



# astatinfo

Nr. 24

03/2013

## Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte

2012

Seit dem Beginn der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2008 und dem damit zusammenhängenden Einbruch der Konsumausgaben der privaten Südtiroler Haushalte konnte bis zum Jahr 2011 (letzte verfügbare Daten) keine Erholung des Verbrauchs festgestellt werden<sup>(1)</sup>. Ob sich dieser Umstand auch auf die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte hinsichtlich des Einkaufs außerhalb der Landesgrenzen ausgewirkt hat, untersucht die *Erhebung über die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte*. Diese wird nun bereits zum achten Mal in Folge vom Landesinstitut für Statistik (ASTAT) durchgeführt und liefert aufschlussreiche Informationen zur Situation im Jahr 2012.

Anteil der „Auswärtskäufer“  
seit 2009 konstant bei rund  
einem Viertel

Betrachtet man die Entwicklung des Anteils jener Haushalte, die außerhalb Südtirols (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufe) einkaufen, über den gesamten Zeitraum der Erhebungsreihe (2005-2012), so kann lediglich im Jahr 2009 eine deutliche Verände-

## Le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine

2012

A partire dall'inizio della crisi finanziaria ed economica nell'anno 2008 e con il conseguente crollo delle spese di consumo delle famiglie altoatesine, fino al 2011 (ultimi dati disponibili) non si è potuta osservare alcuna ripresa del consumo<sup>(1)</sup>. Nella *"Rilevazione sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine"* si esamina l'eventuale impatto esercitato da tali circostanze sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine nell'ottica degli acquisti fuori del confine provinciale. Tale rilevazione viene eseguita per l'ottava volta di seguito dall'Istituto provinciale di statistica (ASTAT) e fornisce informazioni istruttive sulla situazione nell'anno 2012.

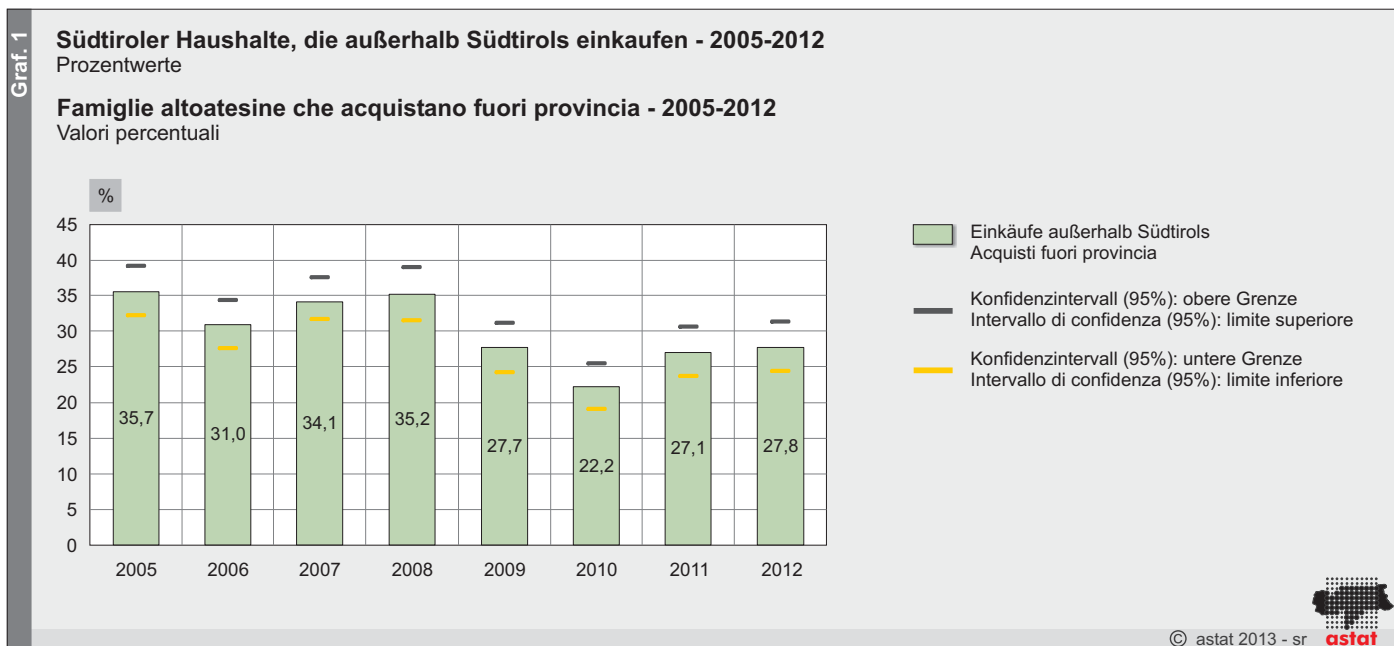
Quota degli acquirenti fuori  
provincia pari ad un quarto,  
costante dal 2009

Se si osserva lo sviluppo della percentuale di famiglie che acquistano fuori dall'Alto Adige (compresi commercio online e acquisti su catalogo), in tutto il periodo della serie di rilevazioni (2005-2012), solo nel 2009 si può osservare un cambiamento significativo rispetto

<sup>(1)</sup> Vgl. ASTAT-Info Nr. 21/2013, Verbrauch der privaten Haushalte - 2011  
Vedi ASTAT-Info n. 21/2013, I consumi delle famiglie - 2011

rung gegenüber dem Vorjahreswert festgestellt werden. Während im Jahr 2008 noch 35,2% der Südtiroler Haushalte auswärts einkauften, waren es im ersten Jahr nach Beginn der Wirtschafts- und Finanzkrise (2009) nur mehr 27,7%. Die Veränderungen in den darauf folgenden Jahren fallen, mit Ausnahme der Entwicklung von 2009 auf 2010, gering aus. Doch auch die im Anschein starke Abnahme der „Auswärtskäufer“ im Jahr 2010 kann - berücksichtigt man das berechnete 95%-Konfidenzintervall<sup>(2)</sup> der entsprechenden Stichproben - als nicht signifikant betrachtet werden. So bleibt der aktuell gemessene Wert des Jahres 2012 von 27,8% in einer Linie mit den seit Beginn der Krise beobachteten Jahreswerten.

all'anno precedente. Mentre nel 2008 il 35,2% delle famiglie ha effettuato acquisti fuori provincia, nel primo anno dopo l'inizio della crisi economica e finanziaria (2009) esse erano solo il 27,7%. Ad eccezione dello sviluppo dal 2009 al 2010, le variazioni sono state modeste. Certo anche l'apparentemente forte riduzione degli acquirenti fuori provincia dell'anno 2010 può - se si tiene conto di un intervallo di confidenza<sup>(2)</sup> del 95% - essere considerata come non significativa. Comunque il valore misurato attualmente nell'anno 2012, pari al 27,8%, è in linea con i valori annuali misurati dall'inizio della crisi.



## Österreich bleibt beliebtester auswärtiger Einkaufsort

Beliebtester Einkaufsort (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufe) außerhalb Südtirols ist auch im Jahr 2012 Österreich. Wie bereits im Vorjahr werden knapp über die Hälfte der „Auswärtskäufe“ dort durchgeführt. Im restlichen Italien scheint es ebenso attraktive Angebote zu geben, da nahezu 20% der Einkäufe auf italienische Gebiete außerhalb Südtirols entfallen (Trentino 5,8%, andere italienische Regionen 13,9%). Weitere knappe 20% werden als Onlinehandel durchgeführt. Gegenüber dem Vorjahr kann zwar ein leichter Rückgang des Onlineanteils beobachtet werden, dieser beeinflusst jedoch den über mehrere Jahre erkennbaren Trend zu mehr Einkäufen im Internet nicht.

## L'Austria rimane il luogo di acquisto preferito fuori provincia

Il luogo di acquisto preferito (compreso il commercio elettronico e gli acquisti da catalogo) fuori dell'Alto Adige è, anche nell'anno 2012, l'Austria. Come già nell'anno precedente, lì sono avvenuti poco più della metà degli acquisti effettuati fuori provincia. Anche nel resto d'Italia sembrano esserci offerte attrattive, visto che quasi il 20% degli acquisti al di fuori dell'Alto Adige sono stati effettuati nel resto d'Italia (nel Trentino il 5,8% e nelle altre regioni italiane il 13,9%). Un ulteriore quasi 20% degli acquisti sono stati effettuati attraverso il commercio elettronico. Rispetto all'anno precedente si può certo osservare una diminuzione della quota di acquisti online e questo, tuttavia, non influenza un riconoscibile trend pluriennale di crescita degli acquisti via internet.

<sup>(1)</sup> Ein Konfidenzintervall zeigt die Genauigkeit der Schätzung eines Parameters. Im vorliegenden Fall ist das der geschätzte Anteilswert jener Haushalte, die außerhalb Südtirols einkaufen. Zwischen der unteren Grenze und der oberen Grenze des Konfidenzintervalls liegt die Wahrscheinlichkeit, den wahren Anteilswert zu finden bei 95%. Die für die einzelnen Stichproben in den Jahren 2005-2012 berechneten Konfidenzintervalle werden in tabellarischer Form in den Anmerkungen zur Methodik ab Seite 8 angeführt.

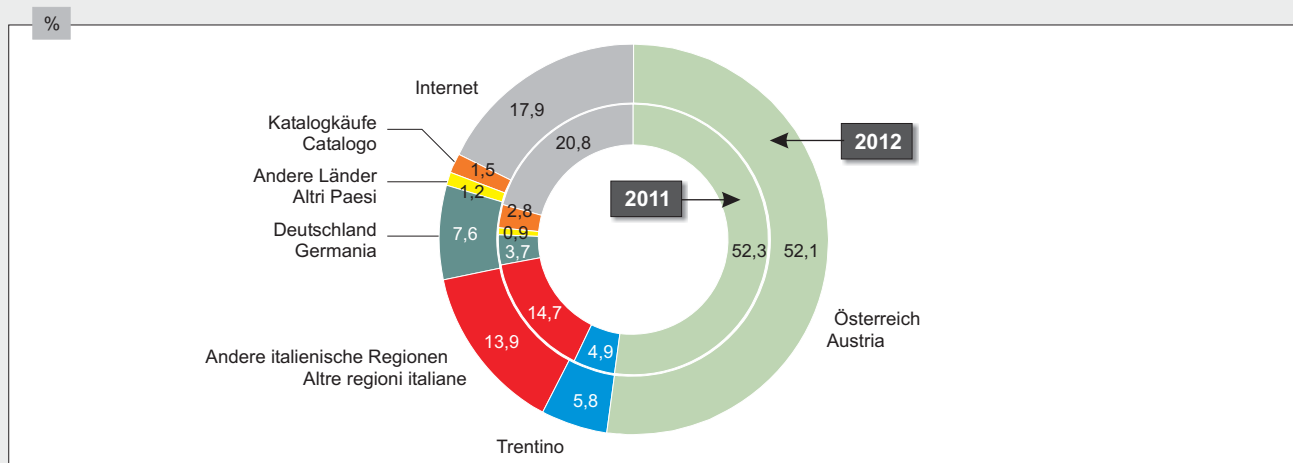
Un intervallo di confidenza mostra la precisione di stima di un parametro. Nel presente caso il parametro è la percentuale di famiglie che acquistano fuori dall'Alto Adige. Fra il limite inferiore ed il limite superiore dell'intervallo di confidenza la probabilità di trovare il valore vero di questa percentuale è del 95%. Gli intervalli di confidenza calcolati per i singoli campioni negli anni 2005-2012 vengono riportati in forma tabellare nella nota metodologica, da pagina 8.

**Einkäufe außerhalb Südtirols nach Einkaufsort - 2011 und 2012**

Prozentuelle Verteilung

**Acquisti fuori provincia per luogo di acquisto - 2011 e 2012**

Composizione percentuale



Onlinehandel besonders beim Erwerb von elektronischen Gütern beliebt

Sempre più diffuso lo shopping online, soprattutto per l'acquisto di prodotti dell'elettronica

Aufschlussreiche Informationen liefert auch eine kombinierte Betrachtung des Einkaufsortes mit den dort erworbenen Gütern. Bei allen erhobenen Güterarten entfällt der größte Anteil auf Österreich. Jedoch gibt

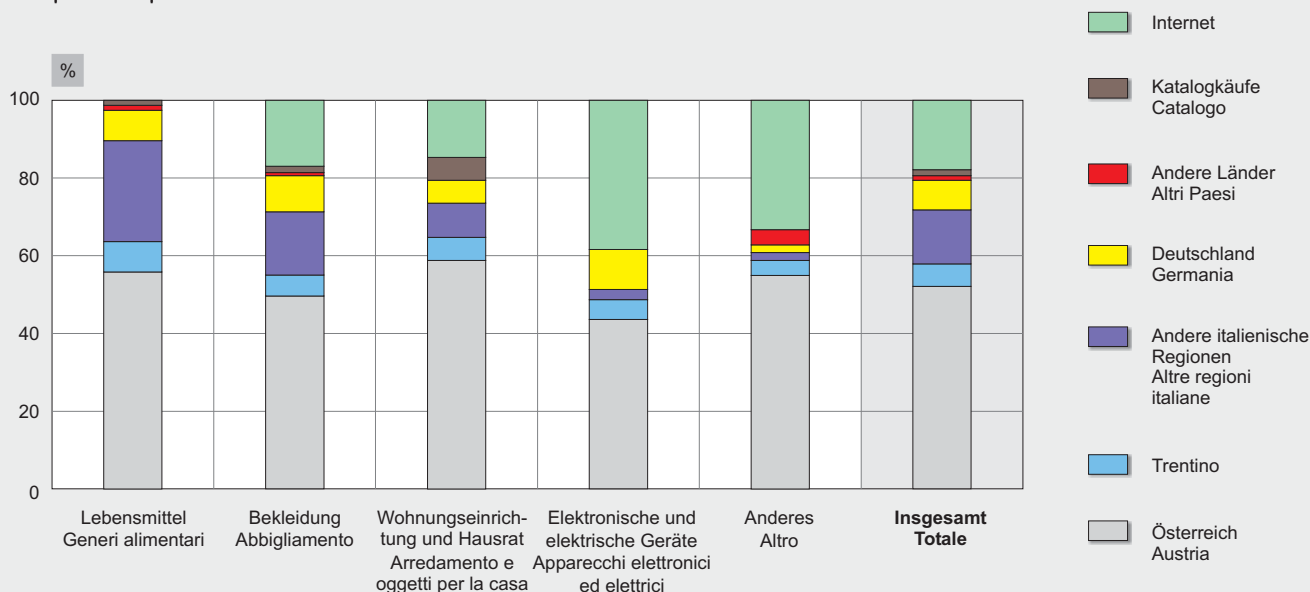
Anche un'osservazione combinata dei luoghi di acquisto, con i beni ivi acquistati fornisce utili informazioni. La percentuale maggiore per tutte le tipologie di beni acquistati appartiene all'Austria. Tuttavia c'è una gran-

**Einkäufe außerhalb Südtirols nach Güterart und Einkaufsort - 2012**

Prozentuelle Verteilung

**Acquisti fuori provincia per tipologia di bene acquistato e luogo di acquisto - 2012**

Composizione percentuale



es durchaus Unterschiede im Ausmaß der Dominanz Österreichs als „auswärtiger“ Einkaufsort. Auffallend ist der hohe Anteil des Onlinehandels beim Erwerb von *elektronischen und elektrischen Geräten* (38,5%). In dieser Güterkategorie scheinen die Vorteile eines Einkaufs übers Internet, wie hohe Transparenz unterschiedlicher Preisangebote für dasselbe Produkt oder auch die große Auswahl, besonders zu greifen. Bei *Bekleidung* und *Lebensmitteln* können auch die italienischen Regionen (inklusive dem Trentino) punkten (33,8% bzw. 21,7% der Einkäufe außerhalb Südtirols).

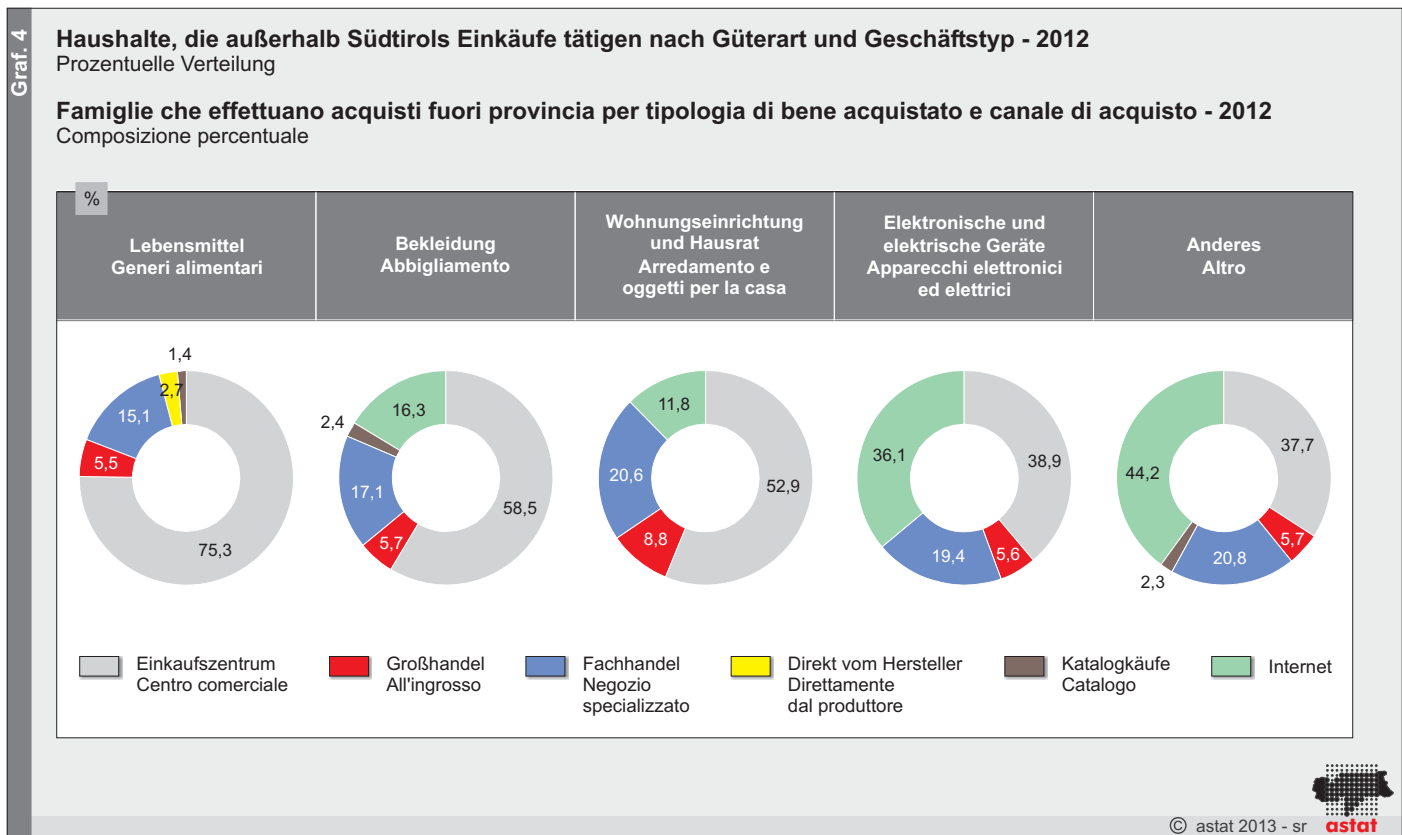
de differenza nella misura del predominio dell’Austria come luogo di acquisto "esterno". Colpisce l’alta percentuale di acquisti tramite il commercio elettronico, per l’acquisto di *apparecchi elettronici ed elettrici* (38,5%). In questa categoria di beni sembra che i vantaggi di un acquisto in internet, quali la trasparenza delle diverse offerte di prezzo per lo stesso prodotto o anche la grande scelta, abbiano fatto particolarmente presa. Nell’*abbigliamento* e nei *prodotti alimentari* (con rispettivamente, il 33,8% e il 21,7% degli acquisti fuori dall’Alto Adige) anche le altre regioni italiane (inclusa la provincia di Trento) giocano un ruolo importante.

### Das Einkaufszentrum ist am attraktivsten

Für die Südtiroler Haushalte, die außerhalb der Landesgrenzen (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufe) einkaufen, ist das Einkaufszentrum eindeutig der bevorzugte Einkaufskanal. Die Möglichkeit, an einem einzigen Ort ein mehr oder weniger großes und breit gefächertes Warenangebot und zusätzliche Dienste wie Parkplätze, Kinderbetreuung und Restaurants vorzufinden, scheint den Vorlieben der Südtiroler zu entsprechen. Die Bevorzugung des Einkaufszentrums ist beinahe bei allen erhobenen Güterarten festzustellen, eine Ausnahme sind hierbei *elektronische und elektrische Geräte* sowie *andere Güter* (z.B. Körperpflegeprodukte), bei denen der Onlinehandel beliebter ist.

### Il centro commerciale è il più attrattivo

Il canale preferito di acquisto per le famiglie altoatesine che acquistano fuori provincia (compresi commercio elettronico e acquisti su catalogo) è indiscutibilmente il centro commerciale. La possibilità di trovare in un unico luogo una gamma più o meno ampia e diversificata di prodotti nei vari settori commerciali, nonché servizi supplementari come parcheggi, assistenza ai bambini e ristoranti, sembra corrispondere alle preferenze degli altoatesini. La predilezione per il centro commerciale è osservabile in quasi tutti i tipi di beni acquistati, un’eccezione è qui rappresentata dagli *apparecchi elettronici ed elettrici* così come gli *altri beni* (per esempio prodotti per la cura del corpo), per i quali è preferito il commercio elettronico.



## Preis ist Hauptgrund für den Einkauf außerhalb Südtirols

## Il prezzo è la ragione principale per l'acquisto fuori dell'Alto Adige

Seit Beginn der Erhebungsreihe im Jahr 2005 war der Preis immer der am häufigsten genannte Grund für die Auswärtskäufe der Südtiroler. Dies bleibt auch im Jahr 2012 so. Bei jeder erhobenen Güterkategorie werden mindestens 60% der Einkäufe aufgrund des geringeren Preises außerhalb des Landes (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufe) durchgeführt.

Dall'inizio della serie di rilevazioni nell'anno 2005, il prezzo è stato sempre la ragione più citata dagli altoatesini per motivare i propri acquisti fuori provincia. Ciò si conferma anche nell'anno 2012. Per ogni categoria di beni acquistata, almeno il 60% degli acquisti effettuati fuori provincia (compresi commercio elettronico e acquisti su catalogo) è motivato dai prezzi più convenienti.

Tab. 1

### Einkäufe außerhalb Südtirols nach Kaufkriterium und Güterart - 2012

Prozentuelle Verteilung

### Acquisti fuori provincia per motivazione dell'acquisto e tipologia di bene acquistato - 2012

Composizione percentuale

ERWORBENE GÜTERART	Gründe für den Einkauf Motivazione dell'acquisto					TIPOLOGIA DI BENE ACQUISTATO
	Qualität Qualità	Auswahl Assortimento	Preis Prezzo	Service Servizi	Insgesamt Totale	
Lebensmittel	11,7	16,9	63,6	7,8	<b>100,0</b>	Generi alimentari
Bekleidung	3,9	27,1	64,3	4,7	<b>100,0</b>	Abbigliamento
Wohnungseinrichtung und Hausrat	-	29,4	70,6	-	<b>100,0</b>	Arredamento e oggetti per la casa
Elektronische und elektrische Geräte	2,6	20,5	74,4	2,6	<b>100,0</b>	Apparecchi elettronici ed elettrici
Anderes	7,8	17,6	68,6	5,9	<b>100,0</b>	Altro
<b>Insgesamt</b>	<b>5,8</b>	<b>22,7</b>	<b>66,7</b>	<b>4,8</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>

Ein weiterer wichtiger Beweggrund ist, laut den befragten Haushalten, die größere Auswahl (d.h. die Möglichkeit, zwischen mehreren Modellen/Marken von Gütern derselben Art zu wählen), die außerhalb der Landesgrenzen geboten wird. Die Möglichkeit, hochwertigere Güter zu finden oder die Verfügbarkeit von Zusatzdiensten am ausgewählten Einkaufsort beeinflussen die Entscheidungen der Haushalte hingegen nur geringfügig.

Un ulteriore importante motivo è, secondo le famiglie interpellate, la scelta più ampia (cioè la possibilità di scegliere tra più modelli/marche di beni dello stesso tipo) che viene offerta al di fuori dei confini provinciali. Al contrario, la possibilità di trovare beni di alta qualità o la disponibilità di servizi supplementari nei luoghi di acquisto scelti influiscono solo in maniera marginale sulle decisioni delle famiglie.

## Je höher die Bildung desto häufiger wird auswärts eingekauft

## Più alta la formazione, più spesso si compra fuori provincia

Betrachtet man die Haushalte nach dem Studientitel der Bezugsperson, so zeigt sich deutlich, dass die Haushalte mit höherem Bildungsgrad vermehrt außerhalb des Landes ihre Einkaufsbedürfnisse decken. Während nahezu die Hälfte (47,9%) der Haushalte mit Universitätsdiplom oder Doktorat auch außerhalb Südtirols (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufe) einkauft, sind es bei Haushalten, deren Bezugsperson als höchsten Bildungsabschluss den Mittelschulabschluss oder den Grundschulabschluss aufweist, doch deutlich geringere 27,2% bzw. 13,0%.

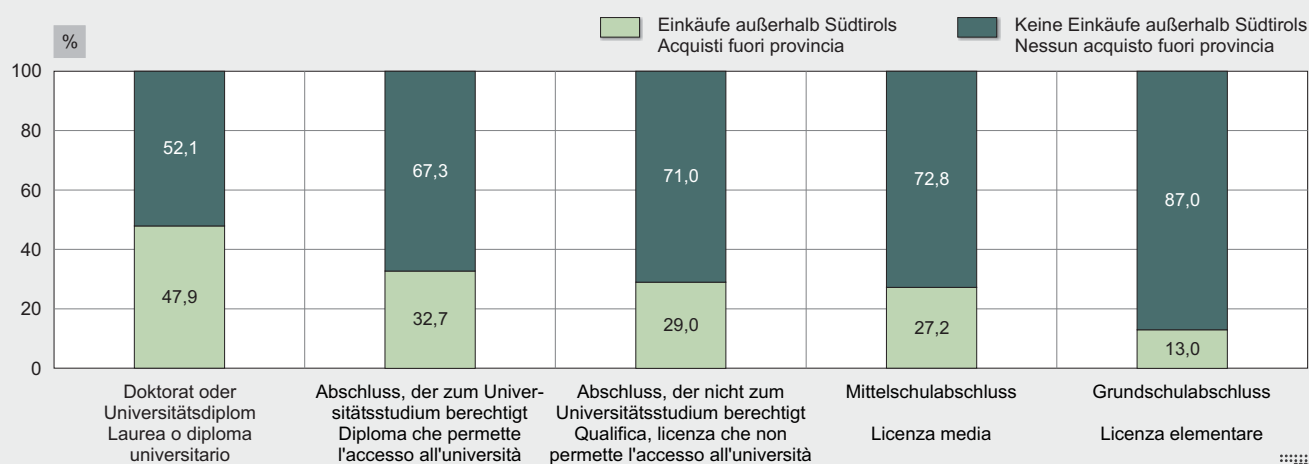

Osservando le famiglie in relazione al titolo di studio della persona di riferimento, risulta chiaramente che le famiglie con un più alto grado di istruzione coprono più spesso i loro bisogni di acquisto fuori provincia. Mentre quasi la metà (47,9%) delle famiglie con laurea o dottorato di ricerca compra anche fuori dell'Alto Adige (compresi commercio elettronico ed acquisti su catalogo), per le famiglie la cui persona di riferimento ha conseguito come più alto titolo di studio la licenza media o di scuola elementare, le percentuali scendono rispettivamente al 27,2% ed al 13,0%.

## Haushalte nach Kaufgewohnheit und Studientitel der Bezugsperson - 2012

Prozentuelle Verteilung

## Famiglie per abitudine di acquisto e titolo di studio della persona di riferimento - 2012

Composizione percentuale

© astat 2013 - sr 

Es zeigt sich zudem, dass eher jüngere Haushalte die Einkaufsmöglichkeiten außerhalb der Landesgrenzen nutzen. Während das durchschnittliche Alter der Bezugsperson des Haushalts bei jenen, die keine Einkäufe außerhalb Südtirols tätigen, bei knapp 60 Jahren liegt, liegt es bei den Haushalten, die einmalige oder auch wiederholte Einkäufe außerhalb Südtirols tätigen, um die 50 Jahre. Auch die Haushaltsgröße scheint ein einflussreicher Faktor zu sein. Die durchschnittliche Haushaltsgröße steigt von 2,3 Personen bei jenen, die keine Einkäufe außerhalb durchführen, über 2,9 Personen bei jenen, die einmalige Einkäufe durchführen auf bis zu 3,2 Personen bei den Haushalten, die mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb Südtirols tätigen. Daraus lässt sich die Vermutung ableiten, dass besonders Familien mit Kindern außerhalb Südtirols attraktive Angebote finden.

Si registra, inoltre, che sono le famiglie più giovani ad utilizzare le possibilità di acquisto al di fuori dei confini provinciali. Mentre l'età media della persona di riferimento delle famiglie che non fanno acquisti fuori dell'Alto Adige è di poco inferiore ai 60 anni, tale media è di circa 50 anni per le famiglie che acquistano una o più volte fuori provincia. La dimensione della famiglia sembra essere anch'essa un fattore influente. La grandezza media sale dalle 2,3 persone della famiglia che non effettua acquisti fuori provincia alle 2,9 persone di quella che effettua un singolo acquisto fino alle 3,2 persone delle famiglie che effettuano i molteplici e ripetuti acquisti fuori provincia. Ciò suggerisce l'ipotesi che siano soprattutto le famiglie con bambini a trovare fuori provincia offerte vantaggiose.

Tab. 2

## Haushalte, Durchschnittsalter der Bezugsperson und durchschnittliche Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Kaufgewohnheit - 2012

## Famiglie, età media della persona di riferimento e numero medio di componenti familiari per abitudine di acquisto - 2012

GÜTERART	Haushalte	Alter (Jahre) der Bezugsperson	Anzahl der Haushaltsmitglieder	TIPOLOGIA DI BENE ACQUISTATO
	Famiglie	Età (anni) della persona di riferimento	Numero dei componenti familiari	
	%	Mittelwert / Valore medio		
Keine Einkäufe außerhalb Südtirols	72,2	59	2,3	Nessun acquisto fuori provincia
Einmalige Einkäufe außerhalb Südtirols	(a) 19,3	51	2,9	Acquisti occasionali fuori provincia
Mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb von Südtirol	(a) 10,9	50	3,2	Acquisti ripetuti fuori provincia
<b>Insgesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>56</b>	<b>2,5</b>	<b>Totale</b>

(a) Haushalte mit Einkäufen außerhalb von Südtirol können diese einmalig und/oder mehrmals tätigen und deshalb in beide der oben genannten Kategorien fallen. Aus diesem Grund weicht die Summe der prozentuellen Verteilung von 100% ab.  
Le famiglie possono effettuare acquisti al di fuori della provincia di Bolzano una volta e/o più volte e pertanto possono rientrare contemporaneamente in entrambe le casistiche menzionate sopra (acquisti occasionali e acquisti ripetuti). Per questo motivo la somma della composizione percentuale può non essere uguale al 100%.

## Auswärts sind Bekleidung und Lebensmittel die beliebtesten Produkte

Die Südtiroler Haushalte, die gelegentlich und/oder regelmäßig außerhalb Südtirols einkaufen (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufe), erwerben vor allem *Bekleidung* und *Lebensmittel*. An dritter Stelle nach Beliebtheit liegen *andere Güter* (vor allem Körperpflegeprodukte und Hausputzmittel).

## Abbigliamento e alimentari sono i prodotti preferiti fuori provincia

Le famiglie altoatesine che, occasionalmente e/o regolarmente, acquistano fuori dell'Alto Adige (inclusi commercio elettronico e acquisti su catalogo), comprano soprattutto *abbigliamento* e *prodotti alimentari*. Al terzo posto nelle preferenze vi sono gli *altri beni* (soprattutto prodotti per la cura del corpo e prodotti per la pulizia della casa).

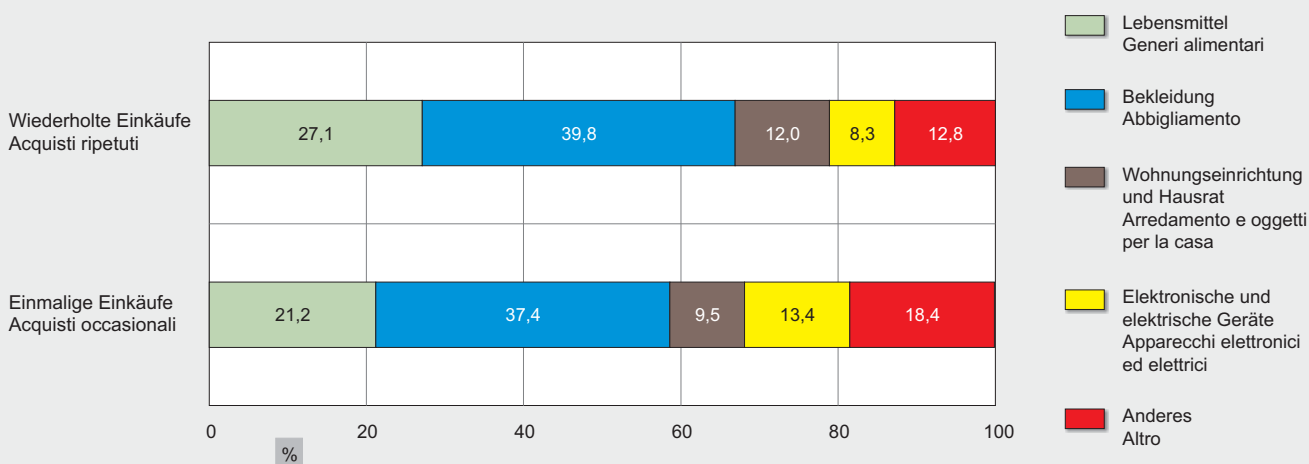
Graf. 6


### Einkäufe außerhalb Südtirols nach Kaufgewohnheit und Güterart - 2012

Prozentuelle Verteilung

### Acquisti fuori provincia per abitudine di acquisto e tipologia di bene acquistato - 2012

Composizione percentuale



© astat 2013 - sr 

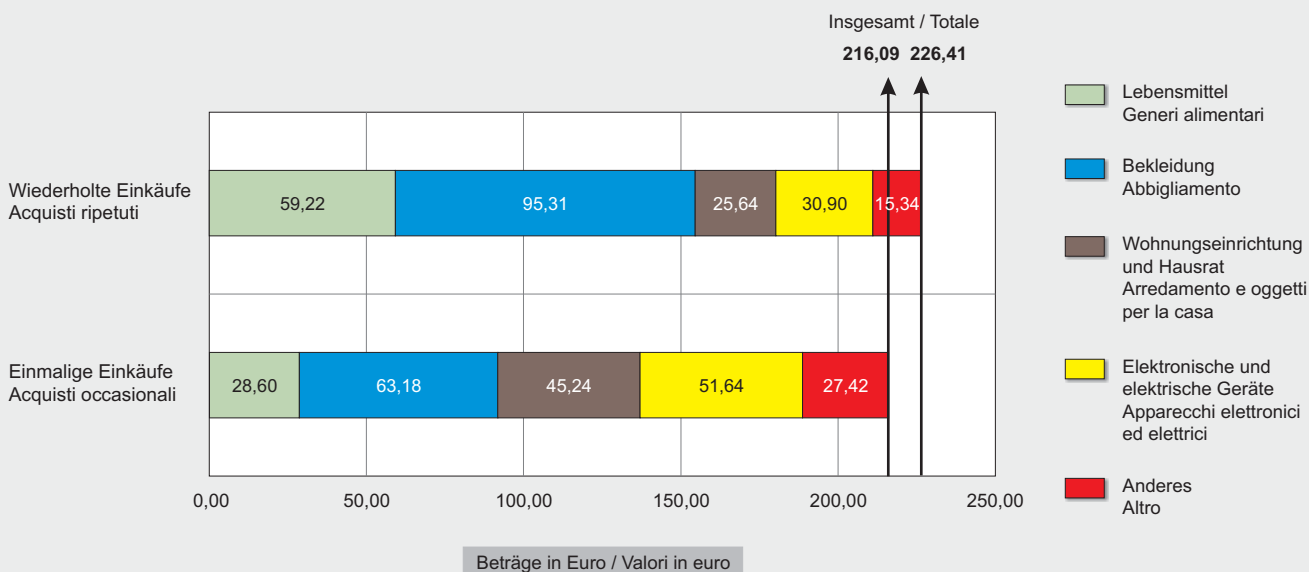
Graf. 7


### Durchschnittliche Ausgaben bei den Einkäufen außerhalb Südtirols nach Kaufgewohnheit und Güterart - 2012

Werte in Euro

### Spesa media degli acquisti fuori provincia per abitudine e tipologia di bene acquistato - 2012

Valori in euro



© astat 2013 - sr 

*Bekleidung und Lebensmittel* sind auch jene Güter, für welche die Südtiroler Haushalte außerhalb des Landes am meisten Geld ausgeben. Deutlich dahinter folgen die *elektronischen und elektrischen Geräte, Wohnungseinrichtung und Hausrat* sowie die *anderen Güter*. Im Vergleich zum Vorjahr geben sowohl die regelmäßigen (von 308,74 auf 226,41 Euro) als auch die gelegentlichen „Auswärtskäufer“ (von 258,18 Euro auf 216,09 Euro) im Schnitt weniger aus. Für den Rückgang der durchschnittlichen Ausgaben zeichnen vor allem geringere Ausgaben bei der *Bekleidung* als auch für *Lebensmittel* verantwortlich.

*Abbigliamento e prodotti alimentari* sono anche quei beni, per i quali le famiglie altoatesine spendono più denaro. Seguono poi chiaramente distanziati gli *apparecchi elettronici ed elettrici, l'arredamento e oggetti per la casa e gli altri beni*. In confronto all'anno precedente spendono in media di meno, sia gli acquirenti fuori provincia abituali (da 308,74 a 226,41 euro) sia quelli occasionali (da 258,18 a 216,09 euro). Responsabili per la diminuzione della spesa media sono soprattutto le minori spese per l'*abbigliamento*, così come per i *prodotti alimentari*.

## Anmerkungen zur Methodik

Die Erhebung über die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte wurde vom ASTAT in Zusammenarbeit mit den Gemeinden Südtirols, die auch an der ISTAT-Erhebung zum Verbrauch der Südtiroler Haushalte für das Jahr 2012 beteiligt waren, durchgeführt. Die Haushalte werden im Rahmen einer persönlichen Befragung (face to face) befragt, um das Kaufverhalten der Südtiroler Haushalte zu ermitteln. Die an der Erhebung zum Verbrauch teilnehmenden Haushalte werden nach dem Zufallsprinzip aus dem Melderegister der Stichprobengemeinden gezogen, wobei das Stichprobenverfahren des Istat angewandt wird, das die Anzahl und den Wohnort der Haushalte berücksichtigt und somit die Repräsentativität der Daten auf Landesebene gewährleistet.

Um einen Überblick über die Schätzqualität der Erhebungen in den einzelnen Jahren zu erhalten, werden in der folgenden Übersicht einige statistische Kennzahlen für den geschätzten Anteil der Haushalte, die außerhalb Südtirols einkaufen, angeführt.

Übersicht 1 / Prospetto 1

### Stichprobengröße, absoluter und relativer Standardfehler und Konfidenzintervall für den Anteil der Südtiroler Haushalte, die außerhalb Südtirols einkaufen - 2005-2012

#### Numerosità campionaria, errore standard assoluto e relativo e intervallo di confidenza per la quota delle famiglie altoatesine, che acquistano fuori dell'Alto Adige - 2005-2012

ERHEBUNGSJAHR ANNO DI RILEVAZIONE	Stichproben- größe Numerosità campionaria	Geschätzter Anteil Percentuale stimata	Absoluter Standardfehler Errore standard assoluto	Relativer Standardfehler Errore standard relativo	Konfidenzintervall (p=95) Intervallo di confidenza (p=95)	
					untere Grenze limite inferiore	obere Grenze limite superiore
		%	%	%	%	%
2005	704	35,7	1,8	5,1	32,1	39,2
2006	685	31,0	1,8	5,7	27,5	34,4
2007	701	34,1	1,8	5,3	30,6	37,6
2008	640	35,2	1,9	5,4	31,5	38,9
2009	639	27,7	1,8	6,4	24,2	31,2
2010	636	22,2	1,6	7,4	19,0	25,4
2011	634	27,1	1,8	6,5	23,6	30,6
2012	616	27,8	1,8	6,4	24,3	31,3

Zur korrekten Interpretation der Ergebnisse sei darauf hingewiesen, dass die Anzahl der Haushalte, die laut Angaben außerhalb Südtirols einkaufen, stark von der Stichprobe der für die Erhebung berücksichtigten Gemeinden (sprich der

Per interpretare correttamente i risultati di questa rilevazione va sottolineato che il numero di famiglie che dichiarano di effettuare acquisti fuori provincia dipende fortemente dal campione dei comuni selezionati per la rilevazione. Questa



Wohnsitzgemeinden der Befragten) abhängt. Diese Auswahl wird Jahr für Jahr im Rahmen der Untersuchung des Istat über den Verbrauch der privaten Haushalte getroffen und für diese Erhebung übernommen. Fallen Grenzgemeinden in die Stichprobe, ist es plausibel, dass der Anteil der Haushalte steigt, die jenseits der Landesgrenzen einkaufen. Im Jahr 2012 fielen die folgenden Gemeinden in die Stichprobe: *Algund, Bozen, Bruneck, Eppan a.d.Weinstr., Kaltern a.d.Weinstr., Klausen, Margreid a.d.Weinstr., Meran, Natz-Schabs, Pfitsch, St.Martin in Thurn, Terlan, Tiers und Vintl.*

selezione viene adottata di anno in anno, nell'ambito della concomitante indagine Istat sui Consumi delle famiglie e utilizzata anche in questa rilevazione. Se nel campione rientrano comuni prossimi ai confini provinciali è plausibile che aumenti la percentuale di famiglie che si spinge oltre confine per effettuare lo shopping. Nel 2012 sono stati selezionati i seguenti Comuni: *Appiano s.s.d.vino, Bolzano, Brunico, Caldaro s.s.d.vino, Chiusa, Lagundo, Magrè s.s.d.vino, Merano, Naz-Sciaves, San Martino in Badia, Terlano, Tires, Val di Vizze e Vandoies.*

**Hinweise für die Redaktion:** Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:  
Horst Fuchs, Tel. 0471 41 84 12.

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

**Indicazioni per la redazione:** Per ulteriori informazioni si prega di rivolgersi a:  
Horst Fuchs, tel. 0471 41 84 12.

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).