



astat info

Nr. 37
26.09.11

presse | stampa



Welttourismustag 2011

Entwicklung im Tourismus Juli-August 2011

Am 27. September feiert die Welttourismusorganisation (UNWTO) den Welttourismustag 2011. Das diesjährige Motto, „**Tourismus verbindet Kulturen**“, unterstreicht die Bedeutung des Reisens für die Begegnung zwischen den verschiedenen Kulturen der Welt. Der Tourismus gilt in der Tat als eine „*Tätigkeit, die Barrieren zwischen den Kulturen abbaut und die Toleranz, den Respekt und das gegenseitige Verständnis fördert. In unserer Welt, die oft gespalten erscheint, sind diese Werte die Grundlage für eine friedlichere Zukunft*“¹.

Anlässlich des Welttourismustages und als Beitrag zum diesjährigen Motto veröffentlicht das Landesinstitut für Statistik (ASTAT) einige Ergebnisse, die aus den statistischen Erhebungen zum Tourismussektor hervorgehen.

Südtirol: Reiseziel für Touristen aus verschiedenen Kulturen

Südtirol ist bei Touristen aus verschiedenen Ländern ein beliebtes Reiseziel. Neben den beiden wichtigsten Märkten, **Deutschland**  und **Italien** , ist von



Giornata mondiale del Turismo 2011

Andamento turistico Luglio-agosto 2011

Il 27 settembre, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) celebra la Giornata Mondiale del Turismo 2011. Il tema di quest'anno, „**Turismo e avvicinamento delle culture**“, intende sottolineare l'importanza dei viaggi nell'incontro fra le diverse realtà culturali del mondo. Il turismo si presenta infatti come una „*attività che abbatte le barriere che separano le culture e promuove la tolleranza, il rispetto e la mutua comprensione. Nel nostro mondo, spesso diviso, questi valori rappresentano le fondamenta di un futuro più pacifico*“¹.





L'Istituto provinciale di statistica (ASTAT), in omaggio al tema proposto in occasione della Giornata Mondiale del Turismo, pubblica alcuni dati che emergono dalle rilevazioni statistiche del settore turistico.

Alto Adige: meta per turisti di diverse culture

L'Alto Adige è meta di turisti provenienti da diversi Paesi. Oltre ai due principali mercati, **Germania**  e **Italia** , di anno in anno si nota l'aumento dei turisti





¹ Taleb Rifai, Generalsekretär der UNWTO, Botschaft zum Welttourismustag 2011.
 Taleb Rifai, Segretario Generale dell'OMT, Messaggio per la Giornata Mondiale del Turismo 2011.




Jahr zu Jahr eine Zunahme der Touristen aus den „Anderen Ländern“ erkennbar. Deren Anteil beträgt inzwischen nahezu 20% an den Gesamtübernachtungen.

Die Daten zum Tourismusjahr 2009/10 zeigen auf, dass die Destination Südtirol besonders Touristen aus Mitteleuropa anlockt. Tatsächlich befindet sich auf dem dritten Platz der Rangordnung nach Herkunftsland die **Schweiz** , gefolgt von **Österreich** , den **Niederlanden**  und **Belgien** . Im Hinblick auf die Entwicklung des Tourismussektors ist die starke Zunahme an niederländischen Touristen bemerkenswert: In fünf Jahren hat sich ihre Anzahl an Übernachtungen um mehr als ein Drittel erhöht (+34,7%).

Die Vielfalt der touristischen Nachfrage in Südtirol wird durch eine vertiefende territoriale Analyse noch deutlicher. Beobachtet man die einzelnen Tourismusverbände, so stechen insbesondere die Herkunftsländer **Polen** , **Tschechische Republik**  und das **Vereinigte Königreich**  hervor. Die polnischen Touristen stellen den drittgrößten Markt für den Tourismusverband *Rosengarten-Latemar* dar. Ihre Anzahl nimmt zu und sie wählen vorwiegend touristische Wintersport-Destinationen. Ähnlich ist die Situation bei den tschechischen Touristen. In ihrem Fall ist besonders die Zunahme im Dolomitenraum beachtlich (*Seiser Alm* +785,3% im Vergleich zum Tourismusjahr 2004/05, *Kronplatz* +189,7%, *Alta Badia* +300,8%). Die britischen Touristen zeigen eine Vorliebe für die ladinischen Tä-









































































provenienti dagli “Altri Paesi”, che rappresentano ormai quasi il 20% delle presenze turistiche.


I dati rilevati nell'anno turistico 2009/10 mettono in luce come la destinazione turistica Alto Adige attiri in particolare i turisti del Centro Europa. In terza posizione fra le nazioni di provenienza si trova infatti la **Svizzera** , seguita da **Austria** , **Paesi Bassi**  e **Belgio** . In un'ottica di sviluppo del settore turistico, emerge la forte crescita dei turisti olandesi: in cinque anni le loro presenze sono aumentate di oltre un terzo (+34,7%).


La varietà della domanda turistica in Alto Adige appare ancora più evidente approfondendo l'analisi territoriale. A livello di consorzi turistici, le nazioni che più si mettono in evidenza sono la **Polonia** , la **Repubblica Ceca**  e il **Regno Unito** . I turisti polacchi rappresentano il terzo mercato per il consorzio turistico *Rosengarten-Latemar*. Essi risultano in forte crescita e scelgono principalmente le destinazioni turistiche attrezzate per la pratica degli sport invernali. La situazione è simile per i turisti cechi. Nel loro caso spicca la performance delle presenze nell'area dolomitica (*Alpe di Siusi* +785,3% rispetto all'anno turistico 2004/05, *Plan de Corones* +189,7%, *Alta Badia* +300,8%). I turisti britannici mostrano una predilezione per le valli ladine. Essi rappresentano il terzo mercato

Tab. 1

Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben nach Herkunftsland und Tourismusverband - Tourismusjahr 2009/10
Presenze negli esercizi ricettivi per nazione di provenienza e consorzio turistico - Anno turistico 2009/10

TOURISMUSVERBÄNDE	Rangordnung der Herkunftsländer (% Veränderung gegenüber 2004/05) Graduatoria nazioni di provenienza (Variazione % rispetto al 2004/05)						CONSORZI TURISTICI
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	
Vinschgau	(-0,2) 	(+1,4) 	(+13,7) 	(+43,7) 	(+40,2) 	(+13,9) 	Val Venosta
Meraner Land	(+7,5) 	(+41,0) 	(+16,8) 	(+33,2) 	(+64,1) 	(+62,2) 	Merano e dintorni
Südtirols Süden	(+11,9) 	(-8,9) 	(+15,8) 	(+3,7) 	(+26,9) 	(+18,2) 	Bolzano Vigneti e Dolomiti
Rosengarten-Latemar	(-0,9) 	(-2,4) 	(+192,8) 	(+13,0) 	(+12,8) 	(+91,5) 	Rosengarten-Latemar
Seiser Alm	(+9,8) 	(+15,8) 	(+63,5) 	(+24,7) 	(+14,9) 	(+785,3) 	Alpe di Siusi
Gröden	(+14,9) 	(-9,3) 	(+22,9) 	(-18,6) 	(+326,3) 	(+79,3) 	Val Gardena
Eisacktal	(-2,1) 	(+16,9) 	(+8,6) 	(+52,0) 	(+57,1) 	(+18,8) 	Valle Isarco
Kronplatz	(+14,0) 	(-4,4) 	(+2,7) 	(+30,3) 	(+189,7) 	(+261,2) 	Plan de Corones
Tauferer Ahrntal	(-4,2) 	(17,9) 	(+21,0) 	(+46,6) 	(-30,3) 	(+269,9) 	Valli di Tures ed Aurina
Alta Badia	(+6,7) 	(-3,0) 	(+96,8) 	(+48,8) 	(-2,1) 	(+300,8) 	Alta Badia
Hochpustertal	(+6,5) 	(-0,3) 	(+29,3) 	(+76,1) 	(-17,3) 	(+251,0) 	Alta Val Pusteria
Insgesamt	(+2,7) 	(+12,0) 	(+17,9) 	(+22,9) 	(+34,7) 	(+17,5) 	Totale

ler. Sie stellen den drittgrößten Markt für *Alta Badia* und den viertgrößten für *Gröden* dar. Letztere Destination zeichnet sich besonders durch den starken Zuwachs von Touristen aus **Russland**  aus.

per l'*Alta Badia* ed il quarto per la *Val Gardena*. Quest'ultima destinazione, inoltre, spicca per la forte crescita dei turisti provenienti dalla **Russia** .

Angebot an kulturellen Aktivitäten und Veranstaltungen: ein Mehrwert für den Tourismus

Ein weiterer interessanter Aspekt bezieht sich auf die Gründe, warum Touristen Südtirol besuchen. Beschränkt man diese Analyse auf das gewählte Motto des Welttourismustages, so geht das deutliche Interesse vieler Gäste für die kulturellen Besonderheiten Südtirols hervor.

Im Rahmen einer Stichprobenerhebung zum Tourismusjahr 2007/08 ging hervor, dass mehr als ein Drittel der Touristen (36,0%) die eigenen Kenntnisse der lokalen Kultur vertieft oder kulturelle Veranstaltungen besucht hat. Kultur ist ein Mehrwert für viele Touristen. In der Tat kann festgestellt werden, dass in den meisten Fällen die Kultur nicht als Hauptmotiv für den Aufenthalt in Südtirol gilt, sondern als ein zweitrangiges Motiv angegeben wird, nach den Sport- und Erholungsaktivitäten.

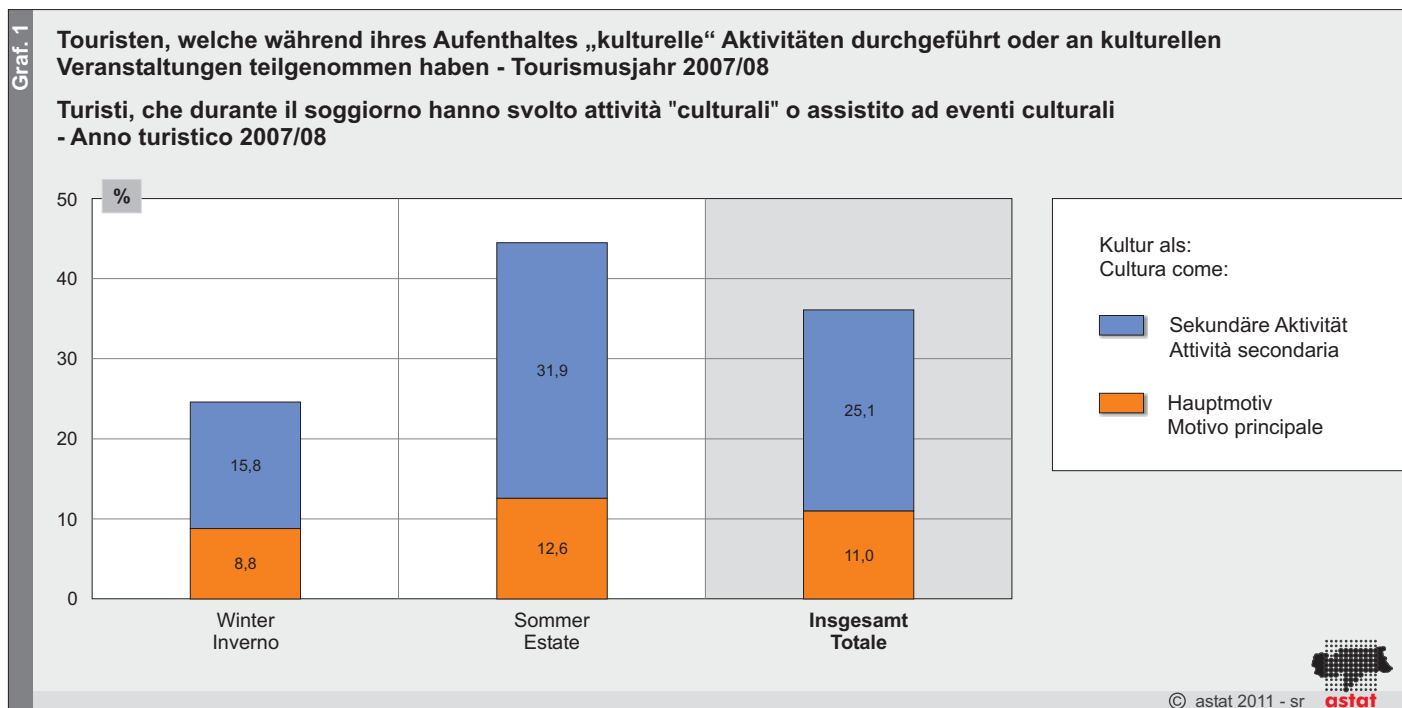
Der Vergleich zwischen Winter und Sommer zeigt einen deutlichen Unterschied. Die Touristen nähern sich der lokalen Kultur eher im Sommer und dann vor allem in Form einer sekundären Aktivität. Klarerweise bieten die Aktivitäten während des Sommers, vorwiegend Ausflüge und Spaziergänge, und die verschiedenen Rahmenprogramme (Dorrfeste), die für die Gäste organisiert werden, die Gelegenheit, Traditionen und Kultur eines Ortes besser kennenzulernen.

Offerta di attività ed eventi culturali: un valore aggiunto per il turismo

Un altro aspetto interessante è legato ai motivi che spingono i turisti a visitare l'Alto Adige. Limitando l'analisi al tema scelto per la Giornata Mondiale del Turismo, emerge il palese interesse espresso da molti ospiti per le peculiarità culturali del territorio altoatesino.

In base ad un'indagine campionaria svolta nell'anno turistico 2007/08, durante il soggiorno in Alto Adige più di un terzo dei turisti (36,0%) ha approfondito le proprie conoscenze sulla cultura locale o assistito ad eventi culturali. La cultura rappresenta per molti turisti un valore aggiunto. In effetti, si nota che nella maggior parte dei casi essa non viene scelta come motivo principale del soggiorno in Alto Adige, bensì come motivo secondario da affiancare alle attività sportive o ricreative svolte.

Nel confronto fra inverno ed estate emerge una spiccata discrepanza. I turisti hanno una maggiore propensione ad avvicinarsi alla cultura locale durante l'estate e ciò in particolare come attività secondaria. Evidentemente le attività svolte durante l'estate, prevalentemente escursioni, e gli eventi di contorno che vengono organizzati per intrattenere gli ospiti (feste di paese) danno la possibilità ai villeggianti di conoscere tradizioni e cultura del luogo che li ospita.



Sommersaison 2011 im Aufschwung dank der ausländischen Gäste

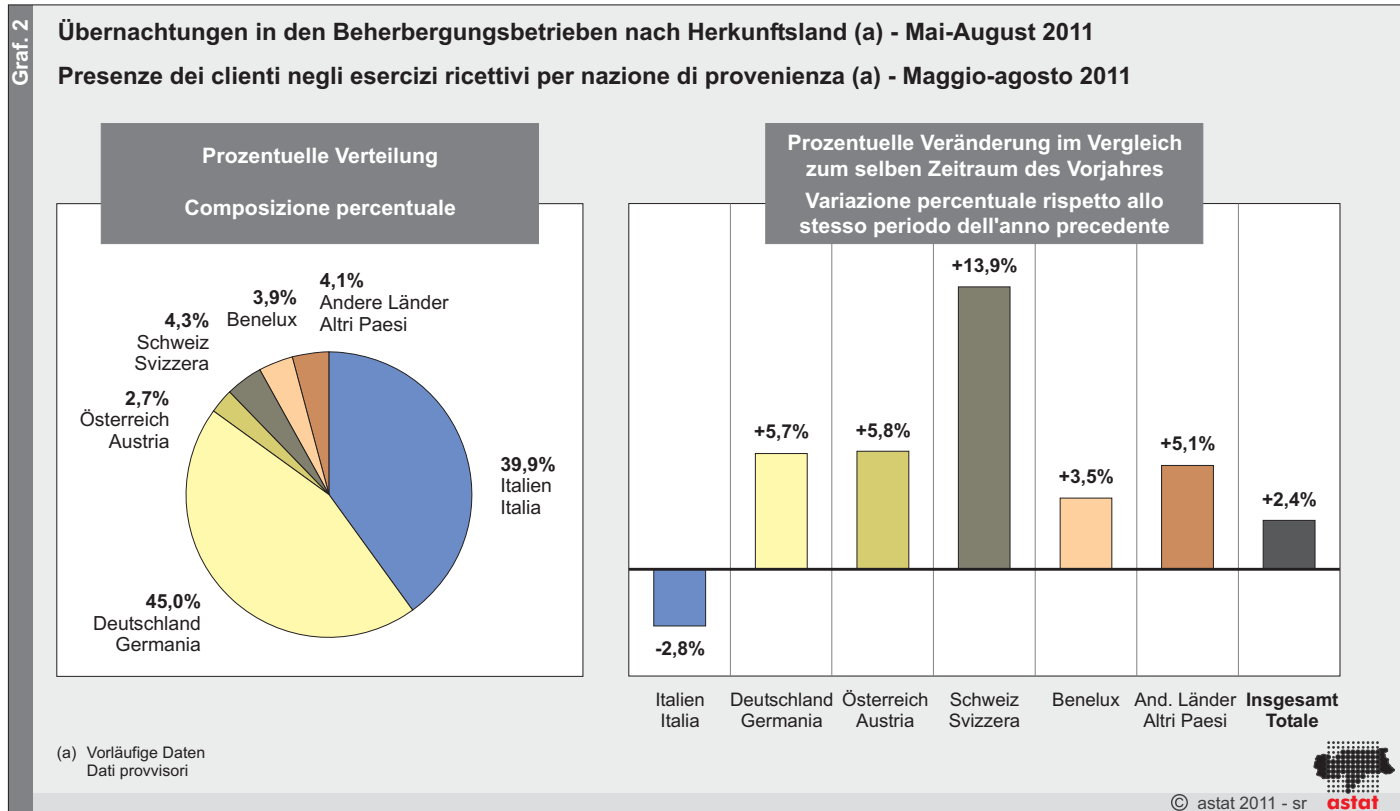
Der heutige Tag wird genutzt, um die Entwicklung der Tourismusströme im Hochsommer zu veröffentlichen: Im Juli wurde ein Plus von 3,8% bei den Übernachtungen verzeichnet, während die Steigerung im August, mit +0,9% gegenüber demselben Monat des Vorjahres, geringer ausfiel.² Dank dieser positiven Entwicklungen verzeichnen auch die **Zwischenergebnisse der Sommersaison 2011** (von Mai bis August) sowohl bei den **Ankünften (+2,5%)** als auch bei den **Übernachtungen (+2,4%)** eine Zunahme.

Die Analyse nach Gästeherkunft zeigt steigende Übernachtungen bei allen ausländischen Herkunftsländern, während die Zahl der inländischen Gäste rückläufig ist (-2,8%). Ausgezeichnete Ergebnisse verbuchten die Schweizer Gäste mit einem Plus von 13,9% gegenüber der Sommersaison 2010. Gut sind auch die Daten der deutschen Gäste, die um 5,7% zugenommen haben. Diese Zunahme ist in relativen Werten nicht sehr auffallend, jedoch ist sie in absoluten Zahlen beträchtlich. Die Touristen aus Deutschland machen fast die Hälfte (45,0%) der Gesamtübernachtungen aus und verbuchen eine Nächtigungszunahme von etwa 300 Tausend Einheiten.

Stagione estiva 2011 in crescita grazie ai turisti stranieri

Nella giornata odierna vengono resi noti i risultati dei flussi turistici registrati nell'alta stagione estiva: a luglio è stato rilevato un aumento nelle presenze del 3,8%, mentre agosto ha registrato una crescita più lieve, pari allo 0,9% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.² Grazie a tale sviluppo positivo, anche i **risultati parziali della stagione estiva 2011** (da maggio ad agosto) segnalano un aumento, sia negli **arrivi (+2,5%)** che nelle **presenze (+2,4%)**.

In base alla provenienza dei turisti emerge l'aumento delle presenze di tutti Paesi esteri, mentre risultano in calo i turisti italiani (-2,8%). Ottimi i risultati fatti registrare dai turisti svizzeri, che in termini percentuali sono aumentati del 13,9% rispetto alla stagione estiva 2010. Confortanti anche i dati dei turisti tedeschi, aumentati del 5,7%. Tale aumento, meno imponente in termini relativi, è considerevole in termini assoluti. I turisti germanici rappresentano infatti quasi la metà (45,0%) delle presenze complessive ed il loro numero è cresciuto di circa 300 mila unità.



Hinweise für die Redaktion: Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Dr. Ludwig Castlunger, Tel. 0471 41 84 60.

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

Indicazioni per la redazione: Per ulteriori chiarimenti, si prega di rivolgersi al dott. Ludwig Castlunger, tel. 0471 41 84 60.

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

² Die Daten von August sind als vorläufig zu betrachten (Deckungsgrad: 95,7%).
I dati riguardanti il mese di agosto sono da ritenersi provvisori (grado di copertura: 95,7%).