

**Abteilung 8 - Landesinstitut für Statistik**

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

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

Auszugsweiser oder vollständiger Nachdruck mit Quellenangabe (Herausgeber und Titel) gestattet  
Halbmonatliche Druckschrift, eingetragen mit Nr. 10 vom 06.04.89 beim Landesgericht Bozen  
Verantwortlicher Direktor: Alfred Aberer

**Ripartizione 8 - Istituto provinciale di statistica**

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

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

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

# astatinfo

Nr. **40**

08/2010

## Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte

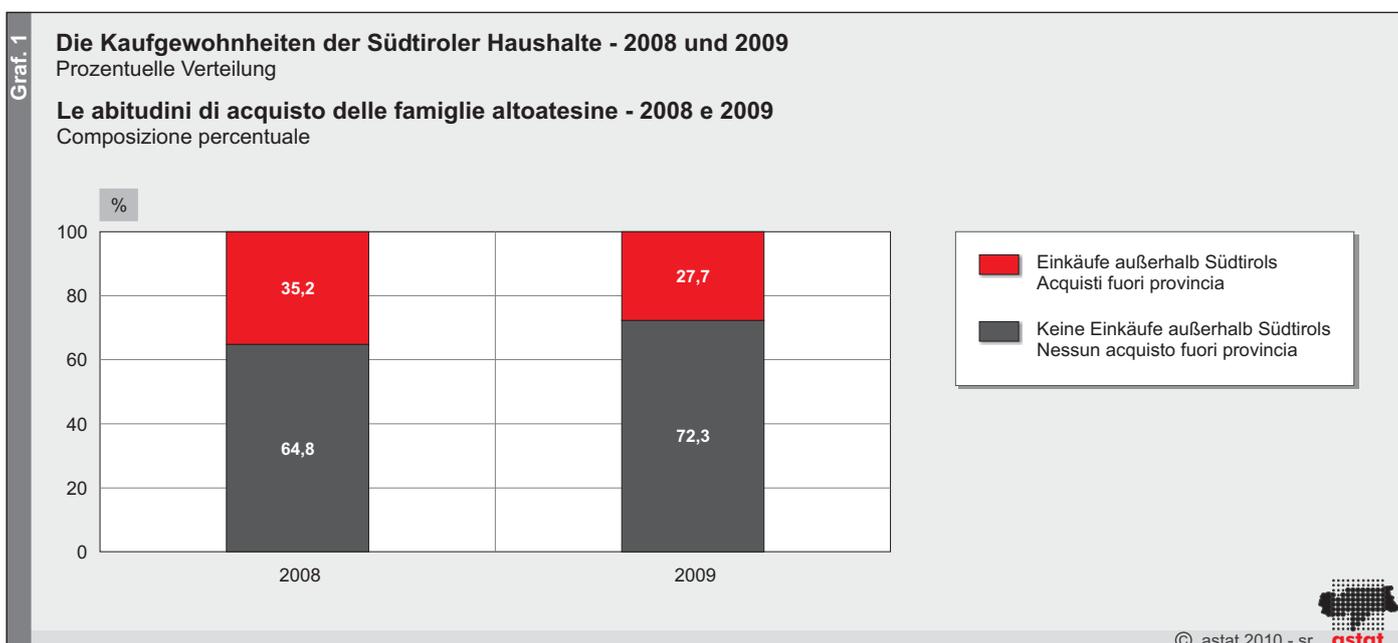
2009

Das Ziel dieser Erhebung, die das Landesinstitut für Statistik (ASTAT) vor fünf Jahren erstmals durchführte, ist es, im Zeitverlauf die Veränderungen der Kaufendenzen, Geschmäcker und vor allem der Konsumgewohnheiten der in Südtirol ansässigen Familien zu verfolgen, auch angesichts einer sich kontinuierlich verändernden konjunkturellen Situation. Die Ergebnisse der Erhebung sind aus keiner anderen Quelle ersichtlich und stellen ein grundlegendes Mittel dar, um

## Le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine

2009

L'obiettivo di questa rilevazione, che l'Istituto provinciale di Statistica (ASTAT) ha avviato cinque anni fa, è quello di seguire nel tempo i cambiamenti nelle tendenze di acquisto, nei gusti e soprattutto nelle abitudini di consumo delle famiglie residenti in provincia di Bolzano anche alla luce di una situazione congiunturale in continua evoluzione. I risultati dell'indagine, oltre a non essere ottenibili da altre fonti, costituiscono uno strumento fondamentale per valutare l'adeguatez-



den derzeitigen Ablauf der Prozesse im lokalen Wirtschafts- und Sozialsystem beurteilen zu können. Dies ist besonders wichtig in einer Zeit, in der der Handelssektor in Südtirol ganz im Zeichen von Erneuerung und Veränderung steht.

Im Jahr 2009 beteiligten sich 639 Familien an der *Erhebung zu den Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte*. Die befragten Haushalte lieferten Informationen zu ihren Kaufgewohnheiten, wie etwa den bevorzugten Einkaufszielen, der Häufigkeit und den entsprechenden Gründen für Einkäufe außerhalb des Landes, sowie zur Art der bevorzugten Einkaufsstrukturen oder Vertriebsnetze.

Die wichtigsten Ergebnisse der Erhebung lassen einen besonderen Trend erkennen: Im Vergleich zum Jahr 2008 ging die Anzahl der Familien, die Einkäufe außerhalb Südtirols tätigten, um 7,5 Prozentpunkte zurück, während die durchschnittlichen Ausgaben stiegen, sowohl bei den Gelegenheitskäufern (+19,6%) als auch bei denjenigen, die regelmäßig außerhalb des Landes einkaufen (+12,3%). Zur korrekten Interpretation der Ergebnisse sei darauf hingewiesen, dass die Anzahl der Haushalte, die laut Angaben im Ausland einkaufen, stark von der Auswahl der für die Erhebung berücksichtigten Gemeinden 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. Während die Erhebung im Jahr 2008 die Familien der Grenzgemeinde Sterzing betraf, fiel die Wahl 2009 vorrangig auf die Gemeinden des Passeier- und des Eisacktals, die weiter von der österreichischen Grenze und der zum Trentino entfernt sind. Diese Entfernung spiegelte sich auch in dem im Ausland investierten Budget wider. Es ist möglich, dass aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Lage, die Notwendigkeit einer Einschränkung der Fixspesen zu einer geringeren Anzahl an Auswärtseinkäufen, verbunden mit höheren jeweiligen Ausgaben, geführt hat.

Mehr als ein Viertel der Südtiroler Haushalte tätigt Einkäufe außerhalb des Landes

Im Jahr 2009 haben 27,7% der Südtiroler Haushalte angegeben, Einkäufe (einschließlich Katalog- und Internetkäufen) außerhalb des Landes getätigt zu haben. 21,0% der befragten Haushalte haben vorwiegend Gelegenheitskäufe getätigt, während 7,7% regelmäßig jenseits der Grenzen ihre Einkäufe erledigten. Einige Haushalte gaben an, sowohl Gelegenheitskäufe als auch regelmäßige Einkäufe außerhalb des Landes getätigt zu haben. Im Vergleich zum Vorjahr sind vor allem die regelmäßigen Auswärtseinkäufe zurückgegangen (13,0% der Familien im Jahr 2008). Dies unterstreicht die Tatsache, dass die Regelmäßigkeit der Einkäufe außerhalb des Landes in engem Zusammenhang mit der geografischen Lage des Fami-

za dei processi in atto nel sistema economico e sociale locale in un momento in cui le richieste di rinnovamento e i segnali di cambiamento del comparto commerciale altoatesino sono sotto gli occhi di tutti.

Nel 2009 l'indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine ha coinvolto complessivamente 639 famiglie. I singoli nuclei familiari intervistati hanno fornito indicazioni sulle proprie abitudini di acquisto esprimendo delle preferenze sulla destinazione, sulla frequenza e conseguente motivazione degli acquisti fuori provincia nonché sulla tipologia di struttura o rete distributiva preferita per lo shopping.

I principali risultati dell'indagine evidenziano un trend particolare: rispetto al 2008 diminuisce di 7,5 punti percentuali il numero di famiglie che si reca fuori provincia per effettuare acquisti mentre aumenta l'esborso medio a trasferta sostenuto sia dagli acquirenti occasionali (+19,6%) sia dagli habitués dello shopping in trasferta (+12,3%). Per interpretare correttamente i risultati occorre sottolineare che, sulla numerosità delle famiglie che dichiarano di effettuare lo shopping in trasferta, giocano un ruolo fondamentale i comuni campione che di anno in anno vengono selezionati per partecipare alla concomitante indagine Istat sui Consumi delle famiglie e che sono quindi i comuni di residenza delle famiglie rispondenti. Mentre nel 2008 l'indagine ha coinvolto le famiglie del principale "centro di frontiera" Vipiteno, nel 2009 la scelta è ricaduta in prevalenza sui comuni della Val Passiria e della Valle Isarco, più lontani dai confini austriaci o trentini. Le distanze hanno inciso anche sul budget investito fuori provincia. La necessità di comprimere le spese fisse, in un periodo particolarmente difficile dal punto di vista economico, può aver spinto le famiglie ad optare per un numero inferiore di trasferte a fronte di un investimento maggiore di risorse.

Oltre un quarto delle famiglie altoatesine fa acquisti fuori provincia

Nel 2009 il 27,7% delle famiglie altoatesine ha dichiarato di aver effettuato acquisti fuori provincia (compresi gli acquisti da catalogo e su internet). Il 21,0% delle famiglie intervistate ha effettuato prevalentemente acquisti occasionali mentre il 7,7% ha varcato regolarmente i confini provinciali per effettuare lo shopping. Alcuni nuclei familiari hanno segnalato di aver effettuato sia acquisti occasionali sia acquisti ripetuti fuori provincia. Rispetto all'anno precedente sono diminuite soprattutto le trasferte ripetute (la percentuale di famiglie nel 2008 ammontava al 13,0%) a riprova del fatto che la frequenza degli spostamenti oltre provincia è strettamente correlata alla localizzazione della residenza familiare, in prossimità o meno dei confini pro-

lienwohnsitzes steht, also damit, ob sich dieser in unmittelbarer Nähe der Landesgrenzen befindet oder nicht.

vinciali.

Tab. 1

**Haushalte, Durchschnittsalter der Bezugsperson und durchschnittliche Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Kaufgewohnheit - 2009**

**Famiglie, età media della persona di riferimento e numero medio di componenti familiari per abitudine di acquisto - 2009**

	Haushalte	Alter der Bezugsperson	Anzahl der Haushaltsmitglieder	
	Famiglie	Età della persona di riferimento	Numero dei componenti familiari	
	%	Mittelwert	Mittelwert	
		Valore medio	Valore medio	
Keine Einkäufe außerhalb von Südtirol	72,3	57	2,4	Nessun acquisto fuori provincia
Einmalige Einkäufe außerhalb von Südtirol	(a) 21,0	49	3,1	Acquisti occasionali fuori provincia
Mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb von Südtirol	(a) 7,7	45	2,8	Acquisti ripetuti fuori provincia
<b>Insgesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>55</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 si discosta dal valore 100%.

**Die jungen Familien bevorzugen das Einkaufen außerhalb Südtirols**

Es sind weiterhin hauptsächlich die jungen Haushalte, in denen die Bezugsperson jünger als 40 Jahre ist und einen Mittelschul-, Oberschul- oder Universitätsabschluss besitzt, die außerhalb Südtirols einkaufen.

**Le famiglie giovani prediligono lo shopping fuori provincia**

I nuclei familiari giovani in cui la persona di riferimento ha un'età inferiore ai 40 anni e possiede un diploma di scuola media, superiore o di laurea si confermano i principali sostenitori della pratica dello shopping fuori provincia.

Tab. 2

**Haushalte nach Kaufgewohnheit, Altersklasse, Familienstand und Studientitel der Bezugsperson - 2009**

Prozentuelle Verteilung

**Famiglie per abitudine di acquisto, classe di età, stato civile e titolo di studio della persona di riferimento - 2009**

Distribuzione percentuale

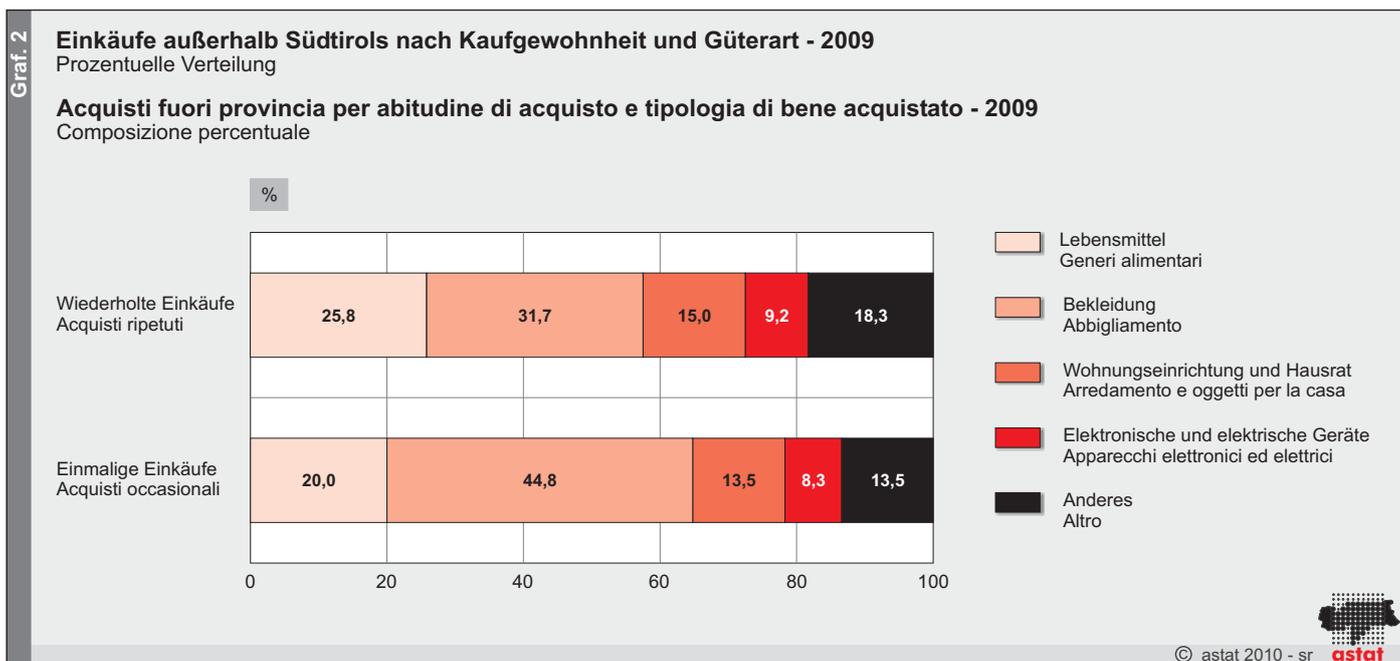
SOZIODEMOGRAPHISCHE MERKMALE DER BEZUGSPERSON	Einkäufe außerhalb von Südtirol Acquisti fuori provincia		CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE DELLA PERSONA DI RIFERIMENTO
	Nein/No	Ja/Sì	
<b>Altersklassen (Jahre)</b>			<b>Classi di età (anni)</b>
16-40	57,7	42,3	16-40
41-65	70,7	29,3	41-65
über 65	86,9	13,1	oltre i 65
<b>Insgesamt</b>	<b>72,3</b>	<b>27,7</b>	<b>Totale</b>
<b>Familienstand</b>			<b>Stato civile</b>
Ledig	66,0	34,0	Celibe/nubile
Verheiratet	68,1	31,9	Coniugato/a
Getrennt	84,8	15,2	Separato/a
Geschieden	87,5	12,5	Divorziato/a
Verwitwet	89,4	10,6	Vedovo/a
<b>Insgesamt</b>	<b>72,3</b>	<b>27,7</b>	<b>Totale</b>
<b>Studientitel</b>			<b>Titolo di studio</b>
Grundschulabschluss	82,8	17,2	Licenza elementare
Mittelschulabschluss	74,7	25,3	Licenza media
Fachdiplom	66,3	33,7	Diploma di qualifica
Matura	60,4	39,6	Diploma di maturità
Doktorat oder Universitätsabschluss	67,5	32,5	Laurea o diploma universitario
<b>Insgesamt</b>	<b>72,3</b>	<b>27,7</b>	<b>Totale</b>

## Außerhalb des Landes wird vor allem Bekleidung gekauft

Die am meisten nachgefragten Güter der Südtiroler Familien, die außerhalb der Provinz einkaufen, sind nach wie vor Bekleidungsartikel. Weiters ergibt sich, sowohl für die Gelegenheits- als auch für regelmäßige „Auswärtskäufer“, folgende Reihung der bevorzugten Güterarten: Lebensmittel, andere Güter (vor allem Spielsachen, Bücher, Reinigungs- und Körperpflegeprodukte), Einrichtungsgegenstände und Hausrat sowie elektronische und elektrische Geräte.

## Fuori provincia si acquistano soprattutto capi di abbigliamento

Gli articoli di maggior richiamo per le famiglie altoatesine che si recano fuori provincia ad effettuare acquisti rimangono i capi di abbigliamento. A seguire, sia gli occasionali che gli abitudinari dello shopping in trasferta scelgono di acquistare in ordine di preferenza: generi alimentari, altre tipologie di beni (in particolare giocattoli, libri, articoli per la pulizia della casa e la cura della persona), articoli di arredamento e oggettistica per la casa ed apparecchi elettronici ed elettrici.



## Die durchschnittlichen Ausgaben pro Auswärtseinkauf steigen

Im Verhältnis zum Jahr 2008 erfuhr das Budget der Südtiroler Familien für Einkäufe außerhalb des Landes einen bedeutenden Anstieg. Im Jahr 2009 haben die Familien, die gelegentlich die Provinz verließen um Einkäufe zu tätigen, im Durchschnitt **216 Euro** (180 Euro im Jahr 2008) pro Auswärtseinkauf ausgegeben, während sich dieser Betrag bei Familien mit wiederholten Einkäufen außerhalb der Landesgrenzen auf **240 Euro** belief (214 Euro im Jahr 2008). Am meisten wurde für Bekleidung ausgegeben. Es folgen bei den Gelegenheitseinkäufern andere Arten von Gütern sowie Einrichtungsgegenstände und bei den wiederholten Einkäufern Lebensmittel und elektronische bzw. elektrische Geräte.

## Aumenta l'esborso medio a trasferta

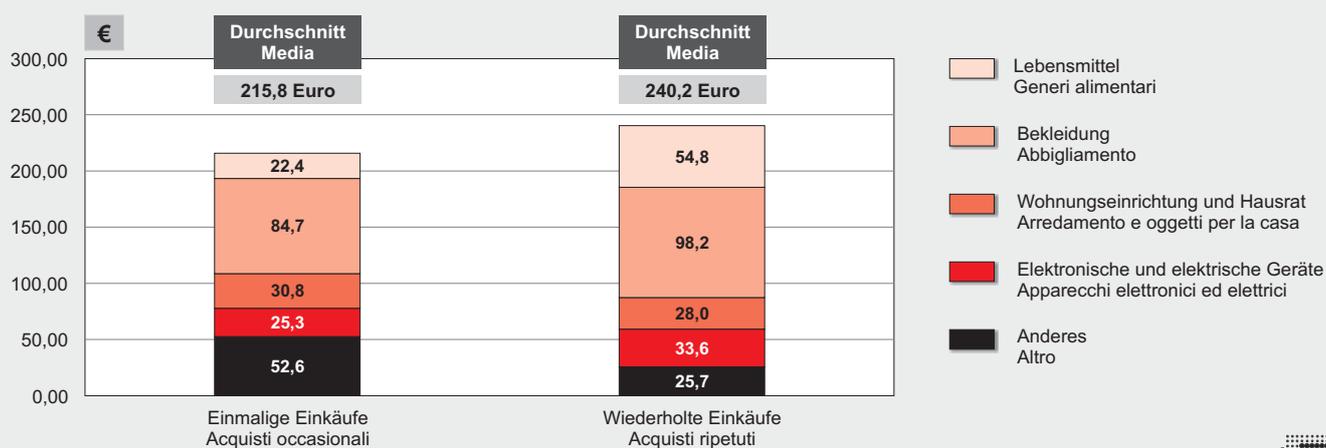
Rispetto al 2008, il budget destinato dalle famiglie altoatesine allo shopping fuori provincia ha subito un significativo aumento. Nel 2009 le famiglie che si sono recate occasionalmente fuori provincia ad effettuare i propri acquisti hanno sostenuto in media una spesa pari a **216 euro** a trasferta (180 euro nel 2008) mentre coloro che hanno fatto dello shopping fuori provincia una routine hanno sostenuto un esborso medio pari a **240 euro** (214 euro nel 2008). Le risorse maggiori sono state investite nei capi di abbigliamento seguiti, nel caso degli acquisti occasionali, da altre tipologie di beni e da articoli di arredamento e, nel caso degli acquisti ripetuti, dai generi alimentari e dagli apparecchi elettronici ed elettrici.

**Durchschnittliche Gesamtausgaben nach Kaufgewohnheit und Güterart - 2009**

Beträge in Euro

**Spesa media totale per abitudine di acquisto e tipologia di bene acquistato - 2009**

Valori in euro



© astat 2010 - sr



### Die Familien kaufen dort ein, wo die Preise am günstigsten sind

Im Rahmen eines allgemeinen Konsumrückgangs, der sich in einer Rationalisierung der Kaufentscheidungen und demnach in der Beschränkung auf die notwendigsten Waren bemerkbar macht, gewinnt die Möglichkeit eines preiswerten Einkaufs immer mehr an Bedeutung. Aus der Erhebung ist dieser Aspekt klar ersichtlich: Für 70,8% der befragten Haushalte sind die günstigeren Preise der Hauptgrund, um außerhalb Südtirols einzukaufen. Die Auswahl, und damit die Möglichkeit aus einer breiteren Produktpalette wählen zu können, ist für 21,1% der Familien wichtig, während das Angebot von qualitativ hochwertigen Produkten und zusätzliche Dienste (z.B. Parkplätze, Garantien, fachliche Beratung) von 8,2% der Haushalte als ausschlaggebende Kaufgründe genannt werden.

### Le famiglie acquistano dove i prezzi sono più vantaggiosi

In un contesto di contrazione generalizzata dei consumi in cui le famiglie hanno dovuto razionalizzare le proprie scelte di acquisto privilegiando tipologie di beni strettamente necessari, la possibilità di spuntare prezzi più convenienti acquisisce ancora maggiore importanza nell'orientare le scelte di acquisto. Dall'indagine emerge chiaramente quest'aspetto: per il 70,8% dei nuclei familiari intervistati la possibilità di ottenere prezzi migliori è la motivazione principale che spinge le famiglie a recarsi fuori provincia per lo shopping. L'assortimento, e quindi la disponibilità di una gamma più vasta di articoli dello stesso tipo fra i quali scegliere, viene considerato rilevante per il 21,1% delle famiglie, mentre l'offerta di articoli di standard qualitativo più elevato e la presenza di numerosi servizi accessori (vedasi parcheggi, garanzie, consigli specializzati) sono stati menzionati come elementi determinanti delle scelte di acquisto complessivamente dall'8,2% delle famiglie.

Tab. 3

**Einkäufe außerhalb von Südtirol nach Kaufkriterium und Güterart - 2009**

Prozentuelle Verteilung

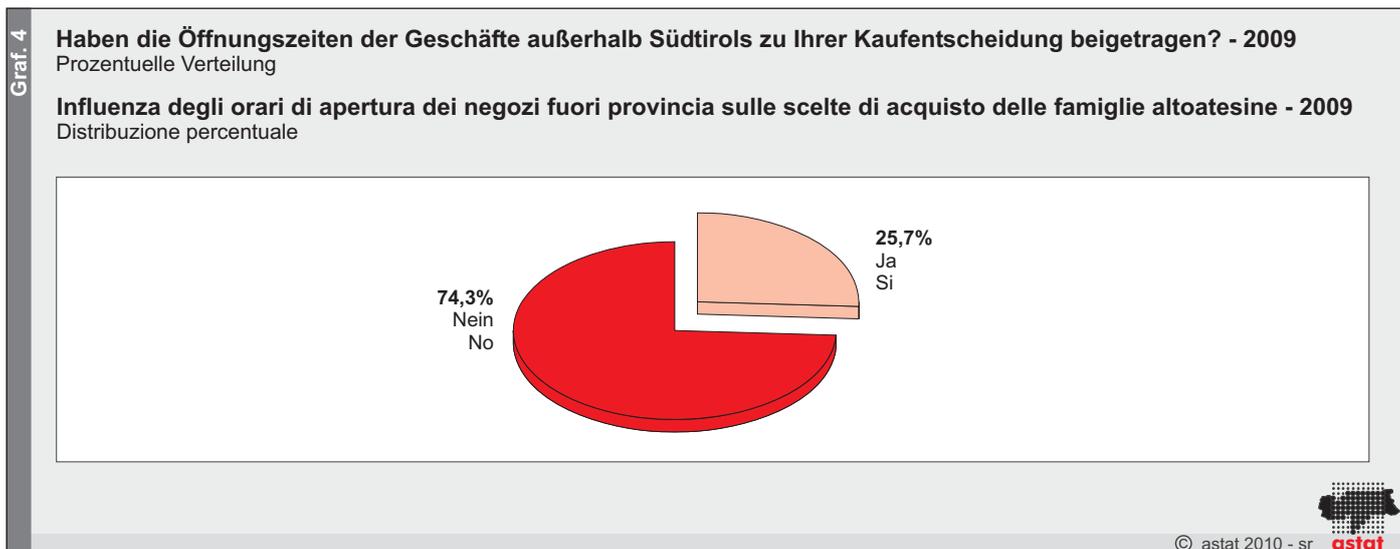
**Acquisti fuori provincia per motivazione dell'acquisto e tipologia di bene acquistato - 2009**

Distribuzione percentuale

GÜTERART	Kaufkriterien / Motivazione dell'acquisto					Insgesamt Totale	TIPOLOGIA DI BENE ACQUISTATO
	Qualität Qualità	Auswahl Assortimento	Preis Prezzo	Service Servizi			
Lebensmittel	9,6	22,9	67,5	-	<b>100,0</b>	Generi alimentari	
Bekleidung	5,2	20,1	74,0	0,6	<b>100,0</b>	Abbigliamento	
Wohnungseinrichtung und Hausrat	9,6	17,3	71,2	1,9	<b>100,0</b>	Arredamento e oggetti per la casa	
Elektronische und elektrische Geräte	2,9	22,9	74,3	-	<b>100,0</b>	Apparecchi elettronici ed elettrici	
Anderes	10,7	23,2	64,3	1,8	<b>100,0</b>	Altro	
<b>Insgesamt</b>	<b>7,4</b>	<b>21,1</b>	<b>70,8</b>	<b>0,8</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>	

Nur ein Viertel der befragten Haushalte (25,7%) nennt die Flexibilität bezüglich Öffnungszeiten und -tagen (durchgehende oder sonntägliche Öffnungszeiten) als einen ausschlaggebenden Faktor um außerhalb Südtirols einzukaufen.

Solo un quarto dei nuclei familiari intervistati (25,7%), ritiene che la flessibilità nelle giornate e negli orari di apertura dei negozi (orario continuato, aperture domenicali) sia un fattore determinante per gli acquisti fuori provincia.

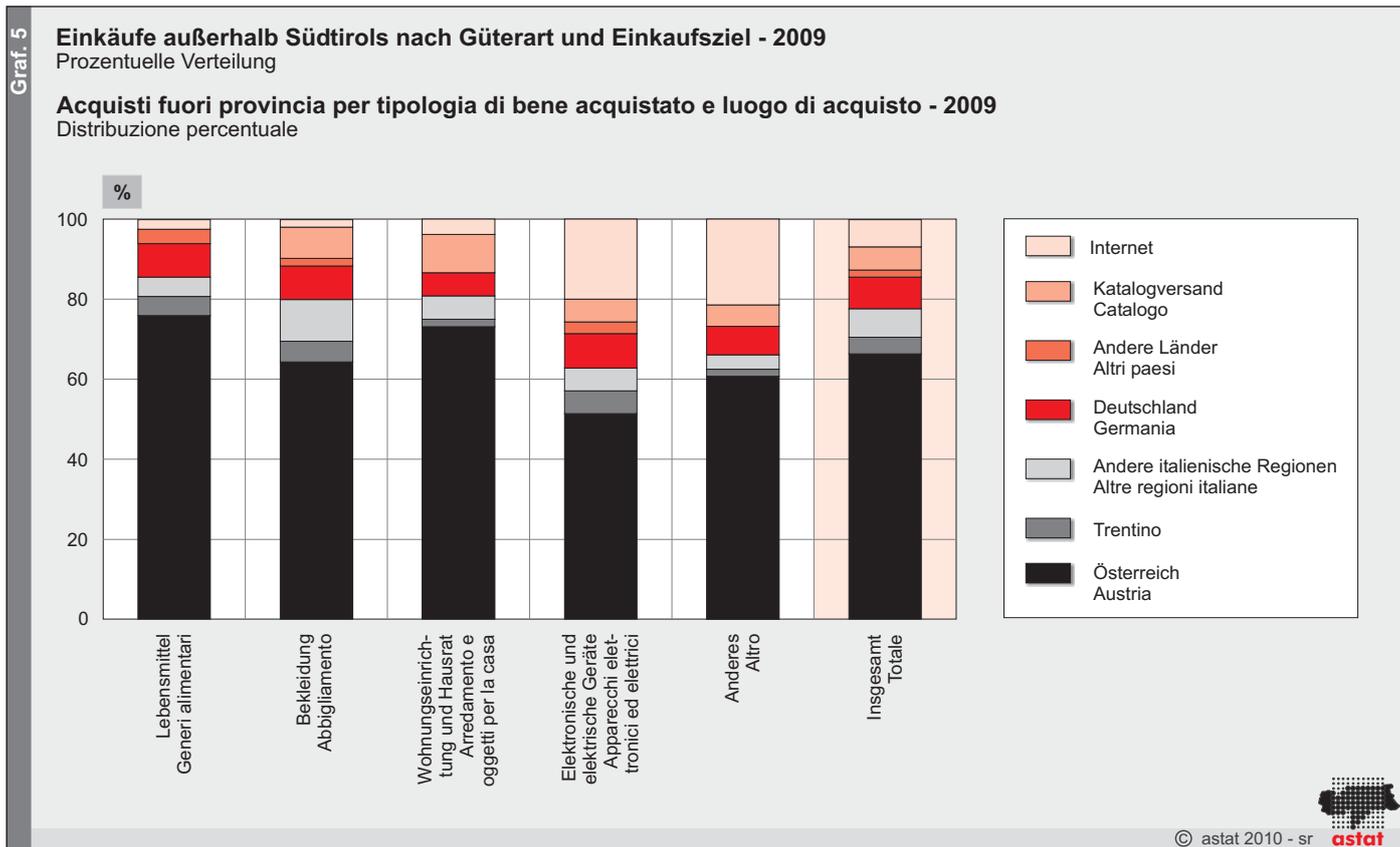


**Österreich und Deutschland sind die Ziele der Südtiroler**

Das traditionelle Einkaufsziel der Südtiroler, die außerhalb des Landes einkaufen, ist Österreich, bereits zum zweiten Mal gefolgt von Deutschland und den anderen italienischen Regionen. Auf dem vierten Platz,

**Austria e Germania le mete degli altoatesini**

La meta tradizionale degli altoatesini che prediligono lo shopping in trasferta è l'Austria seguita, per il secondo anno consecutivo, dalla Germania e dalle Altre regioni italiane. Al quarto posto, ma destinata sicura-



aber vor allem bei den jüngeren Haushalten immer beliebter, ist der Einkauf im Internet. Er bietet nämlich in vielen Fällen günstigere Preise und ein breiteres Sortiment, ohne sich von zuhause entfernen zu müssen. Es folgen der Katalogversand, Einkäufe im Trentino und in anderen Ländern.

Das Einkaufszentrum ist weiterhin der beliebteste Ort der Südtiroler, um Auswärtseinkäufe zu tätigen. Die großen Einkaufsstrukturen sind für die meisten Einkäufe sehr attraktiv. Nur für die „anderen“ Güter, also Spielsachen, Bücher, Reinigungs- und Körperpflegeprodukte, wählen die Familien spezialisierte Geschäfte.

## Methodische Aspekte

Die *Erhebung über die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte* wurde vom ASTAT in Zusammenarbeit mit den Gemeinden Südtirols, die auch an der ISTAT-Erhebung zum Konsumverhalten der Südtiroler Haushalte für das Jahr 2009 beteiligt waren, durchgeführt. Die Haushalte werden im Rahmen eines persönlichen Interviews (face to face) befragt und so das Kaufverhalten der Südtiroler Haushalte ermittelt. Die an der Erhebung zum Konsumverhalten teilnehmenden Haushalte werden nach dem Zufallsprinzip aus dem Melderegister der Stichprobengemeinden gezogen, wobei das Stichprobenverfahren des Istat angewandt wird, das die Anzahl und den Wohnort der Haushalte berücksichtigt und somit die Repräsentativität der Daten auf Landesebene gewährleistet.

Es handelt sich um eine Erhebung, die monatlich durchgeführt wird, wobei die Befragung zu jenen Einkäufen erfolgt, die jeweils in den drei Monaten vor der Befragung getätigt wurden.

mente a salire nelle preferenze soprattutto dei nuclei familiari più giovani, vi è la pratica degli acquisti via internet ovvero il canale attraverso il quale ottenere prezzi migliori e beneficiare di una gamma più vasta di articoli senza muoversi di casa. Seguono gli acquisti da catalogo, in Trentino e in Altri Paesi.

Il centro commerciale si conferma il luogo preferito dagli altoatesini per lo shopping fuori provincia. Le grandi strutture commerciali sono un forte richiamo per la maggior parte degli acquisti. Solo per la voce "Altro", che racchiude giocattoli, libri, articoli per la pulizia della casa e la cura della persona, le famiglie si recano in negozi specializzati.

## Nota metodologica

L'*Indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine* è stata curata dall'Astat in collaborazione con i Comuni della provincia di Bolzano interessati dall'indagine Istat sui Consumi delle famiglie per l'anno 2009. Attraverso le interviste face to face realizzate dai rilevatori presso le stesse famiglie che hanno partecipato alla rilevazione sui consumi, è stato possibile tracciare un quadro sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine. Si rammenta che le famiglie che partecipano all'indagine sui Consumi vengono estratte in modo casuale dalle liste anagrafiche dei comuni campione, rispettando il disegno di campionamento previsto da Istat, il quale tiene conto della numerosità e della zona di residenza del nucleo familiare al fine di garantire la rappresentatività dei dati su scala provinciale.

Si tratta di una rilevazione condotta mensilmente nella quale viene chiesto di fornire indicazione in merito agli acquisti effettuati nei tre mesi precedenti la data dell'intervista.

*Ivonne Miotti*

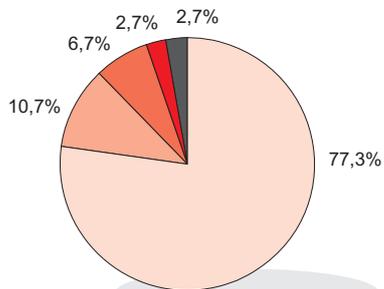
**Haushalte, die außerhalb Südtirols Einkäufe tätigen nach Geschäftstyp und Güterart - 2009**

Prozentwerte

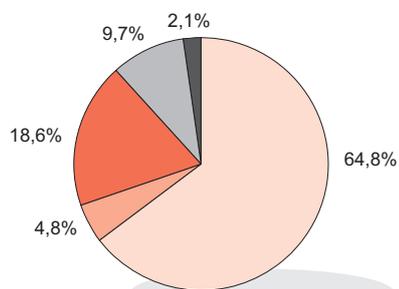
**Famiglie che effettuano acquisti fuori provincia per canale di acquisto preferito e tipologia di bene acquistato - 2009**

Valori percentuali

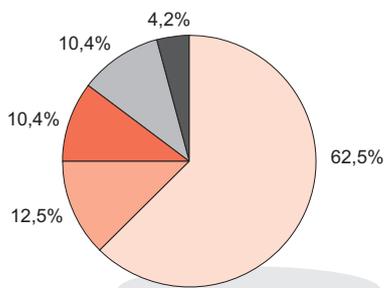
**Lebensmittel  
Generi alimentari**



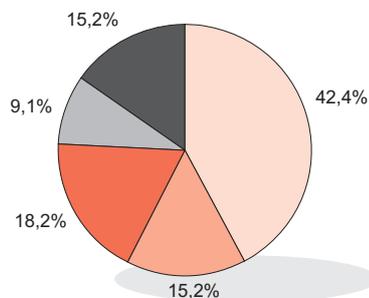
**Bekleidung  
Abbigliamento**



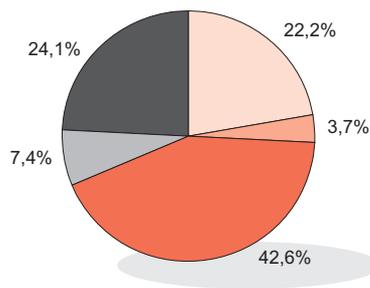
**Wohnungseinrichtung und Hausrat  
Arredamento e oggetti per la casa**



**Elektronische und elektrische Geräte  
Apparecchi elettronici ed elettrici**



**Anderes  
Altro**



-  Einkaufszentren  
Centro commerciale
-  Großhandel  
Commercio all'ingrosso
-  Spezialisiertes Fachgeschäft  
Negozio specializzato
-  Direkt vom Hersteller  
Direttamente dal produttore
-  Katalogversand  
Acquisto da catalogo
-  Internet