



# astat info

Nr. **21**  
04/2014

## Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte

2013

Seit dem Beginn der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2008 ist zusammen mit der Verschlechterung sämtlicher wichtiger Wirtschaftsindikatoren auch der Verbrauch zurückgegangen<sup>(1)</sup>. Ob sich dieser Umstand auch auf die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte hinsichtlich des Einkaufs außerhalb der Landesgrenzen ausgewirkt hat, untersucht die *Erhebung über die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte*. Diese wird nun bereits zum neunten Mal in Folge vom Landesinstitut für Statistik (ASTAT) durchgeführt und liefert aufschlussreiche Informationen zur Situation im Jahr 2013.

**Wie schon im Jahr 2012 kauft jeder vierte Südtiroler „auswärts“ ein**

Betrachtet man die Entwicklung des Anteils jener Haushalte, die außerhalb Südtirols (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufen) einkaufen, über den gesamten Zeitraum der Erhebungsreihe (2005-2013), so kann lediglich im Jahr 2009 eine deutliche Veränderung gegenüber dem Vorjahreswert festgestellt werden. Während im Jahr 2008 noch 35,2% der Südtiroler Haushalte auswärts einkaufen, waren es im ersten Jahr nach Beginn der Wirtschafts- und Fi-

## Le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine

2013

A partire dall'inizio della crisi finanziaria ed economica nell'anno 2008, i consumi si sono ridotti in linea con il peggioramento di tutti i principali indicatori economici<sup>(1)</sup>. Nella "Rilevazione sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine" si esamina l'eventuale impatto esercitato da tale situazione sulle abitudini di acquisto delle famiglie dell'Alto Adige, riguardo agli acquisti effettuati al di fuori della provincia di Bolzano. Tale rilevazione viene eseguita per la nona volta di seguito dall'Istituto provinciale di statistica (ASTAT) e fornisce informazioni interessanti sulla situazione nell'anno 2013.

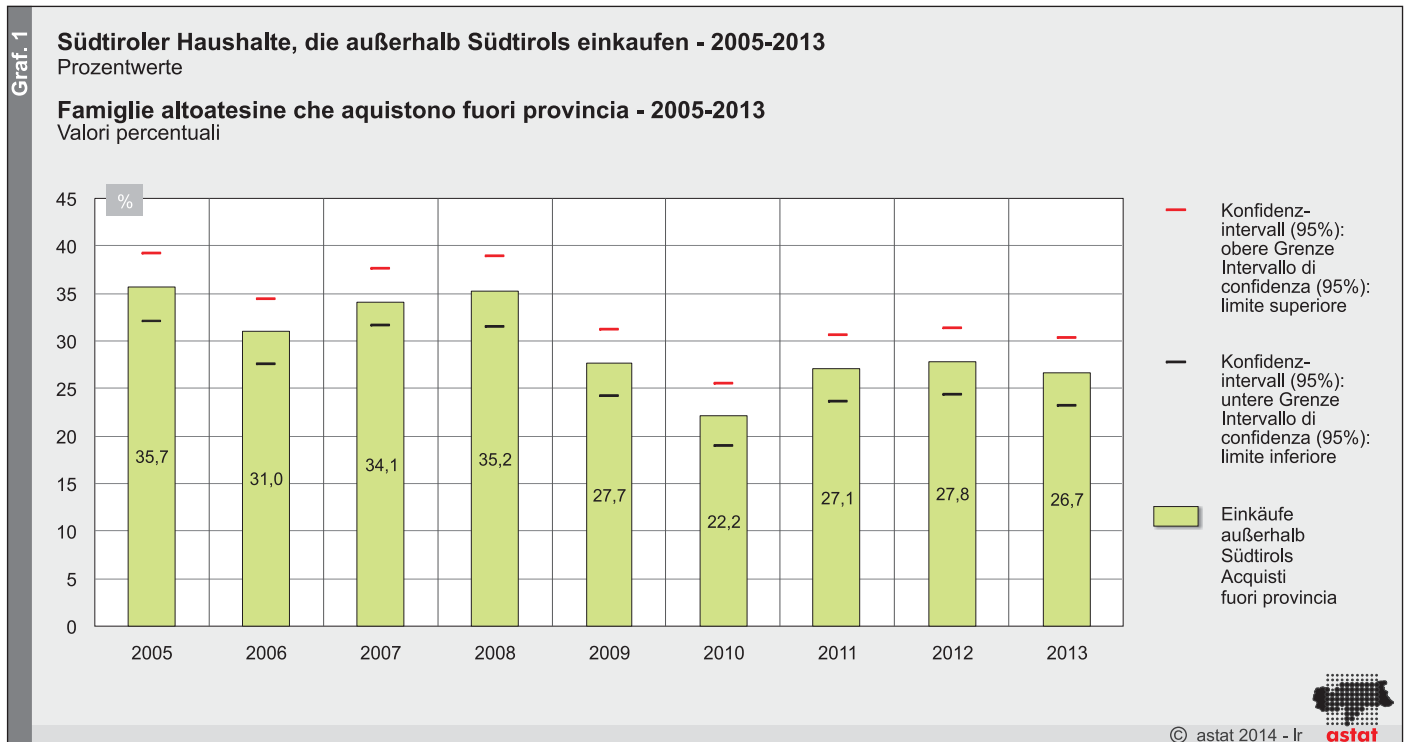
**Un altoatesino su quattro acquista fuori provincia, come nel 2012**

Se si osserva lo sviluppo della percentuale di famiglie che acquistano fuori dall'Alto Adige (compresi commercio online e acquisti su catalogo), in tutto il periodo della serie di rilevazioni (2005-2013), solo nel 2009 si è potuto osservare un cambiamento significativo rispetto all'anno precedente. Mentre nel 2008 il 35,2% delle famiglie ha effettuato acquisti fuori provincia, nel primo anno dopo l'inizio della crisi economica e finanziaria (2009) esse erano solo il 27,7%. Ad eccezione

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

nanzkrise (2009) nur mehr 27,7%. Die Veränderungen in den darauf folgenden Jahren fallen, mit Ausnahme der Entwicklung von 2009 auf 2010, gering aus. Doch auch die im Anschein starke Abnahme der „Auswärtskäufer“ im Jahr 2010 kann - berücksichtigt man das berechnete 95%-Konfidenzintervall<sup>(2)</sup> der entsprechenden Stichproben - als nicht signifikant betrachtet werden. So entspricht der aktuell gemessene Wert des Jahres 2013 von 26,7% den seit Beginn der Krise beobachteten Jahreswerten.

dello sviluppo dal 2009 al 2010, le variazioni sono state modeste. Anche l'apparentemente forte riduzione degli acquirenti fuori provincia dell'anno 2010, se si tiene conto di un intervallo di confidenza<sup>(2)</sup> con probabilità al 95%, può essere considerata come non significativa. Comunque il valore misurato attualmente nell'anno 2013, pari al 26,7%, è in linea con i valori annuali misurati dall'inizio della crisi.



## Österreich bleibt beliebtester auswärtiger Einkaufsort

Beliebtester Einkaufsort (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufen) außerhalb Südtirols ist auch im Jahr 2013 Österreich, wenngleich die Quote mit 45,7% der Fälle gegenüber 2012 rückläufig ist. Zugenommen haben hingegen die Einkäufe in anderen Regionen Italiens (+5,3 Prozentpunkte) und der Onlinehandel (+2,0 Prozentpunkte), der von 17,9% auf fast 20% zugelegt hat. Der nennenswerte Rückgang der Einkäufe in Österreich zugunsten jener im restlichen Italien könnte mit der niedrigen Inflationsrate zusammenhängen, welche aufgrund der andauernden Wirtschaftskrise schon seit geraumer Zeit in

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

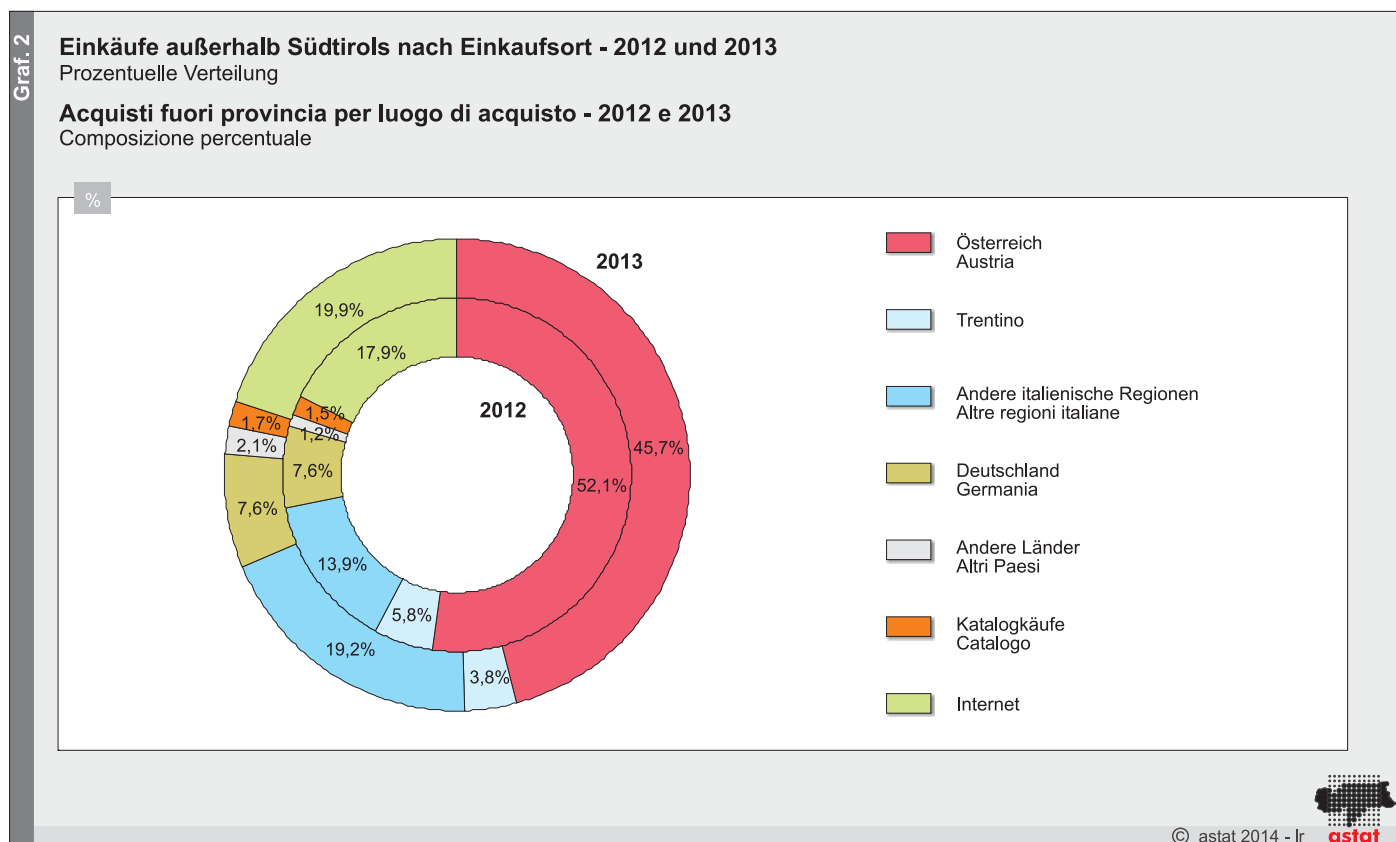
Nel 2013 il luogo di acquisto preferito (compreso il commercio elettronico e gli acquisti da catalogo) fuori dall'Alto Adige rimane l'Austria, scelta nel 45,7% dei casi, anche se in misura minore rispetto al 2012. Crescono invece gli acquisti nelle altre regioni italiane (+5,3 punti percentuali) e gli acquisti in internet (+2,0 punti percentuali), che passano dal 17,9% a quasi il 20%. La sensibile variazione negativa degli acquisti in Austria a favore degli acquisti nelle altre regioni di Italia potrebbe essere collegata al minore tasso di inflazione registrato ormai da tempo, a causa della prolungata crisi economica, diffusa in tutte le regioni

(2) Ein Konfidenzintervall gibt die Genauigkeit der Schätzung eines Parameters wieder. Im vorliegenden Fall ist das der geschätzte Anteilswert jener Haushalte, die außerhalb Südtirols einkaufen. Die Wahrscheinlichkeit, den wahren Anteilswert zu finden, beträgt zwischen der unteren und der oberen Grenze des Konfidenzintervalls 95%. Die für die einzelnen Stichproben in den Jahren 2005-2013 berechneten Konfidenzintervalle werden in tabellarischer Form in den Anmerkungen zur Methodik ab Seite 8 angeführt.

Un intervallo di confidenza mostra la precisione di stima di un parametro. Nel presente caso il parametro è la percentuale di famiglie che acquistano fuori dall'Alto Adige. Fra il limite inferiore ed il limite superiore dell'intervallo di confidenza la probabilità di trovare il valore vero di questa percentuale è del 95%. Gli intervalli di confidenza calcolati per i singoli campioni negli anni 2005-2013 vengono riportati in forma tabellare nella nota metodologica, da pagina 8.

allen italienischen Regionen gemessen wird<sup>(3)</sup>. Berücksichtigt man das berechnete 95%-Konfidenzintervall der entsprechenden Stichproben, so liegt auch dieser Rückgang noch innerhalb des Konfidenzintervalls. Weitgehend gleichgeblieben sind gegenüber 2012 die Einkäufe in Deutschland (7,6%).

del Paese<sup>(3)</sup>. Tuttavia, se si tiene conto di un intervallo di confidenza con probabilità al 95%, anche questo rimane pur sempre ancora nell'intervallo di confidenza. Pressoché stazionari rispetto al 2012 gli acquisti in Germania (7,6%).



Onlinehandel wird besonders beim Erwerb von elektronischen Gütern immer beliebter

Aufschlussreiche Informationen liefert eine kombinierte Betrachtung des Einkaufsortes mit den dort erworbenen Gütern. Bei allen erhobenen Güterarten entfällt nach wie vor der weitaus größte Anteil auf Österreich. Auffallend hoch ist auch der Anteil des Onlinekaufs von *elektronischen und elektrischen Geräten* (36,6%). In dieser Güterkategorie scheinen die Vorteile eines Einkaufs übers Internet, wie die Transparenz unterschiedlicher Preisangebote für dasselbe Produkt oder auch die große Auswahl, besonders zu greifen. Bei *Bekleidung* und *Lebensmitteln* können auch die italienischen Regionen (inklusive dem Trentino) punkten (25,0% bzw. 30,3% der Einkäufe außerhalb Südtirols).

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

Un'osservazione combinata dei luoghi di acquisto e dei beni ivi acquistati fornisce utili informazioni. La percentuale maggiore per ogni tipologia di bene acquistata appartiene all'Austria, che risulta quanto prima il luogo di gran lunga preferito per tutti i tipi di prodotti. Colpisce poi l'alta percentuale del commercio elettronico, per l'acquisto di *apparecchi elettronici ed elettrici* (36,6%). In questa categoria di beni sembra che i vantaggi di un acquisto in internet, quali la trasparenza delle diverse offerte di prezzo per lo stesso prodotto o anche la grande scelta, abbiano avuto significativo successo. Nell'*abbigliamento* e nei *prodotti alimentari* (con rispettivamente il 25,0% e il 30,3% degli acquisti fuori dall'Alto Adige) anche le altre regioni italiane (inclusa la provincia di Trento) giocano un ruolo importante.

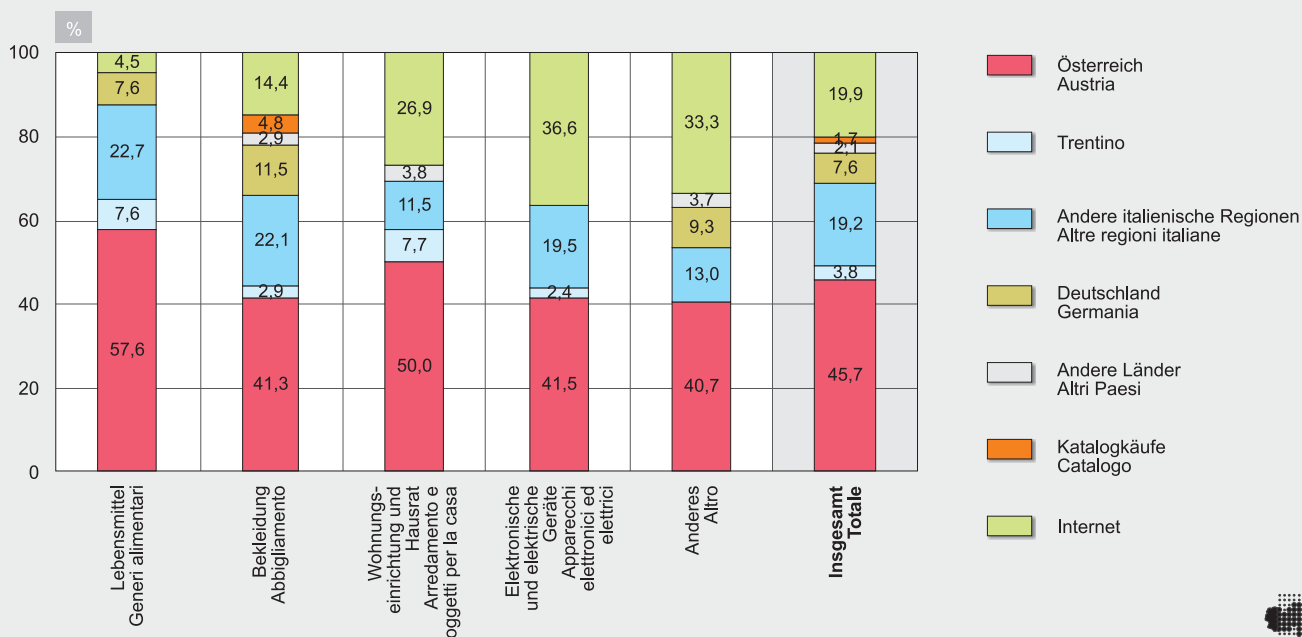
(3) Vgl. ASTAT-Info Nr. 03/2013, Preise 2013, Graf. 1  
Vedi ASTAT-Info n. 03/2013, Prezzi 2013, graf. 1

**Einkäufe außerhalb Südtirols nach Güterart und Einkaufsort - 2013**

Prozentuelle Verteilung

**Acquisti fuori provincia per tipologia di bene acquistato e luogo di acquisto - 2013**

Composizione percentuale



**Das Einkaufszentrum ist am attraktivsten**

**Il centro commerciale è il canale preferito di acquisto**

Für die Südtiroler Haushalte, die außerhalb der Landesgrenzen einkaufen, ist das Einkaufszentrum eindeutig der bevorzugte Einkaufskanal. Neben den attraktiven Preisen scheint die Möglichkeit, an einem einzigen Ort ein mehr oder weniger großes und breit gefächertes Warenangebot und zusätzliche Dienste

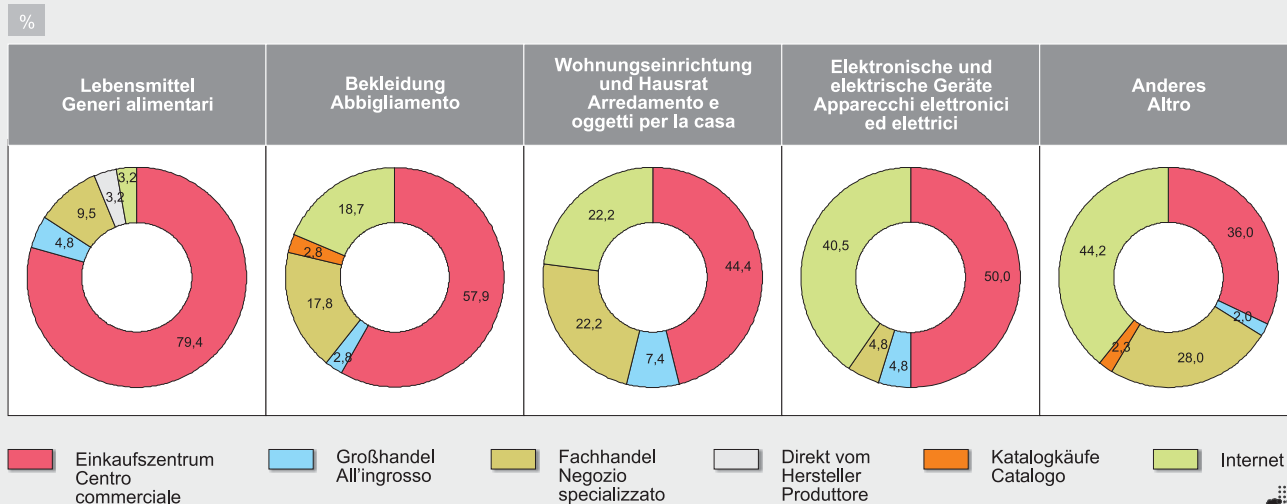
Il canale preferito per le famiglie altoatesine che acquistano fuori provincia è indiscutibilmente il centro commerciale. Oltre ai prezzi convenienti, la possibilità di trovare in un unico luogo una gamma più o meno ampia e diversificata di prodotti nei vari settori commerciali, nonché servizi supplementari come parcheg-

**Haushalte, die außerhalb Südtirols Einkäufe tätigen, nach Güterart und Geschäftstyp - 2013**

Prozentuelle Verteilung

**Famiglie che effettuano acquisti fuori provincia per tipologia di bene acquistato e canale di acquisto - 2013**

Composizione percentuale



wie Parkplätze, Kinderbetreuung und Restaurants vorzufinden, den Vorlieben der Südtiroler zu entsprechen. Die Bevorzugung des Einkaufszentrums ist beinahe bei allen erhobenen Güterarten festzustellen. Einzige Ausnahme sind hierbei die anderen Güter (z.B. Körperpflegeprodukte), bei denen der Onlinehandel beliebter ist (44,2%). Auch elektronische und elektrische Geräte werden vermehrt im Internet erworben (40,5%).

## Preis ist Hauptgrund für den Einkauf außerhalb Südtirols

Seit Beginn der Erhebungsreihe im Jahr 2005 war der Preis immer der am häufigsten genannte Grund für die Auswärtskäufe der Südtiroler. Dies bleibt auch im Jahr 2013 so. Bei jeder erhobenen Güterkategorie werden 68,7% der Einkäufe aufgrund des geringeren Preises außerhalb des Landes (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufen) durchgeführt.

gi, assistenza ai bambini e ristoranti, sembra corrispondere alle preferenze degli altoatesini. La predilezione per il centro commerciale è osservabile in quasi tutti i tipi di beni acquistati. Unica eccezione sono gli altri beni (per esempio prodotti per la cura del corpo), per i quali è preferito il commercio on-line (44,2%). Tuttavia anche per quanto riguarda apparecchi elettronici ed elettrici il commercio via internet risulta essere molto utilizzato (40,5%).

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

Dall'inizio della serie di rilevazioni nell'anno 2005, il prezzo è stato sempre la ragione più citata dagli altoatesini per motivare i propri acquisti fuori provincia. Ciò si conferma anche nell'anno 2013. Nel complesso, per ogni categoria di beni rilevata, il 68,7% degli acquisti effettuati fuori provincia (compresi commercio elettronico e acquisti su catalogo) è motivato dai prezzi più convenienti.

Tab. 1

### Einkäufe außerhalb Südtirols nach Kaufkriterium und Güterart - 2013

Prozentuelle Verteilung

### Acquisti fuori provincia per motivazione dell'acquisto e tipologia di bene acquistato - 2013

Composizione percentuale

ERWORBENE GÜTERART	Gründe für den Einkauf Motivazione dell'acquisto					TIPOLOGIA DI BENE ACQUISTATO
	Qualität Qualità	Auswahl Assortimento	Preis Prezzo	Service Servizi	Insgesamt Totale	
Lebensmittel	13,6	13,6	63,6	9,1	100,0	Generi alimentari
Bekleidung	3,8	23,1	69,2	3,8	100,0	Abbigliamento
Wohnungseinrichtung und Hausrat	3,8	23,1	61,5	11,5	100,0	Arredamento e oggetti per la casa
Elektronische und elektrische Geräte	-	17,1	75,6	7,3	100,0	Apparecchi elettronici ed elettrici
Anderes	1,9	22,2	72,2	3,7	100,0	Altro
<b>Insgesamt</b>	<b>5,2</b>	<b>19,9</b>	<b>68,7</b>	<b>6,2</b>	<b>100,0</b>	<b>Totale</b>

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

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

## Je höher die Bildung, desto häufiger wird auswärts eingekauft

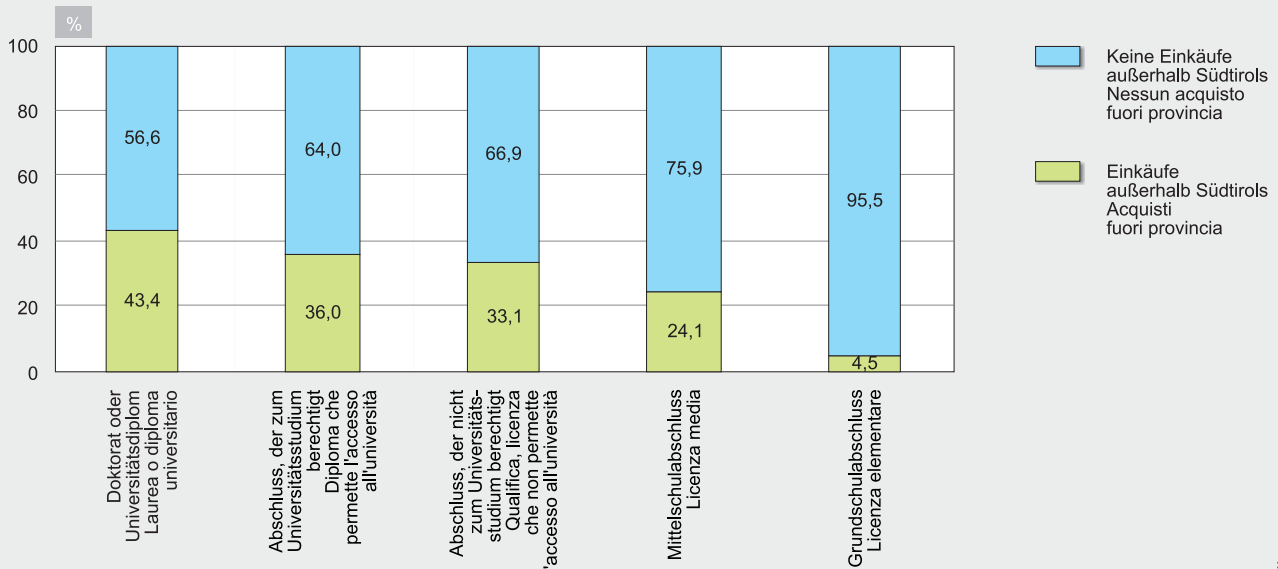
Betrachtet man die Haushalte nach dem Studientitel der Bezugsperson, so zeigt sich deutlich, dass die Haushalte mit höherem Bildungsgrad vermehrt außerhalb des Landes ihre Einkäufe tätigen. Während nahezu die Hälfte (43,4%) der Haushalte mit Universitätsdiplom oder Doktorat auch außerhalb Südtirols (einschließlich Onlinehandel und Katalogkäufen) einkauft, sind es bei den Haushalten, deren Bezugsperson als höchsten Bildungsabschluss den Mittelschulabschluss oder den Grundschulabschluss aufweist, doch deutlich geringere 24,1% bzw. 4,5%.


## Più alto il livello di istruzione, più spesso si compra fuori provincia

Osservando le famiglie in relazione al titolo di studio della persona di riferimento, risulta chiaramente che le famiglie con un più alto grado di istruzione ricorrono più spesso all'acquisto fuori provincia. Mentre quasi la metà (43,4%) delle famiglie con laurea o dottorato di ricerca compra anche fuori dell'Alto Adige (compresi commercio elettronico ed acquisti su catalogo), per le famiglie la cui persona di riferimento ha conseguito come più alto titolo di studio la licenza media o di scuola elementare, le percentuali scendono rispettivamente al 24,1% ed al 4,5%.

Graf. 5 **Einkäufe außerhalb Südtirols nach Kaufgewohnheit und Studientitel der Bezugsperson - 2013**  
Prozentuelle Verteilung

**Acquisti fuori provincia per abitudine d'acquisto e tipologia di studio della persona di riferimento - 2013**  
Composizione percentuale



© astat 2014 - Ir 

Es zeigt sich zudem, dass eher jüngere Haushalte die Einkaufsmöglichkeiten außerhalb der Landesgrenzen nutzen. Während das durchschnittliche Alter der Bezugsperson des Haushalts bei jenen, die keine Einkäufe außerhalb Südtirols tätigen, bei knapp 60 Jahren liegt, liegt es bei den Haushalten, die einmalige oder auch wiederholte Einkäufe außerhalb Südtirols tätigen, um die 50 Jahre. Auch die Haushaltsgröße scheint ein einflussreicher Faktor zu sein. Die durchschnittliche Haushaltsgröße steigt von 2,3 Personen bei jenen, die keine Einkäufe außerhalb durchführen, über 2,8 Personen bei jenen, die einmalige Einkäufe durchführen, auf bis zu 3,4 Personen bei den Haushalten, die mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb Südtirols tätigen. Dies legt die Vermutung nahe, dass besonders Familien mit Kindern außerhalb Südtirols für sich attraktive Angebote finden.

Si registra, inoltre, come siano le famiglie più giovani ad utilizzare le possibilità di acquisto al di fuori dei confini provinciali. Mentre l'età media della persona di riferimento delle famiglie che non fanno acquisti fuori dell'Alto Adige è di poco inferiore ai 60 anni, tale media è intorno ai 50 anni per le famiglie che acquistano occasionalmente e ripetutamente fuori provincia. La dimensione della famiglia sembra essere anch'essa un fattore influente. La grandezza media sale dalle 2,3 persone della famiglia che non effettua acquisti fuori provincia alle 2,8 persone di quella che effettua un singolo acquisto, fino alle 3,4 persone delle famiglie che effettuano i molteplici e ripetuti acquisti fuori provincia. Ciò suggerisce l'ipotesi che siano soprattutto le famiglie con bambini a trovare fuori provincia offerte vantaggiose.

**Haushalte, Durchschnittsalter der Bezugsperson und durchschnittliche Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Kaufgewohnheit - 2013**

**Famiglie, età media della persona di riferimento e numero medio di componenti familiari per abitudine di acquisto - 2013**

GÜTERART	Haushalte Famiglie %	Alter (Jahre) der Bezugsperson Età (anni) della persona di riferimento	Anzahl der Haushaltsmitglieder Numero dei componenti familiari	TIPOLOGIA BENE ACQUISTATO
		Mittelwert / Valore medio		
Keine Einkäufe außerhalb Südtirols	73,3	59	2,3	Nessun acquisto fuori provincia
Einmalige Einkäufe außerhalb Südtirols	(a) 20,7	48	2,8	Acquisti occasionali fuori provincia
Mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb Südtirols	(a) 9,1	50	3,4	Acquisti ripetuti fuori provincia
<b>Insgesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>56</b>	<b>2,5</b>	<b>Totale</b>

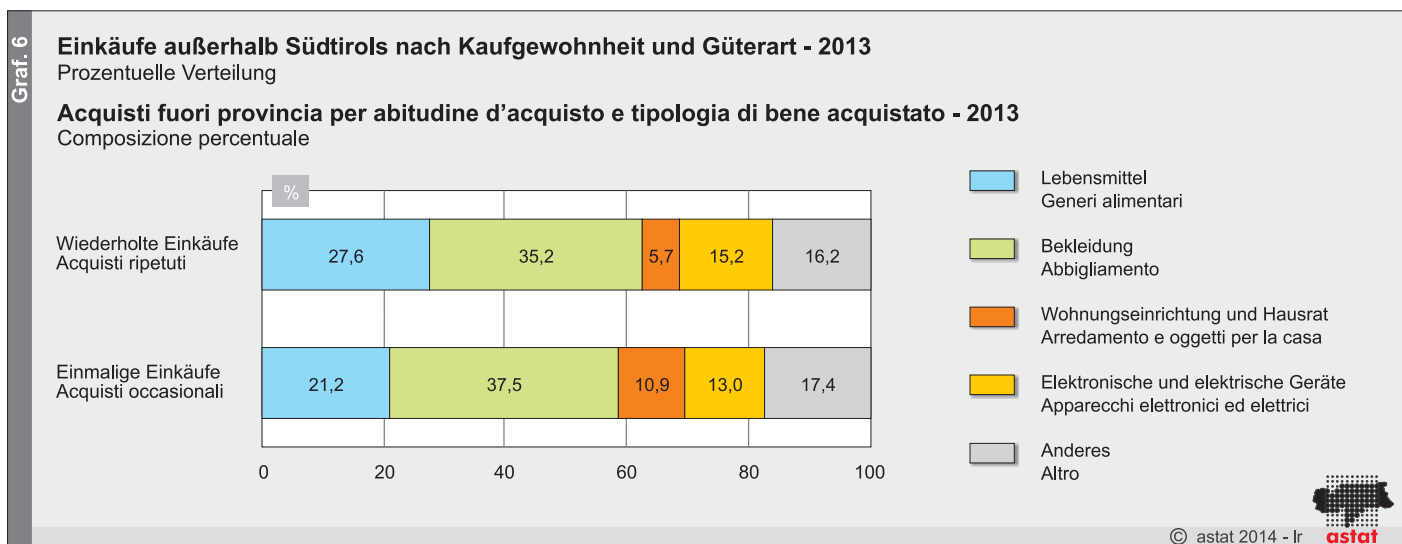
(a) Haushalte mit Einkäufen außerhalb Südtirols können diese einmalig und/oder mehrmals tätigen und deshalb in beide der oben genannten Kategorien fallen. Aus diesem Grund weicht die Summe der prozentuellen Verteilung von 100% ab.  
 Le famiglie possono effettuare acquisti al di fuori della provincia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

**Auswärts sind Bekleidung und Lebensmittel die beliebtesten Produkte**

**Abbigliamento e alimentari i prodotti preferiti fuori provincia**

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

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



**Anmerkungen zur Methodik**

Die Erhebung über die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte wurde vom ASTAT in Zusammenarbeit mit den Gemeinden Südtirols, die auch an der ISTAT-Erhebung zum Verbrauch der Südtiroler Haushalte für

**Nota metodologica**

L'Indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine è stata curata dall'ASTAT in collaborazione con i Comuni della provincia di Bolzano, interessati anche dall'indagine ISTAT sui Consumi delle famiglie

das Jahr 2013 beteiligt waren, durchgeführt. Die Haushalte werden im Rahmen einer persönlichen Befragung (*face to face*) befragt, um das Kaufverhalten der Südtiroler Haushalte zu ermitteln. Die an der Erhebung zum Verbrauch teilnehmenden Haushalte werden nach dem Zufallsprinzip aus dem Melderegister der Stichprobengemeinden gezogen, wobei das Stichprobenverfahren des Istat angewandt wird, das die Anzahl und den Wohnort der Haushalte berücksichtigt und somit die Repräsentativität der Daten auf Landesebene gewährleistet.

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

#### Übersicht 1 / Prospetto 1

### Stichprobengröße, absoluter und relativer Standardfehler und Konfidenzintervall für den Anteil der Südtiroler Haushalte, die außerhalb Südtirols einkaufen - 2005-2013

#### Numerosità campionaria, errore standard assoluto e relativo e intervallo di confidenza per la quota delle famiglie altoatesine, che acquistano fuori dell'Alto Adige - 2005-2013

ERHEBUNGS- JAHR  ANNO DI RILEVAZIONE	Stichproben- größe  Numerosità campionaria	Geschätzter Anteil  Percentuale stimata  %	Absoluter Standardfehler  Errore standard assoluto  %	Relativer Standardfehler  Errore standard relativo  %	Konfidenzintervall (p=95) Intervallo di confidenza (p=95)	
					untere Grenze limite inferiore	obere Grenze limite superiore
					%	%
2005	704	35,7	1,8	5,1	32,1	39,2
2006	685	31,0	1,8	5,7	27,5	34,4
2007	701	34,1	1,8	5,3	30,6	37,6
2008	640	35,2	1,9	5,4	31,5	38,9
2009	639	27,7	1,8	6,4	24,2	31,2
2010	636	22,2	1,6	7,4	19,0	25,4
2011	634	27,1	1,8	6,5	23,6	30,6
2012	616	27,8	1,8	6,4	24,3	31,3
2013	584	26,7	1,8	6,7	23,1	30,3

Zur korrekten Interpretation der Ergebnisse sei darauf hingewiesen, dass die Anzahl der Haushalte, die laut Angaben außerhalb Südtirols einkaufen, stark von der Stichprobe der für die Erhebung berücksichtigten Gemeinden (sprich der Wohnsitzgemeinden der Befragten) abhängt. Diese Auswahl wird Jahr für Jahr im Rahmen der Untersuchung des Istat über den Verbrauch der privaten Haushalte getroffen und für diese Erhebung übernommen. Fallen Grenzgemeinden in die Stichprobe, ist es plausibel, dass der Anteil der Haushalte steigt, die jenseits der Landesgrenzen einkaufen. Im Jahr 2013 fielen die folgenden Gemeinden in die Stichprobe: *Algund, Bozen, Bruneck, Eppan a.d.Weinstr., Kaltern a.d.Weinstr., Klausen, Margreid a.d.Weinstr., Meran, Natz-Schabs, Pfitsch, St.Martin in Thurn, Terlan, Tiers und Vintl.*

per l'anno 2013. Attraverso interviste personali *face to face*, realizzate dai rilevatori presso le famiglie, è stato possibile tracciare un quadro sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine. Si rammenta che le famiglie che partecipano all'indagine sui Consumi vengono estratte in modo casuale dalle liste anagrafiche dei comuni campione, rispettando il disegno di campionamento previsto da Istat, il quale tiene conto della numerosità e della zona di residenza del nucleo familiare al fine di garantire la rappresentatività dei dati su scala provinciale.

Per ottenere una visione d'insieme sulla qualità della stima delle indagini nei singoli anni, nella tavola seguente vengono riportati alcuni valori caratteristici relativi alla percentuale di famiglie che acquistano fuori dall'Alto Adige.

Per interpretare correttamente i risultati di questa rilevazione va sottolineato che, il numero di famiglie che dichiarano di effettuare acquisti fuori provincia, dipende fortemente dal campione dei comuni selezionati per la rilevazione. Questa selezione viene adottata di anno in anno, nell'ambito della concomitante indagine Istat sui Consumi delle famiglie e utilizzata anche in questa rilevazione. Se nel campione rientrano comuni prossimi ai confini provinciali è plausibile che aumenti la percentuale di famiglie che si spinge oltre confine per effettuare lo shopping. Nel 2013 sono stati selezionati i seguenti Comuni: *Appiano s.s.d.vino, Bolzano, Brunico, Caldaro s.s.d.vino, Chiusa, Lagundo, Magrè s.s.d.vino, Merano, Naz-Sciaves, San Martino in Badia, Terlan, Tires, Val di Vizze e Vandoies.*

#### Hinweise für die Redaktion:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:  
Maria Elena Iarossi, Tel. 0471 41 84 41.

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

#### Indicazioni per la redazione:

Per ulteriori informazioni si prega di rivolgersi a:  
Maria Elena Iarossi, Tel. 0471 41 84 41.

Riproduzione parziale o totale del contenuto, diffusione e utilizzazione dei dati, delle informazioni, delle tavole e dei grafici autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo ed edizione).