

Supplemento n° 1 al periodico "Per l'economia" n° 8, anno 2017, periodicità: otto volte l'anno.
Poste Italiane Spa – spedizione in A.P. – 70% CNS Bolzano.

2.17 STUDIE

ZUR SÜDTIROLER WIRTSCHAFT

SÜDTIROLER CHRISTKINDLMÄRKTE

DIE EINSCHÄTZUNG DER BESUCHER,
STANDBETREIBER UND GESCHÄFTE

WIFO

Institut für
Wirtschaftsforschung



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

SÜDTIROLER CHRISTKINDLMÄRKTE

**DIE EINSCHÄTZUNG DER BESUCHER,
STANDBETREIBER UND GESCHÄFTE**

Die Studien des WIFO sind problem- und lösungsorientierte Untersuchungen zu wichtigen Aspekten der Südtiroler Wirtschaft. Die aktuelle wissenschaftliche Literatur und vergleichbare Studien werden in die Darstellung ebenso einbezogen wie die theoretischen und methodischen Voraussetzungen.

Herausgeber

© 2017 Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer Bozen
Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen

Verantwortlicher Direktor

Alfred Aberer

Veröffentlicht im November 2017

Zugelassen beim Landesgericht mit Dekret Nr. 3/99

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Autoren

Ayssata Ba

Urban Perkmann

Redaktion

WIFO - Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen

Leitung

Georg Lun

Wissenschaftliche Beratung

Gottfried Tappeiner

Gestaltung und Satz

Friesenecker & Pancheri

Foto

IDM Südtirol / Alex Filz

Druck

Fotolito Varesco, Auer

ISBN: 978-88-88390-918

Zitierhinweis

Ba Ayssata, Perkmann Urban (2017): Südtiroler Christkindlmärkte. Die Einschätzung der Besucher, Standbetreiber und Geschäfte. WIFO Studie 2.17. Handelskammer Bozen (Hrsg.)

Für Informationen

WIFO - Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen

Südtiroler Straße 60, 39100 Bozen

T +39 0471 945 708

wifo@handelskammer.bz.it

Weitere Publikationen im Internet unter

www.handelskammer.bz.it/wifo



Michl Ebner

Christkindmärkte sind wichtige Attraktion für Südtirols Wintertourismus

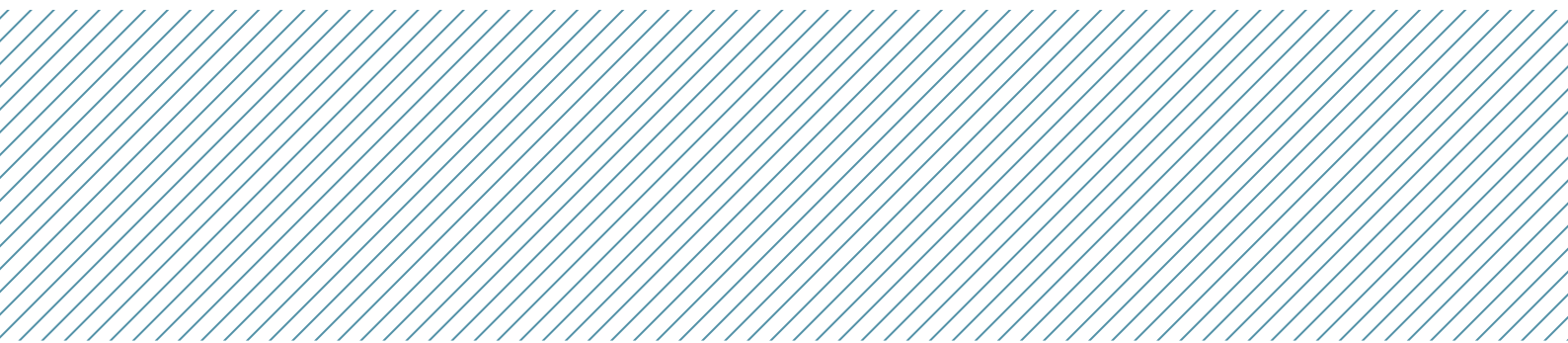
Seit 30 Jahren bereichern die Südtiroler Christkindmärkte das touristische Angebot in Südtirol und lösen bedeutende wirtschaftliche Effekte aus, die sich nicht nur auf die Standortgemeinden beschränken. Die aktuelle Studie des WIFO – Institut für Wirtschaftsforschung der Handelskammer Bozen bestätigt die positiven Ergebnisse der beiden WIFO Studien aus den Jahren 2007 und 2008.

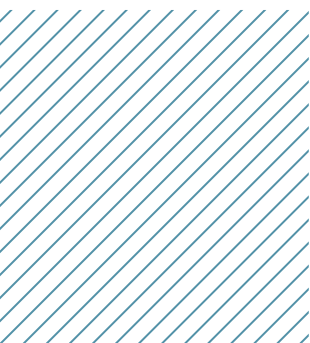
Um auch weiterhin attraktiv zu bleiben, und sich vom ständig wachsenden Angebot im In- und Ausland abzuheben, müssen die heimischen Christkindmärkte noch stärker ihre hohe Qualität und Einzigartigkeit betonen. Zu diesem Zweck braucht es eine noch bessere Abstimmung und Zusammenarbeit aller Beteiligten auf Gemeinde- und Landesebene: IDM und Organisatoren der Christkindmärkte, Unternehmensvertreter des Gastgewerbes und des Handels, Gemeinden und Landesverwaltung.

Die große Bedeutung der Christkindmärkte ist außerdem noch stärker der einheimischen Bevölkerung bewusst zu machen. Die Südtiroler sehen nach wie vor die Christkindmärkte zum Teil als Belastung, vor allem durch das zusätzliche Verkehrsaufkommen. Deshalb gilt es, durch eine optimale Organisation und durch den Versuch, die öffentlichen Verkehrsmittel weiter zu forcieren, die Belastung zu minimieren.

On. Dr. Michl Ebner

Präsident der Handelskammer Bozen





Kurzfassung	9
1. Einleitung	11
2. Eckdaten zu den Südtiroler Christkindlmärkten	13
3. Die Besucher der Südtiroler Christkindlmärkte	15
3.1 Alter und Geschlecht, Herkunft und Dauer des Aufenthaltes	15
3.2 Besucherverhalten	16
3.3 Zufriedenheit	20
4. Die Einschätzung der Standbetreiber, Einzelhändler und Gastronomiebetriebe	23
5. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	25
Anhang A: Ergebnisse der Befragung der Besucher	27
Anhang B: Ergebnisse der Befragung der Standbetreiber, Einzelhändler und Gastronomiebetriebe	37
Literaturverzeichnis	41

Die Südtiroler Christkindlmärkte sind im Laufe der Zeit zu einem wesentlichen Image- und Wirtschaftsfaktor geworden. Das hat das WIFO in zwei Studien aus den Jahren 2007 und 2008 aufgezeigt. Allerdings muss sich ein Event dieser Größenordnung immer wieder neu ausrichten und vermarkten. Die vorliegende Studie vergleicht daher das aktuelle Stimmungsbild und Profil der Christkindmarktbesucher mit den Ergebnissen der Studien von vor 10 Jahren. Wie zufrieden sind die Besucher mit dem aktuellen Angebot? Wie viel geben sie aus? Dominiert nach wie vor der italienische Gast? Wie viele Christkindlmärkte besuchen die Gäste während ihres Aufenthaltes? Welche Verkehrsmittel werden in Anspruch genommen? Wie schätzen die Einzelhändler und die Gastronomiebetriebe die wirtschaftlichen Auswirkungen ein? Um diese Fragen zu klären, wurden im Zeitraum vom 26. November 2016 bis 06. Januar 2017 1.895 zufällig ausgewählte Besucher auf den fünf (Original) Südtiroler Christkindlmärkten persönlich befragt. Außerdem wurden 252 Standbetreiber sowie 313 Einzelhändler und Gastronomiebetriebe in der unmittelbaren Nähe der Märkte befragt.

Im Schnitt haben die Gäste am Markt rund 46,7 Euro für Essen sowie Geschenkartikel ausgegeben. Auch die Geschäfte und die Gastronomie in den Städten profitieren von weiteren 93,4 Euro, welche die Christkindmarktbesucher für Essen sowie Bekleidung und sonstige Artikel ausgeben. Nicht zuletzt locken die Märkte neben Tagesgästen auch zahlreiche Mehrtagestouristen an und erhöhen so die Bettenauslastung in einer ansonsten touristisch schwachen Zeit. Besonders zufrieden sind die Gäste mit der Erreichbarkeit und Sicherheit, der Atmosphäre und Dekoration, der Gastronomie und der Freundlichkeit des Standpersonals der

Christkindlmärkte. Zwei von drei Gästen, die andere Christkindlmärkte außerhalb Südtirols besucht haben, stufen die Südtiroler Märkte sogar besser ein und viele Befragte (85,5 Prozent) sind der Meinung, dass sich die Christkindlmärkte sehr gut in das jeweilige Stadtbild einfügen. Vergleichsweise häufig kritisiert werden nur die Verfügbarkeit von Toiletten sowie die Parkmöglichkeiten. Außerdem kennen viele Gäste nicht das angebotene Rahmenprogramm der Märkte.

Vier von 10 Gästen haben in der Saison 2016/17 das erste Mal einen Südtiroler Christkindmarkt besucht, 6 von 10 waren schon öfters hier. Nach wie vor dominiert der italienische Gast: Insgesamt kommen 80 Prozent der Besucher aus Italien (ausgenommen Südtirol). Im Vergleich zu 2007/08 konnten aber deutlich mehr Gäste aus dem Süden und den Inseln Italiens angesprochen werden. Wie schon in der Saison 2007/08 überwiegt bei den Gästen, die nicht aus Südtirol kommen, der Anteil der Mehrtagestouristen (65,4 Prozent) gegenüber den Tagestouristen (34,6 Prozent). Mehrtagestouristen bleiben im Schnitt 4,2 Tage und wählen nach wie vor am häufigsten das Hotel als Unterkunft. Nichtgewerbliche Unterkünfte wie Übernachtungen in Zweitwohnungen, bei Freunden oder in Airbnb-Angeboten haben allerdings deutlich zugenommen.

Wie schon 2007/08 ist das Privatauto das Verkehrsmittel der ersten Wahl, sowohl für die Reise nach Südtirol als auch für die Fortbewegung innerhalb von Südtirol. Für die Reise nach Südtirol werden allerdings häufiger Flughäfen in den umliegenden Regionen benutzt. Das trifft besonders auf entfernte Gäste z.B. von den italienischen Inseln sowie aus dem Ausland zu. Bei der Fortbewegung innerhalb von Südtirol spielen die öffentlichen Verkehrsmittel Bahn und Bus nach wie vor nur eine geringe Rolle. Interessant

ist, dass viele Gäste häufig mehrere Märkte besuchen und sich nicht auf den Besuch eines Marktes beschränken.

Um auch weiterhin attraktiv zu bleiben, und sich noch mehr von Märkten im In- und Ausland abzuheben, gilt es eine Reihe von Herausforderungen zu bewältigen. Insbesondere braucht es eine noch bessere Abstimmung und Zusammenarbeit aller Beteiligten.

> Um die Zufriedenheit weiterhin hoch zu halten, sind die Organisatoren der Christkindlmärkte gefordert, die Qualität der Veranstaltung weiter zu verbessern, z.B. in Bezug auf die Verfügbarkeit der Toiletten und Parkplätze als auch in der stärkeren Bewerbung der vielfältigen, aber häufig unbekannteren, Rahmenprogramme.

- > Die einzelnen Märkte gilt es noch stärker zu differenzieren und ihre Besonderheiten in Bezug auf Produktangebot und Rahmenprogramm hervorzuheben, damit es weiterhin reizvoll bleibt, verschiedene Märkte zu besuchen.
- > Um den Anspruch der Märkte als Green-Event noch mehr gerecht zu werden, gilt es insbesondere die Verwendung der öffentlichen Verkehrsmittel durch die Christkindlmarktbesucher zu fördern.
- > Da bei der Südtiroler Bevölkerung nach wie vor die Christkindlmärkte zum Teil als Belastung empfunden werden, gilt es weiterhin, die hohe wirtschaftliche und touristische Bedeutung der Märkte zu vermitteln und die Südtiroler als Gästegruppe gezielt anzusprechen.

Jedes Jahr im Advent werden in Südtirol Weihnachtsmärkte abgehalten. Die größten Märkte sind die „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ in Bozen, Meran, Brixen, Bruneck und Sterzing.¹ Die ältesten Märkte in Bozen und Brixen wurden bereits 1991 ins Leben gerufen, 1993 folgte Meran. Im Laufe der Zeit sind die Südtiroler Christkindlmärkte, wie vom WIFO in zwei Studien aufgezeigt, zu einem wesentlichen Image- und Wirtschaftsfaktor geworden. Zum einen haben sich die Christkindlmärkte zu einem echten Markenzeichen bei der Bevölkerung Italiens entwickelt (vgl. Lechner und Perkmann, 2007). Zum anderen lösen sie bedeutende wirtschaftliche Effekte in Südtirol aus, führen zu einem Anstieg der Nächtigungen in einer ansonsten touristisch schwachen Zeit und unterstützen den Handel (vgl. Lun und Lechner, 2008).

Allerdings muss sich ein Event dieser Größenordnung immer wieder neu ausrichten und vermarkten. Der Bereich Tourismusmarketing der IDM Südtirol (Innovation Development Marketing) ist zusammen mit den Organisationskomitees der Südtiroler Christkindlmärkte für diese Aufgabe zuständig. Ihr Anspruch ist es, eine originelle, authentische Weihnachtsatmosphäre, kombiniert mit hochwertiger Gastronomie, anzubieten (siehe Infobox). Das Ziel der vorliegenden Studie ist es daher, das aktuelle Stimmungsbild und Profil der Besucher der Südtiroler Christkindlmärkte einzufangen, um zu verstehen, ob und wie die verfolgten Strategien greifen und eventuell zu verbessern sind. Diese Informationen sollen als Richtungsweiser und als Entscheidungsgrundlage für die IDM und die Organisationskomitees der einzelnen Märkte dienen, um rechtzeitig die Weichenstellungen für die zukünftige Vermarktung der Südtiroler Christkindlmärkte festzulegen.

1 Neben den „Original Südtiroler Christkindlmärkten“ hat sich in den vergangenen Jahren ein vielfältiges Adventsangebot in vielen Orten Südtirols entwickelt, das nicht nur von Touristen sondern auch von Einheimischen gesucht wird. Häufig beschränkt sich das Angebot allerdings nur auf das Wochenende bzw. bestimmte Zeiträume, während die „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ strenge Regelwerke einhalten müssen, welche unter anderem ein tägliches Angebot vorsehen. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit werden die „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ in der vorliegenden Studie kurz als „Südtiroler Christkindlmärkte“ bezeichnet.

Aus dem Vergleich der aktuellen Eckdaten mit den Ergebnissen der WIFO Studie aus dem Jahr 2008 lassen sich wesentliche Veränderungen herausarbeiten. Wie zufrieden sind die Besucher mit dem aktuellen Angebot? Gibt es verstärkt Ströme aus dem deutschsprachigen Raum oder dominiert nach wie vor der italienische Gast? Wie viele Christkindlmärkte besuchen die Gäste während ihres Aufenthaltes? Welche Verkehrsmittel werden in Anspruch genommen?

INFO BOX

Die „Original Südtiroler Christkindlmärkte“

Seit jeher locken die Christkindlmärkte mit einem reichhaltigen Rahmenprogramm: Konzerte, gastronomische Führungen, historische Auftritte, Kunstausstellungen und Handwerkskassen bis hin zu sportlichen Veranstaltungen. Seit 2014 sind die Südtiroler Christkindlmärkte auch ein zertifiziertes Green-Event. Garantiert werden somit ein sparsamer Umgang mit Ressourcen, eine umweltfreundliche Mobilität, ein effizientes Abfallmanagement und die Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten. Außerdem wird seit 2016 auf den Weihnachtsmärkten überwiegend traditionelles und innovatives Kunsthandwerk angeboten. Nicht zuletzt versuchen sich die Christkindlmärkte untereinander immer stärker zu vernetzen. Seit längerem besteht die „5 Sterne Weihnachtsroute“, welche das Ziel hat, den Gästen die unterschiedlichen Schwerpunkte der einzelnen Märkte bewusst zu machen und den Besuch mehrerer Märkte zu fördern. Verfolgt werden dabei mehrere Marketing-Strategien, damit die Südtiroler Wirtschaft noch mehr vom Christkindlmarkt-Tourismus profitiert. Unter anderem werden bestimmte Kundengruppen (z.B. Mehrtagestouristen bzw. Gäste unter der Woche) in der Kommunikation stärker angesprochen. Außerdem soll darauf hingearbeitet werden, dass sich die Weihnachtsmärkte noch besser in das Gesamtbild der Stadt einfügen.

Erstmals werden außerdem die Einschätzungen des Einzelhandels und der Gastronomie zu den wirtschaftlichen Auswirkungen erhoben.

Auch in den Nachbarregionen Südtirols sind Christkindlmärkte ein wichtiger Imageträger und Wirtschaftsfaktor geworden. Beispielsweise betont eine Studie zu den Innsbrucker Christkindlmärkten ihre große Ausstrahlung auf den lokalen Einzelhandel und die Gastronomie in der Innenstadt (vgl. CIMA 2013). Um auch weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben, schlagen die Autoren eine klare Produktdifferenzierung und Profilierung vor, auch um sich international stärker zu positionieren und bekannt zu machen.

Wie bereits 2007/08 hat das WIFO auch diesmal umfangreiche Erhebungen durchgeführt. Im Öffnungszeitraum der Märkte vom 26. November 2016 bis 06. Januar 2017 wurden 1.895 zufällig ausgewählte Besucher persönlich auf den fünf (Original) Südtiroler Christkindlmärkten befragt.²

Neben Fragen zur Kundenzufriedenheit und den Besuchsmotiven wurden auch viele Merkmale der Besucher wie die Herkunft oder das Geschlecht, sowie Aspekte des Verhaltens wie die verwendeten Verkehrsmittel erhoben. 2016/17 wurden erstmals auch die Standbetreiber um ihre Meinung zu den Märkten gebeten.

Insgesamt beteiligten sich nicht weniger als 80,7 Prozent (252) der 313 Standbetreiber an der Befragung. Um die Auswirkungen der Christkindlmärkte auf den Einzelhandel und die Gastronomie zu beschreiben, wurden außerdem 313 Geschäftsinhaber bzw. -leiter in der unmittelbaren Nähe der Christkindlmärkte persönlich befragt.³

Die vorliegende Studie gliedert sich wie folgt. Kapitel 2 präsentiert die Eckdaten der „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ in Bezug auf Warenangebot und Öffnungszeiten. Das Kapitel 3 stellt die Ergebnisse der Besucherbefragung vor, Kapitel 4 dagegen jene der Standbetreiber bzw. der Einzelhandelsgeschäfte und Gastronomiebetriebe. Kapitel 5 diskutiert schließlich die wichtigsten Ergebnisse und zieht die entsprechenden wirtschaftspolitischen Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen.

² Zählt man zusätzlich jene Personen dazu, welche nicht direkt befragt, aber zur gleichen Gruppe zählen (z.B. Ehepartner oder Kinder), wurden nicht weniger als 3.838 Besucher erhoben. Das Kriterium für die Abgrenzung einer „Gruppe“ war das Führen einer gemeinsamen Haushaltskasse. Im Schnitt wurden 2,0 Personen je Gruppe gezählt und damit etwa gleich viel wie 2007/2008 (2,1) (siehe Tabelle A-1 im Anhang).

³ Siehe Tabelle B-1 im Anhang.

2. ECKDATEN ZU DEN SÜDTIROLER CHRISTKINDLMÄRKTEN

Die fünf „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ positionieren sich an zentralen Plätzen der jeweiligen Städte. Bozen, der größte Christkindlmarkt, hat seinen Hauptstandort am Waltherplatz, erstreckt sich aber auch auf umliegende Straßen. 2016 löste ein zusätzlicher Standort am Bozner Bahnhofspark den Innenhof des Palais Campofranco ab. Der Christkindlmarkt Meran breitet sich seit vielen Jahren entlang der Passerpromenade aus. In Brixen ist der Domplatz die geeignete Kulisse, in Bruneck der Graben und der Rathausplatz. Der Sterzinger Christkindlmarkt schließlich wird am historischen Stadtplatz abgehalten.

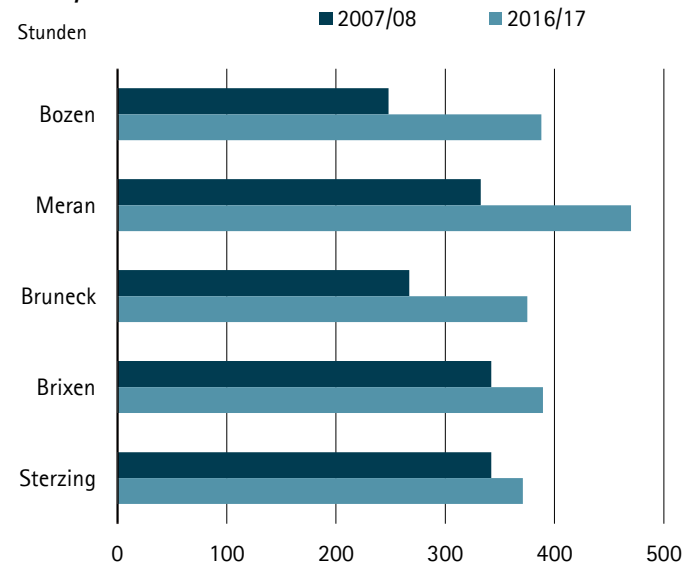
2016/17 wurde der Öffnungszeitraum der Christkindlmärkte weitgehend vereinheitlicht. In Bozen, Bruneck und Meran fand die offizielle Eröffnung am 24. November 2016 statt, Brixen und Sterzing starteten nur einen Tag später am 25. November. Alle Märkte sind nun bis zum 6. Jänner geöffnet, nur zu Weihnachten am 25. Dezember sind alle geschlossen. Weitgehend vereinheitlicht sind nun auch die Öffnungszeiten. Alle Märkte öffnen zwischen Montag und Freitag durchwegs um 10:00 Uhr, an Samstag und Sonntag teilweise auch etwas früher. Geschlossen werden die Märkte meist zwischen 19:00 und 20:00 Uhr, an besonderen Feiertagen (Heiligabend, Silvester, Neujahr und Heilige Drei Könige) zum Teil auch früher. In Meran gibt es verlängerte Öffnungszeiten für Gastronomiestände bis spätestens 22:30 Uhr.

Im Vergleich zu 2007/08 hat sich die Anzahl der Öffnungstunden 2016/17 aufgrund des längeren Öffnungszeitraumes von 1.532 auf 1.994 Stunden deutlich erhöht. Am längsten offen ist der Meraner Christkindlmarkt mit 470 Stunden: davon sind 97,5 Stunden den längeren Öffnungszeiten für die Gastronomiestände zuzuschreiben, 372,5 dagegen für die Handelsstände. Die anderen Märkte weisen eine ähnliche Öffnungsdauer zwischen 371 Stunden (Sterzing) und 389,5 Stunden (Brixen) auf. Insbesondere Bruneck und Bozen haben damit im Vergleich zu 2007/08 aufgeholt (+48 Prozent).

Die fünf „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ haben zwar ihre Öffnungszeiten weitgehend vereinheitlicht, unterscheiden sich aber noch deutlich in ihrer Größe. Der Bozner Christkindlmarkt ist mit 100 Ständen der größte Markt, gefolgt von Meran (87) und Bruneck (61). Die kleinsten Märkte sind Brixen (37) und Sterzing (28). Im Vergleich zu 2007/08 hat sich die Anzahl der Stände um 51 auf insgesamt 313 deutlich erhöht.

Abbildung 2.1

Öffnungsdauer der Christkindlmärkte - 2007/08 und 2016/17



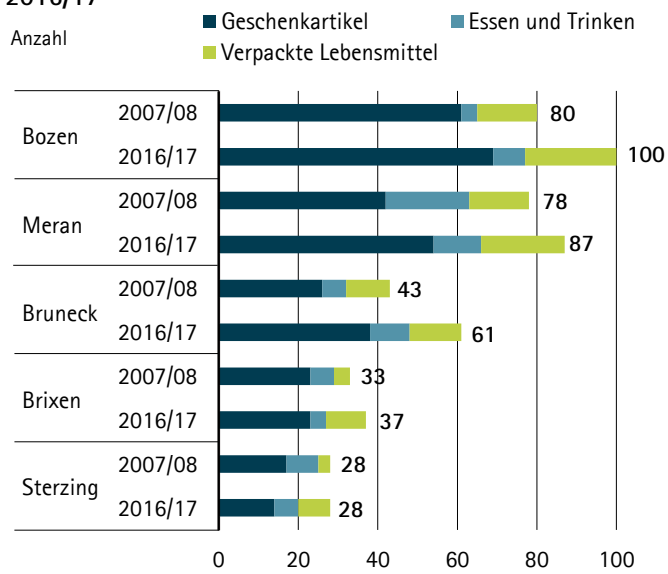
Quelle: Südtiroler Christkindlmärkte; Ausarbeitung WIFO

© 2017 WIFO

Die Verkaufsstände unterscheiden sich wie auch 2007/08 nach wie vor in Bezug auf das angebotene Sortiment. Zwar steht in allen Märkten das Angebot von Geschenkartikeln im Vordergrund. In Meran und Bruneck ist die Gastronomie aber überdurchschnittlich stark vertreten. Verpackte Lebensmittel spielen in Bruneck, Meran und Bozen eine überdurchschnittlich wichtige Rolle.

Abbildung 2.2

Stände nach Markt und Produktangebot – 2007/08 und 2016/17



Quelle: Südtiroler Christkindlmärkte; Ausarbeitung WIFO

© 2017 WIFO

3. DIE BESUCHER DER SÜDTIROLER CHRISTKINDLMÄRKTE

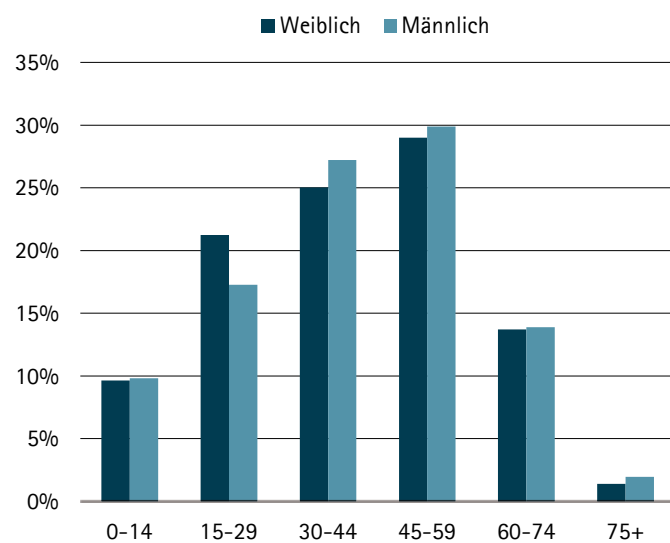
3.1 Alter und Geschlecht, Herkunft und Dauer des Aufenthaltes

Im Vergleich zu 2007/08 hat sich die Verteilung der Besucher nach Alter und Geschlecht kaum verändert. Jeder zweite Besucher ist zwischen 30 und 59 alt.⁴ Knapp 15 Prozent sind älter als 60 Jahre, 10 Prozent dagegen Kinder unter 14 Jahren. Insgesamt gesehen werden die Südtiroler Christkindlmärkte zu gleichen Teilen von männlichen (52 Prozent) und weiblichen (48 Prozent) Personen besucht. Nur in der Altersklasse zwischen 15 und 29 Jahren sind Frauen etwas stärker vertreten.

Abbildung 3.1

Besucher nach Altersklassen (Jahre) und Geschlecht

Verteilung aller Personen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Wie schon 2007/08 dominiert nach wie vor der italienische Gast. Insgesamt kommen vier von fünf befragten Besuchern aus Italien (ausgenommen Südtirol). An erster Stelle liegen klarerweise die Gäste aus dem Norden (52,8 Prozent), aus Mittelitalien stammen 17,6 Prozent. Fast jeder zehnte Besu-

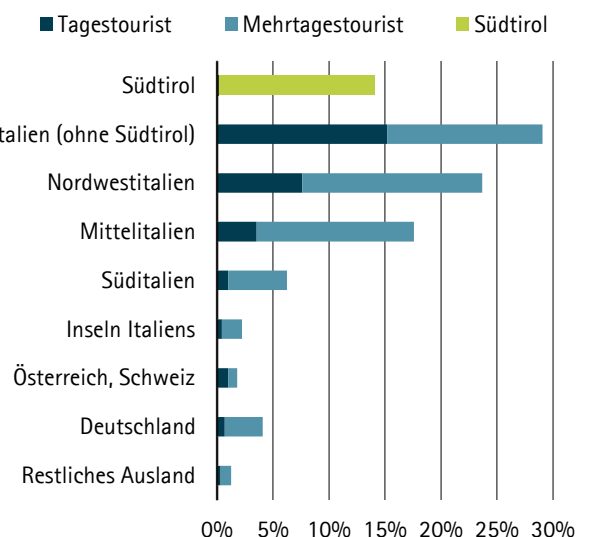
⁴ Im Gegensatz zu sämtlichen folgenden Auswertungen bezieht sich die Verteilung nach Altersklassen und Geschlecht auf alle Personen, die zur Gruppe des Befragten gehören (vgl. Tabelle A-1 im Anhang).

cher kommt aus dem Süden oder von den Inseln. Aus Südtirol selbst stammen 14,1 Prozent.

Abbildung 3.2

Besucher nach Herkunft und Dauer des Aufenthaltes

Verteilung der befragten Besucher in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Die Gäste aus dem Ausland erreichen dagegen knapp 10 Prozent. Hauptherkunftsgebiet ist dabei Deutschland, während die Besucher aus den unmittelbaren Grenzländern (Österreich und Schweiz) sowie dem sonstigen Ausland nur eine untergeordnete Rolle spielen. Im Vergleich zu 2007/08 hat der Anteil der Gäste aus dem Süden bzw. den Inseln deutlich zugenommen, während jener aus dem Ausland sogar leicht rückläufig ist.

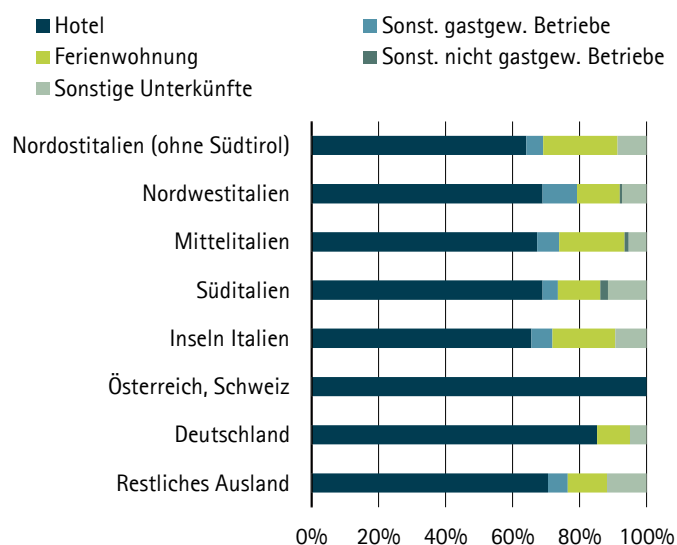
85,9 Prozent aller befragten Besucher sind Touristen, d.h. Gäste, die nicht aus Südtirol kommen. Viele kommen dabei nicht nur für einen Tagesausflug nach Südtirol, sondern übernachten hier auch und nutzen ihren Aufenthalt für den Besuch eines Christkindlmarktes. Wie schon 2007/08 überwiegt sogar der Anteil der Mehrtagestouristen (65,4 Prozent) gegenüber den

Tagestouristen (34,6 Prozent) bei den Besuchern.⁵ Je länger die Anreise nach Südtirol dauert, desto größer ist erwartungsgemäß der Anteil der Übernachtungsgäste. So sind die Hälfte der Gäste aus dem Nordosten Italiens Tagestouristen, während die Besucher aus Mittelitalien und dem Süden bzw. den Inseln fast ausschließlich Mehrtagestouristen sind. Auch bei den ausländischen Touristen überwiegen deutlich die Übernachtungsgäste.⁶

Abbildung 3.3

Art der Unterkunft nach Herkunft

Verteilung der befragten Mehrtagestouristen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Der Großteil der Übernachtungsgäste (76,1 Prozent) ist in gastgewerblichen Unterkünften untergebracht. Die beliebteste gastgewerbliche Unterkunft ist das Hotel, während Gasthöfe oder Pensionen weniger häufig gebucht werden. Besonders Gäste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz bevorzugen das Hotel. Nichtgastgewerbliche Unterkünfte haben dagegen 16,8 Prozent der Mehrtagestouristen gewählt. Am beliebtesten sind dabei die Ferienwohnungen, während z.B. Privatzimmervermietungen, Urlaub auf dem Bauernhof oder Campingplätze nur eine untergeordnete Rolle spielen. Im Vergleich zur Erhebung 2007/08 fällt auf, dass der Anteil der sonstigen, nichtgewerblichen Unterkünfte 2016/17 eine grö-

⁵ Jene Gäste, die außerhalb von Südtirol übernachten, und in Südtirol nur einen Tagesausflug zu den Christkindlmärkten machen, werden zu den „Tagestouristen“ gezählt.

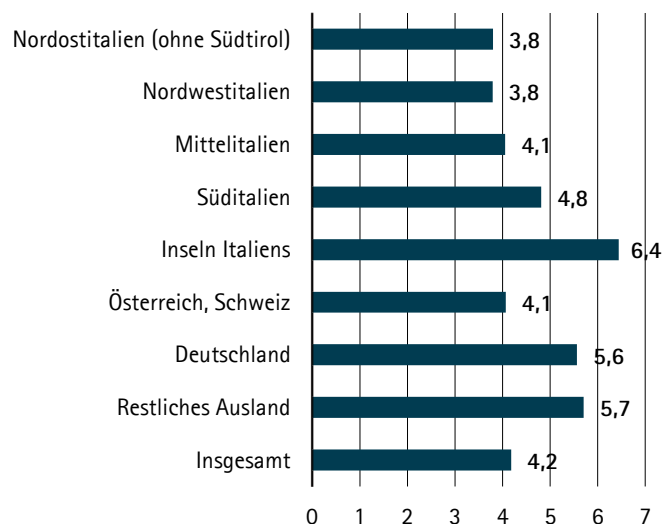
⁶ In allen Christkindlmärkten dominieren die italienischen Gäste und die Mehrtagestouristen, trotzdem zeigen sich leichte Unterschiede im Herkunfts- und Aufenthaltsprofil. Beispielsweise liegt der Anteil der ausländischen Gäste und der Mehrtagestouristen in Bruneck deutlich über dem Durchschnitt, in Meran dagegen der Anteil der Südtiroler (siehe Tabelle A-2 im Anhang).

ßere Rolle spielt. Jeder zehnte Gast logiert mittlerweile in Zweitwohnungen, bei Freunden oder in Airbnb-Unterkünften.

Abbildung 3.4

Durchschnittliche Nächtigungsdauer (Tage) nach Herkunft

Befragte Mehrtagestouristen



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Im Schnitt übernachten die Mehrtagestouristen, die einen Südtiroler Christkindlmarkt besuchen, 4,2 Tage.⁷ Mit steigender Entfernung steigt die durchschnittliche Übernachtungsdauer der italienischen Gäste. Die Gäste von den Inseln bleiben im Schnitt sogar 6,4 Tage. Auch Gäste aus Deutschland und dem sonstigen Ausland übernachten überdurchschnittlich lange.

3.2 Besucherverhalten

Vier von 10 Gästen besuchten in der Saison 2016/17 zum ersten Mal in ihrem Leben einen Südtiroler Christkindlmarkt. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die Mehrheit der befragten Personen schon an mehreren Saisonen Gast eines Südtiroler Christkindlmarktes war. Jeder dritte Gast konnte bereits Erfahrungen mit 5 und mehr Saisonen sammeln. Erwartungsgemäß unterscheidet sich das Besucherverhalten deutlich nach der Herkunft. Beispielsweise hat der Großteil der Südtiroler Gäste in den vergangenen Jahren schon viele Male einen Christkindlmarkt besucht. Auf der anderen Seite erhöht sich der Anteil der italienischen „Erstbesucher“ deutlich mit zunehmender Entfernung ihres Wohnortes. Zwei Drittel aller

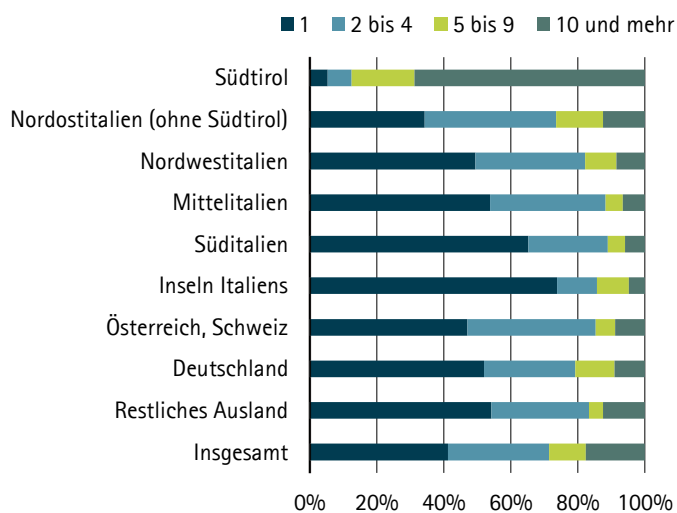
⁷ Zum Vergleich: Im Zeitraum der Öffnungszeiten der Christkindlmärkte (26. November 2016 bis 06. Jänner 2017) lag die durchschnittliche Dauer aller Nächtigungen in Südtirol in etwa gleich hoch bei 3,8 Tagen (Quelle: Tourismusdatenbank ASTAT 2017).

Besucher aus Nordostitalien (ohne Südtirol) waren schon öfters Gast, während für mehr als zwei Drittel der Besucher aus Sizilien und Sardinien 2016/17 die erste Saison war. Etwa die Hälfte der Besucher aus dem deutschsprachigen bzw. sonstigen Ausland war ebenfalls zum ersten Mal auf einem Südtiroler Christkindlmarkt. Interessant ist, dass sich Mehrtages- und Tagestouristen nicht in Bezug auf den Anteil der Erstbesucher unterscheiden (siehe Tabelle A-4 im Anhang).

Abbildung 3.5

„An wie vielen Saisonen waren Sie zu Gast auf einem Südtiroler Christkindlmarkt?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent



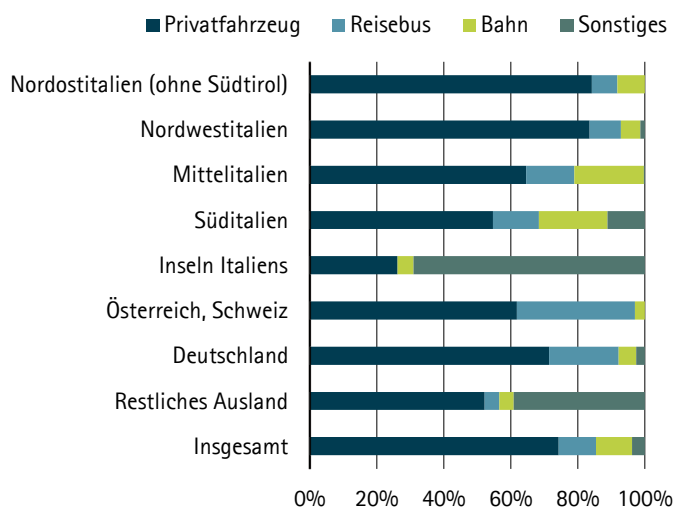
Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Abbildung 3.6

„Welches Verkehrsmittel haben Sie für die Reise nach Südtirol benutzt?“

Verteilung der befragten Touristen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

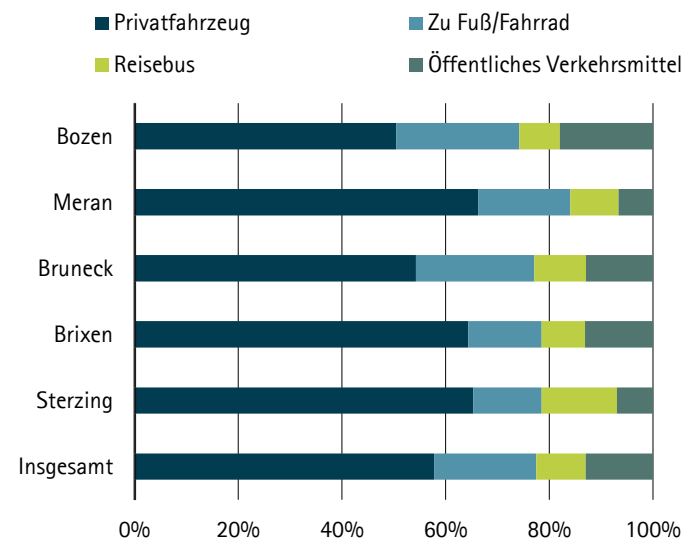
Welche Verkehrsmittel wählen die Gäste der Christkindlmärkte? Um diese Frage zu beantworten, ist es notwendig, die Fahrt nach Südtirol vom tatsächlichen Besuch der jeweiligen Christkindlmärkte zu unterscheiden.

Das Privatfahrzeug ist, wie schon 2007/08, nach wie vor die erste Wahl, um überhaupt nach Südtirol zu kommen: Zwei von drei Touristen fahren vor allem mit ihrem Auto nach Südtirol⁸. Allerdings zeigen sich große Unterschiede in Bezug auf die Herkunft. Mit steigender Entfernung zu Südtirol werden andere Verkehrsmittel wie die Bahn oder Reisebusse immer wichtiger. Die Gäste von den Inseln benutzen sogar mehrheitlich sonstige Verkehrsmittel, insbesondere das Flugzeug. Aus dem deutschsprachigen Ausland reisen viele Gäste mit dem Reisebus an, aus dem sonstigen Ausland mit anderen Verkehrsmitteln wie Flugzeug und Fernbus. Untersucht man die Dauer des Aufenthaltes, zeigt sich, dass Tagestouristen (17,3 Prozent) deutlich häufiger mit dem Reisebus anreisen als Mehrtagestouristen (7,5 Prozent, siehe Tabelle A-5 im Anhang).

Abbildung 3.7

„Wie sind Sie heute zu diesem Christkindlmarkt gekommen?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Auch für den Besuch des Marktes, auf dem die Befragung erfolgte, ist das Privatfahrzeug die erste Wahl. Viele Mehrtagestouristen (21,5 Prozent) und noch mehr Südtiroler (38,2 Prozent) starten allerdings auch zu Fuß oder mit dem Fahrrad

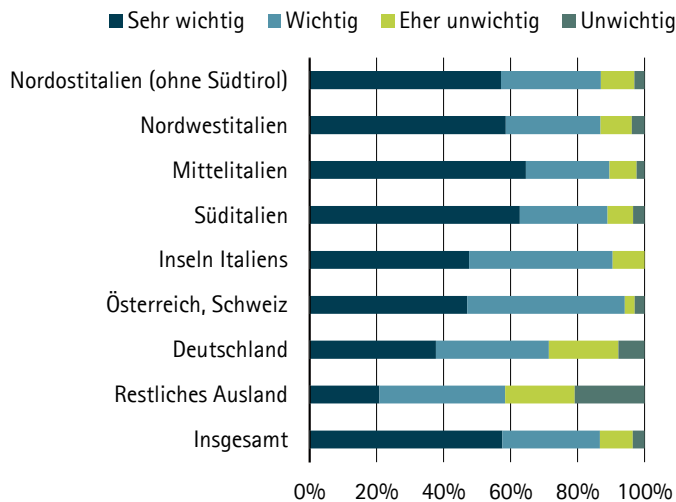
⁸ Weitere Privatfahrzeuge spielen nur eine geringe Rolle. Beispielsweise kommen insgesamt nur 2,5 Prozent der befragten Touristen mit einem Camper.

von ihrem Aufenthalts- oder Wohnort aus zum Christkindlmarkt (siehe Tabelle A-6 im Anhang). Es fällt auf, dass die öffentlichen Verkehrsmittel Bahn und Bus wie schon 2007/08 vergleichsweise selten genutzt werden.

Abbildung 3.8

„Wie wichtig ist der Christkindlmarkt für Ihren Besuch in Südtirol?“

Verteilung der befragten Touristen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Die Christkindlmärkte sind ein wichtiger Grund für den Besuch von Südtirol. 86,7 Prozent der befragten Besucher stufen sie als „wichtiges“ bis „sehr wichtiges“ Motiv ein. Für die italienischen Gäste (mit Ausnahme der Inseln) ist der Christkindlmarkt mehrheitlich sogar das zentrale Motiv für die Fahrt nach Südtirol. Aber auch für die ausländischen Gäste ist der Besuch der Christkindlmärkte häufig ein attraktives Ziel.

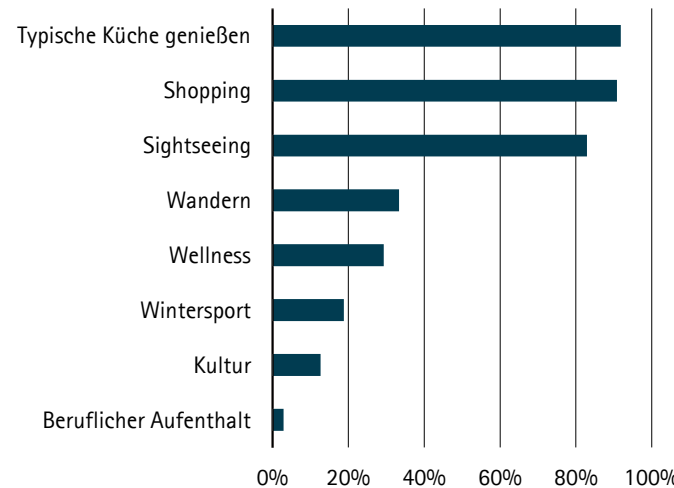
Auch wenn die Tagestouristen häufiger extra wegen der Christkindlmärkte nach Südtirol kommen, spielen sie auch für die Mehrtagestouristen eine große Rolle (siehe Tabelle A-7 im Anhang). Darüber hinaus nutzen die Mehrtagestouristen während ihres Aufenthaltes auch viele weitere touristische Angebote.

Folgende Aktivitäten stehen dabei ganz vorne auf dem Programm: die typische Küche Südtirols genießen, in den Geschäften einkaufen sowie Sehenswürdigkeiten besichtigen. Immerhin jeder dritte Besucher plant auch eine Wanderaktivität sowie den Besuch von Wellnessangeboten mit ein. Jeder fünfte Besucher betreibt dagegen Wintersportaktivitäten, jeder zehnte besucht kulturelle Veranstaltungen. Nur wenige Gäste sind aus beruflichen Gründen nach Südtirol gekommen.

Abbildung 3.9

„Welche anderen Aktivitäten planen Sie für Ihren Aufenthalt in Südtirol?“

Anteil der befragten Mehrtagestouristen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

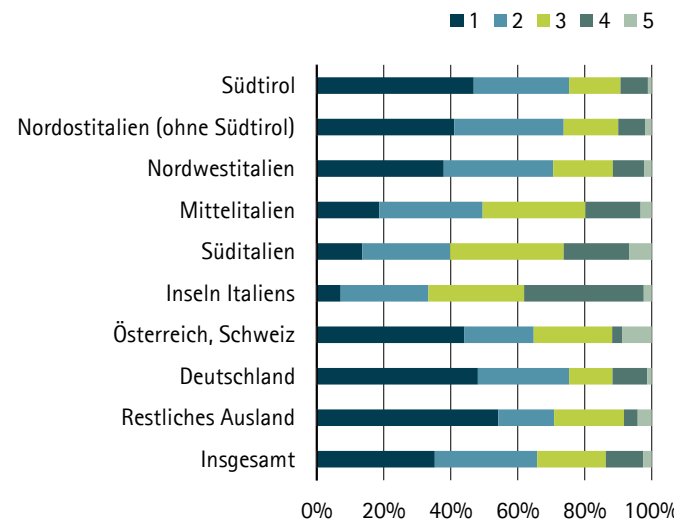
© 2017 WIFO

Eines der Ziele der Organisatoren der Christkindlmärkte ist es, den Besuch mehrerer Märkte zu fördern (siehe Kapitel 1). Zwei von drei Gästen der Südtiroler Christkindlmärkte beschränken sich tatsächlich nicht auf den Besuch nur eines Marktes. Je weiter entfernt die Herkunft des Gastes, desto häufiger werden mehrere Märkte aufgesucht. Dies hängt auch damit zusammen, dass diese Gäste häufiger Mehrtagestouristen sind und damit mehr Zeit für Marktbesuche haben. Aber auch die Hälfte der Tagestouristen besucht mehrere Märkte.

Abbildung 3.10

„Wie viele Südtiroler Christkindlmärkte haben Sie in dieser Saison bereits besucht bzw. planen Sie noch zu besuchen?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

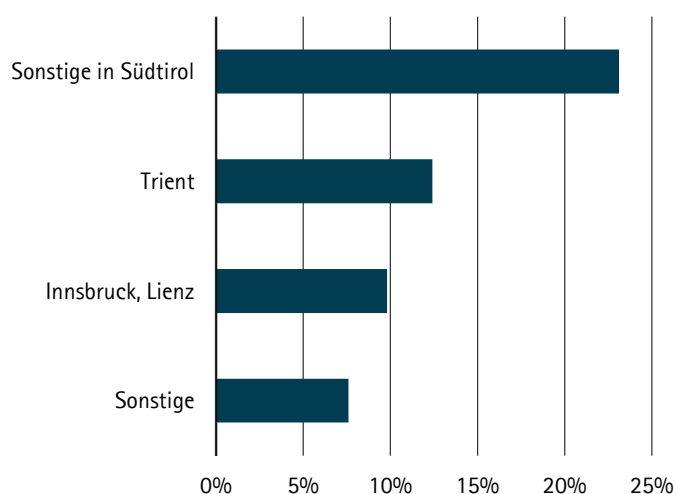
© 2017 WIFO

Zwischen den Märkten ergeben sich deutliche Unterschiede im Besucherverhalten. Drei Viertel der befragten Besucher in Bozen schauen sich auch andere Märkte an, an erster Stelle Meran. Auf der anderen Seite besucht nur ein Viertel der Meraner Gäste auch andere Märkte, darunter insbesondere Bozen. Knapp die Hälfte der Gäste in Bruneck beschränkt sich auf diesen Besuch, während die andere Hälfte weitere Märkte, insbesondere Brixen und Bozen anschaut. Nur ein Fünftel der Brixner Besucher besucht ausschließlich Brixen: Die zentrale Lage von Brixen macht dabei alle Destinationen in gleichem Maße interessant. Auch die befragten Besucher in Sterzing setzen ihre Reise häufig fort, insbesondere nach Brixen und Bozen (siehe Tabellen A-10 und A-11 im Anhang).

Abbildung 3.11

„Welche Christkindlmärkte haben Sie auch sonst besucht bzw. planen Sie noch zu besuchen?“

Anteil der befragten Besucher in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

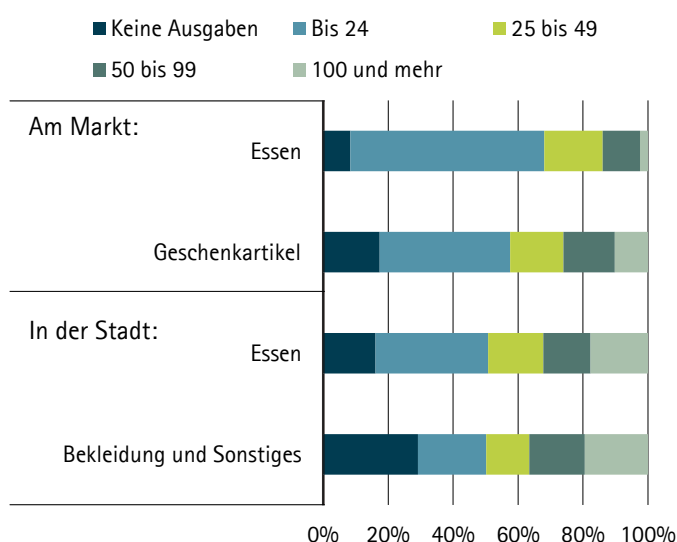
Die Besucher der fünf „Original Südtiroler Christkindlmärkte“ beschränken sich häufig nicht auf den Besuch dieser Märkte. Mehr als die Hälfte (53,9 Prozent) der befragten Personen hatte zum Zeitpunkt der Befragung bereits mindestens einen anderen Christkindlmarkt besucht bzw. plante einen zu besuchen. Besonders beliebt sind dabei weitere (nicht Originale) Christkindlmärkte in Südtirol. Beliebte Destinationen sind außerdem Trient, Innsbruck und Lienz in den Nachbarregionen Südtirols.

Zusätzlich zur Befragung am Markt wurden die Besucher gebeten, an einer Nachbefragung teilzunehmen⁹. Nur durch eine Nachbefragung kann über die gesamten Tagesausgaben der Besucher etwas ausgesagt werden. Im Schnitt gaben sowohl Tages-, als auch Mehrtagestouristen ca. 20 Euro pro Person für Essen am Markt aus, Südtiroler Gäste hingegen 15 Euro pro Person. Größere Unterschiede zwischen den Besuchergruppen zeigen sich bei den Ausgaben für Geschenkartikel am Markt: Mehrtagestouristen haben durchschnittlich 31,8 Euro pro Person und Tag ausgegeben, während die Ausgaben für Tagestouristen im Durchschnitt 23,6 und für Südtiroler 14,1 Euro pro Person betragen.

Abbildung 3.12

Ausgaben der Besucher pro Person und Tag (in Euro)

Verteilung in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Acht von zehn Christkindlmarktbesuchern tätigten zusätzlich Ausgaben in der Stadt. Dieses Ergebnis zeigt, dass auch die umliegenden Geschäfte bzw. Gastronomiebetriebe stark von den Christkindlmärkten profitieren (siehe auch Kapitel 4). Die durchschnittlichen Ausgaben sind in der Stadt sogar deutlich höher als auf den Märkten (47,5 Euro pro Person für Essen und 45,9 Euro pro Person für „Bekleidung bzw. sonstige Artikel“). Besonders ausgabefreudig sind wiederum die Mehrtagestouristen, die durchschnittlich rund 60 Euro pro Person in der Stadt ausgegeben haben. Die Südtiroler haben hingegen, pro Person, durchschnittlich 32 Euro für Essen und 38,7 Euro

⁹ Jenen Besuchern, die eingewilligt haben bei einer Nachbefragung teilzunehmen, wurde ein Online-Fragebogen zugeschickt. Im Zeitraum Ende Jänner bis Anfang März 2017, haben rund 20 Prozent der befragten Marktbesucher an der Nachbefragung teilgenommen.

für „Bekleidung und sonstige Artikel“ ausgegeben. Auch die Tagestouristen gaben deutlich mehr für Essen in der Stadt (28,8 Euro) als auf dem Markt aus; im Schnitt relativ wenig (13,8 Euro pro Person) aber für „Bekleidung und sonstige Artikel“: In der Tat hat fast die Hälfte der Tagesbesucher (48,2 Prozent) keine Ausgaben in diesem Bereich getätigt, während ein Viertel der Mehrtagesbesucher 100 Euro und mehr in den umliegenden Geschäften ausgegeben haben.

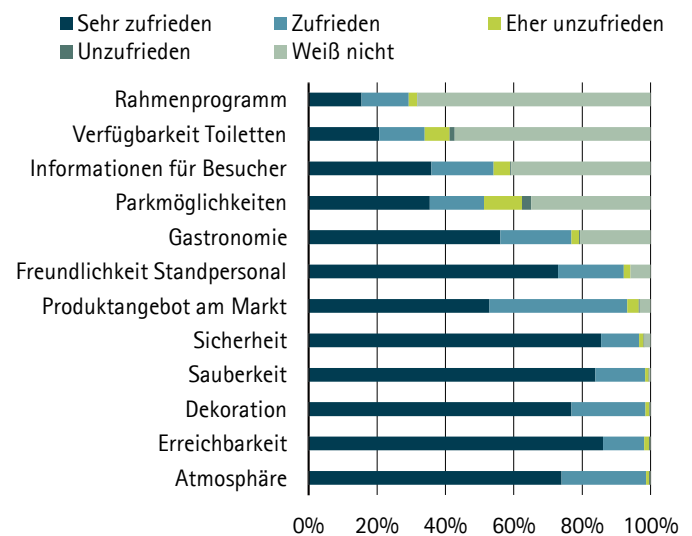
3.3 Zufriedenheit

Wie zufrieden sind die Besucher mit den Südtiroler Christkindlmärkten? Wie Abbildung 3.13 aufzeigt, konnten die befragten Gäste nicht zu allen Aspekten ein Urteil abgeben. Die Gründe hierfür liegen darin, dass bestimmte Leistungen nicht in Anspruch genommen wurden oder es nicht bekannt war, dass diese Leistungen angeboten werden. Dies betrifft besonders häufig das Rahmenprogramm und die Verfügbarkeit der Toiletten ebenso wie das Informationsangebot für Besucher und die Parkmöglichkeiten.

Abbildung 3.13

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten der Südtiroler Christkindlmärkte?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

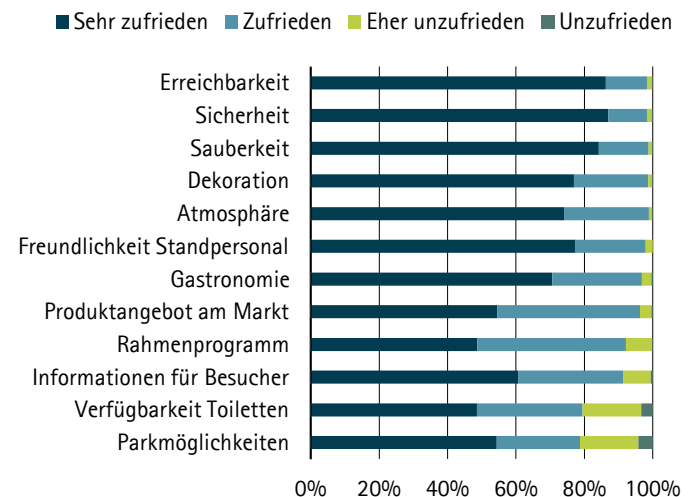
Berücksichtigt man nur die Urteile der Besucher, die tatsächlich etwas sagen können (siehe Abbildung 3.14) ergibt sich insgesamt, wie schon 2007/08, ein sehr erfreuliches Ergebnis. Besonders zufrieden sind die Besucher mit der Erreichbarkeit und Sicherheit. Sehr positiv beurteilt werden auch die Sauberkeit, die Atmosphäre und Dekoration, die Gastronomie sowie die Freundlichkeit des Standpersonals. Ein weiterer Grund für die hohe Zufriedenheit dürfte auch darin liegen, dass sehr viele Befragte (85,5 Prozent) der Meinung sind, dass sich die

Christkindlmärkte (unabhängig von der jeweiligen Stadt) sehr gut in das jeweilige Stadtbild einfügen würden.

Abbildung 3.14

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten der Südtiroler Christkindlmärkte?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent (a)



(a) Ohne Kategorie "weiß nicht"

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

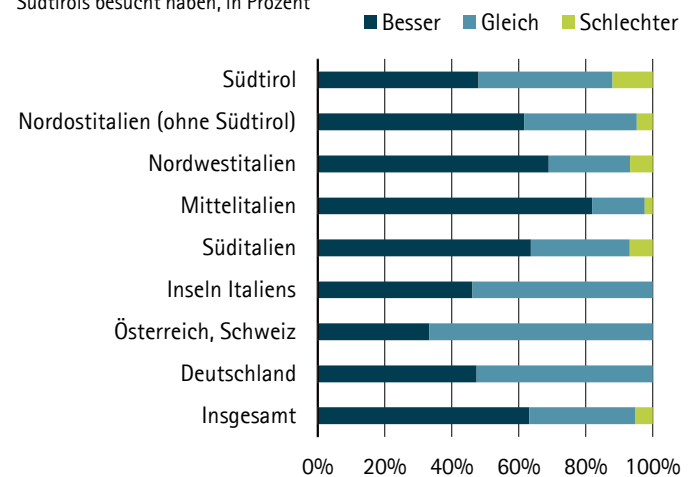
© 2017 WIFO

Vergleichsweise viele kritische Stimmen gibt es nur in Bezug auf die Verfügbarkeit von Toiletten sowie die Parkmöglichkeiten. Interessant ist, dass die Südtiroler etwas unzufriedener sind als die (Tages- und Mehrtages-)Touristen (siehe Tabelle A-14 im Anhang).

Abbildung 3.15

„Wie bewerten Sie die Südtiroler Christkindlmärkte im Vergleich zu den Christkindlmärkten außerhalb von Südtirol?“

Verteilung der befragten Besucher, die auch Christkindlmärkte außerhalb Südtirols besucht haben, in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

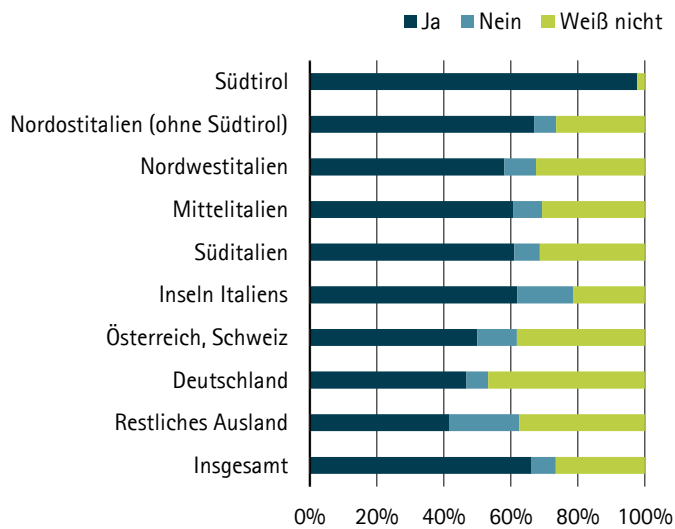
© 2017 WIFO

Zwei von drei Gästen, die zum Zeitpunkt der Befragung bereits andere Christkindlmärkte außerhalb von Südtirol besucht hatten, stufen die Südtiroler Märkte besser ein. Vor allem italienische Gäste sind überzeugt, dass die Südtiroler Christkindlmärkte besser sind (siehe Tabelle A-15 im Anhang). Nur wenige Gäste sind außerdem der Ansicht, dass die Südtiroler Christkindlmärkte schlechter sind.

Abbildung 3.16

„Planen Sie 2017/18 wieder einen Südtiroler Christkindlmarkt zu besuchen?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

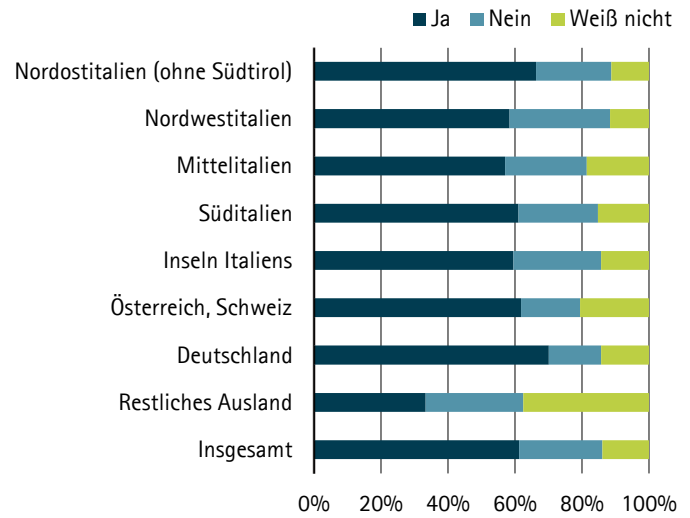
© 2017 WIFO

Als weiterer Indikator für die Zufriedenheit der Gäste dient ihre Einschätzung, ob sie auch in der nächsten Saison wieder einen Südtiroler Christkindlmarkt besuchen werden. Auch wenn viele Touristen derzeit noch nicht wissen, ob sie wieder kommen, gibt es nur sehr wenige, die einen Besuch explizit ausschließen. Bei den italienischen Gästen überwiegen sogar jene, die fest einen Besuch einplanen. Nicht zuletzt werden, erwartungsgemäß, fast alle befragten Südtiroler Gäste auch 2017/18 die heimischen Märkte wieder besuchen. Häufig planen die Touristen auch im nächsten Jahr einen Südtirol-Urlaub außerhalb der Öffnungszeiten der Christkindlmärkte.

Abbildung 3.17

„Planen Sie 2017/18 wieder einen Südtirol-Urlaub außerhalb der Öffnungszeiten des Christkindlmarktes?“

Verteilung der befragten Touristen in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

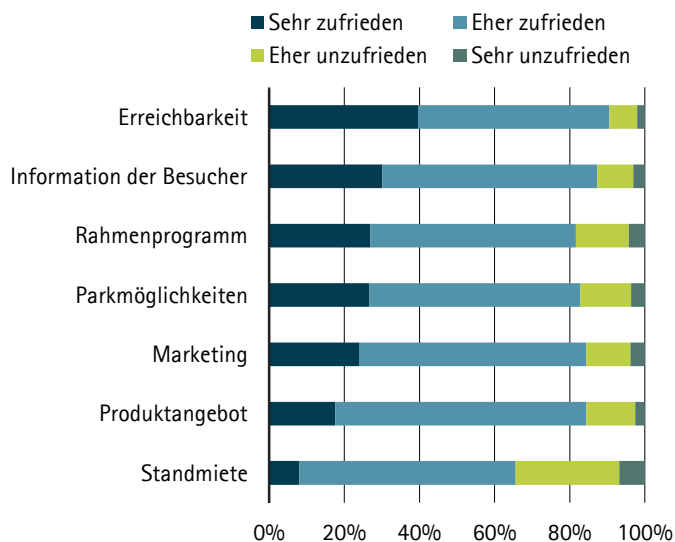
4. DIE EINSCHÄTZUNG DER STANDBETREIBER, EINZELHÄNDLER UND GASTRONOMIEBETRIEBE

Für die Erhebung 2016/17 wurde erstmals auch die Meinung der Standbetreiber sowie der Einzelhändler und der Gastronomie zu den Christkindlmärkten eingeholt. Wie zufrieden sind die Standbetreiber mit der Organisation und dem Angebot? Wie beurteilen die Einzelhändler und Gastronomiebetriebe in der unmittelbaren Nähe der Märkte die Auswirkungen auf ihr Geschäft?

Abbildung 4.1

„Wie bewerten Sie den diesjährigen Markt?“

Verteilung der befragten Standbetreiber in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

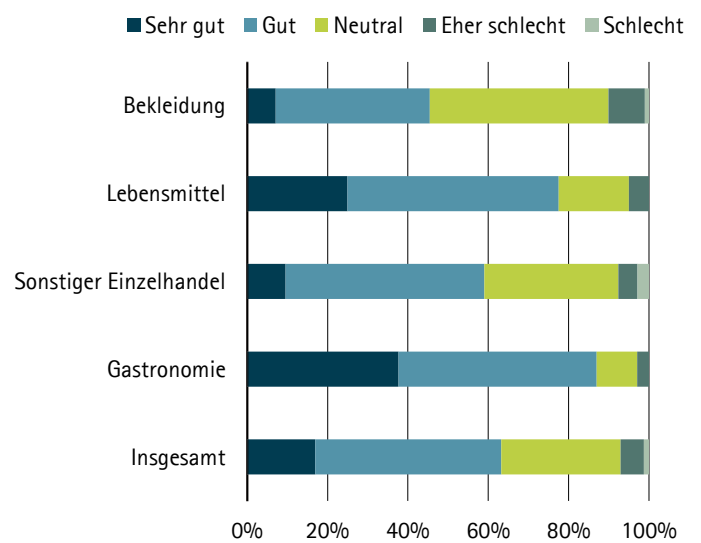
© 2017 WIFO

Insgesamt gesehen zeigen sich die Standbetreiber mit den meisten untersuchten Aspekten (sehr) zufrieden. Am besten schneidet aus ihrer Sicht die Erreichbarkeit ab. Vergleichsweise kritisch werden nur die Standmieten eingestuft.

Abbildung 4.2

„Wie wirkt sich der Christkindlmarkt auf Ihren Umsatz aus?“

Verteilung der befragten Einzelhändler und Gastronomiebetriebe in Prozent



Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Nur sehr wenige Einzelhändler und Gastronomiebetriebe geben an, dass sich die Christkindlmärkte insgesamt gesehen negativ auf ihren Umsatz ausgewirkt haben. Im Gegenteil: Mehrheitlich wird sogar ein guter bis sehr guter Einfluss erkannt. Am meisten zufrieden sind die Gastronomiebetriebe sowie die Lebensmittelhändler. Für relativ viele Bekleidungs- und sonstige Einzelhandelsgeschäfte bringen die Märkte allerdings keinen zusätzlich positiven wirtschaftlichen Effekt.

5. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Südtiroler Christkindlmärkte

Die Südtiroler Christkindlmärkte sind längst zu einem festen und wichtigen Bestandteil des touristischen Angebotes in Südtirol geworden. Seit den Anfängen vor fast 30 Jahren haben sich die Märkte kontinuierlich weiter entwickelt und verbessert. In den letzten Jahren haben die Organisatoren der Südtiroler Christkindlmärkte, in Zusammenarbeit mit der Südtiroler Tourismusvermarktung, beispielsweise den Öffnungszeitraum weitgehend vereinheitlicht, eine Zertifizierung als Green-Event erreicht, den Schwerpunkt des Angebotes auf traditionelle (Handwerks-)Produkte festgelegt, die Bewerbung auf neue Kundengruppen ausgedehnt und die Integration in das jeweilige Stadtmarketing forciert. Dies schlägt sich in großen wirtschaftlichen Wirkungen und einer hohen Zufriedenheit der Gäste nieder, womit die Ergebnisse der WIFO – Studien von 2007 und 2008 bestätigt werden.

Im Schnitt haben die Gäste am Markt rund 46,7 Euro für Essen sowie Geschenkartikel ausgegeben. Auch die Geschäfte und die Gastronomie in den Städten profitieren von weiteren 93 Euro, welche die Christkindlmarktbesucher für Essen sowie Bekleidung und sonstige Artikel ausgeben. Nicht zuletzt locken die Märkte neben Tagesgästen auch zahlreiche Mehrtagestouristen an und erhöhen so die Bettenauslastung in einer ansonsten touristisch schwachen Zeit. Besonders zufrieden sind die Gäste mit der Erreichbarkeit und Sicherheit, der Atmosphäre und Dekoration, der Gastronomie und der Freundlichkeit des Standpersonals der Christkindlmärkte. Zwei von drei Gästen, die andere Christkindlmärkte außerhalb Südtirols besucht haben, stufen die Südtiroler Märkte sogar besser ein, das gilt vor allem für den italienischen Gast. Ein weiterer Grund für die hohe Zufriedenheit dürfte sein, dass sehr viele Befragte (85,5 Prozent) der Meinung sind, dass sich die Christkindlmärkte sehr gut in das jeweilige Stadtbild einfügen. Nicht zuletzt planen zwei Drittel der Gäste schon einen Besuch im nächsten Jahr. Vergleichsweise häufig kritisiert werden nur die Verfügbarkeit von Toiletten sowie die Parkmöglichkeiten. Außerdem kennen viele Gäste nicht das angebotene Rahmenprogramm der Märkte.

Vier von 10 Gästen haben in der Saison 2016/17 das erste Mal einen Südtiroler Christkindlmarkt besucht, 6 von 10 waren schon öfters hier. Nach wie vor dominiert der italienische Gast: Insgesamt kommen 80 Prozent der Besucher aus Italien (ausgenommen Südtirol). Im Vergleich zu 2007/08 konnten aber deutlich mehr Gäste aus dem Süden und den Inseln Italiens angesprochen werden. Nahezu gleich geblieben sind die Anteile der heimischen Gäste (14,1 Prozent) sowie der Gäste aus dem Ausland (7,1 Prozent). Wie schon in der Saison 2007/08 überwiegt bei den Gästen, die nicht aus Südtirol kommen, der Anteil der Mehrtagestouristen (65,4 Prozent) gegenüber den Tagestouristen (34,6 Prozent).

Mehrtagestouristen bleiben im Schnitt 4,2 Tage und wählen nach wie vor am häufigsten das Hotel als Unterkunft. Interessant ist allerdings, dass nichtgewerbliche Unterkünfte wie Übernachtungen in Zweitwohnungen, bei Freunden oder in Airbnb-Angeboten deutlich zugenommen haben.

Wie schon 2007/08 ist das Privatauto das Verkehrsmittel der ersten Wahl, sowohl für die Reise nach Südtirol als auch für die Fortbewegung innerhalb von Südtirol. Für die Reise nach Südtirol werden allerdings häufiger Flughäfen in den umliegenden Regionen benutzt. Das trifft besonders auf entfernte Gäste z.B. von den italienischen Inseln sowie aus dem Ausland zu. Bei der Fortbewegung innerhalb von Südtirol spielen die öffentlichen Verkehrsmittel Bahn und Bus nach wie vor nur eine geringe Rolle. Interessant ist, dass viele Gäste häufig mehrere Märkte besuchen und sich nicht auf den Besuch eines Marktes beschränken.

Um auch weiterhin attraktiv zu bleiben, und sich noch mehr von Märkten im In- und Ausland abzuheben, gilt es eine Reihe von Herausforderungen zu bewältigen. Insbesondere braucht es eine noch bessere Abstimmung und Zusammenarbeit aller Beteiligten.

> Um die Zufriedenheit weiterhin hoch zu halten, sind die Organisatoren der Christkindlmärkte gefordert die Qualität

der Veranstaltung weiter zu verbessern, z.B. in Bezug auf die Verfügbarkeit der Toiletten und Parkplätze als auch in der stärkeren Bewerbung der vielfältigen, aber häufig unbekannteren, Rahmenprogramme.

- > Die einzelnen Märkte gilt es noch stärker zu differenzieren und ihre Besonderheiten in Bezug auf Produktangebot und Rahmenprogramm hervorzuheben, damit es weiterhin reizvoll bleibt, verschiedene Märkte zu besuchen.
- > Um den Anspruch der Märkte als Green-Event noch mehr gerecht zu werden, gilt es insbesondere die Verwendung der öffentlichen Verkehrsmittel durch die Christkindmarktbesucher zu fördern.
- > Da bei der Südtiroler Bevölkerung nach wie vor die Christkindlmärkte zum Teil als Belastung empfunden werden, gilt es weiterhin, die hohe wirtschaftliche und touristische Bedeutung der Märkte zu vermitteln und die Südtiroler als Gästegruppe gezielt anzusprechen.

ANHANG A ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG DER BESUCHER

Tabelle A-1

Eckdaten der Besucherbefragung

	Befragte Personen		Alle Personen		Personen pro Befragung
	Anzahl	%	Anzahl	%	
Bozen	706	37	1.518	40	2,2
Meran	270	14	533	14	2,0
Bruneck	341	18	679	18	2,0
Brixen	275	15	569	15	2,1
Sterzing	303	16	539	14	1,8
Insgesamt	1.895	100	3.838	100	2,0
Südtirol	267	14	408	11	1,5
Nordostitalien (ohne Südtirol)	551	29	1.094	29	2,0
Nordwestitalien	449	24	952	25	2,1
Mittelitalien	333	18	728	19	2,2
Süditalien	118	6	295	8	2,5
Inseln Italiens	42	2	101	3	2,4
Österreich, Schweiz	34	2	67	2	2,0
Deutschland	77	4	140	4	1,8
Restliches Ausland	24	1	53	1	2,2
Insgesamt	1.895	100	3.838	100	2,0

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-2

Besucher nach Herkunft, Dauer des Aufenthaltes und Markt

Verteilung der befragten Besucher in Prozent

	Bozen	Meran	Bruneck	Brixen	Sterzing	Insgesamt
Südtirol	15,4	21,1	17,0	8,4	6,6	14,1
Nordostitalien (ohne Südtirol)	22,1	31,5	31,1	28,4	41,6	29,1
Nordwestitalien	25,4	31,9	14,7	24,7	21,8	23,7
Mittelitalien	20,7	10,0	15,2	18,2	19,1	17,6
Südtalien	9,1	1,5	4,7	8,4	3,6	6,2
Inseln Italiens	3,1	0,4	1,2	2,9	2,3	2,2
Österreich, Schweiz	0,7	1,5	3,2	1,8	3,0	1,8
Deutschland	2,3	1,9	10,3	6,5	1,0	4,1
Restliches Ausland	1,3	0,4	2,6	0,7	1,0	1,3
Insgesamt	100	100	100	100	100	100
Italien (ohne Südtirol)	95,0	95,3	80,6	90,1	94,7	91,7
Ausland	5,0	4,7	19,4	9,9	5,3	8,3
Tagestouristen	31,8	47,4	25,4	30,6	43,8	34,6
Mehrtagestouristen	68,2	52,6	74,6	69,4	56,2	65,4
Insgesamt (ohne Südtirol)	100	100	100	100	100	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-3

Art der Unterkunft nach Herkunft und Dauer des Aufenthaltes

Verteilung der befragten Mehrtagestouristen in Prozent

	Hotel	Sonstige gastgewerbliche Betriebe	Ferienwohnung	Sonstige nicht- gastgewerbliche Betriebe	Sonstige Unterkünfte	Insgesamt
Nordostitalien (ohne Südtirol)	64,1	5,0	22,3	0,0	8,6	100
Nordwestitalien	69,0	10,2	12,8	0,7	7,3	100
Mittelitalien	67,3	6,5	19,6	1,2	5,3	100
Südtalien	69,0	4,6	12,6	2,3	11,5	100
Inseln Italiens	65,5	6,3	18,8	0,0	9,4	100
Österreich, Schweiz	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100
Deutschland	85,2	0,0	9,8	0,0	4,9	100
Restliches Ausland	70,6	5,9	11,8	0,0	11,8	100
Italien (ohne Südtirol)	67,1	7,1	17,4	0,8	7,6	100
Ausland	84,9	1,1	8,6	0,0	5,4	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	68,9	6,5	16,5	0,7	7,4	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-4

„An wie vielen Saisonen waren Sie zu Gast auf einem Südtiroler Christkindlmarkt?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent

	1	2 bis 4	5 bis 9	10 und mehr	Insgesamt
Südtirol	5,3	7,1	18,8	68,8	100
Nordostitalien (ohne Südtirol)	34,2	39,3	13,9	12,5	100
Nordwestitalien	49,4	32,7	9,4	8,5	100
Mittelitalien	53,8	34,5	5,1	6,6	100
Süditalien	65,3	23,7	5,1	5,9	100
Inseln Italiens	73,8	11,9	9,5	4,8	100
Österreich, Schweiz	47,1	38,2	5,9	8,8	100
Deutschland	51,9	27,3	11,7	9,1	100
Restliches Ausland	54,2	29,2	4,2	12,5	100
Insgesamt	41,2	30,2	11,0	17,6	100
Italien (ohne Südtirol)	51,1	30,4	8,9	9,6	100
Ausland	46,7	34,3	9,8	9,2	100
Tagestouristen	48,0	34,3	9,4	8,3	100
Mehrtagestouristen	46,6	33,7	9,9	9,8	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	47,1	33,9	9,7	9,3	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-5

„Welches Verkehrsmittel haben Sie für die Reise nach Südtirol benutzt?“

Verteilung der befragten Touristen in Prozent

	Privatfahrzeug	Reisebus	Bahn	Sonstiges	Insgesamt
Nordostitalien (ohne Südtirol)	84,2	7,6	8,2	0,0	100
Nordwestitalien	83,5	9,4	5,8	1,3	100
Mittelitalien	64,6	14,4	20,7	0,3	100
Süditalien	54,7	13,7	20,5	11,1	100
Inseln Italiens	26,2	0,0	4,8	69,0	100
Österreich, Schweiz	61,8	35,3	2,9	0,0	100
Deutschland	71,4	20,8	5,2	2,6	100
Restliches Ausland	52,2	4,3	4,3	39,1	100
Italien (ohne Südtirol)	75,7	9,9	11,1	3,3	100
Ausland	65,7	21,6	4,5	8,2	100
Tagestouristen	71,7	17,3	9,1	2,0	100
Mehrtagestouristen	76,5	7,5	11,4	4,6	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	74,8	10,9	10,6	3,7	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-6

„Wie sind Sie heute zu diesem Christkindlmarkt gekommen?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent

	Privatfahrzeug	Zu Fuß/Fahrrad	Reisebus	Öffentliches Verkehrsmittel	Insgesamt
Bozen	50,4	23,8	7,8	18,0	100
Meran	66,3	17,8	9,3	6,7	100
Bruneck	54,3	22,9	10,0	12,9	100
Brixen	64,4	14,2	8,4	13,1	100
Sterzing	65,3	13,2	14,5	6,9	100
Tagestourist	65,2	7,4	16,5	10,8	100
Mehrtagestourist	57,4	21,5	7,7	13,3	100
Südtirol	43,4	38,2	2,2	16,1	100
Insgesamt	57,8	19,7	9,6	13,0	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-7

„Wie wichtig ist der Christkindlmarkt für Ihren Besuch in Südtirol?“

Verteilung der befragten Touristen in Prozent

	Sehr wichtig	Wichtig	Eher unwichtig	Unwichtig	Insgesamt
Nordostitalien (ohne Südtirol)	57,2	29,8	10,0	3,1	100
Nordwestitalien	58,6	28,3	9,4	3,8	100
Mittelitalien	64,6	24,9	8,1	2,4	100
Südtalien	62,7	26,3	7,6	3,4	100
Inseln Italiens	47,6	42,6	9,5	0,0	100
Österreich, Schweiz	47,1	47,1	2,9	2,9	100
Deutschland	37,7	33,8	20,8	7,8	100
Restliches Ausland	20,8	37,5	20,8	20,8	100
Italien (ohne Südtirol)	59,4	28,3	9,2	3,1	100
Ausland	37,0	37,8	16,3	8,9	100
Tagestouristen	66,3	28,0	4,6	1,1	100
Mehrtagestouristen	52,9	29,7	12,5	4,9	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	57,6	29,1	9,8	3,6	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-8

„Welche anderen Aktivitäten planen Sie für Ihren Aufenthalt in Südtirol?“

Anteil der befragten Mehrtagestouristen in Prozent

	Typische Küche genießen	Shopping	Sightseeing	Wandern	Wellness	Wintersport	Kultur	Beruflicher Aufenthalt
Nordostitalien (ohne Südtirol)	90,0	87,8	80,1	30,2	34,7	18,3	11,6	1,9
Nordwestitalien	93,0	93,0	83,4	28,6	28,6	17,5	12,2	2,9
Mittelitalien	92,6	95,8	88,0	29,8	23,6	15,9	10,7	2,9
Süditalien	93,9	95,7	92,2	46,1	17,4	13,9	17,4	0,9
Inseln Italiens	95,0	97,5	97,5	55,0	37,5	17,5	32,5	5,0
Österreich, Schweiz	89,5	89,5	57,9	21,1	36,8	5,3	15,8	0,0
Deutschland	87,0	65,2	60,9	44,9	44,9	40,6	14,5	7,2
Restliches Ausland	85,7	85,7	76,2	52,4	33,3	42,9	14,3	9,5
Italien (ohne Südtirol)	92,2	92,8	85,2	32,1	28,1	16,9	12,9	2,5
Ausland	87,2	73,4	63,3	42,2	41,3	34,9	14,7	6,4
Tagestouristen	91,4	92,6	85,3	30,7	28,8	16,6	15,3	2,5
Mehrtagestouristen	91,8	90,8	82,9	33,4	29,3	18,8	12,7	2,9
Insgesamt (ohne Südtirol)	91,8	91,0	83,2	33,0	29,3	18,5	13,0	2,9

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-9

„Wie viele Südtiroler Christkindlmärkte haben Sie in dieser Saison bereits besucht, bzw. planen Sie noch zu besuchen?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent

	1	2	3	4	5	Insgesamt
Südtirol	46,8	28,5	15,4	8,2	1,1	100
Nordostitalien (ohne Südtirol)	41,0	32,7	16,3	8,0	2,0	100
Nordwestitalien	37,9	32,7	17,8	9,4	2,2	100
Mittelitalien	18,6	30,9	30,6	16,5	3,3	100
Süditalien	13,6	26,3	33,9	19,5	6,8	100
Inseln Italiens	7,1	26,2	28,6	35,7	2,4	100
Österreich, Schweiz	44,1	20,6	23,5	2,9	8,8	100
Deutschland	48,1	27,3	13,0	10,4	1,3	100
Restliches Ausland	54,2	16,7	20,8	4,2	4,2	100
Insgesamt	35,2	30,6	20,5	11,1	2,6	100
Italien (ohne Südtirol)	31,9	31,6	21,7	12,0	2,7	100
Ausland	48,1	23,7	17,0	7,4	3,7	100
Tagestouristen	42,7	34,2	14,2	6,9	2,0	100
Mehrtagestouristen	28,3	29,2	25,1	14,1	3,3	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	33,3	31,0	21,3	11,6	2,8	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-10

„Wie viele Südtiroler Christkindlmärkte haben Sie besucht, bzw. planen Sie noch zu besuchen?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent

	Nur Ort der Befragung	Weitere Märkte (Anzahl)				Insgesamt
		1	2	3	4	
Bozen	25,5	39,2	22,2	10,8	2,3	100
Meran	74,8	21,5	1,9	1,9	0,0	100
Bruneck	46,0	23,8	18,8	9,4	2,3	100
Brixen	20,7	29,1	30,5	15,3	4,4	100
Sterzing	23,8	27,7	25,7	18,5	4,3	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-11

„Welche anderen Südtiroler Christkindlmärkte haben Sie besucht, bzw. planen Sie noch zu besuchen?“

Anteil der befragten Besucher, die weitere Südtiroler Christkindlmärkte besucht haben, in Prozent

		Bozen	Meran	Bruneck	Brixen	Sterzing
Ort der Befragung	Bozen	-	57,0	8,9	25,0	15,6
	Meran	92,6	-	2,9	11,8	14,7
	Bruneck	49,7	25,9	-	63,8	28,1
	Brixen	56,9	41,3	33,5	-	36,7
	Sterzing	50,2	41,1	19,9	71,9	-

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-12

„Welche Christkindlmärkte haben Sie außerdem besucht, bzw. planen Sie noch zu besuchen?“

Anteil der befragten Besucher in Prozent

	Sonstige in Südtirol	Trient	Innsbruck, Lienz	Sonstige	Insgesamt
Südtirol	7,9	7,5	7,1	9,4	27,0
Nordostitalien (ohne Südtirol)	20,5	16,7	5,3	5,4	36,1
Nordwestitalien	20,3	10,0	7,8	5,3	36,1
Mittelitalien	25,5	12,6	14,7	7,2	46,8
Süditalien	35,6	20,3	24,6	10,2	64,4
Inseln Italiens	50,0	14,3	23,8	9,5	64,3
Österreich, Schweiz	8,8	2,9	32,4	23,5	58,8
Deutschland	13,0	3,9	3,9	18,2	33,8
Restliches Ausland	12,5	8,3	0,0	12,5	25,0
Insgesamt	20,5	12,4	9,8	7,6	39,3
Italien (ohne Südtirol)	23,6	14,0	0,9	6,3	41,5
Ausland	11,9	4,4	3,0	18,5	38,8
Tagestouristen	22,5	13,1	0,7	3,5	35,6
Mehrtagestouristen	22,7	13,3	1,2	9,3	44,3
Insgesamt (ohne Südtirol)	22,6	13,2	1,0	7,3	41,3

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-13

Ausgaben der Besucher pro Person und Tag (in Euro)

Verteilung in Prozent

	Keine Ausgaben	Bis 24	25 bis 49	50 bis 99	100 und mehr	Insgesamt	Mittelwert in Euro (a)
Am Markt: Essen							
Südtirol	14,7	64,7	11,8	5,9	2,9	100	15,0
Tagestouristen	3,6	62,5	21,4	10,7	1,8	100	20,1
Mehrtagestouristen	8,6	58,4	18,0	12,4	2,6	100	19,5
Insgesamt	8,4	59,8	18,0	11,5	2,4	100	18,9
Am Markt: Geschenkartikel							
Südtirol	47,1	32,4	8,8	5,9	5,9	100	14,1
Tagestouristen	17,9	46,4	12,5	17,9	5,4	100	23,6
Mehrtagestouristen	12,9	39,9	18,5	16,7	12,1	100	31,8
Insgesamt	17,3	40,2	16,4	15,8	10,2	100	27,8
In der Stadt: Essen							
Südtirol	38,2	35,3	8,8	8,8	8,8	100	32,0
Tagestouristen	26,8	48,2	8,9	3,6	12,5	100	28,8
Mehrtagestouristen	10,3	31,3	20,2	18,0	20,2	100	58,1
Insgesamt	16,1	34,7	17,0	14,6	17,6	100	47,5
In der Stadt: Bekleidung und Sonstiges							
Südtirol	44,1	14,7	8,8	17,6	14,7	100	38,7
Tagestouristen	48,2	25,0	14,3	10,7	1,8	100	13,9
Mehrtagestouristen	22,3	21,0	13,7	18,5	24,5	100	60,4
Insgesamt	29,1	21,1	13,3	17,0	19,5	100	45,9

(a) 5 %-getrimmter Mittelwert: jeweils 5 Prozent der größten und kleinsten Werte sind ausgeschlossen

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-14

„Sind Sie mit folgenden Aspekten (eher) unzufrieden?“

Anteil der befragten Besucher in Prozent (a)

	Atmosphäre	Dekoration	Gastronomie	Sauberkeit	Verfügbarkeit Toiletten	Produktangebot am Markt
Südtirol	4,1	1,9	8,7	3,4	33,1	9,2
Nordostitalien (ohne Südtirol)	0,9	1,1	1,7	0,9	17,2	2,8
Nordwestitalien	0,2	0,7	1,8	0,7	20,9	1,8
Mittelitalien	0,9	1,2	1,9	0,6	14,1	3,1
Süditalien	0,0	1,7	4,8	1,7	17,0	3,4
Inseln Italiens	0,0	2,4	3,1	0,0	20,0	7,1
Österreich, Schweiz	0,0	3,0	3,4	2,9	21,1	6,3
Deutschland	1,3	2,6	6,3	1,3	26,5	1,3
Restliches Ausland	4,2	4,2	0,0	0,0	20,0	12,5
Insgesamt	1,2	1,3	3,2	1,2	20,5	3,8
Italien (ohne Südtirol)	0,6	1,1	2,0	0,8	17,7	2,8
Ausland	1,5	3,0	4,6	1,5	23,8	4,5
Tagestouristen	0,5	1,2	0,7	1,3	17,9	2,4
Mehrtagestouristen	0,8	1,2	3,1	0,7	18,5	3,2
Insgesamt (ohne Südtirol)	0,7	1,2	2,3	0,9	18,2	2,9

(a) ohne Kategorie „weiß nicht“

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-14 - Fortsetzung

„Sind Sie mit folgenden Aspekten (eher) unzufrieden?“

Anteil der befragten Besucher in Prozent (a)

	Freundlichkeit des Standpersonals	Informationen für Besucher	Rahmenprogramm	Parkmöglichkeiten	Erreichbarkeit	Sicherheit
Südtirol	2,5	11,1	11,4	32,4	1,1	3,4
Nordostitalien (ohne Südtirol)	1,9	10,7	5,2	19,9	1,6	1,7
Nordwestitalien	2,1	8,9	7,3	22,1	1,6	1,6
Mittelitalien	2,5	5,5	70,2	19,6	1,8	0,9
Süditalien	1,7	8,1	2,9	17,9	1,7	2,5
Inseln Italiens	2,5	9,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Österreich, Schweiz	3,2	9,1	10,0	14,3	6,1	0,0
Deutschland	0,0	4,7	20,0	20,5	1,3	0,0
Restliches Ausland	0,0	0,0	0,0	7,1	4,2	0,0
Insgesamt	2,1	8,7	7,8	21,2	1,6	1,7
Italien (ohne Südtirol)	2,1	8,6	6,1	20,0	1,6	1,5
Ausland	0,8	5,0	14,7	16,2	3,0	0,0
Tagestouristen	1,1	10,2	6,2	21,2	1,8	1,5
Mehrtagestouristen	2,5	7,3	6,9	18,8	1,7	1,3
Insgesamt (ohne Südtirol)	2,0	8,3	6,7	19,7	1,7	1,4

(a) ohne Kategorie „weiß nicht“

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-15

„Wie bewerten Sie die Südtiroler Christkindlmärkte im Vergleich zu jenen außerhalb von Südtirol?“

Verteilung der befragten Besucher, die auch Christkindlmärkte außerhalb Südtirols besucht haben, in Prozent

	Besser	Gleich	Schlechter	Insgesamt
Südtirol	48,0	40,0	12,0	100
Nordostitalien (ohne Südtirol)	61,6	33,6	4,8	100
Nordwestitalien	68,6	24,3	6,8	100
Mittelitalien	81,9	15,7	2,4	100
Süditalien	63,6	29,5	6,8	100
Inseln Italiens	46,2	53,8	0,0	100
Österreich, Schweiz	33,3	66,7	0,0	100
Deutschland	47,4	52,6	0,0	100
Restliches Ausland	0,0	50,0	50,0	100
Insgesamt	62,9	31,8	5,4	100
Italien (ohne Südtirol)	67,8	27,4	4,7	100
Ausland	38,5	59,0	2,6	100
Tagestouristen	61,9	33,3	4,8	100
Mehrtagestouristen	65,9	29,7	4,4	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	64,8	30,7	4,5	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-16

„Planen Sie 2017/18 wieder einen Südtiroler Christkindlmarkt zu besuchen?“

Verteilung der befragten Besucher in Prozent

	Ja	Nein	Weiß nicht	Insgesamt
Südtirol	97,8	0,0	2,2	100
Nordostitalien (ohne Südtirol)	67,0	6,5	26,5	100
Nordwestitalien	58,1	9,4	32,5	100
Mittelitalien	60,7	8,7	30,6	100
Süditalien	61,0	7,6	31,4	100
Inseln Italiens	61,9	16,7	21,4	100
Österreich, Schweiz	50,0	11,8	38,2	100
Deutschland	46,8	6,5	46,8	100
Restliches Ausland	41,7	20,8	37,5	100
Insgesamt	66,2	7,2	26,6	100
Italien (ohne Südtirol)	62,3	8,2	29,5	100
Ausland	46,7	10,4	43,0	100
Tagestouristen	65,8	8,5	25,7	100
Mehrtagestouristen	58,5	8,4	33,2	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	61,0	8,4	30,6	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle A-17

„Planen Sie 2017/18 wieder einen Südtirol-Urlaub außerhalb der Öffnungszeiten des Christkindlmarktes?“

Verteilung der Touristen in Prozent

	Ja	Nein	Weiß nicht	Insgesamt
Nordostitalien (ohne Südtirol)	66,2	22,5	11,3	100
Nordwestitalien	58,4	30,1	11,6	100
Mittelitalien	57,1	24,3	18,6	100
Südtalien	61,0	23,7	15,3	100
Inseln Italiens	59,5	26,2	14,3	100
Österreich, Schweiz	61,8	17,6	20,6	100
Deutschland	70,1	15,6	14,3	100
Restliches Ausland	33,3	29,2	37,5	100
Italien (ohne Südtirol)	61,2	25,4	13,4	100
Ausland	61,5	18,5	20,0	100
Tagestouristen	59,6	26,6	13,8	100
Mehrtagestouristen	62,1	23,9	14,0	100
Insgesamt (ohne Südtirol)	61,2	24,8	13,9	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

ANHANG B

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG DER STANDBETREIBER, EINZELHÄNDLER UND GASTRONOMIEBETRIEBE

Tabelle B-1

Liste der untersuchten Straßenzüge

Bozen	Laubengasse, Obstplatz, Museumstraße, Am Alten Rathaus, Stern galerie, Rathausplatz, Gumergasse, Kornplatz, Silbergasse, Dr.-Josef-Streiter-Gasse, Bindergasse (zwischen der Dr.-Josef-Streiter-Gasse und dem Rathausplatz), Zusätzlich zum Laubengebiet sind auch folgende Straßen relevant: Mustergasse, Südtiroler Straße, Pfarrplatz, Walthergalerie, Raingasse, Johann-Wolfgang-von-Goethe-Straße, Leonardo-Da-Vinci-Straße, Sernesigalerie, Europagal erie, Erbsengasse, Dr.-Julius-Perathoner-Straße
Meran	Laubengasse, Sparkassenstraße, Galileo-Galilei-Straße (bis zur Landesfürstlichen Burg), Freiheitsstraße (zwischen dem Theaterplatz und dem Sandplatz), Leonardo-Da-Vinci-Straße, Mühlgraben, Rennweg (bis zum Despar-Supermarkt), Meinhardstraße, Aristongalerie
Brixen	Altenmarkt gasse, Weissenturm gasse, Großer Graben, Kleiner Graben, Große Lauben, Laubendurchgang, Laubengalerie, Kleine Lauben, Bäckergasse, Albuingasse, Domplatz, Domgasse, Hofgasse, Pfarrplatz, Adlerbruckengasse, Maria-Hueber-Platz, Erhardgasse, Kreuzgasse, Stadt Galerie, Stadelgasse
Bruneck	Europastraße, Rathausplatz, Gilmplatz, Graben, Stadtgasse, Florianigasse, Oberragen, Stegener Straße (ab der Kreuzung Josef-Seeber-Straße (Richtung Osten)), Herzog- Sigmund- Straße
Sterzing	Gänsbacherstraße, Bahnhofstraße, Untertorplatz, Neustadt, Kapuzinergasse, Stadtplatz, Altstadt

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle B-2

„Sind Sie mit folgenden Aspekten (eher) unzufrieden?“

Anteil der befragten Standbetreiber in Prozent

	Standmiete	Produkt- angebot	Marketing	Park- möglichkeiten	Rahmen- programm	Information der Besucher	Erreichbarkeit
Bozen	53,1	27,2	18,5	11,1	32,1	27,2	13,6
Meran	26,9	1,5	7,5	7,5	7,5	0,0	1,5
Bruneck	19,2	13,5	17,3	23,1	13,5	9,6	19,2
Brixen	30,0	10,0	13,3	16,7	10,0	3,3	0,0
Sterzing	27,3	18,2	18,2	31,8	9,1	4,5	4,5
Gastronomie	44,0	17,4	17,4	12,5	16,7	16,7	4,0
Geschenkartikel	29,6	16,2	16,8	18,3	18,1	12,0	7,6
Verpackte Lebensmittel	42,9	13,1	11,9	16,4	20,0	12,7	16,1
Insgesamt	34,1	14,7	14,7	15,1	17,1	11,5	9,1

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO

Tabelle B-3

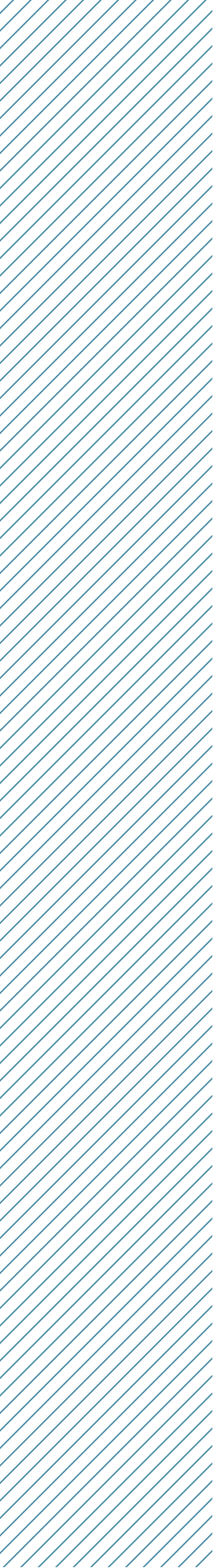
„Wie wirkt sich der Christkindlmarkt auf Ihren Umsatz aus?“

Verteilung der befragten Einzelhändler und Gastronomiebetriebe in Prozent

	Sehr gut	Gut	Neutral	Eher Schlecht	Schlecht	Insgesamt
Bozen	12,8	47,0	30,8	8,5	0,9	100
Meran	6,1	54,5	31,8	7,6	0,0	100
Bruneck	20,0	46,7	23,3	6,7	3,3	100
Brixen	28,6	40,0	28,6	1,4	1,4	100
Sterzing	26,7	40,0	30,0	0,0	3,3	100
Bekleidung	7,1	38,4	44,4	9,1	1,0	100
Lebensmittel	25,0	52,5	17,5	5,0	0,0	100
Sonstiger Einzelhandel	9,5	49,5	33,3	4,8	2,9	100
Gastronomie	37,7	49,3	10,1	2,9	0,0	100
Insgesamt	16,9	46,3	29,7	5,8	1,3	100

Quelle: WIFO (eigene Erhebung)

© 2017 WIFO



CIMA (2013)

Wertschöpfungsanalyse der Innsbrucker Christkindlmärkte. CIMA Beratung + Management GmbH

Lechner und Perkmann (2007)

Imagefaktor Südtiroler Christkindlmärkte. Eine Befragung der Bevölkerung Italiens. WIFO Studie 3.07. Handelskammer Bozen (Hrsg.)

Lun und Lechner (2008)

Wirtschaftsfaktor Südtiroler Christkindlmärkte. Besucher, Umsätze, Wertschöpfung, Beschäftigung. WIFO Studie 5.08. Handelskammer Bozen (Hrsg.)

WIFO

Institut für
Wirtschaftsforschung

WIFO - Institut für Wirtschaftsforschung

I-39100 Bozen
Südtiroler Straße 60

T + 39 0471 945 708

F + 39 0471 945 712

www.handelskammer.bz.it/wifo

wifo@handelskammer.bz.it



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

