



astat info

Nr. 15
03/2012

Auswirkungen des Tourismus auf die Wirtschaft

Die Verwendung des Tourismus-Satellitenkontos

Hauptergebnisse

Der Tourismus wird häufig als „Motor der Südtiroler Wirtschaft“ bezeichnet. Dennoch scheint es sehr komplex, die Auswirkungen dieses Sektors quantitativ zu ermitteln. Insbesondere deshalb, weil der Tourismus kein richtiger Produktionssektor ist. Es gibt keine Wirtschaftsbranchen, die Tourismus „erzeugen“, auch wenn es Tätigkeiten gibt, die direkt oder indirekt von der Tourismuskonsumnachfrage abhängen.

Die Auswirkungen des Tourismus lassen sich am besten anhand des Tourismus-Satellitenkontos messen: Darin werden alle Arten von Tourismus dargestellt und zwar in monetären Werten. Die Implementierung des Tourismus-Satellitenkontos ermöglicht es, die Beziehungen zwischen Tourismuskonsumnachfrage und Produktion der Wirtschaftssektoren abzubilden.

Im Gegensatz zu den „klassischen“ Tourismusstatistiken, welche die Ankünfte und Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben erheben, bilden die Daten, die in dieser Studie für das Jahr 2008 erfasst wurden, den Anteil der **Tagesbesuche, die rund ein Drittel der Besuche** nach Südtirol ausmachen, und der **Übernachtungen in Zweitwohnungen oder bei Freunden**, die **15%** aller Übernachtungen entsprechen, ab. Die Attraktivität Südtirols als Urlaubsziel zeigt sich im starken Urlauberstrom nach Südtirol und

Impatto economico del turismo

L'utilizzo del Conto Satellite del Turismo

Risultati principali

Il turismo viene spesso definito come "motore dell'economia altoatesina". Tuttavia misurare l'impatto di questo settore in termini quantitativi appare piuttosto complesso. Ciò innanzitutto perché il turismo non è un vero e proprio settore produttivo. Non esistono infatti branche economiche che "producono" turismo, bensì esistono attività che dipendono in modo diretto o indiretto dalla domanda turistica.

Il Conto satellite del Turismo è lo strumento che meglio si adatta a misurare l'impatto del turismo: in esso vengono esplicitate tutte le tipologie di turismo, e ciò in termini monetari; la sua implementazione permette di evidenziare le relazioni fra la domanda turistica e la produzione dei settori economici.

Rispetto alle "classiche" statistiche sul turismo, che rilevano gli arrivi ed i pernottamenti negli esercizi ricettivi, i dati ottenuti in questo studio, e relativi al 2008, mostrano l'incidenza delle **visite in giornata, pari a più di un terzo delle visite** verso l'Alto Adige, e dei **pernottamenti in seconde case o presso amici, pari al 15%** dei pernottamenti totali. L'attrattività dell'Alto Adige come meta turistica viene messa in evidenza dall'intenso flusso verso l'Alto Adige rispetto al modesto flusso in uscita. In termini monetari, ciò viene pale-

im bescheidenen Urlauberstrom aus Südtirol hinaus. Aus monetärer Sicht spiegelt sich dies in einem **deutlich positiven Saldo der Tourismusbilanz (3 Milliarden Euro)** wider.

Die **Konsumausgaben der Touristen** in Südtirol betragen **3,7 Milliarden Euro**. Sie aktivieren direkt eine **Wertschöpfung von 1,7 Milliarden Euro** bzw. **11,2% der Bruttowertschöpfung Südtirols**. Berücksichtigt man auch die **indirekten Effekte** des touristischen Konsums, steigt die Tourismuswertschöpfung auf **12,4%** und auf **16,2%**, wenn auch die **induzierten Effekte** geschätzt werden. Die Wirtschaftsbranchen, welche die größten Vorteile aus dem Tourismus ziehen, sind neben dem *Gastgewerbe* (63,7% der Wertschöpfung werden vom Tourismus aktiviert) die Branchen *Immobilien-geschäfte und Vermietung beweglicher Sachen* (20,9%), *Verkehr, Lagerung und Kommunikation* (16,8%) und *Handel* (12,3%).

Die Auswirkungen des Tourismus auf die lokale Wirtschaft sind noch größer, wenn die **Effekte auf die Beschäftigung** berücksichtigt werden. In diesem Fall betragen die Auswirkungen des Tourismus 15,3% der gesamten Beschäftigten, **17,9%** einschließlich der induzierten Effekte. Zieht man schließlich auch die Auswirkungen infolge der **Investitionen** des *Gastgewerbes* heran, nähert sich der Anteil dem Wert von **20%**.

Die oben beschriebenen Ergebnisse stammen aus einer detaillierten Analyse der Tabellen des Tourismus-Satellitenkontos, die in Zusammenarbeit mit dem „Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana (IRPET)“⁽¹⁾ implementiert wurde. Die detaillierten Zahlen und Beschreibungen werden in den folgenden Absätzen vertieft.

sato da un **saldo della bilancia turistica nettamente positivo (3 miliardi di euro)**.

I **consumi dei turisti** all'interno dell'Alto Adige ammontano a **3,7 miliardi di euro**. Essi attivano direttamente un **valore aggiunto di 1,7 miliardi di euro**, ovvero l'**11,2% del valore aggiunto lordo provinciale**. Considerando anche gli **effetti indiretti** derivanti dai consumi turistici, il valore aggiunto del turismo sale al **12,4%**, al **16,2%** stimando anche l'**indotto**. Le branche di attività economica che traggono maggiori vantaggi dal turismo sono, oltre agli *Alberghi e ristoranti* (il 63,7% del valore aggiunto è attivato dal turismo), le *Attività immobiliari e di noleggio* (20,9%), i *Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni* (16,8%) e il *Commercio* (12,3%).

L'impatto del turismo sull'economia locale risulta ancora più incisivo se si considerano gli **effetti sull'occupazione**. In questo caso l'impatto del turismo ammonta al 15,3% del totale occupati, al **17,9%** con l'indotto. Infine, valutando anche gli effetti derivanti dagli **investimenti** della branca *Alberghi e ristoranti*, ci si avvicina alla quota del **20%**.

I risultati sopra descritti derivano da un'analisi dettagliata delle tavole del Conto Satellite del Turismo implementata in collaborazione con l'Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana (IRPET)⁽¹⁾. I dettagli, sia numerici che descrittivi, vengono approfonditi nei seguenti paragrafi.

Das Tourismus-Satellitenkonto

Das Landesinstitut für Statistik (ASTAT) hat die Bedeutung des Tourismus für Südtirol erkannt und will dieser über die Erstellung eines eigenen Tourismus-Satellitenkontos (Tourism Satellite Account - TSA) Rechnung tragen. Dabei sollte Abhilfe gegen die Beschränkungen der amtlichen Tourismusstatistiken geschaffen werden, insbesondere in Bezug auf die Tatsache, dass:

1. sie nicht alle Tourismusarten berücksichtigen. Man denke dabei an die Tagesbesuche oder an die Urlauber, die nicht in Beherbergungsbetrieben untergebracht sind, sondern in Zweitwohnungen oder bei Freunden und Verwandten (kostenlose Unterkünfte);

Il Conto Satellite del Turismo

L'Istituto Provinciale di Statistica (ASTAT) ha riconosciuto l'importanza del turismo per l'Alto Adige, ed ha inteso valorizzarla attraverso la creazione di un proprio Conto Satellite del Turismo (CST). L'obiettivo perseguito è stato quello di porre rimedio ai limiti delle statistiche ufficiali sul turismo, ed in particolare al fatto che esse:

1. non tengono conto di tutte le tipologie turistiche; si pensi alle visite in giornata (escursionismo) o ai turisti che non alloggiano in strutture ricettive, bensì nelle seconde case o presso amici e parenti (alloggi gratuiti);

⁽¹⁾ Die digitalen Tabellen sind im Internet auf der Homepage des ASTAT (www.provinz.bz.it/astat) unter dem Themenbereich „Tourismus“ und „BIP und volkswirtschaftliche Gesamtrechnung“ verfügbar. Bezüglich der methodologischen Aspekte sei auf die Publikation „Das Tourismus-Satellitenkonto für Südtirol - 2005“, ASTAT Schriftenreihe Nr. 148, verwiesen.

Le tavole in formato elettronico sono disponibili online, nel sito dell'ASTAT (www.provincia.bz.it/astat) all'interno delle tematiche "Turismo" e "PIL e conto economico". Per gli aspetti metodologici si rinvia al volume "Il conto satellite del turismo per l'Alto Adige - 2005", collana ASTAT n. 148.

2. sie keine monetären Werte erfassen und es somit nicht ermöglichen, den Betrag des touristischen Konsums zu ermitteln.

Im Vergleich zu den klassischen Erhebungen bei den Beherbergungsbetrieben erweitert das TSA den Erhebungsbereich. Zur Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen der Gäste in den Beherbergungsbetrieben werden die anderen Arten von Touristen wie Tagesbesucher und die Personen, die kostenlos untergebracht sind, hinzugezählt. Das bedeutendste Element ist die Verwendung von **monetären Werten** über die Abbildung der **touristischen Konsumausgaben**. Auf der Seite des internen Angebots hebt das TSA die Produktion der tourismuscharakteristischen Wirtschaftsbranchen hervor. Über das **Verhältnis zwischen Nachfrage und Angebot** können der Anteil der touristischen Konsumausgaben am Gesamtangebot ermittelt und die **direkten Effekte des touristischen Konsums** in den einzelnen Wirtschaftsbranchen quantifiziert werden. Das Ergebnis ist die **Tourismuswertschöpfung**, also die Wertschöpfung, die direkt von den internen touristischen Konsumausgaben aktiviert wird.

Die dargestellten Daten beziehen sich auf 2008, das letzte Jahr, für das derzeit der Großteil der Quellen verfügbar ist. Obwohl es sich nicht um aktuelle Daten handelt, stellt die Studie einen unerlässlichen Bezugspunkt dar, um die Hauptmerkmale der Südtiroler Tourismuswirtschaft zu verstehen. Bei den Daten, die den Interessierten zur Verfügung gestellt werden, handelt es sich um Strukturdaten. Die Analyse der Daten erlaubt es also, die Interpretation auf die aktuelle Situation auszuweiten.

Die Tourismustypologien

Im Jahr 2008 wurden in Südtirol 9,6 Millionen Besuche aus touristischen Gründen gezählt. Die meisten, genauer gesagt 8,2 Millionen, kommen von außerhalb des Landes (**Einreiseverkehr**). Berücksichtigt man die Übernachtungen, sticht die Stärke des Einreiseverkehrs noch mehr hervor: Die 32,6 Millionen Übernachtungen entfallen fast gänzlich auf diese Komponente.

Betrachtet man die Wohnbevölkerung Südtirols, ergeben sich für das Jahr 2008 insgesamt 4,9 Millionen Reisen. Die Südtiroler haben in den meisten Fällen (3,5 Millionen) Urlaubsziele außerhalb des Landes gewählt (**Ausreiseverkehr**). Die übrigen 1,4 Millionen Reisen führten zu Zielen innerhalb Südtirols (**Binnenreiseverkehr**). Dies ist ein bemerkenswertes Ergebnis für ein relativ kleines Gebiet und verweist auf das besondere Interesse der einheimischen Bevölkerung für das eigene Land.

Interessant sind die Ergebnisse bezüglich der Tourismussegmente, die von den amtlichen Statistiken „vernachlässigt“ werden. Die **Tagesbesuche** werden vor

2. non rilevano valori monetari e non permettono quindi di determinare l'ammontare del consumo turistico.

Rispetto alle classiche rilevazioni effettuate presso gli esercizi ricettivi, il CST amplia il campo di osservazione. Al numero di arrivi e presenze degli ospiti negli esercizi ricettivi vengono aggiunte altre tipologie di turisti, quali gli escursionisti e coloro che alloggiano in forma gratuita. L'elemento più rilevante è l'impiego di **valori monetari**, mediante la rappresentazione **dei consumi turistici**. Sul fronte dell'offerta interna il CST mette in evidenza la produzione nelle branche economiche caratteristiche del comparto turistico. La **relazione fra domanda e offerta** consente di determinare l'incidenza del consumo turistico sull'offerta totale e 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.

I dati presentati si riferiscono al 2008, ultimo anno per il quale attualmente è disponibile la maggior parte delle fonti. Pur non trattandosi di dati recenti, lo studio rappresenta un riferimento imprescindibile per capire le caratteristiche fondamentali dell'economia turistica altoatesina. Le informazioni messe a disposizione degli utenti sono di tipo strutturale. L'analisi dei dati permette quindi di estendere l'interpretazione anche alla situazione attuale.

Le tipologie di turismo

Nel 2008 si sono contate in Alto Adige 9,6 milioni di visite a scopo turistico. La maggior parte di queste, più precisamente 8,2 milioni, proviene da fuori provincia (**turismo inbound**). Prendendo in considerazione i pernottamenti emerge ancor di più l'intensità del turismo inbound: i 32,6 milioni di presenze vanno attribuiti quasi completamente a questa componente.

Concentrando l'attenzione sulla popolazione residente in provincia di Bolzano, emerge come nel 2008 quest'ultima abbia effettuato in totale 4,9 milioni di viaggi. In maggioranza (3,5 milioni) gli altoatesini hanno scelto mete fuori provincia (**turismo outbound**). La restante parte, pari 1,4 milioni di viaggi, va attribuita a destinazioni all'interno della provincia (**turismo domestico**). Un risultato apprezzabile per una realtà territoriale relativamente piccola, a dimostrazione di una particolare attenzione della popolazione locale per la propria terra.

Interessante evidenziare i risultati che emergono per i segmenti di turismo "trascurati" dalle statistiche ufficiali. Le **visite in giornata** sono molto praticate dalla

allem von der einheimischen Bevölkerung durchgeführt und zwar sowohl mit Ziel außerhalb Südtirols (73,3% dieser Ausflüge dauern nur einen Tag) als auch innerhalb der Landesgrenzen (89,2%). Umgekehrt verhält es sich mit den Südtirolbesuchern aus dem Ausland und aus den anderen italienischen Regionen: Nur 28,8% dieser Besuche sind Tagesbesuche. In Bezug auf die Nutzung von **kostenlosen Unterkünften** für touristische Zwecke ist das Bild weniger heterogen: Ihr Anteil an den gesamten Übernachtungen beträgt 14,8% des Einreiseverkehrs und 36,4% des Ausreiseverkehrs.

popolazione locale, sia con destinazione fuori provincia (il 73,3% di tali viaggi viene effettuato in giornata) che al suo interno (89,2%). Diverse invece le abitudini dei visitatori dell'Alto Adige provenienti dall'estero o dalle altre regioni italiane: soltanto il 28,8% delle visite viene effettuato in giornata. Quanto all'utilizzo di **alloggi gratuiti** per scopi turistici, emerge un quadro meno eterogeneo: sul totale dei pernottamenti la quota da attribuire a questo segmento varia dal 14,8% dei turisti inbound, al 36,4% dei turisti outbound.

Tab. 1

Besuche und Übernachtungen nach Tourismustypologie - 2008

In Tausend

Visite e pernottamenti per tipologia di turismo - 2008

Migliaia

ZIEL	Herkunft Provenienza		Insgesamt Totale	DESTINAZIONE
	Südtirol Alto Adige	Italien oder Ausland Italia o estero		

Besuche / Visite

Südtirol <i>davon Tagesbesuche</i>	1.379 89,2%	8.190 28,8%	9.569 37,5%	Alto Adige <i>di cui in giornata</i>
Italien oder Ausland <i>davon Tagesbesuche</i>	3.529 73,3%			Italia o Estero <i>di cui in giornata</i>
Insgesamt <i>davon Tagesbesuche</i>	4.908 77,8%			Totale <i>di cui in giornata</i>

Übernachtungen / Pernottamenti

Südtirol <i>davon in kostenlosen Unterkünften</i>	556 26,7%	32.067 14,8%	32.623 15,0%	Alto Adige <i>di cui in alloggi gratuiti</i>
Italien oder Ausland <i>davon in kostenlosen Unterkünften</i>	4.812 36,4%			Italia o Estero <i>di cui in alloggi gratuiti</i>
Insgesamt <i>davon kostenlosen Unterkünften</i>	5.368 35,4%			Totale <i>di cui in alloggi gratuiti</i>

Legende: Tourismustypologien
Legenda: Tipologie di turismo

	Einreiseverkehr Turismo inbound
	Binnenreiseverkehr Turismo domestico
	Ausreiseverkehr Turismo outbound

	Inlandstourismus Turismo interno
	Nationaler Tourismus (der Südtiroler) Turismo nazionale (degli altoatesini)

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Touristischer Konsum und Wertschöpfung

Im Jahr 2008 betragen die Konsumausgaben der Touristen von außerhalb Südtirols 3.430 Millionen Euro. Die in Südtirol ansässigen Touristen gaben 149 Millionen Euro im Land selbst aus und 464 Millionen Euro jenseits der Landesgrenzen. Die **Tourismusbilanz**, sprich die Differenz zwischen den touristischen Ausgaben im Einreiseverkehr und jenen im Ausreiseverkehr, weist einen deutlich positiven Saldo von 2.967 Millionen Euro auf. Dies hebt die klare „Berufung“ Südtirols zum Urlaubsziel hervor. Allgemein gilt, dass

Consumo turistico e valore aggiunto

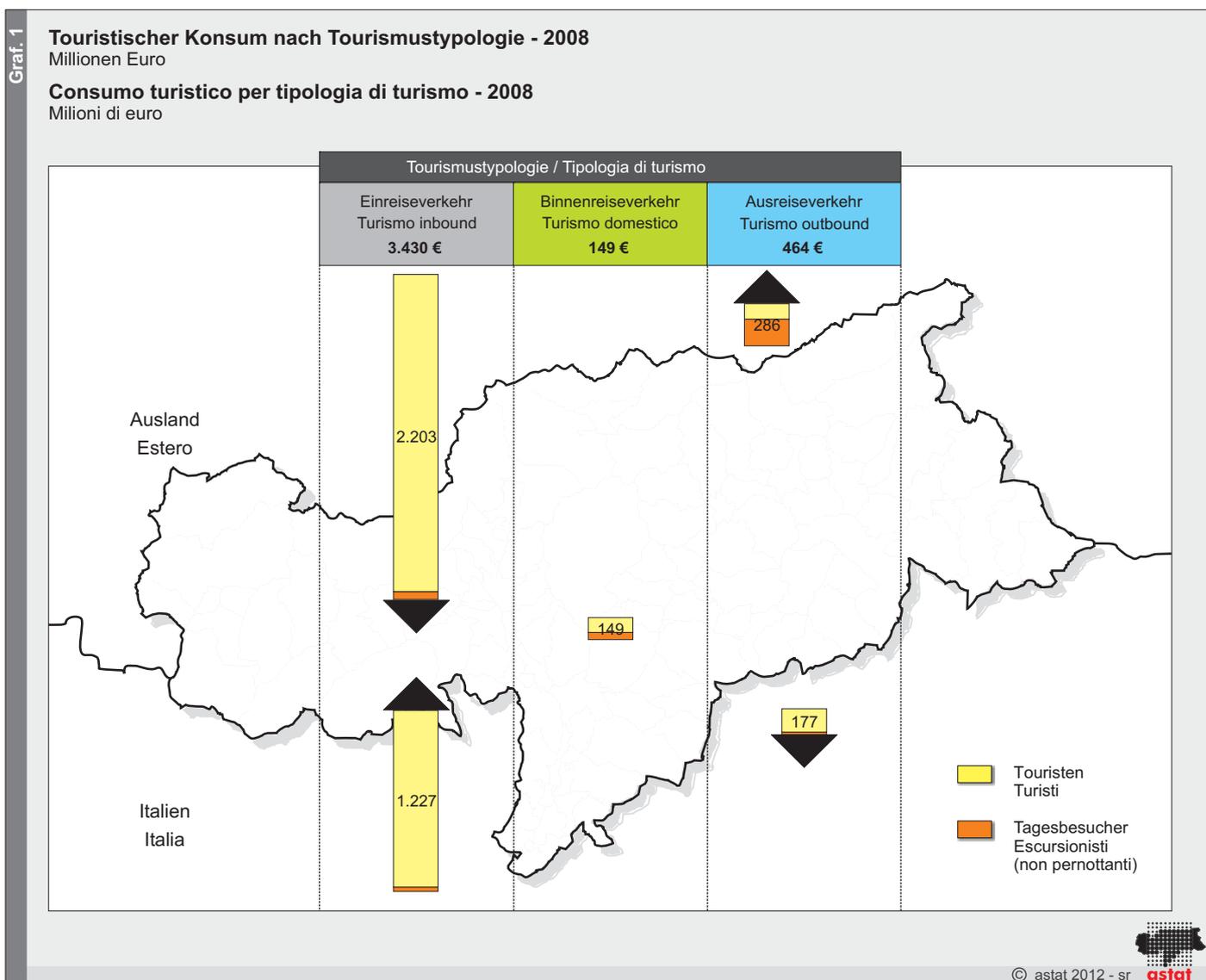
Nel 2008 i consumi dei turisti provenienti da fuori provincia sono ammontati a 3.430 milioni di euro. I turisti residenti in provincia hanno speso 149 milioni di euro all'interno della provincia e 464 milioni di euro fuori provincia. La **bilancia turistica**, cioè la differenza fra i consumi turistici in entrata (inbound) e quelli in uscita (outbound), segnala un saldo nettamente positivo, pari a 2.967 milioni di euro. Ciò dimostra la spiccata vocazione dell'Alto Adige quale destinazione turistica. In generale emerge come i consumi inbound superino

der Einreisekonsum den Ausreisekonsum übersteigt: Dies trifft sowohl gegenüber Italien (+1.050 Millionen Euro) als auch gegenüber dem Ausland (+1.917 Millionen Euro) zu. Die einzige Ausnahme sind die Konsumausgaben der Südtiroler Tagesbesucher im Ausland, die aufgrund der Tagesausflüge jenseits der Grenze (wahrscheinlich für den Einkauf von Konsumgütern) jene der ausländischen Tagesbesucher in Südtirol übersteigen.

Der **interne touristische Konsum** beläuft sich 2008 auf 3.680 Millionen Euro. Den größten Anteil an der Tourismusnachfrage in Südtirol hält der Einreiseverkehr mit 93,2% am gesamten internen touristischen Konsum. Der Großteil entfällt auf die ausländischen Gäste (58,4% der gesamten Konsumausgaben) und auf jene aus den anderen Regionen Italiens (32,5%). Der Binnenreiseverkehr trägt seinerseits zu 4,1% bei. Die „übrigen Komponenten“ der Nachfrage (Sachleistungen⁽²⁾) belaufen sich hingegen nur auf 2,7%.

quelli outbound, ciò avviene sia nei confronti dell'Italia (+1.050 milioni di euro) che dell'estero (+1.917 milioni di euro). Unica eccezione è rappresentata dai consumi degli escursionisti altoatesini verso l'estero che, a causa delle visite di un giorno effettuate oltre confine (presumibilmente per acquisti di beni di consumo), superano quelli esteri verso l'Alto Adige.

Il **consumo turistico interno**, nel 2008, è ammontato a 3.680 milioni di euro. La quota più consistente della domanda turistica in Alto Adige è coperta dal turismo inbound, rappresentante il 93,2% sul consumo turistico interno complessivo. La parte prevalente va attribuita ai turisti esteri (58,4% del totale dei consumi) e a quelli provenienti dalle altre regioni italiane (32,5%). Il turismo domestico detiene a sua volta una quota del 4,1%. Le "altre componenti" della domanda (trattasi di consumi in natura⁽²⁾) rappresentano invece solamente il 2,7%.



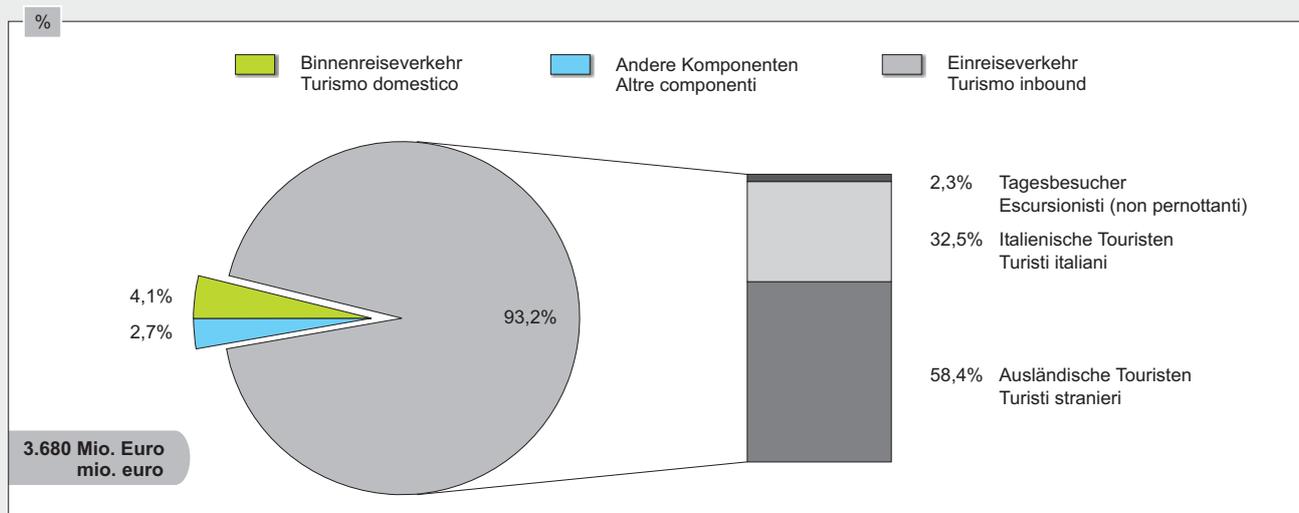
⁽²⁾ Neben den Geldleistungen (Einreise- und Binnenreiseverkehr) werden auch die Sachleistungen berücksichtigt (sie werden im TSA als „übrige Komponenten“ angeführt), die sich aus der monetären Schätzung von sehr unterschiedlichen Unterkomponenten ergeben. Diese reichen von den Konsumausgaben in Form von Sachleistungen der Haushalte (z.B. Eigennutzung der Zweitwohnungen) über die sozialen Transfers in Form von Sachleistungen (z.B. Leistungen der Versicherungsansprüche und/oder Sozialversicherungsleistungen) bis zu den Ausgaben der Unternehmen für Dienstreisen. Oltre alle componenti in denaro (inbound e domestico) si considera anche il consumo in natura (nel CST viene indicato come "altre componenti"), derivato mediante la stima monetaria di sottocomponenti molto diverse, che vanno dalla spesa per consumi in natura delle famiglie (p.es. l'uso proprio di residenze secondarie), ai trasferimenti sociali in natura (p.es. prestazioni di sicurezza sociale e/o di assistenza sociale), sino alle spese delle imprese per viaggi di lavoro.

Interner touristischer Konsum nach Tourismustypologie - 2008

Prozentuelle Verteilung

Consumo turistico interno per tipologia di turismo - 2008

Composizione percentuale



Eines der Hauptziele des TSA ist es, die Tourismusnachfrage mit dem Angebot in Beziehung zu setzen, um die Wertschöpfung zu ermitteln, die direkt von den touristischen Konsumausgaben aktiviert und als **Tourismuswertschöpfung** bezeichnet wird.

Im Jahr 2008 beträgt die vom Tourismus erzeugte Wertschöpfung in Südtirol 1.731 Millionen Euro bzw. 11,2% der Südtiroler Bruttowertschöpfung. Die Wirtschaftstätigkeiten, die hauptsächlich zu diesem Ergeb-

Uno degli obiettivi principali del CST è quello di mettere in relazione la domanda turistica con l'offerta, allo scopo di determinare il valore aggiunto attivato direttamente dai consumi turistici e denominato **valore aggiunto del turismo**.

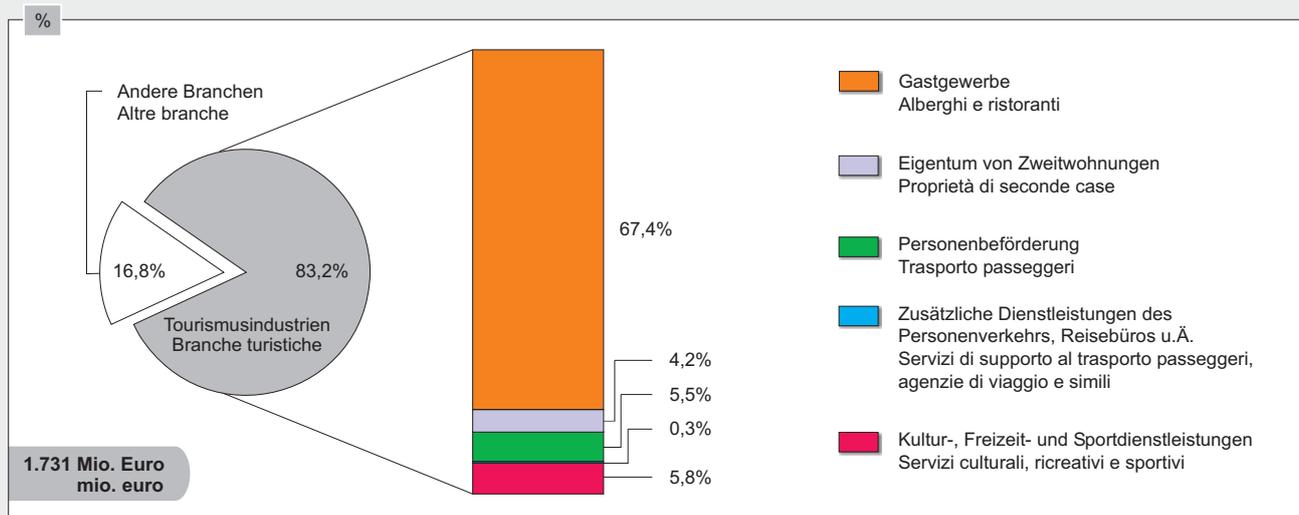
Nel 2008 il valore aggiunto prodotto in Alto Adige dal turismo è stato pari a 1.731 milioni di euro, ovvero l'11,2% del valore aggiunto lordo provinciale. Le attività economiche che contribuiscono maggiormente a

Tourismuswertschöpfung nach Wirtschaftsbranche - 2008

Prozentuelle Verteilung

Valore aggiunto del turismo per branca di attività economica - 2008

Composizione percentuale



nis beitragen, sind die tourismuscharakteristischen Branchen, insbesondere das *Gastgewerbe*, das 67,4% der Tourismuswertschöpfung produziert. Es folgen die Branchen *Kultur-, Freizeit- und Sportdienstleistungen* (5,8%), *Personenbeförderung* (5,5% der Tourismuswertschöpfung) und *Besitz von Zweitwohnungen* (4,2%). Dabei ist hervorzuheben, dass die *anderen Branchen*, die nicht direkt mit dem Tourismus zusammenhängen, 16,8% der Wertschöpfung produzieren. Dies zeigt, dass sie, auch wenn sie nicht eng mit dem Tourismus verbunden sind, Vorteile aus diesem Sektor ziehen.

Indirekte und induzierte Effekte des Tourismus auf die Südtiroler Wirtschaft

Das TSA beschränkt sich darauf, die direkten Effekte der touristischen Konsumausgaben auf die Wirtschaft zu untersuchen. Zieht man die Input-Output-Tabelle heran, kann die Analyse auch auf die indirekten und induzierten Effekte ausgeweitet werden⁽³⁾. Die erzielten Ergebnisse sind sehr interessant und zeigen den starken Einfluss auf, den der Tourismus auf die lokale Wirtschaft hat. In Südtirol erzeugen die **indirekten Effekte** (also Rohstoffe, Halbfertigwaren und von den Unternehmen angekaufte Dienstleistungen, die ihrerseits erzeugt werden müssen) einen Anstieg der Tourismuswertschöpfung um 172 Millionen Euro. Somit erreicht diese 1.903 Millionen Euro, d.h. 12,4% der gesamten Wertschöpfung. Berücksichtigt man auch die **induzierten Effekte** (also die Auswirkungen infolge der Wiederverwendung des Einkommens), steigt der Anteil der Tourismuswertschöpfung auf 16,2%.

Die Auswirkungen des Tourismus nehmen zu, wenn die **Beschäftigung** anstelle der Wertschöpfung herangezogen wird. Die Ergebnisse zeigen, dass 15,3% aller Vollzeitäquivalente aus direkt oder indirekt mit dem Tourismus verbundenen Tätigkeiten stammen. Dieser Anteil steigt auf 17,9%, wenn man die induzierten Effekte dazu nimmt. Dies erklärt sich mit der geringeren Produktivität (definiert als Verhältnis zwischen Wertschöpfung und Beschäftigten) im Tourismussektor, insbesondere im *Gastgewerbe*: Dieses beschäftigt sehr viele Arbeitskräfte, weist eine unterdurchschnittliche Produktivität auf und zeichnet sich durch einen hohen Grad an Saisonarbeit aus.

Der **Multiplikator des BIP**, der angibt, in welchem Ausmaß sich der interne touristische Konsum auf das BIP auswirkt, beträgt 88,1% unter Berücksichtigung

questo risultato sono quelle caratteristiche del turismo, ed in particolare la branca *Alberghi e ristoranti*, la quale genera il 67,4% del valore aggiunto del turismo. Seguono le branche *Servizi culturali, ricreativi e sportivi* (5,8%), *Trasporto passeggeri* (5,5% sul valore aggiunto del turismo) e *Proprietà di seconde case* (4,2%). Va sottolineato come le *Altre branche*, cioè quelle non connesse direttamente al turismo, generino il 16,8% del valore aggiunto. Ciò dimostra che, pur non essendo considerate branche strettamente legate al turismo, traggono vantaggio dalla presenza di tale settore.

Gli effetti indiretti ed indotti del turismo sull'economia altoatesina

Il CST si limita ad analizzare gli effetti diretti dei consumi turistici sull'economia. Avvalendosi della tavola Input-Output è possibile estendere l'analisi anche agli effetti indiretti ed indotti⁽³⁾. I risultati ottenuti sono molto interessanti e dimostrano il forte impatto che il turismo ha sull'economia locale. In Alto Adige gli **effetti indiretti** (cioè le materie prime, semilavorati e servizi acquistati dalle imprese che, a loro volta devono essere prodotti) provocano un aumento del valore aggiunto turistico pari a 172 milioni di euro, consentendo a quest'ultimo di attestarsi su un ammontare di 1.903 milioni di euro, ovvero il 12,4% del valore aggiunto complessivo. Considerando anche gli **effetti indotti** (cioè gli effetti che derivano dal riutilizzo del reddito), l'incidenza del valore aggiunto turistico sale al 16,2%.

L'impatto del turismo risulta maggiore se al posto del valore aggiunto si considera l'**occupazione**. I risultati dimostrano come sul totale delle unità di lavoro, il 15,3% derivi da attività legate in modo diretto o indiretto al turismo, e tale quota sale al 17,9% con l'indotto. Ciò si spiega con la minore produttività (definita come il rapporto tra valore aggiunto ed occupati) nel settore turistico, in particolare nella branca *Alberghi e ristoranti*: essa fa largo ricorso alla manodopera, con una produttività inferiore alla media, ed è contraddistinta da un alto grado di stagionalità.

Il **moltiplicatore del PIL**, dato dalla percentuale di valore che scaturisce dal consumo turistico interno, è pari all'88,1%, considerando anche gli effetti indotti.

⁽³⁾ Mit den I-O-Tabellen kann die gesamte Produktionssteigerung Schritt für Schritt berechnet werden. Bei der Schätzung der indirekten Effekte wurde ein Modell mit exogenem Konsum (Modell von Leontief) verwendet und bei jener der induzierten Effekte eines mit endogenem Konsum (Modell von Keynes). Die Ergebnisse der I-O-Tabelle sind in der Mitteilung „Strukturanalyse der Südtiroler Wirtschaft - Verwendung der Input-Output-Tabelle“, ASTAT-Info Nr. 13/2012 beschrieben. Bezüglich der methodologischen Aspekte sei auf die Publikation „Südtiroler Input-Output-Tabelle - 2005“, ASTAT Schriftenreihe Nr. 155, verwiesen. 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). I risultati derivanti dalla tavola I-O sono descritti nel notiziario “Analisi strutturale dell'economia altoatesina - L'utilizzo della Tavola Input-Output”, ASTAT-Info n. 13/2012. Per gli aspetti metodologici si rinvia al volume “Tavola Input-Output per l'Alto Adige - 2005”, collana ASTAT n. 155.

der induzierten Effekte. Infolge von täglichen Pro-Kopf-Ausgaben in der Höhe von 102 Euro aktiviert jeder touristische Aufenthalt (Übernachtungen und Tagesbesuche) 89,50 Euro des BIP. In Bezug auf die Beschäftigung wird geschätzt, dass je 1.000 Aufenthalte durchschnittlich 1,7 Vollzeitäquivalente (VZÄ) nachgefragt werden. Geht man von einer Änderung der Aufenthalte aus, kann die **Elastizität** des BIP und der VZÄ gemessen werden: Bei einer Zunahme der Aufenthalte um 1% steigt das BIP um 32,4 Millionen Euro und die VZÄ um 482,4 Einheiten.

Grazie ad un consumo pro capite giornaliero di 102 euro, ogni presenza turistica (pernottamenti e visite in giornata) attiva quindi 89,50 euro di PIL. In termini occupazionali, si stima che 1.000 presenze turistiche richiedono mediamente un impiego di 1,7 unità di lavoro (ULA). Ipotizzando una variazione delle presenze è possibile misurare l'**elasticità** su PIL e ULA: un incremento dell'1% nelle presenze turistiche provoca un aumento di 32,4 milioni di euro sul PIL e di 482,4 ULA.

Tab. 2

Multiplikatoren des BIP und der VZÄ (a) - 2008

Moltiplicatori di PIL e ULA (a) - 2008

	Maßeinheit Unità di misura	Werte Valori	
Multiplikatoren			Moltiplicatori
Multiplikator des BIP	%	88,1	Moltiplicatore del PIL
Multiplikator der Aufenthalte auf das BIP	Euro	89,5	Moltiplicatore di presenza turistica sul PIL
Multiplikator des touristischen Konsums (1 Million Euro) auf die VZÄ	VZÄ/ULA	13,1	Moltiplicatore di spesa turistica (1 milione di euro) sulle ULA
Multiplikator der Aufenthalte (1.000) auf die VZÄ	VZÄ/ULA	1,7	Moltiplicatore di presenze turistiche (1.000) sulle ULA
Elastizität (Zunahme der Aufenthalte um 1%)			Elasticità (aumento 1% delle presenze turistiche)
Zunahme des BIP	Mio. Euro	32,4	Aumento del PIL
Zunahme der VZÄ	VZÄ/ULA	482,4	Aumento delle ULA
Bezugsvariablen			Variabili di riferimento
Interner touristischer Konsum	Mio. Euro	3.680	Consumo turistico interno
Aktiviertes BIP	Mio. Euro	3.242	PIL attivato
Touristische Aufenthalte (Übernachtungen + Tagesbesuche)	1.000	36.214	Presenze turistiche (pernottamenti + visite in giornata)
Täglicher touristischer Pro-Kopf-Konsum	Euro	102	Consumo turistico pro capite giornaliero

(a) Vollzeitäquivalent
Unità di lavoro

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Die mit dem Tourismus verbundenen Wirtschaftssectoren

Neben dem Gesamtergebnis kann die gegenseitige Abhängigkeit zwischen dem Tourismus und den **Wirtschaftssectoren** überprüft werden. Zu diesem Zweck wird der Teil der Wertschöpfung, der von den touristischen Konsumausgaben aktiviert wird, von den einzelnen Produktionssectoren abgezogen. Auf diese Weise wird die Wertschöpfung um die Auswirkungen des Tourismus „bereinigt“. Berücksichtigt man die direkten und indirekten Effekte, so zeigt sich, dass der Tourismus mit 12,4% der gesamten Wertschöpfung der zweitwichtigste Sektor nach *Immobiliengeschäften und Vermietung beweglicher Sachen* ist (12,5%). Gleichzeitig liegt der Tourismus vor dem *Verarbeitenden Gewerbe* (11,6%), dem *Groß- und Einzelhandel; Reparatur von Kraftfahrzeugen und Kraftträdern* (8,9%) und dem *Baugewerbe* (9,1%). Weitet man die Analyse auf die induzierten Effekte aus, so zeigt sich die Vorrangstellung des Tourismus, der mit 16,2% vor allen anderen Wirtschaftsbranchen liegt.

I settori economici legati al turismo

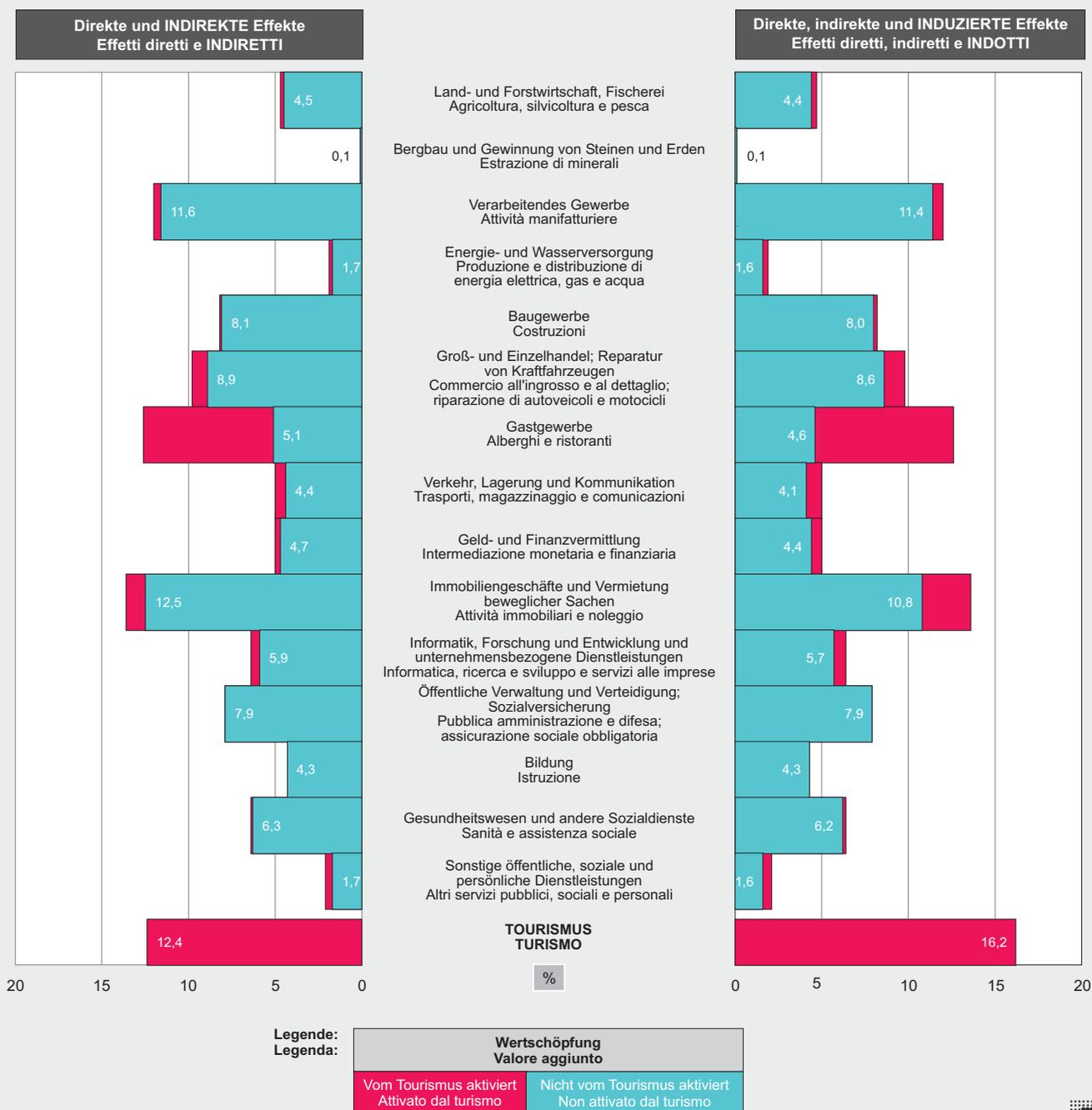
Oltre al risultato complessivo, è possibile verificare l'interdipendenza fra il turismo ed i **settori economici**. A tale scopo viene sottratta ai singoli settori produttivi la parte di valore aggiunto attivata dai consumi turistici. In questo modo, il valore aggiunto viene "depurato" dagli effetti del turismo. Considerando gli effetti diretti ed indiretti si nota che il turismo rappresenta, con il 12,4% sul valore aggiunto complessivo, il secondo settore, collocandosi dietro alle *Attività immobiliari e di noleggio* (12,5%), ma davanti alle *Attività manifatturiere* (11,6%), al *Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli* (8,9%) ed alle *Costruzioni* (9,1%). Ampliando l'analisi all'indotto emerge il primato del turismo, che con una quota pari al 16,2%, precede tutte le altre branche di attività.

Effekte des Tourismus auf die Wirtschaftsbranchen - 2008

Wertschöpfung (% an der gesamten Südtiroler Wertschöpfung)

Effetti del turismo sulle branche di attività economica - 2008

Valore aggiunto (% sul totale provinciale)



© astat 2012 - sr astat

Ein anderer Ansatz ermöglicht es, die **Abhängigkeit der verschiedenen Produktionsbranchen vom Tourismus** hervorzuheben. Setzt man den Betrag der Wertschöpfung, der durch die Tourismuskonsumnachfrage aktiviert wird, mit der gesamten Wertschöpfung jeder Wirtschaftsbranche in Beziehung, ergibt sich die Verbindung zwischen den Produktionssektoren und dem Tourismus. Die höchste prozentuelle Abhängigkeit weist, wie vorherzusehen war, das *Gastgewerbe* auf: Insgesamt (direkt, indirekt und induziert) aktiviert die Tourismuskonsumnachfrage fast zwei Drittel der Wertschöpfung dieser Branche. Anders gesagt würde das *Gast-*

Un altro approccio permette di evidenziare la **dipendenza delle varie branche produttive dal turismo**. Mettendo in relazione l'ammontare di valore aggiunto attivato dalla domanda turistica con il valore aggiunto totale di ogni singola branca di attività economica emerge il legame tra settori produttivi e turismo. La percentuale di dipendenza più elevata viene evidenziata, come prevedibile, dalla branca *Alberghi e ristoranti*: l'attivazione complessiva (diretta, indiretta e indotta) derivata dalla domanda turistica è pari a quasi due terzi del valore aggiunto della branca stessa. In altre parole, senza il turismo la branca *Alberghi e ri-*

gewerbe ohne den Tourismus ungefähr ein Drittel der aktuell erzeugten Wertschöpfung produzieren. Die anderen Branchen weisen eine geringere, wenn auch nicht unbedeutende, Abhängigkeit vom Tourismus auf. Ohne die touristischen Konsumausgaben säne die Wertschöpfung der *Immobilien-geschäfte und Vermietung beweglicher Güter* um fast eine halbe Milliarde Euro, sprich um rund ein Fünftel (20,9% der Wertschöpfung der Wirtschaftsbranche). Die übrigen Branchen mit einer Abhängigkeit vom Tourismus von über 10% sind *Verkehr, Lagerung und Kommunikation* (16,8%), *Energie- und Wasserversorgung* (15,0%), *Groß- und Einzelhandel; Reparatur von Kraftfahrzeugen und Krafträdern* (12,3%), *Geld- und Finanzvermittlung* (11,9%), *Informatik, Forschung und Entwicklung und unternehmensbezogene Dienstleistungen* (10,5%) und *sonstige öffentliche, soziale und persönliche Dienstleistungen* (25,0%).

storanti produrrebbe circa un terzo del valore aggiunto attualmente prodotto. Le altre branche dimostrano una più lieve, seppur non trascurabile, dipendenza dal settore turistico. In assenza di consumi turistici, le *Attività immobiliari e di noleggio* vedrebbero calare il valore aggiunto di quasi mezzo miliardo di euro, cioè di circa un quinto (20,9% sul valore aggiunto della branca di attività economica). Le altre branche con un tasso di dipendenza dal turismo superiore al 10% sono i *Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni* (16,8%), la *Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua* (15,0%), il *Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli* (12,3%), l'*Intermediazione monetaria e finanziaria* (11,9%), l'*Informativa, ricerca e sviluppo e servizi alle imprese* (10,5%) e gli *Altri servizi pubblici, sociali e personali* (25,0%).

Tab. 3

Induzierte Effekte des Tourismus auf die Wirtschaftsbranchen - 2008

Effetti indotti del turismo sulle branche di attività economica - 2008

WIRTSCHAFTSBRANCHEN	Wertschöpfung Valore aggiunto			BRANCHE DI ATTIVITÀ ECONOMICA
	Insgesamt Totale	davon vom Tourismus aktiviert di cui attivato dal turismo		
		Mio. Euro	Mio. Euro	
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	718	36	5,0	Agricoltura, silvicoltura e pesca
Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	18	..	2,0	Estrazione di minerali
Verarbeitendes Gewerbe	1.852	89	4,8	Attività manifatturiere
Energie- und Wasserversorgung	299	45	15,0	Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua
Baugewerbe	1.261	30	2,4	Costruzioni
Groß- und Einzelhandel; Reparatur von Kraftfahrzeugen und Krafträdern	1.506	186	12,3	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli
Gastgewerbe	1.944	1.238	63,7	Alberghi e ristoranti
Verkehr, Lagerung und Kommunikation	768	129	16,8	Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni
Geld- und Finanzvermittlung	764	91	11,9	Intermediazione monetaria e finanziaria
Immobilien-geschäfte und Vermietung beweglicher Sachen	2.100	438	20,9	Attività immobiliari e noleggio
Informatik, Forschung und Entwicklung und unternehmensbezogene Dienstleistungen	988	104	10,5	Informativa, ricerca e sviluppo e servizi alle imprese
Öffentliche Verwaltung und Verteidigung; Sozialversicherung	1.215	5	0,4	Pubblica amministrazione e difesa; assicurazione sociale obbligatoria
Bildung	666	10	1,5	Istruzione
Gesundheitswesen und andere Sozialdienste	979	19	1,9	Sanità e assistenza sociale
Sonstige öffentliche, soziale und persönliche Dienstleistungen	326	81	25,0	Altri servizi pubblici, sociali e personali
Insgesamt	15.402	2.501	16,2	Totale

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Die Investitionen des *Gastgewerbes*

Zu den Sektoren mit einer geringen Abhängigkeit vom Tourismus zählt das *Baugewerbe*. Laut den Ergebnissen werden im Bausektor nur 2,4% der Wertschöpfung durch die Tourismusnachfrage aktiviert. Dies erklärt sich damit, dass bei der Schätzung der Auswirkungen nur jene Effekte, die ausschließlich von den

Gli investimenti della branca *Alberghi e ristoranti*

Fra i settori a bassa dipendenza dal turismo vengono rilevate le *Costruzioni*. In base ai risultati, nel settore edilizio soltanto il 2,4% del valore aggiunto viene attivato dalla domanda turistica. Ciò è spiegato dal fatto che nella stima d'impatto sono considerati gli effetti derivanti esclusivamente dai consumi turistici. Non

touristischen Konsumausgaben ausgehen, berücksichtigt werden. Nicht berücksichtigt werden hingegen die **Investitionen** der Wirtschaftsbranchen. Versuchsweise wurde (über die Verwendung der Input-Output-Tabelle) der Betrag der Investitionen des *Gastgewerbes* geschätzt, wobei die Auswirkungen auf die Wertschöpfung gemessen wurden. Dies sind die Hauptergebnisse:

- im Jahr 2008 verzeichnet das *Gastgewerbe* Bruttoanlageinvestitionen in der Höhe von 471 Millionen Euro, sprich einem Zehntel der gesamten Investitionen (entspricht 1,7% der Endnachfrage);
- die mit diesen Investitionen aktivierte Wertschöpfung beträgt 157 Millionen Euro (1,0% der gesamten Wertschöpfung), wenn die indirekten Effekte berücksichtigt werden, und 207 Millionen Euro (1,3%), wenn auch die induzierten hinzukommen;
- die Wirtschaftsbranche, die die meisten Vorteile daraus zieht, ist das *Baugewerbe*; die gesamte (direkte, indirekte und induzierte Effekte) in dieser Branche aktivierte Wertschöpfung beträgt 86 Millionen Euro; prozentuell gesehen aktivieren die Investitionen des *Gastgewerbes* 6,8% der Wertschöpfung des *Baugewerbes*.

vengono invece presi in considerazione gli **investimenti** effettuati dalla branche economiche. In via sperimentale si è provveduto (mediante l'utilizzo della tavola Input-Output) a stimare l'ammontare degli investimenti della branca *Alberghi e ristoranti*, valutandone gli effetti sul valore aggiunto. Di seguito i principali risultati:

- gli investimenti fissi lordi effettuati nel 2008 dalla branca *Alberghi e ristoranti* ammontano a 471 milioni di euro, pari ad un decimo degli investimenti totali (equivalenti all'1,7% sulla Domanda finale);
- il valore aggiunto attivato da questi investimenti ammonta a 157 milioni di euro (1,0% sul valore aggiunto totale), se si considerano gli effetti indiretti, e a 207 milioni (1,3%), considerando anche l'indotto;
- la branca di attività economica che trae maggior vantaggio è rappresentata dalle *Costruzioni*; il valore aggiunto complessivo (effetti diretti, indiretti ed indotti) attivato in questa branca ammonta a 86 milioni di euro; in termini relativi gli investimenti degli *Alberghi e ristoranti* attivano il 6,8% del valore aggiunto del settore *Costruzioni*.

Tab. 4

Indikatoren der Auswirkungen des Tourismus - 2008

Indicatori di impatto del turismo - 2008

	Maßeinheit Unità di misura	Werte Valori	% am gesamten Südtiroler Wert % sul totale provinciale	
Interner touristischer Konsum (a)	Mio. Euro	3.680	13,3	Consumo turistico interno (a)
Aktiviert Wertschöpfung				Valore aggiunto attivato
DIREKTE Effekte (b)	Mio. Euro	1.731	11,2	Effetti DIRETTI (b)
Direkte und INDIREKTE Effekte (c)	Mio. Euro	1.903	12,4	Effetti diretti e INDIRETTI (c)
Direkte, indirekte und INDUZIERT Effekte (d)	Mio. Euro	2.501	16,2	Effetti diretti, indiretti e INDOTTI (d)
Aktiviert Beschäftigung (e)				Occupazione attivata (e)
Direkte und INDIREKTE Effekte (c)	1.000 VZÄ/ULA	41,3	15,3	Effetti diretti e INDIRETTI (c)
Direkte, indirekte und INDUZIERT Effekte (d)	1.000 VZÄ/ULA	48,2	17,9	Effetti diretti, indiretti e INDOTTI (d)
Bruttoanlageinvestitionen des Gastgewerbes (a)	Mio. Euro	471	1,7	Investimenti fissi lordi della branca Alberghi e ristoranti (a)
Aktiviert Wertschöpfung				Valore aggiunto attivato
Direkte und INDIREKTE Effekte (c)	Mio. Euro	157	1,0	Effetti diretti e INDIRETTI (c)
Direkte, indirekte und INDUZIERT Effekte (d)	Mio. Euro	207	1,3	Effetti diretti, indiretti e INDOTTI (d)
Aktiviert Beschäftigung (e)				Occupazione attivata (e)
Direkte, indirekte und INDUZIERT Effekte (d)	1.000 VZÄ/ULA	3,4	1,3	Effetti diretti, indiretti e INDOTTI (d)

(a) Bei der Berechnung des Prozentanteils am gesamten Südtiroler Wert werden der interne touristische Konsum und die Bruttoanlageinvestitionen mit der Endnachfrage in Beziehung gesetzt.

Nel calcolo della quota % sul totale provinciale, il Consumo turistico interno e gli Investimenti fissi lordi vengono rapportati alla Domanda finale.

(b) Auswirkungen, die auf der Basis des Tourismus-Satellitenkontos berechnet wurden
Effetti calcolati sulla base del Conto Satellite del Turismo

(c) Auswirkungen, die auf der Basis des Input-Output-Modells (Auswirkungen laut Leontief) berechnet wurden
Effetti calcolati sulla base del modello Input-Output (impatto Leonteviano)

(d) Auswirkungen, die auf der Basis des Input-Output-Modells (Auswirkungen laut Keynes) berechnet wurden
Effetti calcolati sulla base del modello Input-Output (impatto Keynesiano)

(e) Vollzeitäquivalent
Unità di lavoro

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Abschließend lässt sich festhalten, dass der Tourismus 17,6% der Südtiroler Wertschöpfung generiert, wenn man zu den induzierten Effekten der touristischen Konsumausgaben jene der Investitionen des *Gastgewerbes* hinzuzählt. In Bezug auf die Beschäftigung ergeben sich 17,9% aus dem touristischen Konsum, zu denen 1,3 Prozentpunkte an induzierten Effekten infolge der Investitionen kommen. Die gesamten Auswirkungen betragen 19,2%.

In conclusione si può affermare che, aggiungendo all'attivazione derivante dai consumi turistici quella derivante dagli investimenti effettuati dagli *Alberghi e ristoranti*, il turismo genera il 17,6% del valore aggiunto altoatesino. In termini occupazionali la quota derivante dal consumo turistico è pari al 17,9%, alla quale si aggiungono 1,3 punti percentuali dovuti agli investimenti, per arrivare ad un impatto complessivo del 19,2%.

Ludwig Castlunger

Glossar

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** (Besucher, 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 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.

Glossario

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 **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 diretti 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 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 collegata al viaggio.

Konsum des Inlandstourismus

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

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 umgewandelt wurden, um neue Güter und Dienstleistungen zu schaffen.

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, sodass der vorher beschriebene Ablauf erneut in Gang gesetzt wird.

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.

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).

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.

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.

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.