familien an der „Erhebung über die Kaufgewohnheiten Südtiroler Haushalte“ (685 gültige Fragebögen), welche die Ergebnisse des Vorjahres weitgehend bestätigt. 30,9% der in Südtirol ansässigen Haushalte kauften außerhalb der Landesgrenzen ein (einschließlich der Einkäufe über

Le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine

2006

Circa un terzo delle famiglie altoatesine fa acquisti fuori provincia

Nel 2006 l'Indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine ha coinvolto complessivamente 744 famiglie (685 sono risultati i modelli validi) e si è conclusa ribadendo sostanzialmente i risultati dell'anno precedente. Il 30,9% delle famiglie residenti in provincia di Bolzano ha effettuato acquisti fuori dal territorio

Tab. 1

Haushalte, Durchschnittsalter der Bezugsperson und durchschnittliche Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Kaufgewohnheiten - 2006

Famiglie, età media della persona di riferimento e numero medio di componenti familiari per abitudine di acquisto - 2006

	Haushalte (%)	Alter der Bezugsperson (Mittelwert)	Anzahl der Haushaltsmitglieder (Mittelwert)	
	Famiglie (%)	Età della persona di riferimento (Valore medio)	Numero dei componenti familiari (Valore medio)	
Keine Einkäufe außerhalb von Südtirol	69,1	57	2,6	Nessun acquisto fuori provincia
Einmalige Einkäufe außerhalb von Südtirol	(a) 20,4	46	3,2	Acquisti occasionali fuori provincia
Mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb von Südtirol	(a) 10,7	44	2,7	Acquisti ripetuti fuori provincia
Insgesamt	100,0	53	2,7	Totale

(a) Haushalte mit Einkäufen außerhalb von Südtirol können diese einmalig und/oder mehrmals tätigen und deshalb in beide der oben genannten Kategorien fallen. Aus diesem Grund weicht die Summe der prozentuellen Verteilung von 100% ab.

Le famiglie possono effettuare acquisti al di fuori della provincia di Bolzano una volta e/o più volte e pertanto possono rientrare contemporaneamente in entrambe le casistiche menzionate sopra (acquisti occasionali e acquisti ripetuti). Per questo motivo la somma della composizione percentuale si discosta dal valore 100%.

Katalogversand und Internet). Es waren nach wie vor junge Familien und solche mit einer überdurchschnittlichen Mitgliederanzahl welche außerhalb des Landes einkauften, während kleinere Haushalte und solche deren Bezugsperson ein überdurchschnittliches Alter aufweist, den heimischen Markt für ihre Einkäufe attraktiv fanden.

provinciale (compresi gli acquisti tramite catalogo o via internet). Continuano ad essere prevalentemente le famiglie giovani e con un numero di componenti superiore alla media a prediligere lo shopping in trasferta, mentre sono i nuclei più piccoli e con una persona di riferimento che presenta un'età media più elevata a considerare attrattivo per gli acquisti il territorio provinciale.

August und November sind die bevorzugten Monate für Auswärtseinkäufe

Die prozentuelle Verteilung der Haushalte mit Auswärtseinkäufen im Laufe des Jahres zeigt sich sehr schwankend. Die Monate April, Juli und September verzeichneten Rückgänge, während im August ein Spitzenwert erreicht wurde (39,3% der befragten Haushalte gaben an, in diesem Monat außerhalb von Südtirol Einkäufe getätigt zu haben), was auf die traditionelle Urlaubszeit und die damit verbundenen Einkäufe in den Ferienorten zurückzuführen ist. Der Jänner bleibt weiterhin ein Monat mit geringeren Einkäufen außerhalb des Landes, da sich die lokalen Winterchlussverkäufe vermindern auf die Auswärtseinkäufe auswirken. In den Monaten November und Dezember nimmt die Mobilität bedingt durch die Weihnachtseinkäufe wieder zu.

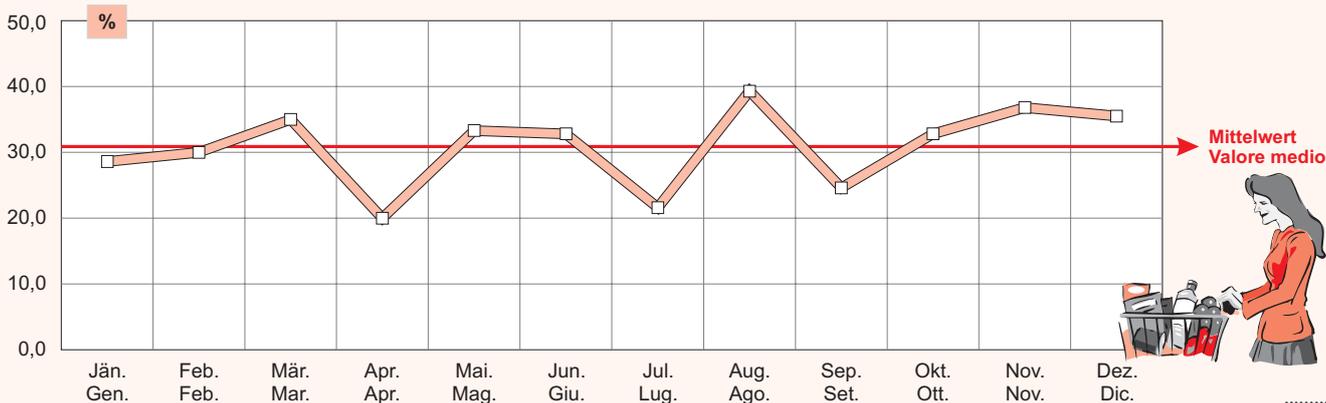
Agosto e novembre i mesi preferiti per lo shopping in trasferta

La distribuzione percentuale delle famiglie che si spostano per effettuare acquisti nel corso dell'anno è risultata molto altalenante, evidenziando delle flessioni nei mesi di aprile, luglio e settembre e un picco nel mese di agosto (il 39,3% delle famiglie intervistate ha dichiarato di aver effettuato acquisti fuori provincia in tale mese), periodo tradizionalmente vacanziero e quindi favorevole allo shopping nei luoghi di villeggiatura. Gennaio continua ad essere un mese meno interessante per gli acquisti fuori provincia grazie alle svendite di fine stagione che in qualche modo frenano il fenomeno delle trasferte. A novembre e dicembre, mesi in cui si concentrano gli acquisti natalizi, il fenomeno della mobilità extra-provinciale ritorna ad intensificarsi.

Graf. 1

Haushalte, die außerhalb von Südtirol Einkäufe tätigen nach Monaten - 2006 Prozentwerte

Famiglie che effettuano acquisti fuori provincia per mese - 2006 Valori percentuali



© astat 2007 - sr



Das Profil der Auswärtseinkäufer

Die typischen Charakteristiken der Haushalte, welche Einkäufe außerhalb der Landesgrenzen bevorzugen, sind das niedrige Alter der Bezugsperson (in 53,8% der Fälle liegt dieses unter 40 Jahren) und das mittlere/hohe Bildungsniveau (45,7% besitzt ein Doktorat

Il profilo dell'acquirente fuori provincia

Le caratteristiche tipiche dei nuclei familiari che prediligono lo shopping in trasferta sono la giovane età della persona di riferimento, inferiore ai 40 anni nel 53,8% dei casi, ed il medio/alto livello di istruzione: il 45,7% è in possesso di una laurea o diploma universi-

oder Universitätsdiplom und 45,8% die Matura). In 39,8% der Fälle ist die Bezugsperson ledig, in 32,9% verheiratet.

tario ed il 45,8% di un diploma di maturità. Nel 39,8 % dei casi si tratta di persone celibi o nubili mentre nel 32,9% di persone coniugate.

Tab. 2

Haushalte nach Kaufgewohnheiten, Altersklassen, Familienstand und Studientitel der Bezugsperson - 2006
Prozentuelle Verteilung

Famiglie per abitudine di acquisto, classe di età, stato civile e titolo di studio della persona di riferimento - 2006
Distribuzione percentuale

SOZIODEMOGRAPHISCHE MERKMALE	Einkäufe außerhalb von Südtirol Acquisti fuori provincia		CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE
	Nein/No	Ja/Sì	
Altersklassen (Jahre)			Classe di età (anni)
16-40	46,2	53,8	16-40
41-65	70,8	29,2	41-65
mehr als 65	88,6	11,4	oltre i 65
Insgesamt	69,1	30,9	Totale
Familienstand			Stato civile
Ledig	60,2	39,8	Celibe/nubile
Verheiratet	67,1	32,9	Coniugato/a
Getrennt	70,8	29,2	Separato/a
Geschieden	88,9	11,1	Divorziato/a
Verwitwet	89,9	10,1	Vedovo/a
Insgesamt	69,1	30,9	Totale
Studientitel			Titolo di studio
Grundschulabschluss	87,2	12,8	Licenza elementare
Mittelschulabschluss	67,3	32,7	Licenza media
Fachdiplom	70,6	29,4	Diploma di qualifica
Matura	54,2	45,8	Diploma di maturità
Doktorat oder Universitätsdiplom	54,3	45,7	Laurea o diploma universitario
Insgesamt	69,1	30,9	Totale

Außerhalb von Südtirol wird vorwiegend Bekleidung eingekauft

Die Südtiroler welche außerhalb der Landesgrenzen einkaufen, erwerben vorwiegend Bekleidungsartikel im Ausmaß von 44,2% der einmaligen Einkäufe und

Fuori provincia si acquistano in prevalenza capi di abbigliamento

Gli altoatesini si recano fuori provincia per acquistare in prevalenza capi di abbigliamento con un'incidenza del 44,2% sul totale degli acquisti occasionali e del

Graf. 2

Einkäufe außerhalb von Südtirol nach Kaufgewohnheiten und Güterart - 2006
Prozentuelle Verteilung

Acquisti fuori provincia per abitudine di acquisto e tipologia di bene acquistato - 2006
Composizione percentuale



35,4% der wiederholten Einkäufe. Es folgen die Lebensmittel mit 21,1% bzw. 24,1%. An dritter Stelle der einmaligen Einkäufe finden sich die anderen Güter (im besonderen Bücher, Mittel für die Hausreinigung und Körperpflegeprodukte), während diese Position bei den wiederholten Einkäufen von Wohnungseinrichtung und Hausrat eingenommen wird.

35,4% sul totale degli acquisti ripetuti, seguono i generi alimentari (rispettivamente 21,1% e 24,1%). Tra gli acquisti occasionali al terzo posto si collocano le altre tipologie di beni (in particolare libri, articoli per la pulizia della casa e la cura della persona), mentre tra quelli ripetuti le preferenze ricadono sugli articoli di arredamento e l'oggettistica per la casa, prodotti e commercializzati fuori provincia.

Die Häufigkeit der Auswärtsfahrten beeinflusst Ausmaß und Art der Einkäufe

Die Südtiroler Haushalte die im Jahr 2006 einmalige Auswärtseinkäufe tätigten, gaben im Schnitt **273 Euro** aus, während sich dieser Betrag bei Familien mit wiederholten Einkäufen außerhalb der Landesgrenzen auf durchschnittlich **234 Euro** belief. Letzgenannte gaben einen beträchtlichen Teil ihres Budgets für Lebensmittel aus, während Familien mit einmaligen Einkäufen sich verstärkt für den Kauf von Gebrauchsgütern interessierten. Interessanterweise gaben sowohl Haushalte mit einmaligen als auch mit wiederholten Einkäufen außerhalb von Südtirol einen beachtlichen Teil ihres Einkaufsbudgets für den Erwerb von Wohnungseinrichtung und Hausrat aus. Die regelmäßigen Auswärtseinkäufer widmeten beträchtliche Finanzmittel der Bekleidung, während die einmaligen Auswärtseinkäufer diese Mittel in den Erwerb von anderen Artikeln investierten.

La frequenza delle trasferte incide sulla consistenza e tipologia di spesa effettuata fuori provincia

Nel 2006 le famiglie altoatesine che hanno fatto acquisti occasionali fuori provincia hanno speso mediamente **273 euro** mentre i nuclei che hanno fatto dello shopping in trasferta una consuetudine, hanno sostenuto una spesa media pari a **234 euro**. Questi ultimi destinano una quota considerevole delle proprie risorse all'acquisto di generi alimentari mentre le famiglie che "evadono" occasionalmente destinano maggiori risorse all'acquisto di beni durevoli. È interessante rilevare come, sia le famiglie che si sono recate fuori provincia per lo shopping occasionale sia quelle che lo hanno fatto ripetutamente, abbiano investito una parte considerevole del loro budget nell'acquisto di mobili ed oggetti per la casa. Gli habitués delle trasferte hanno destinato parecchie risorse all'acquisto di articoli di abbigliamento, mentre coloro che si sono recati occasionalmente fuori provincia, hanno investito maggiormente nell'acquisto di altre tipologie di beni.

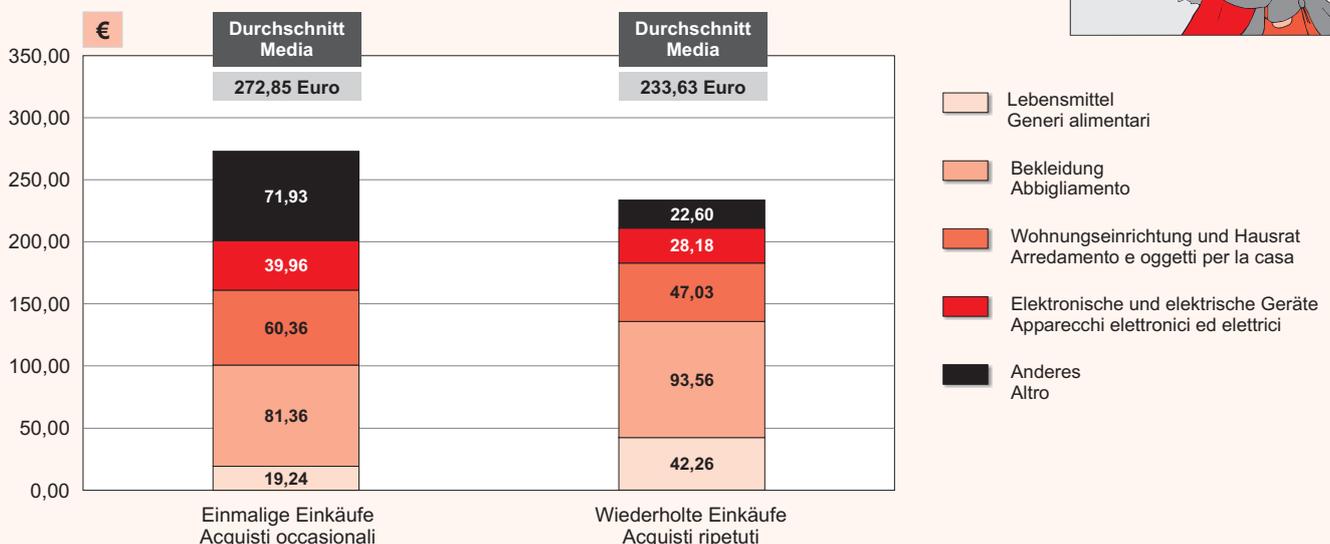
Graf. 3

Durchschnittliche Gesamtausgaben nach Kaufgewohnheiten und Güterart - 2006

Werte in Euro

Spesa media totale per abitudine di acquisto e tipologia di bene acquistato - 2006

Valori in euro



© astat 2007 - sr



Österreich ist das beliebteste Einkaufsziel der Südtiroler

Österreich ist weiterhin das beliebteste Einkaufsziel Südtiroler Familien, die außerhalb der Landesgrenzen Einkäufe tätigen (der Anteil stieg auf 51,5%). Es folgen die anderen italienischen Regionen mit 13,4% und das Trentino mit 12,1%. Die Einkäufe in Österreich und vor allem in Innsbruck sind auf das Vorhandensein von mehreren Einkaufszentren, welche die verschiedenen speziellen Bedürfnisse der Kunden befriedigen können, zurückzuführen. Diese Strukturen werden von den Südtiroler Haushalten für den Kauf von Waren im Bereich der Konsumgüter des täglichen Gebrauchs (Lebensmittel, Mittel für die Hausreinigung sowie Hygieneprodukte) und Bekleidung als auch im Bereich der Gebrauchsgüter (Wohnungseinrichtung und Hausrat sowie elektronische und elektrische Geräte) genutzt. In den anderen italienischen Regionen erwerben die Südtiroler Haushalte vor allem elektronische und elektrische Geräte, Wohnungseinrichtung und Hausrat sowie Lebensmittel. Im Trentino und dabei besonders in der Handelszone um Trient kaufen Südtiroler vor allem Lebensmittel und Bekleidung ein.

L'Austria è la meta preferita dagli acquirenti altoatesini

L'Austria, segnalata dal 51,5% delle famiglie che effettuano lo shopping in trasferta, si riconferma ed incrementa la sua leadership al vertice delle mete preferite dagli altoatesini per gli acquisti fuori provincia, seguita dalle altre regioni italiane con un'affluenza del 13,4% e dal Trentino con il 12,1%. L'acquisto in Austria, ed in particolare ad Innsbruck, si giustifica con la presenza di numerosi centri commerciali in grado di soddisfare le diverse specifiche esigenze familiari. Queste strutture sono preferite dalle famiglie altoatesine sia per le spese che riguardano articoli di largo e generale consumo (generi alimentari, prodotti per la pulizia della casa e per l'igiene personale) e capi di abbigliamento, sia per gli acquisti di beni durevoli (arredamento e oggetti per la casa e apparecchi elettronici ed elettrici). Nelle altre regioni italiane le famiglie altoatesine si recano per acquistare apparecchiature elettroniche ed elettriche, arredamento ed oggetti per la casa e generi alimentari. In Trentino, ed in particolare nella zona commerciale di Trento, le "spedizioni" degli altoatesini sono mirate prevalentemente all'acquisto di generi alimentari ed abbigliamento.

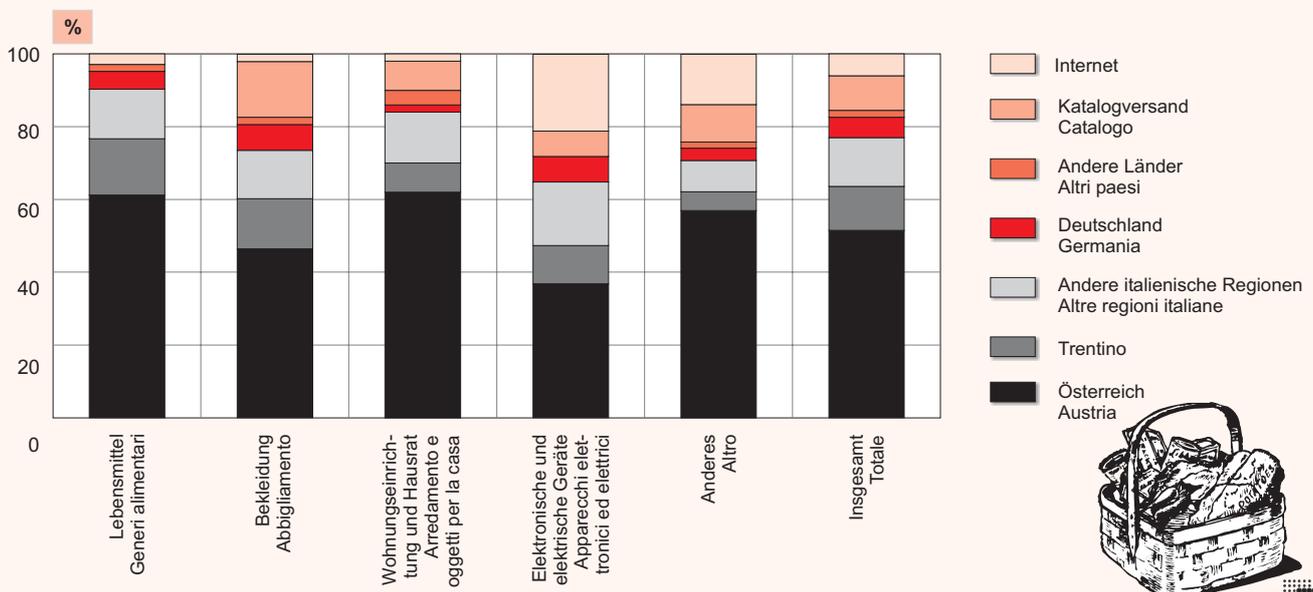
Graf. 4

Haushalte, die außerhalb von Südtirol Einkäufe tätigen nach Güterart und Einkaufsort - 2006

Prozentuelle Verteilung

Famiglie che effettuano acquisti fuori provincia per tipologia di bene acquistato e luogo di acquisto - 2006

Distribuzione percentuale



© astat 2007 - sr



Hauptgrund für die Kaufentscheidung sind die günstigen Preise

64,2% der auswärts einkaufenden Haushalte gaben als Hauptgrund für die Kaufentscheidung die **günstigen Preise** für alle analysierten Güterkategorien an.

Motivo principale nelle decisioni d'acquisto è la convenienza di prezzo

Il 64,2% delle famiglie che effettua i propri acquisti fuori provincia lo fa perché reputa i **prezzi più convenienti** per tutti i settori merceologici analizzati con rife-

Die Auswahl und somit die Möglichkeit zwischen einer breiteren Produktpalette zu wählen, wurde von 25,6% der Familien geschätzt, während das Angebot von qualitativ besseren Artikeln und das Vorhandensein von zusätzlichen Serviceleistungen (Parkplätze, Garantien, Verkaufsberatung) von insgesamt 10,1% der Haushalte als wichtigster Beweggrund für ihre Kaufentscheidungen angegeben wurde. Für 70,5% der Haushalte, die entsprechende Angaben machten, sind die Flexibilität in den Öffnungstagen und -zeiten der Geschäfte (durchgehende sowie sonntägliche Öffnungszeiten) vorteilhaft und begünstigen somit die Auswärtseinkäufe.

rimento alle destinazioni contemplate per lo shopping in trasferta. L'assortimento, e quindi la possibilità di scegliere fra una gamma più vasta di articoli dello stesso tipo, viene ritenuto vantaggioso dal 25,6% delle famiglie, mentre l'offerta di articoli di standard qualitativo più elevato e la presenza di numerosi servizi accessori (vedasi parcheggi, garanzie, consigli specializzati) sono stati menzionati come elementi determinanti delle scelte di acquisto, complessivamente dal 10,1% delle famiglie. Per il 70,5% dei nuclei familiari che si sono espressi in merito, la flessibilità nelle giornate e negli orari di apertura dei negozi (orario continuato, aperture domenicali) giocano a favore degli acquisti fuori provincia.

Tab. 3

Einkäufe außerhalb von Südtirol nach Kaufkriterien, Güterart und Einkaufsort - 2006

Prozentuelle Verteilung

Acquisti fuori provincia per motivazione dell'acquisto, tipologia di bene acquistato e luogo di acquisto - 2006

Distribuzione percentuale

	Kaufkriterien / Motivazione dell'acquisto				Insgesamt	
	Qualität Qualità	Auswahl Assortimento	Preis Prezzo	Service Servizi	Totale	
Güterart						Tipologia di bene acquistato
Lebensmittel	10,7	36,9	49,5	2,9	100,0	Generi alimentari
Bekleidung	5,6	23,5	67,9	3,1	100,0	Abbigliamento
Wohnungseinrichtung und Hausrat	2,0	34,0	62,0	2,0	100,0	Arredamento e oggetti per la casa
Elektronische und elektrische Geräte	8,8	8,8	77,2	5,3	100,0	Apparecchi elettronici ed elettrici
Anderes	6,9	22,4	67,2	3,4	100,0	Altro
Insgesamt	6,9	25,6	64,2	3,2	100,0	Totale
Einkaufsort						Luogo di acquisto
Österreich	5,4	28,0	64,9	1,7	100,0	Austria
Trentino	10,7	26,8	58,9	3,6	100,0	Trentino
Anderer italienische Regionen	8,1	19,4	64,5	8,1	100,0	Altre regioni italiane
Deutschland	3,8	26,9	65,4	3,8	100,0	Germania
Anderer Länder	22,2	11,1	66,7	-	100,0	Altri Paesi
Katalogversand	4,5	31,8	59,1	4,5	100,0	Acquisto postale da catalogo
Internet	10,7	10,7	75,0	3,6	100,0	Internet
Insgesamt	6,9	25,6	64,2	3,2	100,0	Totale

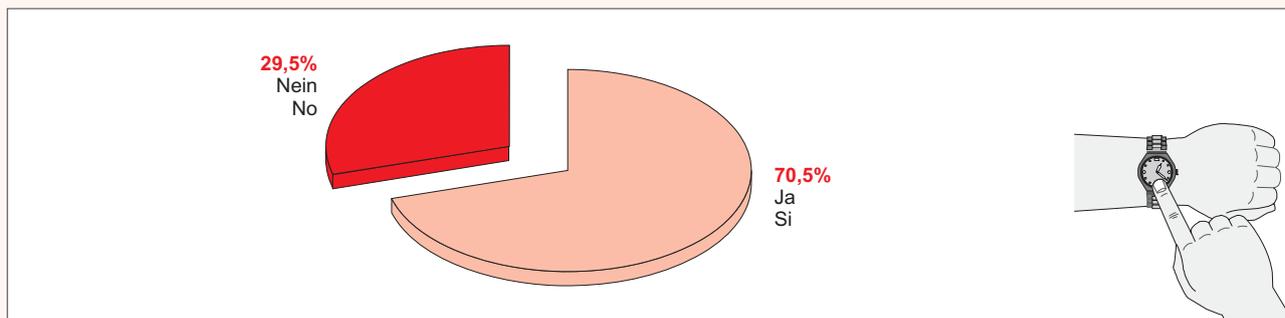
Graf. 5

Einfluss der Geschäftsöffnungszeiten auf die Kaufentscheidungen der Südtiroler Haushalte - 2006

Prozentuelle Verteilung

Influenza degli orari di apertura dei negozi sulle scelte di acquisto delle famiglie altoatesine - 2006

Distribuzione percentuale



© astat 2007 - sr



Einkaufszentren sind die bevorzugten Shoppingorte der Südtiroler Haushalte

Für 62,9% der Südtiroler waren die Einkaufszentren das beliebteste Ziel für Einkäufe außerhalb des Landes. Die Einkaufszentren punktet dabei vor allem mit einer günstigen Preisgestaltung, einem diversifizierten Angebot ähnlicher Produkte, die leichte Zugänglichkeit

È il centro commerciale la struttura preferita per lo shopping

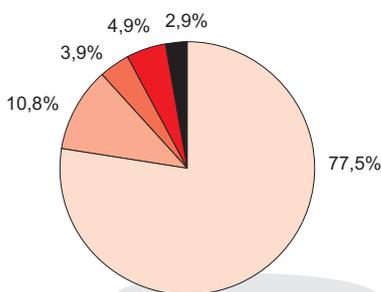
Il centro commerciale è la meta preferita dal 62,9% delle famiglie altoatesine che si recano fuori provincia per effettuare i propri acquisti. La convenienza nei prezzi, l'offerta diversificata di prodotti analoghi, la facile accessibilità in termini di ampi parcheggi annessi

Graf. 6

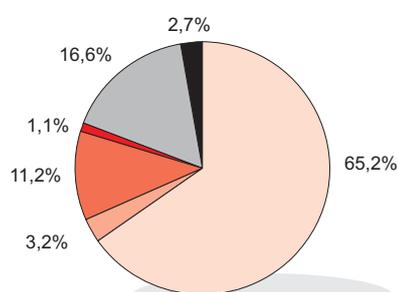
Haushalte, die außerhalb von Südtirol Einkäufe tätigen nach Geschäftstyp und Güterart - 2006 Prozentuelle Verteilungen

Famiglie che effettuano acquisti fuori provincia per canale di acquisto preferito e tipologia di bene acquistato - 2006 Composizioni percentuali

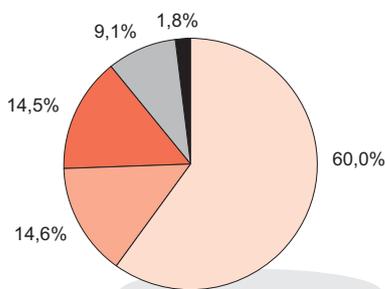
Lebensmittel Generi alimentari



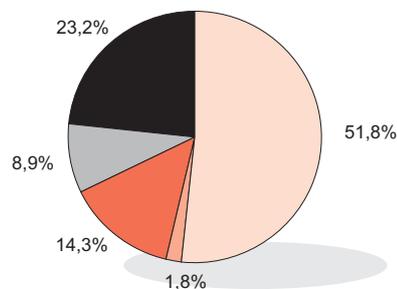
Bekleidung Abbigliamento



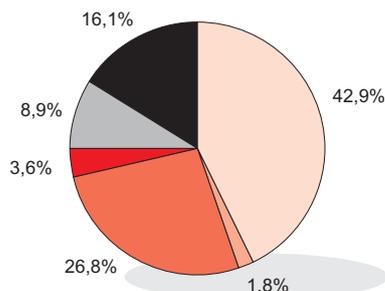
Wohnungseinrichtung und Hausrat Arredamento e oggetti per la casa



Elektronische und elektrische Geräte Apparecchi elettronici ed elettrici



Anderes Altro



durch große Parkplätze sowie die zahlreichen Zusatzdienstleistungen innerhalb der Struktur (Verpflegungsmöglichkeiten, WC, Spielabteilung für die Kinder). In spezialisierten Fachgeschäften wurden bevorzugt Wohnungseinrichtungen und Hausrat, elektronische und elektrische Geräte aber auch andere Güter (darunter vor allem Hygieneartikel) gekauft. Direkt beim Hersteller sowie im Großhandel wurden bevorzugt Lebensmittel erworben, während über den Katalogversand hauptsächlich Bekleidung bestellt wurde. Neben der physischen Mobilität zeigten die Südtiroler Familien eine Neigung zum Onlinekauf vor allem von elektronischen und elektrischen Geräten sowie anderen Gebrauchsgütern wie CDs, Bücher usw.

alle großen Strukturen nonché i numerosi servizi accessori presenti al loro interno (punti di ristoro, servizi igienici, aree di gioco per i più piccoli), sono i principali punti di forza e le maggiori attrattive delle strutture commerciali presenti fuori provincia. Nei negozi specializzati le famiglie altoatesine si recano prevalentemente per acquistare mobili e oggettistica per la casa, così come apparecchiature elettroniche ed elettriche ma anche altre tipologie di beni, in particolare quelli destinati alla cura della persona. Direttamente dal produttore o all'ingrosso si acquistano in prevalenza generi alimentari mentre da catalogo si acquista in particolare abbigliamento. Accanto ad una mobilità fisica le famiglie altoatesine dimostrano una certa propensione per la spesa online, soprattutto quando si tratta di acquistare apparecchiature elettroniche ed elettriche ed altre tipologie di beni durevoli quali dischi, libri ecc.

Methodische Aspekte

Die *Erhebung über die Kaufgewohnheiten Südtiroler Haushalte* wurde vom ASTAT in Zusammenarbeit mit den Gemeinden der Provinz Bozen, die auch an der ISTAT-Erhebung zum Konsumverhalten der Südtiroler Haushalte für das Jahr 2006 beteiligt waren, durchgeführt. Die Haushalte werden bei persönlichen Interviews (face to face) befragt und so das Kaufverhalten der Südtiroler Haushalte zu ermitteln. Die an der Erhebung zum Konsumverhalten teilnehmenden Haushalte werden nach dem Zufallsprinzip aus dem Melderegister der Stichprobengemeinden gezogen, wobei das Stichprobenverfahren des Istat angewandt wird, das die Anzahl und den Wohnort der Haushalte berücksichtigt und somit die Repräsentativität der Daten auf Landesebene gewährleistet.

Nota metodologica

L'*Indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine* è stata curata dall'Astat in collaborazione con i Comuni della provincia di Bolzano interessati dall'Indagine Istat sui consumi delle famiglie per l'anno 2006. Attraverso le interviste *face to face* realizzate dai rilevatori presso le stesse famiglie che hanno partecipato alla rilevazione sui consumi, è stato possibile tracciare un quadro sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine. Si rammenta che le famiglie che partecipano all'Indagine sui consumi vengono estratte in modo casuale dalle liste anagrafiche dei comuni campione, rispettando il disegno di campionamento previsto da Istat che tiene conto della numerosità e della zona di residenza del nucleo familiare al fine di garantire la rappresentatività dei dati su scala provinciale.

Ivonne Miotti