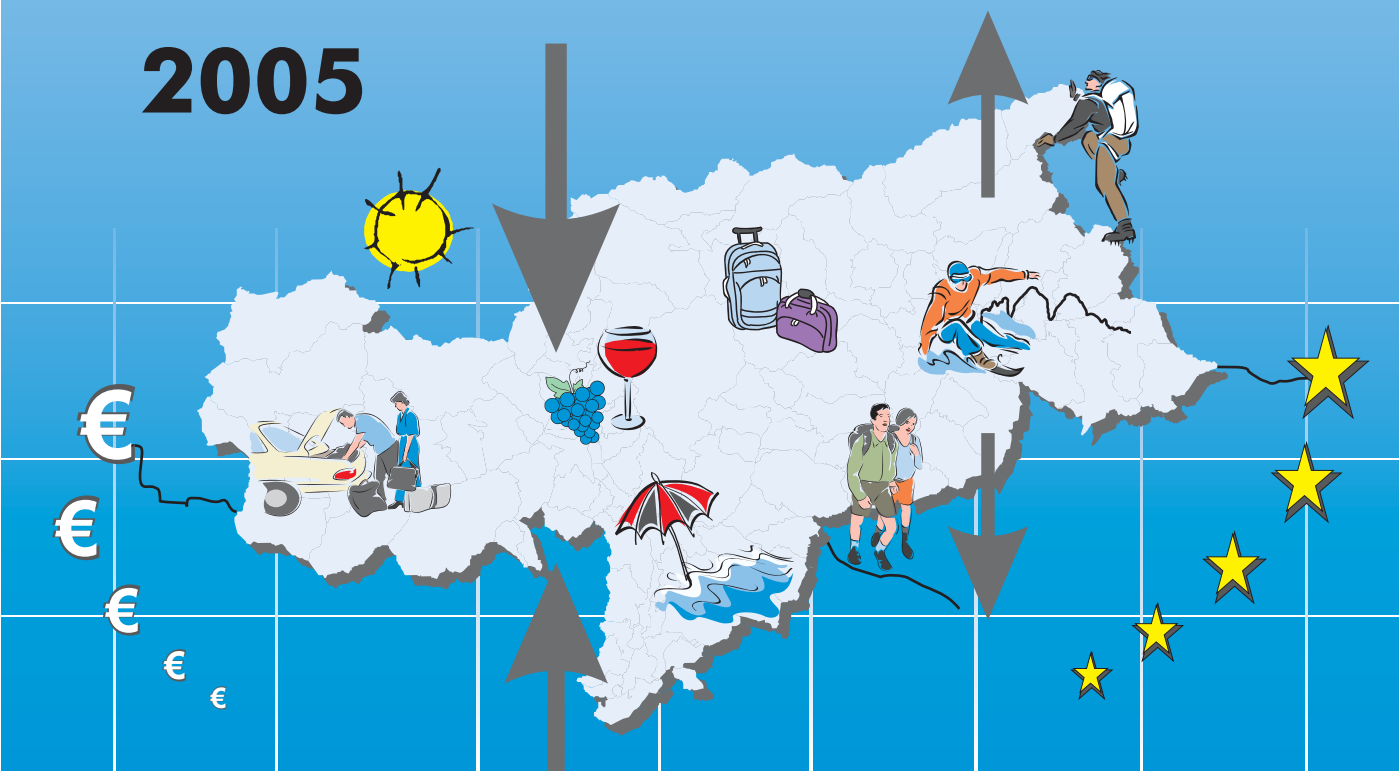


Das Tourismus-Satelliten- konto für Südtirol

Il conto satellite del turismo per l'Alto Adige

2005



Allgemeine Vorbemerkungen

Zeichenerklärung

In den Tabellen der vorliegenden Veröffentlichung werden folgende Zeichen benützt:

- | | |
|---------------------|--|
| Linie (-): | a) das Merkmal existiert nicht; |
| | b) das Merkmal existiert zwar und wird erhoben, aber es kommen keine entsprechenden Fälle vor. |
| Vier Punkte (....): | das Merkmal existiert zwar, aber die Häufigkeiten sind aus irgendeinem Grund unbekannt. |
| Zwei Punkte (..): | anstelle jener Zahlen, die zwar von null verschieden sind, aber weniger als die Hälfte der kleinsten Einheit ausmachen, die in der Tabelle zur Darstellung gebracht werden kann. |

Der Lesbarkeit halber wird in dieser Veröffentlichung auf eine **getrennte Schreibform für beide Geschlechter verzichtet**.

Abkürzungen

In dieser Veröffentlichung werden folgende Abkürzungen verwendet:

ASTAT: Landesinstitut für Statistik, Bozen;
ISTAT: Nationalinstitut für Statistik, Rom;
BI: Banca d'Italia, Rom.

Anmerkungen

Im Allgemeinen ist ohne Rücksicht auf die Endsumme gerundet worden. Deshalb können sich bei der Summierung von Einzelangaben geringfügige Abweichungen in der Endsumme ergeben. Dies trifft insbesondere bei prozentuellen Verteilungen und monetären Angaben zu.

Avvertenze

Segni convenzionali

Nelle tavole della presente pubblicazione sono adoperati i seguenti segni convenzionali:

- | | |
|-------------------------|--|
| Linea (-): | a) quando il fenomeno non esiste; |
| | b) quando il fenomeno esiste e viene rilevato, ma i casi non si sono verificati. |
| Quattro puntini (....): | quando il fenomeno esiste, ma i dati non si conoscono per qualsiasi ragione. |
| Due puntini (..): | per i numeri che, seppure diversi da zero, non raggiungono la metà della cifra dell'ordine minimo considerato. |

Per migliorare la leggibilità del testo, nella presente pubblicazione **si sono volutamente evitate le due forme distinte maschile e femminile**.

Sigle

Nella presente pubblicazione:

la sigla ASTAT indica l'Istituto provinciale di statistica, Bolzano;
la sigla ISTAT indica l'Istituto nazionale di statistica, Roma;
la sigla BI indica la Banca d'Italia, Roma.

Annotazioni

Generalmente sono stati apportati degli arrotondamenti senza tener conto del totale. Perciò nel sommare i singoli dati si possono riscontrare delle piccole differenze rispetto al totale, soprattutto nel caso delle composizioni percentuali e dei valori monetari.

© **Herausgeber**

Autonome Provinz Bozen-Südtirol
Landesinstitut für Statistik - ASTAT

Bozen 2009

Bestellungen bei:

ASTAT

Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1
I-39100 Bozen

Tel. 0471 41 84 00

Fax 0471 41 84 19

Für weitere Auskünfte:

Statistische Informationsstelle

Tel. 0471 41 84 04, 41 84 05

Internet: www.provinz.bz.it/astat

E-mail: astat@provinz.bz.it

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

Autor:
Autore:

Redaktion:
Redazione:

Übersetzung:
Traduzione:

Layout und Grafik:
Layout e grafica:

Druck: ATHESIA, Bozen
Gedruckt auf Recyclingpapier

© **Edito dalla**

Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige
Istituto provinciale di statistica - ASTAT

Bolzano 2009

Copie disponibili presso:

ASTAT

Via Canonico Michael Gamper 1
I-39100 Bolzano

Tel. 0471 41 84 00

Fax 0471 41 84 19

Per ulteriori informazioni:

Centro d'informazione statistica

Tel. 0471 41 84 04, 41 84 05

Internet: www.provincia.bz.it/astat

E-mail: astat@provincia.bz.it

Riproduzione parziale o totale del contenuto, diffu-
sione e utilizzazione dei dati, delle informazioni, delle
tavole e dei grafici autorizzata soltanto con la cita-
zione della fonte (titolo ed edizione).

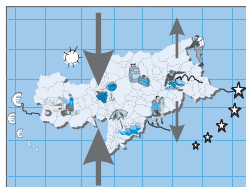
Ludwig Castlunger

Gregorio Gobbi
Doris Parschalk
Johann Thaler

Brigitte Thurner

Raimund Lantschner
Renata Stauder

Stampa: ATHESIA, Bolzano
Stampato su carta riciclata



Vorwort

Presentazione

Das Tourismus-Satellitenkonto (TSA) ist ein international anerkanntes Instrument, um die Nachfrage und das Angebot des Tourismussektors darzustellen. Anhand der Tabellen des TSA können das Ausmaß und der wirtschaftliche Einfluss des Tourismussektors beschrieben werden.

Das *Landesinstitut für Statistik (Astat)* ist sich der Bedeutung des Tourismus für Südtirol bewusst und hat sich somit zum Ziel gesetzt, ein eigenes Satellitenkonto zu erstellen. Auch wenn der Implementierungsprozess aufgrund der Komplexität des Projekts und der begrenzten Verfügbarkeit einiger Arten von Daten etwas länger war, sind die erzielten Ergebnisse sehr interessant: Auf ihrer Basis können die grundlegenden Merkmale der Südtiroler Tourismuswirtschaft erklärt werden.

Die Analyse der Daten enthält einige unveröffentlichte Erkenntnisse. Dabei handelt es sich überwiegend um Daten struktureller Art, deren aufmerksame Betrachtung eine Interpretation der aktuellen Situation ermöglicht, auch wenn der Bezugszeitraum der Untersuchung (Jahr 2005) bereits etwas zurückliegt.

Bei dieser Gelegenheit möchte ich mich bei den Diensten *Soziale Struktur und Dynamik* und *Statistiken über die Dienstleistungen* des *Nationalinstituts für Statistik (Istat)* und beim *Dienst für Wirtschaftsstatistiken* der Banca d'Italia bedanken. Die Daten, die von ihnen zur Verfügung gestellt wurden, haben die Durchführung dieser Studie erst ermöglicht. Ein besonderer Dank für die hilfreiche Zusammenarbeit und die wertvollen Rat-

Il conto satellite del turismo (CST) costituisce lo strumento, riconosciuto a livello internazionale, per la rappresentazione del settore turistico, sul lato della domanda e dell'offerta. Attraverso la compilazione delle tavole del CST è possibile descrivere la dimensione e l'impatto economico del settore turistico.

L'*Istituto provinciale di statistica (Astat)*, riconoscendo l'importanza del turismo per l'Alto Adige, ha perseguito l'obiettivo della creazione di un proprio conto satellite. Anche se, a causa della complessità del progetto e della limitata disponibilità di alcune tipologie di dati, il processo di implementazione è stato lungo, ritengo i risultati ottenuti di grande interesse: essi rappresentano un investimento per capire le caratteristiche fondamentali dell'economia turistica altoatesina.

L'analisi dei dati riporta diversi elementi conoscitivi inediti. Trattandosi in gran parte di dati di tipo strutturale, si può affermare che l'attenta lettura delle informazioni permette di interpretare la situazione attuale, anche se il periodo di riferimento dello studio (anno 2005) è distante da quello della pubblicazione.

In quest'occasione desidero ringraziare i servizi *Struttura e dinamica sociale* e *Statistiche sull'attività dei servizi* dell'*Istituto nazionale di statistica (Istat)* ed il *Servizio Statistiche Economiche e Finanziarie* della Banca d'Italia che, mettendo a disposizione dati ed informazioni, hanno permesso di realizzare questo studio. Un particolare riconoscimento va al *Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica (Ciset)* ed all'*Istituto Regionale*

schläge geht an das *Internationale Zentrum für Studien zur Tourismuswirtschaft* (Ciset) und das *Regionale Institut für wirtschaftliche Planung der Toscana* (Irpel).

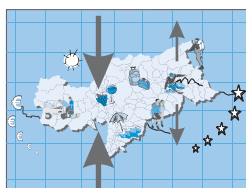
Programmazione Economica della Toscana (Irpel) per la proficua collaborazione ed i preziosi suggerimenti forniti.

Bozen, Mai 2009

Bolzano, maggio 2009

Alfred Aberer
Direktor des Landesinstitutes für Statistik

Alfred Aberer
Direttore dell'Istituto provinciale di statistica



Inhaltsverzeichnis

Indice

Seite / Pagina

TEIL 1

Ergebnisse	
1 EINLEITUNG	
2 METHODOLOGISCHE ASPEKTE	
2.1 Definitionen	
2.1.1 Tourismus und Besucher	
2.1.2 Touristische Güter und Dienstleistungen	
2.1.3 Touristische Branchen	
2.2 Die Tabellen des TSA	
2.3 Ansatz und Datenquelle	
2.3.1 Datenquellen der Tabellen 1-3	
2.3.2 Datenquellen der Tabelle 4	
2.3.3 Datenquellen der Tabelle 5	
3 WICHTIGSTE ERGEBNISSE	
3.1 Tourismustypologien	
3.1.1 Einreiseverkehr	
3.1.2 Binnenreiseverkehr	
3.1.3 Ausreiseverkehr	
3.2 Touristische Inlandsnachfrage	
3.3 Inlandsangebot	
3.3.1 Inländische Tourismusproduktion	
3.3.2 Wertschöpfung	
3.4 Verhältnis zwischen Tourismusnachfrage und -angebot	
3.5 Bedeutung des Tourismus für die Südtiroler Wirtschaft	
3.5.1 Die direkten Effekte des Tourismus auf die Wirtschaft	
3.5.2 Indirekte und induzierte Effekte des Tourismus auf die Wirtschaft	
GLOSSAR	
BIBLIOGRAPHIE	

1 PARTE

Risultati	7
INTRODUZIONE	9
ASPETTI METODOLOGICI	13
Domanda turistica	13
Turismo e visitatori	13
Beni e servizi turistici	15
Branche di attività turistiche	17
Le tavole del CST	18
Approccio e fonte dei dati	19
Fonti dati delle Tavole 1-3	20
Fonti dati della Tavola 4	22
Fonti dati della Tavola 5	22
RISULTATI PRINCIPALI	25
Le tipologie di turismo	26
Turismo inbound	31
Turismo domestico	32
Turismo outbound	34
La Domanda turistica interna	36
L'offerta interna	38
La produzione turistica interna	39
Il valore aggiunto	40
Relazione fra domanda e offerta turistica	41
L'importanza del turismo per l'economia altoatesina	44
Gli effetti diretti del turismo sull'economia	44
Gli effetti indiretti ed indotti del turismo sull'economia	46
GLOSSARIO	51
BIBLIOGRAFIA	55

TEIL 2**Tabellen**

1	Konsum des Einreiseverkehrs
2	Konsum des Binnenreiseverkehrs
3	Konsum des Ausreiseverkehrs
4	Konsum des Inlandstourismus
5	Produktionskonto der Tourismusindustrie und anderen Industrien
6	Inlandsaufkommen und Konsum des Inlandstourismus

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN

1	Die Tourismustypologien im Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol
2	Die Produkttypologien im Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol
3	Die Wirtschaftstätigkeiten im Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol
4	Fortschritt des Tourismus-Satellitenkontos für Südtirol
5	Statistische Quellen nach Tourismustypologie, Art der Variablen und Kategorie des Betriebs

VERZEICHNIS DER ÜBERSICHTEN

1	Besucher und Übernachtungen nach Tourismustypologie - 2005
2	Konsum des Einreiseverkehrs nach Produkt (Tab. 1 TSA) - 2005
3	Konsum des Binnenreiseverkehrs nach Produkt (Tab. 2 TSA) - 2005
4	Konsum des Ausreiseverkehrs nach Produkt (Tab. 3 TSA) - 2005
5	Konsum des Inlandstourismus nach Produkt und Tourismustypologie (Tab. 4 TSA) - 2005
6	Produktionskonto der Tourismusindustrie und der anderen Industrien (Tab. 5 TSA) - 2005
7	Inlandsangebot und Konsum des Inlandstourismus nach Produkt (Tab. 6 TSA) - 2005
8	Wirtschaftlicher Einfluss des Tourismus - 2005

VERZEICHNIS DER GRAFIKEN

1	Touristischer Konsum nach Tourismustypologie - 2005
2	Täglicher Pro-Kopf-Konsum nach Tourismustypologie - 2005
3	Besucher und Konsum des Einreiseverkehrs nach Tourismustypologie - 2005
4	Besucher und Konsum des Binnenreiseverkehrs nach Tourismustypologie - 2005
5	Besucher und Konsum des Ausreiseverkehrs nach Tourismustypologie - 2005
6	Konsum des Inlandstourismus nach Tourismustypologie - 2005
7	Inlandsproduktion nach Branche der Wirtschaftstätigkeit und Produkt - 2005
8	Tourismuskoeffizient nach Produkt - 2005
9	Tourismuswertschöpfung nach Branche der Wirtschaftstätigkeit - 2005
10	Tourismuswertschöpfung: Vergleich mit Österreich und der Schweiz - 2005
11	Effekte des Tourismus: Vergleich mit anderen Wirtschaftstätigkeiten - 2005

2 PARTE**Tabelle****57**

Consumo del turismo inbound	58
Consumo del turismo domestico	60
Consumo del turismo outbound	62
Consumo del turismo interno	64
Conti della produzione delle branche turistiche e delle altre branche	66
Offerta interna e consumo del turismo interno	68

INDICE DELLE FIGURE

Le tipologie di turismo nel Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige	15
Le tipologie di prodotto nel Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige	16
Le attività economiche nel Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige	18
Stato di avanzamento del Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige	19
Fonti statistiche per tipologia di turismo, tipologia di variabili e categoria d'esercizio	21

INDICE DEI PROSPETTI

Visitatori e presenze per tipologia di turismo - 2005	27
Consumo del turismo inbound per prodotto (tav. 1 CST) - 2005	32
Consumo del turismo domestico per prodotto (tav. 2 CST) - 2005	34
Consumo del turismo outbound per prodotto (tav. 3 CST) - 2005	36
Consumo del turismo interno per prodotto e tipologia di turismo (tav. 4 CST) - 2005	38
Conto della produzione delle branche turistiche e delle altre branche (tav. 5 CST) - 2005	40
Offerta interna e consumo del turismo interno per prodotto (tav. 6 CST) - 2005	42
Impatto economico del turismo - 2005	47

INDICE DEI GRAFICI

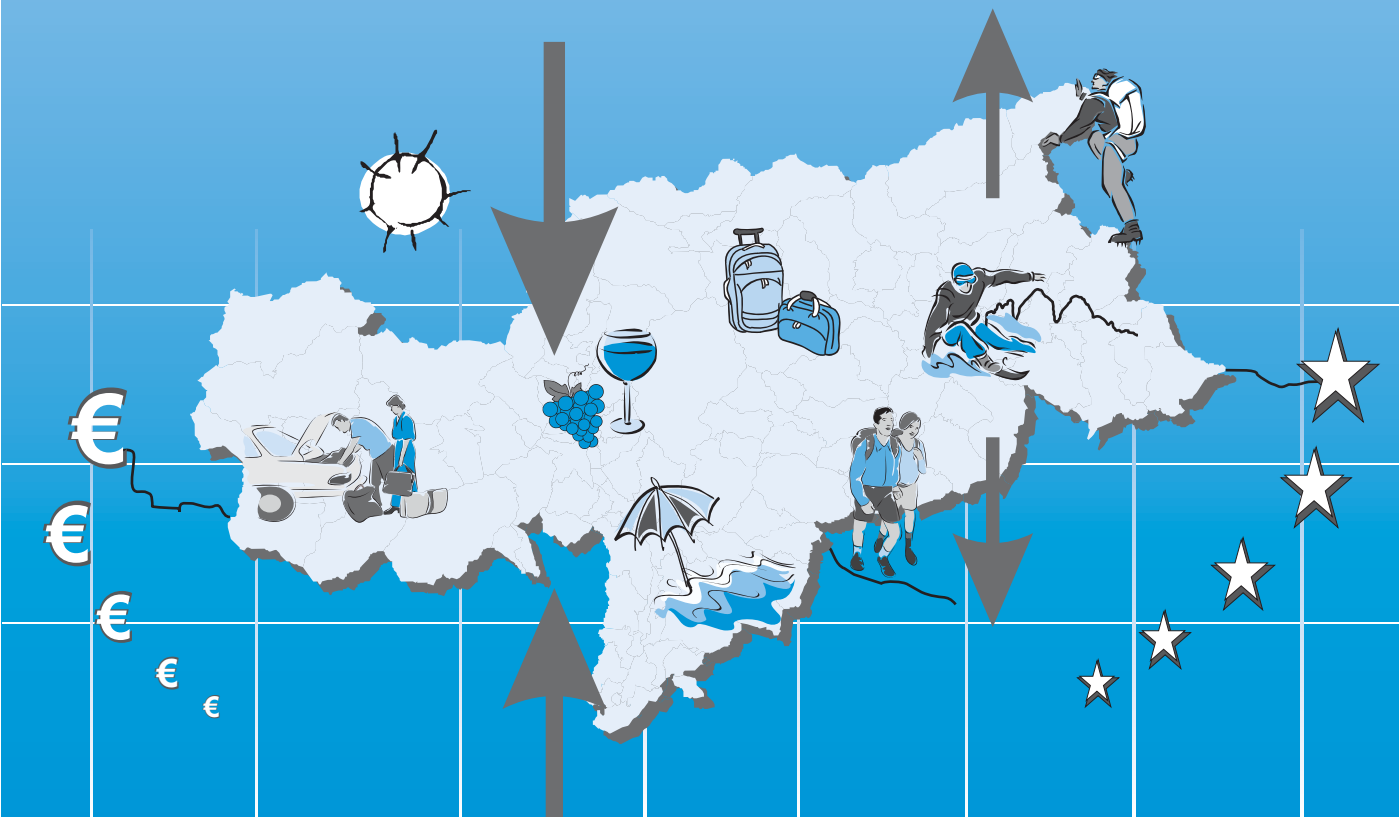
Consumo turistico per tipologia di turismo - 2005	29
Consumo pro-capite giornaliero per tipologia di turismo - 2005	30
Visitatori e consumo del turismo inbound per tipologia di turismo - 2005	31
Visitatori e consumo del turismo domestico per tipologia di turismo - 2005	33
Visitatori e consumo del turismo outbound per tipologia di turismo - 2005	35
Consumo del turismo interno per tipologia di turismo - 2005	37
Produzione interna per branca di attività economica e prodotto - 2005	39
Coefficiente turistico per prodotto - 2005	41
Valore aggiunto del turismo per branca di attività economica- 2005	43
Valore aggiunto del turismo: confronto con Austria e Svizzera - 2005	45
Effetti del turismo: confronto con le altre attività economiche - 2005	49

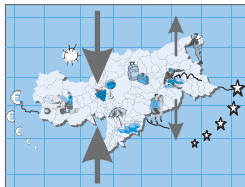
TEIL I

Ergebnisse

I PARTE

Risultati





1 Einleitung

Introduzione

„Der Tourismus ist eine treibende Kraft der Südtiroler Wirtschaft“ ist eine oft verwendete Aussage in Diskussionen über die Wichtigkeit des Tourismussektors. In der Tat zeigen die Tourismusstatistiken von 2005, dass die mehr als 10.000 Beherbergungsbetriebe, mit einem Angebot von fast 215.000 Betten, knapp 5 Millionen Touristen (Ankünfte) aufnahmen. Die Übernachtungen betrugen mehr als 26 Millionen, was ein beeindruckendes Ergebnis darstellt, verglichen mit der Einwohnerzahl der Provinz Bozen von weniger als 500.000 Personen. Der Index der Tourismusintensität, welcher sich aus dem Verhältnis zwischen Übernachtungen und dem Produkt aus Einwohnerzahl und Anzahl der Tage des Jahres ergibt, liegt bei einem Durchschnittswert von 15 Übernachtungen pro Tag und 100 Einwohner.

Das System der offiziellen statistischen Erhebungen zum Tourismus, deren Ergebnisse oben kurz beschrieben sind, weist zwei grundlegende Einschränkungen auf:

1. es werden nicht alle Arten von Tourismus berücksichtigt, wie beispielsweise Tagesbesucher (ohne Übernachtung) und Touristen, die nicht in registrierten Beherbergungsbetrieben, vor allem in Zweitwohnungen und bei Freunden und Verwandten, übernachten;
2. es misst keine monetären Werte und ermöglicht demnach nicht, den touristischen Konsum zu messen und die daraus folgenden Effekte des Tourismus auf die Wirtschaft festzustellen.

„Il turismo è un elemento trainante dell'economia altoatesina“, questa è una delle affermazioni più ricorrenti nelle discussioni inerenti l'importanza del settore turistico. In effetti, concentrando l'attenzione sulle statistiche turistiche del 2005, emerge che gli oltre 10 mila esercizi ricettivi presenti sul territorio altoatesino, con un'offerta di quasi 215 mila posti letto, hanno ospitato quasi 5 milioni di turisti (arrivi turistici). Le presenze turistiche sono state superiori a 26 milioni, il che è un risultato considerevole, se raffrontato con il numero dei residenti in provincia di Bolzano inferiore a 500 mila unità. Calcolando l'indice di intensità turistica, dato dal rapporto tra le presenze turistiche ed il prodotto fra la popolazione residente ed i giorni dell'anno si ottengono 15 presenze turistiche medie giornaliere ogni 100 abitanti.

Il sistema delle statistiche ufficiali sul turismo, i cui risultati sono stati riportati sopra in sintesi, presenta due importanti limiti:

1. non considera tutte le tipologie di turismo, si pensi agli escursionisti (non pernottanti) ed ai turisti che non alloggiano in strutture ricettive registrate, in particolare nelle seconde case e presso amici e parenti;
2. non rileva valori monetari e quindi non permette di determinare l'ammontare del consumo turistico e conseguentemente l'impatto del turismo sull'economia.

Der Tourismus weist eine zusätzliche Eigenschaft auf, welche die Messbarkeit erschwert. Im Unterschied zu anderen produktionsorientierten Sektoren, wie z.B. Landwirtschaft oder Industrie, hängt die Struktur und Beschaffenheit der Tourismuswirtschaft direkt von der Nachfrage ab. Daraus folgt, dass der Tourismus in den statistischen Erhebungen zum Sozialprodukt nicht wie eine Wirtschaftstätigkeit beschrieben werden kann. Die Komplexität beruht darauf, dass touristische Aktivitäten auch andere Wirtschaftsbereiche beeinflussen; umgekehrt werden die touristischen Güter und Dienstleistungen oft von Wirtschaftszweigen produziert, welche nicht zum Tourismus zählen.

Für die Darstellung der wirtschaftlichen Effekte des Tourismussektors ist ein „Tourismus-Satellitenkonto“ geeignet, das auch auf internationaler Ebene anerkannt und empfohlen wird. Das Tourismus-Satellitenkonto (Tourism Satellite Account → TSA) erlaubt, den Tourismussektor genau zu messen und ihn mit anderen Wirtschaftssektoren zu vergleichen. Die Ergebnisse des TSA ermöglichen es, den Umfang und den realen Wert der Tourismusindustrie anhand quantitativer Daten zu erfassen und international zu vergleichen.⁽¹⁾

Das Landesinstitut für Statistik (Astat) hat die Notwendigkeit der Implementierung eines TSA erkannt und durch die methodologische Unterstützung und Zusammenarbeit mit dem Nationalinstitut für Statistik (Istat), dem Internationalen Zentrum für Studien zur Tourismuswirtschaft (Ciset) und dem Regionalen Institut für wirtschaftliche Planung der Toskana (Irpel) das ambitionierte Ziel verfolgt, die ersten sechs Tabellen des TSA zu erstellen.

Die vorliegende Publikation besteht aus einem beschreibenden und einem tabellarischen Teil.

Il turismo presenta inoltre un'altra caratteristica che lo rende difficilmente misurabile. A differenza degli altri settori orientati alla produzione, come p.es. l'agricoltura o l'industria, la struttura e la consistenza dell'economia turistica dipendono direttamente dalla domanda. Ne consegue che il turismo nelle statistiche riguardanti i conti economici non può essere presentato come un'attività economica. La complessità deriva dal fatto che le attività turistiche ricadano in diverse branche economiche e, viceversa, i beni e servizi turistici vengono prodotti in branche che spesso non hanno niente a che fare con il turismo.

Per questo settore, il “conto satellite” rappresenta lo strumento più appropriato per la valutazione degli effetti economici, tanto più perché riconosciuto e raccomandato a livello internazionale. Il Conto satellite del turismo (CST) consente infatti di misurare con precisione il settore turistico e di confrontarlo con gli altri settori economici. I risultati del CST consentiranno di comprendere meglio le dimensioni ed il valore reale dell'industria turistica, sulla base di dati quantitativi, confrontabili a livello internazionale.⁽¹⁾

L'Istituto provinciale di statistica (Astat) ha riconosciuto la necessità di implementare un CST per l'Alto Adige e, grazie al supporto metodologico ed alla collaborazione dell'Istituto nazionale di statistica (Istat), del Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica (Ciset) e dell'Istituto Regionale Programmazione Economica della Toscana (Irpel), ha perseguito l'ambizioso obiettivo della compilazione delle prime 6 tavole del CST.

La presente pubblicazione si compone di due parti, una descrittiva, l'altra tabellare:

(1) Handbuch zur Implementierung von Tourismus-Satellitenkonten (TSA), Endgültiger Entwurf - Vers. 1.0, EUROSTAT, 2002
Manuale di attuazione europeo sui Conti satellite del Turismo (CST), Stesura definitiva - Vers. 1.0, EUROSTAT, 2002

Der *erste Teil* ist in zwei Kapitel unterteilt: Im ersten werden die *methodologischen Aspekte* und Definitionen des TSA⁽²⁾ beschrieben, im zweiten findet sich eine Analyse der *Ergebnisse* in Form von Übersichten, Grafiken und Indikatoren mit Erklärungen. Dieser Abschnitt enthält abschließend das *Glossar* und die *Bibliographie*.

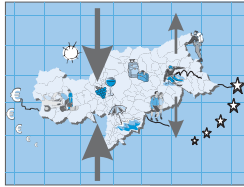
Um eine leserfreundliche Darstellung zu ermöglichen, werden die TSA-Tabellen im beschreibenden Teil in zusammenfassender Form dargestellt. Die Darstellung der *vollständigen TSA-Tabellen* findet sich im *zweiten Teil* dieser Publikation.

La *prima parte* è suddivisa in due capitoli: il primo presenta gli *aspetti metodologici* e le definizioni inerenti il CST⁽²⁾, il secondo propone un'analisi dei *risultati*, mediante il supporto di prospetti, grafici ed indicatori, il tutto corredato da alcune considerazioni interpretative. Questa sezione si conclude con il *glossario* e la *bibliografia*.

Per permettere una rappresentazione "leggibile", le tavole del CST vengono presentate in forma aggregata nella parte descrittiva, rimandando alla *seconda parte*, quella tabellare, per l'esposizione delle *tavole del CST complete*.

(2) Die genaue Beschreibung der TSA-Methodologie und deren Anwendung auf Südtirol findet sich im ASTAT-Bericht Nr. 3/2009 (in deutscher Sprache) „Das regionale Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol - 2005: Methodologie und deren Anwendung für die Erstellung der Tabellen 1-6“.

La descrizione dettagliata della metodologia CST e la relativa applicazione al caso dell'Alto Adige è pubblicata nel Documento ASTAT n. 3/2009 (in lingua tedesca) "Il Conto regionale del turismo per l'Alto Adige - 2005: Metodologia e procedura adottata per l'implementazione delle tavole 1-6".



2 Methodologische Aspekte

Aspetti metodologici

Das TSA für Südtirol wurde gemäß den Empfehlungen des Statistischen Amtes der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat), der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) und der Weltorganisation für Tourismus (WTO) zur Methodik (RMF) erstellt⁽³⁾. Bei der Erstellung des TSA wurde ein „bottom up“-Ansatz angewandt, wobei regionale (im Fall Südtirols provinzbezogene) Daten die Ausgangsbasis bilden. Auf gesamtstaatlicher Ebene wurde bis zum jetzigen Zeitpunkt kein TSA implementiert, was die Anwendung eines „Top-Down“-Ansatzes ausgeschlossen hat⁽⁴⁾.

Il CST per l'Alto Adige è stato costruito sulla base del Quadro Metodologico Raccomandato (QMR) dalla Commissione europea (Eurostat), dall'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) e dall'Organizzazione mondiale del turismo (OMT), del quale si riportano i concetti e le definizioni principali⁽³⁾. Nella costruzione del CST si è seguito un approccio „bottom-up“, cioè una costruzione del conto partendo dai dati disponibili almeno a livello regionale (nel caso dell'Alto Adige, dati provinciali). Infatti allo stato attuale, a livello nazionale, il CST non è stato implementato, il che ha escluso la possibilità di seguire un approccio di tipo „top-down“⁽⁴⁾.

2.1 DEFINITIONEN

2.1 DEFINIZIONI

2.1.1 TOURISMUS UND BESUCHER

Die RMF definiert den *Tourismus* als „Aktivität von Personen, die aus Freizeit-, geschäftlichen oder anderen Zwecken reisen“. Folglich sind Besucher „Personen, die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes reisen, sich dort nicht länger als ein Jahr aufhalten und deren Hauptreisegrund nicht eine bezahlte Tätigkeit am besuchten Ort ist“.

2.1.1 TURISMO E VISITATORI

Il QMR definisce il *turismo* come „l'attività delle persone che viaggiano per piacere, affari o altri scopi“. Ne deriva che *visitatore* è „qualsiasi persona, che si sposti in una località, al di fuori del suo ambiente abituale per un periodo non superiore ad un anno e il cui motivo principale della visita non sia quello di esercitare un'attività remunerata nel posto visitato“.

(3) Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, CEC, OECD, WTO, UN, April 2001

(4) Adapting the national tourism satellite account (TSA) project to subnational levels, WTO, 2005

Die Besucher werden aufgrund der **Tourismussegmente** unterteilt in:

- *Tagesbesucher* (ohne Übernachtung) und
- (*Übernachtungs-*)*Touristen*

sowie nach dem **Hauptzweck des Besuchs** in:

- *Urlaub* und
- *Geschäftsreise*.

Zusätzlich kann zwischen verschiedenen **Tourismustypologien** unterschieden werden, abhängig von der Herkunft der Besucher (Wohnsitz) und dem Ort, an dem die touristischen Konsumausgaben getätigt werden, also der Destination der Touristen:

- *Einreiseverkehr* ist die Reisetätigkeit von nicht ansässigen Besuchern (nicht Südtirolern), die sich im Referenzgebiet (in Südtirol) bewegen;
- *Binnenreiseverkehr* ist die Reisetätigkeit von ansässigen Besuchern (Südtirolern), die sich im Referenzgebiet (in Südtirol) bewegen;
- *Ausreiseverkehr* ist die Reisetätigkeit von ansässigen Besuchern (Südtirolern) außerhalb des Referenzgebietes (außerhalb Südtirols).

Aus diesen drei Tourismusformen ergeben sich zwei Definitionen von Tourismus:

- *Inlandstourismus* =
Einreiseverkehr + Binnenreiseverkehr
- *Nationaler (Südtiroler) Tourismus* =
Binnenreiseverkehr + Ausreiseverkehr

Aus der monetären Differenz zwischen Ein- und Ausreiseverkehr erhält man die *Tourismusbilanz*, welche einen Teil der Zahlungsbilanz (ZaB) darstellt:

- *Tourismusbilanz* =
Einreiseverkehr - Ausreiseverkehr

I visitatori vengono classificati, in base ai **segmenti di turismo** in:

- *escursionisti* (non pernottanti) e
- *turisti* (con pernottamento),

e relativamente allo **scopo principale della visita** per:

- *vacanza* e
- *viaggi d'affari*.

Inoltre si possono distinguere fra diverse **tipologie di turismo**, in funzione della combinazione fra provenienza (residenza) dei visitatori ed il luogo dove si effettuano i consumi turistici, cioè la destinazione dei visitatori:

- *turismo inbound* è quello dei visitatori non residenti (non altoatesini) ed avviene all'interno del territorio di riferimento (in Alto Adige),
- *turismo domestico* è quello dei visitatori residenti (altoatesini) ed avviene all'interno del territorio di riferimento (in Alto Adige),
- *turismo outbound* è quello dei visitatori residenti (altoatesini) ed avviene all'esterno del territorio di riferimento (fuori provincia).

Queste tre componenti di turismo danno luogo, a loro volta, a due diverse definizioni di turismo ovvero:

- *turismo interno* =
turismo inbound + turismo domestico
- *turismo nazionale (altoatesino)* =
turismo domestico + *turismo outbound*

Calcolando la differenza, in termini monetari, fra il turismo inbound ed il turismo outbound si ottiene la *bilancia turistica*, che rappresenta una parte della bilancia dei pagamenti (BP):

- *bilancia turistica* =
turismo inbound - turismo outbound

Abbildung 1 / Figura 1

Die Tourismustypologien im Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol

Le tipologie di turismo nel Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige

		Herkunft der Besucher Provenienza dei visitatori		Insgesamt Totale
		Südtirol Alto Adige	Italien oder Ausland Italia o Estero	
Destination der Besucher Destinazione dei visitatori	Südtirol Alto Adige	Binnenreiseverkehr Turismo domestico	Einreiseverkehr Turismo inbound	Inlandstourismus Turismo interno
	Italien oder Ausland Italia o Estero	Ausreiseverkehr Turismo outbound		
Insgesamt Totale		Südtiroler Tourismus Turismo altoatesino		

2.1.2 TOURISTISCHE GÜTER UND DIENSTLEISTUNGEN

Auf der Seite der Nachfrage ist es wichtig die Produkte zu definieren, die mit dem Tourismus zusammenhängen. Die RMF unterscheidet zwischen *tourismusspezifischen Produkten* und *nichtspezifischen Produkten*, wobei die erste Gruppe in *tourismuscharakteristische Produkte* und *tourismusverwandte Produkte* unterteilt wird.

Die *tourismuscharakteristischen Produkte* sind Güter und Dienstleistungen, welche in Abwesenheit von Besuchern dazu tendieren, nicht angeboten zu werden oder deren Konsum sich deutlich verringert. Die RMF sieht folgende Produkttypologien vor:

- (1) Beherbergungswesen in
 - (1.1) Hotels und andere Beherbergungsbetriebe,
 - (1.2) Zweitwohnungen,
- (2) Restaurant- und Gaststättendienste,
- (3) Personentransportdienste, davon
 - (3.1) Eisenbahn,
 - (3.2) Straße,
 - (3.3) Schifffahrt,
 - (3.4) Luftfahrt,
 - (3.5) Hilfs- und Nebentätigkeiten des Verkehrs,

2.1.2 BENI E SERVIZI TURISTICI

Sul lato della domanda è importante definire quali siano i prodotti collegati al turismo. Il QMR distingue fra *prodotti turistici specifici* e *prodotti non specifici*, dove i primi si suddividono in *prodotti caratteristici* e *prodotti connessi* al turismo.

I *prodotti caratteristici del turismo* sono beni e servizi che in assenza di visitatori tenderebbero a scomparire o il cui consumo verrebbe ridotto significativamente. Le tipologie di prodotto previste dal QMR sono:

- (1) Servizi di alloggio in
 - (1.1) alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi e
 - (1.2) seconde case,
- (2) Servizi di ristorazione,
- (3) Servizi di trasporto di viaggiatori, di cui
 - (3.1) ferroviario interurbano,
 - (3.2) su strada,
 - (3.3) via acqua,
 - (3.4) via aerea,
 - (3.5) servizi di supporto,

- (3.6) Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes
- (3.7) Wartungs- und Reparaturdienste,
- (4) Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer,
- (5) Kulturdienstleistungen,
- (6) Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung,
- (7) Verschiedene Tourismusdienstleistungen.

- (3.6) affitto di attrezzature di trasporto,
- (3.7) servizi di manutenzione e di riparazione,
- (4) Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche,
- (5) Servizi culturali,
- (6) Servizi ricreativi e di divertimento,
- (7) Servizi turistici vari.

Die *tourismusverwandten Produkte* sind Güter und Dienstleistungen, welche in bedeutendem Maß von Besuchern konsumiert werden, aber nicht zu den charakteristischen Produkten zählen, z.B. Einkäufe im Detailhandel oder von Treibstoffen, Dienstleistungen des Gesundheitswesens usw.

I *prodotti connessi al turismo* sono invece beni e servizi che vengono consumati in quantità significative dai visitatori, ma non rientrano fra i prodotti caratteristici. Si pensi p.es. agli acquisti nel commercio al dettaglio, al carburante, ai servizi sanitari e così via.

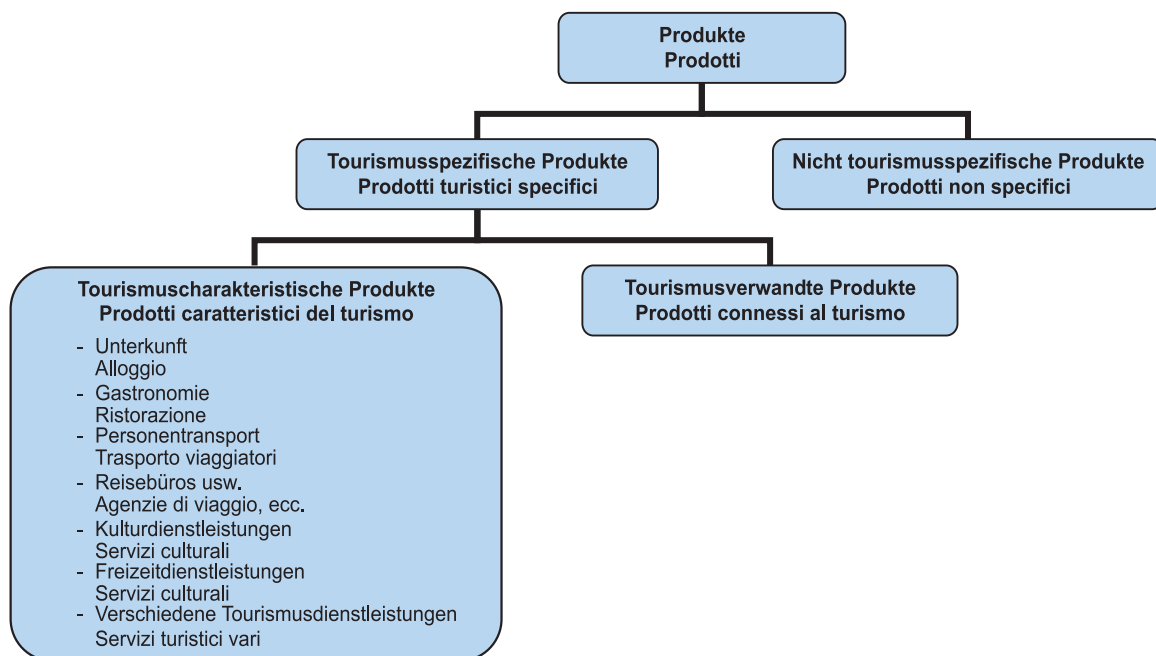
Die Produkte, die im TSA für Südtirol verwendet werden, sind folgendermaßen gegliedert.

Di seguito si riporta lo schema di aggregazione dei prodotti utilizzato nel CST per l'Alto Adige.

Abbildung 2 / Figura 2

Die Produkttypologien im Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol

Le tipologie di prodotto nel Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige



2.1.3 TOURISTISCHE BRANCHEN

So wie bei der Unterteilung der Produkte, wird auch auf der Seite des Angebots eine Klassifizierung der wirtschaftlichen Branchen angewandt und zwar in *tourismuscharakteristische*, *tourismusverwandte* und *nichtspezifische* Tätigkeiten. Im RMF werden *tourismuscharakteristische Tätigkeiten* als diejenigen produktiven Tätigkeiten beschrieben, deren wesentlicher Output Güter bzw. Dienstleistungen sind, die für den Tourismus charakteristisch sind. Hierbei handelt es sich um folgende Branchen:

- (1) Hotels u. Ä.,
- (2) Eigentum von Zweitwohnungen,
- (3) Restaurants u. Ä.,
- (4) Personenbeförderung im Zugverkehr,
- (5) Personenbeförderung im Straßenverkehr,
- (6) Personenbeförderung in der Schifffahrt,
- (7) Personenbeförderung im Flugverkehr,
- (8) Zusätzliche Dienstleistungen des Personenverkehrs,
- (9) Verleih von verschiedenen Geräten,
- (10) Reisebüros u. Ä.,
- (11) Kultur- und Freizeitdienstleistungen
- (12) Sport und sportliche Freizeitdienstleistungen.

Im TSA für Südtirol mussten einige Branchen zusammengefasst werden, da die Daten nicht so detailliert wie gewünscht vorhanden waren. Abbildung 3 zeigt die Zusammenfassung der verwendeten Tätigkeitsbranchen.

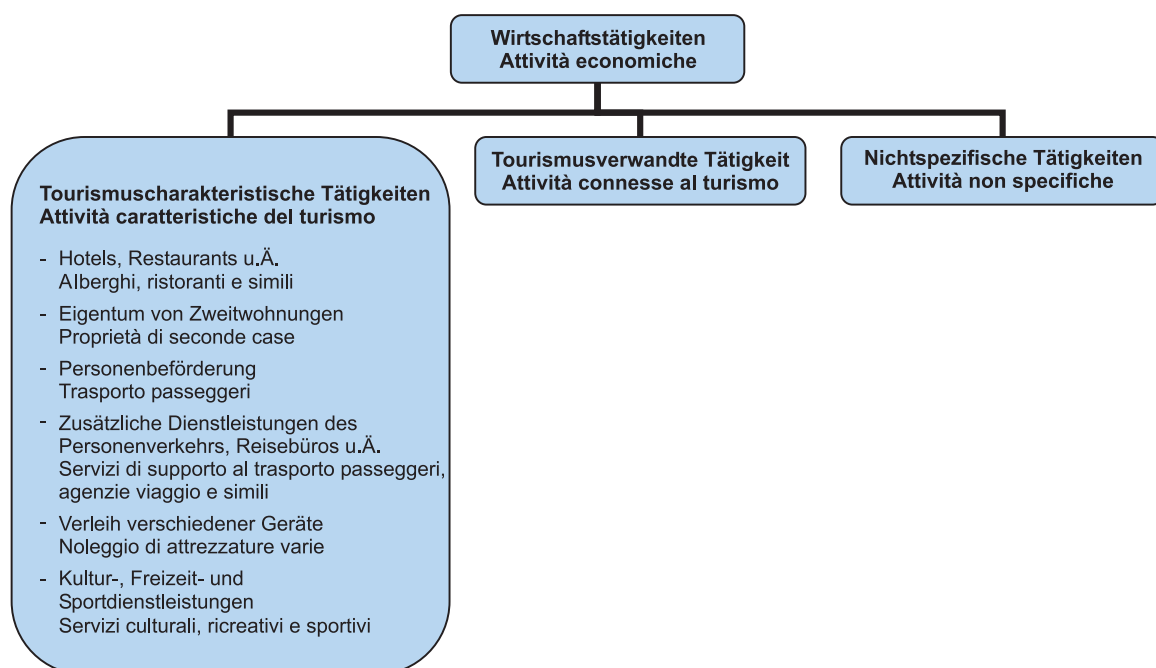
2.1.3 BRANCHE DI ATTIVITÀ TURISTICHE

In analogia alla suddivisione dei prodotti, anche sul lato dell'offerta viene operata una classificazione delle branche di attività economica in *caratteristiche del turismo*, *connesse al turismo* e *non specifiche*. Come descritto nel QMR le *attività caratteristiche del turismo* possono essere identificate come quelle attività produttive che hanno come output principale beni/servizi caratteristici del turismo. Nel dettaglio trattasi delle branche:

- (1) Alberghi e simili,
- (2) Proprietà di seconde case,
- (3) Ristoranti e simili,
- (4) Trasporto ferroviario di passeggeri,
- (5) Trasporto passeggeri su strada,
- (6) Trasporto passeggeri via acqua,
- (7) Trasporto aereo di passeggeri,
- (8) Servizi di supporto al trasporto passeggeri,
- (9) Noleggio di attrezzature varie,
- (10) Agenzie viaggio e simili,
- (11) Servizi culturali e ricreativi e
- (12) Sport e servizi ricreativi sportivi.

Nel CST per l'Alto Adige è stato necessario aggregare alcune branche, i quanto i dati non erano disponibili nel dettaglio richiesto. Di seguito l'aggregazione delle branche di attività utilizzate.

Abbildung 3 / Figura 3

Die Wirtschaftstätigkeiten im Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol**Le attività economiche nel Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige****2.2 DIE TABELLEN DES TSA**

Das Standardoutput des TSA sieht die Erfassung von zehn Tabellen vor. Dennoch entschied man sich in dieser ersten Phase für die Erstellung von sechs Tabellen, wobei die spätere Implementierung der vier weiteren Tabellen nicht ausgeschlossen ist.

Die ersten vier Tabellen des TSA zeigen den Tourismuskonsum unterteilt nach Tourismustypologie (Einreiseverkehr → Tabelle 1; Binnenreiseverkehr → Tabelle 2; Ausreiseverkehr → Tabelle 3; Inlandstourismus → Tabelle 4). Für Südtirol erschien es wichtig, beim Ein- und Ausreiseverkehr zwischen Herkunft/Destination von/nach Italien und Ausland zu unterscheiden. Tabelle 5 zeigt die Produktion der tourismuscharakteristischen, tourismusverwandten und nichtspezifischen Branchen in Südtirol. Die Hauptdaten der Tabelle 4, welche die Tourismus-

2.2 LE TAVOLE DEL CST

L'output standard del CST prevede la compilazione di dieci tavole. In questa prima fase si è tuttavia deciso di costruire le prime sei tavole, non escludendo in futuro l'implementazione delle rimanenti quattro.

Le prime quattro tavole del CST presentano i consumi turistici, suddivisi per tipologia di turismo (Turismo inbound → Tavola 1; Turismo domestico → Tavola 2; Turismo out-bound → Tavola 3; Turismo interno → Tavola 4). Per l'Alto Adige si è reputato importante distinguere nel caso del turismo inbound e outbound fra la provenienza/destinazione da verso l'Italia e l'estero. La Tavola 5 presenta la produzione in Alto Adige delle branche caratteristiche del turismo, di quelle connesse al turismo e di quelle non specifiche. I dati principali della Tavola 4, la

nachfrage abbildet, und der Tabelle 5, welche das Angebot widerspiegelt, vereinen sich in der Tabelle 6, welche den bedeutendsten Teil des TSA darstellt. Tabelle 6 ermöglicht einen Vergleich zwischen der Tourismuswertschöpfung (TWS), dem Bruttoinlandsprodukt (BIP) und den dazugehörigen Komponenten.

quale riproduce la domanda turistica, e della Tavola 5, contenente l'offerta, confluiscono nella Tavola 6 che rappresenta l'essenza del sistema del CST. La Tavola 6 permette di effettuare il confronto tra il valore aggiunto del turismo (VAT), il prodotto interno lordo (PIL) e le relative componenti.

Abbildung 4 / Figura 4

Fortschritt des Tourismus-Satellitenkontos für Südtirol

Stato di avanzamento del Conto Satellite del Turismo per l'Alto Adige

Tabelle Nr. N. Tavola	Beschreibung	Descrizione	Erstellt Realizzato
1	Einreiseverkehr	Turismo inbound	Ja / Sì
2	Binnenreiseverkehr	Turismo domestico	Ja / Sì
3	Ausreiseverkehr	Turismo outbound	Ja / Sì
4	Konsum des Inlandstourismus	Consumo del turismo interno	Ja / Sì
5	Produktionskonto	Conto della produzione	Ja / Sì
6	Inlandsangebot und Konsum des Inlandstourismus	Offerta interna e consumo del turismo interno	Ja / Sì
7	Beschäftigung im Tourismus	Occupazione nel turismo	Nein / No
8	Bruttoanlageinvestitionen im Tourismus	Investimenti fissi lordi nel turismo	Nein / No
9	Kollektive Konsumausgaben	Consumi collettivi	Nein / No
10	Nicht-monetäre Indikatoren	Indicatori non monetari	Nein / No

2.3 ANSATZ UND DATENQUELLE

Bei der Implementierung des TSA für Südtirol hat man einen „step by step“-Ansatz verfolgt. Demzufolge war die Ermittlung und Analyse der Datenquellen einer der wichtigsten Schritte. In einer *ersten Phase* wurde die Qualität und Repräsentativität der vorhandenen Daten überprüft; in der *zweiten Phase* wurden ad-hoc-Untersuchungen durchgeführt, um die Schwachstellen einiger wesentlicher Daten auszugleichen. Die Tabellen wurden in der *dritten Phase* erstellt. Bei der Erstellung des TSA wurde die fortschreitende Reihenfolge der Tabellen berücksichtigt.

2.3 APPROCCIO E FONTE DEI DATI

Nell'implementazione del CST per l'Alto Adige si è seguito un approccio step by step. Per questo motivo la ricerca e l'analisi delle fonti dati hanno rappresentato uno dei passaggi chiave. In una *prima fase* si è verificata la qualità e rappresentatività dei dati esistenti; nella *seconda fase* si è proceduto con l'effettuazione di indagini ad hoc, allo scopo di sopperire alla carenza di alcuni dati essenziali; la compilazione delle tavole è avvenuta nella *terza fase*. Nella realizzazione del CST si è seguito l'ordine progressivo delle tavole.

2.3.1 DATENQUELLEN DER TABELLEN 1-3

Auf gesamtstaatlicher Ebene sind die wichtigsten Informationsquellen für Statistiken zum Tourismus folgende: (1) die monatliche ISTAT-Erhebung der *Gästeströme in den Beherbergungsbetrieben* (ab hier ISTAT-Angebot genannt, da sie Informationen von Seiten der touristischen Unternehmen wiedergibt), (2) die vierteljährliche Stichprobenuntersuchung zum *Reise- und Urlaubsverhalten der Italiener* (ISTAT-Nachfrage, da sie Informationen von Seiten der reisenden Familien wiedergibt) und (3) die monatliche Stichprobenuntersuchung *Untersuchung zum internationalen Tourismus in Italien* des Ufficio Italiano dei Cambi-Banca d'Italia⁽⁵⁾ (BI-Nachfrage). (4) Diese wurden durch eine Untersuchung des Astat über die *Tourismusausgaben in den Beherbergungsbetrieben* (ASTAT-Ausgaben) ergänzt. Diese letzte Untersuchung war unerlässlich, um die nötigen Informationen zu **den monetären Daten** zu erhalten, welche in der ISTAT-Nachfrage nicht erhoben wurden.

Aufgrund der verfügbaren Quellen war es notwendig, zusammenfassende Methoden auszuwählen, um **vergleichbare Kategorien** der Unterkunftsart zu finden. Es muss berücksichtigt werden, dass die Quellen ursprünglich nicht immer vergleichbare Arten von Unterkünften erheben; genauer gesagt ergeben sich Widersprüchlichkeiten zwischen den Erhebungen zum Angebot und jenen zur Nachfrage.

Bei der Implementierung der **regionalen Satellitenkonten** ergibt sich, abgesehen von der geringen Bedeutung einiger Daten aus gesamtstaatlichen Erhebungen, auch das Problem der Definition von Einreise und Ausreise. Da die Region/Provinz nicht durch Staatsgrenzen abgegrenzt wird, müssen häufig verschiedene Datenquellen kombiniert werden, um das Phänomen abzuschätzen. Ein Beispiel ist der Einreise-

2.3.1 FONTI DATI DELLE TAVOLE 1-3

A livello nazionale le principali fonti di informazione delle statistiche sul turismo sono; (1) la rilevazione mensile dell'Istat sul *Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi* (denominata in seguito ISTAT-Offerta, in quanto rileva le informazioni dal lato delle imprese turistiche), (2) l'indagine campionaria trimestrale dell'Istat sui *Viaggi e vacanze degli italiani* (ISTAT-Domanda, in quanto rileva le informazioni dal lato delle famiglie che viaggiano) e (3) l'indagine campionaria mensile dell'Ufficio Italiano dei Cambi-Banca d'Italia⁽⁵⁾ denominata *Indagine sul turismo internazionale dell'Italia* (BI-Domanda); (4) a queste è stata affiancata un'indagine effettuata dall'Astat, relativa alla *Spesa turistica presso gli esercizi ricettivi* (ASTAT-Spesa). Quest'ultima indagine è risultata indispensabile per coprire il fabbisogno informativo relativo ai **dati monetari**, altrimenti non rilevati nell'indagine ISTAT-Offerta.

In relazione alle fonti disponibili è stato necessario effettuare delle aggregazioni per trovare delle **categorie comparabili** in termini di tipo di alloggio. Si consideri che le fonti rilevano all'origine tipologie di alloggio non sempre coincidenti; in particolare vi sono discrepanze fra le indagini effettuate sul lato dell'offerta da quelle effettuate sul lato della domanda.

Un problema che si presenta nell'implementazione dei **conti satellite regionali**, al di là della bassa significatività di alcuni dati rilevati da indagini condotte a livello nazionale, è, anche la definizione stessa di inbound/outbound. Non essendo la regione/provincia delimitata dai confini nazionali, è spesso necessario combinare diverse fonti di dati per stimare la consistenza del fenomeno. Prendiamo come esempio il turismo inbound: nel

(5) Seit 1. Jänner 2008 sind die Aufgaben des Ufficio Italiano dei Cambi Teil der Banca d'Italia.
Dal 1° gennaio 2008 le funzioni dell'Ufficio Italiano dei Cambi sono confluite nella Banca d'Italia.

verkehr: Für das TSA für den Staat Italien reichte die Datenquelle BI-Nachfrage, da diese die ausländischen Touristen an den italienischen Staatsgrenzen erhebt. In Südtirol stellen diese nur einen Teil des Einreiseverkehrs dar und zwar jenen der Übernachtungstouristen aus dem Ausland. Die Zahlen zu den Touristen aus den anderen Regionen Italiens müssen der Erhebung ISTAT-Nachfrage entnommen werden. Aus diesem Grund wird bei der Darstellung der Daten zwischen Herkunft/Ziel der Übernachtungstouristen vom/ins **Ausland** und aus dem/ins „restliche“ **Italien**⁽⁶⁾ unterschieden. Somit werden die Südtiroler ausgeschlossen, welche den Binnenreiseverkehr darstellen.

caso del CST per la nazione Italia sarebbe sufficiente la fonte BI-Domanda, perché rileva i turisti stranieri sulle frontiere italiane; nel caso dell'Alto Adige questa copre soltanto una parte dell'inbound, quella dei turisti provenienti dall'estero. Per coloro che provengono da tutte le rimanenti regioni d'Italia bisogna necessariamente fare affidamento alla rilevazione ISTAT-Domanda. Per questo motivo, nella rappresentazione dei dati, si è preferito separare la provenienza/destinazione dei turisti da/verso l'**Estero** ed il "resto" d'**Italia**⁽⁶⁾. In questo modo si escludono gli altoatesini che rappresentano il turismo domestico.

Abbildung 5 / Figura 5

Statistische Quellen nach Tourismustypologie, Art der Variablen und Kategorie des Betriebs

Fonti statistiche per tipologia di turismo, tipologia di variabili e categoria d'esercizio

			Tourismustypologie / Tipologia di turismo									
			Einreiseverkehr Inbound				Binnenreise- verkehr Domestico		Ausreiseverkehr Outbound			
			Italien Italia		Ausland Estero				Italien Italia		Ausland Estero	
			N	€	N	€	N	€	N	€	N	€
Übernachtungstouristen in ... Turisti pernottanti in ...	Beherbergungs- betrieben Esercizi ricettivi	Gastgewerbliche Betriebe Esercizi alberghieri	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(2)	(2)	(2)
		Camping und ähnliche Strukturen Campeggi e strutture similari	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(2)	(2)	(2)
		Andere kollektive Unterkünfte Altri alloggi collettivi	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(2)	(2)	(2)
		Zimmervermietung und Urlaub auf dem Bauernhof Casa in affitto e agriturismo	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(4)	(1)	(2)	(2)	(2)
	Kostenlosen Unterkünften Alloggi gratuiti	Eigentumswohnung Casa di proprietà	(2)	(2)	(3)	(3)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)
		Besuch bei Verwandten und Freunden Ospite di parenti e amici	(2)	(2)	(3)	(3)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)
Tagesbesucher Escursionisti			(2)	**	(3)	(3)	(2)	**	(2)	**	(3)	(3)

LEGENDE: Art der Variablen →
Datenquellen →

N = nicht monetäre Variablen (Besucher) / € = monetäre Variablen
(1) ISTAT-Angebot „Gästeströme in den Beherbergungsbetrieben“
(2) ISTAT-Nachfrage „Reise- und Urlaubsverhalten der Italiener“
(3) BI-Nachfrage „Untersuchung zum internationalen Tourismus in Italien“
(4) ASTAT-Ausgaben „Touristenausgaben in den Beherbergungsbetrieben“
** Daten nicht vorhanden, somit Schätzungen vorgenommen

LEGENDA: Tipologia di variabili →
Fonti statistiche →

N = variabili non monetarie (visitatori) / € = variabili monetarie
(1) ISTAT-Offerta "Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi"
(2) ISTAT-Domanda "Viaggi e vacanze degli italiani"
(3) BI-Domanda "Indagine sul turismo internazionale dell'Italia"
(4) ASTAT-Spesa "Spesa turistica presso gli esercizi ricettivi"
** Dati non disponibili, quindi stimati

(6) Um die Lesbarkeit zu erhöhen, bezieht man sich in dieser Publikation mit der Bezeichnung „Italien“ auf Italien ohne Südtirol (restliches Italien). Per migliorare la leggibilità nella pubblicazione quando ci si riferisce all'Italia, si intende l'Italia senza l'Alto Adige (resto d'Italia).

Abschließend wird betont, dass die statistischen Informationen zu den **Tagesbesuchern** begrenzt sind. In vielen Fällen auf statistisch „kaum signifikante“ Daten zurückgegriffen werden und in einigen Fällen wurde auf der Grundlage von vergleichbaren Daten Schätzungen vorgenommen.

Die Abbildung 5 zeigt die statistischen Quellen nach Tourismustypologie (Einreise-, Binnenreise- und Ausreiseverkehr), Art der Variablen (nicht monetäre, monetäre) und Betriebskategorie. Dort, wo man zwischen verschiedenen Quellen auswählen konnte, wurde nach dem Prinzip der größten Repräsentativität und Kohärenz der Daten vorgegangen.

2.3.2 DATENQUELLEN DER TABELLE 4

Tabelle 4 fasst die Daten der Tabellen 1 und 2 zum „touristischen Inlandskonsum in Geldleistungen“ zusammen. Zu diesen Daten werden die sozialen Transfers in Form von Sachleistungen hinzugefügt (Leistungen der Versicherungsansprüche, Sozialversicherungsleistungen, nicht marktbestimmte touristische Leistungen), welche in der vorliegenden Erhebung vernachlässigt wurden, da sie nicht verfügbar waren. Als Vorleistung wurden die Geschäftsreisen von Inländern nach Italien oder ins Ausland herangezogen, welche aus der ISTAT-Nachfrage bzw. BI-Nachfrage hervorgingen. Eine wichtige Grundlage war die vom Astat durchgeführte Erhebung über die *Zweitwohnungen für touristische Zwecke*. In Verbindung mit der ISTAT-Erhebung über den *Verbrauch der privaten Haushalte* konnten so die unterstellten Mieten für die **Zweitwohnsitze (Zweitwohnungen)** ermittelt werden.

2.3.3 DATENQUELLEN DER TABELLE 5

Ausgangsbasis für die Tabelle 5 ist die so genannte Produktionsmatrix, die auf der Input-Output-Rechnung (I-O) und anderen

Infine va sottolineata la limitatezza delle informazioni statistiche relative all'**escursionismo**. In molti casi è stato necessario fare riferimento a dati statisticamente “poco significativi”, in alcuni casi è stato necessario approssimarne una stima sulla base di dati comparabili.

La figura 5 riporta le fonti statistiche utilizzate a seconda della tipologia di turismo (inbound, domestico, outbound), della tipologia di variabili (non monetarie, monetarie) e della categoria dell'esercizio. Nei casi in cui è stato possibile effettuare una scelta fra le varie fonti si è seguito il principio della maggiore rappresentatività e coerenza dei dati.

2.3.2 FONTI DATI DELLA TAVOLA 4

La Tavola 4 combina i dati delle Tavole 1 e 2 in un aggregato denominato “consumo del turismo interno in denaro”. A questi dati vanno aggiunti i trasferimenti sociali in natura (prestazioni di sicurezza sociale, prestazioni di assistenza sociale, servizi turistici non destinabili alla vendita), i quali sono tuttavia stati trascurati nel presente studio, in quanto non disponibili. Come consumi intermedi sono invece stati considerati i viaggi d'affari dei residenti verso l'Italia o l'estero, desumibili rispettivamente dalle fonti ISTAT-Domanda e BI-Domanda. Fondamentale si è rivelata la rilevazione condotta dall'Astat sulle *Seconde case ad uso turistico*, che in combinazione con i dati provenienti dall'indagine Istat sui *Consumi delle famiglie residenti* ha permesso di calcolare i fitti figurativi nelle **residenze secondarie (seconde case)**.

2.3.3 FONTI DATI DELLA TAVOLA 5

Il punto di partenza per compilare la Tavola 5 è la cosiddetta matrice di produzione, che si basa sulla tavola input-output (I-O) e su

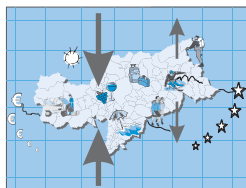
adäquaten Indikatoren basiert. Voraussetzung für die Erstellung von Basismatrizen für den Tourismus sind Angaben zu Angebot und Verwendung der Güter. Die Informationen zu Südtirol sind in der *Input-Output-Tabelle* enthalten, die vom Astat in Zusammenarbeit mit dem Irpet⁽⁷⁾ im Jahr 2008 erstellt wurde. Für eine größere Aufschlüsselung der Tabelle 5 nach Bereichen (bezüglich den I-O-Matrizen) sind einige Zusatzinformationen notwendig, wie beispielsweise die Supply-Matrix der italienischen Wirtschaft (unterteilt in 59 ATECO-Abteilungen⁽⁸⁾ und 59 Produktkategorien⁽⁹⁾ der CPA), anhand welcher die Produktionsbranchen (tourismusspezifische und nicht tourismusspezifische) und die hergestellten Güter und Dienstleistungen verbunden werden können. Mit den Informationen des *Betriebsbilanzsystems*, die für Italien von den ATECO-Klassen und für Südtirol von den ATECO-Abteilungen abgeleitet werden, können auf der Ebene der Abteilungen (sowie manchmal auf einer stärker aufgeschlüsselten Ebene) Daten zur Produktion je Beschäftigten und zur Wertschöpfung je Beschäftigten gewonnen werden. Für eine angemessene Einteilung der Güter und Dienstleistungen, die von den Branchen laut den Posten der Tourismusausgaben im TSA hergestellt werden, verwendet man neben den Daten zu den Touristenausgaben in Südtirol (der Erhebung ASTAT-Ausgaben entnommen) auch die auf Südtirol bezogenen Daten zum *Konsum der privaten Haushalte* der ISTAT-Erhebung. Weiters wird die Tabelle 5 für die Jahre 2001-2005 erstellt. Somit werden auch die Daten der *Volkszählung 2001* bezüglich Südtirol (Beschäftigte nach ATECO-Kategorie) verwendet.

altri indicatori adeguati. Per ottenere le matrici di base per il turismo si richiedono informazioni sull'offerta e sull'uso dei prodotti fornite nel caso della provincia di Bolzano dalla *Tavola input-output* elaborata nel corso del 2008 dall'Astat in collaborazione con l'Irpet⁽⁷⁾. La maggiore disaggregazione settoriale della Tavola 5 (rispetto alle matrici I-O) richiede l'uso di informazioni aggiuntive tra cui, la matrice supply dell'economia italiana (distinta per 59 divisioni ATECO⁽⁸⁾ e 59 categorie CPA⁽⁹⁾ di prodotto) che permette di legare le branche di produzione (specifiche e non specifiche del turismo) ai beni e servizi prodotti. Le informazioni derivanti dal *sistema conti delle imprese*, che per l'Italia arrivano alle classi ATECO e per la provincia arrivano alle divisioni ATECO, permettono di ricavare al livello di divisione (ed a volte ad un livello più disaggregato) i dati su produzione per addetto e valore aggiunto per addetto. Per poter ripartire opportunamente i beni e servizi prodotti dalle branche nelle voci di spesa turistica della classificazione che appare nel CST si utilizzano, oltre ai dati di spesa turistica nella provincia (desunti dall'indagine ASTAT-Spesa), anche i dati sui *Consumi delle famiglie residenti* ricavati dall'indagine Istat per la provincia di Bolzano. Inoltre, la Tavola 5 è stata compilata per gli anni dal 2001 al 2005 e questo ha permesso di sfruttare i dati del *Censimento 2001* relativi alla provincia (addetti per categorie ATECO).

(7) Zur Vertiefung sei auf die ASTAT Broschüre „Input-Output-Tabelle für Südtirol - 2005“ hingewiesen, die demnächst erscheint. Per un approfondimento si rinvia al volume ASTAT „Tavola Input-Output per la provincia di Bolzano - 2005“, in corso di pubblicazione.

(8) Dabei handelt es sich um die ATECO 2002, die italienische Version der Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten auf europäischer Ebene NACE Rev.1.1. Trattasi dell'ATECO 2002 che è la versione nazionale della classificazione delle attività economiche NACE Rev.1.1 definita in ambito europeo.

(9) Güterklassifikation in Verbindung mit den Wirtschaftszweigen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft (CPA), abgeleitet von der Zentrale Güterklassifikation der Vereinten Nationen (CPC). Classificazione Centrale dei Prodotti secondo l'Attività Economica di origine (CPA), derivata dalla Classificazione Centrale dei Prodotti (CPC) delle Nazioni Unite.



3 Wichtigste Ergebnisse

Risultati principali

Das für Südtirol implementierte Tourismus-Satellitenkonto bezieht sich auf das Jahr 2005, für welches die meisten Quellen zur Verfügung standen. Die folgenden Abschnitte geben einen Überblick über die Möglichkeiten des TSA als Analyseinstrument für den Tourismussektor.

Am Anfang der Analyse stehen auf der Seite der *Nachfrage* die klassischen **nicht monetären Indikatoren, sprich die Zahl der Besucher und Übernachtungen**. Die Neuerungen gegenüber den laufenden Tourismusstatistiken beziehen sich auf die Einführung von neuen Typologien von Touristen (Tagesbesucher und jene, die kostenlose Unterkünfte bei Freunden, Verwandten oder in Zweitwohnungen beanspruchen) und auf die Unterteilung des Tourismus in die drei Typologien Einreise-, Binnenreise- und Ausreiseverkehr. Die Darstellung folgt der progressiven Reihenfolge laut den Tabellen des TSA (Tab. 1 = Einreise-, Tab. 2 = Binnenreise-, Tab. 3 = Ausreiseverkehr), welche auch bei der Analyse der **monetären Indikatoren, also der touristischen Konsumausgaben**, berücksichtigt wird. Die Ausgaben des Einreise- und Binnenreiseverkehrs werden zusammengefasst, da sie den **Inlandskonsum** darstellen (Tab. 4), d.h. die interne Tourismusnachfrage.

Auf der *Angebotsseite* wird vor allem die **Inlandsproduktion** (Tab. 5) analysiert und dabei hauptsächlich jene der tourismuscharakteristischen Wirtschaftstätigkeiten. Nach Abzug der notwendigen Vorleistungen erhält man die **Wertschöpfung der Tourismusindustrie**.

Il conto satellite del turismo per l'Alto Adige è stato implementato con riferimento al 2005, anno per il quale era disponibile la maggior parte delle fonti. Nei paragrafi che seguono vengono esplicitate le potenzialità del CST come strumento di analisi del settore turistico.

L'analisi inizia presentando, sul fronte della *domanda*, i classici **indicatori non monetari, cioè il numero di visitatori e presenze**. Le novità, rispetto alle usuali statistiche sul turismo, riguardano l'aggiunta di nuove tipologie di turisti quali gli escursionisti e coloro che alloggiano in forma gratuita presso amici, parenti o in seconde case e la ripartizione del turismo nelle sue tre tipologie, quindi inbound, domestico e outbound. La rappresentazione dei dati segue l'ordine progressivo previsto dalle tavole del CST (tav. 1=inbound, tav. 2=domestico, tav. 3=outbound), ordine che successivamente viene rispettato nell'analisi degli **indicatori monetari, quindi dei consumi turistici**. I consumi inbound e domestici vengono poi aggregati, perché insieme rappresentano i **consumi interni** (tav. 4), in altre parole la domanda interna espressa dal turismo.

Sul fronte dell'*offerta* viene innanzitutto analizzata la **produzione interna** (tav. 5), ed in particolare quella realizzata dalle branche economiche caratteristiche del turismo. Sottraendo i consumi intermedi necessari alla produzione, si giungerà alla determinazione del **valore aggiunto dell'industria turistica**.

Über das *Verhältnis zwischen Nachfrage und Angebot* (Tab. 6) wird der **Anteil der touristischen Konsumausgaben am Gesamtangebot (Tourismuskoeffizient)** bestimmt. Mit diesem Indikator können die direkten Effekte der touristischen Konsumausgaben auf die Wirtschaftsbranchen quantifiziert werden. Daraus errechnet sich die **Tourismuswertschöpfung**, d.h. die Wertschöpfung, welche direkt auf die inländischen touristischen Konsumausgaben zurückgeführt wird.

Die Analyse schließt mit Überlegungen zur *Bedeutung des Tourismus für die Südtiroler Wirtschaft*. Neben den oben beschriebenen Indikatoren bedient man sich des Input-Output-Modells für Südtirol, um nicht nur die direkten, sondern auch die **indirekten und induzierten Effekte** des Tourismus auf die lokale Wirtschaft zu schätzen.

3.1 TOURISMUSTYPOLOGIEN

Im Jahr 2005 wurden in Südtirol 8,5 Millionen Besuche (oder Reisen) aus touristischen Gründen gezählt. Der größte Teil davon, genauer gesagt 94,4%, kommen von außerhalb des Landes (Einreiseverkehr). Betrachtet man die Zahl der Übernachtungen, wird der Anteil des Einreiseverkehrs noch größer (97,2%), während der Binnenreiseverkehr „nur“ 2,8% der gesamten 30,4 Millionen Übernachtungen des Tourismus in Südtirol ausmacht.

Betrachtet man die in Südtirol ansässige Bevölkerung, zeigt sich, dass diese im Jahr 2005 insgesamt 3,7 Millionen Reisen/Ausflüge unternommen hat. In 87,3% der Fälle haben die Südtiroler Ziele außerhalb des Landes gewählt (Ausreiseverkehr). Die restlichen 12,7% bevorzugten das eigene Land als Destination (Binnenreiseverkehr), was ein bemerkenswertes Ergebnis für das relativ kleine Gebiet darstellt. Ähnliche Ergebnisse gibt es auch bei den Übernachtungen, welche im Jahr 2005 bei 5,3 Millionen lagen und von denen 84,2% außerhalb des Landes stattfanden.

La *relazione fra domanda e offerta* (tav. 6) consente di determinare l'**incidenza del consumo turistico sull'offerta totale (coefficiente del turismo)**. Questo indicatore permette di quantificare gli effetti diretti prodotti dai consumi turistici nelle singole branche economiche, ottenendo come risultato il **valore aggiunto del turismo**, cioè il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici interni.

L'analisi si conclude con una riflessione sull'*importanza del turismo per l'economia altoatesina*. In aggiunta agli indicatori descritti in precedenza, si sfrutta il modello input-output della provincia di Bolzano per stimare oltre agli effetti diretti, anche gli **effetti indiretti ed indotti** del turismo sull'economia locale.

3.1 LE TIPOLOGIE DI TURISMO

Durante l'anno 2005 in Alto Adige si sono contate 8,5 milioni di visite (o viaggi) a scopo turistico. La maggior parte di queste, più precisamente il 94,4% proviene da fuori provincia (turismo inbound). Prendendo in considerazione le presenze (o pernottamenti), la quota del turismo inbound diventa ancora più consistente, pari al 97,2%, mentre il turismo domestico copre "soltanto" il 2,8% dei 30,4 milioni di presenze realizzate dal turismo in Alto Adige.

Concentrando l'attenzione sulla popolazione residente in provincia di Bolzano emerge che nel 2005 quest'ultima ha effettuato in totale 3,7 milioni di viaggi/escursioni. Nell'87,3% dei casi gli altoatesini hanno scelto destinazioni fuori provincia (turismo outbound). La restante quota, pari al 12,7%, ha dimostrato di preferire la propria provincia (turismo domestico), il che è un risultato apprezzabile per un'area relativamente piccola. Risultati simili si ottengono anche considerando i pernottamenti, che nel 2005 sono risultati pari a 5,3 milioni, di cui l'84,2% effettuato fuori provincia.

Unter den Besuchern, die von außerhalb des Landes kommen, überwiegen jene, welche mindestens einmal hier übernachten (Übernachtungstouristen). Der Anteil der Tagesbesucher an der Gesamtzahl der Einreiseturisten liegt nur bei 32,7%. Berücksichtigt man die in Südtirol ansässigen Besucher, kehrt sich das Bild um: Hier überwiegen deutlich die Tagesbesucher, sowohl bei denen, die in Südtirol bleiben (68,6%) als auch bei denen, die andere Ziele wählen (76,1%).

Fra i visitatori provenienti da fuori provincia prevalgono quelli che effettuano almeno un pernottamento (turisti). Infatti la quota degli escursionisti sul totale visitatori inbound rappresenta soltanto il 32,7%. La situazione si capovolge se si considerano i visitatori residenti in provincia: gli escursionisti prevalgono nettamente sia che essi visitino l'Alto Adige (68,6%) sia che si rechino verso altre destinazioni (76,1%).

Übersicht 1 / Prospetto 1

Besucher und Übernachtungen nach Tourismustypologie - 2005

Werte in Tausend

Visitatori e presenze per tipologia di turismo - 2005

Valori in migliaia

ZIEL DER BESUCHER	Herkunftsort der Besucher Provenienza dei visitatori		Insgesamt Totale	DESTINAZIONE DEI VISITATORI
	Südtirol Alto Adige	Italien oder Ausland Italia o estero		

Besucher / Visitatori

Südtirol	474	8.023	8.497	Alto Adige
davon Tagesbesucher	326	2.620	2.945	di cui escursionisti
Italien oder Ausland	3.272			Italia o Estero
davon Tagesbesucher	2.491			di cui escursionisti
Insgesamt	3.746			Totale
davon Tagesbesucher	2.816			di cui escursionisti

Übernachtungen / Presenze

Südtirol	845	29.597	30.442	Alto Adige
Italien oder Ausland	4.491			Italia o Estero
Insgesamt	5.336			Totale

Legende: Tourismustypologien
Legenda: Tipologie di turismo



Einreiseverkehr
Turismo inbound



Inlandstourismus
Turismo interno



Binnenreiseverkehr
Turismo domestico



Südtiroler Tourismus
Turismo altoatesino



Ausreiseverkehr
Turismo outbound

Die oben beschriebenen nicht monetären Indikatoren können mit der in Südtirol ansässigen Bevölkerung von 480.000 Einwohnern im Jahr 2005 in Beziehung gesetzt werden.

Gli indicatori non monetari descritti sopra si possono porre in relazione con la popolazione residente in Alto Adige pari a 480 mila abitanti nel 2005. In questo modo si possono

So erhält man zwei Arten von Informationen: Für den Inlandstourismus wird die **Intensität der touristischen Nachfrage in Südtirol** hervorgehoben, während für die Tourismusnachfrage der lokalen Bevölkerung die **touristischen Vorlieben der Südtiroler** erhoben werden.

- **Inlandstourismus:** Die Zahl der Südtirolbesuche durch Touristen liegt bei 17,7 je Einwohner, jene der Übernachtungen bei 63,4 je Einwohner.
- **Südtiroler Tourismus:** Die Südtiroler machen durchschnittlich 7,8 Reisen zu touristischen Zwecken (einschließlich Tagesausflügen) und übernachten im Laufe eines Jahres durchschnittlich für 11,1 Tage außerhalb der Hauptwohnung.

Die Besonderheit des Satellitenkontos besteht darin, monetäre Daten zu liefern, die auf der Nachfrageseite dem touristischen Konsum entsprechen. Im Jahr 2005 beliefen sich die Ausgaben der Übernachtungstouristen, die von außerhalb des Landes kamen, auf 2.730 Millionen Euro und stellten somit 95,7% des Inlandskonsums dar. Die in Südtirol ansässigen Übernachtungstouristen gaben 124 Millionen Euro innerhalb und 423 Millionen Euro außerhalb des Landes aus.

Die **Tourismusbilanz**, d.h. die Differenz zwischen den touristischen Ausgaben im Einreiseverkehr und jenen im Ausreiseverkehr, weist einen deutlich positiven Saldo von 2.307 Millionen Euro auf. Dies zeigt einerseits, dass Südtirol als Tourismusziel besonders geeignet ist und stellt andererseits einen Ausgleich für die ansonsten negative Handelsbilanz dar. Im Allgemeinen gilt, dass der Einreisekonsum den Ausreisekonsum übersteigt: Dies trifft sowohl gegenüber Italien (+815 Mio. Euro) als auch gegenüber dem Ausland (+1.492 Mio. Euro) zu. Die einzige Ausnahme sind die Tagesbesuche der Südtiroler im Ausland, deren Zahl - möglicherweise aufgrund der häufigen Tagesausflüge zum Shopping außerhalb der Staatsgrenzen - jene der Tagesbesucher, die aus dem Ausland nach Südtirol kommen, übersteigt.

analizzare due aspetti: per il turismo interno, si riesce a mettere in evidenza l'**intensità della domanda turistica in Alto Adige**, mentre per la domanda turistica attivata dalla popolazione locale, si è in grado di rilevare la **propensione turistica degli altoatesini**.

- **Turismo interno:** le visite dell'Alto Adige da parte dei turisti sono pari a 17,7 per abitante, le presenze sono pari a 63,4 ogni abitante.
- **Turismo altoatesino:** gli abitanti in provincia di Bolzano effettuano mediamente 7,8 viaggi (comprese le escursioni) per scopi turistici e nell'arco di un anno alloggiano fuori dall'abitazione principale per 11,1 giorni.

La peculiarità del conto satellite è quella di esporre dati monetari che, sul fronte della domanda, sono rappresentati dai consumi turistici. Nel 2005 i consumi dei turisti provenienti da fuori provincia sono ammontati a 2.730 milioni di euro ed hanno rappresentato il 95,7% del consumo turistico interno. I turisti residenti in provincia hanno speso 124 milioni di euro all'interno della provincia e 423 milioni di euro fuori provincia.

La **bilancia turistica**, cioè la differenza fra i consumi turistici in entrata (inbound) e quelli in uscita (outbound), segnala un saldo nettamente positivo, pari a 2.307 milioni di euro. Ciò dimostra la forte vocazione dell'Alto Adige come destinazione turistica e rappresenta un elemento compensativo per la bilancia commerciale che nel suo complesso segna valori negativi. In generale si evince che i consumi inbound superano quelli outbound: ciò avviene sia nei confronti dell'Italia (+815 milioni di euro) sia dell'estero (+1.492 milioni di euro); un'unica eccezione è rappresentata dai consumi degli escursionisti altoatesini verso l'estero che, presumibilmente a causa delle visite giornaliere per shopping effettuate oltre confine, superano quelli esteri verso l'Alto Adige.

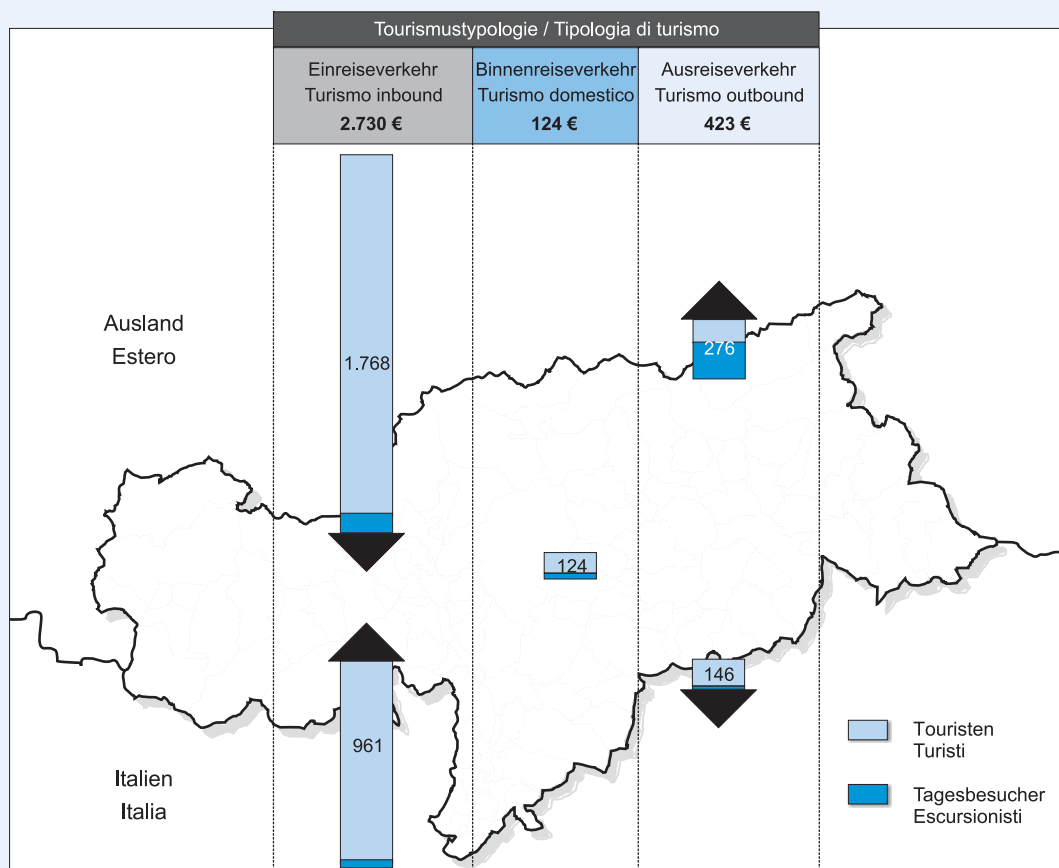
Graf. 1

Touristischer Konsum nach Tourismustypologie - 2005

Beträge in Millionen Euro

Consumo turistico per tipologia di turismo - 2005

Importi in milioni di euro



© astat 2009 - Ir



Die Vorliebe der Südtiroler Besucher für Einkäufe während Tagesausflügen zeigt sich auch in den Daten zu den **täglichen Pro-Kopf-Ausgaben**. Diese ergeben sich aus der Verhältnis zwischen dem Konsum und der Zahl der Besucher (bei Tagesbesuchen) oder Übernachtungen (bei Übernachtungstouristen). Die Ergebnisse zeigen nämlich, dass die Südtiroler, im Unterschied zu den nicht Ansässigen, mehr bei Tagesausflügen ausgeben als bei längeren Aufenthalten. Auf der Grundlage der täglichen Pro-Kopf-Ausgaben ergeben sich zwei weitere Aspekte:

La propensione agli acquisti effettuati in giornata dagli escursionisti altoatesini viene anche confermata dai dati sulla **spesa pro-capite giornaliera**, data dal rapporto fra consumi e numero di visitatori (nel caso dell'escursionismo) o presenze (nel caso dei turisti pernottanti). I risultati dimostrano infatti che gli altoatesini, a differenza dei non residenti, spendono di più durante le visite giornaliere che durante i periodi di soggiorno più lunghi. L'analisi della spesa pro-capite giornaliera mette in luce altri due aspetti: i turisti provenienti da fuori provincia spendono

Touristen von außerhalb des Landes geben für ihren Aufenthalt in Südtirol viel mehr aus als Südtiroler sowohl innerhalb als auch außerhalb des Landes; die Südtiroler Touristen sparen mehr bei Besuchen innerhalb Südtirols als bei Reisen außerhalb des Landes.

molto di più per i loro soggiorni in Alto Adige, rispetto a quanto spendono gli altoatesini sia in loco che fuori provincia; i turisti altoatesini hanno una maggiore propensione al risparmio durante le visite in provincia, rispetto ai viaggi fuori provincia.

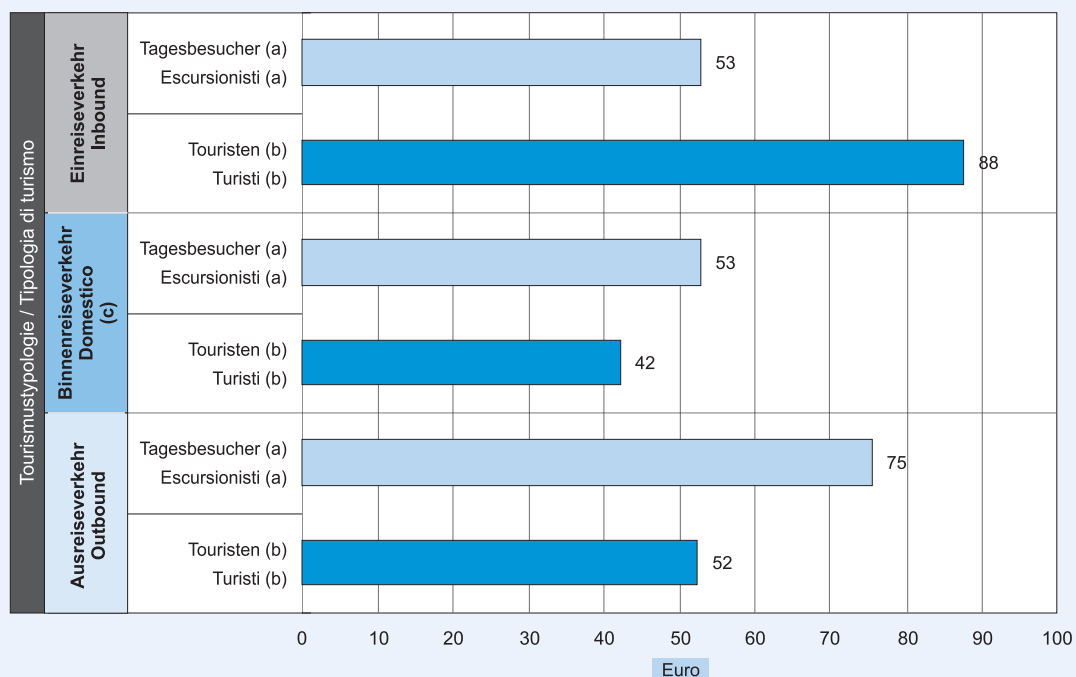
Graf. 2

Täglicher Pro-Kopf-Konsum nach Tourismustypologie - 2005

Beträge in Euro

Consumo pro-capite giornaliero per tipologia di turismo - 2005

Importi in euro



- (a) Bei den Tagesbesuchern ergeben sich die täglichen Pro-Kopf-Ausgaben aus dem Verhältnis zwischen den Konsumausgaben der Tagesbesucher und der Anzahl der Besuche.
Per gli escursionisti la spesa pro-capite giornaliera è data dal rapporto fra consumi degli escursionisti e numero di visite.
- (b) Bei den Übernachtungstouristen ergeben sich die täglichen Pro-Kopf-Ausgaben aus dem Verhältnis zwischen den Konsumausgaben der Übernachtungstouristen und der Anzahl der Übernachtungen.
Per i turisti (pernotanti) la spesa pro-capite giornaliera è data dal rapporto fra consumi dei turisti pernotanti e numero di presenze.
- (c) Beim Binnenreiseverkehr wurden nur die Ausgaben der Besucher in Südtirol berücksichtigt (17 Mio. Euro für die Tagesbesucher und 36 Mio. Euro für die Touristen; siehe Anhang Tab. 2 TSA).
Per il turismo domestico sono stati considerati soltanto i consumi dei visitatori in provincia (rispettivamente 17 e 36 milioni di euro per escursionisti e turisti; cfr. Appendice tav. 2 CST).

© astat 2009 - Ir



Im Folgenden werden die drei Tourismustypologien näher beschrieben, wobei die Ergebnisse nach Typologie und Produkt aufgeschlüsselt werden, wie es vom TSA vorgesehen ist.

Nei prossimi paragrafi verranno analizzate nel dettaglio le tre tipologie di turismo, disaggregando i risultati per tipologie di prodotti, così come previsto dal CST.

3.1.1 EINREISEVERKEHR

Der Einreiseverkehr stellt den bedeutendsten Teil der touristischen Nachfrage in Südtirol dar. Die 8,0 Millionen Besucher teilen sich nach Wichtigkeit in ausländische Übernachtungstouristen (41,7%), italienische Übernachtungstouristen (25,7%), ausländische Tagesbesucher (24,3%) und italienische Tagesbesucher (8,4%). Dieselbe Reihenfolge ergibt sich bezüglich der 2.730 Millionen Euro von Konsumausgaben. Die Ergebnisse bewegen sich hierbei zugunsten der Übernachtungstouristen, welche zusammen 94,9% der Gesamtausgaben ausmachen (61,0% aus dem Ausland und 33,9% aus Restitalien).

3.1.1 TURISMO INBOUND

Il turismo inbound rappresenta la parte più rilevante della domanda turistica in Alto Adige. Gli 8,0 milioni di visitatori si suddividono in ordine d'importanza in turisti esteri (41,7%), turisti italiani (25,7%), escursionisti esteri (24,3%) ed escursionisti italiani (8,4%). La stessa graduatoria si ottiene considerando i 2.730 milioni di euro di consumi, ma le differenze a vantaggio dei turisti pernottanti, i quali insieme coprono il 94,9% dei consumi totali (61,0% dall'estero e 33,9% dal resto d'Italia), diventano più evidenti.

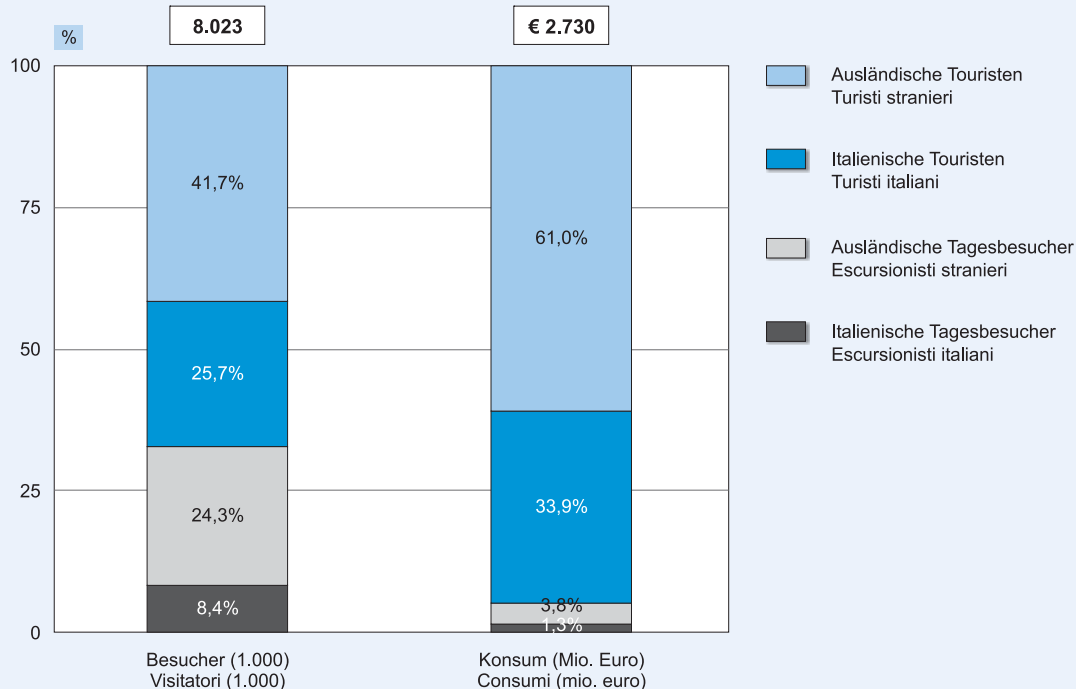
Graf. 3

Besucher und Konsum des Einreiseverkehrs nach Tourismustypologie - 2005

Prozentuelle Verteilung

Visitatori e consumo del turismo inbound per tipologia di turismo - 2005

Composizione percentuale



© astat 2009 - Ir



Untersucht man die Produkttypologien, zeigt sich, dass fast die Hälfte (47,4%) der Konsumausgaben des Einreiseverkehrs in die *Unterkunft* fließt. Ein Fünftel (20,3%) der Ausgaben fallen für *tourismusverwandte Produkte* an. Hierbei handelt es sich überwiegend um die von den Übernachtungstouristen gekauften Güter. Es folgen die Ausgaben für die *Gastronomie* (17,2%) und für den *Personentransport* (9,3%).

Analizzando le tipologie di prodotto si evince che quasi la metà (47,4%) dei consumi inbound viene assorbito dall'*alloggio*. Un quinto (20,3%) dei consumi va imputato ai *prodotti connessi* al turismo. Trattasi in gran parte dei beni acquistati dai turisti. Seguono i consumi nella *ristorazione* (17,2%) e nel *trasporto viaggiatori* (9,3%).

Übersicht 2 / Prospetto 2

Konsum des Einreiseverkehrs nach Produkt (Tab. 1 TSA) - 2005

Beträge in Millionen Euro

Consumo del turismo inbound per prodotto (tav. 1 CST) - 2005

Importi in milioni di euro

PRODUKTE	Tagesbesucher Escursionisti	Touristen Turisti	Insgesamt Totale	%	PRODOTTI
Tourismusspezifische Produkte	128	2.536	2.663	97,6	Prodotti turistici specifici
Tourismuscharakteristische Produkte	41	2.069	2.110	77,3	Prodotti caratteristici del turismo
<i>Unterkunft</i>	-	1.293	1.293	47,4	<i>Alloggio</i>
<i>Gastronomie</i>	28	441	469	17,2	<i>Ristorazione</i>
<i>Personentransport</i>	9	245	254	9,3	<i>Trasporto viaggiatori</i>
<i>Reisebüros usw.</i>	..	3	3	0,1	<i>Agenzie di viaggio, ecc.</i>
<i>Kulturdienstleistungen</i>	1	11	11	0,4	<i>Servizi culturali</i>
<i>Freizeitdienstleistungen</i>	2	74	77	2,8	<i>Servizi ricreativi</i>
<i>Verschiedene</i>	..	3	3	0,1	<i>Servizi turistici vari</i>
Tourismusverwandte Produkte	87	466	553	20,3	Prodotti connessi al turismo
Nicht tourismusspezifische Produkte	10	56	66	2,4	Prodotti non specifici
Insgesamt	138	2.591	2.730	100,0	Totale
<i>Prozentuelle Verteilung</i>	<i>5,1</i>	<i>94,9</i>	<i>100,0</i>		<i>Distribuzione percentuale</i>

3.1.2 BINNENREISEVERKEHR

Der Binnenreiseverkehr ist gegenüber dem Einreiseverkehr sowohl in Bezug auf die Besucher (474.000) als auch auf deren Ausgaben (124 Mio. Euro) zweitrangig. Die Untersuchung der Anzahl der Reisen zeigt, dass die Tagesausflüge (68,6% aller Besucher) gegenüber den Übernachtungen (31,4%) überwiegen. Aus wirtschaftlicher Sicht zeigt sich eine umgekehrte Situation: Die Tagesbesucher machen 16,9% des Binnenreisekonsums aus, die Touristen 83,1%.

3.1.2 TURISMO DOMESTICO

Rispetto al turismo inbound, quello domestico ricopre un ruolo di secondo piano, sia dal punto di vista dei visitatori (474 mila) che delle spese attivate (124 milioni di euro). Considerando il numero di viaggi emerge che le escursioni (68,6% sul totale visitatori) prevalgono sulle visite con pernottamento (31,4%), mentre in termini economici la situazione si capovolge (gli escursionisti attivano il 16,9% dei consumi domestici, i turisti l'83,1%).

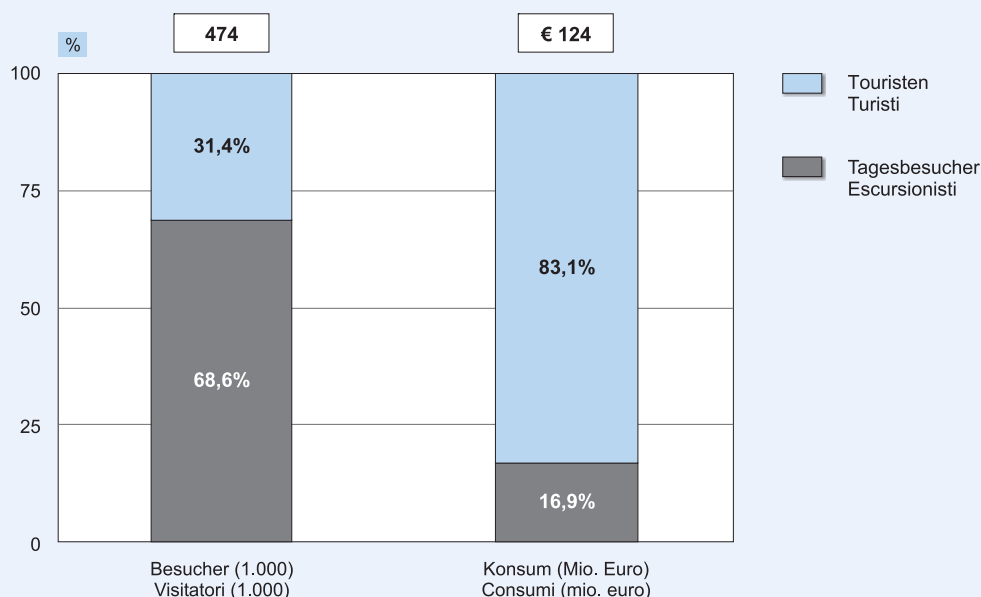
Graf. 4

Besucher und Konsum des Binnenreiseverkehrs nach Tourismustypologie - 2005

Prozentuelle Verteilung

Visitatori e consumo del turismo domestico per tipologia di turismo - 2005

Composizione percentuale



© astat 2009 - Ir



Die Produkttypologie, welche am häufigsten von Binnentouristen in Anspruch genommen wird, ist der *Personentransport*, die 68,9% des Gesamten ausmacht. Es folgen mit einem Anteil von jeweils ca. 10% die *Unterkunft*, *tourismusverwandte Produkte* und *Gastronomie*. Zu den Konsumausgaben im Binnenreiseverkehr zählt neben den Ausgaben der Südtiroler Touristen innerhalb des Landes auch der Konsum im Land bei Reisen ins Ausland bzw. restliche Italien (Ausreiseverkehr). Hierbei handelt es sich vor allem um die Ausgaben für die Personenbeförderung (beispielsweise das Hin- und Rückfahrtticket oder das Volltanken vor der Abfahrt) und eventuell um Margen, die von Reisebüros bei „all inclusive-Paketen“ einbehalten werden.⁽¹⁰⁾

La tipologia di prodotti maggiormente consumata dai turisti domestici è il *trasporto viaggiatori*, che incide per il 68,9% sul totale. Seguono con una quota rispettivamente pari a circa il 10% l'*alloggio*, i *prodotti connessi*, la *ristorazione*. Va specificato che nel consumo turistico domestico, oltre ai consumi attivati direttamente dai turisti altoatesini nell'ambito della stessa provincia, rientra anche il consumo attivato all'interno della provincia per viaggi effettuati fuori provincia (out-bound). Trattasi in particolare delle spese per il trasporto (si pensi all'acquisto del biglietto di a/r o al pieno di carburante prima della partenza) ed eventualmente dei margini trattenuti dalle agenzie di viaggio sui pacchetti "tutto compreso".⁽¹⁰⁾

(10) Siehe EUROSTAT (2002), S. 27-28
Si veda EUROSTAT (2002), pagg. 27-28

Übersicht 3 / Prospetto 3

Konsum des Binnenreiseverkehrs nach Produkt (Tab. 2 TSA) - 2005

Beträge in Millionen Euro

Consumo del turismo domestico per prodotto (tav. 2 CST) - 2005

Importi in milioni di euro

PRODUKTE	Tagesbesucher Escursionisti	Touristen Turisti	Insgesamt Totale	%	PRODOTTI
Tourismusspezifische Produkte	21	102	123	99,6	Prodotti turistici specifici
Tourismuscharakteristische Produkte	16	95	111	89,4	Prodotti caratteristici del turismo
<i>Unterkunft</i>	-	13	13	10,5	<i>Alloggio</i>
<i>Gastronomie</i>	5	7	12	9,6	<i>Ristorazione</i>
<i>Personentransport</i>	11	74	85	68,9	<i>Trasporto viaggiatori</i>
<i>Reisebüros usw.</i>	-	..	..	0,1	<i>Agenzie di viaggio, ecc.</i>
<i>Kulturdienstleistungen</i>	..	..	..	0,2	<i>Servizi culturali</i>
<i>Freizeitdienstleistungen</i>	-	..	..	0,1	<i>Servizi ricreativi</i>
<i>Verschiedene</i>	-	..	..	0,1	<i>Servizi turistici vari</i>
Tourismusverwandte Produkte	5	8	13	10,2	Prodotti connessi al turismo
Nicht tourismusspezifische Produkte	..	..	1	0,4	Prodotti non specifici
Insgesamt	21	103	124	100,0	Totale
<i>Prozentuelle Verteilung</i>	<i>16,9</i>	<i>83,1</i>	<i>100,0</i>		<i>Distribuzione percentuale</i>

3.1.3 AUSREISEVERKEHR

Der Großteil des Ausreiseverkehrs sind Tagestouristen, die von Südtirol ins Ausland fahren. Diese machen 68,0% der Südtiroler Besucher bzw. 39,7% der Konsumausgaben in Geldleistungen aus⁽¹¹⁾. Bei den Übernachtungstouristen ist das Hauptziel Italien: Bezogen auf den gesamten Ausreiseverkehr entsprechen die Touristen, die in andere Regionen Italiens fahren, 17,4% der Besuche und 29,8% der Konsumausgaben.

Betrachtet man die Produkttypologien, wird ersichtlich, dass die Südtiroler überwiegend *tourismusverwandte Produkte* (36,8% des Gesamten) kaufen. Dies hängt vor allem mit

3.1.3 TURISMO OUTBOUND

La parte principale del turismo outbound è rappresentata da escursionisti giornalieri che si recano all'estero. Essi rappresentano il 68,0% dei visitatori altoatesini, mentre in termini monetari coprono il 39,7% dei consumi⁽¹¹⁾. Per quanto riguarda i turisti, si nota invece che la destinazione prevalente è l'Italia: sul totale outbound i turisti verso il resto d'Italia rappresentano il 17,4% delle visite ed il 29,8% dei consumi.

Analizzando le tipologie di prodotto viene evidenziata l'attitudine degli altoatesini all'acquisto di *prodotti connessi* (36,8% sul totale), riconducibile prevalentemente alle escursioni.

(11) Die Ergebnisse zum Tagestourismus können mit der geringen Repräsentativität der Daten entkräftet werden. Diese stammen aus zwei verschiedenen Quellen: die Zahlen der Tagesbesuchern, die ins Ausland fahren, aus der Erhebung der Banca d'Italia zum „Internationalen Tourismus“, jene derer, die nach Italien fahren, aus der ISTAT-Erhebung „Reise- und Urlaubsverhalten der Italiener“.

I risultati sull'escursionismo possono essere inficiati dalla bassa rappresentatività dei dati, provenienti da due differenti fonti: gli escursionisti altoatesini verso l'estero derivano dall'indagine della Banca d'Italia "Turismo internazionale", quelli verso l'Italia dall'indagine dell'ISTAT "Viaggi e vacanze degli italiani".

den Tagesausflügen ins Ausland zum Einkaufen zusammen. Die Ausgaben für die *Unterkunft*, welche der Hauptposten im Einreiseverkehr sind, liegen an zweiter Stelle (22,9%), was auf den großen Anteil der Tagesausflüge am Ausreiseverkehr (44,5% des Konsums) zurückzuführen ist. Schlussendlich macht der *Personentransport* (21,5%) einen bedeutenden Teil der Konsumausgaben aus.

sioni verso l'estero per lo shopping. Le spese per l'*alloggio*, che per il turismo inbound rappresenta la voce prevalente, vengono relegate in seconda posizione (22,9%), fatto riconducibile alla forte incidenza dell'escursionismo nel turismo outbound (44,5% sui consumi). Infine, una fetta importante dei consumi outbound è rappresentata dal *trasporto viaggiatori* (21,5%).

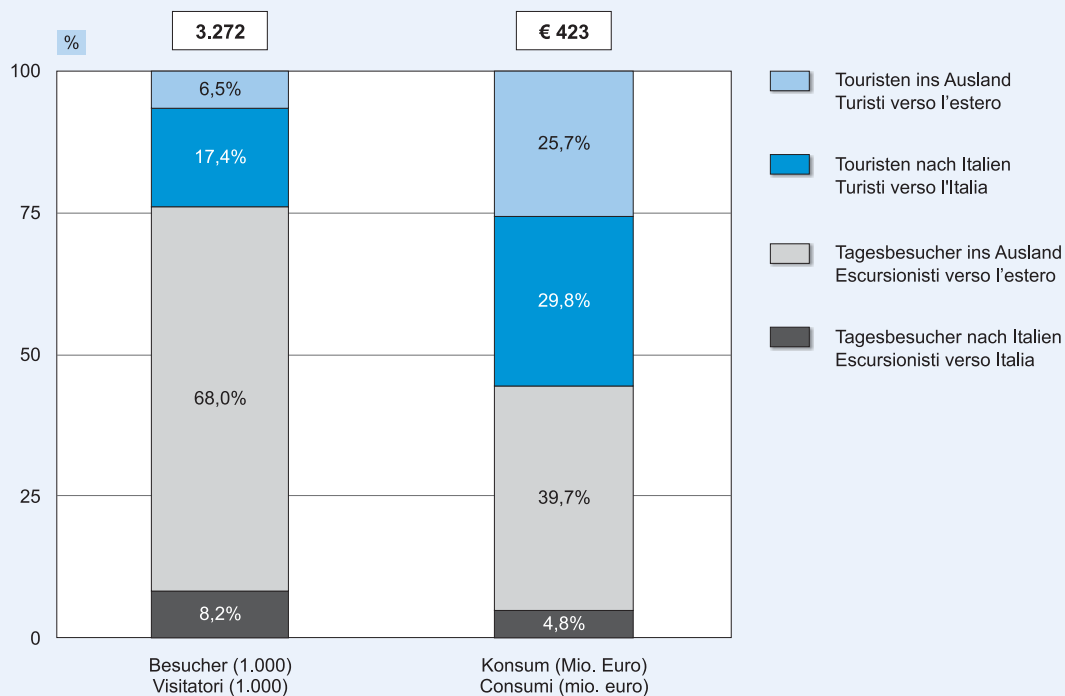
Graf. 5

Besucher und Konsum des Ausreiseverkehrs nach Tourismentypologie - 2005

Prozentuelle Verteilung

Visitatori e consumo del turismo outbound per tipologia di turismo - 2005

Composizione percentuale



© astat 2009 - Ir



Übersicht 4 / Prospetto 4

Konsum des Ausreiseverkehrs nach Produkt (Tab. 3 TSA) - 2005

Beiträge in Millionen Euro

Consumo del turismo outbound per prodotto (tav. 3 CST) - 2005

Importi in milioni di euro

PRODUKTE	Tagesbesucher Escursionisti	Touristen Turisti	Insgesamt Totale	%	PRODOTTI
Tourismusspezifische Produkte	174	230	404	95,6	Prodotti turistici specifici
Tourismuscharakteristische Produkte	58	190	248	58,7	Prodotti caratteristici del turismo
<i>Unterkunft</i>	-	97	97	22,9	<i>Alloggio</i>
<i>Gastronomie</i>	12	37	49	11,7	<i>Ristorazione</i>
<i>Personentransport</i>	42	48	91	21,5	<i>Trasporto viaggiatori</i>
<i>Reisebüros usw.</i>	1	..	1	0,2	<i>Agenzie di viaggio, ecc.</i>
<i>Kulturdienstleistungen</i>	1	1	2	0,4	<i>Servizi culturali</i>
<i>Freizeitdienstleistungen</i>	1	6	7	1,8	<i>Servizi ricreativi</i>
<i>Verschiedene</i>					
<i>Tourismusedienstleistungen</i>	1	..	1	0,3	<i>Servizi turistici vari</i>
Tourismusverwandte Produkte	116	40	156	36,8	Prodotti connessi al turismo
Nicht tourismusspezifische Produkte	14	5	19	4,4	Prodotti non specifici
Insgesamt	188	235	423	100,0	Totale
<i>Prozentuelle Verteilung</i>	<i>44,5</i>	<i>55,5</i>	<i>100,0</i>		<i>Distribuzione percentuale</i>

**3.2 TOURISTISCHE
INLANDSNACHFRAGE**

Zur touristischen Inlandsnachfrage zählen der Einreiseverkehr, der Binnenreiseverkehr und „andere Komponenten“. Letztere Gruppe umfasst die Sachleistungen der touristischen Nachfrage. Dazu gehören mehrere sehr unterschiedliche Unter-Komponenten, von den Konsumausgaben der Familien für Sachleistungen über die Sozialtransfers in Form von Sachleistungen bis zu den Kosten für Geschäftsreisen⁽¹²⁾. Für Südtirol wurden die unterstellten Mieten für Besitzer von Zweitwohnungen, die Beförderungskosten für Geschäftsreisen von Binnenreisenden und Ausreisenden sowie die Ausgaben für die Unterkunft bei Geschäftsreisen im Binnenreiseverkehr herangezogen.

**3.2 LA DOMANDA TURISTICA
INTERNA**

La domanda turistica interna è composta dal turismo inbound, da quello domestico e dalle “altre componenti”. Quest'ultimo aggregato rappresenta la componente “in natura” della domanda turistica e comprende una serie di sotto-componenti molto diverse, dalla spesa per consumi in natura delle famiglie, ai trasferimenti sociali in natura, alle spese per viaggi di lavoro⁽¹²⁾. Nel caso dell'Alto Adige sono stati presi in considerazione i fitti figurativi dei possessori di seconde case, le spese di trasporto per i viaggi d'affari dei turisti domestici ed outbound, i costi dell'alloggio per i viaggi d'affari dei turisti domestici.

(12) Siehe EUROSTAT (2002), S. 58-61
Si veda EUROSTAT (2002), pagg. 58-61

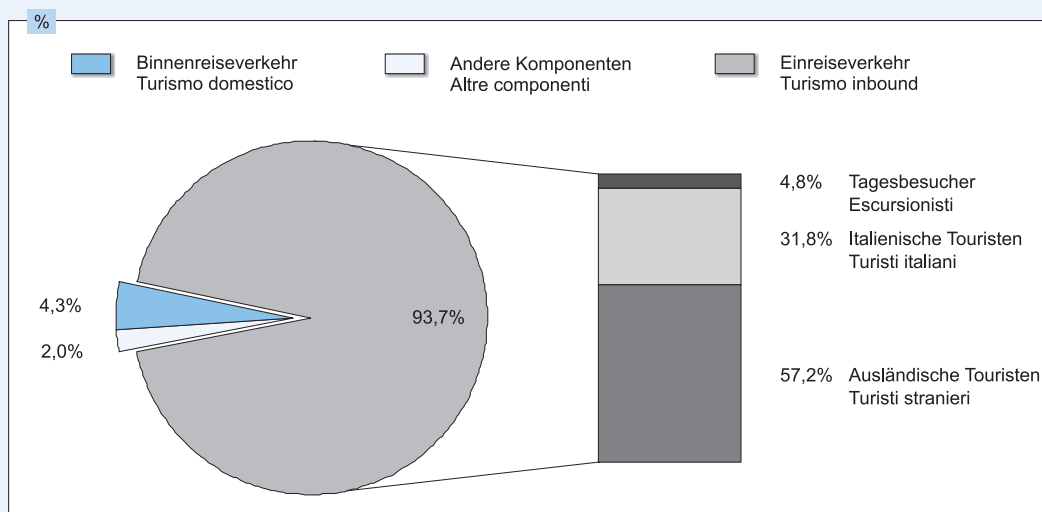
Graf. 6

Konsum des Inlandtourismus nach Tourismustypologie - 2005

Prozentuelle Verteilung

Consumo del turismo interno per tipologia di turismo - 2005

Composizione percentuale



© astat 2009 - Ir



Die Konsumausgaben des Inlandtourismus in Höhe von 2.912 Millionen Euro zeigen, dass in Südtirol die Komponente „in Geldleistungen“ deutlich gegenüber den „Sachleistungen“ überwiegt. Den größten Anteil der touristischen Nachfrage in Südtirol stellt der Einreiseverkehr mit 93,7% der gesamten Konsumausgaben des Inlandtourismus. Den Großteil dieses Anteils stellen ausländische Übernachtungstouristen (57,2%). 4,3% entfallen auf den Binnenreiseverkehr; die „anderen Komponenten“ der Nachfrage, d.h. die „Sachleistungen“, machen 2,0% aus.

Das Vorherrschen des Einreiseverkehrs wirkt sich auf die Aufteilung nach Produkttypologie aus. Entsprechend dem Konsum des Inlandtourismus ist auch beim inländischen Konsum die *Unterkunft* der größte Ausgabenposten (45,9%), gefolgt von den *tourismusverwandten Produkten* (19,4%) und der *Gastronomie* (16,5%). Einzig der

I dati relativi alla provincia di Bolzano, con un consumo turistico interno complessivo di 2.912 milioni di euro, dimostrano che la componente „in denaro“ prevale nettamente su quella „in natura“. La fetta più importante della domanda turistica in Alto Adige è infatti coperta dal turismo inbound che rappresenta il 93,7% sul consumo turistico interno complessivo, di cui la parte prevalente proviene dai turisti (pernottanti) esteri (57,2%). Il turismo domestico detiene una quota del 4,3%, mentre le „altre componenti“ della domanda, cioè quelle „in natura“ rappresentano il 2,0%.

Il predominio della componente inbound si ripercuote sulla ripartizione per tipologia di prodotto. In analogia con il consumo inbound, anche nel consumo interno, la voce di spesa prevalente è *l'alloggio* (45,9%), seguito dai *prodotti connessi al turismo* (19,4%) e dalla *ristorazione* (16,5%). Il *trasporto viaggiatori* è l'unica tipologia di prodotto ad au-

Anteil der *Personenbeförderung* erhöht sich und zwar von 9,3% des Einreiseverkehrs auf 12,6% der Konsumausgaben des Inlandstourismus in Geld- und Sachleistungen.

mentare la propria quota, passando da un 9,3% dell'inbound ad un 12,6% del consumo turistico interno in denaro e natura.

Übersicht 5 / Prospetto 5

Konsum des Inlandstourismus nach Produkt und Tourismustypologie (Tab. 4 TSA) - 2005

Beträge in Millionen Euro

Consumo del turismo interno per prodotto e tipologia di turismo (tav. 4 CST) - 2005

Importi in milioni di euro

PRODUKTE	Touristischer Konsum Consumo del turismo		Andere Komponenten Altre componenti	Insgesamt Totale	%	PRODOTTI
	Einreise- verkehr Inbound	Binnenreise- verkehr Domestic				
Tourismusspezifische Produkte	2.663	123	58	2.845	97,7	Prodotti turistici specifici
Tourismuscharakteristische Produkte	2.110	111	58	2.279	78,3	Prodotti caratteristici del turismo
<i>Unterkunft</i>	1.293	13	31	1.337	45,9	<i>Alloggio</i>
<i>Gastronomie</i>	469	12	-	480	16,5	<i>Ristorazione</i>
<i>Personentransport</i>	254	85	27	367	12,6	<i>Trasporto viaggiatori</i>
<i>Reisebüros usw.</i>	3	..	-	3	0,1	<i>Agenzie di viaggio, ecc.</i>
<i>Kulturdienstleistungen</i>	11	..	-	12	0,4	<i>Servizi culturali</i>
<i>Freizeitdienstleistungen</i>	77	..	-	77	2,6	<i>Servizi ricreativi</i>
<i>Verschiedene</i>						
<i>Tourismusedienstleistungen</i>	3	..	-	3	0,1	<i>Servizi turistici vari</i>
Tourismusverwandte Produkte	553	13	-	566	19,4	Prodotti connessi al turismo
Nicht tourismusspezifische Produkte	66	1	-	67	2,3	Prodotti non specifici
Insgesamt	2.730	124	58	2.912	100,0	Totale
<i>Prozentuelle Verteilung</i>	93,7	4,3	2,0	100,0		<i>Distribuzione percentuale</i>

3.3 INLANDSANGEBOT

Auf der Angebotsseite beziehen sich die untersuchten Daten vor allem auf die *Inlandsproduktion* und die *Bruttowertschöpfung* nach Tätigkeitsbranche. Im TSA werden die Branchen in tourismusspezifische, tourismusverwandte und nicht tourismusspezifische unterteilt (im TSA für Südtirol werden die letzten beiden Kategorien unter „andere Branchen“ zusammengefasst). Die tourismusspezifischen Branchen bilden die so genannte **Tourismusindustrie**.

3.3 L'OFFERTA INTERNA

Sul lato dell'offerta i dati analizzati riguardano principalmente la *produzione interna* ed il *valore aggiunto lordo* per branca di attività. Nel CST le branche vengono classificate in: caratteristiche del turismo, connesse al turismo e non specifiche (nel CST per l'Alto Adige, queste ultime due sono state aggregate in un'unica voce denominata "altre branche"), dove la prima categoria rappresenta quella che comunemente viene definita come **industria turistica**.

3.3.1 INLÄNDISCHE TOURISMUSPRODUKTION

Im Jahr 2005 betrug die Bruttoproduktion Südtirols 27.062 Millionen Euro. 17,2% wurden von den *tourismusspezifischen Branchen* produziert. Hier sticht mit einem Anteil von 10,2% der Gesamtproduktion die Branche *Hotels, Restaurants u.Ä.* hervor.

Die Produktion nach Branche der Wirtschaftstätigkeit spiegelt sich auch in der Analyse nach Produkttypologie wider. Hier zählen 16,9% der Produkte zu den *tourismuscharakteristischen*; die häufigsten sind *Unterkunft* (6,3%), *Beförderung der Reisenden* (5,9%) und *Gastronomie* (3,6%).

3.3.1 LA PRODUZIONE TURISTICA INTERNA

Nel 2005 la produzione lorda della provincia di Bolzano è stata pari a 27.062 milioni di euro, di cui il 17,2% è stato prodotto dalle branche *caratteristiche del turismo*. In questo gruppo spicca, con un'incidenza del 10,2% la branca *alberghi, ristoranti e simili*.

Come presumibile, la produzione per branca di attività economica si riflette anche nell'analisi per tipologia di prodotto. In questo caso si nota che il 16,9% dei prodotti sono *caratteristici del turismo* ed i più frequenti fra questi sono l'*alloggio* (6,3%), il *trasporto viaggiatori* (5,9%) e la *ristorazione* (3,6%).

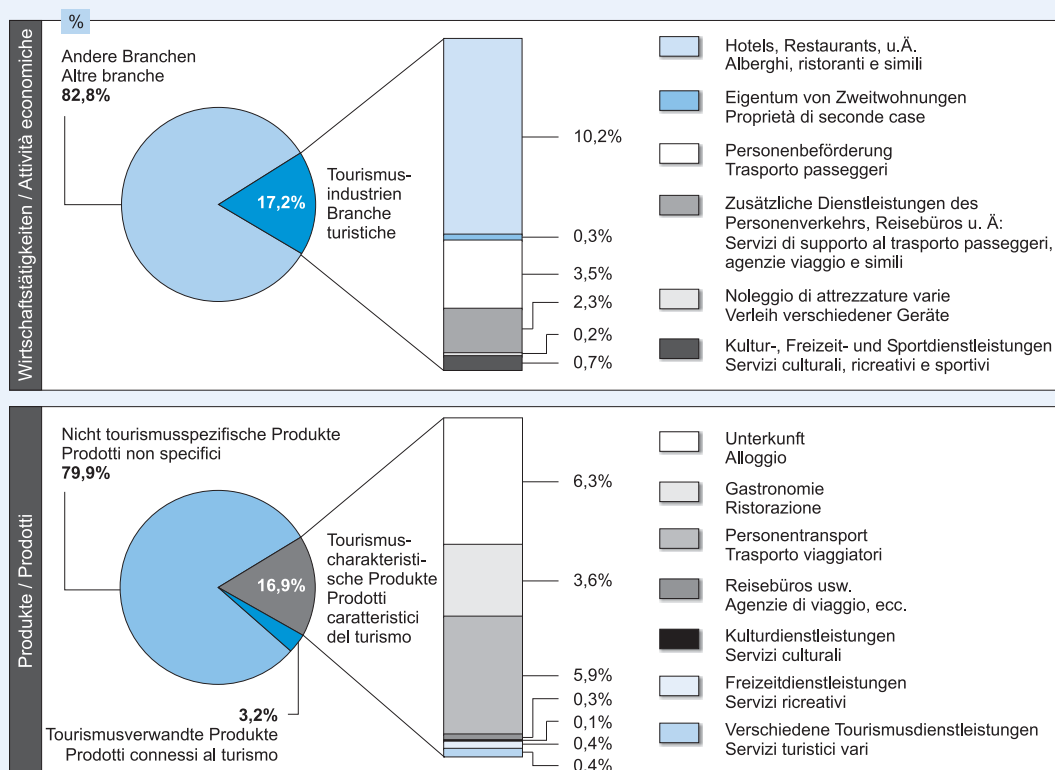
Graf. 7

Inlandsproduktion nach Branche der Wirtschaftstätigkeit und Produkt - 2005

Prozentuelle Verteilung

Produzione interna per branca di attività economica e prodotto - 2005

Composizione percentuale



© astat 2009 - Ir



3.3.2 WERTSCHÖPFUNG

Zieht man von der Bruttoproduktion die Vorleistungen (zu Herstellungspreisen) in der Höhe von 13.200 Millionen Euro und die indirekten Nettosteuern (328 Millionen Euro) ab, erhält man die Bruttowertschöpfung. Diese lag in Südtirol bei 13.534 Millionen Euro. Betrachtet man diese in Bezug auf die Tourismusbranchen, erhält man einen Schlüsselindikator des TSA, die **Wertschöpfung der Tourismusindustrie (WSTI)**⁽¹³⁾. Diese lag im Jahr 2005 bei 2.427 Millionen Euro. Anteilsmäßig haben die Tourismusbranchen 17,9% der Wertschöpfung Südtirols produziert. Die wichtigste Tourismusbranche sind die *Hotels, Restaurants u.Ä.* (11,6%), gefolgt von der *Personenbeförderung* (3,6%).

3.3.2 IL VALORE AGGIUNTO

Detraendo dalla produzione lorda, i consumi intermedi (ai prezzi base), pari a 13.200 milioni di euro, e le imposte indirette nette (328 milioni di euro) si ottiene il valore aggiunto lordo, che in provincia di Bolzano è stato pari a 13.534 milioni di euro. Concentrando l'attenzione sulle branche turistiche si ottiene uno degli indicatori chiave del CST, cioè il **valore aggiunto dell'industria turistica (VATI)**⁽¹³⁾, che nel 2005 è stato pari a 2.427 milioni di euro. In termini relativi, emerge che le branche turistiche hanno prodotto il 17,9% del valore aggiunto provinciale. La branca turistica più rilevante è rappresentata dagli *alberghi, ristoranti e simili* (11,6%), seguita dal *trasporto passeggeri* (3,6%).

Übersicht 6 / Prospetto 6

Produktionskonto der Tourismusindustrie und der anderen Industrien (Tab. 5 TSA) - 2005

Beträge in Millionen Euro

Conto della produzione delle branche turistiche e delle altre branche (tav. 5 CST) - 2005

Importi in milioni di euro

WIRTSCHAFTSTÄTIGKEITEN	Inlands- produktion	Vor- leistungen	Indirekte Nettosteuern	Bruttowertschöpfung Valore aggiunto lordo		ATTIVITÀ ECONOMICHE
	Produzione interna	Consumi intermedi	Imposte indirette nette	€	%	
Tourismusindustrien	4.641	2.181	34	2.427	17,9	Branche turistiche
<i>Hotels, Restaurants, u.Ä.</i>	2.749	1.168	7	1.573	11,6	<i>Alberghi, ristoranti e simili</i>
<i>Eigentum von</i>						
<i>Zweitwohnungen</i>	90	9	1	79	0,6	<i>Proprietà di seconde case</i>
<i>Personenbeförderung</i>	950	446	14	490	3,6	<i>Trasporto passeggeri</i>
<i>Zusätzliche Dienstleistungen</i>						<i>Servizi di supporto al</i>
<i>des Personenverkehrs,</i>						<i>trasporto passeggeri, agenzie</i>
<i>Reisebüros u. Ä:</i>	616	468	5	143	1,1	<i>viaggio e simili</i>
<i>Verleih verschiedener Geräte</i>	52	24	5	23	0,2	<i>Noleggio di attrezzature varie</i>
<i>Kultur-, Freizeit- und</i>						<i>Servizi culturali, ricreativi</i>
<i>Sportdienstleistungen</i>	185	67	1	117	0,9	<i>e sportivi</i>
Andere Branchen	22.421	11.019	294	11.108	82,1	Altre branche
Insgesamt	27.062	13.200	328	13.534	100,0	Totale

(13) Die Wertschöpfung der Tourismusindustrie (WSTI) ist die von den „Tourismusbranchen“ produzierte Wertschöpfung, die jedoch nicht ausschließlich dem Tourismus zugerechnet werden kann. Davon ist die Tourismuswertschöpfung (TWS) zu unterscheiden, welche der direkt auf die touristischen Konsumausgaben rückführbaren Wertschöpfung entspricht.

Il valore aggiunto dell'industria turistica (VATI) è il valore aggiunto prodotto dalle "branche turistiche", ma non completamente imputabile al turismo. Non va confuso con il valore aggiunto del turismo (VAT) che costituisce il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici.

3.4 VERHÄLTNIS ZWISCHEN TOURISMUSNACHFRAGE UND -ANGEBOT

Eines der Hauptziele des TSA besteht darin, die Tourismusnachfrage und das Tourismusangebot in Beziehung zu setzen. Dies zeigt Tabelle 6, welche eine Verknüpfung der Tabelle 4 (Nachfrageseite) mit Tabelle 5 (Angebotsseite) darstellt. Da beide Quellen nach Produkt aufgeschlüsselt sind, kann der **Tourismuskoeffizient** berechnet werden. Dieser ergibt sich aus dem Verhältnis zwischen dem Gesamtangebot (Inlandsproduktion + Importe + indirekte Steuern nach Abzug der Beiträge) und den Konsumausgaben des Inlandstourismus. Im Jahr 2005 lag dieser Koeffizient bei 8,0%. Anders gesagt

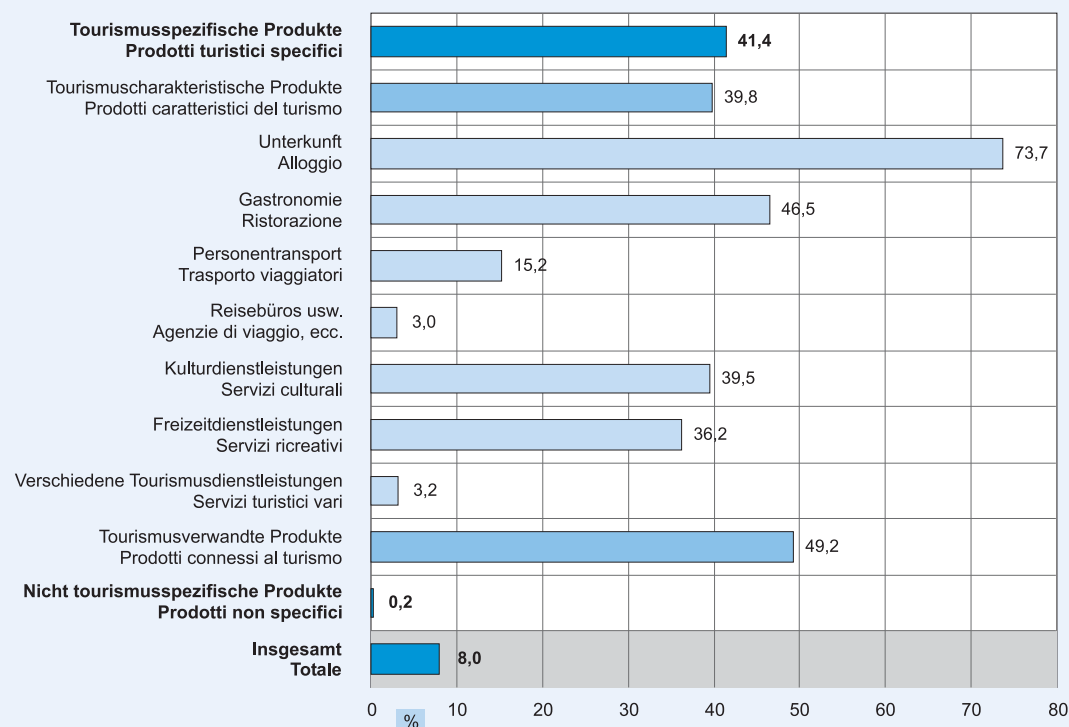
3.4 RELAZIONE FRA DOMANDA E OFFERTA TURISTICA

Uno degli obiettivi principali del CST è quello di mettere in relazione la domanda turistica con l'offerta. Ciò avviene formalmente nella tavola 6, la quale rappresenta una sintesi della tavola 4 (lato della domanda) e della tavola 5 (lato dell'offerta). Essendo entrambe le fonti disaggregate per prodotto è possibile determinare il **coefficiente turistico**, dato dal rapporto tra offerta totale (produzione interna + importazioni + imposte indirette al netto dei contributi) ed il consumo turistico interno. Nel 2005 in provincia di Bolzano tale coefficiente è risultato pari all'8,0%. In altre parole, ciò significa che per soddisfare i fab-

Graf. 8

Tourismuskoeffizient nach Produkt (a) - 2005

Coefficiente turistico per prodotto (a) - 2005



(a) Verhältnis zwischen Gesamtangebot (Inlandsproduktion + Importe + indirekte Steuern abzüglich der Subventionen) und Konsum des Inlandstourismus.
Rapporto tra offerta totale (produzione interna + importazioni + imposte indirette al netto dei contributi) e consumo del turismo interno.

© astat 2009 - Ir



bedeutet dies, dass fast ein Zehntel des Gesamtangebots für die Bedürfnisse der Touristen eingesetzt wurde. Der Tourismuskoeffizient weist besonders hohe Werte bei den *tourismusspezifischen* Produkten auf, wie *Unterkunft* (73,7%), *Gastronomie* (46,5%), *Kultur- und Freizeitdienstleistungen* (39,5% bzw. 36,2%). Auch bei den *tourismusverwandten Produkten und Dienstleistungen* wird die Hälfte des Angebots (49,2%) von den Touristen konsumiert.

Da jede Branche der Wirtschaftstätigkeiten im System der Bilanzbuchhaltung als eigener Posten aufscheint, kann der Beitrag zur Wertschöpfung für jeden Sektor berechnet werden. Die Summe entspricht der **Tourismuswertschöpfung (TWS)**, dem mög-

bisogni dei turisti è stato impiegato quasi un decimo dell'offerta totale. Il coefficiente turistico presenta valori particolarmente elevati nel caso dei prodotti *caratteristici del turismo*, quali i servizi di *alloggio* (73,7%), di *ristorazione* (46,5%), *culturali* (39,5%) e *ricreativi* (36,2%). Anche nel caso dei *beni e servizi connessi al turismo* la metà dell'offerta viene consumata dai turisti (49,2%).

Poiché ciascuna delle branche di attività economica ha una propria voce nel sistema della contabilità, è possibile calcolare, settore per settore, il contributo al valore aggiunto totale, che sommato rappresenta il **valore aggiunto del turismo (VAT)**, forse l'indica-

Übersicht 7 / Prospetto 7

Inlandsangebot und Konsum des Inlandstourismus nach Produkt (Tab. 6 TSA) - 2005

Beträge in Millionen Euro

Offerta interna e consumo del turismo interno per prodotto (tav. 6 CST) - 2005

Importi in milioni di euro

PRODUKTE	Inlands- produktion Produzione interna	Import (a) Importa- zioni (a)	Indirekte Netto- steuern Imposte indirette nette	Internes Angebot Offerta interna	Konsum des Inlands- tourismus Consumo del turismo interno	Tourismus- koeffizient Coefficiente turistico (%)	PRODOTTI
Tourismusspez. Produkte	5.434	1.113	326	6.873	2.846	41,4	Prodotti turistici specifici
Tourismuscharakteristische Produkte	4.567	989	166	5.722	2.280	39,8	Prodotti caratteristici del turismo
<i>Unterkunft</i>	1.716	1	98	1.814	1.337	73,7	<i>Alloggio</i>
<i>Gastronomie</i>	975	1	59	1.034	481	46,5	<i>Ristorazione</i>
<i>Personentransport</i>	1.584	854	-27	2.411	366	15,2	<i>Trasporto viaggiatori</i>
<i>Reisebüros usw.</i>	70	39	6	116	3	3,0	<i>Agenzie di viaggio, ecc.</i>
<i>Kulturdienstleistungen</i>	14	11	4	29	12	39,5	<i>Servizi culturali</i>
<i>Freizeitdienstleistungen</i>	103	83	27	213	77	36,2	<i>Servizi ricreativi</i>
<i>Verschiedene</i>							
<i>Tourismusdienstleistungen</i>	104	1	..	105	3	3,2	<i>Servizi turistici vari</i>
Tourismusverwandte Produkte	867	124	160	1.151	566	49,2	Prodotti connessi al turismo
Nicht tourismusspezifische Produkte	21.628	3.258	4.865	29.752	67	0,2	Prodotti non specifici
Output insgesamt	27.062	4.372	5.191	36.624	2.913	8,0	Totale Output
- Vorleistungen	13.200						- Consumi intermedi
- Indirekte Nettosteuern	328						- Imposte indirette nette
Bruttowertschöpfung	13.534						Valore aggiunto lordo
Tourismusquote (%)	9,3						Quota del turismo (%)
Tourismuswertschöpfung (TWS)	1.254						Valore aggiunto del turismo (VAT)

(a) Summe der Importe aus dem Ausland und der geschätzten Importe aus dem restlichen Italien
Somma fra le importazioni dall'estero e la stima delle importazioni dal resto d'Italia

licherweise bedeutendsten Indikator, der aus dem TSA abgeleitet wird. Er entspricht der **direkt** auf die touristischen Konsumausgaben rückführbaren Wertschöpfung. Wird dies auf die Gesamtwertschöpfung übertragen, erhält man den **Tourismusanteil**.

Im Jahr 2005 betrug die touristische Wertschöpfung in Südtirol 1.254 Millionen Euro, was 9,3% der Bruttowertschöpfung des Landes entspricht. Die Wirtschaftstätigkeiten, welche am meisten dazu beitragen, sind die *tourismusspezifischen* und dabei vor allem die *Hotels, Restaurants u.Ä.* (produzieren 74,0% der TWS). Es folgen die Branchen *Personenbeförderung* (7,6%), *Kultur-, Freizeit und Sportdienstleistungen* (2,2%) sowie *Besitz von Zweitwohnungen* (2,0%). Hervorzuheben ist auch der Anteil der *anderen Branchen*, also der tourismusverwandten und nicht tourismusspezifischen, von 13,1% an der Erzeugung der touristischen Wertschöpfung.

tore più rilevante derivabile dal CST. Esso costituisce il valore aggiunto attivato **direttamente** dai consumi turistici. Mettendolo in relazione con il valore aggiunto totale si ottiene la **quota del turismo**.

Nel 2005 il valore aggiunto prodotto in Alto Adige dal turismo è stato di 1.254 milioni di euro, pari al 9,3% del valore aggiunto lordo provinciale. Le attività economiche che contribuiscono maggiormente a questo risultato sono quelle *caratteristiche del turismo*, ed in particolare la branca *alberghi, ristoranti e simili*, che genera il 74,0% del valore aggiunto del turismo. Seguono le branche *trasporto passeggeri* (7,6% sul VAT), *servizi culturali, ricreativi e sportivi* (2,2%) e *proprietà di seconde case* (2,0%). Infine va sottolineato che anche le *altre branche*, cioè quelle connesse al turismo o non specifiche, contribuiscono per il 13,1% alla generazione del valore aggiunto turistico.

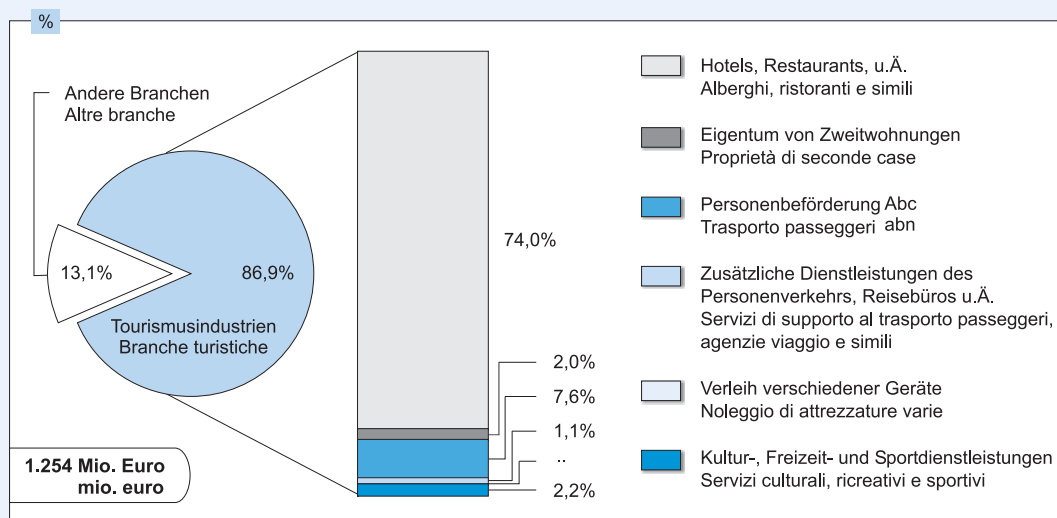
Graf. 9

Tourismuswertschöpfung nach Branche der Wirtschaftstätigkeit - 2005

Prozentuelle Verteilung

Valore aggiunto del turismo per branca di attività economica - 2005

Composizione percentuale



© astat 2009 - Ir



3.5 BEDEUTUNG DES TOURISMUS FÜR DIE SÜDTIROLER WIRTSCHAFT

Anhand der Ergebnisse des TSA können die Effekte des Tourismus auf die Wirtschaft bewertet werden. Der am häufigsten verwendete Indikator zur Messung des wirtschaftlichen Einflusses eines bestimmten Sektors ist das **Verhältnis zwischen Wertschöpfung des Sektors und gesamtem Bruttoinlandsprodukt (BIP)**⁽¹⁴⁾. Mithilfe dieses Indikators können die *direkten, indirekten und induzierten Effekte* des Tourismus auf die Wirtschaft untersucht werden.

3.5.1 DIE DIREKTEN EFFEKTE DES TOURISMUS AUF DIE WIRTSCHAFT

Laut TSA für Südtirol lag die touristische Wertschöpfung im Jahr 2005 bei 1.254 Millionen Euro, was einem Anteil von **8,2% am BIP des Landes** entspricht. Im Vergleich zu anderen Gebieten, welche ein TSA implementiert haben (Österreich und die Schweiz), erkennt man die Bedeutung des Südtiroler Tourismussektors. Im Jahr 2005 betrug die touristische Wertschöpfung in Österreich 13.343 Millionen Euro (5,6% des BIP⁽¹⁵⁾). In der Schweiz produzierte der Tourismus eine Wertschöpfung von 12.647 Millionen Schweizer Franken, was 2,7% des BIP⁽¹⁶⁾ entspricht.

Um die Effekte des Tourismus in Südtirol zu interpretieren, müssen folgende Aspekte hervorgehoben werden:

1. Die geringe Landesfläche (im Vergleich zu Staaten wie z.B. Österreich oder der Schweiz) beeinflusst die Höhe der Wertschöpfung; das könnte bedeuten, dass

3.5 L'IMPORTANZA DEL TURISMO PER L'ECONOMIA ALTOATESINA

I risultati del CST permettono di valutare gli effetti del turismo sull'economia. L'indicatore utilizzato più di frequente per valutare l'impatto economico di un determinato settore è dato dal **rapporto tra valore aggiunto del settore ed il prodotto interno lordo (PIL) totale**⁽¹⁴⁾. Con il supporto di questo indicatore si possono analizzare sia gli *effetti diretti* provocati dal turismo sull'economia, sia quelli *indiretti ed indotti*.

3.5.1 GLI EFFETTI DIRETTI DEL TURISMO SULL'ECONOMIA

Sulla base del CST per l'Alto Adige, nel 2005 il valore aggiunto attivato dal turismo è stato pari a 1.254 milioni di euro, con un'incidenza dell'**8,2% sul PIL provinciale**. Confrontando questo dato con quello di altri ambiti territoriali che hanno provveduto ad implementare un CST, quali l'Austria e la Svizzera, traspare la rilevanza del comparto turistico altoatesino. Nel 2005, il valore aggiunto prodotto dal turismo in Austria è ammontato a 13.343 milioni di euro, pari al 5,6% del PIL⁽¹⁵⁾; in Svizzera il turismo ha attivato un valore aggiunto di 12.647 milioni di franchi svizzeri, con un'incidenza del 2,7% sul PIL⁽¹⁶⁾.

Per interpretare gli effetti del turismo in provincia di Bolzano è necessario porre in evidenza i seguenti aspetti:

1. L'esigua dimensione del territorio provinciale (rispetto p.es. a nazioni come l'Austria o la Svizzera) influisce sull'ammontare del valore aggiunto; si può infatti in-

(14) Das BIP ist die Summe aus der Wertschöpfung zu Herstellungspreisen, der Mehrwertsteuer, den indirekten Nettosteuern auf die Güter und den Importsteuern.
Il PIL si ottiene sommando al valore aggiunto a prezzi base l'IVA, le imposte indirette nette sui prodotti e le imposte sulle importazioni.

(15) Quelle: STATISTIK AUSTRIA, Tourismus-Satellitenkonto für Österreich; WIFO
Fonte: STATISTIK AUSTRIA, Tourismus-Satellitenkonto für Österreich; WIFO

(16) Quelle: Bundesamt für Statistik, Neuchâtel 2009
Fonte: Ufficio federale di statistica, Neuchâtel 2009

die geringe Ausdehnung einer Region größere Abhängigkeit von Importen, d.h. eine niedrigere Inlandsproduktion (und folglich inländische Wertschöpfung) mit sich bringt.

- Bei der Implementierung des TSA wurde vorausgesetzt, dass die für den Tourismuskonsum produzierten Güter und Dienstleistungen durch Importe in derselben Höhe gedeckt werden. Wahrscheinlich werden die Güter und Dienstleistungen für Touristen jedoch vor Ort (lokale Produkte) hergestellt, womit diese Konsumausgaben in geringerem Ausmaß durch Importe gedeckt werden. Da keine diesbezüglichen Informationen verfügbar sind, können nur Situationen simuliert werden, um die Entwicklung der touristischen Wertschöpfung bei veränderten Importquoten zu schätzen. Wären die Importe gleich null, so würde die gesamte Tourismuskonsumnachfrage von der Inlandsproduktion gedeckt. Laut dieser Hypothese stiege die touristische Wertschöpfung auf 9,1%.

tuire che la dimensione limitata di una regione, provochi una sua maggiore dipendenza dalle importazioni, quindi una minore quota di produzione interna (e conseguentemente di valore aggiunto interno).

- Nell'implementazione del CST si è assunto che i beni e servizi prodotti per il consumo turistico fossero coperti dalla stessa quota di importazione dell'insieme dei beni e servizi prodotti. Invece è probabile che i beni e servizi venduti ai turisti siano maggiormente creati in loco (prodotti locali) e quindi tali consumi siano coperti meno da importazione. Non avendo informazioni in merito, è soltanto possibile effettuare delle simulazioni allo scopo di valutare l'evoluzione del valore aggiunto turistico al variare delle quote di importazione. Ponendo, per assurdo, la quota delle importazioni pari a zero, ipotizzando quindi che tutta la domanda turistica venga coperta con produzione interna, il valore aggiunto del turismo salirebbe al 9,1%.

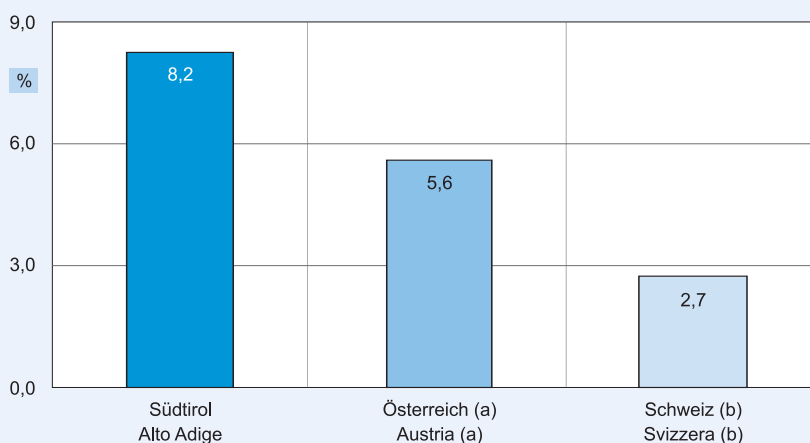
Graf. 10

Tourismuswertschöpfung: Vergleich mit Österreich und Schweiz - 2005

% des BIP

Valore aggiunto del turismo: confronto con Austria e Svizzera - 2005

% sul PIL



(a) Quelle: STATISTIK AUSTRIA
Fonte: STATISTIK AUSTRIA

(b) Quelle: Bundesamt für Statistik (Neuchâtel)
Fonte: Ufficio federale di statistica (Neuchâtel)

© astat 2009 - Ir



3. Würde anstelle der Wertschöpfung die Beschäftigung herangezogen (wie von Tabelle 7 des TSA vorgesehen), wäre der Einfluss des Tourismus vermutlich größer. Aus den Statistiken der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung geht hervor, dass die Produktivität im Tourismussektor, vor allem bei den *Hotels und Restaurants* (36.000 Euro Einkommen) deutlich unter dem Landesdurchschnitt (53.000 Euro) liegt⁽¹⁷⁾. Dies hängt mit den Herstellungsprozessen zusammen, die nur bis zu einem bestimmten Grad automatisiert werden können. Der Tourismus ist ein sehr personalintensiver Sektor, der pro Einheit deutlich weniger als der Durchschnitt produziert und stark saisonabhängig ist.

3. Se al posto del valore aggiunto si considerasse l'occupazione (lo prevede la tavola 7 del CST) l'impatto del turismo risulterebbe presumibilmente maggiore. In base alle statistiche dei conti economici risulta infatti che la produttività nel settore turistico, in particolare nella branca *alberghi e ristoranti*, è molto più bassa dei valori medi provinciali: mentre in media ogni lavoratore occupato produce 53 mila euro di reddito, in questa branca ne produce solo 36 mila euro⁽¹⁷⁾. Ciò dipende dai processi produttivi che non possono essere automatizzati oltre una certa misura. Il turismo è, infatti, un settore ad alto uso di manodopera, che per singole unità produce molto meno della media e che è legato ad un alto grado di stagionalità.

3.5.2 INDIREKTE UND INDUZIERTE EFFEKTE DES TOURISMUS AUF DIE WIRTSCHAFT

Das TSA analysiert nur die direkten Effekte⁽¹⁸⁾ der touristischen Konsumausgaben auf die Wirtschaft. Es erscheint jedoch wichtig, die Analyse auf die indirekten und induzierten Effekte auszuweiten. Jeder von Touristen getätigte Einkauf setzt voraus, dass jemand die Ware oder Dienstleistung herstellt. Dies wirkt sich auf zweierlei Art aus:

1. auf der einen Seite werden für die Produktion Rohstoffe, Halbfertigwaren und Dienstleistungen von anderen Unternehmen benötigt, die ihrerseits hergestellt werden müssen (*indirekter Effekt*);

3.5.2 GLI EFFETTI INDIRETTI ED INDOTTI DEL TURISMO SULL'ECONOMIA

Il CST si limita ad analizzare gli effetti diretti⁽¹⁸⁾ dei consumi turistici sull'economia. In questa sede si è reputato tuttavia importante estendere l'analisi anche agli effetti indiretti ed indotti. Ogni acquisto effettuato dai turisti implica infatti che qualcuno produca il bene o servizio corrispondente. Ciò ha due effetti:

1. da un lato, per la produzione occorrono materie prime, semilavorati e servizi acquistati da altre imprese che, a loro volta, devono essere prodotti (effetto *indiretto*);

(17) Die Arbeitsproduktivität ergibt sich aus dem Verhältnis zwischen Wertschöpfung und jährlichen Arbeitseinheiten. Die Daten für diese Berechnung stammen aus der ASTAT-Tabellensammlung Nr. 1/2009 „Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung Südtirols - 2000-2007“.

La produttività del lavoro è data dal rapporto tra valore aggiunto e unità lavorative annue. I dati per il calcolo sono desunti dalla Raccolta di tabelle-ASTAT n. 1/2009 “Conto economico della provincia di Bolzano - 2000-2007”.

(18) Ein Teil der Produktion der Tourismusbranchen kann an andere Produktionsbranchen verkauft werden (und dient nicht ausschließlich dem Endverbrauch). Somit umfasst auch das TSA einen Anteil an indirekten Effekten, welcher aufgrund der Tatsache, dass es sich um Tourismusbranchen handelt, die überwiegend für den Endverbrauch produzieren, äußerst gering ausfällt.

In realtà nella produzione delle branche turistiche è possibile che ci sia una parte venduta ad altre branche produttrici (non solo alla domanda finale). Anche nel CST vi è quindi una minima parte di attivazione indiretta che, considerando che si tratta delle branche turistiche rivolte soprattutto a soddisfare il consumo finale, risulta estremamente ridotta.

2. der *induzierte* Effekt ist darauf zurückzuführen, dass eine höhere Produktion größere Einkommen mit sich bringt, welche der Bevölkerung zur Verfügung stehen. Ein Teil des Einkommens wird ausgegeben, sodass der oben beschriebene Ablauf erneut in Gang gesetzt wird.

2. il secondo effetto (*l'indotto*) è dovuto al fatto che l'accresciuta produzione comporta la creazione di reddito a disposizione della popolazione locale. Parte di questo reddito verrà spesa, rimettendo in moto il meccanismo descritto in precedenza.

Um die indirekten und induzierten Effekte des Tourismus auf die Wirtschaft festzustellen, wurde die Input-Output-Tabelle (I-O) für Südtirol herangezogen. Anhand der I-O-Tabellen kann stufenweise die Gesamtzunahme der Produktion berechnet werden. Für die Schätzung der indirekten Effekte wurde ein Modell mit exogenem Konsum (Modell von Leontief) verwendet, für die induzierten Effekte eines mit endogenem Konsum (Modell von Keynes)⁽¹⁹⁾.

Per individuare gli effetti indiretti ed indotti del turismo sull'economia ci si è avvalsi della tavola input-output (I-O) creata per la provincia di Bolzano. Le tavole I-O permettono di calcolare, passaggio dopo passaggio, l'incremento totale della produzione. In particolare, nella stima degli effetti indiretti si è utilizzato un modello a consumo esogeno (modello Leonteviano), per gli effetti indotti un modello a consumo endogeno (modello Keynesiano)⁽¹⁹⁾.

Übersicht 8 / Prospetto 8

Wirtschaftlicher Einfluss des Tourismus - 2005

Impatto economico del turismo - 2005

	Mio. Euro	%	
TOURISMUS-SATELLITENKONTO			CONTO SATELLITE TURISMO
Tourismuswertschöpfung (DIREKTE Effekte)	1.254		Valore aggiunto del turismo (effetti DIRETTI)
% an der gesamten Wertschöpfung		9,3	% sul valore aggiunto totale
% des BIP		8,2	% sul PIL
ERWEITERUNG DES TSA			ESTENSIONE CST
Tourismuswertschöpfung (direkte und INDIREKTE Effekte)	1.674		Valore aggiunto del turismo (effetti diretti e INDIRETTI)
% des BIP		11,0	% sul PIL
Tourismuswertschöpfung (direkte, indirekte und INDUZIERTE Effekte)	2.034		Valore aggiunto del turismo (effetti diretti, indiretti e INDOTTI)
% des BIP		13,4	% sul PIL
VOLKSWIRTSCHAFTLICHE GESAMTRECHNUNG			CONTO ECONOMICO PROVINCIALE
Wertschöpfung	13.534		Valore aggiunto
Bruttoinlandsprodukt	15.210		Prodotto interno lordo

(19) Zur Vertiefung sei auf die ASTAT-Broschüre „Input-Output-Tabelle für Südtirol - 2005“ hingewiesen.
Per un approfondimento si rinvia al volume ASTAT “Tavola Input-Output per la provincia di Bolzano - 2005”.

In Südtirol haben die **indirekten Effekte** die touristische Wertschöpfung um 420 Millionen Euro erhöht. Zählt man die indirekten zu den direkten Effekte, liegt die Wertschöpfung der touristischen Konsumausgaben für das Jahr 2005 bei 1.674 Millionen Euro, was **11,0% des BIP** entspricht.

Die **induzierten Effekte** (d.h. die Auswirkungen, welche von der Zunahme der Konsumausgaben bestimmt werden, die auf die erhöhten Gewinne der direkt und indirekt vom touristischen Konsum betroffenen Subjekte zurückgeführt werden können) produzierten eine Wertschöpfung in Höhe von 360 Millionen Euro. Die gesamten Effekte (direkte + indirekte + induzierte) der Konsumausgaben des Inlandtourismus liegen bei mehr als 2 Milliarden Euro (2.034 Mio. Euro) mit einem Anteil von **13,4% am BIP** Südtirols.

Im Gegensatz zu den anderen Wirtschaftssektoren, welche anhand ihres Produktes identifiziert werden, stellt sich der Tourismus in der Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen durch die Touristen dar. Deshalb kann der Tourismus nur schwer mit den anderen Sektoren verglichen werden. Anhand der Ergebnisse der I-O-Modelle ist es dennoch möglich, ein Instrument zum Vergleich vorzulegen, welches - wenn auch nur in experimenteller Form - erlaubt, diesbezüglich Schätzungen vorzunehmen. Operativ bedeutet dies, bei den einzelnen Produktionssektoren den Teil der Wertschöpfung abzuziehen, welcher auf den Tourismus zurückgeführt werden kann. Die verbleibende Wertschöpfung wird somit um die Effekte des Tourismus „bereinigt“. Die Ergebnisse weisen erneut auf die Bedeutung des Tourismussektors als treibende Kraft der Südtiroler Wirtschaft hin.

Betrachtet man die direkten und indirekten Effekte des Tourismus (11,0% des BIP), ist dieser der zweitwichtigste Sektor und folgt in der Rangordnung nach Bedeutung auf das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* (12,4%). Dahinter liegen das *Grundstücks- und Wohnungswesen und die Vermietung* (10,0%), der *Handel* (9,8%) und das *Baugewerbe* (7,3%). Weitet man die Analyse auf

In Alto Adige gli **effetti indiretti** hanno provocato un aumento del valore aggiunto turistico pari a 420 milioni di euro. Sommando questi agli effetti diretti si giunge ad un valore aggiunto attivato dal consumo turistico che nel 2005 si attesta a 1.674 milioni di euro, pari all'**11,0% del PIL**.

Gli **effetti indotti**, cioè quegli effetti determinati dagli incrementi dei consumi imputabili all'aumento del reddito dei soggetti direttamente e indirettamente coinvolti dal consumo turistico, hanno prodotto 360 milioni di euro di valore aggiunto. Considerando gli effetti complessivi (diretti + indiretti + indotti) provocati dai consumi turistici interni, il valore aggiunto del turismo supera la quota di 2 miliardi di euro (2.034 milioni di euro), con un'incidenza del **13,4% sul PIL** provinciale.

Il turismo, a differenza di altri settori economici che si riconoscono per il loro prodotto, si esplicita nella domanda di beni e servizi esercitata dai turisti. Per questo motivo il turismo è difficilmente confrontabile con gli altri settori. Tuttavia, sfruttando i risultati derivanti dai modelli I-O, è possibile proporre uno strumento comparativo che permette, seppure soltanto in forma sperimentale, di effettuare una valutazione in merito. Operativamente si tratta di sottrarre ai singoli settori produttivi la parte di valore aggiunto attivata dai consumi turistici. Il valore aggiunto rimanente viene così "depurato" dagli effetti del turismo. I risultati che si ottengono dimostrano ancora una volta l'importanza del settore turistico come fattore trainante dell'economia altoatesina.

Considerando gli effetti diretti ed indiretti si nota che il turismo rappresenta, con l'11,0% sul PIL, il secondo settore, collocandosi in ordine d'importanza dopo l'*industria in senso stretto* (12,4%), ma davanti alle *attività immobiliari e noleggio* (10,0%), al *commercio* (9,8%) ed alle *costruzioni* (7,3%). Ampliando l'analisi all'indotto emerge il primato del turismo, che con un'incidenza del 13,4% sul

die induzierten Effekte aus, rückt der Tourismus an die erste Stelle mit einem Anteil von 13,4% am BIP. Es folgen das *Produzierende Gewerbe im engeren Sinn* (12,2%) und der *Handel* (9,4%), welche ohne die induzierten Effekte des Tourismus das *Grundstücks- und Wohnungswesen und die Vermietung* (9,2%) überholen.

PIL, precede l'*industria in senso stretto* (12,2%); segue il *commercio* (9,4%), che senza gli effetti indotti dal turismo supera le *attività immobiliari e di noleggio* (9,2%).

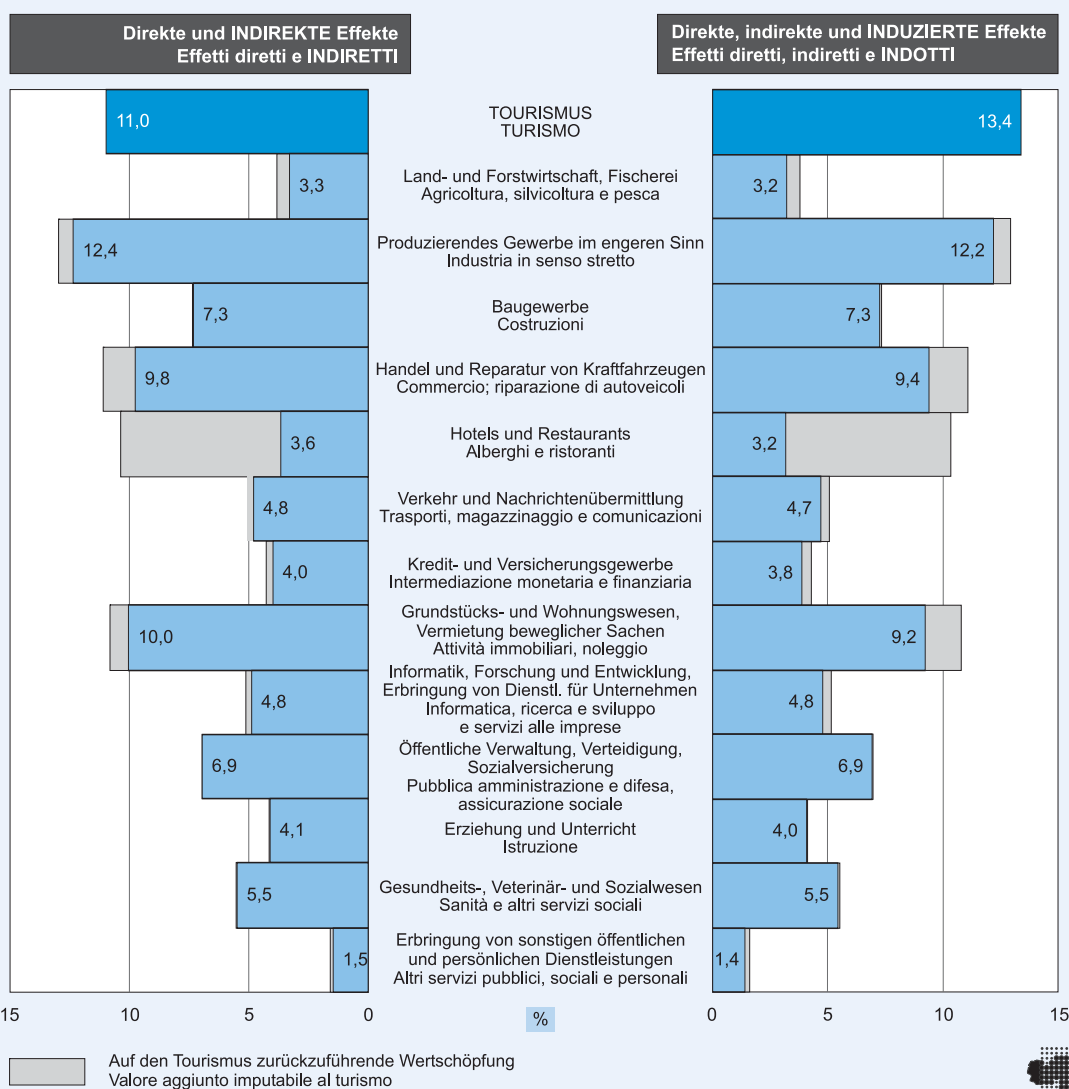
Graf. 11

Effekte des Tourismus: Vergleich mit anderen Wirtschaftstätigkeiten - 2005

Wertschöpfung (% des BIP)

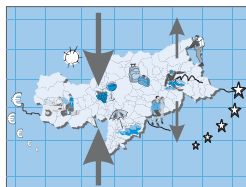
Effetti del turismo: confronto con le altre attività economiche - 2005

Valore aggiunto (% sul PIL)



Diese Ergebnisse lassen auch eine andere Interpretation zu. Betrachtet man den Anteil, um welchen der Tourismus die Wertschöpfung der anderen Sektoren verringert (grafisch durch die graue Farbe dargestellt), wird ersichtlich, wie stark diese vom Tourismus abhängen. Wie angenommen wurde, ergibt sich bei den *Hotels und Restaurants* die größte Differenz: Die gesamten Effekte (direkte + indirekte + induzierte) des Tourismus auf diese Branche liegen bei 7,2 Prozentpunkten. Werden diese abgezogen, sinkt der Anteil der Branche am BIP auf 3,2%. Dies bedeutet für die *Hotels und Restaurants*, dass ohne den Tourismussektor weniger als ein Drittel der eigenen Wertschöpfung übrig bliebe, das hauptsächlich von Restaurants und Bars produziert würde. Die anderen Branchen hängen zwar weniger, aber dennoch nicht unerheblich vom Tourismus ab. Die Wertschöpfung des *Handels* ginge um 1,7 Prozentpunkte des BIP zurück, jene des *Grundstücks- und Wohnungswesens und der Vermietung* um 1,6, jene des *Produzierenden Gewerbes* um 0,8 und jene der *Landwirtschaft* um 0,6 Prozentpunkte. Der einzige Sektor, der anscheinend nicht vom Tourismus beeinflusst wird, ist die *öffentliche Verwaltung, Verteidigung und Sozialversicherung*.

Questi risultati si possono anche interpretare in un altro modo. Concentrando infatti l'attenzione sulla parte di valore aggiunto sottratta dai singoli settori (rappresentata graficamente dalle aree di colore grigio) si può intuire la dipendenza degli stessi dal turismo. Come prevedibile, la branca *alberghi e ristoranti* presenta la differenza maggiore: gli effetti complessivi (diretti + indiretti + indotti) del turismo su tale branca sono infatti pari a 7,2 punti percentuali e sottraendoli, provocano un calo dell'incidenza sul PIL al 3,2%. In altre parole, ciò significa che senza il settore turistico, alla branca *alberghi e ristoranti* rimarrebbe meno di un terzo del proprio valore aggiunto, presumibilmente prodotto principalmente da ristoranti e bar. Le altre branche dimostrano una più lieve, seppur non trascurabile, dipendenza dal turismo: il *commercio* vedrebbe calare il proprio valore aggiunto di 1,7 punti percentuali sul PIL, le *attività immobiliari e di noleggio* di 1,6 punti percentuali, l'*industria* di 0,8 punti percentuali e l'*agricoltura* di 0,6 punti percentuali. L'unico settore che non sembra subire l'influenza del turismo è la *pubblica amministrazione, difesa e l'assicurazione sociale*.



Glossar

Glossario

Tourismus-Satellitenkonto (Tourism Satellite Account → TSA)

Darstellung der Tourismusnachfrage und des Tourismusangebotes und Beschreibung der Größe und der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismussektors auf Basis makroökonomischer Aggregate.

Touristische Nachfrage

Dazu zählen die Anzahl der Besucher, ihre Übernachtungen und die von ihnen getätigten Konsumausgaben. Darin sind auch andere erhebliche Ausgaben enthalten, die zur Erbringung der Dienstleistungen für Besucher erforderlich sind, wie der Erwerb von Anlagegütern und der Konsum kollektiver nicht marktbestimmter Dienstleistungen für den Tourismus.

Tourismusangebot

Geht direkt von den Produktionskonten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) aus, wo die touristischen Produktionsanteile innerhalb der einzelnen Wirtschaftszweige ermittelt werden.

Tourismus

Aktivität von Personen, die aus Freizeit-, geschäftlichen oder anderen Zwecken reisen.

Besucher

Jede Person, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reist, sich dort nicht länger als ein Jahr aufhält und deren Hauptreisegrund nicht eine bezahlte Tätigkeit am besuchten Ort ist. Man unterscheidet zwischen **Tagesbesucher** (Besucher, der sich nur einen Tag aufhält) und **Tourist** (Be-

Conto satellite del turismo (CST)

Strumento per la rappresentazione della domanda e offerta turistica, allo scopo di descrivere la dimensione e l'impatto economico del settore turistico sulla base di aggregati macroeconomici.

Domanda turistica

È rappresentata dal numero di visitatori, i relativi pernottamenti ed i consumi da loro effettuati. Comprende anche altre spese necessarie per fornire un servizio adeguato ai visitatori, più precisamente l'acquisizione di beni di investimento e il consumo di servizi collettivi non destinabili alla vendita relativi al turismo.

Offerta turistica

Si desume dal conto della produzione del conto economico, nel quale vengono determinate le quote della produzione delle singole branche economiche attivate dai consumi turistici.

Turismo

Attività delle persone che viaggiano per piacere, affari o altri scopi.

Visitatore

Qualsiasi persona, che si sposti in una località, al di fuori del suo ambiente abituale per un periodo non superiore ad un anno e il cui motivo principale della visita non sia quello di esercitare un'attività remunerata nel posto visitato. Si distingue fra **escursionista** (visitatore che si trattiene solo per un giorno) e

sucher, der mindestens eine Nacht übernachtet).

Einreiseverkehr

Reisetätigkeit von nicht ansässigen Besuchern, die sich im Referenzgebiet bewegen.

Binnenreiseverkehr

Reisetätigkeit von ansässigen Besuchern, die sich im Referenzgebiet bewegen.

Ausreiseverkehr

Reisetätigkeit von ansässigen Besuchern außerhalb des Referenzgebietes.

Inlandstourismus

Besteht aus dem Einreiseverkehr und dem Binnenreiseverkehr.

Nationaler Tourismus

Besteht aus dem Binnenreiseverkehr und dem Ausreiseverkehr.

Tourismusbilanz

Die Tourismusbilanz ist Teil der Zahlungsbilanz (ZaB) und wird als Differenz zwischen Einreise- und Ausreiseverkehr berechnet.

Touristischer Konsum

Ausgaben der Besucher, die vor, während und nach einer Reise getätigt werden und mit der Reise in Zusammenhang stehen.

Konsum des Inlandstourismus

Dieser besteht aus den Konsumausgaben des Einreise- und Binnenreiseverkehrs (Konsum des Inlandstourismus „**in Geldleistungen**“) und anderen Komponenten „**in Sachleistungen**“ (z.B. unterstellte Mieten der Zweitwohnungen).

Tourismusspezifische Produkte

Diese setzen sich aus den tourismuscharakteristischen und tourismusverwandten Produkten zusammen. Die **tourismuscharakteristischen Produkte** sind Güter und Dienstleistungen, welche in Abwesenheit von Besuchern tendenziell nicht ange-

turista (visitatore che si trattiene almeno per una notte).

Turismo inbound

Attività dei visitatori non residenti all'interno del territorio di riferimento.

Turismo domestico

Attività dei visitatori residenti all'interno del territorio di riferimento.

Turismo outbound

Attività dei visitatori residenti all'esterno del territorio di riferimento.

Turismo interno

È l'insieme fra turismo inbound e turismo domestico.

Turismo nazionale

È l'insieme fra turismo domestico e turismo outbound.

Bilancia turistica

Fa parte della bilancia dei pagamenti (BP) e si ottiene dalla differenza fra turismo inbound e turismo outbound.

Consumo turistico

Spesa per il consumo dei visitatori effettuata prima, durante e dopo il viaggio, e che sia collegata al viaggio.

Consumo del turismo interno

È composto dal consumo del turismo inbound aggiunto a quello domestico, denominato consumo del turismo interno **in denaro**, e da altre componenti **in natura** (p.es. fitti figurativi nelle residenze secondarie).

Prodotti turistici specifici

Si distinguono in prodotti caratteristici del turismo e prodotti connessi al turismo. I **prodotti caratteristici del turismo** sono beni e servizi che in assenza di visitatori tenderebbero a scomparire o il cui consumo verrebbe ridotto significativamente. I **prodotti con-**

boten werden oder deren Konsum sich deutlich verringert. Die **tourismusverwandten Produkte** sind Güter und Dienstleistungen, welche in bedeutendem Maß von Besuchern konsumiert werden, aber nicht zu den charakteristischen Produkten zählen.

Tourismuscharakteristische Tätigkeiten

Produktive Tätigkeiten der **Tourismusindustrie**, deren wesentlicher Output tourismuscharakteristische Güter und Dienstleistungen sind.

Input-Output-Tabelle

Intersektorale symmetrische Matrix, welche die Beziehungen, die von der Produktion und dem Umlauf (An- und Verkäufe) der Güter gekennzeichnet sind, zwischen den verschiedenen Sektoren eines Wirtschaftssystem und nach außen (Import und Export) schematisch widerspiegelt.

Input-Output-Modell

Das Input-Output-Modell wird aus der Input-Output-Tabelle erstellt und verbindet die Produktion, die Wertschöpfung und die Importe (endogene Variablen des Modells) mit den Komponenten der Endnachfrage (exogene Variablen).

Bruttoinlandsprodukt (BIP)

Gesamtwert aller Waren und Dienstleistungen, die in einem Jahr innerhalb eines Gebietes hergestellt werden und dem Endverbrauch dienen. Es ist die Summe aus der Wertschöpfung zu Herstellungspreisen, der Mehrwertsteuer, den indirekten Nettosteuern auf die Güter und den Importsteuern.

Bruttowertschöpfung

Die Bruttowertschöpfung ist das Maß für die Wertzunahme im Rahmen der Produktion und des Vertriebs von Gütern und Dienstleistungen aufgrund des Einsatzes von Produktionsfaktoren. Für ihre Berechnung wird vom Produktionswert der Güter und Dienstleistungen die Produktion der *Vorleistungen* abgezogen, welche die Summe der Güter und Dienstleistungen darstellt, die während des Produktionsprozesses verbraucht und

nessi al turismo sono beni e servizi che vengono consumati in quantità significative dai visitatori, ma non rientrano fra i prodotti caratteristici.

Attività caratteristiche del turismo

Attività produttive delle branche turistiche (**industria turistica**), cioè di quelle branche che hanno come output principale beni o servizi caratteristici del turismo.

Tavole input-output

È una matrice simmetrica intersettoriale ed offre una rappresentazione schematica delle relazioni determinate dalla produzione e dalla circolazione (acquisti e vendite) dei beni tra i vari settori in cui si articola un sistema economico e con l'esterno (importazioni ed esportazioni).

Modello input-output

È un modello costruito a partire della tavola input-output che permette di legare la produzione, il valore aggiunto e le importazioni (che sono le variabili endogene del modello) alle componenti della domanda finale (che sono le variabili esogene).

Prodotto interno lordo (PIL)

È il valore complessivo dei beni e servizi prodotti in un anno all'interno di un territorio e destinati ad usi finali. Si ottiene sommando al valore aggiunto a prezzi base l'IVA, le imposte indirette nette sui prodotti e le imposte sulle importazioni.

Valore aggiunto lordo

È la misura dell'incremento di valore che si verifica nell'ambito della produzione e distribuzione di beni e servizi grazie all'intervento dei fattori produttivi. Si ottiene sottraendo dal valore dei beni e servizi prodotti la produzione destinata ai *consumi intermedi*, che rappresentano il valore dei beni e servizi consumati e trasformati nel processo produttivo per ottenere nuovi beni e servizi.

umgewandelt wurden, um neue Güter und Dienstleistungen zu schaffen.

Wertschöpfung der Tourismusindustrie (WSTI)

Ergibt sich aus dem gesamten Produktionswert der Tourismusindustrie abzüglich der Vorleistung.

Tourismuswertschöpfung (TWS)

Entspricht der direkt auf die touristischen Konsumausgaben rückführbaren Wertschöpfung (**direkte Effekte**); sie entsteht aus den erzielten Umsätzen der von den Besuchern nachgefragten Güter und Dienstleistungen.

Indirekte und induzierte Effekte

Jeder Einkauf setzt voraus, dass jemand die Ware oder Dienstleistung herstellt. Dies wirkt sich zuerst auf die Produktion aus (**indirekter Effekt**), indem Rohstoffe und Halbfertigwaren benötigt werden, die ihrerseits hergestellt werden müssen. Die zweite Auswirkung (**induzierter Effekt**) ist darauf zurückzuführen, dass eine höhere Produktion größere Einkommen mit sich bringt, welche der Bevölkerung zur Verfügung stehen. Ein Teil des Einkommens wird ausgegeben, so dass der vorher beschriebene Ablauf erneut in Gang gesetzt wird.

Tourismuskoeffizient

Verhältnis zwischen Gesamtangebot (Inlandsproduktion + Importe + indirekte Steuern abzüglich der Subventionen) und Konsum des Inlandstourismus.

Tourismusanteil

Verhältnis zwischen Tourismuswertschöpfung (TWS) und gesamte Wertschöpfung.

Valore aggiunto dell'industria turistica (VATI)

È dato dal valore della produzione delle branche turistiche meno i relativi consumi intermedi.

Valore aggiunto del turismo (VAT)

È il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici (**effetti diretti**) e deriva dai ricavi originati dalla domanda di beni e servizi da parte dei visitatori.

Effetti indiretti e indotti

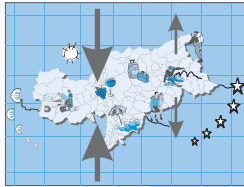
Ogni acquisto effettuato implica che qualcuno produca il bene o servizio corrispondente. Ciò ha un primo effetto sulla produzione (**effetto indiretto**), in quanto occorrono materie prime e semilavorati, che a loro volta devono essere prodotti. Il secondo effetto (**effetto indotto**) è dovuto al fatto che l'accresciuta produzione comporta la creazione di reddito a disposizione della popolazione locale. Parte di questo reddito verrà spesa, rimettendo in moto il meccanismo descritto in precedenza.

Coefficiente turistico

Rapporto tra offerta totale (produzione interna + importazioni + imposte indirette al netto dei contributi) e consumo del turismo interno.

Quota del turismo

Rapporto tra valore aggiunto del turismo (VAT) e valore aggiunto totale.



Bibliographie

Bibliografia

- Commission of the European Communities, OECD, WTO, United Nations (2001), Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, Luxembourg, Madrid, New York, Paris
- EUROSTAT (2002): Handbuch zur Implementierung von Tourismus-Satellitenkonten (TSA), Endgültiger Entwurf - Vers. 1.0
- EUROSTAT (2002): Manuale di attuazione europeo sui Conti satellite del Turismo (CST), Stesura definitiva - Vers. 1.0
- Ministero delle Attività Produttive (MAP)/Direzione Generale per il Turismo (DGT)/Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT)/Ufficio Italiano dei Cambi (UIC)/Centro Internazionale di studi sull'Economia Turistica (CISSET) (2003): Towards the implementation of the tourism satellite account in Italy, final report
- OECD (1999): Draft OECD Guidelines for a Tourism Satellite Account, Paris: Organisation for Economic Cooperation and Development, Directorate for Science Technology and Industry, Tourism Committee.
- Statistik Austria, WIFO (2001): A Tourism Satellite Account for Austria, The economics, Methodology and Results, Wien
- WTO (2000a): General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA), Volume 1: Total tourism demand, Madrid
- WTO (2000b): General guidelines for developing the Tourism Satellite Account (TSA), Volume 2: Tourism supply, Madrid
- WTO (2002): The Tourism Satellite Account (TSA) from the regional point of view: reflections for debate
- WTO (2005): Adapting the national tourism satellite account (TSA) project to subnational levels
- ASTAT (Hrsg.) (2009a): Input-Output-Tabelle für Südtirol - 2005. Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Landesinstitut für Statistik, ASTAT-Schriftenreihe, Plaseller, C., Bozen, erscheint demnächst
- ASTAT (ed.) (2009a): Tavola Input-Output per la provincia di Bolzano - 2005. Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, Istituto provinciale di statistica, Collana-ASTAT, Plaseller, C., Bolzano, in corso di pubblicazione

- ASTAT (Hrsg.) (2009b): Das regionale Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol - 2005. Methodologie und deren Anwendung für die Erstellung der Tabellen 1-6. Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Landesinstitut für Statistik, ASTAT-Bericht Nr. 3/2009, Obermarzoner, K., Bozen
- ASTAT (ed.) (2009b): Il Conto regionale del turismo per l'Alto Adige - 2005. Metodologia e procedura adottata per la compilazione delle tavole 1-6. Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, Istituto provinciale di statistica, Documento ASTAT (in lingua tedesca) n. 3/2009, Obermarzoner, K., Bolzano
- ASTAT (Hrsg.) (2009c): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung Südtirols. Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Landesinstitut für Statistik, ASTAT-Tabellensammlung Nr. 1/2009, Miotti, I., Bozen
- ASTAT (ed.) (2009c): Conto economico della provincia di Bolzano - 2000-2007. Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, Istituto provinciale di statistica, Raccolta di tabelle-ASTAT n. 1/2009, Miotti, I., Bolzano
- ASTAT (Hrsg.) (2006a): Fremdenverkehr in Südtirol - Fremdenverkehrsjahr 2004/05. Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Landesinstitut für Statistik, ASTAT- Schriftenreihe Nr. 125, Castlunger, L., Bozen
- ASTAT (ed.) (2006a): Turismo in Alto Adige - Anno turistico 2004/05. Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, Istituto provinciale di statistica, Collana-ASTAT n. 125, Castlunger, L., Bolzano
- ASTAT (Hrsg.) (2006b): Ausgaben der Touristen in Südtirol - Fremdenverkehrsjahr 2004/05. Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Landesinstitut für Statistik, ASTAT-Mitteilung Nr. 14/2006, Castlunger, L., Bozen
- ASTAT (ed.) (2006b): Spesa dei turisti in Alto Adige - Anno turistico 2004/05. Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige, Istituto provinciale di statistica, Notiziario-ASTAT n. 14/2006, Castlunger, L., Bolzano

INTERNET:

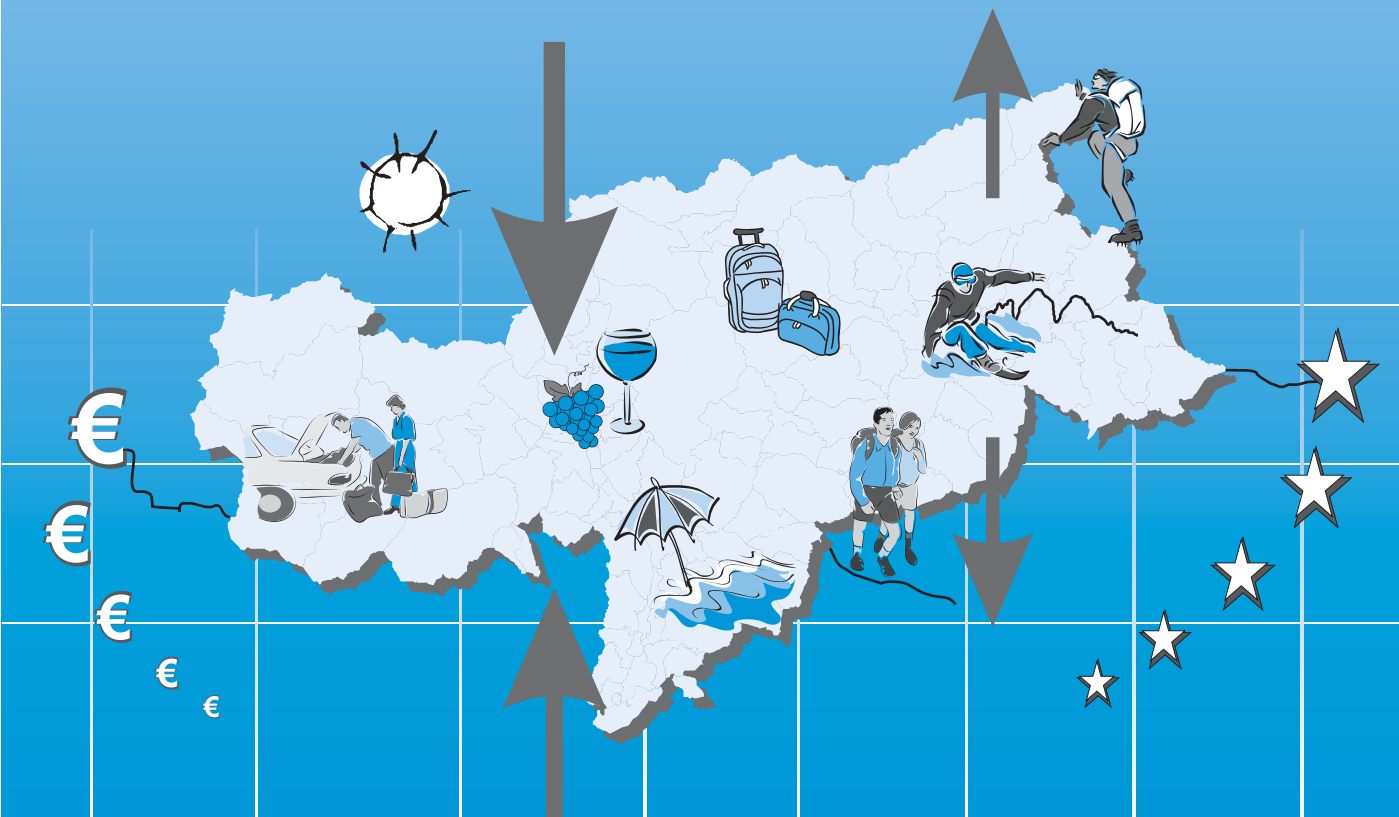
- ISTAT, Roma: Indagini: Questionari e informazioni > Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, <http://www.istat.it/strumenti/rispondenti/indagini/turismo/>
- ISTAT, Roma: Indagini: Questionari e informazioni > Viaggi, vacanze e vita quotidiana, http://www.istat.it/strumenti/rispondenti/indagini/famiglia_societa/viaggivacanze/
- Banca d'Italia, Roma: Statistiche > Turismo internazionale dell'Italia, <http://uif.bancaditalia.it/UICFEWebroot/index.jsp?whichArea=Stat&lingua=it>
- Bundesamt für Statistik, Neuchâtel: Tourismus > Monetäre Aspekte, <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/02.html>
- Statistik Austria, Wien: Tourismus > Tourismus-Satellitenkonto (TSA), http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/tourismus-satellitenkonto/index.html

TEIL II

Tabellen

II PARTE

Tabelle



Tab. 1

Konsum des Einreiseverkehrs

In Geldleistungen (Millionen Euro); (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo inbound

In denaro (milioni di euro); (valutazione netta)

PRODUKTE	Tagesbesucher Escursionisti			Touristen Turisti		
	Italien (1.1a)	Ausland (1.1b)	Insgesamt (1.1)= (1.1a)+(1.1b)	Italien (1.2a)	Ausland (1.2b)	Insgesamt (1.2)= (1.2a)+(1.2b)
	Italia (1.1a)	Estero (1.1b)	Totale (1.1)= (1.1a)+(1.1b)	Italia (1.2a)	Estero (1.2b)	Totale (1.2)= (1.2a)+(1.2b)
A. Tourismusspezifische Produkte	33,99	93,93	127,92	911,24	1.624,28	2.535,52
A.1 Tourismuscharakteristische Produkte	21,39	19,35	40,74	741,19	1.328,26	2.069,45
1 - Beherbergungswesen	-	-	-	447,93	845,00	1.292,94
1.1 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe	-	-	-	447,93	845,00	1.292,94
1.2 Zweitwohnungen	-	-	-	-	-	-
2 - Restaurant- und Gaststättendienste	11,85	16,22	28,08	145,46	295,08	440,54
3 - Personentransportdienste	6,92	2,12	9,04	104,83	140,11	244,94
3.1 Eisenbahnen						
3.2 Straße	6,32	1,93	8,26	96,59	127,13	223,72
3.3 Schifffahrt						
3.4 Luftfahrt						
3.5 Hilfs- und Nebentätigkeiten des Verkehrs	0,48	0,15	0,63	6,46	10,66	17,12
3.6 Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes	0,06	0,02	0,08	0,84	1,39	2,23
3.7 Wartungs- und Reperaturdienste	0,05	0,02	0,07	0,94	0,93	1,87
4 - Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer	0,05	0,25	0,31	1,10	1,88	2,98
4.1 Reisebüro						
4.2 Reiseveranstalter						
4.3 Tourismusinformation und Fremdenführer						
5 - Kulturdienstleistungen	0,29	0,25	0,54	4,89	5,86	10,75
5.1 Darstellende Kunst						
5.2 Museum und sonstige kulturelle Dienstleistungen						
6 - Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung	2,22	0,25	2,47	35,87	38,46	74,33
6.1 Sport und Dienstleistungen des Freizeitsports	2,16	0,25	2,41	35,02	37,55	72,58
6.2 Dienstleistungen für sonstige Unterhaltung und Erholung	0,05	0,01	0,06	0,84	0,91	1,75
7 - Verschied. Tourismusdienstleistungen	0,05	0,25	0,31	1,10	1,88	2,98
7.1 Finanz- und Versicherungs- dienstleistungen						
7.2 Sonstige Vermietungsdienste						
7.3 Sonstige Tourismusdienstleistungen						
A.2 Tourismusverwandte Produkte	12,61	74,57	87,18	170,06	296,01	466,07
Waren	12,42	73,48	85,90	166,93	292,30	459,23
Dienstleistungen	0,19	1,09	1,28	3,13	3,71	6,84
B. Nicht-tourismusspezifische Produkte	1,51	8,92	10,43	14,41	41,33	55,74
Waren	1,32	7,83	9,15	11,29	37,62	48,91
Dienstleistungen	0,19	1,09	1,28	3,13	3,71	6,84
Insgesamt	35,50	102,85	138,35	925,65	1.665,61	2.591,26
Anzahl der Reisen (1.000)	672	1.948	2.620	2.058	3.344	5.403
davon: persönlicher Grund	672	1.866	2.538	1.905	2.908	4.813
Anzahl der Übernachtungen (1.000)	-	-	-	9.823	19.774	29.597
davon: persönlicher Grund	-	-	-	8.666	17.324	25.990

Tab. 1 - Fortsetzung / Segue

Konsum des Einreiseverkehrs

In Geldleistungen (Millionen Euro); (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo inbound

In denaro (milioni di euro); (valutazione netta)

Besucher insgesamt Totale visitatori			PRODOTTI
Italien (1.3a)= (1.1a)+(1.2a)	Ausland (1.3b)= (1.1b)+(1.2b)	Insgesamt (1.3)= (1.1)+(1.2)	
Italia (1.3a)= (1.1a)+(1.2a)	Estero (1.3b)= (1.1b)+(1.2b)	Totale (1.3)= (1.1)+(1.2)	
945,24	1.718,20	2.663,44	A. Prodotti turistici specifici
762,57	1.347,62	2.110,19	A.1 Prodotti caratteristici
447,93	845,00	1.292,94	1 - Servizi di alloggio
447,93	845,00	1.292,94	1.1 Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi
-	-	-	1.2 Seconde case
157,31	311,30	468,61	2 - Servizi di ristorazione
111,75	142,23	253,98	3 - Servizi di trasporto di viaggiatori
102,91	129,07	231,97	3.1 Ferroviario interurbano
			3.2 Su strada
			3.3 Via acqua
			3.4 Via aerea
6,95	10,81	17,76	3.5 Servizi di supporto
0,90	1,40	2,31	3.6 Affitto di attrezzature di trasporto
0,99	0,95	1,94	3.7 Servizi di manutenzione e di riparazione
1,16	2,13	3,29	4 - Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche
			4.1 Agenzie di viaggio
			4.2 Tour operator
			4.3 Servizi di informazione turistica e di guide
5,18	6,11	11,29	5 - Servizi culturali
			5.1 Manifestazioni artistiche
			5.2 Servizi di musei e di conservazione
38,08	38,71	76,80	6 - Servizi ricreativi e di divertimento
37,19	37,80	74,99	6.1 Sport e servizi ricreativi sportivi
0,90	0,91	1,81	6.2 Altri servizi ricreativi e di divertimento
1,16	2,13	3,29	7 - Servizi turistici vari
			7.1 Servizi finanziari e servizi d'assicurazione
			7.2 Altri servizi di affitto di beni
			7.3 Altri servizi turistici
182,66	370,59	553,25	A.2 Prodotti connessi al turismo
179,35	365,78	545,13	Beni
3,31	4,81	8,12	Servizi
15,92	50,25	66,17	B. Prodotti non specifici
12,61	45,44	58,05	Beni
3,31	4,81	8,12	Servizi
961,16	1.768,45	2.729,61	Totale
2.731	5.292	8.023	Numero di viaggi (1.000)
2.577	4.774	7.351	<i>di cui: motivi personali</i>
9.823	19.774	29.597	Numero di presenze (1.000)
8.666	17.324	25.990	<i>di cui: motivi personali</i>

Tab. 2

Konsum des Binnenreiseverkehrs

In Geldleistungen (Millionen Euro); (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo domestico

In denaro (milioni di euro); (valutazione netta)

PRODUKTE	Im Inland reisende Inländer Visitatori in provincia, parte interna			Ins Ausland reisende Inländer Visitatori fuori provincia, parte interna		
	Tagesbesucher (2.1a)	Touristen (2.1b)	Insgesamt (2.1)= (2.1a)+(2.1b)	Tagesbesucher (2.2a)	Touristen (2.2b)	Insgesamt (2.2)= (2.2a)+(2.2b)
	Escursionisti (2.1a)	Turisti (2.1b)	Totale (2.1)= (2.1a)+(2.1b)	Escursionisti (2.2a)	Turisti (2.2b)	Totale (2.2)= (2.2a)+(2.2b)
A. Tourismusspezifische Produkte	17,13	35,23	52,36	3,72	67,25	70,97
A.1 Tourismuscharakteristische Produkte	12,00	27,71	39,71	3,72	67,25	70,97
1 - Beherbergungswesen	-	12,99	12,99	-	-	-
1.1 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe	-	12,99	12,99	-	-	-
1.2 Zweitwohnungen	-	-	-	-	-	-
2 - Restaurant- und Gaststättendienste	4,72	7,14	11,85	-	-	-
3 - Personentransportdienste	7,19	7,18	14,38	3,72	67,20	70,92
3.1 Eisenbahnen	7,08	7,07	14,15	3,40	61,38	64,78
3.2 Straße						
3.3 Schifffahrt						
3.4 Luftfahrt						
3.5 Hilfs- und Nebentätigkeiten des Verkehrs	0,11	0,11	0,22	0,26	4,70	4,96
3.6 Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes	-	-	-	0,03	0,61	0,64
3.7 Wartungs- und Reperaturdienste	-	-	-	0,03	0,51	0,54
4 - Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer	-	0,08	0,08	-	0,05	0,05
4.1 Reisebüro						
4.2 Reiseveranstalter						
4.3 Tourismusinformation und Fremdenführer						
5 - Kulturdienstleistungen	0,09	0,16	0,25	-	-	-
5.1 Darstellende Kunst						
5.2 Museum und sonstige kulturelle Dienstleistungen						
6 - Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung	-	0,08	0,08	-	-	-
6.1 Sport und Dienstleistungen des Freizeitsports	-	0,08	0,08	-	-	-
6.2 Dienstleistungen für sonstige Unterhaltung und Erholung	-	..	..	-	-	-
7 - Verschied. Tourismusdienstleistungen	-	0,08	0,08	-	-	-
7.1 Finanz- und Versicherungs- dienstleistungen						
7.2 Sonstige Vermietungsdienste						
7.3 Sonstige Tourismusdienstleistungen						
A.2 Tourismusverwandte Produkte	5,13	7,53	12,66	-	-	-
Waren	5,13	7,53	12,66	-	-	-
Dienstleistungen	-	-	-	-	-	-
B. Nicht-tourismusspezifische Produkte	0,06	0,44	0,51	-	-	-
Waren	0,06	0,44	0,51	-	-	-
Dienstleistungen	-	-	-	-	-	-
Insgesamt	17,19	35,67	52,87	3,72	67,25	70,97
Anzahl der Reisen (1.000)	326	149	474			
davon: persönlicher Grund	326	118	443			
Anzahl der Übernachtungen (1.000)	-	845	845			
davon: persönlicher Grund	-	725	725			

Tab. 2 - Fortsetzung / Segue

Konsum des Binnenreiseverkehrs

In Geldleistungen (Millionen Euro); (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo domestico

In denaro (milioni di euro); (valutazione netta)

Besucher insgesamt Totale visitatori			PRODOTTI
Tagesbesucher (2.3a)= (2.1a)+(2.2a)	Touristen (2.3b)= (2.1b)+(2.2b)	Insgesamt (2.3)= (2.1)+(2.2)	
Escursionisti (2.3a)= (2.1a)+(2.2a)	Turisti (2.3b)= (2.1b)+(2.2b)	Totale (2.3)= (2.1)+(2.2)	
20,85	102,48	123,33	A. Prodotti turistici specifici
15,72	94,96	110,68	A.1 Prodotti caratteristici
-	12,99	12,99	1 - Servizi di alloggio
-	-	-	1.1 Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi
4,72	7,14	11,85	1.2 Seconde case
10,91	74,38	85,30	2 - Servizi di ristorazione
10,48	68,45	78,93	3 - Servizi di trasporto di viaggiatori
0,37	4,81	5,18	3.1 Ferroviario interurbano
0,03	0,61	0,64	3.2 Su strada
0,03	0,51	0,54	3.3 Via acqua
-	0,13	0,13	3.4 Via aerea
0,09	0,16	0,25	3.5 Servizi di supporto
-	0,08	0,08	3.6 Affitto di attrezzature di trasporto
-	0,08	0,08	3.7 Servizi di manutenzione e di riparazione
-	..	..	4 - Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche
-	0,08	0,08	4.1 Agenzie di viaggio
5,13	7,53	12,66	4.2 Tour operator
5,13	7,53	12,66	4.3 Servizi di informazione turistica e di guide
-	-	-	5 - Servizi culturali
0,06	0,44	0,51	5.1 Manifestazioni artistiche
0,06	0,44	0,51	5.2 Servizi di musei e di conservazione
-	-	-	6 - Servizi ricreativi e di divertimento
-	-	-	6.1 Sport e servizi ricreativi sportivi
-	-	-	6.2 Altri servizi ricreativi e di divertimento
-	-	-	7 - Servizi turistici vari
-	-	-	7.1 Servizi finanziari e servizi d'assicurazione
-	-	-	7.2 Altri servizi di affitto di beni
-	-	-	7.3 Altri servizi turistici
5,13	7,53	12,66	A.2 Prodotti connessi al turismo
5,13	7,53	12,66	Beni
-	-	-	Servizi
0,06	0,44	0,51	B. Prodotti non specifici
0,06	0,44	0,51	Beni
-	-	-	Servizi
20,92	102,92	123,84	Totale

Numero di viaggi (1.000)*di cui: motivi personali***Numero di presenze (1.000)***di cui: motivi personali*

Tab. 3

Konsum des Ausreiseverkehrs

In Geldleistungen (Millionen Euro); (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo outbound

In denaro (milioni di euro); (valutazione netta)

PRODUKTE	Tagesbesucher Escursionisti			Touristen Turisti		
	Italien (3.1a)	Ausland (3.1b)	Insgesamt (3.1)= (3.1a)+(3.1b)	Italien (3.2a)	Ausland (3.2b)	Insgesamt (3.2)= (3.2a)+(3.2b)
	Italia (3.1a)	Estero (3.1b)	Totale (3.1)= (3.1a)+(3.1b)	Italia (3.2a)	Estero (3.2b)	Totale (3.2)= (3.2a)+(3.2b)
A. Tourismusspezifische Produkte	18,61	155,47	174,08	123,29	106,57	229,85
A.1 Tourismuscharakteristische Produkte	5,93	52,10	58,03	100,21	90,00	190,21
1 - Beherbergungswesen	-	-	-	55,01	41,70	96,71
1.1 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe	-	-	-	55,01	41,70	96,71
1.2 Zweitwohnungen	-	-	-	-	-	-
2 - Restaurant- und Gaststättendienste	4,09	7,81	11,90	21,81	15,66	37,47
3 - Personentransportdienste	1,32	41,13	42,45	18,90	29,44	48,34
3.1 Eisenbahnen						
3.2 Straße	1,20	37,57	38,77	17,26	26,89	44,15
3.3 Schifffahrt						
3.4 Luftfahrt						
3.5 Hilfs- und Nebentätigkeiten des Verkehrs	0,09	2,88	2,97	1,32	2,06	3,38
3.6 Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes	0,01	0,37	0,39	0,17	0,27	0,44
3.7 Wartungs- und Reperaturdienste	0,01	0,31	0,32	0,14	0,22	0,37
4 - Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer	0,04	0,79	0,83	0,12	0,08	0,20
4.1 Reisebüro						
4.2 Reiseveranstalter						
4.3 Tourismusinformation und Fremdenführer						
5 - Kulturdienstleistungen	0,08	0,79	0,87	0,53	0,38	0,91
5.1 Darstellende Kunst						
5.2 Museum und sonstige kulturelle Dienstleistungen						
6 - Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung	0,36	0,79	1,15	3,68	2,64	6,32
6.1 Sport und Dienstleistungen des Freizeitsports	0,35	0,77	1,12	3,59	2,58	6,17
6.2 Dienstleistungen für sonstige Unterhaltung und Erholung	0,01	0,02	0,03	0,09	0,06	0,15
7 - Verschied. Tourismusdienstleistungen	0,04	0,79	0,83	0,15	0,11	0,25
7.1 Finanz- und Versicherungs- dienstleistungen						
7.2 Sonstige Vermietungsdienste						
7.3 Sonstige Tourismusdienstleistungen						
A.2 Tourismusverwandte Produkte	12,69	103,37	116,05	23,08	16,56	39,64
Waren	12,50	101,85	114,35	22,74	16,32	39,06
Dienstleistungen	0,19	1,52	1,70	0,34	0,24	0,58
B. Nicht-tourismusspezifische Produkte	1,52	12,36	13,88	2,76	1,98	4,74
Waren	1,33	10,85	12,18	2,42	1,74	4,16
Dienstleistungen	0,19	1,52	1,70	0,34	0,24	0,58
Insgesamt	20,13	167,83	187,96	126,05	108,55	234,59
Anzahl der Reisen (1.000)	267	2.224	2.491	568	213	781
davon: persönlicher Grund	267	2.040	2.306	470	176	646
Anzahl der Übernachtungen (1.000)	-	-	-	2.658	1.833	4.491
davon: persönlicher Grund	-	-	-	2.472	1.740	4.212

Tab. 3 - Fortsetzung / Segue

Konsum des Ausreiseverkehrs

In Geldleistungen (Millionen Euro); (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo outbound

In denaro (milioni di euro); (valutazione netta)

Besucher insgesamt Totale visitatori			PRODOTTI
Italien (3.3a)= (3.1a)+(3.2a)	Ausland (3.3b)= (3.1b)+(3.2b)	Insgesamt (3.3)= (3.1)+(3.2)	
Italia (3.3a)= (3.1a)+(3.2a)	Estero (3.3b)= (3.1b)+(3.2b)	Totale (3.3)= (3.1)+(3.2)	
141,90	262,03	403,93	A. Prodotti turistici specifici
106,13	142,11	248,24	A.1 Prodotti caratteristici
55,01	41,70	96,71	1 - Servizi di alloggio
55,01	41,70	96,71	1.1 Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi
-	-	-	1.2 Seconde case
25,90	23,47	49,37	2 - Servizi di ristorazione
20,22	70,57	90,79	3 - Servizi di trasporto di viaggiatori
18,47	64,46	82,92	3.1 Ferroviario interurbano
			3.2 Su strada
			3.3 Via acqua
			3.4 Via aerea
1,41	4,93	6,35	3.5 Servizi di supporto
0,18	0,64	0,82	3.6 Affitto di attrezzature di trasporto
0,15	0,54	0,69	3.7 Servizi di manutenzione e di riparazione
0,16	0,88	1,04	4 - Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche
			4.1 Agenzie di viaggio
			4.2 Tour operator
			4.3 Servizi di informazione turistica e di guide
0,61	1,17	1,78	5 - Servizi culturali
			5.1 Manifestazioni artistiche
			5.2 Servizi di musei e di conservazione
4,04	3,43	7,47	6 - Servizi ricreativi e di divertimento
3,94	3,35	7,30	6.1 Sport e servizi ricreativi sportivi
0,10	0,08	0,18	6.2 Altri servizi ricreativi e di divertimento
0,19	0,90	1,09	7 - Servizi turistici vari
			7.1 Servizi finanziari e servizi d'assicurazione
			7.2 Altri servizi di affitto di beni
			7.3 Altri servizi turistici
35,76	119,93	155,69	A.2 Prodotti connessi al turismo
35,24	118,17	153,41	Beni
0,52	1,76	2,28	Servizi
4,28	14,34	18,62	B. Prodotti non specifici
3,75	12,58	16,34	Beni
0,52	1,76	2,28	Servizi
146,18	276,38	422,56	Totale
835	2.437	3.272	Numero di viaggi (1.000)
736	2.216	2.952	<i>di cui: motivi personali</i>
2.658	1.833	4.491	Numero di presenze (1.000)
2.472	1.740	4.212	<i>di cui: motivi personali</i>

Tab. 4

Konsum des Inlandtourismus

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo interno

Milioni di euro; (valutazione netta)

PRODUKTE	Touristischer Konsum (in Geldleistungen) Consumo turistico (in denaro)		
	Einreiseverkehr (4.1)	Binnenreiserverkehr (4.2)	Insgesamt (4.1)+(4.2)=(4.3)
	Inbound (4.1)	Domestico (4.2)	Totale (4.1)+(4.2)=(4.3)
A. Tourismusspezifische Produkte	2.663,44	123,33	2.786,77
A.1 Tourismuscharakteristische Produkte	2.110,19	110,68	2.220,87
1 - Beherbergungswesen	1.292,94	12,99	1.305,93
1.1 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe	1.292,94	12,99	1.305,93
1.2 Zweitwohnungen	-	-	-
2 - Restaurant- und Gaststättendienste	468,61	11,85	480,47
3 - Personentransportdienste	253,98	85,30	339,27
3.1 Eisenbahnen	231,97	78,93	310,90
3.2 Straße			
3.3 Schifffahrt			
3.4 Luftfahrt			
3.5 Hilfs- und Nebentätigkeiten des Verkehrs	17,76	5,18	22,94
3.6 Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes	2,31	0,64	2,95
3.7 Wartungs- und Reperaturdienste	1,94	0,54	2,48
4 - Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer	3,29	0,13	3,42
4.1 Reisebüro			
4.2 Reiseveranstalter			
4.3 Tourismusinformation und Fremdenführer			
5 - Kulturdienstleistungen	11,29	0,25	11,54
5.1 Darstellende Kunst			
5.2 Museum und sonstige kulturelle Dienstleistungen			
6 - Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung	76,80	0,08	76,88
6.1 Sport und Dienstleistungen des Freizeitsports	74,99	0,08	75,07
6.2 Dienstleistungen für sonstige Unterhaltung und Erholung	1,81	..	1,81
7 - Verschiedene Tourismusdienstleistungen	3,29	0,08	3,37
7.1 Finanz- und Versicherungsdienstleistungen			
7.2 Sonstige Vermietungsdienste			
7.3 Sonstige Tourismusdienstleistungen			
A.2 Tourismusverwandte Produkte	553,25	12,66	565,91
Waren	545,13	12,66	557,79
Dienstleistungen	8,12	-	8,12
B. Nicht-tourismusspezifische Produkte	66,17	0,51	66,68
Waren	58,05	0,51	58,56
Dienstleistungen	8,12	-	8,12
Insgesamt	2.729,61	123,84	2.853,45

Tab. 4 - Fortsetzung / Segue

Konsum des Inlandstourismus

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Consumo del turismo interno

Milioni di euro; (valutazione netta)

Andere Komponenten (in Sachleistungen) (4.4)	Konsum des Inlands- tourismus (in Geld- und Sachleistungen) (4.5)=(4.3)+(4.4)	PRODOTTI
Altre componenti del (in natura) (4.4)	Consumo del turismo interno (in denaro e in natura) (4.5)=(4.3)+(4.4)	
58,41	2.845,18	A. Prodotti turistici specifici
58,41	2.279,27	A.1 Prodotti caratteristici
30,91	1.336,84	1 - Servizi di alloggio
2,70	1.308,63	1.1 Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi
28,21	28,21	1.2 Seconde case
-	480,47	2 - Servizi di ristorazione
27,50	366,77	3 - Servizi di trasporto di viaggiatori
		3.1 Ferroviario interurbano
25,20	336,11	3.2 Su strada
		3.3 Via acqua
		3.4 Via aerea
1,85	24,79	3.5 Servizi di supporto
0,24	3,19	3.6 Affitto di attrezzature di trasporto
0,20	2,68	3.7 Servizi di manutenzione e di riparazione
-	3,42	4 - Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche
		4.1 Agenzie di viaggio
		4.2 Tour operator
		4.3 Servizi di informazione turistica e di guide
-	11,54	5 - Servizi culturali
		5.1 Manifestazioni artistiche
		5.2 Servizi di musei e di conservazione
-	76,88	6 - Servizi ricreativi e di divertimento
-	75,07	6.1 Sport e servizi ricreativi sportivi
-	1,81	6.2 Altri servizi ricreativi e di divertimento
-	3,37	7 - Servizi turistici vari
		7.1 Servizi finanziari e servizi d'assicurazione
		7.2 Altri servizi di affitto di beni
		7.3 Altri servizi turistici
-	565,91	A.2 Prodotti connessi al turismo
-	557,79	Beni
-	8,12	Servizi
-	66,68	B. Prodotti non specifici
-	58,56	Beni
-	8,12	Servizi
58,41	2.911,86	Totale

Tab. 5

Produktionskonto der Tourismusindustrie und anderen Industrien

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Conti della produzione delle branche turistiche e delle altre branche

Milioni di euro; (valutazione netta)

PRODUKTE	Tourismusindustrien / Branche turistiche					
	1,3 - Hotels, Restaurants u.Ä.	2 - Eigentum von Zweitwohnungen	4,5,6,7 - Personenbeförderung	8,10 - Zusätzliche Dienstleistungen des Personenverkehrs, Reisebüros u.Ä.	9 - Verleih verschiedener Geräte	11,12 - Kultur-, Freizeit- und Sportdienstleistungen
	1,3 - Alberghi, ristoranti e simili	2 - Proprietà di seconde case	4,5,6,7 - Trasporto passeggeri	8,10 - Servizi di supporto al trasporto passeggeri, agenzie viaggio e simili	9 - Noleggio di attrezzature varie	11,12 - Servizi culturali, ricreativi e sportivi
A. Tourismusspezifische Produkte	2.502,99	89,82	933,98	583,69	41,53	116,81
A.1 Tourismuscharakteristische Produkte	2.502,84	89,82	924,46	582,91	40,90	114,15
1 - Beherbergungswesen	1.562,65	89,82	-	-	-	0,74
1.1 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe	1.562,65	-	-	-	-	0,74
1.2 Zweitwohnungen	-	89,82	-	-	-	-
2 - Restaurant- und Gaststättendienste	936,31	-	0,92	-	-	0,27
3 - Personentransportdienste	3,53	-	923,54	501,78	33,86	0,62
3.1 Eisenbahnen	2,13	-	808,92	174,23	0,28	0,62
3.2 Straße						
3.3 Schifffahrt						
3.4 Luftfahrt						
3.5 Hilfs- u. Nebentätigkeiten des Verkehrs	1,40	-	9,18	327,54	0,08	-
3.6 Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes	-	-	100,97	-	33,36	-
3.7 Wartungs- und Reparaturdienste	-	-	4,47	-	0,13	-
4 - Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer	0,28	-	-	65,42	-	-
4.1 Reisebüro						
4.2 Reiseveranstalter						
4.3 Tourismusinformation und Fremdenführer						
5 - Kulturdienstleistungen	-	-	-	-	-	13,61
5.1 Darstellende Kunst						
5.2 Museum und sonstige kulturelle Dienstleistungen						
6 - Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung	-	-	-	-	-	98,91
6.1 Sport und Dienstleistungen des Freizeitsports	-	-	-	-	-	87,72
6.2 Dienstleistungen für sonstige Unterhaltung und Erholung	-	-	-	-	-	11,19
7 - Verschied. Tourismusedienstleistungen	0,07	-	-	15,72	7,04	-
7.1 Finanz- und Versicherungsdienstleistungen						
7.2 Sonstige Vermietungsdienste						
7.3 Sonstige Tourismusedienstleistungen						
A.2 Tourismusverwandte Produkte	0,15	-	9,52	0,78	0,63	2,66
Waren	-	-	0,48	-	0,02	2,39
Dienstleistungen	0,15	-	9,04	0,78	0,61	0,27
B. Nicht-tourismusspezifische Produkte	245,51	-	16,50	31,81	10,34	68,39
Waren	0,46	-	0,33	6,03	0,72	0,27
Dienstleistungen	245,06	-	16,17	25,78	9,62	68,13
Produktion insgesamt (zu Herstellungspreisen)	2.748,50	89,82	950,48	615,50	51,87	185,20
Vorleistungen (zu Herstellungspreisen)	1.167,92	9,31	445,74	467,64	23,79	66,81
Indirekte Nettosteueren	7,09	1,38	14,49	4,54	5,08	1,03
Bruttowertschöpfung (zu Herstellungspreisen)	1.573,49	79,13	490,25	143,33	23,00	117,36

Tab. 5 - Fortsetzung / Segue

Produktionskonto der Tourismusindustrie und anderen Industrien

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Conti della produzione delle branche turistiche e delle altre branche

Milioni di euro; (valutazione netta)

Tourismus-industrien insgesamt	Andere Branchen	Inlands-produktion insgesamt (zu Herstellungspreisen)	
Totale branche turistiche	Altre branche	Totale produzione interna (a prezzi base)	PRODOTTI
4.268,82	1.164,83	5.433,64	A. Prodotti turistici specifici
4.255,07	311,59	4.566,66	A.1 Prodotti caratteristici
1.653,21	62,30	1.715,51	1 - Servizi di alloggio
1.563,39	62,30	1.625,69	1.1 Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi
89,82	-	89,82	1.2 Seconde case
937,50	37,33	974,83	2 - Servizi di ristorazione
1.463,33	121,12	1.584,45	3 - Servizi di trasporto di viaggiatori
986,19	16,43	1.002,62	3.1 Ferroviario interurbano
338,21	23,63	361,84	3.2 Su strada
134,33	81,06	215,39	3.3 Via acqua
4,60	-	4,60	3.4 Via aerea
			3.5 Servizi di supporto
			3.6 Affitto di attrezzature di trasporto
			3.7 Servizi di manutenzione e di riparazione
65,69	4,61	70,30	4 - Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche
			4.1 Agenzie di viaggio
			4.2 Tour operator
			4.3 Servizi di informazione turistica e di guide
13,61	0,59	14,20	5 - Servizi culturali
			5.1 Manifestazioni artistiche
			5.2 Servizi di musei e di conservazione
98,91	4,26	103,17	6 - Servizi ricreativi e di divertimento
87,72	3,78	91,50	6.1 Sport e servizi ricreativi sportivi
11,19	0,48	11,67	6.2 Altri servizi ricreativi e di divertimento
22,82	81,38	104,20	7 - Servizi turistici vari
			7.1 Servizi finanziari e servizi d'assicurazione
			7.2 Altri servizi di affitto di beni
			7.3 Altri servizi turistici
13,74	853,24	866,98	A.2 Prodotti connessi al turismo
2,89	305,68	308,57	Beni
10,86	547,56	558,41	Servizi
372,56	21.255,79	21.628,34	B. Prodotti non specifici
7,80	7.827,98	7.835,79	Beni
364,76	13.427,80	13.792,56	Servizi
4.641,37	22.420,62	27.061,99	Totale produzione (prezzi base)
2.181,21	11.018,64	13.199,84	Consumi intermedi (prezzi base)
33,60	294,25	327,85	Imposte indirette nette
2.426,56	11.107,73	13.534,30	Valore aggiunto lordo (prezzi base)

Tab. 6

Inlandsaufkommen und Konsum des Inlandstourismus

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Offerta interna e consumo del turismo interno

Milioni di euro; (valutazione netta)

PRODUKTE	Tourismusindustrien / Branche turistiche					
	1,3 - Hotels, Restaurants u.Ä.		2 - Eigentum von Zweitwohnungen		4,5,6,7 - Personenbeförderung	
	1,3 - Alberghi, ristoranti e simili		2 - Proprietà di seconde case		4,5,6,7 - Trasporto passeggeri	
	Output	Tourismusanteil Quota del turismo	Output	Tourismusanteil Quota del turismo	Output	Tourismusanteil Quota del turismo
A. Tourismusspezifische Produkte	2.502,99	1.622,14	89,82	28,21	933,98	184,29
A.1 Tourismuscharakteristische Produkte	2.502,84	1.622,14	89,82	28,21	924,46	183,74
1 - Beherbergungswesen	1.562,65	1.186,31	89,82	28,21	-	-
1.1 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe	1.562,65	1.186,31	-	-	-	-
1.2 Zweitwohnungen	-	-	89,82	28,21	-	-
2 - Restaurant- und Gaststättendienste	936,31	435,27	-	-	0,92	0,43
3 - Personentransportdienste	3,53	0,54	-	-	923,54	183,31
3.1 Eisenbahnen	2,13	0,48	-	-	808,92	180,08
3.2 Straße						
3.3 Schifffahrt						
3.4 Luftfahrt						
3.5 Hilfs- und Nebentätigkeiten des Verkehrs	1,40	0,06	-	-	9,18	0,38
3.6 Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes	-	-	-	-	100,97	1,07
3.7 Wartungs- und Reperaturdienste	-	-	-	-	4,47	1,78
4 - Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer	0,28	0,01	-	-	-	-
4.1 Reisebüro						
4.2 Reiseveranstalter						
4.3 Tourismusinformation und Fremdenführer						
5 - Kulturdienstleistungen	-	-	-	-	-	-
5.1 Darstellende Kunst						
5.2 Museum und sonstige kulturelle Dienstleistungen						
6 - Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung	-	-	-	-	-	-
6.1 Sport und Dienstleistungen des Freizeitsports	-	-	-	-	-	-
6.2 Dienstleistungen für sonstige Unterhaltung und Erholung	-	-	-	-	-	-
7 - Verschied. Tourismusdienstleistungen	0,07	0,01	-	-	-	-
7.1 Finanz- und Versicherungsdienstleistungen						
7.2 Sonstige Vermietungsdienste						
7.3 Sonstige Tourismusdienstleistungen						
A.2 Tourismusverwandte Produkte	0,15	..	-	-	9,52	0,55
Waren	-	-	-	-	0,48	0,38
Dienstleistungen	0,15	..	-	-	9,04	0,16
B. Nicht-tourismusspezifische Produkte	245,51	0,19	-	-	16,50	0,01
Waren	0,46	..	-	-	0,33	..
Dienstleistungen	245,06	0,19	-	-	16,17	0,01
Produktion insgesamt (zu Herstellungspreisen)	2.748,50	1.622,33	89,82	28,21	950,48	184,30
Vorleistungen (zu Herstellungspreisen)	1.167,92	689,38	9,31	2,92	445,74	86,62
Indirekte Nettosteueren	7,09	4,18	1,38	0,43	14,49	2,81
Bruttowertschöpfung (zu Herstellungspreisen)	1.573,49	928,77	79,13	24,85	490,25	94,87

Tab. 6 - Fortsetzung / Segue

Inlandsaufkommen und Konsum des Inlandstourismus

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Offerta interna e consumo del turismo interno

Milioni di euro; (valutazione netta)

Tourismusindustrien / Branche turistiche						PRODOTTI
8,10 - Zusätzliche Dienstleistungen des Personenverkehrs, Reisebüros u.Ä.		9 - Verleih verschiedener Geräte		11,12 - Kultur-, Freizeit- und Sportdienstleistungen		
8,10 - Servizi di supporto al trasporto passeggeri, agenzie viaggio e simili		9 - Noleggio di attrezzature varie		11,12 - Servizi culturali, ricreativi, sportivi		
Output	Tourismusanteil Quota del turismo	Output	Tourismusanteil Quota del turismo	Output	Tourismusanteil Quota del turismo	
583,69	56,68	41,53	0,68	116,81	43,87	A. Prodotti turistici specifici
582,91	56,67	40,90	0,66	114,15	41,97	A.1 Prodotti caratteristici
-	-	-	-	0,74	0,56	1 - Servizi di alloggio
-	-	-	-	0,74	0,56	1.1 Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi
-	-	-	-	-	-	1.2 Seconde case
-	-	-	-	0,27	0,13	2 - Servizi di ristorazione
501,78	52,23	33,86	0,47	0,62	0,14	3 - Serv. di trasporto di viaggiatori
174,23	38,54	0,28	0,06	0,62	0,14	3.1 Ferroviario interurbano
327,54	13,69	0,08	..	-	-	3.2 Su strada
-	-	33,36	0,35	-	-	3.3 Via acqua
-	-	0,13	0,05	-	-	3.4 Via aerea
						3.5 Servizi di supporto
						3.6 Affitto di attrezzature di trasporto
						3.7 Servizi di manutenzione e di riparazione
65,42	1,93	-	-	-	-	4 - Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche
						4.1 Agenzie di viaggio
						4.2 Tour operator
						4.3 Servizi di informazione turistica e di guide
-	-	-	-	13,61	5,37	5 - Servizi culturali
						5.1 Manifestazioni artistiche
						5.2 Servizi di musei e di conservazione
-	-	-	-	98,91	35,77	6 - Servizi ricreativi e di divertimento
-	-	-	-	87,72	34,93	6.1 Sport e servizi ricreativi sportivi
-	-	-	-	11,19	0,84	6.2 Altri servizi ricreativi e di divertimento
15,72	2,50	7,04	0,19	-	-	7 - Servizi turistici vari
						7.1 Servizi finanziari e servizi d'assicurazione
						7.2 Altri servizi di affitto di beni
						7.3 Altri servizi turistici
0,78	0,01	0,63	0,02	2,66	1,89	A.2 Prodotti connessi al turismo
-	-	0,02	0,01	2,39	1,89	Beni
0,78	0,01	0,61	0,01	0,27	..	Servizi
31,81	0,04	10,34	0,01	68,39	0,05	B. Prodotti non specifici
6,03	0,02	0,72	..	0,27	..	Beni
25,78	0,02	9,62	0,01	68,13	0,05	Servizi
615,50	56,72	51,87	0,69	185,20	43,92	Totale produzione (prezzi base)
467,64	43,10	23,79	0,32	66,81	15,85	Consumi intermedi (prezzi base)
4,54	0,42	5,08	0,07	1,03	0,24	Imposte indirette nette
143,33	13,21	23,00	0,31	117,36	27,83	Valore aggiunto lordo (prezzi base)

Tab. 6 - Fortsetzung / Segue

Inlandsaufkommen und Konsum des Inlandstourismus

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Offerta interna e consumo del turismo interno

Milioni di euro; (valutazione netta)

PRODUKTE	Tourismusindustrien insgesamt		Andere Branchen		Inlandsproduktion insgesamt (zu Herstellungspreisen)
	Totale branche turistiche		Altre branche		Totale produzione interna (a prezzi base)
	Output	Tourismusanteil Quota del turismo	Output	Tourismusanteil Quota del turismo	
A. Tourismusspezifische Produkte	4.268,82	1.935,87	1.164,83	324,28	5.433,64
A.1 Tourismuscharakteristische Produkte	4.255,07	1.933,39	311,59	72,56	4.566,66
1 - Beherbergungswesen	1.653,21	1.215,08	62,30	47,30	1.715,51
1.1 Hotels und andere Beherbergungsbetriebe	1.563,39	1.186,87	62,30	47,30	1.625,69
1.2 Zweitwohnungen	89,82	28,21	-	-	89,82
2 - Restaurant- und Gaststättendienste	937,50	435,82	37,33	17,35	974,83
3 - Personentransportdienste	1.463,33	236,69	121,12	5,36	1.584,45
3.1 Eisenbahnen					
3.2 Straße					
3.3 Schifffahrt	986,19	219,31	16,43	3,51	1.002,62
3.4 Luftfahrt					
3.5 Hilfs- und Nebentätigkeiten des Verkehrs	338,21	14,13	23,63	0,99	361,84
3.6 Vermietung von Dienstleistungen des Personentransportes	134,33	1,42	81,06	0,86	215,39
3.7 Wartungs- und Reperaturdienste	4,60	1,83	-	-	4,60
4 - Reisebüros, Reiseveranstalter und Fremdenführer					
4.1 Reisebüro	65,69	1,94	4,61	0,14	70,30
4.2 Reiseveranstalter					
4.3 Tourismusinformation und Fremdenführer					
5 - Kulturdienstleistungen					
5.1 Darstellende Kunst	13,61	5,37	0,59	0,23	14,20
5.2 Museum und sonstige kulturelle Dienstleistungen					
6 - Dienstleistungen für Erholung und sonstige Unterhaltung	98,91	35,77	4,26	1,54	103,17
6.1 Sport und Dienstleistungen des Freizeitsports	87,72	34,93	3,78	1,51	91,50
6.2 Dienstleistungen für sonstige Unterhaltung und Erholung	11,19	0,84	0,48	0,04	11,67
7 - Verschied. Tourismusedienstleistungen					
7.1 Finanz- und Versicherungs- dienstleistungen	22,82	2,71	81,38	0,64	104,20
7.2 Sonstige Vermietungsdienste					
7.3 Sonstige Tourismusedienstleistungen					
A.2 Tourismusverwandte Produkte	13,74	2,48	853,24	251,71	866,98
Waren	2,89	2,28	305,68	241,72	308,57
Dienstleistungen	10,86	0,20	547,56	9,99	558,41
B. Nicht-tourismusspezifische Produkte	372,56	0,31	21.255,79	34,18	21.628,34
Waren	7,80	0,02	7.827,98	23,72	7.835,79
Dienstleistungen	364,76	0,28	13.427,80	10,46	13.792,56
Produktion insgesamt (zu Herstellungspreisen)	4.641,37	1.936,18	22.420,62	358,45	27.061,99
Vorleistungen (zu Herstellungspreisen)	2.181,21	909,91	11.018,64	190,09	13.199,84
Indirekte Nettosteueren	33,60	14,02	294,25	3,88	327,85
Bruttowertschöpfung (zu Herstellungspreisen)	2.426,56	1.012,26	11.107,73	164,49	13.534,30

(a) Summe der Importe aus dem Ausland und der geschätzten Importe aus dem restlichen Italien
 Somma fra le importazioni dall'estero e la stima delle importazioni dal resto d'Italia

Tab. 6 - Fortsetzung / Segue

Inlandsaufkommen und Konsum des Inlandstourismus

Millionen Euro; (Netto-Bewertung)

Offerta interna e consumo del turismo interno

Milioni di euro; (valutazione netta)

Importe (a)	Indirekte Steuern abzüglich Subventionen	Inlandsangebot (zu Käuferpreis)	Konsum des Inlandstourismus	Tourismus- koeffizient %	PRODOTTI
Importazioni (a)	Imposte indirette al netto dei contributi	Offerta Interna (prezzi d'acquisto)	Consumo del turismo interno	Coefficiente del turismo %	
1.113,03	326,09	6.872,76	2.845,88	41,4%	A. Prodotti turistici specifici
989,10	166,10	5.721,87	2.279,60	39,8%	A.1 Prodotti caratteristici
0,82	97,89	1.814,22	1.337,32	73,7%	1 - Servizi di alloggio
0,82	97,89	1.724,40	1.309,11	75,9%	1.1 Alberghi ed altri servizi ricettivi collettivi
-	-	89,82	28,21	31,4%	1.2 Seconde case
0,90	58,53	1.034,26	480,81	46,5%	2 - Servizi di ristorazione
853,79	-27,09	2.411,15	366,27	15,2%	3 - Serv. di trasporto di viaggiatori
553,64	-45,93	1.510,33	335,62	22,2%	3.1 Ferroviario interurbano
199,58	31,62	593,04	24,78	4,2%	3.2 Su strada
98,09	-12,44	301,03	3,19	1,1%	3.3 Via acqua
2,48	-0,34	6,74	2,68	39,8%	3.4 Via aerea
38,78	6,47	115,56	3,42	3,0%	3.5 Servizi di supporto
11,40	3,65	29,25	11,55	39,5%	3.6 Affitto di attrezzature di trasporto
82,86	26,54	212,57	76,88	36,2%	3.7 Servizi di manutenzione e di riparazione
73,49	23,54	188,52	75,07	39,8%	4 - Servizi agenzie di viaggio, tour operator e guide turistiche
9,37	3,00	24,05	1,81	7,5%	4.1 Agenzie di viaggio
0,55	0,11	104,86	3,37	3,2%	4.2 Tour operator
123,93	159,98	1.150,89	566,27	49,2%	4.3 Servizi di informazione turistica e di guide
118,26	279,01	705,84	558,16	79,1%	5 - Servizi culturali
5,67	-119,03	445,06	8,12	1,8%	5.1 Manifestazioni artistiche
3.258,50	4.864,83	29.751,67	66,68	0,2%	5.2 Servizi di musei e di conservazione
3.180,69	8.310,08	19.326,55	58,56	0,3%	6 - Servizi ricreativi e di divertimento
77,81	-3.445,25	10.425,12	8,12	0,1%	6.1 Sport e servizi ricreativi sportivi
4.371,52	5.190,91	36.624,42	2.912,56	8,0%	6.2 Altri servizi ricreativi e di divertimento
					7 - Servizi turistici vari
					7.1 Servizi finanziari e servizi d'assicurazione
					7.2 Altri servizi di affitto di beni
					7.3 Altri servizi turistici
					A.2 Prodotti connessi al turismo
					Beni
					Servizi
					B. Prodotti non specifici
					Beni
					Servizi
4.371,52	5.190,91	36.624,42	2.912,56	8,0%	Totale produzione (prezzi base)

Consumi intermedi (prezzi base)
Imposte indirette nette
Valore aggiunto lordo (prezzi base)

(a) Summe der Importe aus dem Ausland und der geschätzten Importe aus dem restlichen Italien
Somma fra le importazioni dall'estero e la stima delle importazioni dal resto d'Italia

Statistisches Jahrbuch für Südtirol

2006, zweisprachige Ausgabe, 548 Seiten, 2006
 2007, zweisprachige Ausgabe, 552 Seiten, 2007
 2008, zweisprachige Ausgabe, 556 Seiten, 2008

Demographisches Handbuch für Südtirol

1995, zweisprachige Ausgabe, 143 Seiten, 1997
 2002, zweisprachige Ausgabe, 204 Seiten, 2003
 2006, zweisprachige Ausgabe, 192 Seiten, 2007

Südtirol in Zahlen

2006, zweispr. und lad. Ausgabe, 48 Seiten, 2006
 2007, zweispr. und lad. Ausgabe, 48 Seiten, 2007
 2008, zweispr. und lad. Ausgabe, 48 Seiten, 2008

„ASTAT - Schriftenreihe“

- Nr. 134 **Gesamte und ausländische Wohnbevölkerung - ein Blick in die Zukunft bis 2020**
 zweisprachige Ausgabe, 74 Seiten, 2008
- Nr. 135 **Mobilität und Verkehr in Südtirol - 2006**
 zweisprachige Ausgabe, 154 Seiten, 2008
- Nr. 136 **Bevölkerungsprognose: Haushalte und Wohnungsbedarf in Südtirol - 2006-2020**
 zweisprachige Ausgabe, 54 Seiten, 2008
- Nr. 137 **Weiterbildung und Kultur in Südtirol - 2006**
 zweisprachige Ausgabe, 56 Seiten, 2008
- Nr. 138 **50 Jahre Bautätigkeit in Südtirol - 1954-2007**
 zweisprachige Ausgabe, 106 Seiten, 2008
- Nr. 139 **Tourismus in Südtirol - Tourismusjahr 2006/07**
 zweisprachige Ausgabe, 144 Seiten, 2008
- Nr. 140 **Erwerbstätigkeit in Südtirol - 2006**
 zweisprachige Ausgabe, 234 Seiten, 2008
- Nr. 141 **Dauersiedlungsgebiet in Südtirol - 2007**
 zweisprachige Ausgabe, 98 Seiten, 2008
- Nr. 142 **Die Konten der öffentlichen Verwaltung in Südtirol - 2001-2005**
 zweisprachige Ausgabe, 86 Seiten, 2008
- Nr. 143 **Bildungsindikatoren in Südtirol - 1991/92-2006/07**
 zweisprachige Ausgabe, 94 Seiten, 2008

Annuario Statistico della prov. di Bolzano

2006, edizione bilingue, 548 pagine, 2006
 2007, edizione bilingue, 552 pagine, 2007
 2008, edizione bilingue, 556 pagine, 2008

Manuale demografico della prov. di Bolzano

1995, edizione bilingue, 143 pagine, 1997
 2002, edizione bilingue, 204 pagine, 2003
 2006, edizione bilingue, 192 pagine, 2007

Alto Adige in cifre

2006, edizione bilingue e ladina, 48 pagine, 2006
 2007, edizione bilingue e ladina, 48 pagine, 2007
 2008, edizione bilingue e ladina, 48 pagine, 2008

"Collana - ASTAT"

- Nr. 134 **Popolazione residente totale e straniera in provincia di Bolzano: uno sguardo verso il 2020**
 edizione bilingue, 74 pagine, 2008
- Nr. 135 **Mobilità e traffico in provincia di Bolzano - 2006**
 edizione bilingue, 154 pagine, 2008
- Nr. 136 **Previsione demografica: famiglie e fabbisogno abitativo in provincia di Bolzano - 2006-2020**
 edizione bilingue, 54 pagine, 2008
- Nr. 137 **Educazione permanente e cultura in Alto Adige - 2006**
 edizione bilingue, 56 pagine, 2008
- Nr. 138 **50 anni di attività edilizia in Alto Adige - 1954-2007**
 edizione bilingue, 106 pagine, 2008
- Nr. 139 **Turismo in Alto Adige - Anno turistico 2006/07**
 edizione bilingue, 144 pagine, 2008
- Nr. 140 **Occupazione in provincia di Bolzano - 2006**
 edizione bilingue, 234 pagine, 2008
- Nr. 141 **Territorio insediativo in provincia di Bolzano - 2007**
 edizione bilingue, 98 pagine, 2008
- Nr. 142 **I conti dell'amministrazione pubblica in provincia di Bolzano - 2001-2005**
 edizione bilingue, 86 pagine, 2008
- Nr. 143 **Indicatori dell'istruzione in provincia di Bolzano - 1991/92-2006/07**
 edizione bilingue, 94 pagine, 2008

- Nr. 144 **Öffentliche Bauvorhaben in Südtirol - 2008**
zweisprachige Ausgabe, 90 Seiten, 2008
- Nr. 145 **Die voraussichtliche Entwicklung der Schülerzahlen in Südtirol - 2000-2020**
zweisprachige Ausgabe, 70 Seiten, 2009
- Nr. 146 **Mobilität und Verkehr in Südtirol - 2007**
zweisprachige Ausgabe, 140 Seiten, 2009
- Nr. 147 **Tourismus in Südtirol - Tourismusjahr 2007/08**
zweisprachige Ausgabe, 142 Seiten, 2009
- Nr. 148 **Das Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol - 2005**
zweisprachige Ausgabe, 74 Seiten, 2009

- Nr. 144 **Opere pubbliche in provincia di Bolzano - 2008**
edizione bilingue, 90 pagine, 2008
- Nr. 145 **Previsione sull'andamento scolastico in provincia di Bolzano - 2000-2020**
edizione bilingue, 70 pagine, 2009
- Nr. 146 **Mobilità e traffico in provincia di Bolzano - 2007**
edizione bilingue, 140 pagine, 2009
- Nr. 147 **Turismo in Alto Adige - Anno turistico 2007/08**
edizione bilingue, 142 pagine, 2009
- Nr. 148 **Il conto satellite del turismo per l'Alto Adige - 2005**
edizione bilingue, 74 pagine, 2009

In Zahlen

- Nr. 1 **Jugend in Zahlen 2006**
zweisprachige Ausgabe, 48 Seiten, 2008
- Nr. 2 **Gender in Zahlen 2007**
zweisprachige Ausgabe, 52 Seiten, 2008
- Nr. 3 **Haushalte in Zahlen 2007-2008**
zweisprachige Ausgabe, 44 Seiten, 2009

In cifre

- Nr. 1 **Giovani in cifre 2006**
edizione bilingue, 48 pagine, 2008
- Nr. 2 **Gender in cifre 2007**
edizione bilingue, 52 pagine, 2008
- Nr. 3 **Famiglie in cifre 2007-2008**
edizione bilingue, 44 pagine, 2009

„ASTAT Info“ 2009

- 15 Öffnungs- und Wartezeiten an den Schaltern - Mehrzweckerhebung der Haushalte 2008
- 16 Nachprüfungen an Südtirols Oberschulen - Schuljahr 2007/08
- 17 Bankbedingungen - Situation am 31.12.2008
- 18 Pendlerströme der Oberschüler in Südtirol - Schuljahr 2008/09
- 19 Beobachtungsstelle für Preise - Zusatzwarenkorb in den Großzentren - Dezember 2008
- 20 Beobachtungsstelle für Preise - Zusatzwarenkorb in den Großzentren - Dezember 2008
- 21 Eheschließungen in Südtirol - 2008
- 22 Bibliotheken 2008
- 23 Freiwillige Schwangerschaftsabbrüche und Fehlgeburten in Südtirol - 2008
- 24 Die Zivil- und Verwaltungsgerichtsbarkeit in Südtirol - 2007
- 25 Informations- und Kommunikations-technologien in den Unternehmen - 2006-2007

"ASTAT Info" 2009

- 15 Orari e tempi di attesa agli sportelli - Indagine multiscope sulle famiglie 2008
- 16 Esami di riparazione nelle scuole secondarie di II grado dell'Alto Adige - Anno scolastico 2007/08
- 17 Condizioni bancarie - Situazione al 31.12.2008
- 18 Flussi pendolari degli studenti delle scuole secondarie di II grado in Alto Adige - Anno scolastico 2008/09
- 19 Osservatorio prezzi - Sottopiani nei centri maggiori - dicembre 2008
- 20 Osservatorio prezzi - Sottopiani nei centri maggiori - dicembre 2008
- 21 Matrimoni in provincia di Bolzano - 2008
- 22 Biblioteche 2008
- 23 Interruzioni volontarie di gravidanza e aborti spontanei in provincia di Bolzano - 2008
- 24 La giustizia civile e amministrativa in Alto Adige - 2007
- 25 Tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese - 2006-2007

- 26 Bevölkerungsentwicklung in Südtirol - 2008
- 27 Tätigkeitsbereiche und Größe der Unternehmen - 2001-2008
- 28 Südtiroler Studierende an österreichischen und italienischen Universitäten - 2007/08
- 29 Touristenprofile in Südtirol - Tourismusjahr 2007/08

- 26 Andamento demografico in provincia di Bolzano - 2008
- 27 Attività e dimensione delle imprese - 2001-2008
- 28 Studenti altoatesini nelle università austriache ed Italiane - 2007/08
- 29 Profilo dei turisti in Alto Adige - Anno turistico 2007/08

Andere Publikationen

Gemeindedatenblatt 1998

zweisprachige Ausgabe, 40 Seiten je Gemeinde, 2000

Gemeindedatensammlung 1998

zweisprachige Ausgabe, 112 Seiten, 2000

Tirol Südtirol Trentino 2000

zweisprachige Ausgabe, 14 Seiten, 2000

5. Landwirtschaftszählung 2000

zweisprachige Ausgabe, 235 Seiten, 2002

5. Landwirtschaftszählung 2000

- Ausgewählte Themen

zweisprachige Ausgabe, 137 Seiten, 2002

ATECO 2002 - Klassifikation der Wirtschaftstätigkeiten

zweisprachige Ausgabe, 581 Seiten, 2004

Klassifikation der Berufe 2001

zweisprachige Ausgabe, 236 Seiten, 2004

14. Allgemeine Volkszählung 2001 - Band 1

zweisprachige Ausgabe, 88 Seiten, 2004

14. Allgemeine Volkszählung 2001 - Band 2, Gebäude und Wohnungen

zweisprachige Ausgabe, 76 Seiten, 2005

14. Allgemeine Volkszählung 2001 - Band 3, Bildung

zweisprachige Ausgabe, 78 Seiten, 2005

14. Allgemeine Volkszählung 2001 - Band 4, Bewohnte Ortschaften

zweisprachige Ausgabe, 96 Seiten, 2006

14. Allgemeine Volkszählung 2001 - Band 5, Erwerbstätigkeit

zweisprachige Ausgabe, 142 Seiten, 2006

14. Allgemeine Volkszählung 2001 - Band 6, Pendlerströme aus Berufs- und Studiengründen

zweisprachige Ausgabe, 176 Seiten, 2007

8. Arbeitsstättenzählung - 22. Oktober 2001 mit Vergleich zwischen Tirol, Südtirol und Trentino

zweisprachige Ausgabe, 118 Seiten, 2005

Erhebung der Radio- und Fernsehgewohnheiten in Südtirol 2005

Zweisprachige Ausgabe, 131 Seiten, 2005

Altre pubblicazioni

Dati comunali 1998

edizione bilingue, 40 pagine per ogni comune, 2000

Raccolta dati comunali 1998

edizione bilingue, 112 pagine, 2000

Tirol Alto-Adige Trentino 2000

edizione bilingue, 14 pagine, 2000

5° Censimento generale dell'agricoltura 2000

edizione bilingue, 235 pagine, 2002

5° Censimento generale dell'agricoltura 2000 - Aspetti particolari

edizione bilingue, 137 pagine, 2002

ATECO 2002 - Classificazione delle attività economiche

edizione bilingue, 581 pagine, 2004

Classificazione delle professioni 2001

edizione bilingue, 236 pagine, 2004

14° Censimento della popolazione 2001 - Tomo 1

edizione bilingue, 88 pagine, 2004

14° Censimento della popolazione 2001 - Tomo 2, Edifici e abitazioni

edizione bilingue, 76 pagine, 2005

14° Censimento della popolazione 2001 - Tomo 3, Istruzione

edizione bilingue, 78 pagine, 2005

14° Censimento della popolazione 2001 - Tomo 4, Località abitate

edizione bilingue, 96 pagine, 2006

14° Censimento della popolazione 2001 - Tomo 5, Occupazione

edizione bilingue, 142 pagine, 2006

14° Censimento della popolazione 2001 - Tomo 6, Flussi pendolari per motivi di lavoro e studio

edizione bilingue, 176 pagine, 2007

8° Censimento generale dell'industria e dei servizi - 22 ottobre 2001 con confronto tra Tirol, Alto Adige e Trentino

edizione bilingue, 188 pagine, 2005

Indagine sull'ascolto radiotelevisivo in Alto Adige 2005

edizione bilingue, 131 pagine, 2005

Statistiksammlung 2009 (DVD)

Raccolta statistica 2009 (DVD)