

KOHL ► PARTNER

Tourismus in Südtirol: QUO VADIS?

ENTWICKLUNGS
Pioniere
— SEIT 1981 —

Alois Kronbichler
Geschäftsführer Kohl ► Partner Südtirol

hds Bezirksversammlung Pustertal/Gadertal
24. Februar 2025

hds unione
we are economy

1

Wie viele Beherbergungsbetriebe hatte Südtirol im Dezember 2024?

15	€1 MILLION
14	€500.000
13	€125.000
12	€64.000
11	€32.000
10	€16.000
9	€8.000
8	€4.000
7	€2.000
6	€1.000
5	€500
4	€300
3	€200
2	€100
1	€50

A	3.922	B	12.037
C	7.794	D	13.587

2

Wie viele Beherbergungsbetriebe hatte Südtirol im Dezember 2024?

3.950 Betriebe gewerblicher Art
8.087 Betriebe nicht gewerblicher Art

15	€1 MILLION
14	€500.000
13	€125.000
12	€64.000
11	€32.000
10	€16.000
9	€8.000
8	€4.000
7	€2.000
6	€1.000
5	€500
4	€300
3	€200
2	€100
1	€50

A 3.922 B 12.037

C 7.794 D 13.587

3

Die Ø Betriebsgröße der gewerblichen Betriebe in Südtirol beträgt ...

15	€1 MILLION
14	€500.000
13	€125.000
12	€64.000
11	€32.000
10	€16.000
9	€8.000
8	€4.000
7	€2.000
6	€1.000
5	€500
4	€300
3	€200
2	€100
1	€50

A 79 B 65

C 54 D 41

4

15 €1 MILLION

Ø 41 Betten im gewerblichen Bereich.
 ca. 5% haben mehr als 100 Betten
 ca. 10% haben mehr als 80 Betten
 Mehr als 60% haben weniger als 40 Betten!

1 €50

A	103	B	82
C	54	D	41

5

Um wie viel Prozent sind die gewerblichen und die nicht-gewerblichen Betten in den letzten 10 Jahren in Südtirol gestiegen?

15	€1 MILLION
14	€500.000
13	€125.000
12	€64.000
11	€32.000
10	€16.000
9	€8.000
8	€4.000
7	€2.000
6	€1.000
5	€500
4	€300
3	€200
2	€100
1	€50

A gew. +50%, nicht-gew.+30%	B gew. +58%, nicht-gew.-7%
C gew.+6%,nicht-gew.+38%	D gew.-4%, nicht-gew.+19%

6

15 €1 MILLION
14 €500.000

Die Anzahl der Betten im nicht-gewerblichen Bereich ist im Zeitraum 2014 bis Juli 2024 um 38% gestiegen (auf insgesamt ca. 94.000 Betten). Die Betten der gastgewerblichen Betriebe sind im selben Zeitraum nur um 6,3% gestiegen (auf insgesamt ca. 160.000 Betten).
Quelle: Astat-Datenbank

1 €50

A gew. +50%, nicht-gew.+30% B gew. +60%, nicht-gew.-5%

C gew. 6 %, nicht-gew.+38 % D gew.-5 %, nicht-gew.+15%

7

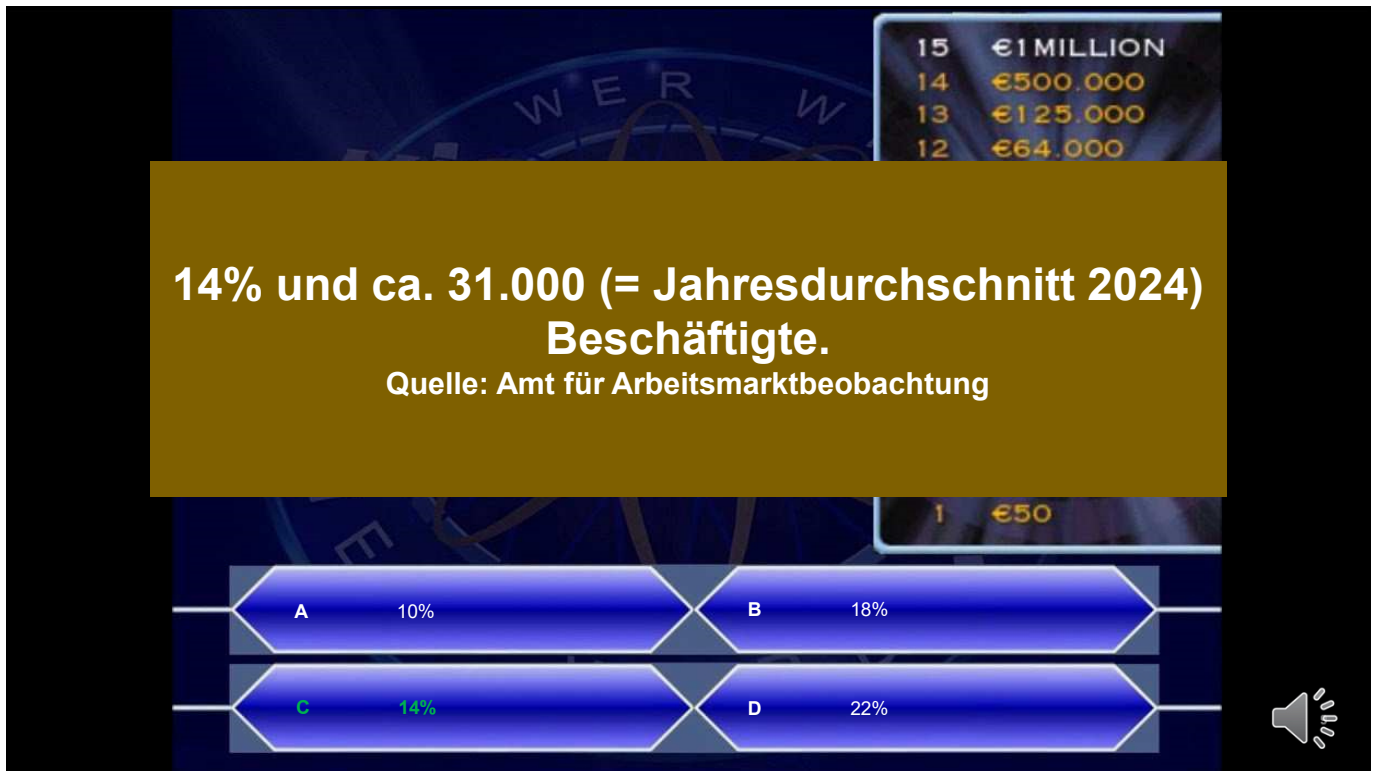
15 €1 MILLION
14 €500.000
13 €125.000
12 €64.000
11 €32.000
10 €16.000
9 €8.000
8 €4.000
7 €2.000
6 €1.000
5 €500
4 €300
3 €200
2 €100
1 €50

Wie viel Prozent der Beschäftigten in Südtirol haben im Jahr 2024 im Bereich „Handel“ gearbeitet?

A 10% B 18%

C 14% D 22%

8



9

K > P

Was erwartet euch?

1. Entwicklung des touristischen Angebots und der Nachfrage in den letzten Jahrzehnten
2. Wie ist diese Entwicklung zu erklären?
 - Veränderung der urbanistischen Rahmenbedingungen
 - Konsequentes Setzen auf die Stärken
3. Rahmenbedingungen und Herausforderungen für die Tourismusentwicklung in Südtirol
4. Tourismus & Handel: Eine Win-Win-Situation oder eine schlampige Zweierbeziehung?
5. Diskussion

10

K > P

Entwicklung des touristischen Angebots und der Nachfrage in den letzten Jahrzehnten

ENTWICKLUNGS
Pioniere
— SEIT 1981 —

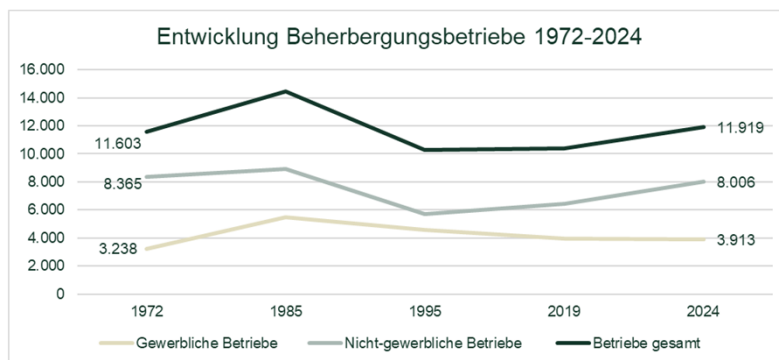
11

K > P

Entwicklung der Beherbergungsbetriebe 1972-2024

Quelle: astat

	1972	1985	1995	2019	2024
Gewerbliche Betriebe	3.238	5.499	4.585	3.953	3.913
Nicht-gewerbliche Betriebe	8.365	8.939	5.709	6.445	8.006
Betriebe gesamt	11.603	14.438	10.294	10.398	11.919



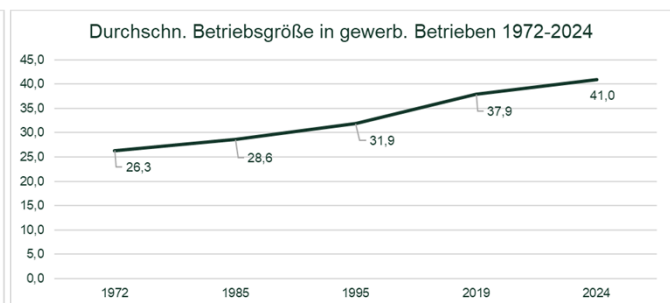
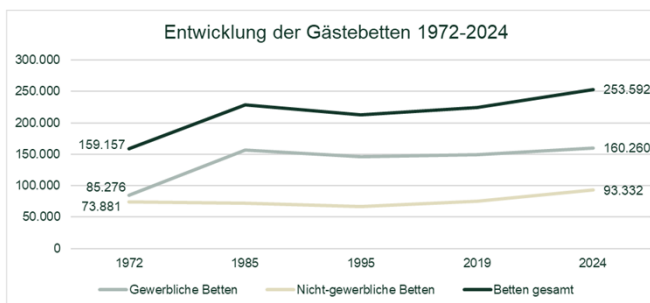
12

Entwicklung der Gästebetten 1972-2024

K > P

Quelle: astat

	1972	1985	1995	2019	2024
Gewerbliche Betten	85.276	157.053	146.224	149.869	160.260
Nicht-gewerbliche Betten	73.881	72.035	66.736	74.958	93.332
Betten gesamt	159.157	229.088	212.960	224.827	253.592
Durchschn. Betriebsgröße in gewerb. Betrieben	26,3	28,6	31,9	37,9	41,0



13

Entwicklung des touristischen Angebots in SÜDTIROL und im PUSTERTAL 2024

K > P

Betriebe			Betten		
Südtirol	Pustertal	in %	Südtirol	Pustertal	in %
11.919	3.502	29%	253.594	76.704	30%

14

Entwicklung der Zweitwohnungen in SÜDTIROL 2012 und 2021

Quelle: astat

2012	12.963
2021	13.907

Herkunft der Eigentümer der Zweitwohnungen - Stand 2021

Land	Anzahl	in %
Südtirol	3.362	24,2
Italien	7.906	56,8
Deutschland	2.042	14,7
Andere Nationen	597	4,3
Gesamt	13.907	100,0

15

Entwicklung der Betriebe nach Kategorien in SÜDTIROL 2011 und 2024

Quelle: astat

Kategorie	Betriebe		
	2011	2024	Veränderung in ± %
4-5-Sterne	377	628	67%
3 Sterne	1.547	1.454	-6%
1-2 Sterne	1.519	934	-39%
Residence	797	897	13%
Gewerblich gesamt	4.240	3.913	-8%
Campplätze	44	64	45%
Privatquartiere	3.121	4.392	41%
Urlaub auf dem Bauernhof	2.659	3.061	15%
Andere Betriebe	193	489	153%
Nicht-gewerblich gesamt	6.017	8.006	33%
GESAMT	10.257	11.919	16%

16

Entwicklung der Betten nach Kategorien in SÜDTIROL 2011 und 2024

Quelle: astat

Kategorie	Betten		
	2011	2024	Veränderung in ± %
4-5-Sterne	27.121	49.404	82%
3 Sterne	65.779	62.200	-5%
1-2 Sterne	37.044	24.563	-34%
Residence	21.074	24.093	14%
Gewerblich gesamt	151.018	160.260	6%
Campplätze	12.708	16.041	26%
Privatquartiere	25.259	34.055	35%
Urlaub auf dem Bauernhof	22.155	32.071	45%
Andere Betriebe	8.462	11.167	32%
Nicht-gewerblich gesamt	68.584	93.334	36%
GESAMT	219.602	253.594	15%

17

Entwicklung der Nächtigungen und VBT nach Kategorien in SÜDTIROL 2011 und 2024

Quelle: astat

Kategorie	Nächtigungen			Vollbelegstage		
	2011	2024	Veränderung in ± %	2011	2024	Veränderung in ± %
4-5-Sterne	5.864.207	10.827.459	85%	216	219	1%
3 Sterne	10.762.298	10.371.382	-4%	164	167	2%
1-2 Sterne	3.713.710	2.467.567	-34%	100	100	0%
Residence	2.754.456	3.373.408	22%	131	140	7%
Gewerblich gesamt	23.094.671	27.039.816	17%	153	169	10%
Campplätze	1.245.044	2.065.652	66%	98	129	31%
Privatquartiere	2.022.218	3.622.019	79%	80	106	33%
Urlaub auf dem Bauernhof	2.018.122	3.722.025	84%	91	116	27%
Andere Betriebe	501.754	624.540	24%	59	56	-6%
Nicht-gewerblich gesamt	5.787.138	10.034.236	73%	84	108	27%
GESAMT	28.881.809	37.074.052	28%	114	146	28%

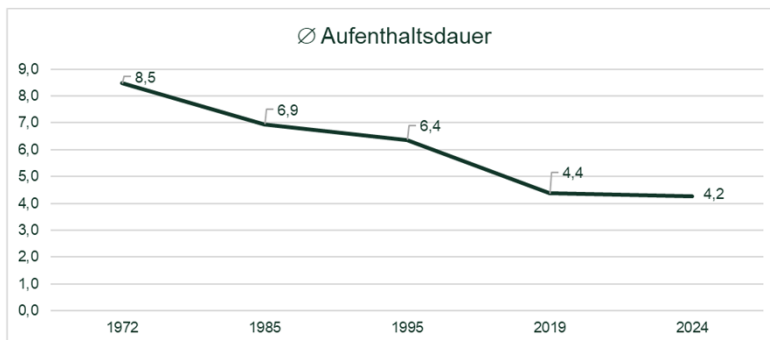
18

Entwicklung der Ankünfte; Nächtigungen und Ø Aufenthaltsdauer in SÜDTIROL 1972-2024

K > P

Quelle: astat

	1972	1985	1995	2019	2024
Nächtigungen	11.764.861	21.470.927	26.011.774	33.684.578	37.074.052
Ankünfte	1.388.307	3.089.817	4.089.108	7.704.318	8.726.878
Vollbelegstage	74	94	122	150	146
Ø Aufenthaltsdauer	8,5	6,9	6,4	4,4	4,2



19

Entwicklung der Betriebe nach Kategorien im PUSTERTAL 2011 und 2024

K > P

Quelle: astat

Kategorie	Betriebe		
	2011	2024	Veränderung in ± %
4-5-Sterne	96	148	54%
3 Sterne	380	363	-4%
1-2 Sterne	447	303	-32%
Residence	288	332	15%
Gewerblich gesamt	1.211	1.146	-5%
Campplätze	11	14	27%
Privatquartiere	1.107	1.363	23%
Urlaub auf dem Bauernhof	752	858	14%
Andere Betriebe	55	121	120%
Nicht-gewerblich gesamt	1.925	2.356	22%
GESAMT	3.136	3.502	12%

20

Entwicklung der Betten nach Kategorien im PUSTERTAL 2011 und 2024

Quelle: astat

Kategorie	Betten		
	2011	2024	Veränderung in ± %
4-5-Sterne	6.815	12.622	85%
3 Sterne	17.971	17.229	-4%
1-2 Sterne	12.028	8.314	-31%
Residence	7.583	9.126	20%
Gewerblich gesamt	44.397	47.291	7%
Campplätze	4.944	5.203	5%
Privatquartiere	9.523	11.610	22%
Urlaub auf dem Bauernhof	6.538	9.464	45%
Andere Betriebe	2.662	3.137	18%
Nicht-gewerblich gesamt	23.667	29.414	24%
GESAMT	68.064	76.705	13%

21

Entwicklung der Nächtigungen und VBT nach Kategorien im PUSTERTAL 2011 und 2024

Quelle: astat

Kategorie	Nächtigungen			Vollbelegstage		
	2011	2024	Veränderung in ± %	2011	2024	Veränderung in ± %
4-5-Sterne	1.491.811	2.872.202	93%	219	228	4%
3 Sterne	2.953.912	3.041.033	3%	164	177	7%
1-2 Sterne	1.303.062	929.042	-29%	108	112	3%
Residence	982.576	1.313.031	34%	130	144	11%
Gewerblich gesamt	6.731.361	8.155.308	21%	152	172	14%
Campplätze	401.117	685.151	71%	81	132	62%
Privatquartiere	814.333	1.280.497	57%	86	110	29%
Urlaub auf dem Bauernhof	643.106	1.186.677	85%	98	125	27%
Andere Betriebe	160.136	176.551	10%	60	56	-6%
Nicht-gewerblich gesamt	2.018.692	3.328.876	65%	85	113	33%
GESAMT	8.750.053	11.484.184	31%	114	150	31%

22

K > P

Entwicklung der Nächtigungen nach Saisonen im PUSTERTAL 2011/12 und 2023/24

	Sommer	in %	Winter	in %	GESAMT
2011/12	4.437.010	51%	4.292.507	49%	8.729.517
2023/24	6.035.548	53%	5.388.823	47%	11.424.371
Differenz	1.598.538		1.096.316		2.694.854
in %	36,0%		25,5%		30,9%

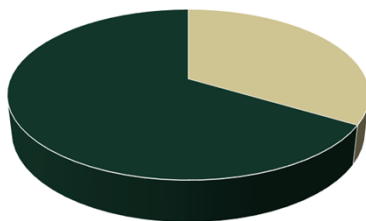
23

K > P

Touristischer Umsatz PUSTERTAL

Persönliche Einschätzung

	Nächtigungen	Ausgaben P./Tag	Summe
Sommer	6.000.000	150 €	900.000.000 €
Winter	5.400.000	190 €	1.026.000.000 €
Gesamt	11.400.000		1.926.000.000 €



- 1/3 = € 630.000,- (Transporte-Dienstleistungen-Shopping)
- 2/3 = € 1,25 Mio. (Beherbergung und Verpflegung)

24

Gästeherkunft 2024

- ca. 47% = Deutschland
- ca. 28% = Italien
- ca. 13% = Andere Länder
- ca. 8 % = Schweiz/Lichtenstein und Österreich

Quelle: astat

25

Wie ist diese Entwicklung zu erklären?

- Veränderung der urbanistischen Rahmenbedingungen
- Konsequentes Setzen auf die Stärken

26

Veränderung der urbanistischen Rahmenbedingungen

Bettenstopp in den 80iger Jahren

- In den 70iger Jahren steigt die Bettenanzahl in Südtirol von ca. 150.000 auf rund 230.000.
- Um ein ungebremstes Wachstum zu verhindern, wurde Anfang der 80iger Jahre ein „indirekter Bettenstopp“ eingeführt (von der verbauten Kubatur mussten 60% für konventionierten Wohnbau reserviert werden).
- Torschlusspanik und „Unverschuldet Verschuldete“

27

Veränderung der urbanistischen Rahmenbedingungen

Qualitative und später auch quantitative Erweiterung ab 1996

- Verlust von rund 20.000 Betten von 1983 bis 1995
- Gemeinden wurden eingeteilt in:
 - hochentwickelt
 - entwickelt
 - schwach entwickelt
- Qualitative Erweiterungen wurden möglich – später auch eingeschränkt quantitative Erweiterungen

28

Veränderung der urbanistischen Rahmenbedingungen

Überarbeitung Raumordnungsgesetz 2007

- Die beschränkt möglichen Kapazitätserweiterungen führen zu einer Divergenz zwischen „teuren“ Nebeneinrichtungen und Bettenkapazität
- Es wird die Möglichkeit geschaffen, neben der qualitativen und quantitativen Erweiterung auf Gemeindeebene, Tourismuszonen (für bestehende und neue Betriebe) auszuweisen unter Einhaltung von Kriterien

29

Veränderung der urbanistischen Rahmenbedingungen

Raumordnungsgesetz 2018 „Gemeindeentwicklungsprogramm Raum und Landschaft mit Bettenstopp“

- Das neue Urbanistikgesetz (2018) sieht vor, dass jede Gemeinde ein Gemeindeentwicklungsprogramm erarbeiten muss, welches neben einem Mobilitäts- und Erreichbarkeitskonzept, ein Siedlungsentwicklungsprogramm, ein Landschaftsentwicklungsprogramm auch ein **Programm für die Entwicklung des Tourismus** vorsieht.
- Das neue Urbanistikgesetz sieht eine stark eingeschränkte quantitative Entwicklung für touristischen Betriebe vor.
- Die erworbenen Rechte werden realisiert, weil sie sonst verfallen („Torschlusspanik“ mit Gefahr von Fehlinvestitionen).

30

K > P

Konsequentes Setzen auf die Stärken

Eine Frage:

- Was macht eine touristische Destination eigentlich aus/erfolgreich?

31

K > P

Die wesentliche Stärke des
Tourismus in Südtirol ...

**DIE UNTERNEHMER-
FAMILIEN!!**



32

Konsequentes Setzen auf die Stärken

Unternehmerfamilien

- Selbstbestimmter Tourismus – Betriebe im Eigentum von Unternehmerfamilien
- Fleißige, begeisterte und mutige Gastgeber
- Leitbetriebe – touristische Zugpferde
- Laufende Investitionen und Innovationen
- „Nachahme-Effekt“
- Gut ausgebildete Jungunternehmer – z.T. überqualifizierte Erben

33

Konsequentes Setzen auf die Stärken

Der heutige Wettbewerb wird nicht mehr allein auf der Produkt- und Angebotsebene geführt, da Angebote rasch kopierbar und damit austauschbar sind. Viel wichtiger ist der Aufbau und die Pflege langfristiger, strategisch wirksamer **Erfolgspotenziale, die hinter den jeweiligen Angeboten als echte, schwer kopierbare Wettbewerbsvorteile** stehen. Die strategischen Erfolgspotenziale bilden damit die Erfolgchancen der Zukunft. Sie bilden die Basis für immer wieder neue Angebote, die sich an den rasch ändernden Nachfragetrends und Wettbewerbssituationen orientieren.

34

Konsequentes Setzen auf die Stärken

Die strategischen Erfolgspotenziale und damit auch die langfristigen Wettbewerbsvorteile Südtirols sind ...

- Die glückliche Mischung zweier Kulturkreise
- Das mediterran-alpine Flair
- Das hervorragende kulinarische Angebot
- Die attraktiven Shopping-Möglichkeiten
- Die Schönheit unserer Natur- und Kulturlandschaft
- Die gut erhaltenen Ortsbilder
- Die für den Tourismus hervorragend geeigneten Landwirtschaftsformen (Obst, Wein, Almwirtschaft)
- Die Südlage der Alpen und die Einzigartigkeit der Dolomiten (UNESCO Welterbe)
- Die Aufstiegsanlagen als wichtiger Impulsgeber
- Die attraktiven Kulturdenkmäler und die Vielzahl an Ausflugszielen (Pragser Wildsee, Dolomitenpässe, die Gärten von Schloss Trauttmansdorff etc.)
- Der Lebensstil der Südtiroler

35

Konsequentes Setzen auf die Stärken

Auf den Punkt gebracht ...

Die touristische **Faszination Südtirol** liegt u.a. (neben den natürlichen Schönheiten, den guten Betrieben etc.) ganz wesentlich auch im **Lebensstil der Südtiroler**, der für viele Urlauber als erstrebenswert und nachahmenswert gilt. Dieser Lebensstil ist mediterran/alpin geprägt, kann (in den Augen der Gäste!) als locker, genussorientiert, gepflegt und ordentlich beschrieben werden und drückt sich aus im Reden, in der Gestik u.Ä.

36

K > P

Rahmenbedingungen und Herausforderungen für die Tourismusedwicklung in Südtirol



ENTWICKLUNGS
Pioniere
SEIT 1981

37

K > P

Rahmenbedingungen und Herausforderungen für die Tourismusedwicklung in Südtirol

- Die Südtiroler Betriebe haben in den letzten Jahrzehnten sehr viel (qualitativ und quantitativ) und sinnvoll in den Bereichen 3/4/5-Sterne-Betrieben, Camping, Urlaub auf dem Bauernhof investiert und die Preise ordentlich angezogen.
- Südtirol genießt ein starkes Image am Markt.
- Die Südtiroler sind stolz auf das, was sie anbieten/verkaufen.
- Essen und Trinken in Südtirol ist absolut top.
- Mobilitätsprobleme beeinträchtigen die Tourismusgesinnung (eigentlich ist Overmobility das Problem nicht Overtourism).
- Mitarbeitermangel (allgemein und Fachkräfte).
- Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten im Bereich Tourismus:
 - 1997 = ca. 14.300
 - **2024 = ca. 35.000**

38

Rahmenbedingungen und Herausforderungen für die Tourismusedwicklung in Südtirol

Südtirol verliert weiterhin kleinere Betriebe vor allem im 1- und 2-Sterne-Bereich, weil:

- 1- und 2-Sterne-Betriebe nicht mehr bzw. weniger nachgefragt werden
- diese Betriebe häufig veraltet sind
- diese Betriebe mit der Entwicklung – vor allem der digitalen Entwicklung – nicht mithalten können
- oft die Nachfolger fehlen
- die unternehmerischen Qualitäten und der Mut/die Risikobereitschaft gering sind
- die Nachfrage sich geändert hat u.a. will der Gast Nebeneinrichtungen und/oder einen spürbaren Mehrwert haben
- die Entwicklungsmöglichkeiten jetzt stark eingeschränkt sind – Stichwort: „Reduktion führt zu Resignation!“

Was ist zu tun?

- Auf dem aufbauen, was gut ist!
- Bettenobergrenzen für Beherbergungsbetriebe
- Unterschiedliche Entwicklungsmöglichkeiten für unterschiedliche Gemeinden
- Fokus auf die Förderung von kleinen Betrieben bis 50 Gästebetten
- Qualitative Entwicklungsmöglichkeiten sind absolut notwendig
- Alles daran setzen, die Familienbetriebe zu erhalten
- Rigorose Kontrollen von „illegalen“ Vermietungen
- Thema „Mitarbeiter“ und „Mitarbeiterunterkünfte“
- Gastronomiebetriebe fördern (vielleicht die größte Herausforderung)
- Mutige Verkehrslösungen: Nicht nur reden, sondern tun!

K > P

Tourismus & Handel: Eine Win-Win-Situation oder eine „schlampige“ Zweierbeziehung?



ENTWICKLUNG
Pioniere
SEIT 1981

41

K > P

Tourismus & Handel: Eine Win-Win-Situation?

- Der Handel trägt zur Attraktivitätssteigerung der Destination bei – Imagegewinn
- Höhere Umsätze im Handel durch den Tourismus
- Verkauf von lokalen Produkten stärkt die Marke
- Events/Veranstaltungen für Einheimische und Gäste
- Shopping als wichtiges Urlaubserlebnis
- Shopping als „Schlechtwetterprogramm“
- Vertriebspartnerschaften z.B. Shop & Stay-Angebote
- Wissensaustausch/Erfahrungsaustausch
- Kooperationen
- Gemeinsame Freizeitangebote für Mitarbeiter
- Kooperationen bei Mitarbeiterhäusern

42

K > P

Tourismus & Handel: Eine „schlampige“ Zweierbeziehung/Kooperation?

- Neid & Misstrauen
- Geringe Disziplin bei gemeinsamen Aktionen
- Wenig Durchhaltevermögen
- Viel reden – wenig tun
- Lärmen

43

K > P

**Zusammenkommen ist ein Beginn,
zusammenbleiben ist ein Fortschritt,
zusammenarbeiten ist ein Erfolg!**

(Henry Ford)



44

K > P

Diskussion




45

K > P

Kontakt.

Alois Kronbichler
 suedtirol@kohl-partner.it
 +39 04 74 50 41 00
 +39 348 222 79 68

Kohl > Partner Südtirol
 Ulrich-von-Taufers-Str. 14 – 39030 Gais (BZ) – ITALY




© 2025 Kohl > Partner, www.kohl-partner.it. Alle Rechte vorbehalten. Rechte der Veröffentlichung, Übersetzung, Speicherung auf elektronischen Medien und dergleichen benötigen die schriftliche Genehmigung von Kohl > Partner.

46