



Bozen, 16.7.2022

Bolzano, 16/7/2022

## MINDERHEITENBERICHT ZUM LANDESGESETZENTWURF

Nr. 111/22

„Änderungen zu Landesgesetzen in den Bereichen Landesämter und Personal, Berufsbildung, Unterricht, Kultur, Bezirksgemeinschaften, Jagd, Raum und Landschaft, Gewässernutzung, Energie, Landschaftsschutz und Umweltschutz Lokalfinanzen, Gaststätten, Finanzen, Enteignung für Gemeinnützige Zwecke, Vermögensverwaltung, Handel, Gesundheitswesen und Hygiene, Fürsorge und Wohlfahrt, Wohnbauförderung“

Dieser Bericht mag für den Südtiroler Landtag mit gleich zwei Neuheiten aufwarten. Zum einen verwundert es mit Sicherheit, dass ein Mitglied der Mehrheit einen Minderheitenbericht verfasst, es ist jedoch nie zu spät neue Wege zu gehen ☺. Zum anderen greife ich lediglich ein einziges, wenn gleich wesentliches, Thema des vorliegenden Gesetzentwurfes LGE 111/22 auf. Es geht um die Bestimmung betreffend **eine Regulierung des Tourismus in Südtirol durch die Einführung einer Höchstbeherbergungskapazität sprich Bettenobergrenze und weiterer folgender Maßnahmen gemäß Konzept von Landesrat Arnold Schuler.**

Bereits mit der Genehmigung des Landesgesetzes vom 10. Juli 2018, Nr. 09 „Raum und Landschaft“ wurde die Zielvorgabe eingeführt, dass für **touristische Entwicklungen ein Konzept in jeder Gemeinde zu definieren** ist, welches landesweiten Grundsätzen folgen muss. Mag im Jahr 2018 der Fokus für diese Bestimmung vorwiegend auf den Themen „Flächennutzung“ und „Landschaftsbild“ gelegen sein, so haben die allgemeinen Umstände der letzten Jahre die Notwendigkeit solcher Konzepte verstärkt und gerade jetzt zwingend gemacht.

## RELAZIONE DI MINORANZA SUL DISEGNO DI LEGGE PROVINCIALE

N. 111/22

“Modifiche a leggi provinciali in materia di uffici provinciali e personale, formazione professionale, istruzione, cultura, comunità comprensoriali, caccia, territorio e paesaggio, utilizzazione delle acque pubbliche, energia, tutela del paesaggio e dell’ambiente, finanza locale, esercizi pubblici, finanze, espropriazioni per causa di pubblica utilità, amministrazione del patrimonio, commercio, igiene e sanità, assistenza e beneficenza, edilizia abitativa agevolata”

Per il Consiglio provinciale la presente relazione può rappresentare una duplice novità. Da un lato, certamente sorprenderà il fatto che un componente della maggioranza predisponga una relazione di minoranza, ma non è mai troppo tardi per cambiare ☺; dall’altro, in essa affronto una sola questione, seppur essenziale, del disegno di legge n. 111/22. **Si tratta della disposizione relativa alla disciplina del turismo in Alto Adige che introduce una capacità ricettiva massima, ovvero un limite massimo di posti letto, nonché delle ulteriori misure in linea con l’orientamento dell’assessore provinciale Arnold Schuler.**

Già con l’approvazione della legge provinciale 10 luglio 2018, n. 9, "Territorio e paesaggio", era stato introdotto l’obiettivo di **definire un piano per lo sviluppo turistico in ogni comune** seguendo i principi adottati a livello provinciale. Sebbene nel 2018 questa disposizione si focalizzasse soprattutto sul "consumo del suolo" e sul "paesaggio", la situazione generale delineatasi negli ultimi anni ha rafforzato la necessità di un simile approccio, e proprio oggi lo ha reso un imperativo.

Die touristische Entwicklung hängt sehr stark mit der allgemeinen wirtschaftlichen Situation, nicht nur lokal sondern in einem größeren Umfeld betrachtet, zusammen. Bereits seit Jahren konnte, dank des einzigartigen landschaftlichen Ambiente und der hohen Qualität der im Tourismus tätigen Betriebe ein starker Zuwachs an Nächtigungen in Südtirol beobachtet werden. Diese an und für sich nicht negative Entwicklung bringt jedoch auch einige Schattenseiten ans Tageslicht. Es ist notwendig, einige neue, strategische Ansätze zu definieren.

Unter den folgenden Aspekten gehe ich kurz auf die aus meiner Sicht wesentlichen Faktoren des Tourismus in Südtirol ein, aus denen dann erste Handlungsfelder abgeleitet werden können:

### 1. Vorhandene Ressource

Unter diesem Begriff definiere ich in diesem Zusammenhang jene wichtige Ressource, die Gäste unter anderem veranlasst (und die sie in Folge nutzen bzw. beanspruchen), in Südtirol Urlaub zu machen: **die einzigartige Natur- und Kulturlandschaft**. Bereits hier sieht man, dass wir von einer limitierten Ressource sprechen, die sowohl aus der Sicht der Verfügbarkeit (Begrenztheit der Natur, des Raums und der Fläche) als auch aus der Sicht der Nutzung (wie viele Menschen verträgt ein und derselbe Ort) zu bewerten ist. Da es sich eben um eine limitierte Ressource, und in dieser Feststellung der Begrenztheit hoffe ich doch auf die Zustimmung aller, handelt, sind wir gezwungen darüber nachzudenken, wie eben diese Ressource eingesetzt werden soll.

Warum die Eingrenzung der vorhandenen Ressourcen auf die Natur- und Kulturlandschaft? Persönlich bin ich der Auffassung, die Trennung dieser Ressource von den „klassischen“ Ressourcen wie Infrastruktur etc. ist essentiell. Nur so können wir verstehen, worum es überhaupt geht. Es ist nämlich einerseits technisch kein Problem, ein neues Hotel, eine neue Straßenverbindung oder etwa eine neue Freizeiteinrichtung zu bauen. Andererseits ist es jedoch nicht möglich, Fehler in der Natur- und Kulturlandschaft in einem überschaubaren Zeitrahmen wenn überhaupt rückgängig zu machen.

**Zudem ist es unsere Verpflichtung, nicht nur den Gästen gegenüber sondern auch um dem Recht der heimischen Bevölkerung Genüge zu tun, eben diese Natur- und Kulturlandschaft zu**

Lo sviluppo turistico è strettamente collegato alla situazione economica generale, non solo a livello locale ma anche in un'ottica più ampia. Grazie al suo straordinario paesaggio e all'alta qualità delle imprese turistiche, da anni in Alto Adige i pernottamenti sono in forte aumento. Questo sviluppo, che di per sé non è negativo, comporta tuttavia anche alcune criticità. È necessario definire alcuni nuovi approcci strategici.

Fra gli aspetti di seguito elencati, mi soffermerò brevemente su quelli che considero i fattori essenziali del turismo in Alto Adige, da cui si potranno poi desumere i primi ambiti di intervento:

### 1. La risorsa disponibile

In questo contesto, utilizzo tale termine per definire l'importante risorsa che induce i turisti (i quali poi ne usufruiscono e ne beneficiano) a trascorrere le loro vacanze in Alto Adige ovvero **lo straordinario paesaggio naturale e culturale**. Si capisce subito che parliamo di una risorsa limitata, da considerare sia sotto il profilo della sua disponibilità (la natura, il territorio e la superficie sono limitate) sia dal punto di vista del suo utilizzo (quante persone può accogliere un luogo). Dato che abbiamo a che fare con una risorsa limitata – e spero che su questo punto siano tutti d'accordo con me – siamo obbligati a riflettere su come impiegarla.

Perché limitare le risorse disponibili al paesaggio naturale e culturale? Personalmente, ritengo essenziale distinguere tra queste risorse e quelle "classiche" come le infrastrutture, ecc. Solo così potremo capire di che cosa si tratta davvero. Da un lato, tecnicamente non è un problema costruire un nuovo hotel, una nuova strada o una nuova struttura ricreativa. D'altro canto, però, non è possibile rimediare entro un tempo definibile agli errori che incidono sull'ambiente naturale e sul paesaggio culturale – posto che ciò sia possibile.

**Inoltre, è nostro dovere – non solo nei confronti dei nostri ospiti ma anche della popolazione locale – preservare, proteggere e utilizzare con rispetto questo paesaggio naturale e culturale.**

## **erhalten, zu schützen und schonend davon Gebrauch zu machen.**

Eine Entwicklung in diesem Zusammenhang ist noch getrennt zu erwähnen: der Run auf die sog. **Hotspots**, Hotspots die die Natur bietet. Und ja, Südtirol hat viele davon, Gott sei Dank. In den letzten Jahren haben die vor allem leider auch negativen Auswirkungen dieses Trends stark zugenommen. Die Gäste wollen diese Erlebnisse hautnah spüren, sie wollen sie vor Ort genießen. Die Bilder aus den Werbeprospekten vermitteln auch einzigartige Eindrücke und Gefühle, in der Realität angekommen sieht es aufgrund des sehr hohen Andrangs dann leider häufig anders aus. **Die in Folge eingeführten Zugangsregelungen sind eine richtige und sinnvolle Maßnahme und werden von den Gästen auch akzeptiert.** Es darf nicht sein, dass genau die Existenz dieser Naturschönheiten zu einem Problem wird.

### 2. Infrastruktur

Mit dem Begriff der Infrastruktur umfasse ich sowohl die direkt touristischen Infrastrukturen wie Hotels, Pensionen, Garnis, Campings, Restaurants, Bars, UaB etc. als auch jede Form von öffentlicher/privater Infrastruktur, wie z.B. Verkehrswege, Kläranlagen, Müllentsorgung, Museen, Kulturgebäude bzw. kulturelle Einrichtungen, Sport- und Freizeiteinrichtungen und vieles mehr.

**Viele der vorhandenen öffentlichen und privaten Infrastrukturen kommen auch der hier ansässigen Bevölkerung zugute und haben einen wesentlichen Beitrag am hohen Niveau des Lebensstandards in Südtirol.** Allerdings mussten auch viele der vorhandenen öffentlichen Infrastrukturen bzw. müssten diese auch weiterhin potenziert, modernisiert oder angepasst werden um den wachsenden Ansprüchen unter anderem auch durch die touristische Nutzung gerecht zu werden. Dies stellt die Landesverwaltung, die Gemeinden sowie die Betreiber selber vor große Herausforderungen. Weiters zu bedenken ist, dass neue Freizeitaktivitäten unweigerlich auch neue Infrastrukturen erfordern. Es gilt somit zu überlegen, was man sich leisten will bzw. kann. Die Gefahr, hier „kurzfristigen“ Modetrends aufzulaufen ist groß, ebenso der Druck aus einer konsumorientierten, schnelllebigen Gesellschaft. Hier muss gegengesteuert und langfristig geplant werden. **Und ich denke wir dürfen hier auch den Mut haben, zu bestimmten Entwicklungen auch mal Nein zu sagen.**

In questo contesto sta emergendo una tendenza che merita un discorso a parte: l'assalto ai cosiddetti **hotspot**, ovvero le attrazioni che offre la natura. Ebbene sì, l'Alto Adige ne ha molte, grazie a Dio. Negli ultimi anni, purtroppo, gli effetti negativi di questa tendenza sono aumentati notevolmente. I turisti vogliono provare queste esperienze da vicino, vogliono viverle sul posto. Le immagini dei dépliant pubblicitari trasmettono impressioni e sensazioni uniche, ma l'ambiente in cui ci si ritrova nella realtà è spesso diverso a causa della grande affluenza di persone. **La regolamentazione degli accessi alle attrazioni introdotta di conseguenza rappresenta un provvedimento giusto e opportuno che gli ospiti accettano.** Non può essere che proprio l'esistenza stessa di queste bellezze naturali diventi un problema.

### 2. Infrastrutture

Con il termine infrastrutture intendo sia le infrastrutture turistiche dirette come alberghi, pensioni, garni, campeggi, ristoranti, bar, agriturismi, ecc., sia tutte le infrastrutture pubbliche/private quali strade, impianti di depurazione e per lo smaltimento dei rifiuti, musei, edifici e strutture culturali, impianti sportivi, strutture ricreative e molto altro ancora.

**Anche la popolazione locale beneficia di molte di queste infrastrutture pubbliche e private, che contribuiscono altresì in modo significativo all'elevato tenore di vita dell'Alto Adige.** Tuttavia, si sono dovute – ovvero si dovrebbero – potenziare, modernizzare o adeguare molte delle infrastrutture pubbliche esistenti al fine di soddisfare le sempre maggiori esigenze che derivano anche allo sfruttamento turistico. Questo pone l'amministrazione provinciale, i Comuni e i gestori stessi di fronte a grandi sfide. Va inoltre considerato che le nuove attività ricreative richiedono per forza nuove infrastrutture. Dobbiamo quindi riflettere su ciò che vogliamo e possiamo permetterci. Corriamo il rischio di allinearci alle tendenze “passeggere” e alle pressioni di una società orientata al consumo e troppo veloce. Dobbiamo prendere delle contromisure e pianificare a lungo termine. **E penso che possiamo anche avere il coraggio di dire no a determinati sviluppi.**

**Das heimische Angebot an Tourismusbetrieben an und für sich zeigt sich zweifelsfrei sehr diversifiziert und bietet ein breites Spektrum.** Zudem ist die gebotene Qualität in den allermeisten Fällen sehr hoch, ja im europäischen Vergleich sogar als überdurchschnittlich hoch zu bewerten. Mit Sicherheit eine Stärke des lokalen Tourismus.

**Unabhängig von all diesen Überlegungen stoßen wir beim Thema der Infrastrukturen auf Grenzen. Grenzen was die Verfügbarkeit, die Finanzierung, die Instandhaltung, die Adaptierung und die Modernisierung, die Sinnhaftigkeit als auch das Authentische betreffen.**

### 3. Die Bevölkerung

Zweifelsohne kommt der Bevölkerung in diesem Kontext eine zentrale Bedeutung zu. War es vor allem die Bevölkerung, die in den vergangenen Jahrzehnten durch den Aufschwung des Tourismus profitiert hat, so hört man nun immer mehr den Ruf nach einem Wandel. Umfragen zeigen zwar, dass sich die Südtiroler Bevölkerung immer noch der großen Bedeutung des Tourismus für unseren Wohlstand im Land bewusst ist, allerdings mehren sich Bedenken, die ernst zu nehmen sind. Dabei darf ganz klar gesagt werden, dass es nicht um ein AUS sondern um ein NEU geht. Und es muss auch gesagt werden, dass Südtirol den Tourismus braucht. **Es geht folglich um ein WIE, wobei das WIE ein IMMER MEHR nicht verträgt.**

### 4. Wirtschaftliche Bedeutung

Südtirols Wirtschaft ist gekennzeichnet durch seine starke Diversifizierung, sei dies innerhalb der Sektoren an und für sich als auch unter den Sektoren selbst.

Vor Ort sind sämtliche Wirtschaftssektoren zu finden und alle gemeinsam tragen zu einem funktionierenden Wirtschaftskreislauf das ihrige bei. Sei dies im Handwerk, in der Industrie, im Tourismus, im Handel, in der Landwirtschaft als auch im Dienstleistungssektor. In allen Bereichen haben Südtiroler Betriebe durch ein sehr hohes Qualitätsbewusstsein und durch eine von fleißigen Menschen – Unternehmer: innen wie Mitarbeiter: innen – getragene Arbeitsmoral Spitzenpositionen erreicht und dadurch auch die Verknüpfung nach Außen gefestigt. Zudem ist die geografische Lage Südtirols als Brückenland zwischen dem deut-

**Di per sé, l'offerta locale di strutture turistiche è indubbiamente molto ampia e diversificata.** Inoltre, nella maggior parte dei casi la qualità dell'offerta è molto elevata, e persino molto superiore alla media, anche in un confronto europeo: questo è certamente un punto di forza del turismo locale.

**A prescindere da tutte queste considerazioni, se affrontiamo la questione delle infrastrutture incontriamo dei limiti. Limiti in termini di disponibilità, finanziamenti, manutenzione, adeguamento e modernizzazione, opportunità e autenticità.**

### 3. La popolazione

In questo contesto, la popolazione riveste certamente un'importanza cruciale. Se negli ultimi decenni è stata soprattutto la popolazione a beneficiare della crescita del turismo, oggi essa sempre più spesso invoca un cambiamento. I sondaggi mostrano che la popolazione altoatesina è ancora consapevole del grande ruolo che riveste il turismo per la nostra prosperità, ma crescono anche le perplessità, e queste ultime vanno prese in seria considerazione. A questo proposito va detto chiaramente che non si tratta di mettere la parola FINE ma di creare delle modalità NUOVE. E si deve anche dire che l'Alto Adige ha bisogno del turismo. **La questione è quindi COME, laddove questo COME non si concilia con un SEMPRE DI PIÙ.**

### 4. Rilevanza economica

L'economia altoatesina è molto diversificata, sia all'interno dei singoli settori che tra i settori stessi.

A livello locale sono presenti tutti i settori economici, e insieme contribuiscono a un ciclo economico funzionante, che si tratti di artigianato, industria, turismo, commercio, agricoltura o di servizi. In tutti i settori, le imprese altoatesine hanno potuto raggiungere posizioni di primo piano grazie all'estrema attenzione rivolta alla qualità e a un'etica del lavoro sostenuta da persone operose – sia imprenditori e imprenditrici sia collaboratori e collaboratrici – e hanno così rafforzato anche le loro relazioni verso l'esterno. Inoltre, la posizione geografica dell'Alto Adige, come ponte tra l'area linguistica tedesca e quella italiana, è un fattore di competi-

schen und dem italienischen Sprachraum ein Wettbewerbsfaktor, der in sich mehr Vorteile als Nachteile beinhaltet.

Der Tourismus als einzelner Sektor betrachtet trägt direkt **ca. 15% zum BIP** bei und ist schon allein aus dieser Sicht ein wichtiges Standbein. Betrachtet man die Beherbergungskapazität des lokalen Tourismus im Einzelnen, so muss man hier die 3.898 gastgewerblichen Betriebe mit einer Bettenanzahl von 152.843 und die 7.246 nicht gastgewerblichen Betrieben mit einer Bettenanzahl von 81.577 unterscheiden [Quelle: Astat – Mai 2022]. Die **Gesamtanzahl an Betten liegt derzeit somit bei 234.420 Einheiten**, nicht berücksichtigt sind Zustellbetten etc. Hervorzuheben ist dabei der Umstand, dass lt. Daten des ASTAT in den letzten Monaten im gewerblichen Bereich ca. 1.000 Betten dazu gekommen sind, während es im nicht gewerblichen Bereich mehr als 4.000 Betten waren. Schon allein dies zeigt, dass eine Erhebung Sinn macht. Sinn um die Zukunft zu gestalten, Sinn auch, um ev. Vergehen ahnden zu können.

Wenn man bedenkt, dass der nicht gewerbliche Teil (Urlaub auf dem Bauernhof und Privatvermieter) derzeit ca. 35% an der Gesamtkapazität ausmacht, ist einleuchtend, dass auch dieser Bereich berücksichtigt und bewertet werden muss. **Denn jeder Nebenerwerb des einen Betriebes ist immer zugleich auch der Haupterwerb eines anderen Betriebes.** Es ist folglich darauf zu achten, dass der gewerbliche Sektor nicht zusehends aufgrund solcher Entwicklungen und Konkurrenzsituation unter Druck gerät oder aber, durch Auswirkungen dieser Bereiche selber in ein schiefes Licht gerät. Denn Die Bevölkerung unterscheidet nicht zwischen „gewerblichem“ oder „nicht gewerblichem“ Gast.

Zudem führt die Entwicklung im nicht gewerblichen Bereich immer mehr zu viel weitreichenderen Herausforderungen als der gewerbliche Bereich an und für sich. Auch die Einflüsse auf die Bevölkerung vor Ort sind wesentlich größer. Als Beispiel sei hier das Phänomen Airbnb genannt. Mag es letztendlich die Verknappung und Verteuerung des Wohnraums für Einheimische sein, oder aber die verstärkte Nutzung der Infrastrukturen, all dies sind Problemstellungen, die für eine zukunftsfähige Akzeptanz des Tourismus im Land relevant sind.

**Im Jahr 2019 gab es in Südtirol 33.684.554 Übernachtungen, und dies bei 7.704.312 Ankünften**

vità che presenta più vantaggi che svantaggi.

Considerato singolarmente, il settore del turismo contribuisce direttamente al **PIL per circa il 15%** ed è quindi un pilastro importante anche solo da questo punto di vista. Se analizziamo nel dettaglio la capacità ricettiva del turismo locale, dobbiamo distinguere tra i 3.898 esercizi ricettivi alberghieri con 152.843 posti letto e i 7.246 esercizi extralberghieri con 81.577 posti letto [Fonte: Astat - maggio 2022]. **Complessivamente, i posti letto attualmente sono quindi 234.420**, senza contare i letti aggiuntivi, ecc. Va sottolineato che secondo i dati ASTAT negli ultimi mesi si sono aggiunti circa 1.000 posti letto nel settore alberghiero, mentre in quello extralberghiero se ne sono aggiunti più di 4.000. Già questo dimostra che una rilevazione è opportuna, e questo sia per gestire il futuro sia per poter punire eventuali trasgressioni.

Se si considera che il settore extralberghiero (agriturismi, affittacamere e affitta-appartamenti) costituisce attualmente circa il 35% della capacità ricettiva totale, diventa ovvio che bisogna considerare e valutare anche questo settore. **Infatti, ogni attività secondaria di un'azienda è inevitabilmente anche l'attività principale di un'altra azienda.** Di conseguenza, è necessario prestare attenzione affinché il settore alberghiero non subisca una crescente pressione dall'evoluzione descritta e da situazioni di concorrenza, o che esso non venga posto in cattiva luce dallo sviluppo degli altri settori. Infatti, la popolazione non distingue tra gli ospiti degli esercizi "alberghieri" e quelli "extralberghieri".

Inoltre, lo sviluppo del settore extralberghiero comporta sempre più delle sfide di portata molto più ampia rispetto a quelle che pone il settore ricettivo alberghiero. Anche gli effetti sulla popolazione locale sono molto maggiori. Basta citare a titolo di esempio il fenomeno di Airbnb. Che si tratti della carenza ovvero dell'aumento del costo degli alloggi per la popolazione locale o del maggiore sfruttamento delle infrastrutture, sono tutte problematiche rilevanti ai fini dell'accettazione a lungo termine del turismo nella nostra provincia.

**Nel 2019, i pernottamenti in Alto Adige sono stati 33.684.554 a fronte di 7.704.312 arrivi**

**[Quelle ASTAT].** Dieser Wert zeigt, in welchen Dimensionen wir uns bewegen. Der Umstand, dass die Verteilung der Nächtigungen über den Jahreszeitraum seit Jahren mehr oder weniger gleich geblieben ist gibt Grund zum Handeln. Vor allem in den Hochsaisons müssen wir feststellen, dass „dies kein schöner Tourismus mehr ist“.

Zu beachten ist die aufgrund der historischen Entwicklung des Tourismus in Südtirol sehr **große Anzahl an Saisonbetrieben**. Bemühungen in den letzten Jahren vor allem auch von Seiten der IDM und der Tourismusvereine haben hier zwar versucht Änderungen herbeizuführen, allerdings sind die Ergebnisse, auch wenn sie in die richtige Richtung gehen, noch nicht befriedigend. Dabei ist natürlich auch wieder zu berücksichtigen, dass eine gleichmäßigere Verteilung auf das gesamte Jahr zu neuen Herausforderungen führen kann und dass auch diese zu bewerten sind.

Als ein eher negativer Faktor was die Nächtigungszahlen betrifft ist sicherlich der seit Jahren anhaltende **Trend zu Kurzurlauben** zu bewerten, da dieser zu höheren Kosten in den Betrieben als auch zu einer stärkeren Nutzung der öffentlichen Infrastrukturen, hier vor allem der gesamten Mobilität, führt. Demgegenüber bringen „mehr“ Gäste wiederum ein zusätzliches Potential, z.B. als Endverbraucher oder aber im Handel. Man sieht an dieser Entwicklung, dass es kaum Auswirkungen gibt, die klar als negativ oder positiv eingestuft werden können.

Auch die lt. offiziellen Daten häufig zu geringe **Wertschöpfung** der einzelnen Betriebe ist aus wirtschaftlicher Sicht ein Problem. Es mag verwundern, dass der Tourismus, obwohl Angebot, Leistung und Qualität stimmen, dies am Markt nicht immer umsetzen kann. Ein Phänomen, das in Südtirol leider in mehreren Sektoren immer wieder zu beobachten ist. Hier braucht es sicherlich Mut und auch einen gewissen Stolz für das Angebot, das ja wirklich exzellent ist.

Eine bedeutende Rolle kommt dem **Tourismus auch als Arbeitgeber und Ausbilder** zugute. Lt. aktuellen Zahlen sind im **Juni 2022 im Gastgewerbe 34.992 Personen beschäftigt**, was einem Anteil von ca. 15,5% der Beschäftigten entspricht [Quelle: Abteilung Arbeit 04.07.2022]. Die Bemühungen des Sektors von den Saisonverträgen zu

**[fonte ASTAT].** Questo valore indica di quali dimensioni stiamo parlando. Il fatto che la distribuzione dei pernottamenti lungo l'arco dell'anno sia rimasta più o meno la stessa per anni indica che è necessario agire. Soprattutto in alta stagione ci rendiamo conto che "questo non è più un bel turismo".

Va notato che, a causa dello sviluppo storico del turismo in Alto Adige, vi è **un numero molto elevato di esercizi stagionali**. Negli ultimi anni, soprattutto da parte dell'IDM e delle associazioni turistiche, si è cercato di introdurre dei cambiamenti, ma i risultati, anche se vanno nella giusta direzione, non sono ancora soddisfacenti. Naturalmente, occorre tenere conto del fatto che una distribuzione più uniforme lungo tutto l'arco dell'anno può portare a nuove sfide, che vanno a loro volta valutate.

Un fattore piuttosto negativo per quanto riguarda il numero di pernottamenti è sicuramente la **tendenza alle vacanze brevi**, che perdura ormai da anni, in quanto comporta un aumento dei costi per le aziende e un maggiore utilizzo delle infrastrutture pubbliche, in particolare nel campo della mobilità nel suo complesso. D'altro canto, un maggior numero di turisti rappresenta un potenziale aggiuntivo, ad esempio come consumatori finali o per il commercio. L'evoluzione a cui stiamo assistendo mostra come quasi tutti i fenomeni che essa comporta presentino aspetti in parte negativi e in parte positivi.

Anche il **valore aggiunto** generato dalle singole aziende, spesso troppo basso secondo i dati ufficiali, rappresenta un problema dal punto di vista economico. Può sorprendere il fatto che il turismo, benché l'offerta, le prestazioni e la qualità siano adeguate, non sia sempre in grado di "piazzerle" sul mercato. Si tratta di un fenomeno che purtroppo si osserva sempre più spesso in molti settori in Alto Adige. Qui sicuramente ci vuole coraggio e anche una buona dose di orgoglio per un'offerta che è davvero eccellente.

Il **turismo** svolge un ruolo importante anche come **datore di lavoro** e nel settore della **formazione**. Secondo dati aggiornati, nel **giugno 2022 erano impiegate nel settore turistico alberghiero 34.992 persone**, pari a circa il 15,5% degli occupati (Fonte: Ripartizione lavoro, 4-7-2022). Gli sforzi che il settore sta mettendo in atto per passare da

Jahresanstellungen überzugehen und flexiblere Arbeitszeitmodelle einzuführen sind in diesem Zusammenhang beispielhaft genannte Maßnahme, um die Attraktivität im Sektor zu erhöhen und dem Mitarbeitermangel im Generellen entgegen zu wirken.

Die wohl größte Stärke im Sektor liegt in der Tatsache, dass es sich **vorwiegend um familiengeführte Betriebe** handelt. Dadurch gibt es eine starke lokale Identifikation und Verwurzelung und auch die Wertschöpfung bleibt im Land. Der weltweite Trend zu investorengeführten Eigentümerstrukturen und die damit zusammenhängenden negativen Auswirkungen wie Abhängigkeit, Vereinheitlichen der Angebote etc. zeigen leider auch in Südtirol erste Ansätze. Deshalb ist es sinnvoll, auch die Betriebsgrößen zu reglementieren. Bereits an dieser Stelle weiße ich darauf hin, dass eine klare Regelung vor allem auch ein Garant für die Zukunft der vielen Kleinst- und Kleinbetriebe ist.

#### 5. Der Gast

Bei der Bewertung des Tourismus darf der Gast natürlich nicht außen vor gelassen werden. Das Angebot dreht sich ja letztendlich um die Kundenwünsche. Hier kann festgestellt werden, dass sich der Südtiroler Tourismus neben den einzigartigen landschaftlichen Vorzügen vor allem durch die Nähe der Tourismustreibenden zum Gast selber positiv entwickelt hat. Dieser Faktor darf nicht unterschätzt werden. Einzigartigkeit nicht nur in der Landschaft, sondern auch Einzigartigkeit und Authentizität der Betriebe selber. **Südtirol ist auch im Tourismus, wie im Übrigen in allen anderen Sektoren auch, kein Land für Masse, sondern für Klasse.** Diesem Anspruch setzt der Kunde sprich der Gast an uns, und daran sollen, ja müssen wir uns orientieren, wenn es uns langfristig wichtig ist.

Es kann auch mit Genugtuung festgestellt werden, dass das Angebot aus dem Südtiroler Tourismus ein breites Publikum erreicht und somit weniger anfällig ist. Dies sorgt mit Sicherheit für Stabilität und eine solide Basis.

#### 6. Herausforderungen und Wandel der Anforderungen

**Der Tourismus steht wie auch sämtliche andere Wirtschaftssektoren vor großen Herausforde-**

contratti stagionali ad assunzioni annuali e per introdurre modelli di orario di lavoro più flessibili rappresentano misure esemplari in questo contesto per aumentare l'attrattiva del settore e per far fronte alla carenza di personale in generale.

Il maggior punto di forza del settore è probabilmente rappresentato dal fatto che si tratta di **aziende prevalentemente a conduzione familiare**. Di conseguenza, c'è una forte identificazione e un forte radicamento sul territorio, e anche il valore aggiunto rimane in provincia. Anche in Alto Adige, purtroppo, si assiste alle prime avvisaglie di una tendenza, che si osserva a livello globale, verso assetti proprietari controllati da grandi investitori, con gli effetti negativi che ne derivano, come la dipendenza, l'omologazione dell'offerta, ecc. Per questo è opportuno regolamentare anche le dimensioni delle strutture. A questo punto mi preme sottolineare che una normativa chiara è soprattutto una garanzia per il futuro delle tante piccole aziende e microaziende.

#### 5. Il turista

Nel valutare il turismo non si può, ovviamente, prescindere dal target, ovvero dal turista. In definitiva, sono le aspettative del cliente a determinare l'offerta. Sotto questo aspetto si può affermare che il turismo altoatesino si è sviluppato positivamente non solo grazie alla bellezza del paesaggio, unica nel suo genere, ma anche e soprattutto grazie alla vicinanza degli operatori al turista stesso. Questo fattore non va sottovalutato. Unicità non solo nel paesaggio, ma anche unicità e autenticità delle strutture stesse. **Anche nel turismo, come in tutti gli altri settori, l'Alto Adige eccelle in qualità, non in quantità.** Questo è ciò che il cliente, cioè il turista, si aspetta da noi ed è in questo senso che dovremmo, anzi dobbiamo, orientarci se riteniamo che sia importante per noi a lungo termine.

Si può anche notare con soddisfazione che l'offerta del turismo altoatesino raggiunge un vasto pubblico ed è quindi meno soggetta a fluttuazioni. Ciò garantisce indubbiamente stabilità e solide basi.

#### 6. Sfide da affrontare ed esigenze in continua evoluzione

**Il turismo, come tutti gli altri settori dell'economia, si trova a dover affrontare sfide importanti.**

**rungen.** Einerseits hat die Pandemie bestimmte Entwicklung in den letzten Jahren beschleunigt oder aber verstärkt, andererseits ist die derzeitige geopolitische Lage nicht gerade jenes Umfeld, welches der „normale und gewohnte“ Nährboden für ein stabiles Wirtschaften ist.

Was aber ist in diesem Zusammenhang noch unter dem Begriff „normal“ zu verstehen?

**Mit Sicherheit nicht ein weiter so, vielmehr ein Andenken neuer Wege,** sprich neuer Angebote. **Wichtig ist dabei das bisher Erreichte nicht als grundsätzlich falsch darzustellen!** Waren es doch genau jene Entwicklungen, die auch einen von allen genutzten und mittlerweile als Standard angesehen Wohlstand in Südtirol mit erzeugt und garantiert haben. **Es geht nun vielmehr, wie auch in vielen anderen Bereichen, um eine Transformation,** eine Transformation die aus meiner Sicht mit positiven Zielvorgaben zu erreichen und umzusetzen ist. **Jede Zeit braucht ihre Antworten, deswegen sind wir auch jetzt gefordert.**

Die Herausforderungen und der Wandel an Anforderungen finden sich einerseits im „Inneren“, sprich im Tourismussektor selber, andererseits sind es auch viele Faktoren von „Außen“, die auf den Sektor einwirken.

Die zugrundeliegenden „Mega“ Trends sind klar erkennbar, und auch die Auswirkungen derselben auf den Tourismus können sehr gut beobachtet bzw. abgeleitet werden:

- ein wachsendes Bedürfnis nach Gesundheit und Sicherheit
- eine immer älter werdende Gesellschaft (Silver Society)
- das große Thema Neo-Ökologie
- das Thema der Nachhaltigkeit, das in vielen Bereichen noch geschärft werden muss
- eine immer stärkere Individualisierung der Menschen mit gegenseitigen Auswirkungen auf Kunden, Unternehmer: innen und Mitarbeiter: innen
- der Trend zum „GLOKALEN“
- das Nebeneinander von Gegensätzen
- die Informationsflut
- der Fachkräftemangel
- und vieles mehr.

All dies sind in meinen Augen Chancen, für die Südtirol mit Sicherheit gerüstet ist, wenn es nun

Da un lato, la pandemia ha accelerato o intensificato alcuni sviluppi degli ultimi anni; d'altro canto, l'attuale situazione geopolitica non è esattamente il tipo di scenario che costituisce il “normale e consueto” terreno fertile per un'economia stabile.

Ma che cosa si intende in questo contesto con il termine “normale”?

**Di certo non andare avanti sulla stessa strada, ma piuttosto pensare a nuovi percorsi,** cioè a nuove offerte. **Nel far ciò, è importante non dipingere come fundamentalmente sbagliato tutto quello che è stato realizzato fino ad ora!** Dopo tutto, sono stati proprio questi sviluppi a creare e garantire quel benessere di cui tutti nella nostra provincia beneficiamo e che ormai diamo per scontato. **Si tratta piuttosto, come in molti altri settori, di mettere in atto una trasformazione** che, a mio avviso, può essere raggiunta e attuata ponendosi obiettivi positivi. **Ogni epoca ha bisogno di risposte, ed è per questo che anche in questo momento ci troviamo di fronte a una sfida.**

Da un lato, le sfide da affrontare e le mutate esigenze sono insite al settore turistico stesso; dall'altro, ci sono anche molti fattori “esterni” che hanno un impatto sul settore.

I “megatrend” di fondo sono chiaramente riconoscibili e i loro effetti sul turismo possono essere osservati o dedotti molto chiaramente:

- un bisogno crescente di salute e sicurezza;
- una società sempre più longeva (silver society);
- il grande tema della neoecologia;
- la questione della sostenibilità, che in molti settori deve ancora essere migliorata;
- una sempre più spiccata tendenza all'individualismo con effetti reciproci su clienti, imprenditori/imprenditrici e collaboratori/collaboratrici;
- la tendenza al “GLOCALE”;
- la coesistenza di elementi contrapposti;
- la sovrabbondanza di informazioni;
- la carenza di forza lavoro qualificata
- e molto altro ancora.

A mio avviso, tutti questi fattori rappresentano opportunità rispetto alle quali la nostra provincia è



gelingt, die richtigen strategischen Ansätze zu definieren. Und es muss dabei auch gelingen die Rahmenbedingungen so festzulegen, damit die unterschiedlichen, für den Sektor immens wichtigen Realitäten diesen Wandel schaffen. Die Stärke liegt sicherlich in der Diversifizierung und so muss auch die Entwicklung der zukünftigen Strukturen dem Rechnung tragen.

**Eines der wesentlichen Ziele muss es sein, ein Miteinander der unterschiedlichen Angebote am Markt zu schaffen, und nicht Nebeneinander. Ein großes Ganzes muss dabei die gemeinsame Zielsetzung sein.**

### Fazit

Wie man sieht, ist das Thema komplex und es wird nicht mit einer einzigen Maßnahme gelingen, sämtlichen Herausforderungen, seien dies die „Inneren“ als auch die „Äußeren“, die richtige Antwort zu geben.

**Als einen der ersten Ansätze ist mit Sicherheit die Überlegung der Einführung einer Bettenobergrenze ein richtiger und wichtiger Schritt.** Ein Schritt der im Übrigen auch in anderen Tourismusdestinationen teilweise umgesetzt oder angedacht wurde.

**All die oben angeführten Faktoren mit ihren Einflüssen und Auswirkungen auf den Tourismus, die Landschaft sowie auf die Bevölkerung vor Ort zeigen somit die Notwendigkeit einer Regelung in diesem Bezug auf.** Wir dürfen nicht einfach zusehen wie sich der Markt ausschließlich von selber entwickelt, sondern sind gefordert, die Antwort in Bezug auf die Nutzung einer limitierten Ressource zu geben. **An die Regelung selbst sind hohe Ansprüche zu stellen, soll sie doch auch Perspektiven zu lassen und dabei die kritischen Faktoren gemäß ihrer Bedeutung im Auge behalten.**

**Die Regelung muss den Spagat schaffen zwischen Entwicklungsansprüchen und Notwendigkeiten der bestehenden als auch eventueller neuer Strukturen.**

Den Ansatz, dass zuerst gezählt werden soll, bevor man etwas regelt kann ich an dieser Stelle nicht nachvollziehen. Die Auswirkungen sind Tag für Tag

sicheramente preparata, purché riesca a definire i giusti approcci strategici. Inoltre dobbiamo essere in grado di stabilire le condizioni quadro in modo tale che le diverse realtà, che sono tutte estremamente importanti per il settore, siano in grado di attuare questo cambiamento. Il punto di forza sta certamente nella diversificazione e quindi lo sviluppo delle future strutture dovrà tener conto anche di questo aspetto.

**Uno degli obiettivi essenziali deve essere quello di riunire le diverse offerte presenti sul mercato, che non dovrebbero limitarsi a coesistere una accanto all'altra. L'obiettivo comune deve essere quello di formare un insieme organico.**

### Conclusioni

Come si può comprendere, la questione è complessa e nessun singolo intervento sarà in grado di fornire la risposta giusta a tutte le sfide, siano esse "interne" o "esterne".

**Tra i primi approcci, la proposta di introdurre un tetto massimo di posti-letto è sicuramente un passo giusto e importante.** Una misura che peraltro è stata in parte attuata o quantomeno presa in considerazione anche da altre destinazioni turistiche.

**Tutti i fattori sopra elencati, con il loro impatto e i loro effetti sul turismo, sul paesaggio e sulla popolazione locale, dimostrano la necessità di una regolamentazione in materia.** Non possiamo stare a guardare e aspettare che il mercato si evolva da solo, ma siamo chiamati a dare una risposta in termini di utilizzo di una risorsa limitata. **Tale regolamentazione dovrà essere molto ambiziosa, in quanto dovrà consentire di creare prospettive, sempre con un occhio attento ai fattori critici in base alla loro rilevanza.**

**La disciplina dovrà consentire di trovare il giusto equilibrio tra le richieste di sviluppo e le esigenze delle strutture esistenti e di eventuali nuove strutture.**

A questo punto, non riesco a comprendere l'approccio secondo cui, prima di introdurre una regolamentazione, bisognerebbe effettuare un censi-

ersichtlich, viele Zahlen liegen bereits vor, und auch wenn diese nicht vollständig sein sollten zeigen sie die Dringlichkeit und den Handlungsbedarf. **Die Möglichkeiten liegen auf dem Tisch, folglich müssen die Maßnahmen bereits jetzt gesetzt werden.** Zudem würde lt. dem nun vorliegenden in der II. Kommission geänderten Gesetzesartikel den gewerblichen Betrieben die Möglichkeit nach qualitativen Entwicklungen genommen werden, und dies ist ein Umstand, der sicher nicht akzeptiert werden kann.

Weiters ist es ein kompletter Widerspruch an und für sich, bei der Festlegung einer Bettenobergrenze für das gesamte Land den nicht gewerblichen Sektor auszunehmen. Schon allein der Umstand, dass bereits mehr als ein Drittel der Betten in nicht gewerblichen Betrieben sind zeigt die Notwendigkeit und auch der Anspruch an ein Prinzip, auch diesen Bereich zu bewerten. Entweder zeugt es von komplettem Unverständnis der Einbringer und Unterstützer der in der Kommission genehmigten Änderung wie man Gesetzesartikel formuliert oder aber es wäre mit dem Wort „Bauernschläue“ zu erklären. Beides bedenklich. Die Maßnahme muss sowohl für den gewerblichen als auch für den nicht gewerblichen Bereich umgesetzt werden.

**Auch die Kritik, dass man nicht an die „Kleinen“ im Land denkt ist kompletter Humbug.** Gerade diese Strukturen sind das **Rückgrat der Wirtschaft** und die **Sensibilität ihnen** gegenüber ist vorhanden. Der ursprüngliche Gesetzesartikel hat dem im Übrigen auch Rechnung getragen und auch in den Diskussionen wurden die Spielräume sei es für die gewerblichen als auch nicht gewerblichen sowie für die unterschiedlichen Größenordnungen angesprochen. Zudem führt eine Bettenobergrenze unweigerlich zu einer Aufwertung der bestehenden, kleinen Strukturen. Wir sollten uns folglich darauf konzentrieren, wie wir diesen Strukturen helfen die „Qualität für morgen“ zu definieren und umzusetzen, denn allein der Weg über die Menge wird es wohl nicht mehr sein.

**Die Umsetzung der Bestimmung im Detail durch die Durchführungsbestimmungen ist in diesem Fall zu befürworten, ist sie doch die Basis für die notwendige Flexibilität, mit der auf die zu erwartenden unterschiedlichen Einflüsse von außen schnell und zielgenau reagiert werden kann.**

mento dei posti letto. Gli effetti sono evidenti di giorno in giorno, molte cifre sono già disponibili e, anche se non dovessero essere complete, mostrano comunque l'urgenza e la necessità di agire. **Le possibilità ci sono, quindi è necessario adottare fin da subito delle misure.** Inoltre, in base all'articolo di legge ora modificato dalla II commissione legislativa, le aziende del settore alberghiero verrebbero private della possibilità di evolversi sotto il profilo qualitativo, e questo è un fatto certamente inaccettabile.

Peraltro, stabilire un tetto massimo di posti letto per l'intera provincia, escludendo però il settore extralberghiero, sarebbe un vero controsenso. Già il solo fatto che più di un terzo dei posti letto appartenga a strutture extralberghiere dimostra la necessità e giustifica la richiesta, in linea di principio, di tenere conto anche di questo settore. L'emendamento approvato in commissione dimostra una totale incomprendenza, da parte dei suoi presentatori e sostenitori, di come si formulano gli articoli di legge, oppure potrebbe essere spiegato con l'espressione "furberia contadina". In entrambi i casi, si tratta di un modo di fare discutibile. La misura deve essere attuata sia per il settore alberghiero che per quello extralberghiero.

**Anche la critica secondo cui non si penserebbe alle piccole strutture della provincia è una vera e propria assurdità.** Proprio queste strutture sono la **spina dorsale dell'economia** e per questo c'è una grande **sensibilità nei loro confronti**. L'articolo originario della legge teneva peraltro conto anche di questo aspetto e nel corso dei vari dibattiti si è anche accennato ai margini di manovra per il settore alberghiero ed extralberghiero nonché per le varie tipologie di grandezza delle strutture. Inoltre, un tetto massimo di posti letto implica necessariamente una riqualificazione delle piccole strutture esistenti. Dovremmo quindi concentrarci su come aiutare queste strutture a definire e realizzare la "qualità di domani", perché è evidente che in futuro non si potrà più continuare a vivere di sola quantità.

**In questo caso va sostenuta l'attuazione nel dettaglio della disposizione attraverso i regolamenti di esecuzione, in quanto costituisce la base per la flessibilità necessaria a reagire in modo rapido e mirato agli influssi di vario tipo che sono da attendersi dall'esterno.**

**Ich denke uns allen sollte bewusst sein, dass wir im Rahmen dieser Regelungen vordergründig von der limitierten Ressource Natur- und Kulturlandschaft sprechen, also noch nicht davon, wer diese dann, wie auch immer, verwenden, nutzen oder einsetzen darf bzw. soll.** Folglich muss die Regelung, welche den Ausgangspunkt für die zukünftige Entwicklung definiert, für sämtliche Sektoren gelten.

Die Verantwortung, erste konkrete Schritte zu setzen, liegt bei den Abgeordneten des Südtiroler Landtages und ich bin mir sicher, die Debatte zu diesem Punkt wird eines nicht vermissen lassen: eine ganzheitliche Betrachtungs- und Bewertungsweise! Auch wenn die vergangenen Wochen gezeigt haben, dass einige nur bis zu ihrem Gartenzaun denken bin ich mir sicher: Der Ernst der Lage und die damit zusammenhängende Chance ist erkannt worden und eine große Mehrheit wird sich dieser Verantwortung nicht entziehen.

gez. Landtagsabgeordneter  
Gert Lanz

**Credo che tutti noi dovremmo essere consapevoli del fatto che, nell'ambito di queste norme, stiamo parlando in primo luogo della risorsa limitata rappresentata dal paesaggio naturale e culturale, e non ancora di chi possa o debba utilizzare, sfruttare o comunque impiegare tale risorsa.** Di conseguenza, la disciplina che definisce il punto di partenza per lo sviluppo futuro deve essere applicata a tutti i settori.

La responsabilità di compiere i primi passi concreti spetta ai consiglieri e alle consigliere provinciali e sono certo che in sede di dibattito su questo punto potremo contare su un approccio e una valutazione d'insieme che tengano conto di tutti gli aspetti. Anche se le ultime settimane hanno dimostrato che alcune persone non riescono a guardare oltre il recinto del loro orticello, di una cosa sono certo: c'è consapevolezza della gravità della situazione e delle opportunità che ne derivano, pertanto un'ampia maggioranza non si sottrarrà a questa responsabilità.

f.to consigliere provinciale  
Gert Lanz